

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

با دلار ۴۲۰۰ تومانی قیمت خودرو باید کاهش یابد

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی گفت با توجه به اقدام دولت در تک‌نرخی کردن دلار و کاهش قیمت قابل توجه آن، قیمت خودروهای وارداتی به میزان زیادی باید کاهش یابد. امرالله امینی در گفت‌وگو...



یادداشت

قاچاق کالا و عواقب سوء آن بر حقوق مصرف‌کننده



قاچاق معضلی است که به نوعی در تمام کشورهای جهان وجود داشته البته وسعت آن در کشورهای کمتر توسعه‌یافته بیشتر دیده می‌شود. قاچاق کالا که اغلب با واژه‌های اقتصاد سیاه، اقتصاد پنهان و اقتصاد زیرزمینی تعریف می‌شود دامنه وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی در تولید و توزیع را شامل می‌شود. قاچاق علاوه بر آثار سوء اقتصادی به عنوان یک چالش اقتصادی و اجتماعی حائز اهمیت بوده و نه تنها تولیدکنندگان داخلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بلکه تبعات سوء آن دامنگیر مصرف‌کنندگان این کالاها هم می‌شود.

آسیب دیدن ارزش‌های اخلاقی، مذهبی و قومی اجتماع، خروج سرمایه از چرخه تولید داخل و کاهش رونق فعالیت‌های اقتصادی داخلی و کاهش اشتغال و... از تبعات دیگر این پدیده شوم است.

ادامه در همین صفحه

گزارش جهانبگیری از دومین جلسه ساماندهی بازار ارز با حضور رئیس‌جمهور

اراده دولت برای اجرای پر قدرت سیاست تک‌نرخی شدن ارز



شوک ارزی چگونه اتفاق افتاد؟

۱۰ اخلاقگر بازار ارز

بازار ارز ایران در حالی تن به نظام تک‌نرخ داد که حدود شش ماه تحت تأثیر عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر اقتصاد، در نوسان بود. هرچند همیشه عوامل خارجی یکی از مولفه‌های مؤثر بر بازار ارز ایران به شمار می‌رود، اما همپوشانی آن با برخی عوامل داخلی بر شدت این نوسان‌ها افزود. با این کار و با وجود تداوم رشد اقتصادی و گشایش در روابط بین‌المللی مالی و بانکی و درحالی‌که عوامل روانی خارجی نظیر تهدید آمریکا به خروج از برجام در ۲۲ اردیبهشت سعی در روشن کردن التهاب در بازار داشتند، شعله «نااطمینانی» از آینده اقتصاد در ذهن بازیگران اقتصادی و صاحبان سرمایه روشن شد. اما در کنار عوامل سیاسی و روانی، نمی‌توان اثر دیگر بازیگران در بازار ارز ایران را نادیده انگاشت و به تنهایی انگشت اتهام را به سمت بازی‌سازان خارجی نشانه رفت، زیرا اقتصاد ایران با دردها و مشکلات مزمنی دست به گریبان است که علاج هر یک از آنها برنامه می‌خواهد...

۴

توصیه‌های یک اقتصاددان به دولت درباره کنترل بازار ارز

فتنه دلار به روایت سعید لیلاز

۲

مدیریت و کسب‌وکار



ژست‌های عجیب زاکربرگ در سنا دستمایه شوخی کاربران شد

- ۵ دلیل شکست کسب‌وکارهای کوچک
- آمادگی کسب‌وکار برای تکنولوژی آینده
- بازار یابی موفق با روش‌های کلاسیک
- موفقیت در بازار یابی با شیوه تأثیر گذاری
- ۶ راهبرد تبلیغاتی عالی برای کسب‌وکارهای کوچک
- ۴ نمونه خارق‌العاده از داستان‌سرایی برند

۸ تا ۱۶

قاچاق کالا و عواقب سوء آن بر حقوق مصرف‌کننده

در صورتی که تولیدکنندگان داخلی به تولید کالای با کیفیت و با قیمت مناسب اهتمام ورزند تمایل افراد جهت استفاده از کالای خارجی و قاچاق که عموماً هم از کیفیت بالایی برخوردار نیستند کاهش می‌یابد.

۲. اصلاح الگوی مصرف با اهمیت دادن به الگوهای مصرف که دین مبین اسلام بر رعایت آن در جهت بهبود اوضاع اقتصادی جامعه تأکید دارد. گسترش فرهنگ اسلامی در زمینه مصرف، دوری از تجمل‌گرایی و رو آوردن به استفاده از کالاهای لوکس و ظاهر فریب.

۳. رعایت حقوق تولیدکنندگان داخلی و حمایت از آنها و تأکید دولت بر خرید کالای داخلی می‌تواند راه ورود کالای قاچاق را تا حد زیادی ببندد.

۴. نظارت هر چه بیشتر سازمان‌های درگیر در امر صادرات و واردات و همچنین سازمان گمرک در اتخاذ تدابیر مناسب جهت مقابله با این پدیده

۵. توجه به میزان تقاضای بازار در برابر هر کالا و توان عرضه داخلی آن که باید تدابیر آن توسط دولت و بخش‌های مختلف اقتصادی اندیشیده شود.

۶. قاچاق سبب گسترش فقر در جامعه و گسترش بیکاری شده لذا فرهنگ‌سازی و سوق دادن جامعه در مسیر خرید کالای داخلی و حمایت از تولیدات داخلی در جهت توسعه کشور و اشتغال‌زایی و اثرات مثبت آن و در واقع بی‌ربط کردن آحاد جامعه در استفاده از کالای قاچاق وارداتی مؤثر است.

۷. تأکید بر اقتصاد مقاومتی در راستای کاهش وابستگی کشور به کشورهای دیگر در تولید و توزیع کالا و اتکا به تولید

۸. حمایت از مناطق محروم مرزی و ایجاد اشتغال در این مناطق جهت جوانان جویای کار، احداث کارخانه‌ها و کارگاه‌های تولیدی کوچک و بزرگ در این مناطق که سبب کاهش رو آوردن افراد این مناطق به امر قاچاق شود.

۹. نظارت بر مناطق آزاد تجاری که هدف از ایجاد آنها جلب سرمایه‌گذار، توسعه صادرات و ایجاد اشتغال است نه راهی برای قاچاق کالا.

۱۰. نظارت بر کالاهای اساسی کشور که با پرداخت یارانه در حال تولید هستند تا از خروج این قبیل کالاها به علت ارزان بودن تولید آن در داخل و فروش آن به قیمت گزاف به کشورهای همسایه جلوگیری شود.

۱۱. اتخاذ تدابیری جهت برخورد با مرتکبین امر قاچاق و حمایت کامل از اعمال درست قوانین

۱۲. شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن و جلوگیری از اقدامات و فعالیت‌ها و زمینه‌های فسادزا در بدنه اقتصادی کشور.

ادامه از همین صفحه
ورود کالای قاچاق که با ایجاد الگوی مصرف غلط، کالای بی‌کیفیت و نامرغوب، عدم ارائه خدمات پس از فروش، ایجاد بی‌اعتمادی ملت به بازار داخلی و... همراه است مصرف‌کننده را در شرایطی بس ناگوار قرار داده و به گونه‌ای کاملاً روشن حقوق ابتدایی مصرف‌کننده را نقض می‌کند.

از آنجایی که قاچاق یک پدیده چند وجهی است، لذا عوامل متعددی از جمله اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... در شکل‌گیری آن نقش دارند. شناسایی این عوامل در ارائه راهکار مناسب جهت برخورد با این پدیده شوم کمک می‌کند. عوامل اقتصادی، سودآوری بالای کالای قاچاق برای وارد کنندگان یا خارج‌کنندگان کالای قاچاق، باال بودن تعرفه‌های گمرکی جهت ورود کالا از مبادی رسمی، کیفیت پایین کالای تولید داخل و رغبت به استفاده از کالای خارجی، پرداخت یارانه به برخی کالاهای داخلی، بروکراسی، وجود تبلیغات گسترده شبکه‌های ماهواره‌ای و رواج فرهنگ مصرف‌گرایی خصوصاً در قشر جوان و عوام‌فریبی در زمینه مصرف کالاهای لوکس و خوش‌رنگ و لعاب خارجی، محرومیت ساکنان مرزی و... از جمله عوامل اقتصادی مؤثر در افزایش قاچاق است.

مبارزه با قاچاق کالا و ارز به‌عنوان یکی از دغدغه‌های جدی مقام معظم رهبری و یکی از چالش‌های اساسی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی امری است که امروزه به یکی از اولویت‌های اصلی نظام برای تحقق اقتصاد مقاومتی تبدیل شده است. قاچاق کالا یکی از انواع جرائم اقتصادی است که منجر به بی‌ثباتی نظام اقتصادی کشور شده و گسترش آن تأثیر مخربی بر تولید، تجارت، سرمایه‌گذاری و اشتغال دارد. قاچاق سبب تغییرات قابل توجهی بر دیگر متغیرهای کلان اقتصادی از قبیل سطح تولید، پس انداز، اشتغال، بیکاری و تورم خواهد شد و از سویی دیگر سبب شکل‌گیری الگوی مصرف غلط در جامعه شده و مولفه‌های اصلی مصرف را در بستر فرهنگی جامعه تغییر می‌دهد. مقابله با قاچاق کالا از طریق دو روش پیشگیری و مقابله امکان‌پذیر است که در وهله اول مقابله با ورود و خروج کالای قاچاق که از سال‌ها و مدت‌ها قبل در حال انجام بوده و همچنین پیشگیری از ورود و خروج کالای جدید به این وادی، و این امر میسر نخواهد شد مگر با عزمی راسخ در بدنه دولت و دستگاه‌های ذی صلاح و فرهنگ‌سازی در سطح جامعه.

ارائه راهکارهایی در جهت کاهش و مبارزه با پدیده قاچاق با رویکرد حمایتی از مصرف‌کننده
۱. اولین اصل رعایت حقوق مصرف‌کننده است که

است حذف سیاست‌های انحصاری و ضد رقابتی در کشور و همچنین تشویق کارآفرینان به تشخیص فرصت‌هایی در بازار که منحصراً مفید بوده یا مغفول مانده‌اند. رکن جذب فناوری در این بخش عملکرد بهتری را نسبت به بقیه ارکان این بخش نشان داده است. در ارتباط با این رکن دولت با حمایت از برنامه‌های حوزه‌های علم، فناوری، مهندسی و ریاضیات (STEM) و همچنین کارآفرینان با رصد کردن فناوری‌های مرتبط با حوزه کسب و کارشان و روندهای آنها می‌توانند در تقویت بیشتر این رکن بکوشند.

براساس این گزارش، شاخصی که نسبت به سال گذشته تغییر چشمگیری نداشته است، اشتیاق کارآفرینان به استفاده از نوآوری محصول، نوآوری فرآیند، رشد بالا در کسب‌وکار، بین‌المللی‌سازی و سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر ارکان این شاخص هستند. همان‌گونه که گزارش‌های

GEI 2017 و GEI2018 نشان می‌دهند، نوآوری محصول، نوآوری فرآیند و بین‌المللی‌سازی ارکان ناکارآمد این شاخص هستند. نوآوری محصول شامل متغیر فردی (محصول نوآورانه) و متغیر نهادی (انتقال فناوری) است. چالش مربوط به نوآوری محصول مربوط به متغیر فردی این رکن (محصول نوآورانه) است. پیش از این کشورهای توسعه‌یافته منبع تولید کالاهای جدید بودند، اما امروزه کشورهای در حال توسعه کالاهای را تولید می‌کنند که به‌طور چشمگیری ارزان‌تر از مشابه غربی آنها است

و به‌راحتی در بعضی از صنایع می‌تواند با مشابه غربی خود رقابت کند. کارآفرینان ایرانی نیز با ایجاد خدمات و محصولات نو در بازارهای محلی و منطقه‌ای خود (نوآوری‌های تقلیدی) می‌توانند در سال مزین به‌نام «حمایت از کالای ایرانی» موجب بهبود این رکن شوند. همچنین دولت نیز با تقویت همکاری تحقیقاتی بین صنعت و دانشگاه و حمایت از مالکیت فکری می‌تواند به این رکن کمک کند.

دو رکن ناکارآمد دیگر در اشتیاق کارآفرینان، نوآوری فرآیند و بین‌المللی‌سازی هستند. نوآوری در فرآیند، روش‌ها، سیستم‌ها، تجهیزات، مهارت‌ها و رویه‌های جدید را نشان می‌دهد که منجر به تولید یک خدمت یا محصول می‌شوند؛ متغیر فردی این رکن، «فناوری جدید» و متغیر نهادی آن «علم» است. علم شامل متغیرهای «هزینه ناخالص داخلی در تحقیق و توسعه (GERD) کیفیت نهادهای علمی و پژوهشی» و «گستره دسترسی به مهندسان و دانشمندان» است.

در ایران ۲۰۱۸ وضعیت هزینه ناخالص داخلی در تحقیق و توسعه نامطلوب است و با سطح بهینه فاصله دارد. رکن چالش‌برانگیز دیگر بین‌المللی‌سازی با دو متغیر صادرات (در سطح فردی) و پیچیدگی اقتصادی (در سطح نهادی) است. بین‌المللی‌سازی میزان توانایی بنگاه در ورود به بازارهای جهانی را نشان می‌دهد. عملکرد کشور در این رکن نیز ناکارآمد است. مطالعات نشان می‌دهد، گلوگاه اکوسیستم کشور در متغیر فردی این شاخص، صادرات است و با ایجاد چشم‌اندازهای روشن در توسعه کسب و کار و ایجاد مشوق‌هایی برای صادرات در بین کارآفرینان می‌توان این متغیر را متحول ساخت.

گزارش شاخص جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۸ منتشر شد

افزایش ۱۳ رتبه‌ای ایران در شاخص کارآفرینی

مشوق کارآفرینی است. ارکان‌های دولتی، دانشگاه‌ها، انجمن‌های کسب و کار، تشکل‌های بخش خصوصی، سرمایه‌گذاران، بانک‌ها، کارآفرینان، مراکز رشد، مراکز شتاب‌دهنده، رهبران اجتماعی، مراکز تحقیقاتی، نمایندگان نیروی کار، و کلا از ذی‌نفعان اکوسیستم کارآفرینانه به‌شمار می‌آیند. از این رو شاخص جهانی کارآفرینی با این رویکرد تلاش دارد نگاهی دقیق به سلامت اکوسیستم کارآفرینی کشورها ببیند. مزیت این شاخص نسبت به سایر روش‌های سنجش در این است که این شاخص با توجه به تعاملات سطح فردی و سطح نهادی کارآفرینی، چشم‌اندازی نسبتاً دقیق از قوت‌ها و تنگناهای اکوسیستم کارآفرینی کشورها ارائه می‌دهد. از آنجا که زمینه نهادی تنظیم‌کننده رفتارهای فردی است، بنابراین برای درک اکوسیستم کارآفرینی لازم است هم به تعاملات درونی و هم تعاملات میان این دو سطح توجه شود.

شودگاه ایران در شاخص جهانی کارآفرینی در جهان
براساس گزارش شاخص جهانی کارآفرینی رتبه کارآفرینی ایران در سال ۲۰۱۸ با افزایش ۱۳ رتبه‌ای در میان ۱۳۷ کشور جهان ۷۲ است و همچنین در منطقه MENA ۱۱ (در سال ۲۰۱۸ بحرین از منطقه منا خارج شده و جزو کشورهای منطقه اقیانوسیه قرار گرفته است) می‌باشد که در مقایسه با سال قبل سه رتبه بهبود یافته است. همچنین ایران ۴/۷ بهبود امتیاز در سال ۲۰۱۸ تجربه کرده و از این منظر پنجمین کشور جهان در بهبود امتیاز است. اما متأسفانه، گلوگاه‌های موجود در اکوسیستم کارآفرینی کشور کماکان در وضعیت نامطلوبی به سر می‌برند. این شواهد حاکی از نامتناسب بودن فضای اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور و انگیزه‌های کارآفرینی فردی در سطح جامعه است که با اتخاذ سیاست‌هایی در سطح کشور قابل بهبود است. براساس اطلاعات گزارش شاخص جهانی کارآفرینی، امسال ایران افزایش چشمگیری در امتیاز شاخص فرعی گرایش کارآفرینانه (ATT) نسبت به سال قبل را تجربه می‌کند، این افزایش ناشی از تغییر ناگهانی در رکن مهارت راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا است. گرایش کارآفرینانه تحت تأثیر ارکان درک فرصت، پذیرش ریسک، شبکه‌سازی، مهارت راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا و پشتیبانی فرهنگی است. ارکان درک فرصت، پذیرش ریسک و پشتیبانی فرهنگی از گلوگاه‌های اساسی اکوسیستم کارآفرینی کشور در این بخش هستند. دولت با معرفی کارآفرینان و موفقیت‌های آنها در مناطق مختلف به جامعه، ایجاد قوانین و روش‌شناسی منعطف، کاهش نگرش منفی افراد جامعه نسبت به شکست کارآفرینان و معرفی هر چه بیشتر ارزش‌های ایجاد‌شده توسط کارآفرینان در سطح جامعه می‌تواند این گلوگاه‌ها را به فرصت تبدیل کند. شاخص فرعی توانایی کارآفرینانه (ABT) شامل ارکان رقابت، سرمایه انسانی، جذب فناوری و کسب‌وکار مبتنی بر فرصت است. رکن رقابت از جمله ارکان چالش‌برانگیز در اکوسیستم کارآفرینی کشور در سال ۲۰۱۸ است. این رکن شامل متغیر فردی (رقب) و متغیرهای نهادی (غلبه بر بازار و مقررات) است. از سیاست‌هایی که برای خروج از بحران در این رکن مطرح

فرصت امروز: دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار وزارت کار در گزارشی شاخص‌های جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۸ منتشر کرد که براساس آن رتبه جهانی ایران از ۸۵ در سال ۲۰۱۷ با افزایش ۱۳ رتبه‌ای در میان ۱۳۷ کشور جهان به ۷۲ در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافت. این گزارش نشان می‌دهد که رتبه کارآفرینی ایران در منطقه منا (خاورمیانه و شمال آفریقا) به ۱۱ رسیده است که در مقایسه با سال قبل، سه رتبه بهبود یافته است. براساس این گزارش، دستیابی به رشد و رونق اقتصادی در شرایط رقابتی عصر حاضر، بدون ایجاد محیط مساعد برای ظهور و رشد کسب‌وکارهای کارآفرینانه و نوآور امکان‌پذیر نیست. کارآفرینی موتور رشد اقتصادی است که بدون آن رشد بهره‌وری و خلق مشاغل جدید بسیار دشوار خواهد بود. مطالعات درباره کشورها نشان می‌دهد که آموزش افراد و فرهنگ‌سازی و ایجاد وجهه مناسب برای کارآفرینان در جامعه، کافی نبوده بلکه بروز کارآفرینی نیازمند محیطی مساعد است. این یعنی، کارآفرینی پدیده‌ای فرابخشی و چندوجهی است به‌نحوی که از یکسو متاثر از همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است و از سویی دیگر بر تمام این ابعاد تأثیرگذار است. از این رو توسعه کارآفرینی در گرو توجه به موضوعات مختلف از زوایا و جنبه‌های متعددی است. شاخص جهانی کارآفرینی (GEI) که همه‌ساله توسط موسسه جهانی توسعه کارآفرینی (GED) منتشر می‌شود و تصویری از تغییرات اکوسیستم کارآفرینی کشورها ارائه می‌دهد، نمانگاری است که سلامت اکوسیستم کارآفرینی در یک کشور را از طریق تعاملات پویا و نهادینه‌شده بین گرایش، توانایی و اشتیاق کارآفرینی، هم در سطح فردی و هم در سطح نهادی مورد ارزیابی قرار می‌دهد. فرض بنیادی در تهیه این شاخص این است که کارآفرینی هر چند ماهیت رفتاری و فردی دارد، اما تقریباً در صورتی امکان بروز می‌یابد که محیط به فرد اجازه بروز آن را بدهد. به‌عنوان مثال اگر نیروی انسانی تحصیل‌کرده و دارای مهارت لازم برای به‌کارگیری در کسب‌وکار مبتنی بر فرصت در جامعه به وفور وجود داشته باشد، اما شرایط محیطی و نهادی جامعه به شکلی باشد که افراد نتوانند ریسک شروع کسب و کار را بپذیرند، کارآفرینی توسعه نخواهد یافت. به عبارتی پویایی کارآفرینی در هر کشور علاوه بر خصلت‌ها و ویژگی‌های افراد جامعه، در گرو محیط نهادی نیز است.

شاخص کارآفرینی در دنیا چگونه ارتقا می‌یابد؟
در عصر حاضر، پژوهشگران حوزه سیاست‌گذاری کارآفرینی معتقدند کشورها با تعداد زیادی کارآفرین (به معنای کسب‌وکار جدید یا خوداشتغالی) نمی‌توانند به رشد و توسعه اقتصادی دست یابند بلکه نیازمند اکوسیستم کارآفرینی متناسب هستند تا بتوانند به این مهم برسند. هر اکوسیستمی شامل تعدادی زیرسیستم به هم وابسته است که با هم در تعاملند، بر یکدیگر اثرگذارند و در جهت برآوردن هدفی با یکدیگر تعامل می‌کنند. در اکوسیستم کارآفرینی وجود ذی‌نفعان و همکاری متقابل آنها با یکدیگر سبب ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه کسب و کارهای جدید می‌شود. منظور از ذی‌نفع هر نهادی است که به‌طور بالقوه با فعالیت یا باثقله حامی و



رشد ناگهانی قیمت اوراق وام مسکن

کوج نقدینگی از بازار «ارز» به «تسه»

درحالی‌که تا سه روز گذشته قیمت اوراق تسهیلات مسکن به دلیل کاهش میزان معاملات مسکن، به کمتر از ۶۰ هزار تومان رسیده بود، روز چهارشنبه با رشدی چشمگیر، اوراق تسه ۶۰ هزار تومانی، ۷۷ هزار تومان فروش رفت.

به گزارش مهر، طی ماه‌های گذشته به دلیل جذابیت‌های بازار ارز و سکه، دلان و سفته‌بازان در پی خرید و فروش دلار و سکه طلا بودند؛ به همین دلیل بازار اوراق تسهیلات مسکن (تسه) در آرامش به سر می‌برد. اما از روز سه‌شنبه با اجرای سیاست تکنرخی کردن ارز، نقدینگی سرگردان در حال خروج از بازار سکه و ارز و حرکت به سمت بازار مسکن است؛ بر این اساس طی دو روز اخیر قیمت اوراق تسه به‌صورت چشمگیری افزایش یافته است. بر اساس اعلام دیده‌بان بازار، اوراق تسهیلات مسکن صادره در شهریورماه ۹۶ با نماد «تسه ۹۶۰۶» که در روزهای پایانی هفته گذشته به قیمت ۵۹ هزار تومان به فروش رفته بود، روز چهارشنبه در فرابورس به قیمت ۶۵هزار تومان معامله شد. همچنین اوراق تسه اسفند ۹۶ (۹۶۱۲) که در روزهای گذشته ۶۰ هزار تومان بود، با قیمت ۶۵ هزار و ۴۰۰ تومان به فروش رفت. اوراق تسهیلات مسکن فروردین ۹۶ (تسه ۹۶۰۱) نیز در هفته گذشته ۵۷ هزار تومان بود که چهارشنبه به نرخ ۶۴ هزار و ۵۰۰ تومان به فروش رسید.

گفتنی است گران‌ترین نرخ اوراق تسهیلاتی که روز چهارشنبه در بازار سرمایه به فروش رسید، اوراق تسه آذر ماه ۹۵ (تسه ۹۵۰۱) بود که در هفته گذشته ۵۷ تا ۶۱ هزار تومان معامله می‌شد اما دیروز به قیمت ۷۷ هزار و ۵۰۰ تومان معامله شد. ضمن اینکه اوراق تسهیلات مسکن صادره در خردادماه ۹۵ (تسه ۹۵۰۳) نیز درحالی‌که ۶۲ هزار تومان تا روز سه‌شنبه در فرابورس خرید و فروش می‌شد، دیروز به قیمت ۷۳ هزار تومان خریداری شد. بیشترین حجم خرید و فروش اوراق نیز تاکنون فروش بسته ۲۴۰ برگ‌های این اوراق متعلق به آذرماه ۹۶ است که ۶۴ هزار و ۵۰۰ تومان به فروش رسید. به گفته کارشناسان، درحالی‌که همچنان بازار مسکن در رکود به سر می‌برد، افزایش ناگهانی نرخ اوراق تسهیلات به فاصله دو روز تعجب‌آور است. اگرچه کارشناسان بازار مسکن پیش‌بینی افزایش ناگهانی معاملات مسکن پس از ماه مبارک رمضان و درنتیجه افزایش قیمت اوراق تسهیلات مسکن را اعلام کرده بودند، با این حال افزایش قیمت این اوراق در بازه زمانی کنونی که هنوز بانک عامل بخش مسکن ترتیب اثر به پرونده‌های دریافت وام متعلق به روزهای پایانی سال گذشته را به‌طور جدی آغاز نکرده، جای تعجب دارد، به خصوص که تسدای از معاملات اوراق تسهیلات در روز چهارشنبه، خرید برگ‌ها در حجم‌های بزرگ است که نشان‌دهنده خرید این اوراق برای مصارفی غیر از دریافت وام مسکن به شمار می‌رود.

رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد

تصمیم اخیر دولت درباره قیمت ارز آثار مثبتی داشته است

رئیس بانک مرکزی گفت تصمیم اخیر دولت در تعیین نرخ ارز آثار مثبتی بر اقتصاد کشور داشته است. به گزارش ایسنا، ولی‌الله سیف در حاشیه جلسه هیأت دولت در پاسخ به پرسشی در خصوص ارزیابی تصمیم اخیر دولت برای تعیین نرخ ۴۲۰۰ تومان برای هر دلار، گفت: این تصمیم آثار مثبتی بر اقتصاد کشور داشته است. او با اشاره به اینکه این تصمیم دارای آثار و تبعات کوتاه‌مدت و بلندمدت است که آثار بلندمدت اهمیت خیلی بیشتری دارد، خاطرنشان کرد: مجهز شدن کشور و حاکمیت بر بازار اقتصاد کشور و جلوگیری از ضربه‌پذیری اقتصاد در برابر توطئه‌های دشمن یکی از آثار مثبت بلندمدت تصمیم اخیر دولت است.

سیف با تأکید بر اینکه درآمد‌های ارزی کشور به خوبی کفایت نیازهای ما را دارد، اظهار کرد: نوسانات اخیر نرخ ارز دلیل اقتصادی ندارد و بیشتر غیراقتصادی است که با این تصمیم دولت نرخ ارز تحت کنترل قرار گرفته است و عوامل غیراقتصادی دیگر نمی‌تواند به شدت قبل بر اقتصاد کشور تأثیر بگذارد.

رئیس بانک مرکزی ادامه داد: یکی دیگر از ویژگی‌های مثبت تصمیم اخیر دولت مسئله شفاف‌سازی است. اقتضای امروز بازار مالی، شفافیت است. این تصمیم دولت این امکان را فراهم کرده است که تبادلات مالی در کشور با شفافیت انجام شود. درآمد ارزی کشور یک سرمایه ملی محسوب می‌شود و ما باید دقت کنیم این سرمایه را به اولویت‌های اصلی کشور تخصیص دهیم. تصمیم اخیر دولت این ابزار را به ما می‌دهد تا بتوانیم از این پس تشخیص دهیم چه نیازهایی ضروری است. در دولت هم انسجام کلی و جدی برای کنترل نرخ ارز ایجاد شده و همه با تمام توان در صحنه هستند. جلسات متعددی با رئیس‌جمهوری و معاون اول در همین زمینه داشتیم.

وی ادامه داد: ما در رابطه با زمانبندی فروش سکه هم تنوع بیشتری ایجاد کرده‌ایم. معتقدیم در روزهای آینده قیمت سکه از قیمت دلار ۴۲۰۰ تومانی تبعیت می‌کند. حباب در سکه وجود داشت که این حباب باید خالی شود، در روزهای آینده قیمت سکه متناسب با قیمت دلار می‌شود.

توصیه‌های یک اقتصاددان به دولت درباره کنترل بازار ارز

فته دلار به روایت سعید لیلاز



عمر دولت روحانی قیمت دلار سالانه به اندازه نرخ تورم رشد کرد و سرکوب نشد. یعنی این تئوری‌هایی که مطرح می‌شود اصلا در این مورد کاربرد ندارد. این اقتصاددان ادامه داد: ارزیابی می‌کند. به گفته لیلاز، مشکلی که در موضوع ارز پدید آمده است، اصلا اقتصادی نیست و اصلاً از منظر اقتصادی به این مسئله تگرستن یک خطای بزرگ است. درنتیجه تصمیمی هم که از سوی دولت در مورد دلار گرفته شد، یک تصمیم امنیتی است و نه اقتصادی.

لیلاز در گفت‌وگو با ایلنا، با بیان اینکه دوستان مدعی لیبرالیسم و طرفداری از بازار آزاد در نشریات خود تحلیل بسیار نادرستی ارائه می‌دهند که این اتفاق در اثر سیاست‌های نادرست اقتصادی دولت بوده، گفت: این حرف بیش از این که غلط باشد، دروغ است و یک موضع ردیانه است زیرا این دوستان می‌دانند که این طور نیست. در طول دوران دولت آقای روحانی، اولاً نرخ تورم که اصلی‌ترین ضرورت تغییر قیمت ارز است به شدت کاهش پیدا کرده، ثانیاً دولت هم‌با یا نرخ تورم در طول پنج سال گذشته به تدریج نرخ دلار را اصلاح کرده است.

گزارش ۲

ایستادگی در مقابل آمریکا از چند ویژگی برخورداریم که در تحریم‌های سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ نداشتیم؛ اول اینکه دیگر دولت احمدی‌نژاد بر سر کار نیست. آن دولت، دولت حسن روحانی است. دولت روحانی برخلاف دولت احمدی‌نژاد، منافع همسو با آمریکا برای تشدید تحریم‌ها ندارد. در نتیجه با مسائل بسیار علاقه برخورد می‌کند و اجازه نمی‌دهد میان قدرت‌های جهانی اجماعی علیه ایران شکل بگیرد. درحالی‌که احمدی‌نژاد با انقلابی‌نمایی موجب شد علیه ایران میان قدرت‌های جهانی اجماع شکل بگیرد. ما این بار اجازه نخواهیم این اجماع جهانی شکل بگیرد. اجماعی در کار نخواهد بود.

لیلاز گفت: گروه‌هایی داخل می‌خواهند بازار ارز را متلاطم کنند. از این تلاطم در بازار ارز هم منافع اقتصادی دارند و هم منافع سیاسی. منافع سیاسی‌شان در واقع متزلزل کردن دولت آقای روحانی است. دولت آقای روحانی هم در بیان این حقیقت، لکنت زبان دارد. آقای حسام‌الدین آشنا در روزهای اخیر مواردی را به زبان یعجوج و معجوج و غیرقابل فهم برای عموم مردم، بیان کرده

است ولی واقعیت پوست کنده همین است که عرض کردم. او افزود: مشکل دلار یک وجه بین‌المللی هم دارد و آن این است که جلوی ورود دلار به ایران تا حد زیادی گرفته شده است. منظور از ورود دلار هم عمدتاً دلار به صورت اسکناس است. ما الان مشکل گشایش ال‌سی نداریم. حرف چند وقت پیش حسن روحانی مبنی بر این‌که درآمد ارزی ایران بیش از مصارف ارزی است، کاملاً درست است.

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه در سال گذشته حدود ۲۰ میلیارد دلار مازاد درآمد ارزی داشتیم که عدد قابل توجهی است، عنوان کرد: اما دشمنان خارجی نظام جمهوری اسلامی می‌خواهند با مختل کردن ورود اسکناس دلار به کشور، بازار ارز را بهم بریزند، درحالی‌که سهم اسکناس دلار در کل مصرف ارزی ایران ۳ الی ۴ درصد بیشتر نیست ولی با همین ۳ الی ۴ درصد می‌خواهند کل اقتصاد را ملتهب کنند، بی‌تردید این کار با موفق هم شدند. چرا؟ چون یک گروهی هم در داخل کمک‌شان کردند. در عین حال بی‌تصمیمی دولت و حاکمیت

هم به این موضوع دامن زد. این کارشناس اقتصادی یادآور شد: ما الان درگیر یک جنگ سیاسی و امنیتی هستیم. این یک موضوع اقتصادی نیست. توصیه‌ای که من به آقای روحانی می‌توانم بکنم این است که نرخ رسمی دلار را از ۴ هزار و ۲۰۰ تومان به ۴ هزار و ۸۰۰ الی ۹۰۰ تومان برسانیم به این دلیل که تلاطم‌های روانی ۲۲ اردیبهشت و اعلام خروج ترامپ از برجام را از همین الان پوشش دهیم.

او اضافه کرد: نکته دیگر هم این است که با غیرقانونی اعلام کردن بازار آزاد ارز، جز این‌که مردم را با دستگاه‌های امنیتی و انتظامی درگیر کنیم، حاصل دیگری ندارد. درحالی‌که اگر دلار در بازار آزاد گران بشود ولی تمام نیازهای ال سی کشور را با قیمت رسمی اعلام شده، پوشش بدهیم مشکلی به وجود نمی‌آید. مشکل ما الان این است که ورود دلار به صورت اسکناس به کشور سخت شده است. اگر بتوانیم از سفرهای تفریحی به خارج کشور، دو الی سه میلیون نفر بکاهیم، بسیاری از مشکلات ما خود به خود حل می‌شود و تلاطم بازار از بین می‌رود.



بانک مرکزی به دنبال کاهش قیمت سکه در بازار

بعد از دلار حالا نوبت به سکه رسید

اعلام کرده است که امکان عرضه سکه به متقاضیان در تمام شعب بانک ملی ایران و با سررسیدهای متفاوت فراهم خواهد شد. این اقدام بانک مرکزی از آن جهت صورت می‌گیرد که قیمت سکه در روزهای گذشته و هم‌زمان با رشد قیمت دلار و ارزهای دیگر به مرز ۲ میلیون تومان رسید و بارها رکوردهای جدیدی از

خود برجای گذاشت و حالا بانک مرکزی در تلاش است آنچه حباب نامیده می‌شود را بیشتر خالی کند و قیمت سکه را بیشتر کاهش دهد؛ نکته‌ای که می‌توان از قیمت‌های ارائه شده در پیش فروش سکه هم متوجه آن شد.

در اطلاعیه بانک مرکزی آمده است: به منظور ایجاد امکانات بیشتر برای متقاضیان

پیش خرید، ودیعه و نگهداری سکه‌های خریداری شده پس از سررسید (موعد تحویل) به صورت امانت نزد بانک ملی ایران در صورت توافق بانک و خریدار نیز فراهم خواهد بود. علاوه بر این، در آینده نزدیک امکان جابه‌جایی و تبادل سکه‌های خریداری شده از طریق کارت سکه تحویل شده به متقاضیان به صورت الکترونیکی و از طریق

دستگاه‌های خودپرداز بانک نیز میسر شده و از این طریق خطرات ناشی از جابه‌جایی و نگهداری سکه نزد متقاضیان کاهش خواهد یافت. در جدول ارائه شده بانک مرکزی از پیش‌فروش‌ها، قیمت سررسید تحویل یک ماهه یک میلیون و ۵۹۰ هزار تومان، سه ماهه یک میلیون و ۵۴۰ هزار تومان، ۶ ماهه یک میلیون و ۴۷۵ هزار ۹ ماهه یک میلیون و ۴۱۰ هزار تومان، یک ساله یک میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ۱۸ ماهه یک میلیون و ۲۴۵ هزار تومان و در نهایت، دو ساله یک میلیون و ۱۶۰ هزار تومان اعلام شده است.

