



جزئیات حقوق و مزایای کارگران در سال ۹۷

دستمزد کارگران چگونه محاسبه می‌شود؟

بخشنامه افزایش ۱۹.۵ درصدی حداقل مزد کارگران در سال ۱۳۹۷ که ۲۲ فروردین ماه امسال از تصویب شورای عالی کار گذشت، سرانجام با امضای وزیر...

۳

یادداشت

واکاوی تبعات رشد نرخ ارز



محمد خوشنাম

فعال اقتصادی

تبعات منفی افزایش ناگهانی نرخ ارز برای اقتصاد ایران چیست؟ اهمیت نرخ ارز در اقتصاد ایران به دلایل ساختارهای شکل گرفته این اقتصاد بسیار بالاست. بررسی‌ها نشان می‌دهد در تمام چهار دهه گذشته نه تنها وابستگی به دلار کاهش نیافته است بلکه توسعه صنعتی و اقتصادی بر این محور پیگیری شده است. باید حاکمیت دلار بر سطوح تولیدی صنعتی و حتی کشاورزی را اندکی کاهش دهیم چراکه صنعت ایران ساختاری واردات‌محور دارد و بخش عمده‌ای از تجهیزات و مواد اولیه مورد نیاز برای تولید وارداتی است. هرچند هنوز گزارش دقیقی در خصوص میزان وابستگی تولید و صنعت به واردات در ایران منتشر نشده است، اما ارزیابی‌های اولیه نشان می‌دهد که همواره بین ۵۰ تا ۶۰ درصد از تولید در ایران ریشه در تأمین خارجی دارد و همین امر سبب می‌شود اهمیت نرخ ارز برای تمامی بخش‌های اقتصادی بسیار بالا باشد.

ادامه در همین صفحه

یورو جایگزین دلار در تکالیف ارزی شد

«نیما» هفته بعد می‌آید

فرصت امروز: با تصمیم هیأت دولت، یورو جایگزین دلار در تکالیف ارزی شد و همچنین بانک مرکزی موظف شد نرخ برابری ریال در مقابل یورو را به صورت مستمر اعلام و مدیریت کند. هیأت وزیران در جلسه روز چهارشنبه خود به ریاست حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی، کلیه وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی را موظف کرد ارز یورو را به عنوان ارز مبنای گزارشگری و انتشار آمار، اطلاعات و داده‌های مالی خود مورد استفاده قرار دهند. بانک مرکزی نیز موظف شد از تاریخ ابلاغ این مصوبه، نرخ برابری ریال در مقابل یورو را به صورت مستمر اعلام و مدیریت کند. در همین زمینه، وزیر اقتصاد با بیان اینکه در حال حاضر مبادلات کشور با یورو انجام می‌شود، گفت: حذف کامل دلار از مبادلات خارجی کشور دور از دسترس نیست...

۴

چشم‌انداز اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۸ از نگاه صندوق بین‌المللی پول

برآورد رشد ۴ درصدی اقتصاد ایران

۲

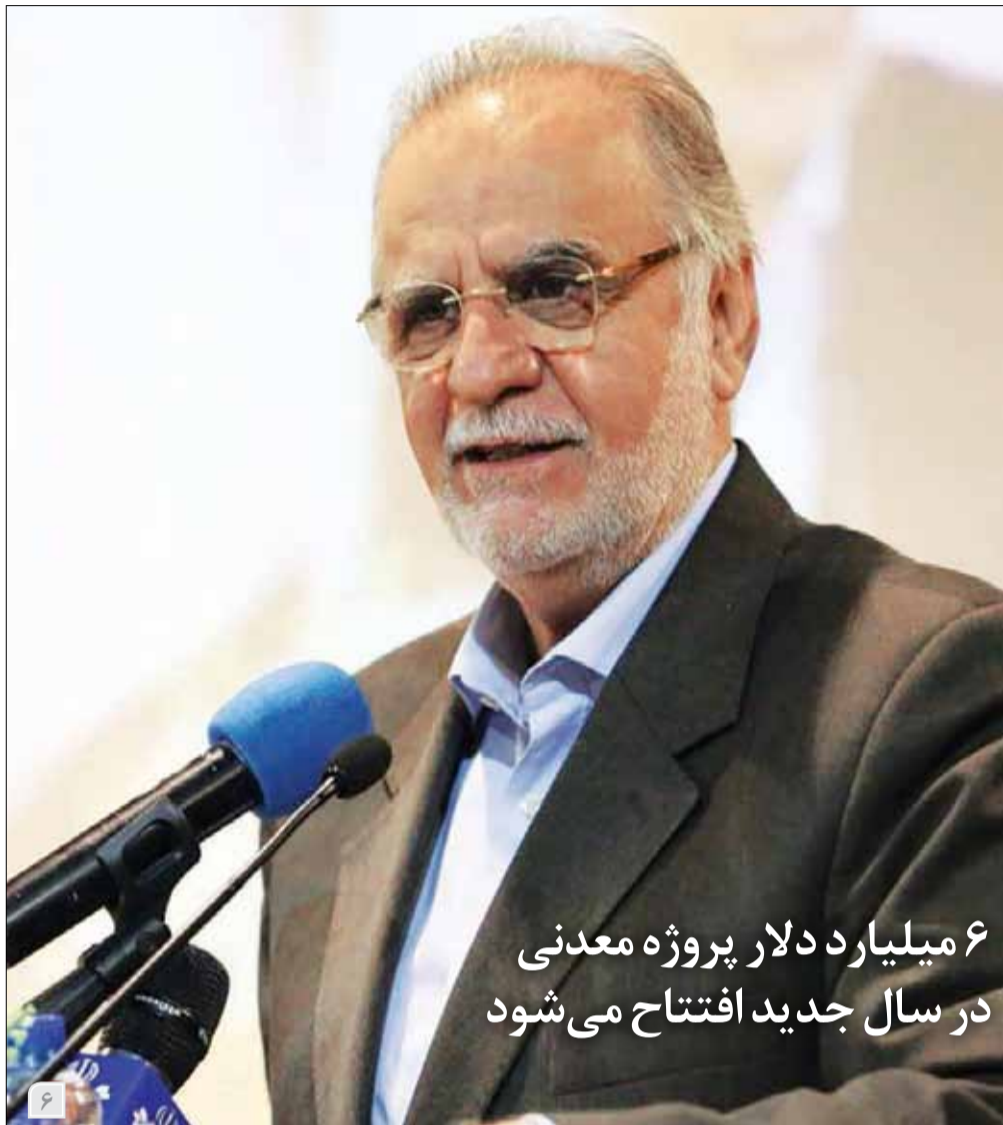
مدیریت و کسب‌وکار



رشد کاربران نتفلیکس همزمان با افزایش ۴۳ درصدی درآمد فصلی

- مسئولیت اجتماعی شرکت چیست؟
- ۹ روش برای بالا بردن اعتماد به نفس در کار
- ۶ نشانه شکست برنامه‌های بازاریابی
- ۲۶ راهکار برای بهبود وضعیت خود در بازاریابی
- سود بیشتر
- اعتبار شخصی در جوامع مجازی و پیچیدگی‌های تبلیغات

۱ تا ۸



۶ میلیارد دلار پروژه معدنی در سال جدید افتتاح می‌شود

کشمور تأمین می‌شود در نتیجه افزایش قیمت ارز هزینه تولید مواد خوراکی در بخش کشاورزی و دامی را به همراه خواهد داشت. اینچنین است که سفره مردم از پس رشد قیمت دلار با افزایش هزینه‌ها روبه‌رو می‌شود و همین امر ممکن است منجر به کاهش مصرف مواد پروتئینی و میوه‌ها و سبزیجات مفید از سوی بخشی از جامعه شود. در عین حال باید توجه داشت که حتی صنایع صادراتی ایران مانند صنایع فولاد، مس و آلومینیوم نیز با افزایش قیمت ارز، رشد هزینه‌ها را تجربه می‌کنند و در نتیجه ممکن است به دلیل افزایش هزینه‌های تولید، قدرت رقابت‌شان در بازارهای جهانی کاهش یابد، چراکه بخش مهمی از مواد اولیه در این صنایع نیز وارداتی است و در نتیجه این صنایع نیز از رشد قیمت‌ارز تأثیر جدی‌تری می‌پذیرند. این وضعیت حتی در صنایع ساختمان‌سازی و البته صنایع خانگی و... قابل مشاهده است چراکه حتی در این صنایع نیز وابستگی بالایی به واردات مواد اولیه وجود دارد و در نتیجه تولید داخلی مسکن، لوازم خانگی و دیگر اقلام نیز با رشد هزینه روبه‌رو می‌شوند. نکته مهم اما به صنایع نفت، گاز و پتروشیمی بازمی‌گردد. این صنایع که بخش مهمی از اقتصاد ایران را تشکیل می‌دهند اتفاقاً تأثیرپذیری بالایی از افزایش قیمت ارز دارند چراکه بیش از ۷۰ درصد از تجهیزات مورد نیاز در بخش‌های پتروشیمی و پالایشگاهی و حوزه‌های نفت و گاز وارداتی است. در عین حال تکنولوژی مورد استفاده در این صنایع نیز به‌طور کلی وارداتی محسوب می‌شود و رشد قیمت ارز، هزینه‌های فعالیت در این حوزه‌ها را با رشد چشمگیر روبه‌رو می‌کند. صنایع معدنی نیز به دلیل وابستگی از بعد تأمین تجهیزات و خطوط تولید و تأمین قطعات به واردات تأثیرپذیری بالایی از قیمت ارز دارند. به این ترتیب حتی صنایع معدنی ایران نیز با افزایش قیمت ارز ممکن است قدرت رقابت خود در بازارهای جهانی را از دست بدهند.

واکاوی تبعات رشد نرخ ارز

کشمور تأمین می‌شود در نتیجه افزایش قیمت ارز هزینه تولید مواد خوراکی در بخش کشاورزی و دامی را به همراه خواهد داشت. اینچنین است که سفره مردم از پس رشد قیمت دلار با افزایش هزینه‌ها روبه‌رو می‌شود و همین امر ممکن است منجر به کاهش مصرف مواد پروتئینی و میوه‌ها و سبزیجات مفید از سوی بخشی از جامعه شود. در عین حال باید توجه داشت که حتی صنایع صادراتی ایران مانند صنایع فولاد، مس و آلومینیوم نیز با افزایش قیمت ارز، رشد هزینه‌ها را تجربه می‌کنند و در نتیجه ممکن است به دلیل افزایش هزینه‌های تولید، قدرت رقابت‌شان در بازارهای جهانی کاهش یابد، چراکه بخش مهمی از مواد اولیه در این صنایع نیز وارداتی است و در نتیجه این صنایع نیز از رشد قیمت‌ارز تأثیر جدی‌تری می‌پذیرند. این وضعیت حتی در صنایع ساختمان‌سازی و البته صنایع خانگی و... قابل مشاهده است چراکه حتی در این صنایع نیز وابستگی بالایی به واردات مواد اولیه وجود دارد و در نتیجه تولید داخلی مسکن، لوازم خانگی و دیگر اقلام نیز با رشد هزینه روبه‌رو می‌شوند. نکته مهم اما به صنایع نفت، گاز و پتروشیمی بازمی‌گردد. این صنایع که بخش مهمی از اقتصاد ایران را تشکیل می‌دهند اتفاقاً تأثیرپذیری بالایی از افزایش قیمت ارز دارند چراکه بیش از ۷۰ درصد از تجهیزات مورد نیاز در بخش‌های پتروشیمی و پالایشگاهی و حوزه‌های نفت و گاز وارداتی است. در عین حال تکنولوژی مورد استفاده در این صنایع نیز به‌طور کلی وارداتی محسوب می‌شود و رشد قیمت ارز، هزینه‌های فعالیت در این حوزه‌ها را با رشد چشمگیر روبه‌رو می‌کند. صنایع معدنی نیز به دلیل وابستگی از بعد تأمین تجهیزات و خطوط تولید و تأمین قطعات به واردات تأثیرپذیری بالایی از قیمت ارز دارند. به این ترتیب حتی صنایع معدنی ایران نیز با افزایش قیمت ارز ممکن است قدرت رقابت خود در بازارهای جهانی را از دست بدهند.