البته در ۱۰ روز گذشته بخشی از افزایش قیمت سکه در بازار داخل به افزایش قیمت جهانی طلا بعد از شکل‌گیری جنگ تجاری بین آمریکا و چین و اثر آن بر افزایش قیمت جهانی طلا نیز مربوط می‌شود.



بازار ارز خلوت شد

دلان سنگر را حفظ کردند!

فرصت امروز: با اینکه رئیس پلیس پایتخت از دستگیری ۱۲ نفر از اخلاگران بازار و همچنین پلمب ۱۶ واحد صرافتی فاقد مجوز خبر داد و گفت در بستر فضای مجازی نیز یک گروه که با اقدامات غیرقانونی موجب اختلال در بازار ارز شده بود، شناسایی و احضار شدند، اما گزارش‌های میدانی نشان‌دهنده خلوت‌تر شدن بازار و جمع شدن صف‌های طولانی خرید دلار است، اگرچه دلان نیز همچنان در بازار هستند و به صورت نامحسوس دلار را ۵۲۰۰ تومان می‌خرند و ۵۵۰۰ تومان می‌فروشند. بر اساس آنچه ایسنا از بازار ارز و صرافی‌های چهارراه اسنابول و میدان فردوسی گزارش داده است، متقاضیانی که روزهای اخیر برای خرید دلار صف‌های طولانی کشیده بودند و مقابل صرافی‌ها تجمع کرده بودند، روز چهارشنبه پراکنده شدند و بازار نسبت به روز قبل آن آرام شده است.

روز سه‌شنبه پس از جلسه فوق‌العاده ستاد اقتصادی دولت که بر اساس آن نرخ دلار ۴۲۰۰ تومان اعلام شد، جمعیت گسترده‌ای به صرافی‌ها و بازار ارز هجوم آوردند و صف‌های طولانی را شکل دادند. اما با توجه به عرضه نشدن دلار ۴۲۰۰ تومانی به صرافی‌ها، برخلاف سه‌شنبه، بازار ارز در روز چهارشنبه چندان شلوغ نبود و بیشتر افراد صرافت صرافی‌ها قیمت‌ها را سؤال کرده یا از پشت شیشه، تابلوی اعلان قیمت‌ها را رصد می‌کنند. چنانچه همانند بازار سه‌شنبه، دلار ۴۲۰۰ تومانی توسط صرافی‌ها فروخته نمی‌شود و صرفاً این نرخ روی تابلوی اعلان قیمت صرافی‌ها مشاهده می‌شود. اما دلان و دستفروشان همچنان در بازار به شکل نامحسوسی فعال هستند و دلار را با نرخ‌ی در حدود ۵۳۰۰ تومان خریداری و با نرخ ۵۵۰۰ تومان می‌فروشند.

همچنین مانند روزهای قبل حضور نیروهای انتظامی و تزیارت حکومتی در بازار ارز پررنگ است و بازار از کنترل می‌کند.

گفتنی است روز سه‌شنبه بانک مرکزی طی اطلاعیه‌ای اعلام کرد که دلار ۴۲۰۰ تومانی فقط به متقاضیان قانونی یعنی فعالان اقتصادی اعم از صادرکنندگان و واردکنندگان تعلق می‌گیرد و شرایط فروش ارز مسافری و دانشجویی نیز مشخص می‌شود.

چگونه و چقدر ارز مسافرتی بگیریم؟

اما با تغییر و تحولاتی که در سیاست‌های ارزی رخ داد و دلار تکنرخی شد، اکنون مسافران برای دریافت ارز مورد نیاز خود با ابهاماتی مواجهند. به عبارت دیگر، در جریان یکسان‌سازی نرخ ارز برای دلار نرخ ۴۲۰۰ تومان تعیین شد و تمامی گروه‌ها و مشمولان دریافت ارز مبادله‌ای که با نرخ پایین‌تر از بازار و حدود ۳۸۰۰ تومان آن را دریافت می‌کردند، باید از این پس دلار ۴۲۰۰ تومانی را مورد استفاده قرار دهند.

یکی از گروه‌های مصرف‌کننده ارز، مسافران خارج از کشور هستند؛ این افراد البته تا شهریورماه سال ۱۳۹۶ از مبادله‌ای دریافت می‌کردند، یعنی با نرخ دولتی که به کمتر از ۳۸۰۰ تومان می‌رسید، به‌طوری‌که به هر مسافر به اندازه ۳۰۰ دلار پرداخت می‌شد و برای سفرهای عتبات عالیات حدود ۲۰۰ دلار بود، اما از نیمه دوم سال گذشته با بازنگری در مقررات ارزی این گزینه حذف شد و مسافران باید ارز را به صورت آزاد دریافت می‌کردند.

اما بعد از حذف ارز مسافرتی از لیست مبادله‌ای شرایطی که وجود داشت این بود که مسافران می‌توانستند از صرافی بانک‌ها تا سقف ۵۰۰ دلار ارز دریافت کنند که با ارائه پاسپورت، کارت ملی و بلیت انجام می‌شد و نرخ آن تفاوت چندانی با بازار نداشت و حدود ۱۵ تا ۲۰ تومان روی هر دلار ارزان‌تر عرضه می‌شد. با این حال با تصمیم اخیر ارزی و یکسان‌سازی نرخ ارز شرایط مسافران بار دیگر تغییر کرده و حجم دلار اختصاص یافته به آنها تا یک پنجم کاهش یافته است.

از این پس مسافران باید دلار را با نرخ ۴۲۰۰ تومان دریافت کنند و شرایط از این قرار است که ارز مسافرتی برای یکبار سفر در سال تا حدود ۱۰۰۰ یورو یا معادل آن به سایر ارزها به مسافران در مرزهای خروجی هوایی پرداخت می‌شود. میزان ارز مسافرتی پرداختی به مسافران هوایی به کشورهای هم‌مرز و مشترک‌المنافع به غیر از عراق ۵۰۰ یورو و یا معادل آن به سایر ارزها است.

متقاضیان ارز مسافرتی موظف هستند گذرنامه معتبر، بلیت هواییما، ویزای کشور مقصد (کشورهایی که نیاز به ویزا دارند) و رسید پرداخت عوارض خروج از کشور را به بانک ملی بدهند. پرداخت ارز در باجه بانک ملی مستقر در مبادی خروجی پس از (باجه کنترل گذرنامه) و در مقابل دریافت سند حسابداری و مهر کردن گذرنامه متقاضی انجام می‌شود. میزان و ترتیب‌ات پرداخت ارز به زائران عتبات عالیات فعلاً مشخص نیست و پس از هماهنگی با سازمان حج و زیارت مشخص می‌شود.

با توجه به شرایط جدید دیگر مسافران برای دریافت ارز هیچ نیازی به ورود به بازار ارز یا مراجعه به صرافی بانک‌ها ندارند و تماماً در شبکه بانکی انجام می‌شود.

اقتصاد جهان



تبعات جنگ تجاری چین و آمریکا از نگاه سی ان ان مانی

سرمایه‌گذاران چینی از آمریکا دور می‌شوند

سی ان ان مانی در گزارشی به اقدامات ترامپ و تعرفه‌هایی که روی واردات کالاهای چینی اعمال کرده، پرداخته و معتقد است که طبق گزارش‌ها، میزان سرمایه‌گذاری چینی‌ها در آمریکا در سال گذشته ۳۶درصد کاهش یافته است.

براساس این گزارش، سرمایه‌گذاری چینی‌ها در ایالات متحده در سال ۲۰۱۷ افت کرده است. البته این افت قبل از ماجرای جنگ تجاری است که ترامپ بر پا کرده است.

سال‌های زیادی است که چینی‌ها پول قابل توجهی به ایالات متحده می‌فرستند تا روابط اقتصادی دو کشور را تقویت کنند، اما سرمایه‌گذاری آنها از ۴۶۵میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به ۲۹۰۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ رسیده است. این کاهش بیش از یک سوم است. با این حال هنوز هم سال ۲۰۱۷، دومین سالی است که رکورد سرمایه‌گذاری چینی‌ها در آمریکا ثبت شده است.

این کاهش شدید سرمایه‌گذاری، پیش از آنکه ترامپ جنگ تجاری را آغاز کند و تعرفه‌ها را روی واردات فولاد و آلومینیوم اعمال کند، اتفاق افتاده است. آمریکا هنوز هم به دنبال اعمال تعرفه‌های بیشتر برای کالای چینی به مبلغ ۱۵۰ میلیارد دلار است. آمریکا می‌گوید چین باید بابت سرقت مالکیت معنوی و اسرار تجاری مجازات شود. چین محدودیت‌های سرمایه‌گذاری خارجی را تشدید کرده است. استفان اورلینس، رئیس کمیته ملی روابط آمریکا و چین می‌گوید: چینی‌ها از حدود یک و سال و نیم گذشته شروع به اعمال کنترل سرمایه‌ای کردند تا مردم از انجام بسیاری از خریدها از ایالات متحده محدود شوند. سال ۲۰۱۷، یکن اعلام کرد سرمایه‌گذاری خارج از کشور توسط شرکت‌های چینی در صنایعی مانند املاک و مستغلات، هتل‌ها، باشگاه‌های ورزشی را محدود می‌کند.

در آمریکا هم محیط نظارتی سخت‌تر شده است. کمیته سرمایه‌گذاری خارجی ایالات متحده (CFIUS)، یک کمیته بین‌سازمانی است که تحت مدیریت وزارت خزانه‌داری آمریکا فعالیت می‌کند. این کمیته معامله‌ها را بررسی می‌کند که آیا یک سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند خطر امنیت ملی ایجاد کند یا خیر. براساس برآوردهای گروه رادیوم و کمیته ملی روابط ایالات متحده و چین، در سال ۲۰۱۷، بیش از ۸ میلیارد دلار معامله از بین رفته است، چراکه شرکت‌ها نمی‌توانند نگرانی‌های کمیته سرمایه‌گذاری خارجی ایالات متحده را رفع کنند. چشم‌انداز ۲۰۱۸ برای سرمایه‌گذاران چینی در آمریکا به نظر بهتر از حال نخواهد بود. این واقعیت هم که تشدید مبارزات تجاری بین چین و ایالات متحده رو به افزایش است، کمی به ماجرا نخواهد کرد. در تئوری، تعرفه‌های ترامپ، می‌تواند برخی تولیدکنندگان خارجی را تشویق به تأسیس کارخانه در خاک آمریکا کند، اما مجازات‌های تجاری تنها به شرکت‌های خارجی ختم نمی‌شود، این موضوع روی فضای کسب و کار هم سایه می‌اندازد. همین تنش‌ها باعث تشدید نگرانی چینی‌ها در انجام تجارت با آمریکا شده است.

پر درآمدترین مشاغل فناوری در سال ۲۰۱۸ میلادی

۱۰ شغل پر درآمد جهان در حوزه فناوری

به تازگی فهرستی از پر درآمدترین مشاغل حوزه

تکنولوژی و IT جهان که در سال ۲۰۱۸ میلادی رتبه آورده‌اند، منتشر شده است.

به گزارش ایسنا، به نقل از وب‌سایت CIO، از آنجا که در سال‌های اخیر پیشرفت تکنولوژی، سرعت بسیار بالا و غیرمنتظره‌ای را پیموده است، مشاغلی که در این حوزه بوده‌اند نیز از مزایای خیلی خوبی برخوردار شده‌اند. همچنین کارهای زیادی هم که پیشتر حتی نام‌شان برای‌مان آشنا نبود، به مشاغل روز جهان اضافه شده و گوی رقابت را از سایر شغل‌های قبلی و قدیمی ربوده‌اند. افرادی که این روزها به دنبال شغل در حوزه تکنولوژی هستند، باید از این پس دقت بیشتری در انتخاب و تعیین شغل‌شان داشته باشند، چراکه می‌توانند با توجه به فهرست زیر، درآمد بیشتری را برای خود کسب و آینده خود را با علم و دانش بیشتری پایه‌ریزی کنند.

آگاهی از اینکه این روزها چه مشاغلی از درآمد بهتر و شرایط مطلوب‌تری بهره‌مند هستند، برای افراد به‌خصوص جوانان و نوجوانانی که در حال تصمیم‌گیری برای رشته و شغل آینده خود هستند، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. لیست زیر به ترتیب، پر درآمدترین و بهترین مشاغل جهان در حوزه تکنولوژی و ارتباطات و فناوری (IT) را فهرست کرده است:

- توسعه‌دهنده نرم‌افزار
- تحلیلگر امنیت اطلاعات
- مدیر بخش ارتباطات و فناوری
- تحلیلگر سیستم‌های رایانه‌ای
- مهندس شبکه رایانه
- دانشمند داده
- تحلیلگر اطلاعات تجاری
- توسعه‌دهنده مرکز داده (دیتاستر)
- تکنیسین پشتیبانی و کمک به کاربران رایانه
- سرپرست امنیت سایبری و داده.

براساس گزارش‌های منتشرشده، این مشاغل در برخی کشورها، از جمله ایالات متحده آمریکا، کانادا و استرالیا از درآمد و شرایط بهتری برخوردارند و کارچوپان باید برای بهره‌مندی از مزایای آن به سراغ این دسته از مشاغل برند.

فرصت امروز: یکی از نموده‌های

سیاسی التهاب اخیر بازار ارز، بازگشت مقتدرانه اسحاق جهانگیری در متن سیاست‌های اقتصادی دولت بود. با اینکه برخی گمانه‌زنی‌های سیاسی از ضعیف‌شدن جایگاه معاون اول رئیس‌جمهور و در نتیجه خروج او از بدنه دولت حکایت می‌کرد، اما شوک ارزی به‌وجود آمده و اعلام سیاست‌های اقتصادی دولت از زبان معاون اول رئیس‌جمهور نشان داد که جهانگیری همچنان نماد اقتدار دولت و پرچمدار دولت در میدان ساماندهی بازار ارز است، چنانچه نخستین‌بار او بود که دوشنبه‌شب، نتیجه جلسه فوق‌العاده ستاد اقتصادی دولت با حضور رئیس‌جمهور را اعلام کرد

و دستور روحانی برای عرضه دلار ۴۲۰۰ تومانی در قالب ارز تک‌نرخه برای تمام فعالان اقتصادی را ابلاغ کرد. همین امر موجب شد تا برخی از رسانه‌ها روز گذشته تیرت نخست خود را به «بازگشت جهانگیری» و «بازگشت اسحاق» اختصاص دادند و از نقش پررنگ او در حل بحران ارزی و ساماندهی بازار ارز نوشتند.

اما دومین جلسه ساماندهی بازار ارز روز گذشته با رئیس‌جمهور برگزار شد و جهانگیری در حاشیه این جلسه به تشریح تصمیمات دولت برای ساماندهی بحران ارزی پرداخت. او از اراده دولت برای اجرای پر قدرت سیاست تک‌نرخه برای اسحق جانی پرداخت. او از اراده دولت برای انتقال سرمایه از کشور انجام شد من متاسفم وقتی دیدم موضوع برخی رسانه‌های خارجی این بود برخی از افراد ارز رسمی بانک مرکزی، مصداق قاچاق است و با آن برخورد خواهد شد.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به

روز گذشته با اشاره به اینکه اتفاقات بازار ارز به شدت مسائل اقتصادی کشور را تحت‌الشعاع قرار داده است، گفت: ما نمی‌توانیم نسبت به زندگی ۸۰ میلیون ایرانی بی‌تفاوت باشیم.

جهانگیری با اشاره به اینکه باید تصمیمات مهم و اساسی کشور مرتب رصد شود و حتی اگر لازم باشد تصمیمات لحظه‌ای گرفته شود تا تصمیم اصلی را با موفقیت دنبال کنیم، اظهار کرد: رئیس‌جمهور نسبت به پیگیری تصمیمات اخیر دولت حساسیت ویژه‌ای دارد و علاقه‌مندند در همه جلسات حضور داشته باشند. او ادامه داد: ستادی هم که برای تنظیم بازار ارز تشکیل شده است روزانه تشکیل جلسه می‌دهد که این ستاد روز گذشته هم با حضور رئیس‌جمهور برگزار شد و تصمیماتی اتخاذ کرد. به هر حال برخی از مسائل اقتصادی کشور به تصمیمات جدی نیاز دارد زیرا گاهی اتفاقاتی می‌افتد که به اقتصاد کشور و زندگی مردم آسیب می‌زند؛ اتفاقاتی که در مورد ارز رخ داد همه زندگی مردم را تحت تأثیر قرار داد و ما نمی‌توانیم نسبت به زندگی ۸۰ میلیون ایرانی بی‌تفاوت باشیم.

جهانگیری با اشاره به اینکه باید تصمیمات مهم و اساسی کشور مرتب رصد شود و حتی اگر لازم باشد تصمیمات لحظه‌ای گرفته شود تا تصمیم اصلی را با موفقیت دنبال کنیم، اظهار کرد: رئیس‌جمهور نسبت به پیگیری تصمیمات اخیر دولت حساسیت ویژه‌ای دارد و علاقه‌مندند در همه جلسات حضور داشته باشند. او ادامه داد: ستادی هم که برای تنظیم بازار ارز تشکیل شده است روزانه تشکیل جلسه می‌دهد که این ستاد روز گذشته هم با حضور رئیس‌جمهور برگزار شد و تصمیماتی اتخاذ کرد. به هر حال برخی از مسائل اقتصادی کشور به تصمیمات جدی نیاز دارد زیرا گاهی اتفاقاتی می‌افتد که به اقتصاد کشور و زندگی مردم آسیب می‌زند؛ اتفاقاتی که در مورد ارز رخ داد همه زندگی مردم را تحت تأثیر قرار داد و ما نمی‌توانیم نسبت به زندگی ۸۰ میلیون ایرانی بی‌تفاوت باشیم.

به گزارش ایسنا، معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه اتفاقات بازار ارز به شدت مسائل اقتصادی کشور را تحت‌الشعاع قرار داد و موجب ایجاد فسادهایی شد، خاطر نشان کرد: حتی برخی انتقال سرمایه از کشور انجام شد من متاسفم وقتی دیدم موضوع برخی رسانه‌های خارجی این بود برخی از افراد ارز رسمی بانک مرکزی، مصداق قاچاق است و با آن برخورد خواهد شد.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به

روز گذشته با اشاره به اینکه اتفاقات بازار ارز به شدت مسائل اقتصادی کشور را تحت‌الشعاع قرار داد و موجب ایجاد فسادهایی شد، خاطر نشان کرد: حتی برخی انتقال سرمایه از کشور انجام شد من متاسفم وقتی دیدم موضوع برخی رسانه‌های خارجی این بود برخی از افراد ارز رسمی بانک مرکزی، مصداق قاچاق است و با آن برخورد خواهد شد.

روز گذشته با اشاره به اینکه اتفاقات بازار ارز به شدت مسائل اقتصادی کشور را تحت‌الشعاع قرار داد و موجب ایجاد فسادهایی شد، خاطر نشان کرد: حتی برخی انتقال سرمایه از کشور انجام شد من متاسفم وقتی دیدم موضوع برخی رسانه‌های خارجی این بود برخی از افراد ارز رسمی بانک مرکزی، مصداق قاچاق است و با آن برخورد خواهد شد.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به روز گذشته با اشاره به اینکه اتفاقات بازار ارز به شدت مسائل اقتصادی کشور را تحت‌الشعاع قرار داد و موجب ایجاد فسادهایی شد، خاطر نشان کرد: حتی برخی انتقال سرمایه از کشور انجام شد من متاسفم وقتی دیدم موضوع برخی رسانه‌های خارجی این بود برخی از افراد ارز رسمی بانک مرکزی، مصداق قاچاق است و با آن برخورد خواهد شد.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به

گزارش جهانگیری از دومین جلسه ساماندهی بازار ارز با حضور رئیس‌جمهور

اراده دولت برای اجرای پر قدرت سیاست تک‌نرخه شدن ارز



تقاضاهای غیرواقعی بالا بردند تا بیرون از ایران برای خود کارهایی انجام دهند که این اقدامات با هیچ سیاستی سازگار نیست و ما به جهت مسائل امنیت ملی این نیاز را دیدیم که تصمیمات جدی بگیریم.

معاون اول رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه اقتصاد ایران باید از ثبات، آرامش و اطمینان برخوردار باشد، اظهار کرد: آنها که بحث تحریم را مطرح کرده یا به برنامه‌های دیگر درباره ایران فکر می‌کنند، باید بدانند با چه اقتصاد، مسغولان و مردمی روبه‌رو هستند. هر کس به ایران نگاه می‌کند باید بداند اینجا کشوری است که از ثبات و آرامش به ویژه در مسائل اقتصادی برخوردار است. من رمز اصلی موفقیت را در همکاری مردم به‌خصوص فعالان اقتصادی می‌دانم. فعالان اقتصادی به ثبات اقتصادی کشور بیش از هر چیزی فکر می‌کنند. سودجویی برای هیچ‌کس منفعت درازمدت نخواهد داشت و ثبات اقتصادی برای همه منفعت خواهد داشت.

جهانگیری با تأکید بر اینکه دولت ارز تمام نیازهای منطقی کشور اعم از کالا و خدمات را تأمین می‌کند، تصریح کرد: از تأکیدات رئیس‌جمهور و دولت این است

که افرادی که ارز دارند، ارز خود را با اطمینان در بانک‌ها سپرده‌گذاری کنند و سود آنها را بگیرند و در هر مقطعی که خواستند عین ارز و سودش را از سیستم بانکی دریافت کنند.

وی در پایان با اشاره به اینکه دولت به اجرای قول‌های خود به خصوص در قراردادهای بانک‌ها و مردم متعهد است، اظهار کرد: اگر در این زمینه بانکی تخلف کرد، مردم می‌توانند از بانک شکایت کنند و قوه قضاییه هم حتما از حقوق مردم دفاع خواهد کرد.

جهانگیری با اشاره به اینکه اتفاقات بازار ارز به شدت مسائل اقتصادی کشور را تحت‌الشعاع قرار داد و موجب ایجاد فسادهایی شد، خاطر نشان کرد: حتی برخی انتقال سرمایه از کشور انجام شد من متاسفم وقتی دیدم موضوع برخی رسانه‌های خارجی این بود برخی از افراد ارز رسمی بانک مرکزی، مصداق قاچاق است و با آن برخورد خواهد شد.

روحانی در جلسه ستاد اقتصادی دولت برای مدیریت بازار ارز

گامی برای کاهش نگرانی مردم، تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی

بسیار مساعد ارزیابی کرد و مدیریت بازار ارز را برای مقابله با تهدیدات و کاهش آسیب‌پذیری ضروری دانست. **تغییرات ارزی اخیر موجب به وجود آمدن کمبود دارویی نشده است**

همچنین روابط عمومی سازمان غذا و دارو اعلام کرد که تغییرات ارزی اخیر موجب کمبود دارویی در کشور نشده است. به گزارش ایسنا، دکتر کیانوش جهانپور با اشاره به تغییرات ارزی اخیر، یادآور شد: تغییرات ارزی اخیر موجب به وجود آمدن کمبود دارویی نشده است چراکه همواره ذخیره داروی کافی (برای داروهای حیاتی تا شش ماه) در شرکت‌های تولیدکننده، واردکننده و پخش و توزیع و داروخانه‌ها وجود دارد و مشکلی نیز در تأمین داروی مورد نیاز در ماه‌های آتی نخواهیم داشت.

سختگوی سازمان غذا و دارو افزود: بخشی از داروها با تعامل قبلی با بانک مرکزی و قانون بودجه از طریق ارز مرجع تأمین می‌شود و ما نگرانی در حوزه تأمین دارو نخواهیم داشت. بنا بر اعلام روابط عمومی سازمان غذا و دارو، وی تأکید کرد: درک درستی در مورد استراتژیک‌بودن دارو و اولویت آن در تخصیص منابع ارزی در مجلس و دولت وجود دارد و لذا درخصوص تأمین دارو و ثبات بازار دارویی نگرانی عمده‌ای وجود ندارد.

مدیر روابط عمومی سازمان غذا و دارو همچنین اعلامی اصلاح فرآیندهای زنجیره تأمین دارو به تدریج انجام می‌شود و گزارش اقدامات انجام‌شده طی هفته‌ها و ماه‌های آتی اعلام خواهد شد.

مدیر روابط عمومی سازمان غذا و دارو همچنین اعلامی اصلاح فرآیندهای زنجیره تأمین دارو به تدریج انجام می‌شود و گزارش اقدامات انجام‌شده طی هفته‌ها و ماه‌های آتی اعلام خواهد شد.

دریچه

حضور همه‌جایی جاسوس‌های دیجیتال

ناکجا آباد تبلیغات به روایت اکونومیست

اکونومیست در گزارشی به آینده دنیای تبلیغات پرداخته و هشدار داده است که بیش از اندازه حساب باز کردن روی تبلیغات می‌تواند برای سلامتی شما مضر باشد. در واقع، این روزها انسان‌ها بدون اینکه خودشان نیز بدانند در آگهی‌ها شناور هستند. شرکت‌های مختلف بسر رفتار مصرف‌کننده احاطه پیدا کرده‌اند و به کمک تبلیغات سعی دارند او را وادار به خرید کنند، اما در آینده چه اتفاقاتی در زمینه دنیای تبلیغات رخ خواهد داد؟

در این گزارش که آینده‌نگر ترجمه کرده است، آمده است: دنیایی را تصور کنید که در آن از طلوع آفتاب تا غروب آن، ذهن شما آماج تبلیغات هوشمند قرار می‌گیرد. از تلفن همراه‌تان گرفته تا صفحه نمایش تلویزیون خانگی، مدام در حال مشاهده تبلیغات بازرگانی هستید؛ آگهی‌هایی که از امیال شما آگاه هستند پیش از آنکه حتی خود شما از آنها آگاه شوید. ماشین‌های بدون راننده به محض اینکه داخل آنها قرار می‌گیرید درها را قفل می‌کنند و از آنجا که آگهی شخصی شما را می‌دانند، شما را با آن بمباران می‌کنند. حتی اگر بخواهید به آنها توجهی نداشته باشید و به بیرون نگاه کنید با بیلبوردهای تبلیغاتی غول‌پیکر و تبلیغات محیطی روبه‌رو می‌شوید. همه دستیاران دیجیتالی شما می‌دانند چه چیزهایی را و چگونه بر سر راه شما قرار بدهند تا شما را به سمت کالای مورد نظر خودشان هدایت کنند.

این جاسوس‌های دیجیتالی

سال‌ها پیش جارون لانری یکی از متفکران در سیلیکون‌ولی پیش‌بینی کرده بود که چنین اتفاقی می‌تواند در آینده رخ بدهد. او به این ماجرا «حضور همه‌جایی جاسوس‌های دیجیتالی» گفته بود. به باور

او شرکت‌های خاصی وجود دارند که همه رفتارهای مصرف‌کننده را کنترل می‌کنند؛ آنها لحظه به لحظه مصرف‌کننده را رصد می‌کنند و سعی دارند او را در مسیری که مطلق منافع خودشان است هدایت کنند. در واقع آنها هر آنچه را مصرف‌کننده می‌بیند یا می‌شود کنترل می‌کنند. آگهی همیشه بخشی جدایی‌ناپذیر از اقتصاد است و درون آن خانه خواهد داشت.

شاید کمی عجیب به نظر بیاید، اما این ناکجا‌آبادی که از آن صحبت می‌کنیم همان چیزی است که سرمایه‌گذاران نیز در بازار سهام روی آن سرمایه‌گذاری می‌کنند. چندین شرکت آمریکایی وجود دارند که برای کسب درآمد خود تماماً به این جریان وابسته هستند. آنها استراتژی‌های خود را حول‌حوش همین مسائل مربوط به آگهی‌ها قرار داده‌اند و موفق شده‌اند در عرض پنج سال با رشد ۱۲۶درصدی به درآمد ۳۰۱تریلیون دلاری دست پیدا کنند. آن بخش از اقتصاد آمریکا که آگهی‌محور است در حال حاضر به صورت نظام‌مند به بخشی مهم و حیاتی تبدیل شده است. ارزش بازار آن نیز حتی از صنعت بانکداری بیشتر است.

بزرگ‌ترین شرکت‌ها فیس‌بوک و الفبت (شرکت گوگل) هستند که بیشترین وابستگی را به تبلیغات دارند؛ اولی ۹۷درصد و دومی ۸۸درصد به درآمد‌های ناشی از تبلیغات وابسته است و فروش آنها تنها در صورت موفق‌بودن آگهی‌ها متوقف خواهد شد. برخی از شرکت‌های تلویزیونی نیز در آمریکا وجود دارند که ادعا می‌کنند درآمد آنها از طریق آگهی‌ها در حال سقوط نیست. بسیاری از استراتژت‌آب‌ها مانند اسنپ نیز به آگهی‌ها وابسته هستند. هنوز کسی به صورت دقیق نمی‌داند چه میزان درآمد از طریق تبلیغات در آمریکا به دست می‌آید. برآوردهای شومیتیر در اکونومیست نشان می‌دهد که دست‌کم ۱درصد از تولید ناخالص داخلی آمریکا از این طریق حاصل می‌شود. این رقم تا سال ۲۰۲۷ به ۰٫۸درصد از تولید ناخالص داخلی خواهد رسید. این رشد بزرگ و زیادی خواهد بود. بیشترین کار را در این زمینه تبلی‌های بزرگ تکنولوژی انجام داده‌اند. فیس‌بوک به قدری آگهی‌های دارد و هزینه صرف آن می‌کند که از همه شرکت‌ها و کسب‌وکارهای کوچک در آمریکا نیز بیشتر است.

آگهی‌ها می‌توانند گاهی بسیار اثرگذار باشند و مشتری را قانع کنند خرید را انجام بدهد. بسیاری از مشتریان تنها به کمک تبلیغات ترغیب به پول خرج‌کردن و خرید می‌شوند. شرکت‌ها هزینه‌های زیادی صرف می‌کنند تا نیازهای این مصرف‌کنندگان را پیش‌بینی و در نهایت آنها را وادار به خرید کنند، اما هرچه خرید و فروش به سمت آنلاین تغییر مسیر می‌دهد، تبلیغات و آگهی‌ها نیز به همان سمت می‌روند. یعنی این روزها حجم تبلیغات و آگهی‌های آنلاین نیز همزمان با خرید آنلاین در حال افزایش است. حتی بسیاری از شرکت‌ها که آنلاین نیستند با شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های آنلاین همراه می‌شوند تا فروش خود را تضمین کنند.

فرض کنید واقعا روزی برسد که هزینه برای آگهی به ۰٫۸درصد تولید ناخالص داخلی آمریکا در سال ۲۰۲۷ برسد. هزینه بسیاری از شرکت‌ها بالا می‌رود. آنها باید برای کسب سود بیشتر، آگهی‌های بیشتری داشته باشند. البته این شرایط به نظر واقعی و امکان‌پذیر نمی‌آید. در واقع بیشتر نوعی امید و خوش‌بینی به عصری متفاوت برای تبلیغات شباهت دارد. کسی از آینده خبر ندارد. شاید فروش و درآمد از طریق تبلیغات به مرور زمان کمتر نیز بشود و در نتیجه شرکت‌ها استراتژی خود را تغییر بدهند. شاید هم شرکت‌های مختلف تلاش بیشتری برای کسب بازار داشته باشند. در دنیای تبلیغات هر چیزی ممکن است، می‌توان انتظار هر چیزی را داشت و می‌توان همیشه با آن غافلگیر شد.

دریچه



صرافی‌های غیرمجاز چگونه بحران‌ساز ارز شدند؟

خرابکاری یک غیرمجاز دیگر در اقتصاد ایران

بعد از ماجرای تلخ و پرهزینه موسسات مالی غیرمجاز که آثار فعالیت آنها تا سال‌های سال بر دوش اقتصاد ایران سنگینی خواهد کرد، دمل چرکین دیگری سر باز کرد که نشان داد هنوز نظام پولی کشور بعد از پنج سال تلاش برای نظم‌دهی به ساختار پولی کشور نتوانسته به‌طور کامل درزهایی که در دو دهه گذشته در اقتصاد ایران باز شده، ببندد. به گزارش خبرآنلاین، هرچند در سال‌های گذشته نسبت به فعالیت صرافی‌های غیرمجاز توصیه‌های بسیاری از سوی کارشناسان به بانک مرکزی صورت گرفته بود، با این حال آن روزها صرافی‌های غیرمجاز تبدیل به بازیگران خطرناکی در بازار ارز نشده بودند. شاید به همین دلیل اولویت بانک مرکزی سامان‌بخشی به موسسات غیرمجاز بود. از همین رو، تمام توان خود را در این بخش متمرکز کرد.

اگر شکل‌گیری موسسات مالی و اعتباری را نتیجه سودجویی گروهی رانت‌خوار و فرصت‌طلب بدانیم، آنچه در بازار ارز اتفاق افتاد هم نمونه دیگری از سودجویی بود.

صرافی‌های غیرمجاز از کجا آمدند؟

اگرچه برخی گزارش‌ها، شکل‌گیری صرافی‌های غیرمجاز را به دو دهه قبل مرتبط می‌دانند، اما صرافی‌های غیرمجاز در دولت دهم رشد قارچ‌گونه پیدا کردند. شرایط تحریم ناشی از قطعنامه‌های شورای امنیت علیه کشورمان، سبب شده بود تا نقل و انتقال ارز با مشکل مواجه شود. حجم این نقل و انتقال‌ها دیگر از عهده صرافی‌های مجاز خارج بود و به همین دلیل گروهی که بازار صرافی‌ها را داغ دیدند، به فکر تأسیس صرافی ولو بدون اجازه بانک مرکزی افتادند. درست مثل اتفاقی که برای موسسات مالی غیرمجاز در فضای آشفته بانکداری آن روزها افتاد. به تدریج تعداد صرافی‌های غیرمجاز از حد می‌گذشت؛ برخی آمارها از برابری این تعداد با مجوزدارها خبر می‌داد که سال گذشته بانک مرکزی برای ساماندهی بازار ارز با فراخوان چند نوبته برای دریافت مجوز، از آنها خواست تا به سیستم نظارتی بانک مرکزی بپیوندند. هرچند تعدادی از این فراخوان استقبال کرده و مجوز گرفتند، اما گروهی هم بی‌توجه کار خود را پیش می‌بردند. لایمب ۲۰۰ صرافی توسط بانک مرکزی در همان ایام نشان داد که این بانک در اجرای بخش نظارتی خود مصمم است، اما این اقدام کافی نبود. چه آنکه اتفاق‌های دیگری در شش ماه گذشته افتاد که سبب شد، راهبری بازار ارز به‌دست غیرمجازها بیفتد.

لیدرهای زیرپله‌ای

اگر فساد موسسات مالی غیرمجاز توانست ۱۷ درصد از کل تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص دهد، فساد صرافی‌های غیرمجاز کمتر از آن نیست. البته آمار دقیقی از سهم آنها در اتفاقات اخیر ارائه نشده، با این حال آمار غیررسمی خروج ارز از کشور نشان می‌دهد که رقم دخالت آنها قابل توجه است. پشت پرده بازیگردانی صرافی‌های غیرمجاز را حتماً باید نهادهای امنیتی اعلام کنند. یک سوی ماجرا اما به روشنی پیداست که مخالفان خارجی ایران از آشفته‌بازار ارز سواستفاده کردند. هرچند تحرکات گروه‌های مخالف دولت در داخل کشور هم بی‌تأثیر نبود که سبب شد گروهی خارج از مرزهای ایران از اول گل‌آلود ارز ماهی‌های درشت بگیرند. البته حتماً گروهی که در داخل به دنبال تسویه سیاسی با دولت دوازدهم فتیله قیمت ارز را بالا کشیدند، گمان نمی‌کردند که آتش می‌تواند اینچنان گسترده شود که دامن آنها را هم بگیرد. وقتی هرج و مرج می‌شود، حتماً گروهی هم می‌خواهند از این شرایط نفع ببرند، همانطور که زیرپله‌ای‌ها هم توانستند بر بازار ارز اثرگذار باشند. کار به جایی کشید که قیمت ارز به جای آنکه در بازار معاملات تهران تعیین شود، بازار سلیمانیه به بازار ایران نرخ می‌داد.

زبان‌کنندگان ساده‌لوح

تصمیمی که دو شب پیش دولت گرفته و از سوی اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهور اعلام شد، هرچند بنا به گفته تحلیلگران اقتصادی دیر هنگام ولی درست بود، فقط با قیمت‌گذاری به نتیجه نخواهد رسید. شاید بهتر باشد ریشه‌های این اختلال در نظام ارزی کشور ابتدا در داخل خشکانده شود. چه آنکه تا زمانی که غیرمجازها برپا هستند، با وجود محدودیت‌های تازه برای در اختیار داشتن ارز، اگر ارز از سوی صرافی‌های بانکی با رقم اعلام‌شده دولت معامله شود، حتماً وجود صرافی‌های زیرپله‌ای می‌تواند باز هم این بازار را آشفته کند. واقعیت این است که در بحران ارزی که در ابتدای سال افتاد، گروهی زبان کردند و گروهی به پول‌های بزرگ دست یافتند. آنهایی که زبان کردند، سرمایه‌گذاران خرد بودند که پس‌اندازهای محدودی داشتند و برای دریافت سود بیشتر دارایی‌های کوچکشان را به سمت بازار ارز برده بودند و حالا با تکررخی شدن ارز، سرنوشت پول‌های آنها تلخ خواهد بود.

اما دسته دوم بازیگرانی بودند که بر آتش ارز دمیدند. آنها به خوبی می‌دانستند که در چه فضایی گام برمی‌دارند و وارد چه مناسبات اقتصادی خواهند شد. تا این گروه برپاست ارز ۴۲۰۰ تومانی دست‌نیافتنی است.

شوک ارزی چگونه اتفاق افتاد؟

۱۰ اخلاک‌گر بازار ارز



بازار ارز ایران در حالی تن به نظام تک‌نرخ می‌داد که حدود شش ماه تحت تأثیر عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر اقتصاد، در نوسان بود. هرچند همیشه عوامل خارجی یکی از مولفه‌های مؤثر بر بازار ارز ایران به شمار می‌رود، اما همپوشانی آن با برخی عوامل داخلی بر شدت این نوسان‌ها افزود. با این کار و با وجود تداوم رشد اقتصادی و گشایش در روابط بین‌المللی مالی و بانکی و درحالی‌که عوامل روانی خارجی نظیر تهدید آمریکا به خروج از برجام در ۲۲ اردیبهشت سعی در روشن کردن التهاب در بازار داشتند، شعله «ناطمینانی» از آینده اقتصاد در ذهن بازیگران اقتصادی و صاحبان سرمایه روشن شد.

به گزارش ایرنا، اما در کنار عوامل سیاسی و روانی، نمی‌توان اثر دیگر بازیگران در بازار ارز ایران را نادیده انگاشت و به تنهایی انگشت اتهام را به سمت بازی‌سازان خارجی نشانه رفت، زیرا اقتصاد ایران با دردها و مشکلات مزمنی دست به گریبان است که علاج هریک از آنها برنامه می‌خواهد. با این همه، بازار ارز ایران در حالی تن به نظام تک‌نرخ می‌داد که حدود شش ماه تحت تأثیر عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر اقتصاد، در نوسان بود.

۱: در صدر متهمان بروز نوسان‌های ارزی، تشدید مقررات مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم از سوی گروه ویژه اقدام مالی (FATF) قرار دارد؛ الزام کشورها به هم‌توانستند بر بازار ارز اثرگذار در سال گذشته میلادی سبب شد تا شرکای تجاری ایران از جمله چین و امارات موضع سختگیرانه‌ای را در قبال حساب‌های ایرانیان اتخاذ کنند که به مسدود شدن بسیاری از این حساب‌ها انجامید؛ اقدامی که به‌طور مستقیم بر مرادوات ارزی و تجاری بازرگانان اثر گذاشت.

هرچند با تلاش‌های بانک مرکزی در بهمن ماه پارسال حساب ایرانی‌ها در چین بازگشایی شد، اما همین چند ماه بلاکلیفی کافی بود تا بازار آسیب ببیند، زیرا چه بخواهیم و چه نخواهیم، اژدهای زرد بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران است یعنی هم بیشترین خرید نفت و کالاهای غیرنفتی را از ایران دارد و هم بیشترین صادرات را به کشورمان انجام می‌دهد.

۲: در ردیف دوم متهمان ارزی، اقدام اسارات در اخذ مالیات از صرافی‌ها و کارگزاری‌ها از ابتدای سال ۲۰۱۸ میلادی بود؛ با اجرای این قانون، هزینه حواله‌های ارزی برای صرافی‌های ایران که اغلب مرادوات مالی خود را با دویی انجام می‌دادند، نه‌تنها افزایش یافت، بلکه با اخلاک نیز روبه‌رو شد.

فعالان بازار ارز می‌گفتند با این دو

عامل خارجی، روند ورود ارز به کشور آن هم به شکل اسکناس با مشکل مواجه شد و اکنون که ولی الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی نیز گیتا، محدودیت‌ها در تأمین اسکناس یکی از موانع مدیریت بازار در بهمن ماه گذشته بوده است.

۳: در ردیف سوم این‌اخالگران، ناآرامی‌های دی ماه قرار دارد که سبب شد تا برخی صاحبان سرمایه و فعالان اقتصادی به دلیل نگرانی از آینده، ترجیح دهند دارایی خود را به ارز تبدیل کنند و در پی حفظ ارزش سرمایه خود باشند. تداخل زمانی این ناآرامی‌ها با تقاضای ناشی از پایان سال میلادی که موعد تسویه حساب شرکت‌ها با طرف‌های خارجی است، سبب شد قیمت ارز در بازار بر خلاف سنت سال‌های گذشته، پس از دی ماه همچنان رو به افزایش باشد و آرام نگردد.

۴: به عقیده کارشناسان اقتصادی، یکی دیگر از اخلاک‌گران ارزی، تراز تجاری ایران است که هرچند نقش آن چندان مهم انگاشته نمی‌شود، اما بازیگر مهمی در تشدید تقاضای ارزی است. طبق آمار گمرک، تراز تجاری ایران بدون محاسبه صادرات نفت، پارسال منفی ۷۰ میلیارد ۳۷۱ میلیون دلار بوده، یعنی ایران بیش از آنکه صادرات داشته باشد، کالا به کشور وارد کرده است که خود بر تقاضای ارزی در بازار می‌افزاید.

۵: تحلیلگران اقتصادی بر این باورند، افزایش واردات بیش از هر چیز ناشی از سیاست ارزی است، زیرا با پایین نگه داشتن نرخ ارز و جلوگیری از تعدیل آن به تناسب مابه‌التفاوت نرخ تورم داخلی و خارجی، فز قیمت در حوزه ارز جمع می‌شود و ممکن است به یکباره آزاد شود. از این رو سیاست سرکوب ارزی خود عامل پنجم در بروز اختلال انجامید؛ اقدامی که به‌طور مستقیم بر مرادوات ارزی و تجاری بازرگانان اثر گذاشت.

هرچند با تلاش‌های بانک مرکزی در بهمن ماه پارسال حساب ایرانی‌ها در چین بازگشایی شد، اما همین چند ماه بلاکلیفی کافی بود تا بازار آسیب ببیند، زیرا چه بخواهیم و چه نخواهیم، اژدهای زرد بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران است یعنی هم بیشترین خرید نفت و کالاهای غیرنفتی را از ایران دارد و هم بیشترین صادرات را به کشورمان انجام می‌دهد.

۲: در ردیف دوم متهمان ارزی، اقدام اسارات در اخذ مالیات از صرافی‌ها و کارگزاری‌ها از ابتدای سال ۲۰۱۸ میلادی بود؛ با اجرای این قانون، هزینه حواله‌های ارزی برای صرافی‌های ایران که اغلب مرادوات مالی خود را با دویی انجام می‌دادند، نه‌تنها افزایش یافت، بلکه با اخلاک نیز روبه‌رو شد.

فعالان بازار ارز می‌گفتند با این دو

۱۰: در کنار همه این عوامل نمی‌توان اقدام برخی نهادها برای ورود به بازار ارز در بهمن ماه را نادیده گرفت؛ بنگاه‌های بزرگی که برای تأمین مواد اولیه خود به ارز نیاز داشتند، از ترس افزایش قیمت‌ها به بازار ورود کرده و اقدام به خرید کردند که خود بر قیمت‌ها اثر گذاشت. رئیس کل بانک مرکزی همان زمان در گفت‌وگو با ایرنا به برخی نهادهای عمومی و حاکمیتی که به سرمایه‌گذاری در بازار ارز روی آورده بودند، هشدار داد در صورت ادامه این رفتار با برخورداری تشبیهی مواجه خواهند شد.

دولت برگ برنده خود را رو کرد در شش ماه گذشته، تصمیم‌گیران بازار ارز، انواع حربه‌ها و برنامه‌ها را برای مدیریت بازار به کار بستند و وقتی دیدند از برنامه‌های آزموده شده پیشین نتیجه نمی‌گیرند و ارز با هر قیمتی که در بازار عرضه می‌شود، به فروش می‌رود، برگ برنده خود را که همان یکسان‌سازی نرخ ارز بود، رو کردند.

تصمیم دولت برای آغاز یکسان‌سازی همانقدر برای فعالان اقتصادی غیرمنتظره بود که مردم از آن متعجب شدند؛ در ۲۴ ساعت گذشته بازار هنوز در سرگردانی روش جدید اعمال مدیریت ارزی است؛ مشاهدات ایرنا از بازار ارز و نیز بازار کالا بیانگر آن است که فعالان اقتصادی به گوش نشسته‌اند تا دستورالعمل‌های ارزی یکی پس از دیگری منتشر و رسانه‌ای شود.

آنچه مسلم است، اینکه یکسان‌سازی نرخ ارز با نرخ ۴۲۰۰ تومانی دلار در اقتصاد ایران آغاز شده و این رقم بسته به شاخص‌های اقتصادی نظیر تورم، فزای و فرود خواهد داشت، ضمن آنکه نیازهای ارزی کشور فهرست‌بندی شده قانون جرم است، اما همچنان یکی از معضلات اقتصاد ایران به شمار می‌رود؛ ناظران بازار می‌گفتند در زمان بروز نوسان ارزی اخیر، برخی ارزهای مورد نیاز را به مقاصدی چون سلیمانیه و دوی قاچاق می‌کردند تا از طریق حواله این ارزها سود بیشتری عایدشان شود.

رگه‌هایی از تأیید این موضوع هم در سخنان سیف در مجلس و هم در توثیقات حسام‌الدین آشنا مشاور رئیس‌جمهوری دیده می‌شود که معتقدند بخشی از این نوسان به دلیل اقدام‌هایی است که کشورهای همسایه نظیر امارات و عربستان علیه بازار ایران در دستور کار دارند.

سیف به صراحت گفته است: ردهایی از توطئه‌ها در کشورهای همسایه وجود دارد؛ در امارات و عربستان بیکار ننشسته‌اند. بازار دوی علیه اقتصاد ما تبدیل شده و هر روز ضد ما تلاش می‌شود.

بیرسد.

نرخنامه



نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۷۰۵,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۶۲,۷۰۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۷۰۳,۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۷۵۰,۰۰۰	▼
نیم سکه	۸۳۴,۰۰۰	▼
ربع سکه	۵۵۷,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۳۴۱,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	-	-
یورو اروپا	۶,۱۷۵	▼
پوند انگلیس	۷,۷۰۰	▼
درهم امارات	۱,۴۹۰	▼

اقتصاد کلان



بازار کار، سال ۹۶ را چگونه به پایان رساند؟

نرخ بیکاری ۰.۴ کاهش یافت

بررسی نرخ بیکاری نشان می‌دهد که ۱۲.۱ درصد از جمعیت فعال کشور، بیکار بوده‌اند. به گزارش خبرآنلاین، نتایج طرح آمارگیری نیروی کار زمستان ۱۳۹۶ منتشر شد. بررسی نرخ بیکاری افراد ۱۰ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که ۱۲.۱ درصد از جمعیت فعال (شاغل و بیکار)، بیکار بوده‌اند.

بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری کل کشور حکایت از آن دارد که این شاخص نسبت به فصل مشابه در سال قبل (زمستان ۱۳۹۵) ۰.۴ درصد کاهش و نسبت به فصل گذشته (پاییز ۱۳۹۶) ۰.۲ درصد افزایش داشته است.



در زمستان ۱۳۹۶ حدود ۳۹.۷ درصد جمعیت ۱۰ساله و بیشتر از نظر اقتصادی فعال بوده‌اند، یعنی در گروه شاغلان یا بیکاران قرار گرفته‌اند. بررسی روند تغییرات نرخ مشارکت اقتصادی کل کشور نشان می‌دهد که این شاخص، نسبت به فصل مشابه در سال قبل (زمستان ۱۳۹۵) ۰.۸ درصد افزایش و نسبت به فصل گذشته (پاییز ۱۳۹۶) ۰.۴ درصد کاهش داشته است.

نرخ بیکاری جوانان ۲۹-۱۵ ساله نیز حاکی از آن است که ۲۵.۲ درصد از جمعیت فعال ۲۹-۱۵ ساله بیکار بوده‌اند. این شاخص در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بیشتر بوده است. بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری جوانان ۲۹-۱۵ ساله حاکی از آن است که این شاخص نیز نسبت به فصل مشابه در سال گذشته ۰.۳ درصد کاهش و نسبت به فصل قبل ۰.۲ درصد افزایش پیدا کرده است.

بررسی سهم اشتغال ناقص بیانگر آن است که در زمستان ۱۳۹۶، ۱۱.۵ درصد جمعیت شاغل به دلایل اقتصادی (فصل غیر کاری، رکود کاری، پیدا نکردن حقوقی، نمایندگان یا کلاهی قانونی آنها دعوت می‌شود تا در اجرای ماده ۲۲۵ قانون تجارت از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت شش ماه یا در دست داشتن استاد شیشه و مستدل به مدیر تصفیه شرکت به نشانی: تهران، فرمانیه، خیابان لولسانی فرعی، بین خیابان آتابسی و آریا، پلاک ۱۱۲ و ۱۱۴، طبقه ششم - کد پستی ۱۹۳۷۷۴۴۷۵۱) ایرانی از آن بی‌بهری کنند

قرار است فعالان اقتصادی از طریق سامانه ارزی نیما، از مورد نیاز واردات خود را درخواست و تأمین کنند، مسافران، دانشجویان و بیماران طبق روش و دستورالعمل‌های پیشین از بانک‌های عامل ارز تهیه کنند.

قدر مسلم اینکه نظام بر یکسان‌سازی نرخ ارز اصرار دارد و انتظار می‌رود که صاحبان مشاغل نیز همسو با شعار حمایت از کالای ایرانی از آن بی‌بهری کنند

مراجعه فرمایند و نسبت به تعیین تکلیف جهت وصول مطالبات و تسویه حساب خود اقدام نمایند.

بدیهی است پس از انقضای مدت مذکور هیچگونه ادعایی پذیرفته نخواهد شد.

سید مهدی موسوی

مدیر تصفیه شرکت پاکت سازان اسپندار - سهامی خاص (در حال تصفیه)

آگهی دعوت از بستانکاران شرکت پاکت سازان اسپندار - سهامی خاص (در حال تصفیه) به شماره ثبت ۵۱۸۸۸۲ و شناسه ملی ۱۰۵۹۰۰۴۲۲۹۲ (نوبت سوم) در رعایت ماده ۲۲۵ قانون تجارت - (نوبت سوم)



مدیرعامل فرابورس ایران خبر داد
ظهور استارت‌آپ‌های جدید در
حوزه تکنولوژی مالی

مدیرعامل فرابورس ایران در آستانه برگزاری فین‌استارز ۲۰۱۸ با تأکید بر چالش محور بودن این رویداد در سال جاری، گفت: در حال حاضر نیازها و چالش‌های تکنولوژی شناسایی شده و چنانچه استارت‌آپ‌ها، ایده‌های نوآورانه مبتنی بر نرم‌افزاری که قابل ارائه باشند داشته باشند، قطعا سرمایه‌گذاران حاضر به انجام مذاکره و عقد قرارداد با آنها خواهند بود.

به گزارش سننا، امیر هامونی با اشاره به اینکه در فین‌استارز که همزمان با یازدهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه (فاینکس ۲۰۱۸)، برگزار می‌شود شاهد هم‌آوردی میان سرمایه‌گذاران و استارت‌آپ‌های حوزه فناوری‌های مالی هستیم، اظهار کرد: فین‌استارز ۲۰۱۶ به همت شورای اطلاع‌رسانی سازمان بورس برگزار شد و پس از آن برگزاری این رویداد بزرگ به فرابورس ایران سپرده شد؛ فرابورس ایران فین‌استارز ۲۰۱۷ را با همان علامت تجاری برگزار کرد و در روزهای پیش رو نیز شاهد برگزاری فین‌استارز ۲۰۱۸ در کنار نمایشگاه فاینکس ۲۰۱۸ هستیم که می‌تواند محلی برای معرفی سرمایه‌گذاران و استارت‌آپ‌ها باشد.

این مقام مسئول با بیان اینکه فین‌استارز ۲۰۱۸ بیشتر چالش‌محور است، خاطر نشان کرد: نیازها و چالش‌های تکنولوژی سرمایه‌گذار را در نشست‌های همفکری که در اسفندماه سال ۱۳۹۶ سرمایه‌گذاران داشتیم، شناسایی کردیم و بر اساس آن، چالش‌های مطرح را از طریق سایت فین‌استارز به استارت‌آپ‌های کشور اعلام کردیم. به گفته وی، فعالان بازار سرمایه چنانچه برای حل این چالش‌ها که توسط سرمایه‌گذاران اعلام شده است، ایده نوآورانه مبتنی بر نرم‌افزار قابل ارائه داشته باشند می‌توانند با سرمایه‌گذاران وارد مذاکره شوند.

مدیرعامل فرابورس ایران با اشاره به اینکه چندین استارت‌آپ که در فین‌استارز ۲۰۱۷ معرفی شدند، اکنون در مرحله رشد و توسعه هستند، گفت: حتی این استارت‌آپ‌ها تبلیغات بیلبوردی در سطح شهر را آغاز کرده‌اند که فین‌استارز به برندینگ آنها کمک کرده است. همچنین با نوآوری‌ها و اقدامات مبتکرانه‌ای که در این حوزه صورت می‌گیرد در فین‌استارز ۲۰۱۸ شاهد ظهور استارت‌آپ‌های جدیدی خواهیم بود که در حوزه تکنولوژی مالی در فرابورس ایران و بازار سرمایه می‌توانند نقش‌آفرینی کرده و چالش‌های تکنولوژیک بازار را حل کنند.

هامونی در ادامه با تأکید بر اینکه تکنولوژی تنها راه توسعه بازار سرمایه، حل مسائل و مشکلات این بازار و راه‌هایی از چالش‌هایی است که بورس با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند، تصریح کرد: قطعا با تکنولوژی‌های مالی و فین‌تک‌ها می‌توانیم بسیاری از مسائل خاص خود در بازار از جمله اطلاعات نامتقارن و کژمنشی یا کج‌گزینی‌ها را حل کنیم.

وی در همین زمینه افزود: تکنولوژی‌های مالی همچنین هنگام ارائه اطلاعات شرکت‌ها به سامانه کدال، فین‌تک‌ها می‌توانند به اینکه اطلاعات داخلی شرکت‌ها زودتر از موعدهای که در کدال قرار می‌گیرد و به دست همه سهامداران و سرمایه‌گذاران می‌رسد، در بین یک عدد افراد محدود افشا نشود، کمک کنند.

فرصت امروز: درحالی که تا پیش از این شاهد تأثیر نوسانات بازار ارز بر بازار سرمایه بودیم و بورس تهران گام به گام با تحولات بازار ارز پیش می‌رفت، حال باید به انتظار اثر تک دلار نرخ شدن دلار بر بازار سرمایه در کوتاه و بلندمدت باشیم. با این همه، پس از نوسانات شدید در بازار ارز در حالی از روز سه‌شنبه دلار با قیمت ۴۲۰۰ تومانی تکرخی شده که این اتفاق، اثرات متفاوتی بر نمادهای معاملاتی بازار سهام گذاشته است.

چنانچه به گفته یک کارشناس بازار سرمایه، با افزایش نرخ دلار تا ۶ هزار تومان صف‌های خرید در نماد معاملاتی مربوط به شرکت‌های صادرات‌محور تشکیل شد و در مقابل در برخی نمادها که مواد اولیه آنها از خارج کشور تأمین می‌شود از جمله خودرویی‌ها، شاهد تشکیل صف فروش در تالار شیشه‌ای بودیم. اما با اعلام نرخ ۴۲۰۰ تومان برای دلار، این صف‌ها برعکس شد که نشان از تأثیر متفاوت افزایش و کاهش نرخ ارز روی نمادهای معاملاتی در بازار سهام دارد.

بر اساس این گزارش، روز چهارشنبه موجود در بازار، به رکود در بورس دامن زد و ابهامات در بازار ارز نیز از عواملی است که سرمایه‌گذاران را برای تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری‌ها سردرگم کرده است. بر اساس این گزارش، روز چهارشنبه شاخص کل یازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۴۶۱ واحد رشد کرد و به رقم ۹۶ هزار و ۲۸۷ واحدی رسید، همچنین شاخص کل هم‌وزن ۱۸۶

به گزارش ایسنا، روز بیستم فروردین‌ماه معاملات آتی و اختیار معامله سکه طلا به دلیل وجود ابهام قیمتی در بازار این دارایی متوقف شد، در پایان معاملات سکه آتی روز سه‌شنبه قیمت هر سکه تحویل در دی‌ماه بیش از دو میلیون و ۲۶ هزار تومان ثبت شد و در حال حاضر قیمت آن حدود یک میلیون و ۹۷۶ هزار تومان است.

به گزارش ایسنا، روز بیستم فروردین‌ماه سال جاری معاملات آتی سکه طلا به علت آنچه ابهام شدید دی‌ماه سال ۱۳۹۷ یک میلیون و ۹۷۵ هزار تومان و قیمت عرضه آن یک

اول رئیس‌جمهوری در شب بیستم فروردین‌ماه مبنی بر این که قیمت دلار از آن تاریخ تکرخی است و هیچ کس حق ندارد یا قیمتی غیر از ۴۲۰۰ تومان دلار دادوستد کند، معاملات آتی سکه نیز از بیست‌ویکم دوباره آغاز شد. قیمت تسویه روزانه سکه تمام در پایان معاملات آتی سکه روز سه‌شنبه دو میلیون و ۲۶ هزار تومان رسید، اما روز چهارشنبه و تا لحظه انتشار این خبر قیمت تقاضا برای سکه طلا تحویل دی‌ماه سال ۱۳۹۷ یک میلیون و ۹۷۵ هزار تومان و قیمت عرضه آن یک

فروردین‌ماه مبنی بر این که قیمت دلار از آن تاریخ تکرخی است و هیچ کس حق ندارد یا قیمتی غیر از ۴۲۰۰ تومان دلار دادوستد کند، معاملات آتی سکه نیز از بیست‌ویکم دوباره آغاز شد. قیمت تسویه روزانه سکه تمام در پایان معاملات آتی سکه روز سه‌شنبه دو میلیون و ۲۶ هزار تومان رسید، اما روز چهارشنبه و تا لحظه انتشار این خبر قیمت تقاضا برای سکه طلا تحویل دی‌ماه سال ۱۳۹۷ یک میلیون و ۹۷۵ هزار تومان و قیمت عرضه آن یک

تداوم افت قیمت سهام خودرویی‌ها و فلزی‌ها

شاخص بورس ۴۶۱ واحد دیگر افت کرد



شاخص کل نیز بار دیگر به ابتدای کانال ۹۶ هزار واحدی رسید.

به گزارش ایسنا، در حالی فعالان بازار سرمایه ایران شاهد تداوم کاهش قیمت سهام در بورس تهران بودند که همچنان بازار ارز با ابهام‌هایی همراه است. در روزهای گذشته ریسک‌های موجود در بازار، به رکود در بورس دامن زد و ابهامات در بازار ارز نیز از عواملی است که سرمایه‌گذاران را برای تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری‌ها سردرگم کرده است.

بر اساس این گزارش، روز چهارشنبه شاخص کل یازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۴۶۱ واحد رشد کرد و به رقم ۹۶ هزار و ۲۸۷ واحدی رسید، همچنین شاخص کل هم‌وزن ۱۸۶

به گزارش ایسنا، روز بیستم فروردین‌ماه معاملات آتی و اختیار معامله سکه طلا به دلیل وجود ابهام قیمتی در بازار این دارایی متوقف شد، در پایان معاملات سکه آتی روز سه‌شنبه قیمت هر سکه تحویل در دی‌ماه بیش از دو میلیون و ۲۶ هزار تومان ثبت شد و در حال حاضر قیمت آن حدود یک میلیون و ۹۷۶ هزار تومان است.

به گزارش ایسنا، روز بیستم فروردین‌ماه سال جاری معاملات آتی سکه طلا به علت آنچه ابهام شدید دی‌ماه سال ۱۳۹۷ یک میلیون و ۹۷۵ هزار تومان و قیمت عرضه آن یک

اول رئیس‌جمهوری در شب بیستم فروردین‌ماه مبنی بر این که قیمت دلار از آن تاریخ تکرخی است و هیچ کس حق ندارد یا قیمتی غیر از ۴۲۰۰ تومان دلار دادوستد کند، معاملات آتی سکه نیز از بیست‌ویکم دوباره آغاز شد. قیمت تسویه روزانه سکه تمام در پایان معاملات آتی سکه روز سه‌شنبه دو میلیون و ۲۶ هزار تومان رسید، اما روز چهارشنبه و تا لحظه انتشار این خبر قیمت تقاضا برای سکه طلا تحویل دی‌ماه سال ۱۳۹۷ یک میلیون و ۹۷۵ هزار تومان و قیمت عرضه آن یک

فروردین‌ماه مبنی بر این که قیمت دلار از آن تاریخ تکرخی است و هیچ کس حق ندارد یا قیمتی غیر از ۴۲۰۰ تومان دلار دادوستد کند، معاملات آتی سکه نیز از بیست‌ویکم دوباره آغاز شد. قیمت تسویه روزانه سکه تمام در پایان معاملات آتی سکه روز سه‌شنبه دو میلیون و ۲۶ هزار تومان رسید، اما روز چهارشنبه و تا لحظه انتشار این خبر قیمت تقاضا برای سکه طلا تحویل دی‌ماه سال ۱۳۹۷ یک میلیون و ۹۷۵ هزار تومان و قیمت عرضه آن یک

مدیریت صنعت شوینده به‌شهر و پتروشیمی شازند، حدود ۴ درصد افت قیمت پایانی را تجربه کردند مابقی نمادهای این گروه نیز عمدتا با کاهش قیمت سهام مواجه شدند. در این گروه ۵۰ میلیون سهم به ارزش بیشتر از ۱۸ میلیارد تومان مورد داد و ستد قرار گرفت.

همچنین در گروه خودرو و ساخت قطعات، برای بار دیگر اکثریت سهام با افت قیمتی بیش از چهار درصد مواجه شدند. این در حالی است که قیمت سهام شرکت‌های این گروه روز سه‌شنبه با رشد قیمت چشمگیر همراه بوده‌اند و در روز قبل از آن مانند چهارشنبه قیمت سهام‌های خودرویی با کاهش فزاینده همراه بود. در این گروه ۱۸۰ میلیون سهم به ارزش حدود ۲۱ میلیارد تومان مورد داد و ستد قرار گرفت.

در گروه فلزات اساسی نیز روند تغییرات قیمت سهام‌ها عمدتا با کاهش مواجه شد، همچنین در استخراج کانه‌های فلزی نیز اکثریت قریب به اتفاق افت قیمت را تجربه کردند.

ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۲۰۷ میلیارد و ۳۰۵ میلیون تومان رسید. این رقم ناشی از دست به دست شدن ۹۵۷ میلیون سهم و اوراق مالی طی ۵۷ هزار و ۶۵۵ نوبت داد و ستد بود.

ایفکس (شاخص فرابورس) نیز در آخرین روز کاری هفته ۱۰ واحد سپرت کرد و در جایگاه یک هزار و ۶۴ واحدی قرار گرفت. در معاملات روز چهارشنبه فرابورس بیش از ۳۱۵ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش ۲ هزار و ۶۰ میلیارد ریال در ۳۸۸ هزار نوبت خرید و فروش شد.

قیمت سکه آتی به زیر ۲ میلیون تومان رسید

میلیون و ۹۷۶ هزار تومان است. همچنین قیمت تسویه روزانه قرارداد آتی سکه طلا تحویل اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۷ روز سه‌شنبه به حدود یک میلیون و ۸۵۷ هزار تومان رسید. در حال حاضر و در لحظه انتشار این خبر قیمت تقاضا برای سکه تحویل اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۷ یک میلیون و ۷۹۲ هزار تومان و قیمت عرضه یک میلیون و ۷۹۴ هزار و ۵۰۰ تومان است.

چند روز پیش علیرضا ناصرو دربارۀ توقف معاملات آتی و اختیار معامله سکه در بورس کالا گفته بود که مولفه‌های تأثیرگذار بر قیمت سکه و در نتیجه وجود ابهام قیمت جدید در بازار این دارایی و تصمیم سرمایه‌گذاران مشتقه اثر گذاشته و مخاطرات بازار قراردادهای مشتقه را به شدت افزایش داده است.

وی توضیح داد: با توجه به نوسانات شدید در بازار سکه و عدم شفافیت اطلاعاتی درباره بازار نقدی آن، کمیته آتی روز ۱۹ فروردین‌ماه سال ۱۳۹۷ با توجه به احراز شرایط اضطراری



مدیرعامل بانک توسعه صادرات تأکید کرد
تقویت فرهنگ پاسخگویی ارکان
بازار سرمایه با فاینکس

مدیرعامل بانک توسعه صادرات، نماینده بانک و بیمه را امکان بسیار خوبی برای فرهنگ‌سازی بازار سرمایه دانست و گفت فاینکس، فرهنگ پاسخگویی را بین ارکان بازار سرمایه تقویت خواهد کرد.

علی صالح آبادی به سنا گفت: چندین سال است که این نمایشگاه تخصصی برگزار می‌شود و فرصت بسیار خوبی را فراهم می‌کند که ارکان بازارهای مالی، سرمایه، بیمه و همچنین شرکت‌های حاضر در این بازارها کنار هم جمع شوند و خدمات، آخرین دستاوردها و پیشرفت‌هایی را که در حوزه‌های کاری داشته‌اند به سرمایه‌گذاران و بازدیدکنندگان ارائه کنند. وی با بیان اینکه فاینکس ۲۰۱۸ این امکان را فراهم می‌کند که افراد با بخش‌های مختلف بازار سرمایه آشنایی پیدا کنند، افزود: این نمایشگاه هم به نوعی اطلاع‌رسانی است که هر سال اتفاق می‌افتد و آخرین تحولات را در اختیار سرمایه‌گذاران قرار می‌دهد. همچنین نوعی فرهنگ‌سازی برای کسانی است که علاقه‌مند هستند با این حوزه آشنا شوند. به علاوه یک آموزش است، زیرا معمولاً کارگاه‌های آموزشی مختلفی در زمان برگزاری نمایشگاه برگزار می‌شود.

صالح آبادی با اشاره به اینکه هر شخصی به فراخور نیازی که دارد می‌تواند در دوره‌های آموزشی مدنظر خود شرکت کند و از آموزش‌های رایگان استفاده لازم را ببرد، اظهار داشت: نمایشگاه بورس، بانک و بیمه می‌تواند برای ارکان بازار سرمایه فرهنگ پاسخگویی را تقویت کند، بدین ترتیب ارکان بازار سرمایه خود را ملزم می‌داند که هر سال در این فضای که فراهم می‌شود، جوینگی سوالات سرمایه‌گذاران و ارباب رجوع باشند.

وی افزود: نمایشگاه در مجموع هم برای شرکت‌کنندگان که پاسخگویی مشتریان و سرمایه‌گذاران خود هستند و هم برای بازدیدکنندگان - چه با دید آموزش، چه با دید فرهنگ‌سازی و چه با دید اطلاع‌رسانی - می‌تواند مثبت باشد.

مدیرعامل بانک توسعه صادرات در پاسخ به این سؤال که نمایشگاه در معرفی ابزارهای نوین از جمله بورس، بانک و بیمه چه تأثیری می‌تواند داشته باشد و همچنین برای کسب و کارهای نوین و استارت‌آپ‌ها چه فرصتی را ایجاد می‌کند، اظهار داشت: چند سال قبل که با تازگی امکان معاملات آنلاین فراهم شده بود نمایشگاه فرصت بسیار خوبی شد که بسیاری از افراد علاقه‌مند به این حوزه، از طریق آموزش‌هایی که در زمان برگزاری نمایشگاه انجام شد، به این هدف دست یافتند. صالح آبادی توضیح داد: افراد مراجعه‌کننده نام کاربری و رمز لازم را دریافت و در همان جا امکان انجام معاملات آنلاین را پیدا می‌کردند. بنابراین با توجه به اینکه امکان انجام معاملات آنلاین در زمان نمایشگاه به خوبی معرفی و نمایشگاه فرصتی شد که معاملات آنلاین تسهیل و دسترسی مردم به بازار تسریع شود. وی با بیان اینکه بسیاری از افراد از طریق نمایشگاه آموزش‌های لازم را می‌دیدند و سپس از برگزاری آزمون مختصری، امکان انجام معاملات آنلاین را پیدا می‌کردند، ادامه داد: بنابراین با توجه به حضور مردم و سرمایه‌گذاران در نمایشگاه، از ابزارهای جدید و امکان دسترسی‌های بهتر بازار می‌توان استفاده کرد.

مدیرعامل بانک توسعه صادرات همچنین در پاسخ به این سؤال که دوره‌های قبلی نمایشگاه را تاکنون چگونه دیده‌اید، گفت: دستاوردهای نمایشگاه به نسبت هزینه‌هایی که برای آن می‌شود، ارزنده است. حتی ندهایی هم که مطرح می‌شود، عملکردها را بهبود می‌دهد و اگر برای دوره‌های بعد، نقاط ضعف برطرف شود، نمایشگاه هر سال نسبت به سال گذشته تکامل یافته‌تر خواهد شد.

آب یعنی زندگی

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای - نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

موضوع مناقصه: خرید ده هزار دستگاه کنتور آب گرم خانگی ۱/۳ مولتی جت خشک مطابق با آخرین استاندارد مربوطه مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۴۰۰۰۰۰۰۰ ریال

نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ارائه ضمانت نامه‌های مقرر در ماده ۴ آیین نامه تضمین معاملات دولتی سال ۹۴ شرح مندرج در اسناد مناقصه قیمت اسناد مناقصه و شماره حساب: واریز مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهر شماره ۲۱۹۵۲۱۵۴۹۱۰۰۵ بانک صادرات شعبه سه راه آزادگان بندرعباس بابت فروش اوراق مناقصه، تا تاریخ (۱۳۹۷/۰۱/۳۰) از طریق سامانه ستاد.