ادامه از همین صفحه

نگاهی به آمارهای واردات گمرک ایران در طول سال‌های گذشته نیز دلیل این مدعا است چراکه بخش عمده‌ای از واردات به کشور را کالاهایی تشکیل می‌دهند که «کالاهای واسطه‌ای» نام گرفته‌اند. این بدان معنی است که این اقلام در فرآیند تولید به کار گرفته می‌شوند. در چنین شرایطی افزایش قیمت ارز می‌تواند هزینه‌های تولید در ایران را به سرعت افزایش دهد و در نتیجه افزایش نرخ تورم ناشی از رشد هزینه‌های تولید را در کشور ایجاد کند. شاید نگاهی به وضعیت صنایع مختلف بتواند بازگوکننده آنچه در کشور می‌گذرد باشد.

صنعت و معدن

این وضعیت در صنایع بسیار بزرگ کشور نیز قابل مشاهده است. به عنوان مثال صنعت خودرو که یکی از صنایع استراتژیک کشور محسوب شده و سرمایه‌گذاری بالایی در آن صورت گرفته نیز از این وضعیت در رنج است. در شرایطی که نزدیک به نیمی از مواد اولیه قطعات مورد نیاز خودروهای تولیدی از خارج از کشور وارد می‌شوند، طبیعی است که افزایش قیمت ارز به سرعت زمینه رشد قیمت خودرو در کشورها را ایجاد کند، اما این تنها صنعت خودرو نیست که درگیر چنین شرایطی است بلکه حتی صنایعی که شاید در باور عامه ارتباط چندانی با دلار نداشته باشند نیز از افزایش قیمت ارز تأثیر بگیرند. شاید برای بسیاری افزایش قیمت محصولات کشاورزی به دلیل رشد قیمت دلار کمی بی‌منطق باشد، این در حالی است که بخش عمده‌ای از سموم کشاورزی چه در بخش باغی و چه در بخش صیفی از خارج کشور تأمین می‌شود. از سوی دیگر کودهای مورد استفاده برای تولید صیفی، سبزیجات و حتی علوفه، نهاده‌های دامی، خوراک مرغ، خوراک میگو، داروهای دامی و تقویت‌کننده‌های دام و طیور از خارج از

بلا تکلیفی خریداران؛ احتمال ورود به بورس کالا

توقف پیش‌فروش یک ماهه سکه

در اقدامی غیرقابل پیش‌بینی بانک مرکزی دست به توقف پیش‌فروش یک ماهه سکه زد. به گزارش ایسنا، در حالی بانک مرکزی حدود یک هفته پیش از روال جدید پیش‌فروش سکه خبر داد و ولی‌الله سیف اعلام کرده بود که قرار است پیش‌فروش با سررسید هفت مرحله‌ای انجام شود که به فاصله کوتاه ظاهراً بانک مرکزی از بخشی از سیاست خود منصرف شده و دست به توقف پیش‌فروش یک ماهه زده است. پیش‌فروش در سایر سررسیدهای تعیین شده ادامه دارد. روز چهارشنبه وقتی که متقاضیان خرید سکه به شعب بانک ملی مراجعه کردند، برای دریافت سکه با سررسید یک ماهه با پاسخ منفی مواجه شده و دلیل این موضوع را توقف از سوی بانک مرکزی اعلام کرده‌اند. متقاضیان پیش‌فروش عنوان می‌کنند که چرا باید برای سیاستی که خود بانک مرکزی آن را اعلام کرده و یک هفته از این جریان نگذشته است، برای خرید با اطمینان به شعب وارد شده، ولی در نهایت با ملغی شدن بخشی از برنامه تعیین‌شده بانک مرکزی مواجه شوند. به هر حال افراد متقاضی طبق برنامه‌ای به این سرمایه‌گذاری ورود می‌کنند، اما چند ساعت طول نکشید که برخی مراجع‌کنندگان به شعب و کانال‌های بانکی از توقف پیش‌فروش در سررسید سه ماهه نیز خبر داده‌اند. با این حال تاکنون بانک ملی فقط توقف پیش‌فروش یک ماهه را تأیید کرده است.

در حالی احتمال توقف پیش‌فروش سکه در سررسید سه ماهه در روزهای آینده وجود دارد که برخی معتقدند افزایش قیمت سکه در روزهای اخیر که تا یک میلیون و ۸۷۰ هزار تومان در روز سه‌شنبه پیش رفت و این خود جای اختلاف قیمت با پیش‌فروش یک ماهه که حدود یک میلیون و ۵۹۰ هزار تومان و سه ماهه که یک میلیون و ۵۴۰ هزار تومان است، می‌تواند از عوامل توقف سررسید یک ماهه و احتمالاً سه ماهه باشد، چراکه تقاضا برای خرید سکه را بالا برده است. در عین حال که برخی منابع از چند میلیونی شدن تعداد سکه‌های پیش‌فروش شده خبر داده‌اند که این روند موجب تحت تأثیر قرار دادن ذخایر ارزی می‌شود. با این حال پرس و جواز منابع مطلع در رابطه با جریان پیش‌فروش سکه از این خبر می‌دهد که ظاهراً قرار است طرح پیش‌فروش سکه وارد بورس کالا شود، ولی در این رابطه اطلاعات تکمیلی در اختیار نیست. پیگیری‌ها از بانک مرکزی برای دریافت اطلاعاتی درباره چرایی توقف پیش‌فروش با سررسید یک‌ماهه فعلاً با هیچ پاسخی همراه نبوده است. بعد از اجرای سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز (۲۰ فروردین) بانک مرکزی تغییراتی در نحوه پیش‌فروش سکه اعمال و سررسید آن را هفت مرحله اعلام کرد. بر این اساس سکه تحویل یک‌ماهه یک میلیون و ۵۹۰ هزار تومان، سه ماهه یک میلیون و ۵۴۰ هزار تومان، شش ماهه یک میلیون و ۴۷۵ هزار تومان، 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 ۲۴ ماهه یک میلیون و ۱۱۶ هزار تومان اعلام شد. پیش‌فروش سکه در حالی با نرخ‌های اعلامی انجام می‌شود که تناسبی با قیمت ۴۲۰۰ تومانی دلاری که بانک مرکزی آن را تک‌نرخ اعلام کرده و هرگونه معامله‌ای خارج از آن را جرم می‌داند، ندارد چراکه نرخ‌های تعیین‌شده براساس دلار بالای ۵۰۰۰ تومان تعیین شده است.

سرمایه‌گذاری خارجی

آنچه تاکنون گفته شد تأثیرات افزایش قیمت ارز بر صنایع فعال و تولیدات کنونی را شامل می‌شود، اما باید توجه داشت نوسان‌هایی از این دست و به قول برخی در رفتن لنگر نرخ ارز، خود ریسک سرمایه‌گذاری در کشور را افزایش داده و در نتیجه سبب می‌شود رشد صنعتی و تولید در کشور اتفاق نیفتد. تأثیر افزایش نرخ ارز بر سرمایه‌گذاری خارجی و حتی سرمایه‌گذاری ایرانیان خارج از کشور نیز قابل بررسی و تامل است. متأسفانه رشد قیمت دلار و سایر ارزها در بازار ایران به همراه نوسان شدید قیمت و همچنین بی‌ثباتی سبب می‌شود از یک سو ریسک سرمایه‌گذاری در ایران بالا رفته و از سوی دیگر سرمایه‌گذاری توجیه اقتصادی خود را از دست بدهد، چراکه تبدیل ارز به ریال خود برای بسیاری از سرمایه‌گذاران برابر با زیان خواهد بود و در نتیجه بسیاری از این افراد ترجیح می‌دهند به حوزه‌های سرمایه‌گذاری ورود نکنند تا در اثر تبدیل سرمایه‌های ارزی‌شان به ریال متضرر نشوند. در نظر بگیرید که بازپرداخت وام‌های ارزی و یا حتی تسهیلاتی که از صندوق ذخیره ارزی به بخش خصوصی و دولتی پرداخت می‌شود نیز مشمول همین قانون خواهد بود، زیرا افرادی که تسهیلات ارزی دریافت می‌کنند پس از کاهش ارزش ریال در زمان بازپرداخت، با خسارت‌های هنگفتی روبه‌رو شده و بعضاً سرمایه‌گذاری‌هایشان با تسهیلات پرداختی، فاقد توجیه فنی و اقتصادی می‌شود از این رو پیشگیری از نوسان نرخ ارز از یک سو و ایجاد ثبات در اقتصاد از سوی دیگر گام اول برای پیشگیری از تنش و همچنین بهبود فضای کسب و کار، تولید و سرمایه‌گذاری در کشور تلقی می‌شود.

اطلاعیه احداث خطوط انتقال نیروی برق

احداث خط برق خط ۲۳۰ کیلوولت گچساران - چنار شاهيجان در نیروگاه سد چم شیر گچساران

روابط عمومی شرکت برق منطقه ای خوزستان

شماره: ۱۶۳۷۲۴

رجوع به صفحه سوم

سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

جزئیات حقوق و مزایای کارگران در سال ۹۷

دستمزد کارگران چگونه محاسبه می‌شود؟

بخشنامه افزایش ۹.۵ درصدی حداقل مزد کارگران در سال ۱۳۹۷ که ۲۲ فروردین ماه امسال از تصویب شورای عالی کار گذشت، سرانجام با امضای وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی به بنگاه‌های سراسر کشور ابلاغ شد. براساس این بخشنامه از ابتدای امسال همه کارگران مشمول قانون کار اعم از قرارداد دائم و موقت حداقل مزد روزانه‌ای که دریافت می‌کنند، ۳۷۰۴۲۳ ریال معادل ۳۷ هزار تومان خواهد بود. سایر سطوح مزدی هم علاوه بر روزانه ۱۰.۴ درصد مزد ثابت یا مزد مینا به ۲۸۲۰ تومان به نسبت آخرین مزد در سال ۱۳۹۶ افزایش می‌یابد. به گزارش ایسنا، با اعمال این افزایش، مزد شغل کارگران مشمول طرح‌های طبقه‌بندی مشاغل مصوب وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و نیز مزد ثابت سایر کارگران نباید از مبلغ ۳۷ هزار تومان کمتر شود. به موجب این بخشنامه همچنین آن دسته کارگرانی که یک سال از دریافت آخرین پایه سنواتی آنها گذشته باشد یا اینکه امسال دارای یک‌سال سابقه کار می‌شوند، روزی ۱۷۰۰ تومان به عنوان پایه سنوات دریافت می‌کنند. با تصویب حداقل مزد سال ۹۷ کارگران در شورای عالی کار و افزایش حداقل مزد روزانه به میزان ۳۷۰۰۰ تومان، رقم حق اولاد کارگران شاغل متاهل دارای یک فرزند و دو فرزند نیز مشخص شد؛ حق اولاد یکی از مزایای جانبی حقوق و دستمزد شاغلان مشمول قانون کار است که هر ساله با افزایش حداقل مزد، میزان آن هم بیشتر می‌شود، چون ضریبی از افزایش حداقل مزد روزانه است.