مهلت زمان دریافت اسناد مناقصه از سامانه: ۱۳۹۷/۰۱/۳۳ لغایت ۱۳۹۷/۰۱/۳۰ مهلت زمان ارائه پیشنهاد: تا ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۳۹۷/۰۲/۱۰ تاریخ بازگشایی پیشنهادات: ساعت ۹ مورخ ۱۳۹۷/۰۲/۱۱

محل بازگشایی پیشنهادات: سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان پیشنهاد دهندگان موظف می‌باشند اسناد مناقصه را از طریق سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه متنازل لازم را شامل پاکت الف، ب و ج تهیه و به صورت فایل‌های pdf در سامانه فوق درج نمایند.

سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.

اطلاعات تماس: دستگاه مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف: آدرس: بندرعباس - بلوار امام حسین (ع) جنب اداره استاندارد - شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان - تلفن: ۰۷۶-۳۳۳۳۸۰۰۲-۳ - تلفن: ۰۷۶-۳۳۳۳۸۰۰۲-۳ اطلاعات تماس: سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس تهران ۰۲۱-۴۱۹۲۳

شناسه آگهی: ۱۶۱۹۰۷

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان

آگهی تمدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

مناقصه گذار: **شرکت توزیع نیروی برق خوزستان**

موضوع:

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۹۶/۲۵۰	تامین نیروی انسانی فعالیتهای GIS	پیوست اسناد
۹۶/۲۵۴	تامین نیروی انسانی طراحی در کل استان به غیر از حوزه ستادی	پیوست اسناد

محل دریافت اسناد مناقصه:

الف: اهواز: امانیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه دوم اتاق ۲۰۲ امور تدارکات و انبارها تلفن تماس جهت دریافت اطلاعات ۰۶۱-۳۳۳۳۴۰۳۹

توزیع نیروی برق خوزستان www.kepdc.co.ir ، سایت شرکت توانیر www.tavanir.org.ir یا پایگاه ملی اطلاع‌رسانی <http://iets.mporg.ir> نیز قابل برداشت می‌باشد.

تاریخ تحویل پاکت‌های مناقصه: تا پایان وقت اداری یکشنبه ۹۷/۱/۲۶

محل تحویل پاکت‌های مناقصه: اهواز: امانیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه اول اتاق ۱۰۷

تاریخ گشایش پاکت‌های مناقصه: روز دوشنبه مورخ ۹۷/۱/۲۸ ساعت ۱۴

مبلغ خرید اسناد مناقصه ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال واریز به حساب سپهر شماره ۰۱۰۴۹۷۸۲۰۰۰۰۷

نزد بانک صادرات اهواز شعبه دز به پیشنهادهای فاقد امضاء مخدوش و پیشنهادهای که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

ارز



یورو بار تجارت ایران را به دوش می‌کشد، نه دلار

وزیر صنعت، معدن و تجارت تأکید کرد: به‌طور کلی انحصار یک ارز خارجی یا تمرکز روی یک ارز به صلاح کشور نیست. محمدرضا شریعتمداری در گفت‌وگو با ایسنا، اقدام اخیر دولت در تک‌نرخی شدن ارز را سیاستی بسیار قاطعانه برای کنترل بازار ارز و بهبود اوضاع اقتصادی و تجاری کشور دانست.

وی در پاسخ به این سؤال که آیا در حال حاضر تجارت ایران آمادگی این را دارد که از سمت دلار به یورو تغییر کند؟ گفت: اتکالی تجارت ایران به یورو همین امروز هم بیش از سایر ارزهای خارجی است. این عضو کابینه دولت دوازدهم افزود: بخشی از فروش تجاری ایران به نفت مربوط می‌شود که درآمد حاصل از این بخش به صورت مشترک با دلار و ارز کشورهای دیگر که به آنها نفت صادر می‌شود، صورت می‌گیرد و بخشی از این درآمد نیز از طریق یورو تأمین می‌شود. شریعتمداری ادامه داد: بخش‌های دیگر تجارت خارجی ایران نیز به نسبت قابل ملاحظه‌ای به یورو وابسته است. به‌طور مثال در مورد کالاهای اساسی این اتفاق رخ داده است.

ترجیح ایران بر تجارت با ارز کشور هدف

وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین متذکر شد: باید تجارت ما به سمت ارزهای مختلف برود. از آنجا که امروز روابط ما با کشورهای اروپایی رو به گسترش است به‌طور طبیعی باید روی ارز این کشورها تمرکز بیشتری داشته باشیم. وی در پایان گفت: با این وجود سیاست عمومی ما این است که تجارت تا جایی که مقدور است و به ویژه در مورد ارزهای قابل مبادله با ارز کشور مقابل صورت گیرد و به‌خصوص در کشورهایی که حجم مبادلات تجاری بیشتری دارند، تجارت با ارز قابل مبادله یا ارز خود آن کشور ادامه پیدا کند.

به گزارش ایسنا، رئیس‌کل بانک مرکزی به تازگی اعلام کرده که پیشنهاد جایگزینی یورو با دلار را به مقام معظم رهبری ارائه کرده‌ایم و ایشان نیز استقبال کرده‌اند. ولی‌الله سیف در جلسه علنی مجلس و در جریان بررسی وضعیت بازار ارز گفت: من پیشنهادی را با حضرت آقا مطرح کردم که یورو در مبادلات ارزی جایگزین دلار شود، چراکه دلار نقشی در مبادلات خارجی ما ندارد و ایشان هم از این موضوع استقبال کردند.

پتروشیمی‌ها ارز حاصل از صادرات را به داخل کشور می‌آورند

سایر صادرکنندگان ارز خود را چه می‌کنند؟

دبیرکل انجمن صنفی کارفرمایی پتروشیمی با اشاره به اینکه ۴۰ تا ۵۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داریم، گفت: مابقی صادرکنندگان ارز خود را چه کار می‌کنند؛ پتروشیمی‌ها براساس نرخ‌ی که بانک مرکزی اعلام می‌کند ارز خود را می‌فروشند.

احمد مهدوی، دبیرکل انجمن صنفی کارفرمایی صنعت پتروشیمی در گفت‌وگو با خبرنگاری فارس، با اشاره به اینکه پتروشیمی‌ها براساس تعهدی که به نظام و دولت دارند، ارز حاصل از صادرات محصولات خود را به داخل کشور می‌آورند، گفت: براساس تعهدی که داریم، ۷۰درصد از ارز صادراتی خود را وارد کشور می‌کنیم و ۳۰درصد را برای مصارف خودمان از قبیل واردات کاتالیست و بدهی‌های ارزی و فاینانس پرداخت می‌کنیم. این مقام مسئول با اشاره به اینکه هفته به هفته گزارش خود را درخصوص پرداخت ارز به بانک مرکزی ارائه می‌کنیم، تصریح کرد: قبل از سال ۹۷ ارز ما به مزایده گذاشته می‌شد، اما بعد از سال، قیمتی را که بانک مرکزی به ما اعلام می‌کند می‌فروشیم و اصلاً کاری به بازار کاذب و قاچاقی که برخی از مسئولان مدعی آن هستند نداریم.

مهدوی با اشاره به اینکه ارزهای پتروشیمی فیزیکی نیست و به صورت حواله است، گفت: براساس دستور بانک مرکزی، ما میزان ارزی را که حاصل از صادرات داریم به بانک مرکزی اعلام می‌کنیم و معادل ریال آن را دریافت می‌کنیم و بانک مرکزی این ارز را از طریق صرافی‌ها به متقاضیانی که دارد، می‌دهد. معمولاً ارز ما در کشور امارات به صورت دلار، درهم و یورو است.

دبیرکل انجمن صادرکنندگان پتروشیمی با اشاره به اینکه براساس آمارها ۴۰ تا ۵۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داریم، گفت: پتروشیمی‌ها همواره در پرداخت ارزشان به‌طور شفاف عمل کرده‌اند و مشخص نیست که چرا هر وقت بازار ملتهب می‌شود، می‌گویند که پتروشیمی‌ها ارز نمی‌دهند، در صورتی که ما کاملاً شفاف عمل کرده و ارزمان را وارد بازار می‌کنیم. وی اضافه کرد: به این نکته نیز توجه کنید که همه ۴۰ تا ۵۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی پتروشیمی نیست و چرا مابقی صادرکنندگان اینگونه عمل نمی‌کنند؟

این مقام مسئول با اشاره به مشکلات ایجادشده برای صادرات محصولات پتروشیمی به کشور چین گفت: من همین‌جا رسماً اعلام می‌کنم که هم‌اکنون محصول ایران با نام کشورهای دیگر وارد بازار چین می‌شود و عملاً فرآیندی را طی می‌کنیم که زمان تحریم انجام می‌دادیم، ما انتظار داشتیم پس از برجام به‌طور مستقیم با بانک‌های چینی رابطه مالی برقرار کنیم که متأسفانه این کار صورت نمی‌گیرد و ما عملاً از طریق کشورهای ثالث محصول خود را فروخته و ارز آن را دریافت می‌کنیم.

آماده برقراری تجارت آزاد با ازبکستان هستیم



رئیس سازمان توسعه تجارت ایران گفت تجارت آزاد، هدف نهایی مذاکرات تجاری ایران و ازبکستان است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مجتبی خسروتاچ، معاون صادراتی وزیر و ریاست کل سازمان توسعه تجارت ایران، در همایش تجاری ایران و ازبکستان، اظهار کرد: ایران آمادگی هرگونه تجارت، به‌خصوص تجارت آزاد، را با ازبکستان دارد در صورت نیاز برای برخی کالاهای دو کشور که نیازمند پوشش‌های حمایتی نظام تعرفه‌ای است لیستی تهیه خواهد شد، اما در نهایت اصل کلی بر ایجاد تجارت آزاد، بدون ایجاد تبعیض، میان دو کشور است.

خسروتاچ تصریح کرد: آماده برقراری تجارت آزاد با ازبکستان هستیم و تلاش می‌کنیم علاوه بر ارائه تسهیلات در صدور ویزا، همکاری‌های بانکی دو کشور نیز را توسعه دهیم. وی در تشریح روند توافقات طرفین در روز اول اجلاس کمیسیون مشترک، گفت: طی این اجلاس سعی داریم تا همه ابعاد همکاری ایران و ازبکستان را

بررسی کنیم به‌خصوص در زمینه‌های سرمایه‌گذاری، ویزا، خدمات بانکی و همکاری‌های نفتی، ظرفیت‌های دو طرف در بخش خدمات فنی و مهندسی در چارچوب حقوق و منافع متقابل مطرح شد.

خسروتاچ با تأکید بر عزم دو کشور در رفع موانع موجود بر سر راه تجارت مشترک اذعان کرد: ازبکستان رویکردها و سیاست‌های جدیدی در قبال تجارت خارجی خود در پیش گرفته و فضای باز تجاری در ازبکستان به پیشبرد اهداف طرفین در زمینه تجارت کمک خواهد کرد که در این راستا و با هدف توسعه همکاری‌ها، امروز مرکز تجاری مشترک ایران و ترکمنستان در تهران افتتاح شد.

معاون صادراتی وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران به اهمیت سرمایه‌گذاری‌های مشترک، ترانزیت و توسعه حمل و نقل جاده‌ای و ریلی اشاره کرد و افزود: روز گذشته مسئولان کشور ازبکستان اعلام کردند که نیازمند خرید نفت از ایران هستند. وی همچنین با اشاره به قدرت ایران

تبعیض در تعرفه‌های ترجیحی

خود داشته باشیم. سلاح‌ورزی با اشاره به وضع تعرفه‌های ترجیحی سنگین از سوی کشورهای همسایه بیان کرد: بخشی از عدم توفیق در تجارت به وضع تعرفه‌های سنگین ترجیحی از سوی کشورهای همسایه برمی‌گردد که امکان تجارت در شرایط برابر را از ایران سلب کرده است به‌طور مثال تعرفه ترجیحی برای صادرات مواد شوینده به کشور پاکستان برای بازرگانان ایرانی ۳۵درصد است این درحالی است که این رقم برای تجار چینی ۵درصد اعلام شده است و عملاً کالای ایرانی نمی‌تواند در این بازار رقابت کند. به گفته وی، طی دو سال گذشته میزان محصولات صادراتی به عراق به دلیل تعرفه‌های ترجیحی کاهش داشته است. نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران با اشاره به اینکه ایران باید صادراتی با کیفیت مناسب داشته باشد، بیان کرد: در بحث صادرات کشور نیاز به تغییر نگرش است، برخلاف تصور مردم که محصولات ماژاد بر تولید صادر می‌شوند، کالای تولیدی در کشور باید با رویکرد صادراتی تولید شود. وی با بیان اینکه نقش دولت در افزایش صادرات نقش حیاتی است، تصریح کرد: دولت باید با ایجاد

بهبود شرایط اقتصادی و تسهیل تولید میزان صادرات در کشور را افزایش دهد. سلاح‌ورزی با اشاره به وضع قوانین ترجیحی برای افزایش مبادلات تجاری تصریح کرد: قراردادهای تجارت ترجیحی توافقی برد برد است که دو کشور برای لیست مشخصی از کالا و خدمات، تعرفه‌ای یکسان در نظر می‌گیرند و با استفاده از ظرفیت یکدیگر صادرات و واردات متقابل انجام می‌دهند که به دلیل غفلت از این موضوع نتوانستیم روابط تجاری خوبی با کشورهای همسایه برقرار کنیم. نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه پس از برجام هنوز مشکلات بانکی پابرجاست، تصریح کرد: اقداماتی از سوی وزارت خارجه، بانک مرکزی و وزارت صنعت و معدن صورت گرفته است و راهکاری مانند استفاده از یورو و واحد پولی کشور به جای دلار در نظر گرفته شده است. سلاح‌ورزی در پایان با اشاره به موانع و قوانین سخت در صادرات کشور گفت: در قانون رفع موانع تولید آمده است که ارزش افزوده صادرکنندگان ظرف ۳۰ روز پرداخت شود که عملاً در اجرا با قوانین دست و پاگیر این فرآیند بیشتر زمان می‌برد و باعث کمبود نقدینگی برای صادرکننده می‌شود.

جهش ۵ میلیارد دلاری تراز تجاری بخش معدن در ۵ سال

صحیح دولت، برنامه‌ریزی و حمایت از معدنکاران و صنعتگران به ۴میلیارد دلار در پایان سال گذشته ارتقا یافت. وی ادامه داد: در بخش صنعت فولاد و صنایع معدنی نیز در چهار سال گذشته ۷۵ میلیون تن به ظرفیت زنجیره فولاد کشور اضافه شد که این دستاورد، بدون برنامه‌ریزی، حمایت و

معاون امور معادن و صنایع معدنی وزیر صنعت، معدن و تجارت، گفت: تراز تجاری در بخش معدن، سال گذشته با جهش ۵میلیارد دلاری نسبت به سال ۹۱ به حدود ۴میلیارد دلار رسید. وی افزود: تراز تجاری بخش معدن در سال ۹۱ منفی یک میلیارد دلار بود که با سیاست‌گذاری‌های

اخبار



نرخ خرید تضمینی گندم بدون افزایش قیمت اعلام شد

سختگوی دولت با بیان اینکه دولت توان افزایش نرخ خرید تضمینی گندم را ندارد، نرخ هزار و ۳۰۰تومانی سال قبل را مبنای خرید این محصول در سال زراعی جاری قرار داد.

به گزارش تسنیم، بعد از هفت ماه کش‌وقوس با مسئولان و اختلاف‌نظر میان وزیر جهاد کشاورزی و شورای اقتصاد درباره نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی و به نتیجه نرسیدن بر سر نرخ واحد، سختگوی دولت روز گذشته آب پاکی را روی دست کشاورزان ریخت و اعلام کرد که دولت توان پرداخت بیش از ۱۳۰۰ تومان را برای خرید تضمینی گندم کشاورزان ندارد.

وزارت جهاد کشاورزی پیش از این برای حمایت از حقوق کشاورزان خواهان افزایش نرخ خرید تضمینی گندم هم‌تراز با تورم کشور شده بود و بر این اساس نرخ‌های خرید تضمینی محصولات کشاورزی را به شورای اقتصاد ارائه کرد، اما این شورا اعلام کرد که امکان افزایش قیمت خرید تضمینی گندم را ندارد.

همین امر باعث شد که محمود حجتی زیر بار تصمیم شورای اقتصاد مبنی بر عدم افزایش قیمت گندم در سال زراعی جاری نرود و حتی نرخ این محصول به‌صورت علی‌الحساب اعلام و از کشاورزان خریداری شود.

بنا بر این گزارش، شورای اقتصاد در سال زراعی گذشته نیز برای تأمین منابع مالی خرید تضمینی گندم بعد از تأخیر طولانی‌مدت، مجبور به فروش اوراق قرضه شد. محمدباقر نوبخت، سختگوی دولت و رئیس سازمان برنامه‌بودجه کشور روز گذشته در نشست خبری با اصحاب رسانه در پاسخ به این سوال که چرا نرخ خرید تضمینی گندم اعلام نمی‌شود، اظهار کرد: قیمت خرید تضمینی گندم در سال ۹۱، ۴۰۰تومان بود که در سال زراعی جاری به ۱۳۰۰ تومان رسیده است که بیش از نرخ تورم سالانه است. وی افزود: دولت در شرایط فعلی توانایی پرداخت بیش از ۱۳۰۰ تومان برای خرید تضمینی هر کیلوگرم گندم را ندارد.

درد دل تولیدکنندگان از بازار ارز و تصمیمات ضد تولید دولت

در حالی بیش از ۲۰ روز از آغاز سال حمایت از کالای ایرانی می‌گذرد که تصمیمات ضدتولید دولت یک‌به‌یک از راه می‌رسد و با بازار ملتهب ارز هم خبری از حمایت از تولیدکنندگان داخلی نیست.

به گزارش تسنیم، رهبر معظم انقلاب اسلامی امسال هم مانند سال‌های گذشته در پیام نوروزی خود تأکید بر اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولیدکننده ایرانی را مطرح و سال ۹۷ را به نام «حمایت از کالای ایرانی» نامگذاری کردند تا با همکاری دستگاه‌های مختلف، تولیدکنندگان کشور که در طول چند سال اخیر رقیبی ندارند تقویت شده و حضور پررنگی در بازارهای داخلی و خارجی داشته باشند.

البته ایشان پیش از این نیز بارها بر ضرورت حمایت از تولید داخلی تأکید کرده‌اند، اما متأسفانه در عمل حمایت‌های لازم از تولیدکنندگان انجام نشد و آنها با تکیه بر توانمندی خود به‌سختی با کالاهای وارداتی رقابت می‌کنند.

در حال حاضر کمتر از یک ماه از اعلام این نامگذاری می‌گذرد و در طول این مدت وزارتخانه‌ها بر لزوم حمایت از تولیدکننده داخلی و اعلام برنامه‌های خود برای تحقق این شعار پرداختند. جالب اینجاست تولیدکنندگان به این برنامه‌ها دلگرم نبوده و عملی شدن آنها را با توجه به تجربه سال‌های اخیر بعید می‌دانند.

۲۱ روز از ابلاغ شعار امسال گذشته و تولیدکنندگان نه‌تنها شاهد حمایت‌هایی نبوده‌اند بلکه با شوک بزرگ افزایش قیمت ارز هم روبرو شده‌اند. با توجه به اینکه حجم زیادی از مواد اولیه تولیدکنندگان از محل واردات تأمین می‌شود افزایش قیمت دلار عاملی شده تا آنها امکان خرید مواد اولیه نداشته و در نهایت مجبور به کاهش تولید و حتی تعطیلی واحدهای تولیدی شوند.

نکته قابل توجه آنکه در برخی از حوزه‌ها که تولیدکنندگان امکان افزایش قیمت محصولات خود را ندارند با عدم تولید منتظر تعیین تکلیف بازار بوده و خط تولید خود را خاموش کرده‌اند. در این شرایط این سؤال مطرح است که دولت در این شرایط چه حمایتی از تولیدکننده می‌کند و آیا با این بازار پرنوسان ارز امکان رقابت با کالاهای وارداتی وجود دارد یا خیر؟!

محمدی یکی از تولیدکنندگان قطعات خودرو با ابراز اینکه «سرمایه در گردش کافی برای توسعه محصولات خود را نداریم» به خبرنگار تسنیم، گفت: لازمه توسعه محصول داشتن منابع مالی کافی است، اما ما حتی پول خود را به‌سختی از خودروسازان دریافت می‌کنیم، به‌دلیل معوقات بانکی امکان دریافت تسهیلات جدید را هم نداریم.

وی با بیان اینکه «وام‌های بانکی بسیار گران و بازپرداخت آن برای ما سخت است»، افزود: لازمه حمایت از تولید ایرانی همکاری دولت با تولیدکنندگان است البته ما پول ارزان هم نمی‌خواهیم لاقلاً مساعدت‌هایی را در زمینه‌های بیمه و مالیات انجام دهد.

مزیت تولید خودرو با ارز تک‌نرخی افزایش یافت

یک کارشناس صنعت خودرو با بیان این که ارز تک‌نرخی را باید فتح بابی در تولید به ویژه در صنعت خودرو دانست، گفت سیاست‌گذاری انجام شده از سوی دولت و در اولویت قرار گرفتن تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی، مسیر هدفمندی را در این زمینه نشان می‌دهد. به گزارش پدال‌نیوز، امید رضایی با بیان این‌که هرچند هنوز دستورالعمل ارز تک‌نرخی ابلاغ نشده است اما با این حال امید به بهبود اوضاع اقتصادی را در دل فعالان زنده کرده است، افزود: همه فعالان اقتصادی از خیر ارز تک‌نرخی مشغوف هستند و در صورت تک‌نرخ شدن تأثیر مثبت خود را بر جای خواهد گذاشت و مزیت تولید خودرو را بیش از پیش خواهد کرد. وی ادامه داد: از سه ماه آخر سال گذشته و همزمان با آغاز تغییرات نرخ ارز چالش قطعه‌سازان و خودروسازان آغاز شد و در سال جدید نیز در کنار این نوسان، افزایش قیمت نهاده‌های داخلی از جمله موانع تولید بود و با اعلام احتمال بازنگری در قیمت‌ها در سال اردیبهشت‌ماه، تولیدکننده ناگزیر به پرداخت هزینه‌ها از جیب خود به مدت ۴ تا ۵ ماه است تا خط تولید متوقف نشود.

این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به تردید و سردرگمی شرکای خارجی صنعت خودرو همزمان با نوسانات ارزی هفته گذشته تصریح کرد: در آن بازه زمانی روزانه از شرکت‌های خارجی بازخوردهایی نسبت به افزایش نرخ ارز دریافت می‌کردیم که نشان می‌داد سرمایه‌گذار خارجی برای توسعه و بازگشت به ایران دچار تردید شده که امیدواریم با اجرایی شدن این دستورالعمل شاهد بهبود وضعیت تولید خودرو باشیم.

رضایی با تأکید بر این‌که آن چه برای تولید، صنعت و مصرف‌کننده نهایی مهم به شمار می‌رود، ارز تک‌نرخی است، اظهار کرد: ارز چند نرخی در بازار مانند زمانی است که انسانی به بن‌بستی برسد که در پایان آن دو در وجود دارد که در نهایت منجر به سردرگمی می‌شود. این در حالی است که پیش از این با اعمال سیاست دوگانه، فعالان این صنعت با مشکلات عیدهای مواجه بودند.

وی ادامه داد: خودروساز و شرکت‌های دولتی مبنای محاسبات را ارز مبادله‌ای در نظر می‌گرفتند این در حالی بود که تنها ۱۰ تا ۱۵ درصد از ارز مورد نیاز تولیدکننده از طریق ارز مبادله‌ای تأمین می‌شد و این شرایط چنان ضربه‌ای به بدنه تولید، صنعت و مصرف‌کننده نهایی وارد کرد که حتی در صورت در اختیار داشتن اندک پس‌اندازی این رقم به جای تزریق به تولید، به بازار ارز وارد شد. به گفته این کارشناس صنعت خودرو، بر اساس آمار اعلام شده ۳۰ میلیارد دلار از ارز مورد نیاز در اختیار خریداران خرد بوده و در منازل قرار دارد که این روند نشان می‌دهد حتی در صورت تزریق ۷۰ میلیارد دلار به بازار، باز هم کسش خرید وجود خواهد داشت که این نشان از یک اقتصاد بیمار است.

واکنش واردکنندگان خودرو به دلار تک‌نرخی ۴۲۰۰ تومانی

خرید و فروش خودروهای وارداتی کاملاً متوقف شد

متأسفانه واردکنندگان خودرو دلار تک‌نرخ ۴۲۰۰ تومانی را قبول ندارند و فقط آن را یک عدد روی تابلو صرافی‌ها می‌دانند و اعتقاد دارند توزیع صحیح این ارز در روزهای آینده به واردکنندگان مشخص خواهد کرد که چقدر روی قیمت خودروهای وارداتی اثرگذار خواهد بود. به گزارش پدال‌نیوز، رئیس انجمن اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو نیز از توقف خرید و فروش خودروهای وارداتی در بازار خبر داد و گفت: توقف تدریجی خرید و فروش خودروهای وارداتی از روز شنبه کلید خورد و در نهایت از روز گذشته معاملات به‌طور کامل متوقف شد.

در راستای افزایش ناگهانی نرخ دلار طی دو روز گذشته بازار خودروهای وارداتی با تلاطم در خرید و فروش همراه شد و برخی فعالان بازار از توقف خرید و فروش خودروهای وارداتی خبر دادند. سعید مومنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو اعلام کرد از روز گذشته تاکنون معاملات خودرو متوقف شده است. او افزود: از طرفی دیگر شرکت‌های عرضه‌کننده نیز در این روزها خرید و فروشی صورت ندهاند و حتی برخی واردکنندگان رسمی، قیمت محصولات خود را افزایش داده‌اند. به گفته مومنی، بازار ارز به صورت مستقیم بر خودرو اثرگذار است و اکنون واردکنندگان تنها منتظر بازگشت ثبات به بازار هستند.

ترکیه بزرگ‌ترین صادرکننده خودرو به اروپا

میزان صادرات خودروی ترکیه در ماه گذشته نسبت به مارس ۲۰۱۷ با رشد ۱۶.۱ درصدی همراه بوده است که این میزان رشد سبب شد نخستین بار در تاریخ صادرات صنعت خودروسازی ترکیه، عبور از مرز ۳ میلیارد دلار به ثبت برسد. کشور ترکیه به عنوان صادرکننده اول خودرو به کشورهای اروپایی به شمار می‌رود و بیشترین میزان صادرات خودروهای مونتاژ ترکیه به کشورهای آلمان، ایتالیا، فرانسه، انگلستان و اسپانیا صورت می‌گیرد. ترکیه یکی از کشورهای مهم دنیا در زمینه مونتاژ خودرو است و کارخانه‌های بسیاری از شرکت‌های مطرح در این کشور در حال فعالیت هستند. ترکیه به واسطه موقعیت جغرافیایی مطلوب خود، دروازه بین دو قاره اروپا و آسیا به حساب می‌آید و از این رو سالیان زیادی است که بسیاری از خودروسازان آسیایی و اروپا رو به سرمایه‌گذاری و تأسیس کارخانه مونتاژ خودرو در این کشور آورده‌اند. آمار تولید و فروش خودرو ترکیه در ۱۰ سال اخیر وضعیت جزی رشد و صعود را تجربه نکرده است و به کرات شاهد رکوردشکنی صنعت خودروسازی این کشور اوراسیایی هستیم. بازار اروپا یکی از بزرگ‌ترین متقاضیان خرید خودروهای مونتاژ ترکیه است و آخرین آمار سالانه، از صادرات ۷۸ درصدی خودروهای ساخت ترکیه به کشورهای عضو اتحادیه اروپا حکایت دارد.

طبق آخرین آمار منتشر شده از صادرات خودرو ترکیه به اروپا، باز هم همچون روال همیشگی بیشترین سهم صادرات خودرو ترکیه به اتحادیه اروپا اختصاص دارد. صادرات خودرو ترکیه در ماه مارس با رسیدن به میزان ۳.۱ میلیارد دلار، بیشترین میزان صادرات در تاریخ صنعت خودروسازی ترکیه را به ثبت رساند و در مجموع سه ماه نخست امسال سهم اروپا در ثبت سفارش کارخانه‌های ترکیه به میزان ۷۸ درصد کل تولیدات ترکیه بوده است. بنا بر اعلام مجمع صادرکنندگان ترکیه (TİM)، صادرات خودروی ترکیه در ماه مارس میلادی، ۲۰.۸ درصد کل صادرات این کشور را به خود اختصاص داده است تا نشان از اهمیت صنعت خودروسازی در این کشور داشته باشد. میزان صادرات خودروی ترکیه در ماه گذشته نسبت به مارس ۲۰۱۷ با رشد ۱۶.۱ درصدی همراه بوده است که این میزان رشد سبب شد نخستین بار در تاریخ صادرات صنعت خودروسازی ترکیه، عبور از مرز ۳ میلیارد دلار به ثبت برسد. همچنین در سه‌ماهه نخست امسال، صادرات خودروی ترکیه به اروپا در مقایسه با سه‌ماهه ۲۰۱۷ با رشدی ۱۷.۵ درصدی و صادرات ۸ میلیارد و ۲۲۸ میلیون و ۱۷۵ هزار دلاری همراه بوده است. خودروهای ساخت ترکیه به ۱۸۸ نقطه از جهان

صادر می‌شوند و در این میان بیشترین میزان خودروی صادر شده، به آلمان با یک میلیارد و ۲۰۹ میلیون و ۳۶۹ هزار دلار اختصاص دارد. از دیگر کشورهای اروپایی که بیشترین میزان صادرات خودروی ترکیه به آنها تعلق دارد باید به فرانسه، انگلستان، اسپانیا، بلژیک، لهستان، اسلونی و هلند اشاره کرد.

با دلار ۴۲۰۰ تومانی، قیمت خودرو باید کاهش یابد

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی گفت با توجه با اقدام دولت در تک‌نرخ کردن دلار و کاهش قیمت قابل توجه آن، قیمت خودروهای وارداتی به میزان زیادی باید کاهش یابد. امیرالله امینی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: متأسفانه شاهد هستیم که شرکت‌های واردکننده خودرو با کمترین نوسان صعودی دلار، قیمت این محصولات را افزایش می‌دهند. وی با بیان اینکه به عنوان مثال در اواخر سال گذشته که نرخ دلار در بازار آزاد به حدود ۵۰۰۰ هزار تومان رسید، بیشتر واردکننده‌ها قیمت خودرو را متناسب با این نرخ افزایش دادند، خاطر نشان کرد: در هفته‌های اخیر نیز برخی شرکت‌های واردکننده خودرو به دنبال نوسانات صعودی نرخ ارز باز هم قیمت محصولات خود را افزایش دادند. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: با این حال با اقدام قاطع دولت در تک‌نرخ کردن دلار و کاهش قیمت آن به ۴۲۰۰ تومان، قیمت خودروهای وارداتی به میزان قابل توجهی که حداقل ۲۰ درصد است باید کاهش یابد. وی افزود: دولت اعلام کرده که به تمام واردکنندگان دلار به نرخ ۴۲۰۰ تومان اختصاص می‌دهد بنابراین شرکت‌های واردکننده خودرو دیگر دلیلی برای رشد نجومی قیمت‌ها به بهانه نوسانات نرخ ارز ندارند. امینی تصریح کرد: واردکنندگان خودرو به همان سرعتی که با نوسانات صعودی نرخ دلار قیمت خودروهای وارداتی را افزایش دادند با همان سرعت نیز باید قیمت‌ها را متناسب با دلار ۴۲۰۰ تومانی کاهش دهند. وی اظهار کرد: با توجه به سابقه شرکت‌های واردکننده خودرو در نقض حقوق مصرف‌کنندگان، سازمان‌های مسئول به‌ویژه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان باید بر کاهش و واقعی‌سازی نرخ خودروهای وارداتی نظارت کنند.

به گزارش ایسنا، به دنبال نوسانات بی‌ضابطه نرخ دلار در بازار در چند هفته اخیر و رسیدن آن به قیمت حدود ۶۰۰۰ تومان، دولت در اقدامی فوری دلار را در قیمت ۴۲۰۰ تومان تک‌نرخ کرده و اعلام کرد که به تمام متقاضیان اعم از واردکنندگان، دانشجویان، مسافران و بیماران، دلار با این نرخ پرداخت می‌شود.

ترغیب مردم به خرید خودروی ایرانی با همکاری با خودروسازان برتر دنیا میسر می‌شود



ایرانی را داشته باشند. هزارجریبی در پایان گفت: یکی از مباحث مهم اشتغال است که در این زمینه می‌توان با شرکت‌های صاحب برندهای برتر توافق کرد که در داخل کشور ما کارخانه احداث کنند به شرط آنکه فقط از کارگران ایرانی استفاده کنند، درحالی‌که برند خودشان را تولید می‌کنند، نتیجه این کار قیمت نهایی کمتر و در نتیجه قیمت نهایی مناسب‌تر و همچنین انتقال دانش و تکنولوژی روز به کشور است.

و بودجه مجلس شورای اسلامی در ادامه افزود: البته غیرضروری را محدود کند و از سوی دیگر برای حمایت از کالای ایرانی تعرفه واردات کالاهای خارجی غیر ضروری را افزایش دهد. وی خاطرنشان کرد: از مهم‌ترین کالاهای داخلی خودروهای داخلی شاهد هستیم که خودروهای برندهای برتر دنیا در تصادفات جاده‌ای با تلفات انسانی کمتری روبه‌رو هستند، در نتیجه لازم است خودروسازان کیفیت خودروها را افزایش دهند و پس از آن از مردم انتظار خرید خودروی

بسیار مهم است. نپی هزارجریبی گفت: دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات ویژه، کم‌بهره و بلندمدت به تولیدکنندگان کمک کند تا شرایط رقابت با کالاهای خارجی برای آنها فراهم شود.

عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی با اشاره به انتخاب شعار حمایت از کالای ایرانی از سوی مقام معظم رهبری در جهت حمایت از تولید داخلی و اشتغال جوانان گفت: استفاده از کالای ایرانی منوط به ارتقای کیفیت توسط تولیدکنندگان است، چراکه کیفیت و قیمت تمام شده برای مصرف‌کننده بسیار مهم است. نپی هزارجریبی گفت: دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات ویژه، کم‌بهره و بلندمدت به تولیدکنندگان کمک کند تا شرایط رقابت با کالاهای خارجی برای آنها فراهم شود.

عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی با اشاره به انتخاب شعار حمایت از کالای ایرانی از سوی مقام معظم رهبری در جهت حمایت از تولید داخلی و اشتغال جوانان گفت استفاده از کالای ایرانی منوط به ارتقای کیفیت توسط تولیدکنندگان است، چراکه کیفیت و قیمت تمام شده برای مصرف‌کننده بسیار مهم است.

به گزارش خبر خودرو، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی با اشاره به انتخاب شعار حمایت از کالای ایرانی از سوی مقام معظم رهبری در جهت حمایت از تولید داخلی و اشتغال جوانان گفت استفاده از کالای ایرانی منوط به ارتقای کیفیت توسط تولیدکنندگان است، چراکه کیفیت و قیمت تمام شده برای مصرف‌کننده بسیار مهم است. نپی هزارجریبی گفت: دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات ویژه، کم‌بهره و بلندمدت به تولیدکنندگان کمک کند تا شرایط رقابت با کالاهای خارجی برای آنها فراهم شود.

نباید مردم به دلیل توان پایین مالی مجبور به خرید خودروی بی کیفیت شوند

افزایش تعرفه‌ها به شرطی می‌تواند به تحقق شعار امسال کمک کند که خودروسای داخلی از کیفیت مطلوبی برخوردار باشند، ابتدا باید کیفیت خودروهای تولید داخل را بهبود بخشید و سپس برای حمایت از تولید داخل تعرفه خودروهای وارداتی را افزایش داد تا مردم خودرویی که می‌خرند نه‌تنها قیمت مناسبی داشته باشد بلکه از کیفیت مطلوبی نیز برخوردار باشند، نه اینکه چون مردم توان خرید خودروی باکیفیت را ندارند مجبور به خرید خودروی بی‌کیفیت ولی ارزان قیمت شوند. وی خاطرنشان کرد: در سال ۹۷ مسئولان بر بحث کیفیت باید تأکید

دهند. وی افزود: کیفیت خودروها رابطه مستقیم با کیفیت قطعات دارد و با وجود استفاده از قطعات نامرغوب چینی در تولید خودروها نباید انتظار کیفیت مناسب را داشته باشیم و چنانچه بخواهیم در تولید خودروها همچنان از قطعات بی‌کیفیت چینی استفاده کنیم کیفیت خودروها نامطلوب باقی خواهد ماند و ادامه این وضعیت و نارضایتی مردم از کیفیت خودروهای تولید داخل موجب رو آوردن مردم به خرید خودروی خارجی خواهد شد.

دکتر بشرحق در خصوص افزایش تعرفه خودروها در سال ۹۶ اظهار داشت: به گزارش پدال‌نیوز، رئیس انجمن اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو نیز از توقف خرید و فروش خودروهای وارداتی در بازار خبر داد و گفت: توقف تدریجی خرید و فروش خودروهای وارداتی از روز شنبه کلید خورد و در نهایت از روز گذشته معاملات به‌طور کامل متوقف شد.

یکی از اعضای هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی گفت با توجه با اقدام دولت در تک‌نرخ کردن دلار و کاهش قیمت قابل توجه آن، قیمت خودروهای وارداتی به میزان زیادی باید کاهش یابد. امیرالله امینی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: متأسفانه شاهد هستیم که شرکت‌های واردکننده خودرو با کمترین نوسان صعودی دلار، قیمت این محصولات را افزایش می‌دهند. وی با بیان اینکه به عنوان مثال در اواخر سال گذشته که نرخ دلار در بازار آزاد به حدود ۵۰۰۰ هزار تومان رسید، بیشتر واردکننده‌ها قیمت خودرو را متناسب با این نرخ افزایش دادند، خاطر نشان کرد: در هفته‌های اخیر نیز برخی شرکت‌های واردکننده خودرو به دنبال نوسانات صعودی نرخ ارز باز هم قیمت محصولات خود را افزایش دادند. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: با این حال با اقدام قاطع دولت در تک‌نرخ کردن دلار و کاهش قیمت آن به ۴۲۰۰ تومان، قیمت خودروهای وارداتی به میزان قابل توجهی که حداقل ۲۰ درصد است باید کاهش یابد. وی افزود: دولت اعلام کرده که به تمام واردکنندگان دلار به نرخ ۴۲۰۰ تومان اختصاص می‌دهد بنابراین شرکت‌های واردکننده خودرو دیگر دلیلی برای رشد نجومی قیمت‌ها به بهانه نوسانات نرخ ارز ندارند. امینی تصریح کرد: واردکنندگان خودرو به همان سرعتی که با نوسانات صعودی نرخ دلار قیمت خودروهای وارداتی را افزایش دادند با همان سرعت نیز باید قیمت‌ها را متناسب با دلار ۴۲۰۰ تومانی کاهش دهند. وی اظهار کرد: با توجه به سابقه شرکت‌های واردکننده خودرو در نقض حقوق مصرف‌کنندگان، سازمان‌های مسئول به‌ویژه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان باید بر کاهش و واقعی‌سازی نرخ خودروهای وارداتی نظارت کنند.

۸۰ درصد تولید بنزین کشور یورو ۴ می‌شود

خودروها اعم از بنزین و گازوئیل در بهبود شرایط کیفی هوای کلانشهرها و در نتیجه سلامت ساکنان این شهرها نقش بسیار مهمی دارد. اندالله قره‌خانی، سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی در خصوص آخرین جلسه این کمیسیون که برای بررسی آخرین وضعیت فرآورده‌های نفتی کشور صبح سه‌شنبه برگزار شده بود به مهر گفت: بر اساس گزارشاتی که به مجلس شورای اسلامی رسیده بود بنزین‌هایی که تحت عنوان یورو ۴ در هشت کلانشهر کشور عرضه می‌شود از استانداردهای لازم به‌ویژه نسبت به سلفور موجود در آنها برخوردار نیست.

وی افزود: همین گزارشات باعث شد کمیسیون انرژی مجلس از مدیرعامل پخش و پالایش، محیط‌زیست، سازمان بازرسی کل کشور، سازمان ملی استاندارد و مرکز پژوهش‌های مجلس برای بررسی ابعاد این موضوع دعوت کند. **عمده گزارش‌ها مثبت بود** سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی با یادآوری این‌که گزارش وضعیت فرآورده‌های نفتی از سال ۹۳ به بعد به این کمیسیون ارائه شد، بیان کرد:

آنچه کمیسیون تقاضا کرده بود بررسی وضعیت بنزین وارداتی و هم تولیدات داخل کشور بود که عمده گزارش‌های ارائه شده در این دو حوزه مثبت بود. وی با بیان این‌که در گذشته ایرادها و اشکال‌هایی وجود داشته و حالا رو به بهبودی است، گفت: مقدار سلفور موجود در گازوئیل به مراتب بیشتر بوده و در بعضی از شهرها سه تا چهار هزار پی‌پی‌ام هم گزارش شده اما در بعضی دیگر از شهرها زیر ۵۰۰ پی‌پی‌ام بوده است. همه فرآورده‌های بنزینی اعم از بنزین، نفت کوره، نفت گاز و هواپیما باید با استانداردهای ملی استاندارد منطبق باشد وگرنه از عرضه آنها جلوگیری می‌شود.

نماینده مردم علی‌آبادکتول در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: خوشبختانه در بنزین، آلاینده‌های آن اعم از بنزین، آروماتیک و سلفور در معدل (میانگین) به یک طریق استانداردهای یورو چهار را تأمین می‌کند اما تولیدات ستاره خلیج‌فارس از استانداردهای بالاتری برخوردار بوده و یورو پنج است. وی با تأیید این‌که بعضی از بنزین‌های مصرفی در برخی از زمان‌ها مشکل



استارت آپ‌ها فی‌النفسه حمایت از کالای ایرانی محسوب می‌شوند

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری با تأکید بر توسعه استارت‌آپ‌ها گفت: استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان فی‌النفسه موضوع حمایت از کالای ایرانی هستند.

سورنا ستاری در حاشیه بازدید از یک شرکت دانش‌بنیان تولیدکننده محصولات حوزه فناوری اطلاعات در جمع خبرنگاران اظهار کرد: اسامی باید حرکت جدی در راستای توسعه استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان داشته باشیم و تلاش کنیم آنها را توسعه دهیم و حمایت کنیم. وی با تأکید بر همکاری سازمان‌ها برای توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها افزود: نباید کرکره اینها را پایین بکشیم.



استارت‌آپ

مهم‌ترین دلایل شکست استارت‌آپ‌ها از نگاه ۱۴ شتاب‌دهنده بین‌المللی

کارشناسان برترین مراکز شتاب‌دهنده کسب‌وکار در نقاط مختلف جهان، مهم‌ترین و شایع‌ترین علل شکست استارت‌آپ‌ها را شرح می‌دهند. ماه دسامبر سال گذشته، تحقیقاتی آغاز شد که در آن از برترین مراکز شتاب‌دهنده بین‌المللی درخواست شد تا مهم‌ترین دلایل شکست استارت‌آپ‌ها را عنوان کنند. نکته جالب این بود که گرچه این مراکز از نقاط مختلف جهان انتخاب‌شده بودند، ولی همه آنها روی مهم‌ترین اصولی که به سقوط استارت‌آپ‌ها منجر می‌شود، توافق داشتند.

ناکارایی تست‌ها

عدم تست مناسب و کافی، به‌عنوان اصلی‌ترین علت شکست استارت‌آپ‌ها شناخته‌شده است. در کنار آن نیز اصطلاحاتی نظیر شروع نکردن کار، پیدا نکردن راه‌های دسترسی به بازار و همچنین عدم شناسایی موانع ورود به بازار آورده شده است. با این‌حال گرگ رایت، مؤسس HATCH این عامل را به‌طور مختصر «شکست تست و اعتبارسنجی نظریه‌ها و مفروضات» می‌خواند. نتیجه این اشتباهات به مقیاس‌پذیری زود هنگام (جذب زود هنگام سرمایه، رمپینگ تولیدات، تیم، تبلیغات قبل از رسیدن به بازار محصول مناسب) منجر می‌شود. کیت هوپر، مدیرعامل لابرآتور Danger Fort می‌گوید: «محصولاتی که استارت‌آپ‌ها تولید می‌کنند، در رفع نیازهای مشتریان آن‌قدر ارزش‌آفرینی ندارد که پولی برای خرید آنها بپردازند». بن‌هسیه مدیر برنامه شرکت نست و جیسون کول مدیرعامل شرکت مشاوره دا پرموس هر دو معتقدند که پیدا نکردن یک بازار مناسب محصول، یکی از عوامل مهم سقوط است.

اریک متیوز، بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت Start Co، یکی از علل بزرگ شکست را «تولید محصولی که هیچ‌کس نیازی به آن ندارد» می‌داند. این عامل، در ۵۰ درصد از شکست‌های استارت‌آپی نقش دارد. تکمیل تحقیقات بازار و شناخت مشتریان نیز مواردی است که تا حدود زیادی این مشکل را کاهش می‌دهد. متیوز به بنیان‌گذاران استارت‌آپ توصیه می‌کند پیش از تولید هر محصولی، حداقل با ۵۰ درصد از مشتریان واقعی خود وارد تعامل شوند. آشیس بهتیا، بنیان‌گذار یکی از شتاب‌دهنده‌های کشور هند معتقد است تأخیر در عرضه محصول یا راه‌اندازی خدمات، اشتباهی غیرقابل‌جبران محسوب می‌شود. به گفته او، موفقیت تنها با ارائه قدرتمند ایده به مشتریان حاصل می‌شود و برعکس، کمال‌گرایی بیش‌از‌حد راه به‌جایی نمی‌برد. بهتیا نیز به بنیان‌گذاران توصیه می‌کند دست به اقدام بزنند و البته تعامل با مشتریان را فراموش نکنند. آلیس داوینیس، مدیر برنامه Launch Alaska عدم شناخت مشتریان را مهم‌ترین علت شکست می‌داند. به گفته او، شرکت‌های نوپایی که با مشتریان بالقوه خود صحبت نمی‌کنند، غالباً شکست می‌خورند. بنیان‌گذاران در اولین مراحل کار خود، زمانی که بخش‌بندی بازار را بررسی می‌کنند باید بارها به این سؤال جواب دهند: «آیا مشتریان مناسبی را هدف قرار داده‌ایم؟ آیا این مشتریان به محصول ما نیاز دارند؟» کریستین بوش، مدیرعامل یکی از مراکز شتاب‌دهنده تکنولوژی آلمان نخستین فاکتور را به‌صورت خلاصه جمع‌بندی می‌کند: «متمرکز نبودن روی یک مشکل یا نیاز خاص، زمان‌بندی ضعیف (خیلی زود، خیلی دیر) و مقیاس‌پذیری سریع.»

ناسازگاری تیمی

عدم سازگاری تیم، دومین مشکلی است که باعث شکست استارت‌آپ‌ها می‌شود. این فاکتور به چگونگی همکاری اعضای تیم بنیان‌گذار با یکدیگر و مهارت‌های آنان برای غلبه بر چالش‌های پیش رو اشاره دارد. الزا سرگیلی، مدیرعامل L-SPARK می‌گوید اگر تیم مؤسسان استارت‌آپ

عضو هیأت‌علمی دانشگاه بیرجند در گفت‌وگو با پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان:

دوره‌های کارورزی فرصتی مغتنم برای مهارت‌آموزی کارآفرینی است

هم‌اکنون تجربه و دانش خوبی به‌عنوان پشتوانه علمی و تحقیقاتی برخوردارند و هم‌نیازی به ارتقا و در نتیجه افزایش تعداد مقالات علمی ندارند. محقق برجسته شیمی‌فیزیک با بیان اینکه لازم است فرهنگ

عمومی حاکم بر جامعه دانشگاهی با کار تیمی عین‌شود، همدلی، همصدایی و همگرایی را لازمه تشکیل گروه برشمرد و اظهار داشت: در ایران، در غالب موارد گروه با حضور تخصص‌ها و مهارت‌های متنوع تشکیل نمی‌شود. از سوی دیگر، تقریباً همه گروه‌ها نیز در تهران متمرکز هستند و استان‌های دیگر عملاً از حضور این گروه‌ها محروم هستند.

وی افزود: آموزه‌های دانشگاه در بیشتر موارد غیرکاربردی هستند و سرفصل‌هایی که بعد عملیاتی افراد را تقویت کند، عملاً وجود ندارد. این موضوع در کنار

سیاست‌گذاری‌های نادرست و تئوری‌محور، سبب می‌شود فرد به تدریج به سمت مقاله‌محوری و در نهایت مونتاز مقاله حرکت کند که این موضوع خود یک آسیب بزرگ است.

عضو هیأت‌علمی دانشگاه بیرجند با اشاره به اهمیت دوره‌های کارورزی و کارآموزی، گفت: در طول این مدت فرد نیازها و چالش‌های واقعی صنعت و جامعه را درک می‌کند.

حسین فرسی، عضو هیأت‌علمی دانشگاه بیرجند در گفت‌وگو با پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه در ایران سنگ‌بنای ارتباط دانشگاه با جامعه اشتباه گذاشته شده است، گفت: در جامعه دانشگاهی کشور، افراد در حالی به سمت مقاله حرکت می‌کنند و در تلاش برای افزایش کمی فعالیت‌های خود هستند که در کشورهای توسعه‌یافته پژوهش براساس نیازهای بازار و مشتری انجام می‌شود. وی افزود: دیدگاه اعضای هیأت‌علمی دانشگاه از سویی و از سوی دیگر آیین‌نامه‌ها و مقررات باید تغییر کنند تا جامعه دانشگاهی به سمت صحیح هدایت شود و نتیجه

فعالیت‌های تحقیقاتی و پژوهشی در جامعه بومی ملموس باشد. فرسی ادامه داد: در شرایط فعلی، افرادی که به مرحله استاد تمامی رسیده‌اند بهترین گزینه‌ها برای انجام تحقیقات کاربردی هستند چراکه

ستاری در بازدید از دستاوردهای گروه دانش‌بنیان حصین:

استارت‌آپ‌های حوزه خدمات، مقوم رونق کسب و کارهای دانش‌بنیان

ایرانی را فرهنگ‌سازی دانست و افزود: ماهیت فناوری تا پیش از این در کشور ما بر پایه واردات بنا نهاده شده بود که مهم‌ترین منشأ این چالش، تکیه اقتصاد کشور بر پایه منابع نفتی است. بر همین اساس همان‌گونه که در صادرات فناوری با

مشکلات جدی مواجه هستیم در فرهنگ‌سازی ترویج استفاده از کالا و خدمات ایرانی نیز مشکل داریم. وی افزود: این مشکل در حوزه دانش‌بنیان پیچیده‌تر می‌شود چراکه تأییدیه‌ها، آزمایش‌ها و رسیدن کالاهای دانش‌بنیان تولید داخلی به معیارهای استاندارد جهانی، به دلیل وارداتی بودن ساختارهای تأییدکننده و عدم همخوانی با استانداردهای جهانی، صادرات و رقابت کالاهای دانش‌بنیان ایرانی را با چالش‌های جدی مواجه می‌سازد. رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه در سال‌های اخیر پیشرفت‌های قابل توجهی در حوزه اخذ استانداردها و تأییدیه کالاهای دانش‌بنیان ایران‌ساخت اتفاق افتاده

است، افزود: اگرچه ساختارهای فرهنگی و اقتصادی دچار تعارضاتی با اقتصاد دانش‌بنیان هستند، اما باید با یک حرکت مستمر و جدی مشکلات فراروی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها برطرف شود.

به اعتقاد معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان که مهم‌ترین لازمه حمایت از کالای ایرانی است با رونق و توسعه کسب‌وکارهای استارت‌آپی و دانش‌بنیان حوزه خدمات و فناوری اطلاعات

و ارتباطات اتفاق می‌افتد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در بازدید از دستاوردهای گروه حصین با اشاره به اهمیت بازارسازی برای کسب و کارهای استارت‌آپی و دانش‌بنیان گفت: رشد کسب و کارهای دانش‌بنیان فناوری مهم‌ترین لازمه تحقق حمایت از کالای ایرانی است و این امر با رشد و رونق استارت‌آپ‌های حوزه خدمات اتفاق می‌افتد. ستاری، با اشاره به رشد فزاینده کسب و کارهای استارت‌آپی حوزه خدمات گفت: تا زمانی که کسب و کارهای استارت‌آپی وجود نداشته باشد، شرکت‌های دانش‌بنیانی که در مرزهای دانش و فناوری حرکت کنند یا نمی‌گیرند و بر همین اساس، حمایت از این استارت‌آپ‌ها که هماهنگ و به موازات یکدیگر رشد می‌کنند، باید توسط بخش خصوصی محقق شود. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، مهم‌ترین گلوگاه راه توسعه فناوری



راهاندازی استارت آپها برای عرضه محصولات روستاییان

معاون توسعه روستایی ریاست جمهوری از راهاندازی استارت آپها برای عرضه محصولات روستاییان خبر داد و گفت این امر به خرید گران تر از تولیدکننده و فروش ارزان تر می انجامد. به گزارش مهر، ابوالفضل رضوی چهارشنبه در حاشیه نشست مشترک فرمانداران، بخشداران و مدیران کل با موضوع بررسی وضعیت اشتغال روستایی در جمع خبرنگاران گفت: ایجاد شغل یکی از خواسته های صریح مقام معظم رهبری و دولت است، در این مسیر از توانایی بانکها، نهادهای و بنیادهای حکومتی و اشخاصی که امکان این امر را دارند، باید استفاده کرد. وی از راهاندازی استارت آپها برای ارائه محصولات روستایی و حذف واسطه ها خبر داد و گفت: این استارت آپها سبب خرید گران تر از تولیدکننده و فروش ارزان تر به مصرف کننده از طریق حذف دلال ها می شود.



یادداشت

از کجا بدانیم که کسب و کارمان سود می کند؟

مستقیم نامیده می شود و هزینه متغیر محسوب می شود. این هزینه به مقدار کالاهای تولیدی شما بستگی دارد. دیگر دستمزدهای کار از جمله حقوقی که به کارمندان واحد حسابداری پرداخت می کنید، هزینه ثابت هستند. دستمزد کار غیرمستقیم به میزان تولید شما بستگی ندارد. اگر میزان تولید شما از ۱۰ محصول در ماه به ۱۵ محصول در ماه افزایش پیدا کند، احتمال کمی هست که شما حسابدار دیگری استخدام کنید.

خدمات شهری هزینه دیگری است که به هزینه های ثابت و متغیر تقسیم می شود. برای نمونه قبض تلفن شما با افزایش یا کاهش تولید شما تغییر چندانی نخواهد کرد، اما زمانی که به خاطر افزایش تولید خطاهای تولیدی مدت بیشتری فعال باشند و هنگام شب لامپ بیشتری استفاده شود؛ تقاضای شما برای انرژی برق و متعاقباً هزینه آن افزایش پیدا می کند.

درآمد چیست

پولی که به شما پرداخت می شود، درآمد شماست. معمولاً درآمد به میزان تولید ارتباط دارد اما مستقیماً به آن وابسته نیست. ممکن است شما کمتر یا بیشتر از میزان تولیدتان فروش داشته باشید. برای مثال، اگر شما ۱۰۰ قلم کالا در انبار داشته باشید و سفارش ۱۵۰ قلم کالا دریافت کنید، کافی است تنها ۵۰ کالای دیگر تولید کنید. یا اگر لوازم اسکی تولید می کنید، ممکن است در هر ماه تابستان ۲۰ کالا تولید کنید در حالی که در تابستان هیچ فروشی ندارید، بلکه برای فروش در زمستان انبار می کنید. بدین ترتیب درآمد زمانی است که شما پولی را دریافت می کنید نه زمانی که محصولی را برای فروش تولید می کنید. کل درآمد جمع کلیه وجوه دریافتی شما در طول سال است.

تحلیل سر به سر

منظور از نقطه سر به سر مقدار تولیدی است که درآمد شما برای تولید تعداد معینی محصول با هزینه های ثابت به علاوه هزینه های متغیر همان تعداد محصول برابر شود. برای مثال، هزینه ثابت شما ۵۰۰ دلار و هزینه متغیرتان برای هر محصول ۲۰ دلار است. تصور کنید شما هر محصول را ۲۵ دلار بفروشید، نقطه سر به سر شما ۱۰۰ محصول می شود. حال اگر شما هزینه ثابت را به ۴۰۰ دلار کاهش دهید، نقطه سر به سر شما ۸۰ محصول خواهد شد. یا اگر هزینه متغیر هر محصول را از ۲۰ دلار به ۱۵ دلار برسانید، نقطه سر به سر شما ۵۰ محصول خواهد شد.

پول نقد در جیب شما

هر فروشی فراتر از نقطه سر به سر درآمد محسوب می شود. در مثال بالا (هزینه ثابت ۵۰۰ دلار، هزینه متغیر ۱۵ دلار برای هر محصول، درآمد ۲۵ دلار برای هر محصول) نقطه سر به سر شما ۵۰ محصول است. اگر شما ۵۰ کالا تولید کنید و تمام ۵۰ کالا را بفروشید به نقطه سر به سر رسیده اید. به عبارتی هزینه های ثابت را در آمدتان برابر می شود. سود شما صفر خواهد بود. اگر کمتر از ۵۰ محصول بفروشید، ضرر کرده اید و اگر بیشتر از ۵۰ محصول بفروشید سود کرده اید. برای مثال اگر ۷۰ محصول بفروشید، هزینه ثابت شما ۵۰۰ دلار و هزینه متغیرتان به ۱۰۵۰ دلار خواهد رسید (۷۰ * ۱۵) و بنابراین کل هزینه شما ۱۵۵۰ دلار خواهد شد. در این صورت درآمد شما ۱۷۵۰ دلار (۷۰ * ۲۵) و سود شما ۲۰۰ دلار (۱۷۵۰ - ۱۵۵۰) خواهد بود.

حرف آخر

برای رسیدن به سود بیشتر، باید بتوانید هر محصول را بیش از هزینه ساخت آن بفروشید و باید محصولتان را به قیمتی بفروشید که هر دو هزینه متغیر و هزینه ثابت مشترک آن را پوشش دهد. این مسئله در مورد فروش هر محصول یا خدماتی صدق می کند، چه ابزار باشد، چه سیب باشد، چه تدریس موسیقی باشد، و چه ساعت های مشاوره مالی.

منبع: thebalance

مترجم: سعیده کریمی

اکثر افراد و اکثر کسب و کارها وارد دنیای تجارت می شوند تا سود کنند. به عبارت ساده، سود کردن یعنی دست یافتن به پولی بیشتر از آنچه خرج کرده اید. برخی افراد سود را با درآمد اشتباه می گیرند. در نتیجه نمی فهمند علت چیست که تمام درآمدشان هم نمی تواند آنها را به پیش برده چرا هیچ کس حاضر نیست در شرکت پر فروش ایشان سرمایه گذاری کند و چرا بانک خط اعتباری ایشان را افزایش نمی دهد. در این مقاله می آموزیم از کجا بفهمیم که کسب و کارمان سود می کند یا اینکه فقط فروش بیشتری دارد.

سود در مقابل درآمد

اغلب اشخاص کسب و کارها در آمدشان را به دقت کنترل می کنند. فروش هر وسیله در کتاب یا صفحات گسترده کامپیوتری ثبت و ضبط می شود. هر چکی که در قبال ارائه مشاوره از مشتری دریافت می شود، در دفتر چک یا در نرم افزار حسابداری ثبت می شود. دفتر حسابداری یا نرم افزار حسابداری مرتب جمع بندی می شود. اما در واقع این سود شما نیست، این درآمد شماست. این ورودی کسب و کار شما می شود. برای حساب کردن سود، باید هزینه هایی که از کسب و کارتان خارج می شود را از ورودی کسر کنید. سود = درآمد - هزینه ها.

محاسبه هزینه ها

کسب و کار شما دو نوع هزینه (با مخارج) دارد: هزینه های ثابت و هزینه های متغیر. هزینه های ثابت هزینه هایی هستند که با تغییر میزان فعالیت شما تغییری نمی کنند. این هزینه ها مواردی چون اجاره را در برمی گیرند. چه در هر شیفیت کاری ۱۰ محصول تولید کنید و چه ۱۵ محصول، اجاره شما ثابت خواهد ماند. از طرف دیگر، هزینه های متغیر مستقیماً به این بستگی دارند که چند واحد کالای قابل فروش تولید می کنید. اگر شما ۱۰ دلار پیچ نیاز داشته باشید تا ۱۰۰ وسیله تولید کنید، پس برای تولید ۲۰۰ وسیله ۲۰ دلار نیاز خواهید داشت.

هزینه های ثابت

به طور کلی هزینه های ثابت را می توانید در ابتدای سال تخمین زده و برای ۱۲ ماه آینده به خوبی پیش بینی کنید. برای مثال می دانید که اجاره محل کار شما ۱۰۰۰ دلار در ماه است. ممکن است بدانید یا پیش بینی کنید که در ابتدای سال افزایش اجاره ها خواهد داشت و باید در ماه ۱۱۰۰۰ دلار بپردازید. هزینه های ثابت شامل مواردی چون اجاره، هزینه استهلاک، مجوزها، پرداخت بهره ها، برخی از انواع مالیات و دستمزد کارهای غیرمستقیم را در برمی گیرد.

هزینه های متغیر

هزینه های متغیر مخارجی هستند که به میزان تولید بستگی دارند. به همان نسبت که حجم تولید افزایش می یابد، هزینه های متغیر نیز با افزایش روبه رو می شوند. به عنوان مثال برای تولید واگن کودک، باید یک بدنه واگن، دو میله و چهار چرخ برای هر واگن بخریم. اگر قیمت یک بدنه واگن ۳ دلار باشد و من پول کافی برای خرید ۶ بدنه واگن نداشته باشیم، هزینه بدنه واگن ۱۸ دلار خواهد شد. حال اگر بخواهیم ۲۰ واگن تولید کنیم، هزینه خرید بدنه واگن ۶۰ دلار خواهد شد. هزینه های متغیر را می توان در ابتدای سال تخمین زد اما این تخمین به اندازه هزینه های ثابت دقیق و صحیح نخواهد بود. هزینه های متغیر شامل هزینه مواد مورد استفاده در تولید، خدمات شهری خاص، برخی از انواع مالیات و دستمزدها و دستمزد کارهای غیرمستقیم را در برمی گیرد.

هزینه های ثابت و متغیر

برخی از هزینه های کسب و کار خود به دو دسته ثابت و متغیر تقسیم می شوند از جمله دستمزد کار، دستمزدی که به کارگر تولیدی پرداخت می کنید، کار



ژست های عجیب زاکربرگ در سنا دستمایه شوخی کاربران شد

مارک زاکربرگ روز گذشته برای پاسخ به سؤالات نمایندگان سنا در رابطه با رسوایی هایی اخیر فیس بوک در کنگره حاضر شد و ظاهر روبات مانند و ژست های او خبرساز شده و برخی کاربران آن را دستمایه طنز قرار داده اند.

زاکربرگ، مدیرعامل فیس بوک که به خاطر رسوایی هایی اخیر این شرکت در رابطه با استفاده مؤسسه کمبریج آنالیتیکا از اطلاعات شخصی ۵۰ میلیون نفر برای تأثیرگذاری در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، روزهای سختی را پشت سر می گذارد، به دعوت «کمیته بازرگانی و انرژی ایالات متحده» به سنا رفته بود. او که ابتدا با روی گشاده به این جلسه رفته بود با پذیرش ضعف و کم کاری های موجود، بر تلاش برای برطرف کردن آنها تأکید کرد. با این حال مارتن پنج ساعته این نشست که برای سناتورها امری عادی به شمار می رود، با طرح سؤالات بیشتر همراه بود و به نظر این مسئله بر توان وی برای حفظ ظاهر تا حدودی اثرگذار بود.

زاکربرگ بخشی از این جلسه را به خوبی مدیریت کرد اما سؤال سناتور «دیک دوربین» در مورد اینکه آیا وی حاضر است نام هتلی را که شب گذشته در آن اقامت داشته یا فردی را که هفته گذشته با وی در ارتباط بوده بگوید و امتناع زاکربرگ از پاسخگویی، وزنه را تا حدودی به سود نمایندگان تغییر داد. علاوه بر این برخی نمایندگان از مشاوران زنده ای برای طرح سؤالات کمک گرفته بودند و با طرح سؤالاتی از قبیل امکان ردیابی داده های مرورگر کاربران در صورت آفلاین بودن آنها و جمع آوری وسیع اطلاعات توسط اپلیکیشن های دیگر که مارک زاکربرگ جوابی برای آنها نداشت، باعث تعجب وی شدند.

با فروکش کردن سر و صداهای اولیه این رسوایی، کاربران آمریکایی تصاویر منتشر شده از مدیرعامل فیس بوک در جلسه سنا را دستمایه طنز قرار دادند که برخی از آنها ارائه شده اند.

معاون توسعه روستایی ریاست جمهوری خبر داد

ارائه وام ۶ میلیاردی به کارآفرینان روستایی با نرخ ۱۰ درصد

معاون توسعه روستایی ریاست جمهوری از ارائه وام ۶ میلیاردی به کارآفرینان روستایی خبر داد و گفت: این وام به واحدهایی که شغل پایدار و درآمد مکفی داشته باشند، تعلق می گیرد.

به گزارش مهر، ابوالفضل رضوی چهارشنبه در نشست مشترک فرمانداران، بخشداران و مدیران کل با موضوع بررسی وضعیت اشتغال روستایی طی سخنانی نقش شوراها در برنامه ریزی و توسعه در روستاها را مهم ارزیابی کرد و افزود: مدیریت در روستاها باید همچون مدیریت شهری شناخته شود و وظایف دهیاران نیز هم ردیف شهرداران باشد و در شکل گیری روستاها به ساختار اداری آن کمتر توجه شد و نیاز است تا نقش دهیاران همچون شهرداران، شوراها روستا با نقش شورای شهر و بنیاد مسکن نیز ساختار اداره راه و شهرسازی را در روستاها داشته باشند.

معاون توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست جمهوری بر ایجاد ناحیه صنعتی در هر دهستان، ایجاد مراکز آموزشی، درمانی، خدماتی و امدادی در روستاها تأکید کرد و گفت: در سال جاری مشکل وام اشتغال



سرپرست پارک فناوری کرمان خبر داد

حمایت زیرساختی و مالی از استارت آپها

سرپرست پارک علم و فناوری کرمان گفت پارک علم و فناوری استان کرمان در سال حمایت از کالای ایرانی و در راستای اقتصاد دانش بنیان از استارت آپها در ابعاد زیرساختی و مالی حمایت می کند.

به گزارش ایسنا، دکتر مسعود ترکزادهمآهانی با اشاره به شکل گیری فرهنگ کارآفرینی و خلاقیت از سنن پیاپی از مذاکره با بخش خصوصی جهت راهاندازی پارک کودک و نوجوان خبر داد.

وی افزود: راهاندازی کنون شکوفایی خلاقیت پارک فناوری یکی دیگر از اولویتها به شمار می رود و در این زمینه با آموزش و پرورش وارد مذاکره شده ایم. دکتر ترکزادهمآهانی اظهار امیدواری کرد که پارک کودک و نوجوان و پارک فناوری هرچه سریع تر راهاندازی شوند. وی همچنین از تأسیس صندوق پژوهش و فناوری استان خبر داد و افزود: این صندوق برای ارائه خدمات توسعه تجاری سازی فناوری به واحدهای فنور و شرکت های دانشگاهی تأسیس شده است.

دکتر ترکزادهمآهانی گفت: مراکز رشد وابسته به پارک علم و فناوری



سرپرست پارک علم و فناوری استان کرمان با تأکید بر لزوم اشتغال زایی دانش بنیان در کشور گفت: آماده تربیت تسهیلاتگران کسب و کارهای نوپا در حوزه های مختلف هستیم.

کارگاه برندینگ

BRAND

۴ نمونه خارق العاده از
داستان سرایی برند (۱)

آیا تاکنون شما به این موضوع فکر کرده‌اید که چرا برخی تجارب برندها بسیار موفق تر از بقیه هستند؟ البته که پاسخ شما به این سؤال مثبت است. شما یک کارآفرین هستید و احتمالا روز و شب برای ساخت یک کسبوکار موفق تلاش می‌کنید، این طور نیست؟

شما احتمالا پیش از این دریافته‌اید که صرفا تکیه بر پیشنهادهای خود برای دستیابی به موفقیت کافی نیست. شما به چیزی بیش از اینها نیاز دارید. شما باید در زمینه داستان‌سرایي بهتر از قبل عمل کنید. برندهای بزرگی نظیر لگسو، کوکاکولا و گوگل به دلیل اشتیاق خود در زمینه داستان‌سرایي تبدیل به نمادهایی در صنعت خود شده‌اند. در صورت تکیه بر روی پیشنهادهای خود، شما به برند دیگری تبدیل خواهید شد که با وضعیتی شبیه بقیه برندها، قادر به متمایز ساختن خود از سایرین نیست. شما باید سعی کنید جایگاه ممتاز و برجسته‌ای را به دست آورید.

داستان‌ها بهترین راه برای متمایز کردن خود از دیگر برندها در یک صنعت خاص هستند، زیرا مردم همیشه یک داستان خوب را به یاد می‌آورند. یک داستان عالی که به برندتان شخصیت می‌دهد جهت تثبیت موقعیت شما به تأثیرگذارترین شکل ممکن لازم و ضروری است.

داستان سرایی برند چیست؟

داستان‌سرایي برند تأثیرگذارترین راه برای برقراری ارتباط با مخاطبان‌تان به حساب می‌آید. این روش انواع مختلف داستان‌هایی را در بر می‌گیرد که شما برای مخاطبان‌تان تعریف می‌کنید. چنین شیوه‌ای به شما در راستای جلب رضایت مشتریان و پاسخ مثبت به نقطه نظرات آنها از لحاظ احساسی کمک می‌کند.

به گفته کارشناس بازاریابی اینترنتی، نیل پاتل، اجرای کلیدی داستان‌سرایي برند عبارتند از:



- دلیل تأسیس شرکت شما.
- انگیزه کاری شما و تیم‌تان.
- ایجاد امکان بررسی فضای داخلی شرکت شما برای مخاطبان.