فعالان کارگری و کارشناسان حوزه کار، تصویب افزایش ۹.۵ درصدی حداقل مزد کارگران در سال ۱۳۹۷ را حاصل سرسختی و تلاش مداوم نمایندگان گروه‌های کارگری و همراهی و حمایت دیگر شرکای اجتماعی در شورای عالی کار می‌دانند. در این باره علیرضا حیدری، فعال حوزه کار در گفت‌وگو با ایسنا، معتقد است که امسال تحول بزرگی در شیوه تعیین مزد کارگران به وجود آمد زیرا نمایندگان کارگران تنها روی سبب معیشت بحث کردند و این ادبیات برای کارفرمایان و دولت غیرمنظره بود، به همین دلیل جلسات مزد طولانی شد و به شب عید کشید. او می‌افزاید: نمایندگان کارگری بر سبب معیشت کارگران متمرکز شده بودند و تأکید داشتند که آنچه موجب تغییر در هزینه کارگران می‌شود، معیشت است نه تورم به

همین دلیل تا لحظه آخر از موضع خود کوتاه نیامدند و همین مقاومت و سرسختی موجب تصویب افزایش ۹.۵ درصدی دستمزد شد. به گفته این فعال حوزه کار، همه‌ساله مزد کارگران از نرخ تورم پیشی می‌گرفت و امسال هم این روزه دنبال شد، ولی فرقی این بود که حداقل دستمزد در شرایطی ۹.۵ درصد افزایش یافت که نرخ تورم اعلامی زیر ۹ درصد بود. به دنبال تصویب افزایش ۹.۵ درصدی حداقل مزد کارگران در جلسه نهایی شورای عالی کار در سال گذشته، مبلغ عیدی و پاداش پایان سال مشمولان قانون کار نیز مشخص شد. به موجب ماده واحده قانون تعیین عیدی و پاداش سالانه کارگران شاغل در کارگاه‌های مشمول قانون کار مصوب سال ۷۰ مجلس شورای اسلامی، حداقل عیدی کارگران دوبرابر

حداقل دستمزد ماهیانه	۹۲۹۹۳۱
حق مسکن ماهیانه	۴۰۰۰۰
حق بن نقدی	۱۱۰۰۰۰
حق اولاد - یک فرزند	۹۲۹۹۳
حق اولاد - دو فرزند	۱۸۵۹۸۶
حق سنوات روزانه	۱۷۰۰
حداقل مزد روزانه	۳۰۹۹۷
مجموع دریافتی افراد مجرد	۹۷۲۱۶۴
مجموع دریافتی افراد متاهل با یک فرزند	۱۰۵۳۳۸۰

حداقل دستمزد ماهیانه	۱۱۱۱۲۶۹
حق مسکن ماهیانه	۴۰۰۰۰
حق بن نقدی	۱۱۰۰۰۰
حق اولاد - یک فرزند	۱۱۱۱۲۶
حق اولاد - دو فرزند	۲۲۲۲۵۲
حق سنوات روزانه	۱۷۰۰
حداقل مزد روزانه	۳۷۴۲۳
مجموع دریافتی افراد مجرد	۱۲۶۱۲۶۹
مجموع دریافتی افراد متاهل با یک فرزند	۱۳۷۲۳۹۵
مجموع دریافتی افراد متاهل با دو فرزند	۱۴۸۳۵۲۱

حداقل مزد (تومان)	حداقل عیدی (تومان)	حداکثر عیدی (تومان)	سال
۸۱۲۱۶۴	۱۶۲۴۳۲۸	۲۴۳۶۴۹۲	۱۳۹۵
۹۲۹۹۳۱	۱۸۵۹۸۶۲	۲۷۸۹۷۹۳	۱۳۹۶
۱۱۱۱۲۶۹	۲۲۲۲۵۳۸	۳۳۳۳۸۰۷	۱۳۹۷

صنعت

میزگرد «حمایت از قیر ایرانی» برگزار شد

مصائب برند «قیر ایرانی»

فرصت امروز: میزگرد تخصصی «حمایت از قیر ایرانی» با حضور نمایندگان از کارگروه تنظیم بازار، شورای رقابت، سازمان حمایت، پخش فرآورده‌های نفتی، بورس کالای ایران و جمعی از مدیران شرکت‌های تولیدکننده و صادرکننده از جمله نفت جی، پاسارگاد و هیأت رئیسه کمیسیون قیر و هیأت مدیره اتحادیه اپیکس برگزار شد. وحید شیخی عضو هیأت مدیره اتحادیه اپیکس در ابتدای این نشست گفت: یکی از اصلی‌ترین مشکلات قیر ایران، واردات تهمانده ضایعات پالایشگاه‌های عراق با نام تجاری VR یا قیر یا هیدروکربن سنگین است که صدمه بسیاری به برند «قیر ایرانی» زده است. با توجه به اینکه روند واردات این کالا به‌طور قانونی ثبت سفارش شده و به داخل کشور وارد می‌شود این ماده ارزان با کیفیت پایین که در مصارف هیدروکربنی هم کاربرد دارد توسط برخی شرکت‌ها در فرایند تولید استفاده شده و به نام قیر باکیفیت ایرانی عرضه می‌شود.



رئیس کمیسیون قیر اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ادامه داد: شرکت‌های تولیدکننده قیر استاندارد که از قیر ارزان عراقی استفاده نمی‌کنند، نمی‌توانند با این عرضه ناسالم رقابت داشته باشند. طبق اعلام پالایش و پخش امکان تخصیص سالانه ۸ میلیون تن و کیوم باتوم جهت تولید قیر وجود دارد در حال حاضر ۵.۵ میلیون تن ۷b برای تولید قیر استفاده می‌شود و مابقی به صورت مازوت فروخته می‌شود. او در ادامه افزود: تا سال ۲۰۲۰ که فروش مازوت با سولفور ۳.۵ درصد ممنوع می‌شود باید بازاریابی و گسترش فروش قیر ایرانی را جهت این حجم از فروش ایجاد کنیم.

وحید شیخی از جمله موارد اعتراضی تولیدکنندگان قیر در این میزگرد را، خرید خوراک ماه جاری با دلار ۴۷۶۰ تومان و اعلام نرخ فروش ارز با قیمت ۴۲۰۰ تومان اعلام کرد که با افت ۱۵ درصدی نرخ خرید مواد اولیه و نرخ فروش باعث زیان تولیدکننده‌های قیر شده و انتظار می‌رود دولت محترم نسبت به این آسیب، توجه لازم را داشته باشد.

حداقل حقوق پایه و حداکثر عیدی به شرطی که از مصوبه قانون کار بیشتر نشود، سه برابر پایه حقوق خواهد بود که با تعیین مبلغ یک میلیون و ۱۱۱ هزار و ۲۶۹ تومان به عنوان حداقل دستمزد، حداقل عیدی کارگران در سال ۹۷، ۲ میلیون و ۲۲۲ هزار و ۵۳۸ تومان و سقف عیدی، ۳ میلیون و ۳۳۳ هزار و ۸۰۷ تومان خواهد بود.

گفتنی است بخشنامه شش‌بندی دستمزد سال ۱۳۹۷ شامل دو دستورالعمل اجرایی مصوبه شورای عالی کار در مورد کارگران کارمزدی و دائم و دستورالعمل اجرایی مصوبه شورای عالی کار در مورد کارگاه‌های دارای طرح طبقه‌بندی مشاغل بود که از سوی معاونت روابط کار و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی صادر شد.

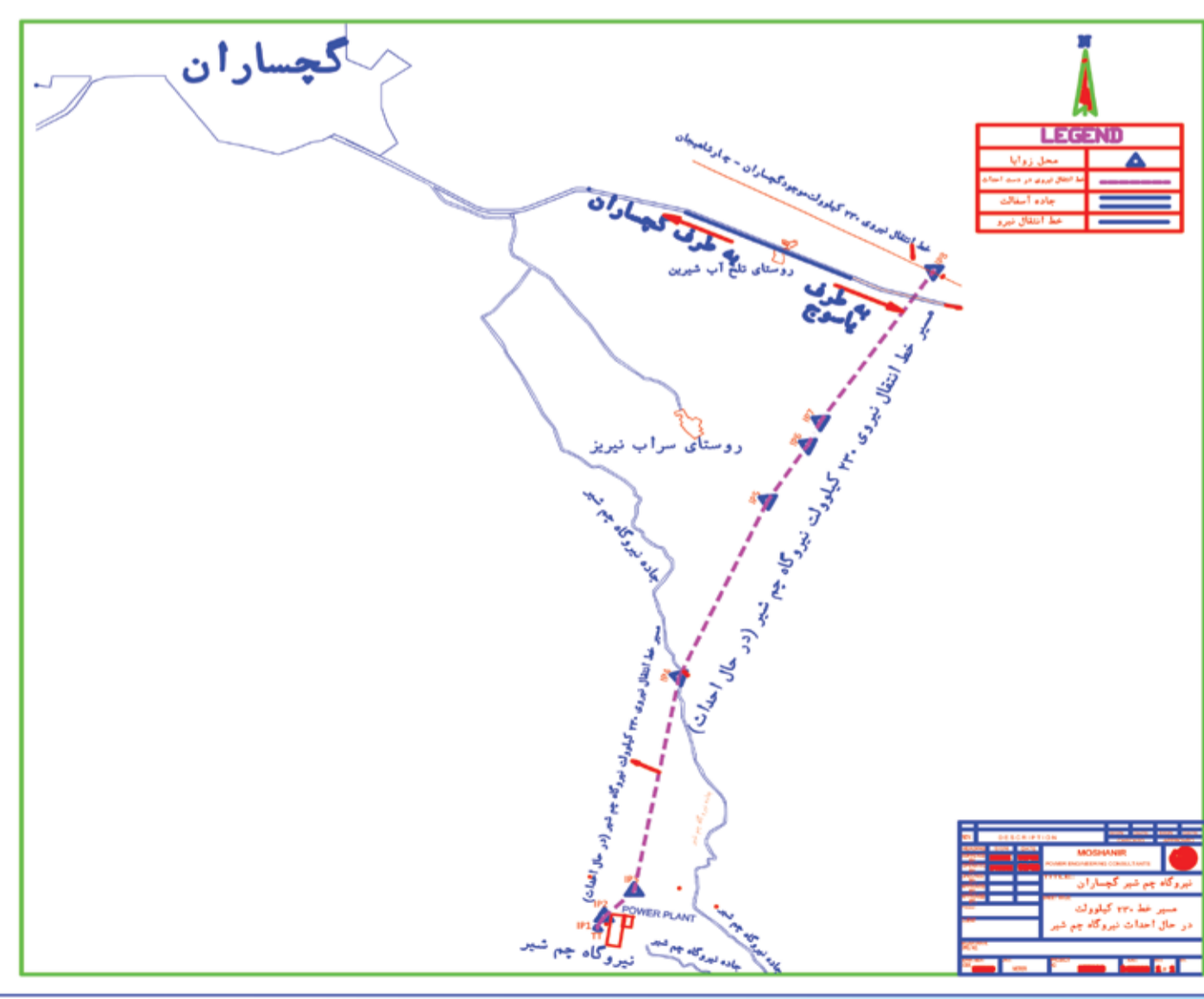
براساس مصوبه مورخ ۲۲ فروردین ماه سال ۱۳۹۷ و به منظور تقویت مهارت‌محوری و بهره‌مندی همه کارگران و رضایتمندی کارگران باسابقه، از ابتدای امسال همه کارگران دارای قرارداد دائم و موقت مشمول قانون کار که دارای یک سال سابقه کار شده یا یک سال از دریافت آخرین پایه (سنوات) آنان در همان کارگاه گذشته باشد، اعم از اینکه حق سنوات یا مزایای پایان کار خود را تسویه حساب کرده یا نکرده باشند، مشمول دریافت پایه (سنوات) خواهند بود. همچنین با استناد به مصوبه مورخ ۲۱ مهرماه ۱۳۸۷ شورای عالی کار و به منظور افزایش رضایتمندی کارگران و کارفرمایان و تثبیت و تسری به تمامی کارگران اعم از قرارداد دائم و موقت مقرر شده از ابتدای سال ۱۳۹۷ کمک‌هزینه اقلام مصرفی خانوار به عنوان مزایای رفاهی و انگیزشی موضوع تبصره ۳ ماده ۲۶ قانون کار بابت هر کارگر اعم از متاهل یا مجرد ماهانه مبلغ ۱۱۰ هزار تومان از طرف کارفرمایان پرداخت شود. در جدول‌های مربوطه، مزد سال ۱۳۹۷ (ارقام به تومان)، مزد سال ۱۳۹۶ (ارقام به تومان) و مقایسه جدول عیدی کارگران و مشمولان قانون کار در سال‌های ۹۵، ۹۶ و ۹۷ آمده است.