در راهنمای مقدماتی او برای بازاریابی اینترنتی، نیل پاتل از اجزای دیگری نیز نام می‌برد که در داستان‌سرایي برند دخیل هستند. با مدیریت هنر داستان‌سرایي، برند مشتریان را به سوی خود جذب خواهد کرد.

این مقاله به شرح رفتار پنج برند مختلفی خواهد پرداخت که داستان‌سرایي برند را از راه مناسب آن انجام می‌دهند. با مطالعه درباره این برندها، شما درس‌های مهمی را فراخواهید گرفت که اقدام به توسعه داستان‌های بسیار اختصاصی برند می‌کنند. اجرای نکات زیر شما را در زمینه نوشتن داستان‌های برند خود یاری خواهد داد. با گذشت زمان، شما مخاطبان مهم‌تر و مشتاق‌تری را جذب خواهید کرد که با داستان‌تان تطبیق می‌شوند. بیایید شروع کنیم.

High Brew Coffee

قبل از شنیدن داستان High Brew Coffee، انتظار نمی‌رفت که شما از وبسایت آن دیدن کنید. ایده فروش قهوه دم کرده سرد زمانی به ذهن موسس High Brew Coffee، دیوید اسمیت، خطور کرد که همراه با خانواده‌اش به یک سفر شش ماهه دریایی به کارائیب رفته بود.

High Brew Coffee نمونه‌ای عالی از دلیل پذیرفتن یک شرکت به عنوان ابرقهرمان به حساب می‌آید. درباره آن فکر کنید. هر ابرقهرمان تمام عباری نیاز به یک داستان منحصر به فرد دارد. برند شما فرقی با برندهای دیگر ندارد. به هر حال مخاطبان‌تان باید بدانند که شما از کجا می‌آیید. شاید شما فکر کنید که داستان منحصر به فردتان آن قدر جالب نیست که بتوان با دیگران به اشتراک گذاشت، اما این موضوع واقعیت ندارد. بله، البته ایده راه‌اندازی یک کسبوکار جدید همیشه حین عبور از دریای کارائیب با کشتی به فکر انسان خطور نمی‌کند، اما راه‌های دیگری نیز برای موفقیت در این زمینه وجود دارد.

آن چیزی که اهمیت دارد داستان‌سرایي به روشی است که امکان برقراری ارتباط از سوی مخاطبان با شما را فراهم می‌کند. آنچه یک داستان را جالب می‌کند منحصر به فرد بودن و تعلق آن به شما است. داستان هیچ شخص دیگری دقیقا شبیه به شما نیست. همین نکته شما را از بقیه شرکت‌ها متمایز می‌کند.

از High Brew Coffee درس بگیرید. به مخاطبان خود اجازه بدهید تا بدانند که شما از کجا می‌آیید.

ادامه دارد...

منبع: huffingtonpost

۶ راهبرد تبلیغاتی عالی برای کسبوکارهای کوچک

به قلم: توماس اسمیل
مترجم: رامک سلیم

صاحبان کسبوکارهای کوچک، باید نسبت به کمپین‌های تبلیغاتی خود واقع‌بین باشند. البته، اغلب آنها به دنبال راه‌حل‌های مؤثر و کم‌هزینه هستند، اما معمولا، تنها می‌توان یکی از این دو مورد را به دست آورد؛ بعید است که برای تبلیغات خود، کانالی را پیدا کنید که همزمان، هم مؤثر و هم ارزان باشد.

به همین دلیل است که باید برای تبلیغات بودجه‌بندی کنید، نه اینکه تنها با پولی که برایش کنار گذاشته‌اید، جلو بروید. با اختصاص دادن مبلغ مناسب به کانال‌های مناسب و براساس اطلاعاتی که در طول راه جمع‌آوری می‌کنید، می‌توانید به نتایج دلخواه خود برسید یا حداقل، نتایج‌تان را بهبود بخشید. از آنجایی که هزینه‌های ماهانه ثابتی خواهید داشت، بهتر است قادر به اندازه‌گیری میزان سودآوری کل نیز باشید.

در اینجا، با توجه به نیاز شما برای بهینه‌سازی تلاش‌های تبلیغاتی خود، بهترین راهبردهای تبلیغاتی موجود برای کسبوکارهای کوچک ارائه می‌شود.

۱. مخاطبان خود را هدف‌گذاری کنید
متأسفیم، اما محصول یا خدمات خاصی که ارائه می‌دهید، در حال حاضر با نیازهای هیچ‌کدام از مردم کره زمین مطابقت ندارد! به‌رغم این واقعیت که هدف‌گذاری، یکی از مزایای اصلی تبلیغات آنلاین است، بسیاری از کسبوکارهای کوچک، کمپین‌های چندان هدفمندی را به راه نمی‌اندازند.

در واقع بر اساس اطلاعاتی که جمع‌آوری کرده‌اید، باید قادر به ایجاد نمایه دقیقی از مشتریان هدف خود باشید. با استفاده از این اطلاعات و آنچه در مورد مشتریان کنونی خود می‌دانید، می‌توانید برای جلب مشتریان بیشتر، در کمپین‌های خود، طیف‌های جمعیت‌شناسی و روان‌شناختی مشابهی را مورد هدف قرار دهید.

خواه به صورت آنلاین تبلیغ می‌کنید و خواه آفلاین، مطمئن شوید که عبارات و

تا کمی بعد از آن ادامه دهید.

تبلیغات خلاق



جمعه سیاه، کریسمس، عید نوروز و سایر مناسبت‌ها و تعطیلات، بسته به نوع کسبوکاری که می‌چرخانید، شاید مهم‌ترین فصول عملکردی باشند. ممکن است کنار گذاشتن پول اضافی برای تبلیغات در چنین روزهایی برایتان سودمند باشد.

در نهایت، شاید اینکه یک چشم‌تان به زمانی که رقبای شما، تبلیغات بزرگ خود را عرضه می‌کنند باشد، برایتان سودمند باشد. اگر برای تبلیغ بودجه‌ای کنار گذاشته‌اید اما زمان لازم را برای ایجاد محتوا ندارید، این کار استفاده خوبی از رقابت خود را حفظ کرده یا حتی از آنها سبقت بگیرید.

۴. به خوبی برندسازی کنید
آیا مشتریان‌تان می‌توانند آگهی‌های شما را بلافاصله از روی عبارات، انتخاب رنگ‌ها، تصاویر، لوگو یا سبک و طرح حرفی که به کار می‌برید شناسایی کنند؟ اگر این سؤال مضحک به نظر می‌رسد، فقط به آنچه برندها و شرکت‌های بزرگ انجام می‌دهند نگاهی بیندازید. اغلب اوقات می‌توانید تبلیغات‌شان را فقط از روی رنگ‌هایی که استفاده می‌کنند، تشخیص دهید.

به مرور زمان، مشتریان‌تان شما را با طرح‌های تبلیغاتی‌تان خواهند شناخت و به آن واکنش نشان می‌دهند. ممکن است سوسه شوید که برای ایجاد هر آگهی جدید، برندسازی خود را عوض کنید، اما این کار می‌تواند در درازمدت گیج‌کننده و بی‌اثر باشد. هدف و چشم‌انداز برند شما باید با آگهی‌های آشنایی که پیوسته برای مخاطبان هدف‌تان نظیر‌انداز می‌شود، به صورت مستمر در مکان‌های مورد انتظار نمایش داده شود.

۵. از منابع خود به خوبی استفاده کنید
شما باید از اهمیت یک رتبه خوب در موتورهای جست‌وجو مطلع باشید، اما شاید برای ایجاد مداوم محتوای جدید و آموزنده برای وبسایت خود، منابع و

زمان کافی نداشته باشید. در مواردی مانند این، بهترین شانس شما در این است که از خدماتی مانند Bing Ads و Google AdWords استفاده کنید، در این صورت، بدون نیاز به بهینه‌سازی پست‌های‌تان برای واژگان کلیدی انتخابی، در صفحه نتایج موتورهای جست‌وجو (SERP) به جایگاه و رتبه بالاتری دست خواهید یافت. اگر برای تبلیغ بودجه‌ای کنار گذاشته‌اید اما زمان لازم را برای ایجاد محتوا ندارید، این کار استفاده خوبی از رقابت خود را حفظ کرده یا حتی از آنها سبقت بگیرید.

۶. تبلیغات را در مکان‌های مناسب نمایش دهید
فرضیه‌سازی بیش از حد در مورد مشتریان هدف‌تان، خطرناک است. به عنوان مثال، اگر به یک نمایش رادیویی مخصوص علاقه دارید و فرض می‌کنید که مشتریان‌تان نیز از آن لذت می‌برند، ممکن است درباره منطق هزینه کردن برای یک تبلیغ رادیویی گرانقیمت و بی‌تأثیر، دچار اشتباه شوید.

اگر دل‌آزایی تبلیغاتی شما در جای اشتباهی مصرف شود، پول خود را دور می‌ریزید. به جای آن، لازم است مشتریان خود را بشناسید. پس آنها را بررسی کنید. درباره جاهایی که در مواقع آنلاین بودن سپری می‌کنند، کتاب‌ها و مجلاتی که می‌خوانند و پادکست‌ها و نمایش‌های رادیویی که گوش می‌دهند، اطلاعات کسب کنید.

هنگامی که تبلیغات، با درک صحیح شما از مشتری همراه شود، به جذب ارزش‌های بیشتری برای کسبوکار‌تان منجر خواهد شد.

منبع: entrepreneur

ADS

به ندرت کتابی در زمینه تبلیغات، مانند کتاب «واقعیت تبلیغات» به عنوان یک کتاب عالی که به اصول تبلیغات موفق می‌پردازد، سر و صدا به پا کرده است. واقعیت تبلیغات در زمان انتشار هفته‌ها در فهرست پرفروش‌ها قرار داشت و امروزه بهترین اثر در زمینه تبلیغات محسوب می‌شود. این کتاب به ۱۲ زبان فرانسوی، اسپانیایی، هلندی، آلمانی، ایتالیایی، پرتغالی، دانمارکی، سوئدی، نروژی، فنلاندی و عبری ترجمه شده و به چاپ رسیده است. مدیران کسبوکار و افراد حرفه‌ای تبلیغات، این کتاب را «بهترین کتاب منتشر شده در خیابان مدیسنون برای افراد حرفه‌ای» می‌نامند. «فرصت امروز» در ستون حاضر ترجمه متن کامل کتاب را به صورت سریالی منتشر می‌کند. با این توضیح که هر شماره به موضوعی واحد می‌پردازد.

این کتاب در تلاش است تا نظریات خاصی در مورد تبلیغات را که بسیاری از آنها کاملا جدید هستند و همه آنها بر پایه ۲۰ سال تحقیق استوارند، بیان کند. قبل از شروع باید بگوییم که ممکن است فردی کمپینی بنویسد و تمام کلمات این کتاب را نادیده بگیرد و شاید حتی این کمپین به موفقیت چشمگیری نیز دست پیدا کند. با این حال، چنین مسئله‌ای اعتبار این کتاب را زیر سؤال نخواهد برد. آژانس‌های تبلیغاتی با مشتریان آنها نیز در بلندمدت پولی از آنها کسب نمی‌کنند. آژانس‌ها و مشتریان، مانند آمارگیران، باید با استفاده از قوانین احتمال و همچنین بررسی صدها کمپین، راهی برای کسب منفعت از این قوانین شناسایی کنند. همان‌گونه که خواهید دید، این امکان وجود دارد که پس از مشاهده قوانین احتمال، درصد سنگینی به هر دلار تبلیغاتی اضافه شود. با این روش نسووع از بین نخواهد رفت و همچنین افراد نابغه نیز فضای کافی برای پرورش استعدادهای طلایی خود را در اختیار خواهند داشت. فکر می‌کنم درست باشد که بگوییم هزینه نوشتن این کتاب ۱۰۰۰۰۰۰۰ دلار است. ما با خرج این میزان از پول مشتریان و انجام اشتباهات بسیاری موفق به استخراج این قوانین و اصول شدیم. شایان ذکر است که من به تنهایی این کتاب را نوشتم. این کتاب، توسط گروهی از زنان و مردان متعدد نوشته شده است که یک پنجم قرن، مقدار زیادی از درآمد خود خود حس کنجکاو بزرگ را صرف ایجاد مجموعه‌ای از نظریه‌های قاطع در تجارتي کرده‌اند که تا امروز در آن هیچ مجموعه نظریه‌ای وجود نداشته است.

بخش اول: یک اشتباه رایج
خیابان مدیسنون، خیابان افسانه‌ها و اسطوره‌هاست. یکی از معروفترین این افسانه‌ها، یک تفکر است که در سر بسیاری از فعالان حوزه تبلیغات وجود دارد و آن تفکر این است که می‌توان یک کمپین را بر اساس فروش قضاوت کرد. یکی از قدیمی‌ترین بدیهیات تبلیغات از این تفکر استخراج می‌شود: «کمپین خوبی است، اگر فروش بالا برود.» معکوس این اصل قدیمی که تقریبا هر روز در جلسات آژانس تکرار می‌شود، این است: «کمپین بدی است، اگر فروش کم شود.» متأسفانه هیچ‌کدام از این گفته‌ها همیشه درست نیستند و حتی غالبا اشتباهند. ویستون چرچیل در مجلس اعلام کرد: «هر چیزی دو دلیل دارد: یک دلیل خوب و یک دلیل واقعی.» این در تبلیغات نیز صدق می‌کند و قبل از ستایش یک کمپین یا محکوم کردن آن، باید به دنبال دلیل واقعی افزایش یا کاهش فروش بود.

یک شرکت مشهور تیغ ریش تراشی، کمپینی عالی را اداره می‌کرد. فروش درحال افزایش بود، سپس به‌طور اتفاقی، میلیون‌ها تیغ با فلز معیوب به بازار عرضه شد. فروش پایین آمد و برند تقریبا فلج شد، اما مقصر این کاهش، تبلیغات نبود. یک شرکت بزرگ تولیدکننده داروی ضد بیوسیت، یک کمپین قوی را اداره می‌کرد و سال‌ها رشد ثابتی در فروش داشت. سپس، یک اشتباه شیمیایی هزاران بطری را مسموم کرد. برند تقریبا از سطح بازار ناپدید شد اما باز هم مقصر این سقوط تبلیغات نبود. از طرف دیگر، یک شرکت محصولات غذایی کمپینی ضعیف را اداره می‌کرد. رقبا پیشرفتی مداوم داشتند، سپس یک تغییر در محصول و بدون هیچ تغییری در تبلیغات، برند را با شکست مواجه کرد و فروش متوقف شد. یکی از ثروتمندترین شرکت‌های آمریکا تصمیم گرفت تا وارد عرصه تولید خمیردندان شود. این شرکت در یک دوره سه ساله، نه یک برند، بلکه دو برند بزرگ را معرفی کرد و بیش از ۵۰۰۰۰۰ دلار برای تبلیغات، نمونه‌برداری و پرموشن هزینه شد. طبیعی بود که در چنین شرایطی سهم بازار بسیاری از شرکت‌های قدیمی‌تر کاهش یابد. با این حال، نباید این کاهش و نزول را به پای کمپین‌های تبلیغاتی نوشت. ما قصد نداریم که تبلیغات را عاملی بی‌اهمیت و ضعیف جلوه دهیم. البته که تبلیغات از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. ما صرفا به این نکته اشاره داریم که اشتباهات بزرگ زمانی رخ خواهند داد که یک کمپین تبلیغاتی را همیشه بر اساس فروش آن قضاوت کنیم. اخیرا یک گروه از افراد بازاریاب، تقریبا از سر بیکاری و بر سر میز ناهار، ۳۷ عامل متفاوت را فهرست کردند که همه آنها (یا هیچ‌کدام) می‌توانند باعث افزایش یا کاهش فروش یک برند شوند.

ممکن است محصول معیوب باشد. ممکن است قیمت مشکل داشته باشد. توزیع ضعیف باشد. نیروی فروش کافی نباشد. بودجه بسیار پایین باشد. ممکن است یک محصول بهتر بازار را در دست گیرد. ممکن است یک رقیب، در قراردادهای قوی، باهوش‌تر عمل کند. متغیرهای زیادی وجود دارد. و زمانی که یک چرخ دسته‌های بسیاری دارد، چه کسی می‌تواند بگوید کدام دسته چرخ را نگه داشته است؟

ادامه دارد...

منبع: کتاب Reality In Advertising

مدرسه تبلیغات

ADS

واقعیت تبلیغات (۱)

به قلم راسر ریوز
گروه ترجمه فرصت امروز

به ندرت کتابی در زمینه تبلیغات، مانند کتاب «واقعیت تبلیغات» به عنوان یک کتاب عالی که به اصول تبلیغات موفق می‌پردازد، سر و صدا به پا کرده است. واقعیت تبلیغات در زمان انتشار هفته‌ها در فهرست پرفروش‌ها قرار داشت و امروزه بهترین اثر در زمینه تبلیغات محسوب می‌شود. این کتاب به ۱۲ زبان فرانسوی، اسپانیایی، هلندی، آلمانی، ایتالیایی، پرتغالی، دانمارکی، سوئدی، نروژی، فنلاندی و عبری ترجمه شده و به چاپ رسیده است. مدیران کسبوکار و افراد حرفه‌ای تبلیغات، این کتاب را «بهترین کتاب منتشر شده در خیابان مدیسنون برای افراد حرفه‌ای» می‌نامند. «فرصت امروز» در ستون حاضر ترجمه متن کامل کتاب را به صورت سریالی منتشر می‌کند. با این توضیح که هر شماره به موضوعی واحد می‌پردازد.

مقدمه کتاب

این کتاب در تلاش است تا نظریات خاصی در مورد تبلیغات را که بسیاری از آنها کاملا جدید هستند و همه آنها بر پایه ۲۰ سال تحقیق استوارند، بیان کند. قبل از شروع باید بگوییم که ممکن است فردی کمپینی بنویسد و تمام کلمات این کتاب را نادیده بگیرد و شاید حتی این کمپین به موفقیت چشمگیری نیز دست پیدا کند. با این حال، چنین مسئله‌ای اعتبار این کتاب را زیر سؤال نخواهد برد. آژانس‌های تبلیغاتی با مشتریان آنها نیز در بلندمدت پولی از آنها کسب نمی‌کنند. آژانس‌ها و مشتریان، مانند آمارگیران، باید با استفاده از قوانین احتمال و همچنین بررسی صدها کمپین، راهی برای کسب منفعت از این قوانین شناسایی کنند. همان‌گونه که خواهید دید، این امکان وجود دارد که پس از مشاهده قوانین احتمال، درصد سنگینی به هر دلار تبلیغاتی اضافه شود. با این روش نسووع از بین نخواهد رفت و همچنین افراد نابغه نیز فضای کافی برای پرورش استعدادهای طلایی خود را در اختیار خواهند داشت. فکر می‌کنم درست باشد که بگوییم هزینه نوشتن این کتاب ۱۰۰۰۰۰۰۰ دلار است. ما با خرج این میزان از پول مشتریان و انجام اشتباهات بسیاری موفق به استخراج این قوانین و اصول شدیم. شایان ذکر است که من به تنهایی این کتاب را نوشتم. این کتاب، توسط گروهی از زنان و مردان متعدد نوشته شده است که یک پنجم قرن، مقدار زیادی از درآمد خود خود حس کنجکاو بزرگ را صرف ایجاد مجموعه‌ای از نظریه‌های قاطع در تجارتي کرده‌اند که تا امروز در آن هیچ مجموعه نظریه‌ای وجود نداشته است.

بخش اول: یک اشتباه رایج
خیابان مدیسنون، خیابان افسانه‌ها و اسطوره‌هاست. یکی از معروفترین این افسانه‌ها، یک تفکر است که در سر بسیاری از فعالان حوزه تبلیغات وجود دارد و آن تفکر این است که می‌توان یک کمپین را بر اساس فروش قضاوت کرد. یکی از قدیمی‌ترین بدیهیات تبلیغات از این تفکر استخراج می‌شود: «کمپین خوبی است، اگر فروش بالا برود.» معکوس این اصل قدیمی که تقریبا هر روز در جلسات آژانس تکرار می‌شود، این است: «کمپین بدی است، اگر فروش کم شود.» متأسفانه هیچ‌کدام از این گفته‌ها همیشه درست نیستند و حتی غالبا اشتباهند. ویستون چرچیل در مجلس اعلام کرد: «هر چیزی دو دلیل دارد: یک دلیل خوب و یک دلیل واقعی.» این در تبلیغات نیز صدق می‌کند و قبل از ستایش یک کمپین یا محکوم کردن آن، باید به دنبال دلیل واقعی افزایش یا کاهش فروش بود.

یک شرکت مشهور تیغ ریش تراشی، کمپینی عالی را اداره می‌کرد. فروش درحال افزایش بود، سپس به‌طور اتفاقی، میلیون‌ها تیغ با فلز معیوب به بازار عرضه شد. فروش پایین آمد و برند تقریبا فلج شد، اما مقصر این کاهش، تبلیغات نبود. یک شرکت بزرگ تولیدکننده داروی ضد بیوسیت، یک کمپین قوی را اداره می‌کرد و سال‌ها رشد ثابتی در فروش داشت. سپس، یک اشتباه شیمیایی هزاران بطری را مسموم کرد. برند تقریبا از سطح بازار ناپدید شد اما باز هم مقصر این سقوط تبلیغات نبود. از طرف دیگر، یک شرکت محصولات غذایی کمپینی ضعیف را اداره می‌کرد. رقبا پیشرفتی مداوم داشتند، سپس یک تغییر در محصول و بدون هیچ تغییری در تبلیغات، برند را با شکست مواجه کرد و فروش متوقف شد. یکی از ثروتمندترین شرکت‌های آمریکا تصمیم گرفت تا وارد عرصه تولید خمیردندان شود. این شرکت در یک دوره سه ساله، نه یک برند، بلکه دو برند بزرگ را معرفی کرد و بیش از ۵۰۰۰۰۰ دلار برای تبلیغات، نمونه‌برداری و پرموشن هزینه شد. طبیعی بود که در چنین شرایطی سهم بازار بسیاری از شرکت‌های قدیمی‌تر کاهش یابد. با این حال، نباید این کاهش و نزول را به پای کمپین‌های تبلیغاتی نوشت. ما قصد نداریم که تبلیغات را عاملی بی‌اهمیت و ضعیف جلوه دهیم. البته که تبلیغات از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. ما صرفا به این نکته اشاره داریم که اشتباهات بزرگ زمانی رخ خواهند داد که یک کمپین تبلیغاتی را همیشه بر اساس فروش آن قضاوت کنیم. اخیرا یک گروه از افراد بازاریاب، تقریبا از سر بیکاری و بر سر میز ناهار، ۳۷ عامل متفاوت را فهرست کردند که همه آنها (یا هیچ‌کدام) می‌توانند باعث افزایش یا کاهش فروش یک برند شوند.

ممکن است محصول معیوب باشد. ممکن است قیمت مشکل داشته باشد. توزیع ضعیف باشد. نیروی فروش کافی نباشد. بودجه بسیار پایین باشد. ممکن است یک محصول بهتر بازار را در دست گیرد. ممکن است یک رقیب، در قراردادهای قوی، باهوش‌تر عمل کند. متغیرهای زیادی وجود دارد. و زمانی که یک چرخ دسته‌های بسیاری دارد، چه کسی می‌تواند بگوید کدام دسته چرخ را نگه داشته است؟

ادامه دارد...

منبع: کتاب Reality In Advertising



۱۰ کمپین به شیوه بازاریابی تأثیر گذاری برای الهام گیری و شروع پروژه خودمان

موفقیت در بازاریابی با شیوه تأثیر گذاری (۲)

به قلم: کارلا کوک
ترجمه: علی آل علی

به منظور ارائه ایده‌های معطوف به چگونگی به کارگیری اعتبار و شهرت سلبریتی‌ها از سوی برندها (چه کوچک و چه بزرگ) در فرآیند بازاریابی در اینجا فهرستی از ۱۰ کمپین مبتنی بر فرد تأثیرگذار تهیه شده است. در ادامه با این کمپین‌ها آشنا شوید و ایده‌هایی برای طرح خودتان در سرر بپروازید. امیدوارم در پایان مقاله پاسخ قطعی برای این پرسش داشته باشید: آیا بازاریابی تأثیر گذاری ارزش اختصاص منابع مالی را دارد؟

Sprint

افراد تأثیرگذار: لئون پونز، جرارد آدامز، پرنس رویس، بردلی مارتین، راشل کوک
به‌طور معمول از یک ارائه‌دهنده سرویس اینترنت پرسرعت چه انتظاری دارید؟ پیش از پاسخگویی به کمپین بازاریابی Sprint توجه کنید. به احتمال زیاد با مشاهده این کمپین نظر شما به‌طور کامل نسبت به ارائه‌دهندگان سرویس‌های اینترنت پرسرعت عوض خواهد شد. برند Sprint پس از موفقیت در ارائه کمپین «حالا صدای من را می‌شنوی» دست از تلاش برداشت و به سراغ طیف وسیعی از افراد مشهور رفت. موسیقیدان‌ها، کارآفرینان و بازیگران تأثیرگذارهای اصلی این برند برای جلب توجه جوان محسوب می‌شوند. کمپین Sprint با استفاده از هشتک «نامحدود زندگی کن» و چهره‌های دارای تأثیرگذاری بالا در شبکه‌های اجتماعی به موفقیت بالایی دست یافته است. نکته جالب در مورد افراد تأثیرگذار این کمپین سبک زندگی‌شان است. در حقیقت شیوه زندگی آنها دقیقاً با شعار کمپین مبتنی بر زندگی نامحدود هماهنگی دارد. جرارد آدامز به عنوان موسس پلتفرم اخبار آنلاین Elite Daily و لئون پول به عنوان فردی تأثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی (شهرت وی بیشتر به دلیل ویدئوهایش در یوتیوب است) تنها دو نمونه از افرادی هستند که در این کمپین حضور دارند. کسبوکار این دو فرد به خوبی بیانگر هوش بالای برند Sprint در گزینش افراد تأثیرگذار است.

Fiji Water

افراد تأثیرگذار: دانیل برنستین
به احتمال زیاد شما با شرکت تولید آب معدنی Fiji Water آشنا هستید، با این حال اغلب با شعار کمپین بیشتری با همکار تجاری این برند دارند. اجازه دهید وی را با نام کاربری‌اش در اینستاگرام به شما معرفی کنم: We wore what

وبلاگ دانیل برنستین در حوزه مد با نام We Wore What (ما چه می‌پوشیم) اخیراً به کمپین برند Fiji Water تحت عنوان «بدن چه می‌پوشد» اضافه شده است. محتوای اصلی این کمپین را ویدئوهای هشت دقیقه‌ای تمرین ورزشی با حضور دانیل برنستین و مربی شخصی مشهور اریک جانسون تشکیل می‌دهد.

هدف اصلی از راهاندازی این کمپین با استفاده از برنستین به عنوان تأثیرگذار اصلی نمایش میزان تعهد شرکت به یاری افراد در تلاش برای رسیدن به ظاهر مطلوب و کنساز افزودن طرفداران برنستین به خیل مصرف‌کنندگان Fiji Water بوده است. با توجه به دستاوردهای این کمپین ظاهر! Fiji Water در دستیابی به هدف خود موفق عمل کرده است.

H&M

افراد تأثیرگذار: جولی ساریانا، الا والدن
H&M به عنوان یک فروشگاه پوشاک بیشترین صفحات برندهای پوشاک در اینستاگرام را دنبال می‌کند. این اقدام شرکت در راستای کمپین بازاریابی تأثیرگذار صورت گرفته است. بر همین اساس H&M سراغ افرادی رفته تا به بهترین شکل هویت برندش را برای مخاطب به نمایش بگذارد. در این راستا از وبلاگ‌نویس مشهور حوزه مد یعنی جولی ساریانا و الا والدن برای کاتالوگ سال پاییز ۲۰۱۷ شرکت دعوت صورت گرفته است. جولی ساریانا به قدری از ایده‌های H&M در زمینه بازاریابی استقبال کرد که حتی نمونه‌هایی از کارها را در اکانت‌های شخصی‌اش در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری کرد. بی‌تردید هنگامی که این حجم از تأثیرگذاری روی سلبریتی موردنظر از سوی مخاطب مشاهده شود، موفقیت شیوه بازاریابی تأثیرگذار تضمین شده خواهد بود.

Sperry

افراد تأثیرگذار: علاقه‌مندان به Sperry
در اواخر سال ۲۰۱۶ برند خوشنام تولید چکمه Sperry اقدام به همکاری با بیش از ۱۰۰ تأثیرگذار کوچک (دارای تأثیر و نفوذ بر روی طیف مشخص و محدودی از افراد) در اینستاگرام کرد. هدف اصلی از این عمل تهیه محتوای جذاب برای مخاطب‌های شرکت عنوان شده بود. در این راستا Sperry استراتژی خود را به گونه‌ای متفاوت از سایر برندها پیش برد. تیم فنی شرکت با شناسایی کاربرانی که به صورت خودجوش مشغول ارائه نظرات نیمه حرفه‌ای پیرامون محصولات Sperry هستند از آنها برای تقویت وجه محتوایی اکانت خود دعوت به همکاری کرد. در زمینه تصاویر نیز شرکت باز به سراغ کاربران داوطلب رفت. به این ترتیب با دعوت به همکاری از کاربران علاقه‌مند به راحتی در بعد تصویری نیز Sperry تحولی شگرف را رقم زد.

ادامه دارد...

منبع: hubspot

۵ هدف هوشمند برای تبدیل شدن به بازاریابی بهتر

به قلم کلیفورد چی

ترجمه: علی آل علی

زمانی که ۱۴ سال داشتیم، رویای من بازی در تیم بیسبال دانشگاه بود. در این میان یک مشکل کوچک وجود داشت: من تنها ۱۰۰ پوند وزن داشتم. اگر چه هنوز چهار سال برای تقویت مهارت‌های خود در بیسبال فرصت داشتم، اما به خوبی از دشواری مسیر پیش رو مطلع بودم. خوشبختانه در آن زمان مربی‌ام شیوه تقویت روحیه و بهبود عملکرد من را به خوبی می‌دانست.

پس از تمرین وی همیشه در تبیین برنامه‌های بلندمدت آنها را مجموعه برنامه‌های کوتاه‌مدت قلمداد می‌کرد. تأثیر روانی گفته‌های وی به تدریج در ذهن تمام اعضای تیم بیسبال جای گرفت. برنامه همیشه مربی تدوین برنامه یک‌ساله برای هر بازیکن بود. با این حال برنامه ارائه شده هرگز خشک و ایستا تدوین نمی‌شد. در حقیقت مربی تیم به هر بازیکنی امکان شخصی‌سازی برنامه‌اش را می‌داد.

علاوه بر نحوه شخصی‌سازی بازیکنان ملزم به ارائه گزارش منظم نیز بودند. براین اساس گزارش مدنظر فقط شامل تعداد تمرین‌های طول هفته نبود، بلکه مجموعه‌ای کامل از نوع حرکات به علاوه جزئی‌ترین اطلاعات را تشکیل می‌داد.

از زمان حضور در تیم بیسبال همیشه برنامه سالانه منطفف برای خودم طراحی می‌کنم. به عنوان مثال هنگام تحصیل در دبیرستان با برنامه‌های منظم و دقیق موفق به افزایش ۷۰ پوندی وزن و حضور در تیم ورزشی بیسبال شدم.

هنگامی که برای نخستین بار با هدف‌گذاری‌های هوشمندانه آشنا شدم، دلیل موفقیت‌های خود در تیم بیسبال را پیدا کردم. در واقع دلیل موفقیت‌های ورزشی من تعیین هدف‌های هوشمندانه بود. درست همانطور که موفقیت‌های تیم‌های بازاریابی در دستیابی به آمارهای فروش پیش‌بینی شده نتیجه همین امر است.

علاقه من به ورزش به دلیل امکان ارتقای جایگاه و یادگیری مهارت‌های هرچه بیشتر است. این امر دقیقاً در خصوص دنیای بازاریابی نیز صادق است. به این ترتیب با تعیین اهداف هوشمندانه امکان دستیابی به اهداف مدنظر همیا خواهد شد. همچنین این امر ما را به بازاریاب‌هایی بهتر نیز تبدیل می‌کند.

اهداف هوشمندانه چیست؟

هدف هوشمند به خواسته‌هایی اطلاق می‌شود که به راحتی قابل انتخاب و هدف‌گذاری هستند. آنها واقع‌گرایانه، قابل مقایسه کمی و دقیق‌اند. بر همین اساس شما دقیقاً از نحوه دستیابی به آنها مطلع خواهید بود.

اگر در مورد واژه هوشمند کنجکاوی بیشتری دارید، کارکرد آن به هنگام هدف‌گذاری کمک به تعریف دقیق موضوع در کنار اعمال فشار برای حرکت رو به جلوی شمامست.

بازاریابی خلاق

طول هفته افزایش دهم. به این ترتیب دو نویسنده سایت حجم کاری‌شان را از دو پست در هفته به نزدیک سه پست خواهند رساند. همچنین ویراستار سایت نیز در هفته به جای یک مقاله دو مقاله را مطالعه می‌کند و در بخش توصیه‌ها قرار خواهد داد.

قابلیت اندازه‌گیری: در اینجا افزایش ۸درصدی هدف ما خواهد بود. قابلیت دستیابی: ترافیک وبلاگ ما در ماه گذشته و پس از انجام اقدامات برنامه‌ریزی شده با ۵ درصد رشد مواجه شد. ارتباط و هماهنگی: با افزایش ترافیک سایت، میزان آگاهی افراد از برندگان افزایش خواهد یافت. به تبع این امر میزان جذب مشتری و فروش محصولات نیز رشد می‌کند

۴- هدف: افزایش ثبت‌نام در سمینار اینترنتی

خاص بودن هدف: من قصد افزایش تعداد درخواست‌های عضویت در سمینار اینترنتی شرکت را داشتم. این سمینار از طریق مسنجر فیس‌بوک برگزار شده و در صورت افزایش مخاطب‌های آن تأثیر مستقیمی روی بهبود شرایط مالی شرکت خواهد داشت.

قابلیت اندازه‌گیری: افزایش ۱۵درصدی درخواست عضویت در کنفرانس‌های اینترنتی شرکت.

قابلیت دستیابی: آخرین سمینار اینترنتی شرکت از طریق فیس‌بوک رشدی ۱۰درصدی در تعداد اعضای بازدیدکننده داشت. شیوه تبلیغاتی ما برای دستیابی به این هدف بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های پرمخاطب بود. ارتباط و هماهنگی: هنگامی که سمینارهای ما با اقبال مواجه شد، شانس شرکت برای فروش محصولات نیز بیشتر شد.

زمان‌بندی مناسب: زمان‌بندی در این برنامه یک‌ماهه است. بر همین اساس در پایان ماه میزان دستیابی به اهداف سنجیده خواهد شد.

۲- هدف: افزایش بازدید از ویدئوها در فیس‌بوک

خاص بودن هدف: من قصد افزایش میزان مشاهده ویدئوهای فیس‌بوک اکانت شرکت از طریق کاهش موضوع آنها از هشت مورد به پنج مورد جذاب و پرمخاطب را دارم.

قابلیت اندازه‌گیری: هدف اصلی در اینجا افزایش ۲۵درصدی بازدید ویدئوهاست.

قابلیت دستیابی: هنگامی که تغییرات مدنظر در ساختار مدیریت اکانت فیس‌بوک شرکت اعمال شد، تعداد بازدید از ویدئوها ۲۰درصد افزایش یافت. در اینجا اگرچه سطح دستیابی برنامه ۵درصد از مقدار پیش‌بینی شده کمتر است، اما این به عنوان یک خطای کوچک محاسباتی کاملاً طبیعی محسوب می‌شود.