«با مصرف صحیح و بهره‌گیری از الگوی درست استفاده از برق، از قطع آن جلوگیری کنیم»

اطلاعیه احداث خطوط انتقال نیروی برق



شرکت برق منطقه ای خوزستان در نظر دارد نسبت به احداث خط برق خط ۲۳۰ کیلوولت گچساران - چنارشاهیجان در نیروگاه سد چم شیر گچساران که خط مذکور پس از اتصال به خط ۲۳۰ کیلوولت گچساران - چنارشاهیجان و عبور از جاده گچساران - یاسوج (حدود ۱۱ کیلومتر) از گچساران به طرف یاسوج) از کنار روستاهای تلخ آب شیرین و سرآب نیریز عبور کرده و در ادامه پس از گذر از تپه‌ها و کوه‌های مشرف به نیروگاه چم شیر وارد ایستگاه برق نیروگاه چم شیر می‌گردد اقدام نماید. لذا در اجرای ماده ۱۱ تصویب نامه شماره ۱۲۷۲۷ ت ۵۰۷۳۲ مورخ ۱۳۹۴/۲/۶ که به استناد تبصره ۲ ماده ۱۸ قانون سازمان برق ایران به تصویب هیئت وزیران رسیده بدینوسیله مراتب را به اطلاع مالکان و صاحبان حقوق اراضی مسیر خط میرساند که از تاریخ درج این آگهی با رعایت حریم قانونی خطوط انتقال نیرو در مسیر و حریم خط فوق‌الذکر از هرگونه عملیات ساختمانی و ایجاد تأسیسات مسکونی و تأسیسات دامداری یا باغ و درختکاری و انبارداری تا هر ارتفاع خودداری نموده و چنانچه در این خصوص اطلاعات بیشتری نیاز باشد به دفتر حقوقی شرکت برق منطقه ای خوزستان واقع در اهواز - بلوار گلستان پشت ساختمان پنج طبقه آب و برق خوزستان ساختمان شماره ۲ برق منطقه ای خوزستان طبقه همکف مراجعه نمایند. یادآور می‌شود حریم قانونی خطوط ۲۳۰ کیلوولت ۱۱/۹ متر از تصویر هادی جانبی خط بر روی زمین در طرفین مسیر خط می‌باشد.



روابط عمومی شرکت برق منطقه ای خوزستان

شناسه: ۱۶۳۷۲۴

دریچه



با حضور رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار سامانه سجام رونمایی شد

در حاشیه یازدهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه از سامانه جامع ثبت اطلاعات مشتریان موسوم به سجام رونمایی شد. رئیس سازمان بورس می‌گوید فعالان در این سامانه با تنها یکبار وارد کردن اطلاعات می‌توانند از دیگر مزایای سایر ارکان و شرکتها استفاده کنند. به گزارش ایسنا، مسئولان بازار سرمایه اعلام کرده‌اند سامانه جامع ثبت اطلاعات مشتریان (سجام) برنامه‌های جامع و متمم‌کننده خواهد بود که کلیه اطلاعات سهامداران را به صورت یکپارچه در برمی‌گیرد. شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار درباره رونمایی از این سامانه گفت: با سامانه سجام (سامانه جامع اطلاعات مشتریان)، گامی در جهت برگزاری مجازی جامع برداشته می‌شود. وی ادامه داد: فعالان در این سامانه با تنها یکبار وارد کردن اطلاعات می‌توانند از دیگر مزایای سایر ارکان و شرکتها استفاده کنند. این بدان معناست که دیگر نیازی به وارد کردن اطلاعات در دیگر نهادهای وجود ندارد. محمدی ادامه داد: با آغاز به کار این سامانه، دیگر از سهامداران فرمی برای احراز هویت دریافت نمی‌شود و در مقابل سرمایه‌گذاران با ثبت‌نام در این سامانه می‌توانند به کلیه خدمات بازار سرمایه دسترسی داشته باشند. طبق گفته مسئولان بازار سرمایه سامانه جامع ثبت اطلاعات مشتریان «سجام»، مسئولیت خودکار فرآیند جمع‌آوری و مدیریت اطلاعات مشتریان بازار سرمایه را بر عهده خواهد داشت. به این ترتیب، با راه‌اندازی این سامانه نه تنها شاهد تسهیل در گردآوری اطلاعات سهامداران هستیم، بلکه با تجمیع اطلاعات و سوابق معاملاتی، شفافیت بازار نیز با رشد قابل توجهی همراه خواهد شد. سجام در دسته سامانه‌های زیرساختی بازار سرمایه است و به هیچ عنوان سامانه‌ای تجاری نیست؛ لذا هدف آن کسب درآمد نخواهد بود و به لحاظ گستردگی ارائه خدمات نیز سامانه‌ای ملی محسوب می‌شود. سجام همچنین مورد تأیید و تحت نظارت کمیته مبارزه با پولشویی سازمان بورس و اوراق بهادار است و در طراحی و پیاده‌سازی آن از حضور یک تیم حقوقی زنده استفاده شده است. پیش‌بینی شده با راه‌اندازی این سامانه، گشایش قابل توجهی در ثبت‌نام فعالان بازار سرمایه فراهم شود. همچنین میلیون‌ها نفر از سهامداران می‌توانند با ثبت‌نام در این سامانه به کلیه خدمات بازار سرمایه دسترسی یابند.

خداحافظی بیمه مرکزی و بیمه ایران با فروشگاه‌های رفاه

بیمه مرکزی و بیمه ایران با فروش سهام خود، از ترکیب سهامداری فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه خارج می‌شوند. به گزارش تسنیم، بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و شرکت سهامی بیمه ایران به ترتیب ۳ میلیون و ۳۲۱ هزار و ۱۹ سهم و ۷ میلیون سهم در مجموع ۱۰ میلیون و ۳۱ هزار و ۱۹ سهم معادل ۲.۲۹ درصد از سهام شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه را به صورت یکجا و شریکانه در بازار فرابورس ایران عرضه می‌کنند. همچنین قیمت پایه هر سهم برای این عرضه ۱۲ هزار و ۳۹۰ ریال و تاریخ فروش این میزان سهام شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه توسط کارگزاری بورس بیمه ایران نیز روز دوشنبه سوم اردیبهشت‌ماه اعلام شده است.

بی‌حجمی بازار سهام

تقویت یک واحدی شاخص کل بورس



معامله‌گران بورس تهران در آخرین روز کاری هفته در حالی شاهد معاملات کم حجم در محدوده صفر تابلو بودند که عطش نقدینگی در این بازار به خوبی محرز بود، این در حالی بود که گروه قندی‌ها تنها گروه پیشرو بازار این روز بود. به گزارش فارس، شاخص کل قیمت و بازده نقدی بورس اوراق بهادار تهران (تدبیکس) در پایان معاملات روز چهارشنبه ۲۹ فروردین‌ماه امسال با افزایش یک واحدی روی رقم ۹۵ هزار و ۵۲۳ واحد ایستاد. شاخص کل هم‌وزن اما با افزایش ۴۳ واحدی عدد ۱۶ هزار و ۷۳۴ واحد را به نمایش گذاشت. شاخص سهام آزاد شناور نیز با افزایش ۴۹ واحدی به رقم ۱۰۱ هزار و ۵۷۵ واحد دست یافت. شاخص بازار اول اما در حالی با افزایش ۶۳ واحدی به رقم ۶۷ هزار و ۶۲۶ واحد دست یافت که شاخص بازار دوم با کاهش ۳۲۲ واحدی عدد ۲۰۴ هزار و ۶۱۱ واحد را به نمایش گذاشت. در آخرین روز کاری هفته همچنین شاخص کل فرابورس (آیفکس) نیز با افزایش ۷ واحدی روی رقم یک هزار و ۶۳ واحد ایستاد. بر اساس این گزارش، معاملات سهام در نماد معاملاتی گل گهر با ۲۵ واحد، فولاد خوزستان با ۲۰ واحد و سرمایه‌گذاری غدیر با ۱۷ واحد افزایش بیشترین تأثیر مثبت را بر فرآیند شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند. معاملات سهام در نماد معاملاتی صنایع پتروشیمی خلیج فارس هر یک تا ۲۳ واحد، دکتر عبیدی با ۱۵ واحد و پتروشیمی جم با ۱۱ واحد کاهش بیشترین تأثیر منفی را در محاسبه این نمادگر به دوش کشیدند. این گزارش می‌افزاید، ارزش کل معاملات دیروز بورس تهران در حالی بیش از یک میلیارد تومان نمایش داده شد که ناشی از دست به دست شدن بیش از ۴۲۶ میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۳۵ هزار و ۳۶۰ نوبت داد و ستد بود. طی معاملات روز چهارشنبه، نماد واحدهای صندوق سرمایه‌گذاری جسوورانه رویس لوتوس، اوراق اختیار خرید و فروش توسعه معادن روی، صنایع جوشکاب یزد، توسعه معادن روی ایران، سرمایه‌گذاری مسکن شمالغرب، سرمایه‌گذاری رنا و واسپاری ملت، از سوی ناظر بازار سهام متوقف و در مقابل نماد معاملاتی شرکت‌های بیمه رازی، حق تقدم خرید سهام بیمه آرمان، صنایع لاستیکی سهند، سیمان هگمتان، فرآورده‌های غذایی و قند پیرانشهر بازگشایی شدند. در بازار ۲ بورس تهران نیز که به معاملات درون‌گروهی سهامداران عمده اختصاص دارد، ۱۱ میلیون سهم سرپایه‌گذاری گروه توسعه ملی به ارزش بیش از ۲ میلیارد تومان به کدهای

نگاه



رونمایی از خدمات اولین نهاد مالی تخصصی دانش‌بنیان

دریچه گشوده بازار سرمایه به سوی استارت‌آپها

استارت‌آپها و شرکت‌های دانش‌بنیان با ورود به بازار سرمایه و عرضه سهام خود در این بازار می‌توانند گامی بلند در جهت توسعه فناوری مالی خود بردارند و این مستلزم آن است که فعالان بازار سرمایه آشنایی کامل با نوع صنعت و حوزه فناوری این شرکتها داشته و فهم مشترکی بین آنها ایجاد شود. مدیرعامل شرکت مشاور سرمایه‌گذاری فاینک در حاشیه نمایشگاه فین‌استارز ۲۰۱۸ با بیان این مطلب به سنا گفت: این رویداد مهم از یک سو فرصت بسیار مناسبی است جهت آشنایی فعالان و سرمایه‌گذاران بازار سرمایه با شرکت‌های دانش‌بنیان و از سوی دیگر جایگاهی است جهت تعامل شرکت‌های مذکور با ارکان و مخاطبان بازار سرمایه. فین‌استارز ۲۰۱۸ همچنین فرصتی برای ظهور ایده‌های نو در حوزه فناوری‌های مالی از نگاه شرکت‌های دانش‌بنیان و ارائه آنها به فعالان این صنعت رو به رشد است. مهدی فرازند افزود: در این میان مهم‌ترین دستاورد برای فعالان این حوزه، ایجاد و ارائه دانش و ایده‌های خلاقانه مالی در بستر فناوری‌های جدید است، به طوری که با ایجاد زبان مشترک میان ارکان بازار سرمایه، زمینه رشد و توسعه این دانش نو فراهم آید. وی با بیان اینکه از ایجاد و توسعه اکوسیستم استارت‌آپی کشور زمان زیادی نمی‌گذرد، لازم دانست نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه در ایجاد فضای فکری نزدیک‌تر به این شرکتها تلاش مضاعفی داشته باشند تا بستری جهت تعامل فراهم آید. مدیرعامل شرکت مشاور سرمایه‌گذاری فاینک خاطر نشان کرد: شرکت‌های دانش‌بنیان با توجه به ماهیت‌شان قادر به رفع همه نیازهای خود از طریق خدمات مالی سنتی نیستند، لذا لازم است ادبیات مالی اختصاصی شده‌ای در حوزه‌هایی نظیر ارزش‌گذاری، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری برای پاسخگویی به نیاز این شرکتها توسعه یابد. فرازند، یکی از دلایل کند بودن روند حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در بازار سرمایه را وجود مشکلات ساختاری در نظام مالی شرکت‌های مذکور نظیر عدم وجود صورت‌های مالی حسابرسی شده، نبود ساختار سهامداری منسجم و عدم وجود سیستم حسابداری شفاف دانست. وی در خصوص اقدامات انجام شده جهت افزایش نزدیکی شرکت‌های دانش‌بنیان به بازار سرمایه اظهار داشت: در کنار تلاش‌های فراوان شرکت فرابورس در ایجاد بازارهای برای ایده‌ها و شرکت‌های SME و راه‌اندازی صندوق‌های جسوورانه، سازمان بورس و اوراق بهادار مجوز اولین نهاد مالی تخصصی دانش‌بنیان، تحت نام «مشاور سرمایه‌گذاری فاینک» را صادر کرد. این شرکت که توسط تعدادی از صندوق‌های مالی حمایتی از شرکت‌های دانش‌بنیان، با هدف ارائه خدمات تخصصی مالی به این شرکتها تأسیس شده است، در حاشیه نمایشگاه بین‌المللی بورس، بانک و بیمه با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور به‌طور رسمی از خدمات خود رونمایی کرد. فرازند ادامه داد: در واقع فاینک تلاش کرده با گرد هم آوردن خبرگان بازار سرمایه در کنار فعالان و سرمایه‌گذاران با سابقه حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر و استارت‌آپها، فاصله موجود بین این گروه‌ها را تا حد امکان کاهش دهد.



آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای



دستگاه مناقصه گذار: اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی در نظر دارد عملیات اجرایی پروژه های ذیل را براساس شرایط ذکر شده وبه شرح مشخصات،اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه عمومی به پیمانکار وتجد صلاحیت واگذار نماید.لذا از کلیه شرکتهای واجد صلاحیت دعوت می گردد در مناقصات ذیل شرکت نمایند.به پیشنهادی که بعداز موعده مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شماره مناقصه	عنوان پروژه	برآورد اولیه	محل اجرا	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه(ریال)	صلاحیت مورد نیاز
۹۷/۳۲/۱۰	اجرای آسفالت رگلاژی و روکش آسفالت گرم محور بجنورد - سنخواست شهرستان بجنورد	۱۱,۶۰۰,۷۴۵,۳۱۱	شهرستان بجنورد محور بجنورد - سنخواست	۵۸۱,۰۰۰,۰۰۰	راه و ترابری حداقل پایه ۵
۹۷/۳۲/۱۱	اجرای زیر سازی و آسفالت گرم محور قلندر آباد شهرستان شیروان	۸,۵۰۸,۸۱۸,۲۵۰	شهرستان شیروان محور قلندر آباد	۴۲۶,۰۰۰,۰۰۰	راه و ترابری حداقل پایه ۵
۹۷/۳۲/۱۲	اجرای آسفالت رگلاژی و روکش آسفالت گرم محور شهر آباد- نیروی هوایی شهرستان آسخانه	۱۰,۶۸۵,۷۳۴,۲۵۹	شهرستان آسخانه محور شهر آباد- نیروی هوای	۵۳۵,۰۰۰,۰۰۰	راه و ترابری حداقل پایه ۵
۹۷/۳۲/۱۳	اجرای آسفالت رگلاژی و روکش آسفالت گرم محور زرق آباد شهرستان اسفراین	۵,۵۷۶,۸۴۴,۰۰۰	شهرستان اسفراین محور زرق آباد	۲۷۹,۰۰۰,۰۰۰	راه و ترابری حداقل پایه ۵

* مهلت دریافت اسناد :جهت دریافت اسناد به سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir تا ساعت ۱۹:۰۰ روز پنج شنبه مورخ ۹۷/۰۱/۳۰ مراجعه نمایید.

*مهلت و محل تحویل اسناد : تا پایان وقت اداری روز دوشنبه ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۷/۰۲/۱۰ به دبیرخانه اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی

پیشنهاددهندگان موظف میباشند کلیه اسناد مناقصه را تا تاریخ ۹۷/۰۱/۳۰ از طریق سامانه ستاد دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم را شامل پاکات الف،ب،ج تهیه و به صورت فایل های pdf تا ساعت ۱۴:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۹۷/۰۲/۱۰ در سامانه درج نمایند و پاکات مربوط به ضمانت نامه را تا پایان وقت اداری ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۷/۰۲/۱۰ تحویل دبیرخانه اداره کل به آدرس ذیل نمایند.

*میزان سپرده/ضمانت نامه بانکی شرکت در مناقصه : متقاضیان میبایست جداگانه سپرده /ضمانتنامه بانکی شرکت در مناقصه به میزان مندرج درجدول فوق به نفع اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی با تاریخ اعتبار سه ماهه و یا واریز به حساب شماره ۲۱۷۶۳۷۱۸۱۴۰۰۲ نزد بانک ملی به نام دریافت وجوه سپرده اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی در حساب سیبیا بانک ملی واریز واصل فیش را هنگام تحویل اسناد مناقصه در پاکتی جداگانه به دبیرخانه کمیسیون معاملات اداره کل تحویل نمائید.

*ساعت:روز و محل بازگشائی پیشنهادها: روز سه شنبه ساعت ۸:۰۰ مورخ ۹۷/۰۲/۱۱ در محل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی تبصره : به پیشنهادات واصله خارج از درگاه سامانه تدارکات الکترونیک دولت ترتیب اثر داده نخواهد شد.

آدرس :بجنورد-کمربندی مدرس چهارراه شهدای دانش آموز- ابتدای خیابان قیام جنوبی

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی



کسب ۳۵ درصد از مجموع سود بازار موبایل توسط اپل با فروش آیفون ۱۰ طی پاییز ۲۰۱۷

طبق گزارشی که توسط کانترپوینت منتشر شده، ظاهراً آیفون ۱۰ توانسته ۳۵ درصد از سود کل گوشی‌های هوشمند در فصل آخر ۲۰۱۷ را برای اپل به ارمغان بیاورد. مدت‌هاست که اپل بخش عمده‌ای از کل سود بازار تلفن‌های هوشمند را از آن خود کرده است؛ برخی مواقع حتی این سود به ۹۰ تا ۱۰۳ درصد نیز رسیده است! اما آخرین تحقیقات صورت‌گرفته حاکی از آن هستند که طی سه ماهه آخر سال گذشته، آیفون ۱۰ به تنهایی ۳۵ درصد از کل سود این صنعت را برای اپل به ارمغان آورده است. به گزارش زومیت، آیفون ایکس موفق شد به تنهایی ۲۱ درصد از کل درآمد و ۳۵ درصد از کل سود این صنعت را در فصل چهارم ۲۰۱۷ از آن خود کند. بنابراین مدل پرچمدار اپل به تنهایی توانسته پنج‌برابر بیشتر از مجموع سود ۶۰۰ برند دستگاه اندرویدی، سودزایی داشته باشد.



نگاه

چه افرادی برای کار در محیط استارت‌آپ مناسب هستند

نکته: برای ارزیابی دقیق کاندیداها، وقت کافی بگذارید و داستان زندگی آنها را چک کنید. قبل از هر مصاحبه، اطلاعاتی در مورد گذشته متقاضی پیدا کنید و ببینید از چه ویژگی‌های متفاوتی برخوردار است. مهم نیست اگر تجربه کاری فرد متقاضی، با حوزه فعالیت شما کاملاً همخوانی ندارد. ولی آیا طبیعت او، با کاری که شما می‌خواهید سازگار است؟

ریسک‌پذیری کارمندان بالقوه

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های کار کردن در یک شغل شرکتی و یک استارت‌آپ، مواجهه با ریسک‌های متعدد است. شرکت‌های قدیمی پروسه‌های خود را به همان شیوه همیشگی پیش می‌برند و نیازی به تست کردن شرایط جدید ندارند، اما استارت‌آپ‌ها مستلزم ریسک‌پذیری هستند.

مت فلک‌اشتاين، رئیس بازاریابی شرکت Bellevue (پلتفرم اتوماسیون ناین‌تکس) می‌گوید: من پیش از هر کاری بررسی می‌کنم که کارمندان پیش از این در چه فعالیت‌های نوآورانه‌ای شرکت داشته‌اند. اگر کارمندی هیچ پیشینه خلاقانه‌ای نداشته باشد، معمولاً از همان ابتدا روی اسم او خط می‌کشم. امروزه نرخ تغییرات کسب‌وکار به حدی بالا است که ما واقعاً به افراد ریسک‌پذیر نیاز داریم.

نکته: به جای اینکه از متقاضیان بپرسید بزرگ‌ترین شکست‌شان چه بوده است، ریسک‌پذیری آنها را بررسی کنید. البته مهم است که بدانیم افرادمان چگونه پس از شکست خوردن التیام پیدا می‌کنند؛ اما در عین حال باید بدانیم زمانی که به چیزی اعتقاد دارند، تا چه حد بابت آن ریسک‌پذیرند. شما با مرور گذشته افراد، به نکات بسیار مفیدی در این زمینه پی می‌برند.

اخلاق حرفه‌ای

شغل کارمندان در استارت‌آپ‌ها، معمولاً نقش ثابتی نیست. آنها باید بتوانند مهارت‌های مختلفی را یاد بگیرند و کارهای متفاوتی انجام دهند، اما همه کارمندان مایل نیستند مسئولیت‌های بیشتری بپذیرند.

دیوید رویس، بنیان‌گذار و رئیس شرکت کنترل آفات Aptive Environmental، زمانی که معلم ریاضی را به‌عنوان فروشنده استخدام کرد. او برخلاف اغلب فروشندگان، شخصیتی تحلیلی و نه کاریزما تیک داشت. همانطور که رویس به یاد می‌آورد، سه هفته اول کار این معلم، واقعاً فاجعه بود.

اما او خیلی زود در کلاس‌های آموزشی شرکت کرد و هر هفته ساعات زیادی را علاوه بر اوقات اداری، به یادگیری و تمرکز بر اهدافش مشغول شد. در پایان سال اول، نرخ فروش او ۵ درصد بیشتر از بهترین فروشندگان شرکت بود.

نکته: به جای تمرکز روی مهارت‌های فعلی افراد، به اشتیاق یادگیری آنها توجه کنید. از آنها بپرسید چه نقاط ضعفی دارند و آیا آماده یادگیری و رفع مشکلات خود هستند؟

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

ریسک‌پذیری یکی از مهم‌ترین الزامات بازار امروزی است. به همین دلیل استارت‌آپ‌ها باید افرادی را استخدام کنند که مشتاق یادگیری هستند و از مواجهه با شکست نمی‌ترسند.

استارت‌آپ‌ها هر روز روی مرز سقوط و موفقیت پیش می‌روند. به همین دلیل تنها کارمندانی با ویژگی‌های خاص می‌توانند در این محیط به موفقیت دست پیدا کنند؛ کارمندانی که از ریسک کردن نمی‌ترسند و از اشتباهات خود درس می‌گیرند و با شرایط سازگار می‌شوند.

آندریاس پترسون، مدیرعامل شرکت ویدئویی مبتنی بر اینترنت اشیا IRvine ایمیلی می‌نویسد: گاهی در یک استارت‌آپ آزمون و خطا تنها استراتژی کاربردی حرکت روبه‌جلو است. همه کارکنان باید از همان ابتدای کار این راهبرد را اجرا کنند، در غیر این صورت شکست خواهند خورد.

با توجه به ریسک‌های دائمی استارت‌آپ، کارآفرینان باید پیش از استخدام کارمندان خود، احساس واقعی آنها را نسبت به شکست ارزیابی کنند. ممکن است کارمندان بالقوه از موانعی صحبت کنند که در گذشته بر آنها غلبه کرده‌اند ولی مشخص نیست چه واکنشی در برابر اشتباهات فعلی خود خواهند داشت.

اگر می‌خواهید بدانید که متقاضیان شغلی چگونه شکست در محیط کار را مدیریت می‌کنند، باید آنها را عمیق‌تر بررسی کنید. **چه ویژگی‌هایی یک کارمند بالقوه را از سایرین متمایز می‌کند؟**

برخی کارمندان باید یاد بگیرند که با احتمالات شکست راحت‌تر برخورد کنند، اما برخی دیگر به‌طور طبیعی ریسک‌پذیرند و از چالش‌ها استقبال می‌کنند. شما باید بفهمید چه خصوصیتی یک کارمند را از دیگران متمایز می‌کند و در گروه دوم قرار می‌دهد.

لیندا آدامز، یکی از شرکای مؤسسه

مشاوره رهبری و کار تیمی ترسیکتیو گروپ، زمانی که با یک کاندیدای شغلی به نام استیو مصاحبه می‌کرد، این ویژگی را دریافت. استیو نسبت به سایر متقاضیانی که برای این جایگاه شغلی رزومه ارسال کرده بودند، سن بیشتری داشت. آدامز در بررسی سوابق او، به نکته جالبی رسید: استیو به مدت سه سال برای یکی از تیم‌های فوتبال NFL بازی کرده بود. کمتر از یک درصد دانش‌جویان می‌توانستند در تیم NFL پذیرفته شوند.

آدامز بعدها گفت: من متوجه شدم که استیو از پیگیری رؤیاهایش ترسی به دل راه نمی‌دهد و این نکته‌ای بود که او را از دیگران متمایز می‌کرد. او با وجود همه احتمالات و علم به اینکه شانس شکست تیم وجود دارد، با همه انرژی خود در کنار هم‌تیمی‌ها تلاش می‌کرد. او حاضر بود صرف نظر از هر نتیجه‌ای در راه موفقیت تیم خود گام بردارد.

آدامز دریافت بود که گرچه استیو تجربه کاری مرتبط کمتری نسبت به سایر متقاضیان دارد، اما برای مقابله با چالش‌ها، از صلاحیت بیشتری برخوردار است و می‌تواند شرایط شکست را تاب بیاورد.



مدیرعامل فرابورس اعلام کرد

سرمایه تحقیق و پژوهش به فین‌تک‌ها برسد

آن است که این اقدام تأثیر سه برابری در رشد و سودآوری شرکت‌ها خواهد داشت.

هم‌اکنون هیچ‌کس تأکید کرد: با وجود مشکلات متعددی که وجود دارد این نمایشگاه در سال ۲۰۱۹ نیز برگزار می‌شود زیرا ما نباید خود را مصون از اثرات نوآوری‌ها بدانیم. ممکن است در آینده کسب‌وکارهای نوین به گونه‌ای پیشرفت کنند که حتی جای شرکت‌های امروزی را نیز بگیرند بر همین اساس لازم است شرکت‌ها به آینده نیز فکر کرده و از امروز سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌هایی که قصد نوآوری دارند را دنبال کنند.

مرتضی آل‌لویی، مدیرعامل جدید شرکت مدیریت فناوری بورس نیز به اهمیت سامانه‌های معاملاتی و نیاز قابل توجهی که امروز به این سامانه‌ها وجود دارد، اشاره کرد و گفت: نیازی که در این بخش وجود دارد به گونه‌ای است که حتی می‌توان گفت این امکان وجود دارد که نیمی از شرکت‌های فین‌تک روی این موضوع وقت بگذارند.



مدیرعامل فرابورس گفت در بسیاری از موارد بودجه تحقیق و پژوهش می‌تواند صرف توسعه فین‌تک‌ها شود.

به گزارش مهر، امیر هامونی در پنل تخصصی فین‌تک و بازار سرمایه بر لزوم تدوین قوانین در حوزه استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فین‌تک تأکید کرد و گفت: تدوین این قوانین در سال گذشته هم یکی از دغدغه‌های ما بود و اکنون سرعت رشد تکنولوژی در بازار سرمایه چنان بالاست که باید مجلس، دولت، سازمان بورس و سایر نهادهای تصمیم‌گیرنده در این بخش برنامه‌های لازم را طراحی کنند چراکه در غیر این صورت مانند برخی سرویس‌ها که در حوزه‌های حمل‌ونقل ارائه می‌شود این امکان وجود دارد که در آینده میان کسب‌وکارهای سنتی و مدرن نوعی اختلاف ایجاد شود.

مدیرعامل فرابورس با تأکید بر اهمیت ورود استارت‌آپ‌ها به فعالیتهای حوزه‌های حساس اظهار داشت: می‌توان در بسیاری موارد سرمایه مربوط به بخش تحقیق و پژوهش را به شرکت‌های فین‌تک اختصاص داد زیرا مقاله‌هایی که در این زمینه منتشر شده گویای

برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی با رویکرد کسب‌وکارهای خرد در هلال احمر

مجری برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی سازمان جوانان هلال احمر ایران گفت طرح توانمندسازی محلی با رویکرد توسعه کسب‌وکارهای خرد در راستای اجرایی‌شدن برنامه‌های مقابله و کاهش آسیب‌های اجتماعی

است. به گزارش مهر به نقل از روابط عمومی سازمان جمعیت هلال احمر ایران، فاطمه بی‌باک اهداف برگزاری این کارگاه‌ها را ایجاد و توسعه نهادهای محلی مشارکتی با محوریت کسب‌وکارهای خرد، ایجاد درآمد برای ساکنان مناطق محروم و کمتربرخوردار و ارتقای کیفیت اقتصادی - اجتماعی زندگی و معیشت مردم این مناطق برشمرد. وی با بیان اینکه برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی و مبانی کسب‌وکار به مدت سه سال ادامه دارد، افزود: این کارگاه‌ها در ۱۴ شهرستان از شش استان تهران، خوزستان، سیستان و بلوچستان، کردستان، کرمان و لرستان در حال اجرا هستند. این مقام مسئول در سازمان جمعیت هلال احمر ایران ساختار تشکیلاتی برگزاری این کارگاه‌ها را شامل گروه هدف، گروه مشارکت محلی، مشاور طرح و تسهیلگران محلی عنوان کرد و گفت: گروه

هدف این کارگاه‌ها افراد کم‌درآمد و آسیب‌پذیر در مناطق عمدتاً روستایی و یا مناطق محروم هستند. بی‌باک افزود: پایه اصلی طرح بر ایجاد و سازماندهی یک نهاد محلی استوار است که با ذی‌ربطان و ذی‌نفعان و

پیشروان بازار در تعامل هستند. عنوان این نهاد گروه مشارکت محلی است که شامل ۱۰ تا ۱۲ نفر می‌شود. وی مرحله دوم را بسیار حساس دانست و افزود: این مرحله شامل شناسایی ویژگی‌های کلی جامعه هدف و بررسی پتانسیل همکاری جامعه هدف در رسته‌های اولویت‌دار است. وی مرحله سوم را تحلیل نیازمندی‌های توسعه رسته‌ها براساس تحلیل سیستم کسب‌وکار و شبکه‌سازی در طول زنجیره ارزش عنوان کرد. مجری برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی و مبانی کسب‌وکار سازمان جوانان هلال احمر ایران گفت: در مرحله چهارم، شبکه‌سازی مشاغل خرد در قالب گروه مشارکت محلی و ایجاد روابط قراردادی بین جامعه هدف با پیشروهای حاضر در طول زنجیره ارزش در دستور کار قرار دارد.



عرضه اولیه سهام شیائومی، ماه آینده با ارزش تخمینی ۷۰ میلیارد دلار انجام می شود

گزارش‌ها حکایت از برنامه شیائومی برای عرضه اولیه سهام طی ماه آینده میلادی در هنگ کنگ دارند، ارزش تخمینی برای این شرکت بین ۶۵ تا ۷۰ میلیارد دلار عنوان می‌شود. به گزارش زومیت، ظاهراً شیائومی در نظر دارد درخواست عرضه اولیه سهام خود طی ماه آینده در هنگ‌کنگ را ثبت کند؛ اقدامی که به موجب آن، پیش‌بینی می‌شود این شرکت چینی بین ۶۵ تا ۷۰ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شود. گزارش‌های پیشین، حکایت از تمایل شیائومی برای برگزاری عرضه اولیه سهام خود سازمان بورس و اوراق بهادار نیویورک داشتند، اما به نظر می‌رسد که این شرکت در نهایت، قصد دارد آن را در هنگ‌کنگ برگزار کند.



یادداشت



استارت‌آپ‌ها، نسخه شفاف‌بخش اشتغال‌نخبگان

برای موفقیت آنها وجود ندارد. به‌طور میانگین گروه‌های استارت‌آپی با پرسنل کم و در مدت زمان کوتاهی (حدوداً سه سال) فعالیت می‌کنند. در ایران نیز طی چند سال گذشته، شرکت‌هایی از این دست به خوبی جای خود را در بازار پیدا کرده و به موفقیت‌های چشمگیری رسیده‌اند. به‌طور مثال استارت‌آپ‌های موفق در بخش حمل‌ونقل، خرید اینترنتی، اپلیکیشن‌های تلفن همراه هوشمند و... در بازار مشغول به کار هستند که استقبال مردم از آنها روزافزون است.

رویدادهای استارت‌آپی در جریان‌سازی گفت‌وگوهای کارآفرینی از طریق طرح و عملیاتی کردن ایده‌ها در کشور و به‌ویژه مناطق کمتر برخوردار با پتانسیل‌های بالقوه فوق‌العاده بسیار حائز اهمیت بوده که الزاماً باید توسعه یابند و به بخش مهمی از فرهنگ اشتغال کشور بدل شوند.

سرمایه‌گذاری تخصصی در حوزه استارت‌آپ‌ها، مهم‌ترین و حیاتی‌ترین نیاز در عرصه فعالیت و کسب‌وکارهای نوپا است، توسعه اشتغال در کشور با استفاده از استارت‌آپ‌ها میسر خواهد شد؛ اشتغالی که دارای بهره‌وری بالا است و نیاز به بخش دولتی تنها در حد فراهم ساختن زیرساخت‌ها است.

بر اساس آنچه بیان شد، روشن می‌شود که در شرایط کنونی که کشور با بیکاری دانش‌آموختگان و محدودیت منابع مواجه است، باید طرح‌های اشتغال‌زایی با هزینه کمتر و کارآمدی بیشتر در اولویت قرار گیرد. یکی از این طرح‌ها، توسعه کسب‌وکارهای نوپا و نوآورانه یا همان استارت‌آپ‌ها است. استارت‌آپ چیزی جز کارآفرینی نوین نیست که با گسترش فناوری‌های نو، توسعه کسب‌وکار را از طریق آنها فراهم کرده است.

بی‌تردید، استارت‌آپ کسب‌وکاری است که بخش مهمی از آن بر پایه فناوری است، این نوع کسب‌وکارها از صفحات وب، اینترنت، موبایل و فناوری‌های مرتبط بهره‌مند می‌شوند. هم‌اکنون حدود هزاران نفر در یکی از تاکسی‌های اینترنتی در کشور فعالیت می‌کنند.

به واقع می‌توان گفت شکل کسب‌وکار در دنیای نوین در حال تغییر و تحول است؛ زمانی کارگران با در دست داشتن ابزارهای کار در کارخانه‌ها به تولید می‌پرداختند اما امروزه با رشد دانش و تکنولوژی کسب‌وکارهای نوین در حال شکل‌گیری هستند که ایران هم به واسطه نیروی جوان تحصیل‌کرده و استفاده از تکنولوژی‌های مدرن از این امر مستثنی نیست. مشکل اصلی استارت‌آپ‌ها در ایران، نهادینه نشدن اقتصاد دانشی و راه‌اندازی کسب‌وکار نوین در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است و مهم‌ترین چالشی است که باعث کاهش اثرگذاری استارت‌آپ‌ها در کشور شده است.

فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ما باور نکرده‌اند که خود می‌توانند کسب‌وکارهای جدیدی را راه‌اندازی کنند و هنوز به دنبال استخدام در دستگاه‌های دولتی هستند درحالی‌که اگر این باور در بین آنها به وجود بیاید قطعاً استارت‌آپ‌ها می‌توانند در رشد کسب‌وکار پایدار بسیار مؤثر باشند.

استارت‌آپ‌ها و اقتصاد دیجیتال اکنون بسیاری از چالش‌های اساسی را حل کرده‌اند و توجه به آنها بسیار حائز اهمیت است، این روزها تقریباً بیشتر مردم، مسئولان و کارشناسان از خدمات و مزایای این کسب‌وکارهای نوپا اطلاع دارند اما باید توجه کرد که «سرمایه‌گذاری تخصصی» در حوزه استارت‌آپ‌ها، مهم‌ترین و حیاتی‌ترین نیاز این بخش به حساب می‌آید.

در این زمینه، شکل‌گیری و توسعه شرکت‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری داخلی تخصصی یعنی همان سرمایه‌گذاران جسور، شاید بهترین راه‌حل موجود است.

حمزه امیری

رئیس بنیاد نخبگان استان لرستان

یکی از بزرگ‌ترین نگرانی‌های دولت در حال حاضر موضوع اشتغال است، امروزه دغدغه اشتغال در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ما بسیار غم‌انگیز است، بنابراین باید طریقی نو در اندازیم و برای این معضل بزرگ راه‌حلی اساسی طراحی کنیم. این‌که ما در شرایط کنونی چگونه و از چه راه‌هایی اشتغال را به وجود بیاوریم و ایجاد کنیم نکته‌ای است قابل تأمل و قابل حل. در این یادداشت ضمن برشمردن مشکلات پیش روی عدم اشتغال، ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها را به عنوان واژگان کلیدی برای رسیدن به اشتغال پایدار مدنظر قرار داده و به ذکر چند راهکار اساسی برای رسیدن به اشتغال مولد در کشور می‌پردازیم.