ارتباط و هماهنگی: با افزایش میزان بازدید از ویدئوهای شرکت در فیس‌بوک دامنه مخاطب‌های بردنمان نیز افزایش خواهد یافت. همچنین در زمینه برندسازی، آگاهی مخاطب از ماهیت شرکت و اهداف با مشتری نیز با افزایش چشمگیری روبه‌رو خواهیم شد.

۳- هدف: افزایش اعضای خبرنامه ایمیلی

خاص بودن هدف: هدف من در اینجا افزایش اعضای خبرنامه ایمیلی سایت بود.

قابلیت اندازه‌گیری: هدف اصلی افزایش ۳۰درصدی مخاطب‌هاست.

قابلیت دستیابی: هنگامی که فرمت دو ستونی را به کار بستیم، میزان افزایش مخاطب ۲۷درصد را نشان می‌داد. به این ترتیب سطح پیش‌بینی ما از اهداف با توانایی‌مان هماهنگی لازم را داشت.

ارتباط و هماهنگی: اگر ما قادر به تولید محتوای پرمخاطب‌تر باشیم، شانس بیشتری برای معرفی محصولات به مشتریان خواهیم داشت.

محدودیت زمانی: یک سال از زمان شروع پروژه.

منبع: hubspot



زمان‌بندی مناسب: زمان‌بندی در این برنامه یک‌ماهه است. بر همین اساس در پایان ماه میزان دستیابی به اهداف سنجیده خواهد شد.

۲- هدف: افزایش بازدید از ویدئوها در فیس‌بوک

خاص بودن هدف: من قصد افزایش میزان مشاهده ویدئوهای فیس‌بوک اکانت شرکت از طریق کاهش موضوع آنها از هشت مورد به پنج مورد جذاب و پرمخاطب را دارم.

قابلیت اندازه‌گیری: هدف اصلی در اینجا افزایش ۲۵درصدی بازدید ویدئوهاست.

قابلیت دستیابی: هنگامی که تغییرات مدنظر در ساختار مدیریت اکانت فیس‌بوک شرکت اعمال شد، تعداد بازدید از ویدئوها ۲۰درصد افزایش یافت. در اینجا اگرچه سطح دستیابی برنامه ۵درصد از مقدار پیش‌بینی شده کمتر است، اما این به عنوان یک خطای کوچک محاسباتی کاملاً طبیعی محسوب می‌شود.

ارتباط و هماهنگی: با افزایش میزان بازدید از ویدئوهای شرکت در فیس‌بوک دامنه مخاطب‌های بردنمان نیز افزایش خواهد یافت. همچنین در زمینه برندسازی، آگاهی مخاطب از ماهیت شرکت و اهداف با مشتری نیز با افزایش چشمگیری روبه‌رو خواهیم شد.

۳- هدف: افزایش اعضای خبرنامه ایمیلی

خاص بودن هدف: هدف من در اینجا افزایش اعضای خبرنامه ایمیلی سایت بود.

قابلیت اندازه‌گیری: هدف اصلی افزایش ۳۰درصدی مخاطب‌هاست.

قابلیت دستیابی: هنگامی که فرمت دو ستونی را به کار بستیم، میزان افزایش مخاطب ۲۷درصد را نشان می‌داد. به این ترتیب سطح پیش‌بینی ما از اهداف با توانایی‌مان هماهنگی لازم را داشت.

ارتباط و هماهنگی: اگر ما قادر به تولید محتوای پرمخاطب‌تر باشیم، شانس بیشتری برای معرفی محصولات به مشتریان خواهیم داشت.

محدودیت زمانی: یک سال از زمان شروع پروژه.

منبع: hubspot

ایستگاه بازاریابی

۸ شیوه بازاریابی قدیمی که در شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار هستند

بازاریابی موفق با روش‌های کلاسیک (۳)

به قلم کیتی سهپیل
ترجمه: علی آل علی

۶- آگهی برای همه موقعیت‌ها

تام بارل به عنوان نخستین مرد سیاه‌پوست عرصه تبلیغات در ایالات متحده به زبرگی دریافت که ایراد بزرگی در انتقال پیام تبلیغات به مخاطب وجود دارد. در حقیقت تا آن زمان تأکید اصلی در تبلیغات به‌طور غیرمستقیم روی مخاطب سفیدپوست بود. در بهترین حالت نیز ابتدا یک نسخه با استفاده از بازیگران سفیدپوست از تبلیغات تهیه شده و سپس نسخه دوم برای مخاطب‌های دیگر ساخته می‌شد. پس از مدتی فعالیت در دنیای تبلیغات و بازاریابی تام بارل دریافت که نیاز به ایجاد تغییری اساسی در شیوه بازاریابی رایج وجود دارد. براین اساس وی جمله‌ای را بر زبان آورد که سنگ‌بنای تغییری بزرگ را فراهم کرد: «افراد سیاه‌پوست همان مردمان سفید با رنگ پوست تیره‌تر نیستند»، وی با این حرکت پایه‌گذار جنبش نژادی در عرصه تبلیغات شد. تام یکی از نخستین پرچمدارهای ساخت تبلیغات با تمرکز بر اقلیت‌های قومی بود. بر همین اساس در سال ۱۹۷۱ وی آژانس ویژه خود با نام Burrell Communications را راهاندازی کرد. به زودی تام بارل آژانس تبلیغاتی‌اش را در سراسر آمریکا گسترش داد. هدف این آژانس تولید تبلیغات ویژه مخاطب آفریقایی-آمریکایی است. هنگامی که تام مشغول همکاری با مگدونالد برای تبلیغ جدیدش بود، شعار «شما امروز شایسته استراحت هستید» را بسیار ناهماهنگ با شیوه زندگی قشر سیاه‌پوست آمریکا یافت. در حقیقت سیاه‌پوست‌ها به دلیل نوع شغل‌های‌شان فرصت چندانی برای استراحت، آن هم به مدت یک روز کامل، در اختیار ندارند. بر همین اساس تام شعار مگدونالد را اینگونه یادآوری تغییراتی است که با ورود پپسی به تجربه کنید» و «بی‌تردید حضور در مگدونالد رضایت‌بخش خواهد بود». امروزه با توجه به تشکیل نسل جدید از طیف وسیعی از قومیت‌ها ایده تام بارل برای ارائه تبلیغاتی با دامنه مخاطب وسیع روز به روز کاربردی‌تر می‌شود. به این ترتیب شما نیز هنگام تهیه آگهی‌های تبلیغاتی باید برای مخاطب برابر اخلاقی قابل شوید.

در سال ۱۹۷۰ طراحان تبلیغات برای برند پپسی آگهی‌ای به مناسبت سال‌ها فعالیت در زمینه نوشیدنی تهیه کردند. این آگهی فقط دارای یک عدد بزرگ بود: ۱۸۴۲. هدف از این شیوه طراحی یادآوری تغییراتی است که با ورود پپسی به عرصه نوشیدنی ایجاد شده است. مجلات بسیاری مانند Life به ستایش از این شیوه تبلیغاتی ساده و تأثیرگذار پرداختند. در این میان اما مجله Ebony که مخصوص آفریقایی-آمریکایی‌هاست، به نقطه تاریک سال ۱۸۴۲ اشاره کرد. در واقع در سال ۱۸۴۲ بسیاری از سیاه‌پوست‌های آمریکا به بردگی گرفته شدند. بر همین اساس مجله Ebony انتقادات جدی را از شیوه بازاریابی براساس این نوع تبلیغ ارائه کرد. همانطور که تام بارل هنگام مصاحبه با وبلاگ NPR Planet Money اشاره کرده بود، سال ۱۸۴۲ برای سیاه‌پوست‌های آمریکایی بسیار وحشتناک بود: «فریادهای سیاه‌تمام آمریکا را پر کرده بود. سالی بسیار وحشتناک برای ما رقم خورد». دریافت صحیح از زمینه‌ای که در آن تبلیغ‌مان ارائه می‌کنیم، تأثیر بسیار زیاد در نتیجه کار دارد. در صورت بی‌توجهی به این نکته جایگاه و تصویر بردنمان در نزد مخاطب ضربه جبران‌ناپذیری خواهد خورد. خوشبختانه در دنیای تبلیغات نمونه‌های موفق در مورد توجه به زمینه بسیار زیاد است. شیوه ارائه تبلیغات از سوی مؤسسه خدمات مالی Wells Fargo یکی از این نمونه‌هاست. این مؤسسه تبلیغات خود را با بررسی دقیق نحوه رفتار کاربران در فیس‌بوک طراحی کرد. براین اساس برای مدت‌ها آگهی‌های Wells Fargo بسیار کوتاه تهیه می‌شد. همچنین در آنها معمولاً شدت صدا بسیار پایین بود. بی‌تردید همین توجه به خواست مخاطب باعث موفقیت تبلیغات این مؤسسه شد.

تغلیکس نیز در زمینه هماهنگی با زمینه موجود مهارت بالایی دارد. براین اساس آنها تبلیغاتی را برای کاربران به نمایش می‌آوردند که ارتباط نزدیکی با موضوع ویدئویی که در توپ خود در حال تماشا هستند، داشته باشد.

۸- درگیر ساختن مخاطب در گفت‌وگو

در دهه ۵۰ میلادی شیرلی پلایف با استفاده از شیوه منحصر به فرد خود موفق به ترغیب زنان آمریکایی نسبت به رنگ کردن موهای‌شان (در مقیاسی وسیع) شد. شیوه تبلیغاتی وی در عین سادگی تأثیرگذاری بالایی روی مخاطب داشت. براین اساس آگهی‌های وی روی این پرسش متمرکز بود: «این زن، آری با خیر؟» چنین پرسشی به راحتی ذهن مخاطب را به خود مشغول می‌کرد. شیرلی پلایف در مورد ایده‌اش اینگونه اظهارنظر کرده است: «تبلیغات نوعی گفت‌وگوی دوجانبه است. پیروز این عرصه برندی است که به خوبی قادر به برقراری این گفت‌وگوی دوجانبه با مخاطب باشد. هنگام طرح آن پرسش مشهور به خوبی می‌دانستم که زنان حساسیت بالایی به موهای‌شان نشان می‌دهند و این پرسش به خوبی آنها را وارد فرآیند گفت‌وگو خواهد کرد». نکته مهم در شیوه تبلیغاتی پلایف طرح سؤال است. این رویکرد امروزه باید از سوی بازاریاب‌های عرصه شبکه‌های اجتماعی مورد توجه بیشتری قرار گیرد. با توجه به امکانات فوق‌العاده شبکه‌های مجازی طرح سؤال به بهترین شکل مخاطب را درگیر فرآیند گفت‌وگو خواهد کرد. به عنوان مثال شرکت هواپیمایی Airbnb با یک هشتک ساده خیل عظیمی از واکنش‌های کاربران را دریافت کرد. در این هشتک #TripsOnAirbnb از مخاطب‌ها درخواست ارائه تجربیات‌شان به هنگام سفر با این سرویس مطرح شده بود.

منبع: hootsuite

منبع: hootsuite

منبع: hootsuite

منبع: hootsuite

منبع: hootsuite

منبع: hootsuite

منبع: hootsuite

منبع: hootsuite

کارآفرینی



اعتماد به نفس کلید غلبه بر تبعیض جنسیتی در محیط کار

به قلم شائون گسیول بیزینس نیوز
مترجم: سعیده کریمی

زنان در محیط کار با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند. یکی از رایج‌ترین مشکلات، مسائل متعدد مرتبط با عدم اعتماد به نفس است که هم دیدگاه‌ها و تبعیض‌های داخل محیط کار و هم خارج از کار موجب آن شده است. تبعیض جنسیتی در محیط‌های کاری ادامه دارد و تأثیر مستقیمی بر فرهنگ کسب‌وکار می‌گذارد.

بر اساس مقاله‌ای که در مجله فست کمپانی به چاپ رسیده است، شواهد رفتاری گردآوری شده طی دو دهه گذشته حاکی از آن است که تبعیض جنسیتی همچنان در محیط‌های کاری وجود دارد، به ویژه در مورد زنان در مشاغل مرد محور، آن هم به شیوه‌هایی که بسیاری از افراد متوجه آن نمی‌شوند. کلیشه‌های جنسیتی چنان در فرهنگ ما رسوخ کرده است که گاه افراد بی‌آنکه خود متوجه باشند بر آن صحنه می‌گذارند. کلیشه‌هایی مانند اینکه زنان به‌طور طبیعی احساساتی، مهربان و با ملاحظت هستند درحالی‌که مردان مصمم، منطقی و فارغ از احساسات شخصی هستند.

اریک جف، نویسنده مقاله مذکور عنوان می‌کند که زنانی که با گذر از موانع به پیشرفت‌های عظیمی دست پیدا می‌کنند و به جایگاهی می‌رسند که طبق نگاه سنتی جایگاهی مردانه است، در نگاه عامه هنجارهای مجاز را شکسته و نقض کرده‌اند. در چنین مواردی زنانی که باید با ملاحظه و ملاحظت رفتار کنند با قدرت و جدیت رفتار می‌کنند و به جای آنکه مصمم خوانده شوند پرچسب خشن یا سنگدل می‌خورند.

در ادامه این مقاله نویسنده به بررسی پژوهش‌هایی می‌پردازد که به این تبعیض جنسیتی نامحسوس دامن می‌زنند: زنانی که در حوزه‌های مردم‌محور به موفقیت می‌رسند مورد تفرغ واقع می‌شوند، زنانی که پیشرفت و ترقی می‌کنند کمتر استخدام شده و به‌کار گماشته می‌شوند، زنانی که برای دستمزد بالاتر مذاکره می‌کنند جریمه می‌شوند و زنانی که خشم خود را بروز می‌دهند در رتبه‌های پایین‌تر به‌کار گرفته می‌شوند.

ایجاد اعتماد به نفس

شلی زالیس موسس و مدیرعامل شرکت «بهره زانه» و خالق سازمان جهانی انجمن دختران که به دنبال تسلاوی در محیط‌های کاری است، معتقد است زمانی که تعداد زنان در محیط کار بیشتر می‌شود ایشان از اعتماد به نفس کافی برای ابراز عقاید برخوردار نیستند، چون گمان می‌کنند نظرات‌شان شنیده نخواهد شد یا اهمیتی نخواهد داشت. وی می‌افزاید اما همین اعتماد به نفس است که به زنان کمک می‌کند تا در حرفه خود موفق شوند.

زالیس می‌گوید «بهترین ویژگی برای موفقیت شخصی اعتماد به نفس است و من زنان را در دست‌یابی به اعتماد به نفس ترغیب می‌کنم، چرا که زنان تفکر ارزشمندی را بر سر میز مذاکره می‌آورند».

خب زنان چطور می‌توانند قوی باشند و روی پای خود بایستند؟ جیل فلین، شریک مؤسسه فلین هیث هولت معتقد است زنان باید حق مالکیت نظرات‌شان را در اختیار داشته باشند و به ویژه در جلسات تجاری مراقب باشند که همکارانشان چه درکی از این نظرات دارند.

فلین می‌گوید: «جلسات از اهمیت بالایی برخوردارند، زیرا جلسات صحنه نمایش شرکت هستند و افراد می‌توانند در جلسات خودی نشان دهند و نام و نشانی از خود بگذارند».

فلین خاطر‌نشان می‌کند که استفاده از زبان با اقتدار و مردانه می‌تواند به زنان در افزایش اعتماد به نفس کمک کند، به جای آنکه بگویند «چطور است به انجام این کار فکر کنیم» بگویند «پیشنهاد می‌کنم این کار انجام شود».

فلین می‌افزاید که دیگر زمان آن رسیده از عذرخواهی دست برداریم «خودمان هم نمی‌دانیم وقتی از چیزی متأسف نیستیم، چرا عذرخواهی می‌کنیم».

ایستادگی در برابر تبعیض جنسیتی

فلین می‌گوید اگر کسی متوجه رفتارهای تبعیض‌آمیز خود نیست، آگاش کند.

وی پیشنهاد می‌کند که «نخست»، در خلوت با ایشان حرف بزنید و بگویند که رفتارهای‌شان بر فرهنگ سازمان تأثیر می‌گذارد. « سپس تغییراتی ساختاری را پیشنهاد کنید، چرا که واضح است قوانین حاضر خوب عمل نمی‌کنند. گاهی این قوانین در جایی نوشته نشده‌اند و یک موقعیت واقعی لازم است تا چالش‌های نهفته در آنها پدیدار شود».

زالیس می‌گوید بهترین راه برای نشان دادن اعتماد به نفس این است که آنچه از شما انسانی منحصربه‌فرد ساخته را کشف کنید و سپس نقاط قوت خود را با اطرافیان‌تان از جمله مردان محیط کارتان هماهنگ کنید.

وی اضافه می‌کند که «نه تنها زنان باید به یکدیگر کمک کنند، بلکه ما به همکاری مردان نیز نیاز داریم. تنها زمانی تغییر رخ خواهد داد که زنان و مردان با هم دست به کار شوند».

منبع: businessnewsdaily

۵ دلیل شکست کسب و کارهای کوچک



به قلم برایان ساتر

مترجم: سعیده کریمی

بزرگ‌ترین ترس شما چیست؟ صحبت در حضور عام؟ عنکبوت؟ شکست؟

شرط می‌بندم شکست در این لیست رتبه بالایی دارد. به ویژه اگر شما صاحب کسب‌وکار باشید.

همانطور که می‌دانید خیلی عالی است که بتوانید کسب‌وکار خودتان را اداره کنید. اما مسئولیت‌هایی هستند که به فراغت و آزادی عمل نیاز دارند. اگر برای مدت طولانی اوضاع به طرز فاجع بهم بریزد، کسب‌وکارتان شکست خواهد خورد. شما شکست خواهید خورد.

خوشبختانه شکست آنقدرها که به نظر می‌رسد وحشتناک نیست. اگر چه اغلب کسب‌وکارهای کوچک شکست می‌خورند، لزومی ندارد که شما یکی از آنها باشید و باز خوشبختانه مواردی که موجب شکست کسب‌وکارهای کوچک می‌شوند به طرز عجیبی مشابه هم هستند. عجیب اینجاست که عوامل کمی هستند که منجر به شکست کسب‌وکارهای می‌شوند.

این خبر بسیار خوبی برای شماست، چرا که اگر این عوامل را بشناسید و بدانید چطور با آنها دست و پنجه نرم کنید، آن وقت از پس مهم‌ترین مسائلی که می‌توانست موجب شکست کسب‌وکار شما شود برآمده‌اید. بدین ترتیب راه رسیدن به موفقیت هموارتر می‌شود.

پس اگر می‌خواهید این عوامل را بشناسید به خواندن ادامه دهید.

۱- صاحبان کسب‌وکار، بازار را نمی‌شناسند

آیا تا به حال پیش آمده که نقشه‌ای روی کاغذ جالب به نظر برسد، اما در دنیای حقیقی راه به جایی نبرد؟ این موضوع بحث من در این بخش است. همانطور که گفتیم باید بازار را بشناسید. کافی نیست که وجود بازار را تصدیق کنید، شما باید مطمئن شوید که مردم به آنچه شما تولید می‌کنید علاقه دارند. در مطالعه «۱۰۱ کسب‌وکار نوپایی که شکست خوردند» نخستین دلیل شکست این شرکت‌ها عدم نیاز بازار بوده است. پس چطور از این مسئله جلوگیری کنید؟

با وسعت کم شروع کنید، سپس کارتان را گسترش دهید. از کامیون غذای سیار یا پیشخوانی در بازارچه کشاورزان یا در نمایشگاه کارهای دستی شروع کنید. فروشگاه موقت را امتحان کنید. در یک کسب‌وکار موجود، یک بار رویداد خاصی را امتحان کنید، یا رویدادهای

متفاوتی را در بخش‌های متفاوت شهر امتحان کنید. هرکاری که می‌کنید، تنها بر تحقیقات مبتنی بر متن تکیه نکنید. به آنچه مردم می‌گویند در آینده انجام خواهند داد اعتماد نکنید. مطمئن شوید که بابت محصولات و خدمات دریافتی پول شما را پرداخت خواهند کرد.

باراهاندازی این کسب‌وکار به اندازه کافی ریسک کرده‌اید، اطمینان حاصل کنید که برای آنچه می‌خواهید بفروشید یا انجام دهید تقاضای کافی وجود دارد.

۲- درک کاملی از تمام جوانب اداره یک کسب‌وکار نداشتند

شاید شما هم این قصه را شنیده باشید که یک کارمند سطح بالا از کارفرمای خود خسته می‌شود. کارش را ترک می‌کند و خودش فروشگاهی راه می‌اندازد. وی در جزئیات ابتدایی اداره کسب‌وکارش غرق می‌شود. او هیچ گاه زمان کافی پیدا نخواهد کرد تا کارهایی را انجام دهد که در شغل قبلی‌اش مهارت پیدا کرده بود.

این مسئله زیاد اتفاق می‌افتد، اما این مشکل قابل کنترل است.

برای حل این مشکل، ضروری است از دو مهارت برخوردار باشید که برای صاحبان کسب و کارهای کوچک حیاتی است: توانایی یادگیری و توانایی انطباق و سازگاری. هر فردی که از میزان هوش قابل قبولی برخوردار باشد می‌تواند اصول اداره یک کسب‌وکار را بیاموزد. اگر بخش‌های خاصی از کسب‌وکارشان را دوست ندارند یا در آن مهارت ندارند، می‌توانند شخص دیگری را استخدام کنند تا آن کار را برای‌شان انجام دهد.

برای مثال بازاریابی را در نظر بگیرید. اکثر صاحبان کسب‌وکارهای کوچک تمایلی به بازاریابی ندارند و تنها ۱۴ درصد از آنها بازاریابی، روابط عمومی و تبلیغات‌شان را برون‌سپاری می‌کنند. این مسئله موجب از دست رفتن

فرصت می‌شود، چرا که هم شیوه‌ای برای جذب بیشتر کسب‌وکار است و هم شیوه‌ای برای صرفه‌جویی در زمان صاحبان سرمایه است.

۳- کسب‌وکاری را که وارد آن می‌شوند به خوبی نمی‌شناسند

این مورد به ویژه برای صاحبان رستوران‌های جدید خطرآفرین است. به نظر می‌آید اداره یک رستوران کار چندان سختی نباشد، درست است؟ شما آشپز قابل هستید، فقط باید جای خوب، تعدادی کارمند و پول کافی برای تجهیز رستوران داشته باشید و پس از گذشت چند ماه می‌توانید هزینه‌های‌تان را جبران کنید. این‌طور نیست؟

باید گفت خیر. به خاطر داشته باشید که شما تنها مسئول اداره رستوران نیستید. شما صاحب این کسب‌وکار هستید. مسئولیت تمام امور مالی، مسائل قانونی، مسائل مربوط به کارمندان، گواهی‌نامه‌ها، منابع تأمین مواد غذایی و تمامی مشکلات دیگری که ممکن است از جانب هر یک از این سیستم‌ها بروز کند.

یکی از موارد خاصی که افراد انتظارش را ندارند کدام است؟ کارمندان. در مطالعه «چرا کسب‌وکارهای نوپا شکست می‌خورند؟» سومین علت «عدم انتخاب تیم مناسب» ذکر شده است. یافتن تیم مناسب کار دشواری است. در شرکت تکنولوژی بارکد وسپ در «گزارش وضعیت کسب‌وکارهای کوچک» سال ۲۰۱۷ آمده است که استخدام کارمندان یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های پیش روی کسب‌وکارهای کوچک است.

پس چطور از بروز این مشکل جلوگیری کنیم؟ تجربه کسب کنید. شما نیاز دارید در مورد صنعتی که کسب‌وکارتان در آن قرار می‌گیرد تجربه کسب کنید، تجاری در ارتباط با چگونگی اداره کسب‌وکار از جمله مدیریت کارمندان.

۴- رکودها، آتش‌سوزی‌ها، دادخواهی قضایی

وقتی همه چیز خوب پیش می‌رود، تنها برجا ماندن کسب‌وکار کافی نیست. حوادث ایمن باشد. چطور می‌توان کسب‌وکاری را در مقابل حوادث ایمن ساخت؟ بیمه کافی داشته باشید. بیمه مطمئن و حتی سیاست پشتیبان‌گیری.

سیستم‌تان را پیمان‌های (مدولار) برنامه‌ریزی کنید تا چند هزینه بزرگ را کم کنید و به فعالیت ادامه دهید. - به دنبال راه‌های جدید پول زیادی دارید. به عبارت دیگر، همیشه صرفه‌جو باشید. همیشه به معنای واقعی صرفه‌جو باشید حتی زمانی که پول کافی در بانک دارید.

- به دنبال راه‌های جدید برای پول‌سازی کسب‌وکارتان باشید. اگر بیش از یک دهه در کسب و کارتان باقی مانده‌اید، پیش‌بینی می‌شود که حداقل یک بار در مدت مشابه نیاز دارید که روی پاشنه خود بچرخید و تکانی به خود دهید. دنیا به سرعت درحال تغییر است. شما هم با آن تغییر کنید مانند شرکتی نباشید که هنوز با سیستم قدیمی ماشین حساب‌های دستی کار می‌کند و از سرمایه‌گذاری در کامپیوتر خودداری می‌کند. همیشه فرصت هست حتی در دوران رکود کامل. فقط کافی است درست ببینیم.

اینها هیولاهایی هستند که صاحبان کسب‌وکارهای کوچک را می‌ترسانند. اما بیایید به این سرنوشت شوم تن ندهیم و خم به ابرو نیاوریم. چرا برخی شرکت‌ها موفق می‌شوند؟

بیل گراس، بنیانگذار ideablab (یک شرکت استارت‌آپ‌ی در حوزه ایده پروری)، گمان می‌کرد پاسخ این پرسش را می‌داند. تا اینکه نگاهی به اطلاعات داده‌های خودش انداخت. وی دریافت که لزوماً یک ایده ناب منجر به موفقیت کسب‌وکار نمی‌شود. داشتن سرمایه کافی یا داشتن تیم عالی هم منجر به موفقیت نمی‌شود. این زمان‌بندی است که اهمیت دارد.

پس لازم است قبل از آنکه وام بگیرید، کسی را استخدام کنید، یا روز کاری‌تان را به پایان برسانید از خود این سوال را بپرسید: آیا زمان‌بندی کسب‌وکار شما درخور کارتان هست؟ آیا این ایده همانی است که زمان آن فرارسیده؟

نتیجه‌گیری همه تمایل داریم از شکست دوری کنیم، به ویژه اگر شکست بر زندگی اطرافیان ما تأثیر بگذارد، مخصوصاً اخراج کردن کارمندان کار ناگواری است. اما شکست در کسب و کار اتفاق می‌افتد. اکثر صاحبان کسب‌وکار موفق بارها طعم شکست را چشیده‌اند. آنها موفق شدند چون به راه‌شان ادامه دادند. آنها از اشتباهات‌شان درس گرفتند، تجدید نظر کردند و دوباره دست به کار شدند. چرا شما نتوانید؟

منبع: allbusiness

دیدگاه



آمادگی کسب‌وکار برای تکنولوژی آینده

اغلب صاحبان کسب‌وکارها روی برطرف کردن نیازهای فعلی شرکت تمرکز می‌کنند و این موضوع مدت‌زمان حضور کارمندان در شرکت یکی از معیارهای مهم برای ارزیابی آنها به شمار می‌رود. معمولاً انتظار می‌رود کارمندان سر ساعت در شرکت حضور پیدا کنند و کمتر مرخصی برونند. کارمندی که زمان بودن در کنار خانواده را فدای حضور در محیط کار می‌کنند معمولاً محبوب‌تر از دیگران هستند و پاداش دریافت می‌کنند. اما این موضوع دیگر مانند گذشته اهمیت ندارد و نتیجه تحقیقات نشان می‌دهد ۷۶ درصد مردم روی کاری که انجام می‌دهند تمرکز می‌کنند نه روی محیطی که برای کار در آن حضور دارند. همچنین ۶۲ درصد این افراد معتقد هستند که تکنولوژی باید به افزایش بهره‌وری و همکاری کارمندان کمک کند. امروزه ۸۳ درصد مردم حداقل یک کار پاروقت دارند و به‌صورت دورکاری کار می‌کنند و ۹۰ درصد شرکت‌ها به‌صورت قراردادی با دیگران همکاری می‌کنند. همانطور که شرکت‌ها با گذشت زمان به یک فضای کاری متغیر و فعال‌تر تبدیل می‌شوند، کسب‌وکارها نیز باید زیرساخت‌های خود را دوباره طراحی کنند تا حمایت بیشتری از کارمندان و مشتری‌ها داشته باشند. اما انجام چنین کاری چگونه ممکن است؟ همه ما تا به حال فیلم‌هایی در مورد آینده مشاهده کرده‌ایم که مردم در آن با ماشین‌های پرنده سر کار می‌روند و روبات‌ها خانه‌های‌شان را تمیز می‌کنند. هوش مصنوعی نقش پررنگی در زندگی بشر پیدا کرده و همانطور که وعده داده شده است، نخستین ماشین پرنده در سال ۲۰۱۹ به بازار وارد خواهد شد، پس شاید آینده انسان‌ها به همین شکل باشد، اما مشکل اصلی این است که اغلب کسب‌وکارها برای ورود به چنین شرایطی آمادگی ندارند و همه آنها به‌جای تمرکز روی آینده، به شرایط فعلی اهمیت می‌دهند.

کسب‌وکار در برابر نوآوری

نتیجه تحقیقات نشان داده است شرکت‌های مبتنی بر تکنولوژی انتظار دارند در پنج سال آینده بیش از ۶۲ درصد رشد داشته باشند؛ این در حالی است که شرکت‌هایی که نوآوری کمتری دارد ۲۱ درصد رشد را در همین مدت‌زمان تخمین

زده‌اند. اولین گام برای تطبیق پیدا کردن با دنیای فعلی استفاده از استراتژی‌هایی است که اهداف کسب‌وکار را به نوآوری متصل کنند. اغلب شرکت‌ها نوآورانه با در نظر گرفتن مواردی که نیاز به تغییر دارند، شرایطی که فعالیت گروه را متوقف می‌کند و فرصت‌هایی که به رشد سریع شرکت کمک می‌کنند، استراتژی‌های کارآمدی برای آینده دارند. این استراتژی‌ها در طولانی‌مدت جواب خواهند داد و آینده کسب‌وکار را تضمین خواهند کرد.

پیش از هر چیزی فراموش نکنید که یک استراتژی باید روی محدودیت‌های تکنولوژی و فرصت‌هایی که شرکت در آینده با آنها مواجه خواهد شد تمرکز کند. برطرف کردن مشکلاتی که هر یک از کارمندان شرکت با آن روبه‌رو است نقش پررنگی در از بین بردن مشکلات کلی شرکت دارد. همچنین کنار گذاشتن این طرز فکر که کارهای شرکت باید همیشه به یک شکل انجام شوند، راه‌ها و فرصت‌های جدید را آشکار خواهد کرد.

رهبری استراتژیک یک استراتژی نمی‌تواند به‌تنهایی مؤثر واقع شود و نیاز به رهبری دارد. بسیاری از شرکت‌ها استراتژی‌های دقیق و کارآمدی دارند، اما به دلیل ضعف مدیریتی نمی‌توانند به بهترین نحو از آنها استفاده کنند. در نتیجه وجود شخص یا تیمی برای ایجاد نقاط ارتباط و پیگیری نقاط قوت برنامه لازم و ضروری است. دانستن اینکه عده‌ای از کارمندان قابل اعتماد به مواردی مانند هزینه‌ها، منابع و پیاده‌سازی استراتژی توجه می‌کنند، کل اعضای تیم را به سمت جلو هدایت خواهد کرد.

حضور فیزیکی در شرکت‌ها و سازمان‌ها دیگر مانند گذشته اهمیت ندارد؛ زیرا کسب‌وکارها به نتیجه کار بیشتر از مدت‌زمانی که برای آن صرف می‌شود اهمیت می‌دهند. کسب‌وکارهایی که به دنبال دستاوردهای بیشتر هستند باید به فکر ساخت محل کاری باشند که بتواند نیازهای آینده کارمندان را پاسخگو باشد. فراهم کردن زیرساختی که به کارمندان اجازه دهد توانایی‌هایی خود را شکوفا کنند، نه‌تنها برای‌شان مفید است، بلکه رشد و موفقیت شرکتی را که در آن کار می‌کنند نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

منبع: inc/zoomit

منبع: inc/zoomit

منبع: inc/zoomit

کارنامه ۱۲ ماهه سال ۹۶ بندر کیش

رونق جابجایی کالا و افزایش چشمگیر ترابری مسافران دریایی

بندر عباس - خبرنگار فرصت امروز - مدیر اداره بندر و دریانوردی کیش از رشد ۶۸ درصدی تخلیه و بارگیری کالاهای نفتی و غیر نفتی و افزایش چشمگیر ۱۶۳ درصدی ترابری مسافران دریایی در جزیره مرجانی خلیج فارس خبر داد. به گزارش واحد اطلاعات و اخبار روابط عمومی اداره کل بندر و دریانوردی هرمزگان، "احمد شهریاری" ضمن ارایه گزارشی از عملکرد بندر کیش در دوره زمانی ۱۲ ماهه سال ۹۶ اظهار داشت: طی یکسال گذشته، در مجموع سه میلیون و ۵۰۲ هزار و ۸۱۷ تن انواع کالای نفتی و غیر نفتی در این بندر تخلیه و بارگیری شده که در همنسجی به سال پیش از آن، افزایش ۶۸ درصدی به ثبت رسید. وی ادامه داد: از این میزان، سه میلیون و ۱۷۸ هزار و ۱۲ تن به کالای غیر نفتی با رشد ۷۶ درصدی و ۲۳۴ هزار و ۸۰۵ تن کالای نفتی با رشد ۱۳ درصدی اختصاص دارد. مدیر اداره بندر و دریانوردی کیش گفت: طی دوره زمانی ۱۲ ماهه سال ۹۶، بالغ بر دو هزار و ۱۵۲ تن از کالاهای غیرنفتی به خارج از کشور صادر شد. **کاهش ۲۰ درصدی واردات غیرنفتی**

شهریاری همچنین حجم واردات کالاهای غیرنفتی در ۱۲ ماهه سال ۹۶ را رقمی بالغ بر ۴۳۵ هزار و ۱۲ تن اعلام کرد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۰ درصد کاهش داشته است. به گفته وی، یک میلیون و ۷۰۲ هزار و ۹۶۷ تن کالای غیرنفتی در این بندر، کابوتاز شد.

ثابت ترافیک ۱۵۰۰۰ تردد دریایی
وی مجموع تردد شناورها به بندر کیش در ۱۲ ماهه سال گذشته را ۱۵ هزار و ۴۰۹ فرزند با رشد ۱۸ درصدی اعلام و خاطر نشان کرد: از این تعداد، ۶۹۲ فرزند شناور بالای هزار تن و ۱۴ هزار و ۱۷ فرزند زیر هزار تن وزن داشته است.

روند صعودی استقبال مردم از سفر و گشت دریایی
مدیر اداره بندر و دریانوردی کیش از افزایش ۱۶۳ درصدی ترابری مسافر و رشد ۸ درصدی گشت های تفریحی دریایی در سال ۹۶ در همنسجی با سال گذشته آن خبر داد و خاطر نشان کرد: طی این مدت یک میلیون و ۱۸ هزار و ۸۰۶ نفر از طریق شناورهای مسافری و همچنین ۴۹۰ هزار و ۶۸۱ گشت دریایی با استفاده از شناورها و کشتی های تفریحی در این جزیره به ثبت رسید.