فعالیت استارت‌آپ‌ها در بسیاری از کشورها به عنوان یک فرصت بی‌بدیل در حل مشکلات اقتصادی در نظر گرفته شده است و خدماتی که از طریق آنها ارائه می‌شود توانسته بخش قابل‌توجهی از مشکلات آنها را برطرف کند. در سال‌های اخیر شاهد رشد استارت‌آپ‌هایی در کشورمان بوده‌ایم که توانسته‌اند برای هزاران نفر اشتغال‌زایی داشته باشند. البته انتظار نمی‌رود همه استارت‌آپ‌ها پس از چند سال دارای چند هزار نفر نیرو باشند، اما فراگیر شدن فعالیت استارت‌آپی و کسب‌وکارهای کوچک نوآورانه می‌تواند ضمن زمینه‌سازی برای رشد و پیشرفت فرهنگ کارآفرینی، به رفع بسیاری از مشکلات اقتصادی و در نهایت کاهش بیکاری منجر شود.

امروزه مسئله اشتغال برای جوانان، خانواده‌ها و در نهایت برای دولت‌ها به یکی از دغدغه‌های اصلی تبدیل شده است که به سادگی نحوه زندگی آنها را تحت تأثیر قرار داده است. حال باید دید که به‌طور کلی ایجاد اشتغال به عهده دولت است یا بخش خصوصی، چون تصور حاکم در میان مردم این است که این موضوع از وظایف دولت است ولی در واقع این‌طور به نظر می‌رسد که اگرچه دولت‌ها موظف به توسعه زیرساخت‌ها و بسترسازی مناسب و باثبات در فضای اقتصادی و دنیای کسب‌وکار و بالاخره تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری و برداشتن موانع بوروکراسی اداری هستند، اما ایفای نقش بخش خصوصی در این مقوله بسیار پررنگ و اثربخش خواهد بود.

یکی از مزیت‌های ایران داشتن نیروی جوان تحصیل‌کرده است که کشور برای تحصیل آنها هزینه‌های هنگفتی را متقبل شده است و سالانه هزاران نفر از دانشجویان دانشگاه‌های مختلف دانش‌آموخته شده و به خیل عظیم آموختگان دانشگاهی جویای کار می‌پیوندند و در حالت خوشبینانه تعداد قبلی از آنها می‌توانند جذب نهادها و دستگاه‌های دولتی شوند و طبیعتاً استفاده از مزیت‌های استانی و منطقه‌ای فراهم آوردن و توسعه زیست‌بوم کارآفرینی در استان‌ها می‌تواند نقش بسزایی در اشتغال فراگیر ایجاد کند.

استارت‌آپ‌ها از جمله راهکارهایی هستند که دولت بدون سرمایه‌گذاری مستقیم می‌تواند از آنها بهره‌مند شود. استارت‌آپ مقوله‌ای نسبتاً جدید است که در راستای عملیاتی کردن ایده‌ها شکل می‌گیرد. رونق استارت‌آپ‌ها در ایران، نیازمند فراهم کردن پیش‌نیازهایی است که در صورت مهیا شدن به پیشرفت روزافزون کسب‌وکارهای نوپا در کشور منجر می‌شوند. در حال حاضر تنها توسط ۲۱ استارت‌آپ موفق کشور، ۱۳۲ هزار و ۸۳۴ شغل ایجاد شده که عددی بسیار روایی است.

در واقع استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های نوپایی هستند که با ایده‌های نوآورانه آغاز به کار می‌کنند و در مسیر توسعه و درآمدزایی، برای یک مسئله، راه‌حلی جدید مطرح می‌کنند؛ البته این در حالی است که تضمینی

NETFLIX

رشد کاربران نتفلیکس هم‌زمان با افزایش ۴۳ درصدی در آمد فصلی

گزارش مالی نتفلیکس برای سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۸ نشان از رشد شگفت‌انگیز این شرکت دارد، به‌طوری که ارزش بازار نتفلیکس به بیش از ۱۵۰ میلیارد دلار رسیده است.

نتفلیکس در طول سال‌های اخیر به لطف سیاست‌های بسیار کارآمد خود رشد بسیار خوبی تجربه کرده است. این شرکت که پیش‌تر، ارزش بازار ۱۰۰ میلیارد دلاری داشت، موفق شده است در بازار بورس از مرز ۱۵۰ میلیارد دلاری عبور کرد.

به گزارش زومیت، نتفلیکس با انتشار گزارش مالی مربوط به سه‌ماهه اول سال جاری میلادی، بار دیگر تحلیل‌های کارشناسان وال‌استریت را پشت سر گذاشته و پیش‌بینی کرده است که در سه‌ماهه جاری نیز عملکرد بسیار درخشانی را از خود به ثبت برساند. طبق پیش‌بینی نتفلیکس، طی سه‌ماهه جاری بیش از ۶.۲ میلیون مشترک جدید به مشترکانش اضافه خواهد شد. در طول سه‌ماهه اول سال جاری میلادی نتفلیکس بیش از ۷.۴ میلیون مشترک جدید اضافه‌شده، نزدیک به دو میلیون مشترک در داخل آمریکا هستند و بقیه جزو مشترکان بین‌المللی این شرکت محسوب می‌شوند. همچنین باید به افزایش چشمگیر درآمد این شرکت اشاره کرد؛ بر اساس اطلاعات ارائه‌شده، نتفلیکس موفق شده است به رشد ۴۳ درصدی درآمد در طول زمستان ۲۰۱۸ در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته دست یابد. درآمد کسب‌شده توسط نتفلیکس با افزایش ۴۳ درصدی به بیش از ۳.۶ میلیارد دلار رسیده است.

نتفلیکس بر اساس آخرین آمارها بیش از ۱۱۹ میلیون مشترک در سراسر جهان دارد؛ حالی آنکه تنها دو سال پیش سرویس‌دهی در بازه جهانی را آغاز کرده است. البته باید به این نکته اشاره کرد که با وجود افزایش تقریباً ۵۰ درصدی درآمدزایی، نتفلیکس ۳ تا ۴ میلیارد دلار از دست داده است. با وجود اینکه نتفلیکس هر فصل شاهد از دست دادن مقدار زیادی بودجه است، اما ارزش بازار آن روندی صعودی دارد؛ چرا که تعداد مشترکان این سرویس در حال افزایش است.

انتظار می‌رود پس از توافق نتفلیکس با کامکست، شاهد افزایش بیش از پیش تعداد مشترکان آن باشیم. نتفلیکس با تولید مجموعه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی اختصاصی محبوبیت بسیاری بالایی کسب کرده است و از این مسیر هر روز به تعداد مشترکان خود اضافه می‌کند. نتفلیکس سال گذشته اعلام کرد که در نظر دارد طی سال جاری میلادی بین ۷.۵ تا ۸ میلیارد دلار برای محتوای اختصاصی هزینه کند.

در کارگاه آشنایی با روش‌های تأمین مالی عنوان شد

اعطای وام راه‌حمایت از استارت‌آپ‌ها نیست

شرکت‌ها زده می‌شود، این مدل در دنیا هم جواب نداده و با توجه به نرخ بهره بانکی بهره‌گیری از این شیوه می‌تواند هزینه سرمایه شرکت‌ها را به مراتب افزایش داده و برای آنها مخاطره‌ساز باشد. مولوی در عین حال گفت: در طرح تجاری شرکت‌ها باید حتماً مدل‌های تأمین سرمایه آنها دیده شود و بهترین راهکار نیز آن است که شرکت‌ها با سرمایه شخصی خود کار را آغاز کنند تا در گام‌های بعدی بتوانند شرایط بهتری برای خود مهیا کنند. وی با تأکید بر اهمیت تأمین مالی ارزان‌قیمت در کسب و کارهای مختلف، اظهار کرد: باید هزینه سرمایه شرکت‌ها به دقت تعیین و بررسی شود، زیرا بزرگ‌ترین چالش شرکت‌ها در تأمین مالی همین هزینه سرمایه است. مولوی ادامه داد: یافتن سرمایه‌گذار خطرپذیر از دیگر مواردی است که اهمیت بسیار دارد، اما اینکه این سرمایه‌گذاران یا شرکای تجاری در حیطه‌های دیگر چه خدماتی ارائه می‌کنند نیز حائز اهمیت بسیار است که باید مورد توجه قرار گیرد تا این سرمایه‌گذاران در زمینه‌های مختلف بتوانند خدمات مناسبی ارائه کنند.



کارشناس حوزه تأمین مالی گفت در تمام دنیا گام اصلی برای توسعه شرکت‌ها ورود به بازار بورس و سرمایه‌است، اما در ایران با توجه به مشکلات مالیاتی، بسیاری از شرکت‌ها ترجیح می‌دهند از این روش استفاده نکنند. به گزارش مهر، پیمان مولوی‌مدرس این کارگاه با تأکید بر اینکه لازم است مشخص باشد راهکار شرکت‌های استارت‌آپ به غیر از درآمدزایی برای شرکت چه ارزشی برای جامعه دارد، گفت: باید برای تدوین طرح تجاری شرکت‌ها دقت نظر کافی لحاظ شود. اکنون در ارتباط با بوم‌های کسب و کار اطلاعات متعددی وجود دارد و کتب متعددی به چاپ رسیده که لازم است فعالان این عرصه تمرکز بالایی بر این بخش داشته باشند. وی افزود: از سوی دیگر اینکه همکاران تجاری شرکت‌ها چه کسانی باشند یا حیطه فعالیت آنها ملی یا بین‌المللی تعریف شود اهمیت بسیار دارد. امروزه شرکت‌های هندی با توجه به بازار بزرگی که در کشور خود در اختیار دارند همچنان به بازارهای بین‌المللی تمرکز داشته و به دنبال راه‌هایی به این بازارها هستند. این مدرس اظهار کرد: اعطای وام به استارت‌آپ‌ها در واقع خنجری است که به این

درآمدزایی دانشگاه آزاد از محل تجاری‌سازی در بودجه ۹۷

معاون پژوهش و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی از درآمدزایی دانشگاه آزاد اسلامی از محل تجاری‌سازی در بودجه ۹۷ خبر داد. به گزارش ایسنا، دکتر بیژن رنجبر در نشست با رؤسای پژوهش و فناوری استان‌های دانشگاه آزاد اسلامی با تأکید بر اینکه پژوهش در مدیریت جدید دانشگاه آزاد اسلامی دارای جایگاه ویژه‌ای است، گفت: انتظارات و توقعات از معاونت پژوهش و فناوری به دلایلی اهمیت فوق‌العاده آن بالا رفته و وظایف و تعهدات این معاونت نسبت به گذشته افزایش چشمگیری داشته است.

وی با بیان اینکه هر ساله ۹۰ درصد از درآمد دانشگاه از محل شهریه تأمین می‌شود، به تفاوت قابل ملاحظه بودجه سال ۹۷ در قیاس با سال‌های گذشته اشاره و تصریح کرد: بر اساس این بودجه‌بندی باید درصدی از درآمد دانشگاه آزاد اسلامی از محل تجاری‌سازی و فناوری تأمین شود. معاون پژوهش و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی افزود: معاونان پژوهش و فناوری استان‌ها و واحدهای دانشگاهی باید منابع درآمدی دانشگاه آزاد اسلامی را به سمت تجاری‌سازی سوق دهند و

واپسنگی این دانشگاه به شهریه را تا حد امکان کاهش دهند. دکتر رنجبر با تأکید بر اینکه قطار دانشگاه آزاد اسلامی باید در ریل علم و فناوری حرکت کند، خاطرنشان کرد: دکتر لایتنی رئیس هیات مؤسس و هیات‌انمائی دانشگاه آزاد اسلامی و دکتر فرهاد رهبر رئیس دانشگاه آزاد اسلامی روی این موضوع تأکید ویژه دارند و پیگیر روند پژوهشی دانشگاه هستند.

وی با بیان اینکه نخبگان فاقد مدرک تحصیلی نیز جذب دانشگاه آزاد اسلامی می‌شوند، گفت: معاونت پژوهش و فناوری از تمامی افراد نخبه و پژوهشگر برای پیشرفت علم و فناوری و حل مشکلات جامعه دعوت به همکاری می‌کند. بر اساس اعلام روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی، معاون پژوهش و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی خاطرنشان کرد: آن چیزی که اهمیت ویژه‌ای دارد و بارها از سوی مقام رهبری تأکید شده، ایجاد امید و انگیزه در بین جوانان، مردم و کشور است و ما وظیفه داریم با جذب نخبگان و ایجاد اشتغال و کارآفرینی در جامعه نامیدی را از بین ببریم.