رها سازی بیش از ۲۰۰۰ قطعه ماهیان خاویاری در آب های استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - معاون صید و بنادر ماهیگیری استان گفت: طی فصل صید ۹۷-۹۶، تعداد ۲۰۲۰ قطعه از انواع ماهیان خاویاری نارس، حاصل از صید ضمنی با نظارت کارشناسان معاونت صید استان و ناظرین پره مستقر در جایگاههای صید پره، در آب های ساحلی استان رها سازی شده. گزارشی پایگاه اطلاع رسانی اداره کل شیلات گلستان، مهندس محسن یحیایی با اعلام این خبر بیان داشت: در فصل صید امسال گونه ی تاسماهی ۸۴ درصد، چلباش ۱۲ درصد، دراکول ۲۱۶ درصد، فید ماهی ۰/۸ درصد و شب ۰/۱ درصد از صید ضمنی ماهیان خاویاری غیر استاندارد را به خود اختصاص داده است. وی در خصوص اندازه ی ماهیان خاویاری رها شده خاطر نشان کرد: ۷۳ درصد از ماهیان رها سازی شده دارای طول کمتر از ۴۰ سانتی متر و ۲۷ درصد دارای طول بین ۴۱ الی ۸۰ سانتی متر بوده اند. مهندس یحیایی با تأکید بر اهمیت ذخایر ماهیان خاویاری اظهار کرد: ذخایر ماهیان خاویاری در سال های اخیر بدلیل تخریب محیط زیست دریای خزر و فشار بیش از حد روی این منابع در شرایط پایداری قرار نداشتند و در حال حاضر از منابع کمیاب محسوب می گردند.

دیدار عیدانه مدیر کل و معاونین بهزیستی گلستان با دادستان جدید مرکز استان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - دکتر غفاری مدیر کل بهزیستی استان گلستان در مراسم به اتفاق معاونین این اداره کل، با حضور در دفتر دادستان جدید مرکز استان، ضمن تبریک فرا رسیدن سال جدید انتصاب ایشان را تبریک گفتند. در این دیدار عیدانه، دکتر غفاری با اشاره به رویکرد مثبت دستگاه قضائی استان و حمایت های معنوی این دستگاه در پیشبرد اهداف سازمان بهزیستی در استان گفت: ارتباط دوسویه و موثر این دو دستگاه بایکدیگر می تواند ضمن رفع چالشها و موانع موجود، گامهای مهمی را در جهت کاهش آسیبهای اجتماعی موجود در جامعه از جمله طلاق، اعتیاد و تسهیل در فرآیند فرزندخواندگی و... بردارد. مدیر کل بهزیستی استان در ادامه ضمن معرفی خدمات و فعالیت های این اداره کل، اظهار امیدواری کرد، که مجموعه بهزیستی استان بتواند همراه و همگام با مسئولان قضائی استان در کاهش آسیب های اجتماعی در سطح استان نقش ارزنده خود را به خوبی ایفا نماید. در ادامه این دیدار، حجت الاسلام سید رضا سید حسینی ضمن خیر مقدم و تشکر از حضور مسئولین بهزیستی استان بر تعامل دو دستگاه بایکدیگر تأکید نمود. دادستان عمومی و انقلاب مرکز استان افزود: از تمام ظرفیت های قانونی برای حمایت از بهزیستی و تسهیل امور در کاهش و رفع آسیب های اجتماعی در جامعه استفاده می کنیم.

برگزاری کارگروه اقتصاد مقاومتی در شرکت آب و فاضلاب استان ایلام

ایلام - هدی منصوری - جلسه کارگروه اقتصاد مقاومتی شرکت آب و فاضلاب استان ایلام با حضور سرپرست شرکت، معاونین و مدیر شهرهای آبدانان و دره شهر به منظور بررسی وضعیت امور آب و فاضلاب شهر آبدانان و دره شهر در زمینه ساماندهی نیروها، تحقق درآمد ها، کاهش هزینه ها و خدمات دهی بهینه به مردم همچنین ساماندهی وسایل نقلیه در محل سالن کنفرانس ستاد شرکت آب و فاضلاب استان ایلام برگزار شد. در ابتدای این جلسه «جعفر خاتونی» دبیر کارگروه اقتصاد مقاومتی گزارشی مسوومی از وضعیت نیروهای انسانی، مشکلات و توانمندی های امورات شهرها آبدانان و دره شهر ارائه نمودند. در ادامه این جلسه سرپرست شرکت آب و فاضلاب استان با اشاره به نامگذاری سال ۹۷ بنام سال «حمایت از کالای ایرانی» بر عملی شدن شعار سال و حمایت از کالای ایرانی در شرکت تأکید کردند و تحقق منویات رهبری را وظیفه همه مردم و مسئولان عنوان کرد. مهندس افشین مظاهری هدف از برگزاری این نشست را ساماندهی نیروها بمنظور تسهیل فعالیت امورات تابعه جهت کاهش مشکلات و همچنین بررسی عملکرد سال گذشته و ارائه برنامه ها و اهداف سال جدید ذکر کردند. سرپرست شرکت آب و فاضلاب شهری ایلام با اشاره به اهمیت خدمت به مردم تصریح کرد: ارائه خدمت بهتر و مطلوب تر به مردم و افزایش رضایتمندی شهروندان باید در اولویت فعالیت همکاران در سال ۹۷ باشد.

در ۱۳ روز نخست امسال ؛ ۵۵ میلیون لیتر بنزین در استان گیلان مصرف شد

مصرف سوخت هواپیمایی گیلان ۲،۶۶ درصد افزایش یافت

رشت - زینب قلیپور - در ۱۳ روز ابتدای فروردین ماه امسال ۵۵ میلیون و ۶۹ هزار لیتر بنزین در سطح استان گیلان مصرف شد که با رشد ۱۲ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته همراه بوده است. ۵۲ میلیون و ۲۹۱ هزار لیتر بنزین معمولی و ۲ میلیون و ۷۷۸ هزار لیتر بنزین سوپر در سطح استان در سیزده روز ابتدای سال جاری مصرف شده است. این در حالیست که فرآورده های نفت سفید و نفتگاز غیر نیروگاهی نیز در این مدت به ترتیب یک میلیون و ۲۳۸ هزار لیتر و شش میلیون و ۴۳۵ هزار لیتر مصرف داشته اند. همچنین لی همین مدت مجموعاً ۱۶ میلیون و ۷۴۳ هزار لیتر فرآورده اعم از (بنزین معمولی، نفت سفید و نفتگاز) نیز به استانهای مجاور ارسال شده است که این میزان نسبت به مدت مشابه سال گذشته هشت درصد افزایش داشته است. مصرف سوخت هواپیمایی گیلان ۲،۶۶ درصد افزایش یافت. از اوایل لغایت ۱۳ فروردین ماه ۱۳۹۷ مجموعاً ۴۰۴ هزار و ۱۰۰ لیتر سوخت هواپیمایی ATK از طریق مرکز سوختگیری هواپیمایی شهید اسد پور رشت برای فرودگاه سردار جنگل این کلاشهر تأمین و تحویل شده است که این میزان فرآورده نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲،۶۶ درصد رشد را نشان می دهد. تعداد ۱۰۱ فرزند هواپیمای نیز در همین مدت از فرودگاه رشت پرواز داشته اند که این تعداد نسبت به زمان مشابه سال گذشته ۸،۹۱ درصد کاهش داشته است. گفتنی است نظر به آغاز تعطیلات از ۲۶ لغایت ۲۹ اسفند ۹۶ ترافیک سنگینی را در فرودگاه رشت داشته ایم به گونه ای که ظرف این چهار روز مجموعاً ۲۳ فرزند پرواز با مصرف ۱۵۲ هزار و ۳۸۰ لیتر ATK و با رشد ۲۱،۷۷ درصدی نسبت به زمان مشابه سال قبل شاهد بودیم.

دیدار نرورزی مدیران صنعت آب و برق مازندران با نماینده ولی فقیه در استان

ساری - دهقان - مدیرعامل آبفای مازندران به همراه سایر مدیران صنعت آب و برق استان به منظور تبریک سال جدید و بهره گیری از رهنمودهای نماینده ولی فقیه در مازندران به دیدار وی رفتند. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل اداره روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب روستایی مازندران؛ در این دیدار آیت. اطهری ضمن خوشامد گویی و تبریک سال جدید که مزین به منویات مقام معظم رهبری با شعار (حمایت از کالای ایرانی) شده ابراز امیدواری کرد امسال مشکلات موجود با همت همگانی و اجرایی شدن شعار سال به حداقل برسد. وی همچنین با اشاره به بحران آب و خشکسالی بر لزوم مصرف بهینه آب تأکید کرد و از مردم خواست در مصرف آب صرفه جویی کنند زیرا آب ماهی حیات است و هیچ جایگزینی برای آن وجود ندارد و یقیناً بدون آب زندگی میسر نخواهد بود. نماینده ولی فقیه در استان از مدیران شرکت های آب و فاضلاب روستایی، شهری، و آب منطقه ای نیز خواست تا خشکسالی و کمبود آب را مدیریت کنند و ضمن ارائه راهکارهای اساسی در صرفه جویی آب مردم را به این مهم تشویق کنند.

پیمانند سیم یا هر چیز دیگری به جای بست، یا باعث بریده شدن و جدا شدن شیلنگ می شود و یا به خوبی و بطور محکم نمی تواند شیلنگ را نگه دارد که در هر دو صورت باعث نشت گاز خواهد شد.

روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی

مشاور وزیر نیرو در دیدار با مدیران صنعت برق استان اصفهان:

صنعت برق اصفهان یک صنعت پیشتاز در کشور می باشد



بخش توزیع، کارهای خوب، خلاقانه و زیادی صورت گرفته که اکثر فعالیتهای این استان نماد ملی داشته است. وی در ادامه بر انجام مستمر این فعالیتهای تأکید کرد. مشاور وزیر نیرو در ادامه به بحث خشکسالی و کمبود آب و برق در کشور اشاره نمود و خواهان مدیریت مصرف در این زمینه و جدی گرفتن بحث طرح ذخیره عملیاتی در شرکت ها شد. ایشان به فرصت ها و تهدیدات صنعت برق کشور در سال جاری اشاره و بر حمایت از کالای ساخت داخل در حوزه صنعت برق تأکید نمود.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی آذربایجان شرقی اعلام کرد:

تأکید بر ارتقای همکاری دانشگاه های عضو اتحادیه قفقاز و آسیای میانه

جنب و تبادل دانشجو را نیز فراهم کرده است. وی با تأکید بر اینکه گسترش ارتباطات علمی و بین المللی میان دانشگاهها باید در راس فعالیتهای بین المللی هر کشور باشد، ادامه داد: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز در راستای گسترش همکاری های فیما بین در زمینه های علمی، آموزشی و پژوهشی آماده انعقاد تفاهم نامه همکاری در موضوعات مورد علاقه دانشگاه های عضو اتحادیه است. جوانپور افزود: تبادل استاد و دانشجو، برگزاری همایش ها، نمایشگاه های مشترک و اجرای دوره های مشترک آموزشی و پژوهشی می تواند در گسترش ارتباط های بین المللی دانشگاهها تأثیر گذار باشد. وی به نمایندگی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه گواهی عضویت این دانشگاه در اتحادیه دانشگاه های منطقه قفقاز را اخذ کرد. جوانپور در حاشیه این اجلاس با دانشگاه های اوکراین و قبرس شمالی تفاهم نامه هایی در راستای افزایش ارتباطات علمی بین المللی امضا کرد. اتحادیه دانشگاه های منطقه قفقاز از سال ۲۰۰۹ با هدف گسترش تعاملات علمی و ایجاد ارتباط بین دانشگاه های منطقه قفقاز تاسیس شده و در حال حاضر بیش از ۱۲۰ دانشگاه از کشورهای ایران، ترکیه، جمهوری آذربایجان، روسیه، گرجستان، قزاقستان، اوکراین، قبرس و ... عضو این اتحادیه هستند. هفتمین نشست روسای دانشگاه های عضو اتحادیه قفقاز فروردین جاری با محوریت جاده ابریشم در دانشگاه Maltepe در شهر استانبول ترکیه برگزار شد. همچنین اجلاس رؤسای دانشگاه های عضو اتحادیه قفقاز اردیبهشت ۹۷ در دانشگاه محقق اردبیلی برگزار خواهد شد.



تبریز - فلاح: رئیس دانشگاه آزاد اسلامی آذربایجان شرقی در هفتمین نشست روسای دانشگاه های عضو اتحادیه قفقاز و آسیای میانه گفت: دانشگاه آزاد اسلامی آمادگی خود را برای ارتقای همکاری و گسترش تعاملات علمی و پژوهشی و روابط بین المللی بین دانشگاه های عضو اتحادیه اعلام می دارد. به گزارش خبرنگار در تبریز، عزیز جوانپور با ابراز خرسندی از حضور در این نشست به معرفی دانشگاه آزاد اسلامی پرداخت و گفت: تاکنون ۵ میلیون دانش آموخته در دوره های مختلف از این دانشگاه فارغ التحصیل شده و یک میلیون و هشتصد هزار دانشجو در آن مشغول به تحصیل هستند و هفتاد هزار عضو هیات علمی و مدرس تمام وقت و نیمه وقت در این دانشگاه تدریس می کنند. دانشگاه آزاد اسلامی متشکل از ۴۰۰ واحد و مرکز دانشگاهی و در فضایی حدود ۲۰ میلیون مترمربع فضای آموزشی مشغول به فعالیت است. جوانپور اظهار کرد: دانشگاه آزاد اسلامی از استانداردهای علمی در سطوح منطقه ای و بین المللی برخوردار است تا حدی که این امر دانشگاه آزاد اسلامی را به یکی از بزرگترین دانشگاه های معتبر در منطقه و جهان تبدیل کرده است. وی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز را برخوردار از پتانسیل بالای علمی دانست و گفت: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز با برنامه ریزی دقیق و راهبردی مناسب بر اساس شاخصه های علمی، پژوهشی و فرهنگی توفیقات چشمگیری به دست آورده است. سطح علمی استاذان این دانشگاه و افتخار آفرینی آنها در سطح ملی، بین المللی و منطقه ای اقداماتی شایسته، فرور آفرین و ارزشمند برای منطقه است. وی تصریح

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد

افزایش ۱۶ درصدی مصرف بنزین در تعطیلات نوروزی

منطقه ساری توزیع شد. وی خاطر نشان کرد: در این مدت حدود ۱۸ میلیون لیتر نفتگاز و حدود ۱۷ میلیون لیتر نفت سفید در مازندران توزیع شد. مدیر منطقه ساری تأکید کرد: با بررسی های انجام شده از میزان مصرف روزانه مشخص شد بیشترین حجم استقبال مسافران نوروزی از استانبول مازندران بعد از تحویل سال بوده است که با مقایسه مصرف سیزده روزه ایام نوروزی ۹۶ و ۹۷ حدود ۱۶ درصد افزایش مصرف بنزین توسط واحد آمار و اطلاعات این شرکت به ثبت رسید. مدیر منطقه ساری با اشاره به اینکه در تعطیلات نوروزی سال ۹۶ بیش از ۹ میلیون کیلو گرم گاز در جایگاه های سی سی ان جی منطقه ساری توزیع شده است، عنوان کرد: میزان مصرف سی سی ان جی در نوروز ۹۷ در استان حدود ۹ میلیون کیلوگرم است که این مقدار در میانگین مصرف روزانه یک درصد رشد را به دنبال داشته است.



ساری - دهقان - مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت: در ایام تعطیلات نوروز، مسافران استان مازندران دغدغه سوخت نداشتند. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی، حسینی طالی مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری به میزان مصرف فرآورده های نفتی در منطقه ساری اشاره کرد و گفت: میزان مصرف بنزین در بازه زمانی ۹۶/۱۲/۲۵ تا ۹۷/۱/۱۳ در مقایسه با مدت زمان مشابه سال قبل ۱۴ درصد افزایش داشته است. وی افزود: در این مدت، میزان مصرف میانگین روزانه نفت سفید ۲۱ درصد کاهش، بنزین ۱۴ درصد افزایش و نفتگاز ۷ درصد کاهش داشته است. حسینی طالی بیان کرد: رشد ۱۴ درصدی مصرف بنزین نسبت به مدت مشابه در ایام نوروزی امسال، به دلیل استقبال مسافران نوروزی از استان مازندران است و میانگین مصرف روزانه حدود ۶۳

از ۱۵ اسفند ۹۶ تا ۱۷ فروردین سال جاری

۵۰ میلیون لیتر بنزین در استان مرکزی توزیع شد

اشاره کرد و گفت: در نیمه دوم اسفند کارشناسان دستگاه های اجرایی استان شامل اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری، ستاد اقامه نماز استان، دانشگاه علوم پزشکی استان و شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی از جایگاه های عرضه سوخت استان و مجتمع خدمات رفاهی و نمازخانه های بین راهی بازدید کردند که در امر بهبود فرآیندها بسیار موثر بوده است. این مقام مسئول گفت: در استان مرکزی ۹۱ باب جایگاه عرضه سوخت مایع و ۶۲ باب جایگاه عرضه سوخت CNG وجود دارد که در طول ایام نوروز در امر توزیع سوخت فعالیت داشته اند. گیتی منش گفت: استان مرکزی یکی از استان های پر تردد در ایام نوروز ۹۷ است که با کمترین شکایات مردمی در ایام فوق روبرو بوده است.



اراک - مینورستمی - مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی گفت: از ۱۵ اسفند ۹۶ تا ۱۷ فروردین سال جاری ۵۰ میلیون لیتر بنزین در سطح استان توزیع که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۸ درصد رشد نشان می دهد. عبداله گیتی منش در گفتگو با خبرنگار ایسنا، منطقه مرکزی، اظهار کرد:

مدیرعامل شرکت گاز استان اعلام کرد

رشد ۴۴ درصدی گازرسانی به صنایع آذربایجان شرقی

گاز استان ضمن نزدیک رسانی شبکه های گاز به صنایع مصرف کننده سوخت مایع، آمادگی دارد در صورت درخواست متقاضیان، اقدامات لازم در راستای بهره مندی این بخش زیرساختی معمول نماید. توحیدی تصریح کرد: تاکنون ۷۰۲۰ واحد صنعتی تحت پوشش گاز طبیعی قرار گرفته که ۱۷۴ مورد از این واحد مربوط به عملکرد سال ۹۶ شرکت می باشد. مدیرعامل شرکت گاز استان در پایان با اشاره به تأثیر انرژی پاک گاز طبیعی در کاهش آلانبدگی زیست محیطی اعلام کرد: گاز طبیعی علاوه بر اینکه موتور محرکه بخش اقتصاد استان می باشد، با بهره مندی هرچه بیشتر این بخش ها زمینه حرکت به سمت و سوی صنعت پاک و بهبود شرایط محیط زیست فراهم خواهد شد.



تبریز - فلاح - در سال گذشته روند گازرسانی به صنایع استان دارای رشد ۴۴ درصدی بوده است. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مدیرعامل شرکت گاز آذربایجان شرقی با اشاره به روند پرشتاب تأمین گاز صنایع در سال ۹۶ گفت: با توجه به اهمیت بخش های تولیدی و صنعتی در بهبود شاخص های اقتصادی استان و اهمیت این حوزه در اشتغال و ایجاد ارزش افزوده، با بهره گیری از طراحی های نوین گازرسانی و توسعه شبکه در شهرک های صنعتی، بسترهای لازم جهت بهره مندی هر چه بیشتر این بخش از انرژی پاک گاز طبیعی فراهم گردیده است. سیدضارنمائی توحیدی افزود: در سال گذشته با گازدار نمودن ۱۷۴ واحد صنعتی بیش از ۱۰۰ هزار مترمکعب در ساعت گاز



اهواز - شسینم قجانود - با نصب هشت دستگاه مدیریت انرژی جهت بانک های خازنی در پست اهواز ۲ شرکت برق منطقه ای خوزستان، امکان قرائت بار هر یک از بانک های خازنی به صورت مجزا بعد از گذشت ۴۰ سال فراهم شد. مدیر امور بهره برداری ناحیه شرق اهواز گفت: بانک های خازنی پست اهواز ۲ شامل هشت بانک ۳۷ MVAR است که در مدار بودن آنها تأثیر چشمگیری در پیک بار بر روی ولتاژ شبکه ۲۲۰ کیلو ولت دارد. امیر زبیدی ادامه داد: طراحی قبلی بانک های خازنی به شکلی بوده که هر چهار بانک آن از طریق یک شمش تغذیه می شد و تاکنون فقط روی دو شمش

امکان قرائت بار هر از یک بانک های خازنی به صورت مجزا فراهم شده است. مدیر امور بهره برداری ناحیه شرق اهواز اقدام دیگر در پست اهواز ۲ را تعویض کلید های هوایی ۲۳۰ کیلو ولت دانست و افزود: تعداد ۱۶ دستگاه کلید هوایی ۲۳۰ کیلو ولت در پست اهواز ۲ به علت اشکال، قدمت بالا و مقرون به صرفه نبودن اورهال آنها، تعویض و مورد بهره برداری قرار گرفت. زبیدی بیان کرد: طبق برنامه بندی تعداد ۸ دستگاه کلید هوایی ۲۳۰ و دو دستگاه کلید هوایی ۴۰۰ کیلو ولت باید قبل از پیک بار در این پست تعویض و مورد بهره برداری قرار گیرد.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

پنجشنبه | ۲۳ فروردین ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۳۹ | صفحه ۱۶

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

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

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

درنگ



میزان دانلود اپلیکیشن در ابتدای ۲۰۱۸ از مرز ۲۷ میلیارد عبور کرد

بر اساس آخرین گزارش‌های به‌دست آمده از وب‌سایت آپ‌آنتی، رقم دانلود اپلیکیشن موبایل‌ها در سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۷ میلادی شکسته شده چرا که در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸، ۲۷.۵ میلیارد اپلیکیشن به وسیله موبایل‌های اندرویدی و آی‌فون‌ها دانلود شده است.

به گزارش دیجیاتو، میزان کلی اپلیکیشن دانلود شده از آپ استور اپل و پلی استور گوگل نسبت به رقم مشابه در سال قبلی ۱۰ درصد پیشرفت داشته و به ۲۷.۵ میلیون دانلود رسیده است. کاربران موبایل‌های هوشمند نسبت به تاریخ مشابه در سال قبل، ۲۲ درصد مبلغ بیشتری را خرج خرید اپ‌های‌شان کرده‌اند، به‌طوری که این رقم به ۱۸.۴ میلیارد دلار رسیده است.

به گزارش سایت آپ‌آنتی، طی سه ماهه اول سال میلادی جاری، میزان دانلود آپ از پلی استور ۱۹.۲ میلیارد دانلود بوده، اما همین میزان در آپ استور تنها به ۸.۲ میلیارد دانلود رسیده است. این ارقام بدین معناست که صاحبان موبایل‌های اندرویدی نسبت به کاربران iOS به میزان ۱۳۵ درصد اپ‌های بیشتری دانلود کرده‌اند. اپل دائماً در حال کم کردن این فاصله با رقیب همیشگی بوده و این بار نیز موفق شده در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸، این اختلاف را تا ۱۰ درصد کمتر کند. با وجود فاصله زیاد این دو پلتفرم در میزان دانلود، آپ استور از لحاظ مالی اوضاع بهتری دارد و نسبت به پلی استور ۸۵ درصد سود بیشتری در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸ کسب کرده است.



گوگل در این سه ماه نسبت به سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۷، موفق شده سود خود را از فروش اپلیکیشن‌ها به میزان ۲۵ درصد افزایش دهد. به همین علت توانسته خلأ سوددهی میان گوگل پلی و آپ استور را، ۱۰ درصد کم و خود را به رقیب نزدیک کند. البته در نظر داشته باشید که اپل هم در همین مدت روند رو به رشدی برای سوددهی آپ استور تجربه کرده و موفق شده این میزان را نسبت به سال گذشته ۲۰ درصد افزایش دهد. این مسئله موجب شده که رقم سوددهی فروشگاه‌های نرم‌افزار اپل و گوگل روز به روز به هم نزدیک‌تر شود. کاربران تلفن‌های هوشمند به‌طور متوسط روزانه سه ساعت از اپلیکیشن‌های موبایل‌شان استفاده کرده و معمولاً ماهانه ۴۰ آپ مختلف را به کار می‌بندند. این ۴۰ آپ از گستره بسیار متنوعی از اپلیکیشن‌های موجود انتخاب می‌شوند، چرا که تا پایان ماه مارس (دهم فروردین ماه) جمعاً ۶.۲ میلیون اپلیکیشن متفاوت در آپ استور و گوگل برای دانلود وجود داشته است.

بسته‌بندی خلاق



مسیر موفقیت



تشکیل جامعه کاری، مهارتی مهم‌تر از شبکه‌سازی

وقتی شبکه‌سازی در رویدادهای کاری یک مرحله پیشرفت داشته باشد، به تشکیل جامعه کاری منجر می‌شود که نتایجی بسیار کاربردی‌تر خواهد داشت. همه ما از روزهای ابتدایی شروع فعالیت کاری یا حتی قبل از آن با توصیه‌های متعددی برای افزایش ارتباط با دیگران و شبکه‌سازی روبه‌رو بوده‌ایم. توصیه‌هایی که به حضور هرچه بیشتر و فعال‌تر در رویدادهای کاری اشاره داشته و آنها را پیش‌نیازی برای خلق فرصت‌های آتی می‌دانند. قطعاً به‌کارگیری مهارت شبکه‌سازی و تلاش برای افزایش خروجی‌های آن، نیاز به برنامه‌ریزی منظم دارد. عموماً افراد شبکه‌سازی را به‌طور صحیح انجام ندهاده و به همین خاطر، خروجی‌های لازم را از آن دریافت نمی‌کنند. نکته مهم این که اگر تنها برای کسب سود وارد یک رویداد شبکه‌سازی شوید، ارزش افزوده زیادی کسب نخواهید کرد و تنها خودتان و مهارت‌های‌تان را خواهید فروخت. اسکات گربر و رایان پو، موسسان شرکت Community Company و مؤلف کتابی با عنوان Superconnector هستند که با تکیه بر مهارت‌های افزایش ارتباطات مؤثر نگاه‌شسته شده است. در این مطلب به بیان ایده‌ها و نظرات آنها در مورد چگونگی افزایش سوددهی شبکه‌سازی و تبدیل شبکه به جامعه کاری می‌پردازیم.

با خودآگاهی شروع کنید

برای ساختن جامعه کاری، قدم اول این است که از خودتان شروع کنید. ابتدا باید خودتان را به خوبی بشناسید. پیش از رجوع به افراد دیگر و تلاش برای شروع ارتباط باید خودتان را به خوبی درک کرده و نوع شخصیت خود را بشناسید. با این کار، نوع ارتباطاتی که برای پیشرفت شخصی و کاری شما مفید خواهند بود، مشخص می‌شوند. یکی از خصوصیت‌های اخلاقی که تأثیر مستقیمی روی نحوه شبکه‌سازی دارد، برونگرا یا درونگرا بودن افراد است. با درک این خصوصیت، در انتخاب رویدادهای شبکه‌سازی و نحوه حضور و برقراری ارتباط در آنها با مشکل کمتری مواجه خواهید بود.

ذهنیت خود را تغییر دهید

آموزش‌های متنوعی که در چند سال اخیر، با تلاش برای معرفی سریع مهارت‌های شبکه‌سازی منتشر شده‌اند، ماهیت جلسات را تغییر داده و به رویدادهای هک ارتباط تبدیل کرده‌اند. در قدم اول شما باید ذهنیت خود نسبت به شبکه‌سازی را تغییر داده و از شخصیت شبکه‌ساز که توسط آموزه‌های اشتباه دریافت کرده‌اید، رها شوید. فراموش کنید که مهارت‌های ارتباطی یک شبه و با مطالعه چند آموزش ساده به دست نمی‌آیند. شما باید تمرین کنید، خود را در شرایط قرار دهید و همیشه برای بهبود مهارت‌ها، موارد مختلف را امتحان کنید. تمرکز اصلی در برقراری ارتباط کاری، باید تأمین ارزش افزوده برای اطرافیان باشد. این ارزش نباید موقت باشد و قطعاً باید به ارتباطی طولانی منجر شود. جامعه‌ای که در اطراف‌تان تشکیل می‌دهید، علاوه بر تأمین ارزش افزوده برای شما، باید توانایی ارائه ارزش از طرف شما برای دیگران را نیز تأمین کنید. همین تفاوت ساده، شبکه‌های کاری معمولی را به جامعه کاری تبدیل می‌کند.

کمی از فناوری فاصله بگیرید

در دنیای امروز ما خواسته یا ناخواسته، بیش از پیش به یکدیگر متصل هستیم. در نگاه اول شاید این فناوری‌ها برای شبکه‌سازی مفید باشند، اما قطعاً استفاده نادرست از آنها باعث کاهش نتایج مفید این تمرین خواهد شد. این که شما دائم در حال چک کردن شبکه‌های اجتماعی و دنبال‌کنندگان حرفه‌ای خود باشید، تنها در ظاهر شما را فردی با شبکه قوی نشان می‌دهد. این در حالی است که این رفتار قطعاً تشکیل جامعه را با خطر مواجه می‌کند. نکته مهم این که لایک‌ها و فالوورهای شبکه‌های اجتماعی، شما را با این توهم که شبکه‌ای قوی ساخته‌اید، روبه‌رو می‌کنند. این در حالی است که شبکه‌های اجتماعی و فناوری آنها باید ابزاری برای کمک به ساخت جامعه کاری باشند نه اینکه خودشان به اشتباه به عنوان جامعه شناخته شوند. قطعاً با ارتباطات آنلاین می‌توان اشخاص مناسبی را وارد شبکه کاری کرد، اما برای تبدیل آن به جامعه، باید به دنبال ارزش افزوده باشید.

منفعت بردن را فراموش نکنید

برخی افراد از کسب منفعت در شبکه‌های کاری احساس خوبی نداشته و آن را حرکتی اشتباه می‌دانند. اگرچه منفعت بردن صرف، ذهنیتی اشتباه در شبکه‌سازی است، اما نباید فراموش کنید که شما برای این کارها زمان و هزینه صرف کرده‌اید و قطعاً باید از آن خروجی دریافت کنید. منفعت‌های دوسویه بهترین نوع دریافت خروجی از شبکه‌سازی و تشکیل جامعه است. این منفعت‌ها می‌تواند به صورت شروع یک همکاری یا عقد قرارداد پروژه‌ای تأمین شود. به هر حال هدف، کسب خروجی مناسب از زمان و هزینه هر دو طرف است. نکته کلیدی اینجا است که تلاش برای کسب منفعت نباید تمام حرکت‌های شما را تحت تأثیر قرار دهد. شبکه‌سازهای معمولی تنها به دنبال کسب سود هستند و این در حالی است که افراد حرفه‌ای این حوزه به دنبال راهی برای تبادل ارزش‌ها هستند. وقتی هدف شما از شبکه‌سازی به تشکیل جامعه کاری تغییر کند، سود بلندمدت خواهید داشت. جامعه کاری شما به منبعی تبدیل خواهد شد که در مواقع نیاز می‌توانید به‌راحتی به آن رجوع کنید. ارتباطاتی که در شبکه‌سازی و تشکیل جوامع کاری ایجاد می‌شوند، باید پایه‌های قوی داشته باشند. همیشه این سؤال را بپرسید که آیا فرد مقابل، در زمان نیاز به کمک من خواهد آمد؟ همین نکته ریز، قدرت شبکه و جامعه ایجاد شده را تعیین می‌کند. در نهایت در تشکیل جامعه کاری از تعریف کلی جامعه غافل نشوید. جامعه، مجموعه‌ای از افراد با خصوصیات تقریباً مشترک است که برای رسیدن به هدفی واحد تلاش می‌کنند.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit



برای مطالعه ۹۴۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار
پرسش: من طی چند سال اخیر چندین بار شغلم را به دلیل کساد بازار تغییر داده‌ام و الان بیکار هستم و نمی‌دانم چه کاری را شروع کنم که بازار آن رونق داشته باشد و من مجبور به تغییر شغل نشوم. شما چه پیشنهادی دارید؟

کساد بازار و تغییر شغل

پاسخ کارشناس: اصلاً کسانی که شغل خود را تغییر می‌دهند نشان می‌دهد که از ابتدا برای کسب‌وکار خود استراتژی نداشتند و با باید و نبایدهای کار خود آشنا نبودند، به همین خاطر چون همواره مشکلات را به عنوان عارضه‌های بیرونی تلقی کردند، مدام شغل خود را تغییر دادند و در هیچ کدام موفق نبودند اما کسانی که شغل خود را با علاقه، انگیزه، چشم‌انداز، هدف، برنامه و مدیریت درست

شروع کردند حتی در دوران کساد و کم رونقی نیز شغل خود را تغییر ندادند، بلکه سعی کردند همواره از تهدیدها به عنوان فرصت استفاده کنند و راه تازه یا برنامه نویی برای جذب مشتری ارائه کنند. شما باید در کار خود بر اساس انگیزه اولیه و هدفی که دارید ثابت قدم باشید و از مشکلات نهراسید، زیرا مشکلات جزئی از هر کسب و کاری هستند و آدم‌های موفق کسانی‌اند که در برابر مشکلات ایستادگی می‌کنند. نکته دوم اینکه همیشه موفقیت را در درون خود جست و جو کن و نه در دنیای بیرون. شنید عوامل بیشتری بکنید.

بیرونی در یک مقطع کوتاهی بر کسب‌وکار شما تأثیر بگذارد اما به عنوان عامل اصلی و تعیین‌کننده نیست زیرا شواهد نشان می‌دهد که در همان دوران رکود و کساد بازار برخی از همکاران شما نه‌تنها شغل خود را تغییر ندادند، بلکه با تدبیر و برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری و سخت‌کوشی راه را برای رسیدن به قله موفقیت ادامه دادند و امروز جزو مردان موفق یا حتی کارآفرین‌های موفق‌اند. شاید لازم باشد کمی به درون خود و توانایی‌ها و انگیزه‌های درونی‌تان توجه بیشتری بکنید.

مدرسه مدیریت

۱۰ ویژگی یک کارآفرین موفق

- ۱- شما باید به ریسک‌پذیری حساب‌شده تمایل داشته باشید.
 - ۲- شما باید به آستانه کسب‌وکار یا گذاشته و به آن وارد شوید.
 - ۳- شما باید از تفکر آزاد و خلاق و زیرکانه برخوردار باشید.
 - ۴- شما باید آمادگی رهبری از طریق مثال‌ها را داشته و هم تیمی‌های‌تان را در گرفتن تصمیم‌ها و
- مدیریت موقعیت‌های بحرانی تقویت کنید.
- ۵- سبک مدیریتی شما باید انعطاف‌پذیر باشید و توان تطبیق با وضعیت‌های در حال تغییر را داشته باشید.
 - ۶- شما باید صبر و حوصله داشته باشید و برای نیل به موفقیت زمان بگذارید.
 - ۷- شما باید ایده‌های جدید و نوآورانه ارائه دهید و بدین طریق به تفاوت‌های معنادار دامن زده و توان ابلاغ این ایده‌ها را داشته باشید.
 - ۸- باید یک تیم عالی برای خود درست کنید.
 - ۹- مدام باید کسب‌وکارتان را بازآفرینی کنید.
 - ۱۰- همیشه آماده بهبود خود باشید.

منبع: hormond