تبلیغات مدرن

داستان گویی؛ استراتژی برتر تبلیغات در دنیای کسب و کار مدرن

دوران تبلیغاتی که با قطع برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی انجام می‌شدند، پایان یافته است و شرکت‌هایی با داستان‌های برتر، پیروز خواهند بود.

چه به‌عنوان کاربر و چه به‌عنوان مدیر یا مشاور بازاریابی، قطعاً متوجه تغییرات رخ داده در دنیای تبلیغات هستید. تبلیغات سنتی به‌مرور جای خود را به سبک جدیدی از معرفی محصولات و خدمات داده‌اند و این روند هر روز با سرعت بالایی در حال پیشرفت است. تام جریس، مدیرعامل شرکت بازاریابی اسکای‌ورد در بوستون آمریکا است. او در مصاحبه‌ای با وبسایت فوربس، ایده‌هایش در مورد استراتژی‌های مدرن بازاریابی و تبلیغات را توضیح داده و بیان کرده که دوران سختی پیش روی شرکت‌های تبلیغاتی است. از نظر تام، تبلیغات میان‌برنامه‌ای (یا قطع‌کننده) مدت زیادی است که اعتبار خود را از دست داده‌اند. این نوع تبلیغات تا چند سال قبل که تنها شبکه‌های نمایشی محدودی وجود داشتند، با قطع برنامه‌ها به معرفی محصولات و خدمات می‌پرداختند. حال آن که در دنیای کنونی، مخاطب حق انتخاب زیادی دارد و به‌راحتی می‌تواند تبلیغات مزاحم را نادیده بگیرد.

در ادامه این مقاله، مصاحبه تام جریس با بروس واینستین (از نویسندگان فوربس) را مطالعه می‌کنیم. او در این مصاحبه توضیح می‌دهد که داستان گویی با هسته قوی احساسی و عاطفی، تأثیر بسیار بیشتری نسبت به تبلیغات متمرکز روی ویژگی‌ها و حقایق محصول دارد. او معتقد است این نوع داستان گویی باید علاوه بر تبلیغات، پایه و اساس تمامی استراتژی‌های بازاریابی محتوای هر شرکتی باشد. به بیان دیگر، داستان گویی پاسخ این سؤال مهم بازاریابان است: «در دنیای کنونی چگونه توجه مخاطب را به خود جلب کنیم؟»

بروس: شما معتقد هستید که دیگر زمان جلب توجه مخاطبان با استفاده از ویژگی‌ها و برتری‌های محصول پایان یافته است. از نظر شما داستان گویی، برخلاف بماران اطلاعات، راه‌حل کنونی شرکت‌های بازاریابی است. لطفاً مثالی از یک شرکت موفق با این استراتژی بیان کنید.

تام: شرکت تولیدی نوشابه انرژی‌زای ردبول را در نظر بگیرید. مخاطبان هدف این شرکت، نوجوانان و جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله هستند. شرکت این سؤال را از خود مطرح کرد که این مخاطبان عموماً به دنبال چه چیزی هستند؟ آنها وقت خود را روی چه موضوعاتی متمرکز می‌کنند؟ پاسخ، ورزش‌های مخاطره‌آمیز و بازی‌های ویدئویی و موسیقی بود.

ردبول پس از پیدا کردن علاقه‌مندی‌های مخاطبان، تصمیم گرفت به منبعی از داستان‌ها و محتوای مربوط با ورزش تبدیل شود. اگر امروز به وبسایت این شرکت مراجعه کنید، تصویر قوطی نوشابه شما را جذب نخواهد کرد، بلکه داستان‌هایی در مورد ورزش‌های مخاطره‌آمیز، شما را به ماندن در وبسایت و خواندن محتوای بازاریابی تشویق خواهد کرد. در نتیجه وقتی به فروشگاه می‌روید و قوطی‌های ردبول را در کنار رقبا می‌بینید، احساس متفاوتی دارید. این راهکار، اساس و ذات برندسازی است. داستان‌ها کمک می‌کنند شما به برند حس داشته باشید.

بروس: چرا هرساله در نظرسنجی‌های صداقت اجتماعی، فعالان حوزه بازاریابی در پایین‌ترین رده‌ها قرار می‌گیرند؟

تام: روند بازاریابی در طول تاریخ به‌گونه‌ای بوده که این‌بی‌اعتمادی را در مخاطبان ایجاد کرده است. قول‌ها و دروغ‌هایی که شرکت‌ها با تبلیغات به مخاطبان تزریق کرده‌اند، اعتماد را به‌مرور از بین برده است. در دنیای کنونی، اهمیت صداقت روز به روز بیشتر می‌شود و شرکت‌هایی که در این زمینه موفق نباشند، دوران سختی پیش رو خواهند داشت. به‌خصوص هر چه مخاطبان برندها و شرکت‌ها بیشتر در میان جوانان باشند، این مشکل بزرگ‌تر خواهد بود.

به هر حال دشواری بازاریابی به حدی رسیده است که پس از جذب مخاطب و تحت تأثیر قرار دادن او، هنوز با مشکل اثرگذاری روی تصمیماتش روبرو هستید؛ چرا که صداقت در میان داستان‌های‌تان حس نمی‌شود.

بروس: پس از نظر شما، ایجاد اعتماد و پایبندی آن کاملاً به تصمیمات و عملکرد شرکت‌ها وابسته است.

تام: قطعاً همین‌طور است. همه ما تاکنون با بازاریابان مختلف روبرو شده‌ایم و اکثر اوقات در میان صحبت‌های‌شان به دنبال راه فرار بوده‌ایم. دلیل این رفتار ما چیزی به‌جز حس کردن عدم صداقت نبوده است. باید به این نکته توجه کنیم که ساختن ارتباطی عمیق با مخاطب، وظیفه اصلی بازاریابی است. قدم اول برای ساختن ارتباط، شناخت نیازهای مشتریان است.

ما به‌عنوان یک شرکت بازاریابی همیشه به مشتریان توصیه می‌کنیم که تا حد امکان کمتر در مورد خودشان صحبت کنند. آنها باید روی مواردی که برای مخاطب ارزش دارد تمرکز کنند و داستان خود را با محوریت این موارد اعتمادساز تعریف کنند.

به هر حال دنیای بازاریابی تغییر کرده است. شرکت‌ها در گذشته توجه مخاطب را می‌خریدند و امروزه باید آن را کسب کنند. در دنیای امروز باید تجربه‌ای برای مخاطب ایجاد کنید که ارزش وقت او داشته باشد و این تجربه تنها با تعریف کردن داستان‌های مفید به دست می‌آید.

منبع: forbes/zoomit

اعتبار شخصی در جوامع مجازی و پیچیدگی‌های تبلیغات در آن



فرصت می‌دهد به فضای قدیمی این پلتفرم برگردیم. حتی در فیده‌های اصلی نیز می‌بینیم که عده بیشتری از مردم، داستان خود را در ادامه عکس اصلی‌شان با زگو می‌کنند. به‌عنوان مثال پدر و مادری که یک عکس زیبا از فرزندشان پست کرده‌اند، در عکس‌های بعدی نشان می‌دهند که برای متوقف کردن گریه او چقدر تلاش کرده‌اند. بنابراین گرچه نخستین اصل شبکه‌های اجتماعی، این است که ما هرگز خود واقعی‌مان نخواهیم بود، اما دومین گام پیدا کردن راه‌هایی است که بتوانیم داستان شخصیت خودمان را، که پشت این پست‌های مجازی قرار دارد، تعریف کنیم.

فرصت می‌دهد به فضای قدیمی این پلتفرم برگردیم. حتی در فیده‌های اصلی نیز می‌بینیم که عده بیشتری از مردم، داستان خود را در ادامه عکس اصلی‌شان با زگو می‌کنند. به‌عنوان مثال پدر و مادری که یک عکس زیبا از فرزندشان پست کرده‌اند، در عکس‌های بعدی نشان می‌دهند که برای متوقف کردن گریه او چقدر تلاش کرده‌اند. بنابراین گرچه نخستین اصل شبکه‌های اجتماعی، این است که ما هرگز خود واقعی‌مان نخواهیم بود، اما دومین گام پیدا کردن راه‌هایی است که بتوانیم داستان شخصیت خودمان را، که پشت این پست‌های مجازی قرار دارد، تعریف کنیم.

فرصت می‌دهد به فضای قدیمی این پلتفرم برگردیم. حتی در فیده‌های اصلی نیز می‌بینیم که عده بیشتری از مردم، داستان خود را در ادامه عکس اصلی‌شان با زگو می‌کنند. به‌عنوان مثال پدر و مادری که یک عکس زیبا از فرزندشان پست کرده‌اند، در عکس‌های بعدی نشان می‌دهند که برای متوقف کردن گریه او چقدر تلاش کرده‌اند. بنابراین گرچه نخستین اصل شبکه‌های اجتماعی، این است که ما هرگز خود واقعی‌مان نخواهیم بود، اما دومین گام پیدا کردن راه‌هایی است که بتوانیم داستان شخصیت خودمان را، که پشت این پست‌های مجازی قرار دارد، تعریف کنیم.

کاربران رسانه‌های اجتماعی

بگذارید بحث را با خودمان شروع کنیم: کاربران متوسط شبکه‌های اجتماعی. ما نمی‌خواهیم واقعی‌ترین ضمیرمان را در این رسانه‌ها به نمایش درآوریم. پس پیش از هر چیز این موضوع را می‌پذیریم و از آن رد می‌شویم. لایک‌ها، خوشایند هستند و این موضوع بد نیست. لایک زدن پست‌های مختلف، راحت‌تر از تمجید کردن از آنها است.

برخی از مردم به‌راحتی آن را خراج می‌کنند و برخی دیگر گزینه‌تر. فعالیت هر فرد در شبکه‌های اجتماعی، صدای منحصربه‌فرد اوست، حتی اگر یک عکس حرفه‌ای ویرایش شده یا یک پست عاطفی در انجمن‌های عمومی باشد. در حقیقت، بیشتر مردم در تصاویر اینستاگرام خود، فرهنگ متفاوتی را به نمایش می‌گذارند، اما باید مراقب باشید که افراط در روال عکس این ماجرا هم درست نیست. زمانی که در شبکه‌های اجتماعی، خودتان را فردی معتبر خطاب می‌کنید، ناخودآگاه بخشی از اعتبارتان را از دست می‌دهید. اما همیشه به کمک راه‌های غیرمستقیم، می‌توانید خود واقعی‌تان را در شبکه‌های اجتماعی به دیگران نشان دهید. برای مثال استوری‌های اینستاگرام به ما

فرصت می‌دهد به فضای قدیمی این پلتفرم برگردیم. حتی در فیده‌های اصلی نیز می‌بینیم که عده بیشتری از مردم، داستان خود را در ادامه عکس اصلی‌شان با زگو می‌کنند. به‌عنوان مثال پدر و مادری که یک عکس زیبا از فرزندشان پست کرده‌اند، در عکس‌های بعدی نشان می‌دهند که برای متوقف کردن گریه او چقدر تلاش کرده‌اند. بنابراین گرچه نخستین اصل شبکه‌های اجتماعی، این است که ما هرگز خود واقعی‌مان نخواهیم بود، اما دومین گام پیدا کردن راه‌هایی است که بتوانیم داستان شخصیت خودمان را، که پشت این پست‌های مجازی قرار دارد، تعریف کنیم.

اینفلوئنسر

این روزها در دنیای اینفلوئنسرها، بحث بر سر واقعی بودن مخاطبان بالاگرفته است. آژانس‌های حامی اینفلوئنسرها می‌کوشند به روش‌های مختلف ثابت کنند که این دنبال‌کنندگان، افرادی واقعی و معتبرند. مخصوصاً زمانی که نیویورک‌تایمز در دو گزارش جنجالی فاش کرد بسیاری از اینفلوئنسرها، بخش اعظمی از فالوئرهای خود را خریده‌اند.

براندون پرمن از آژانس گرم‌لیست (The Gramlist) می‌گوید: همیشه در رسانه‌ها چیزی با عنوان «غرب وحشی» وجود دارد. ابتدا تلویزیون کابلی، سپس وب، پس از آن وبلاگ‌ها و حالا دوران رسانه‌های اجتماعی فرارسیده است. همیشه افرادی هستند که زودتر از دیگران سرزمین‌های جدید را کشف می‌کنند و از همین راه ثروتمند می‌شوند.

عده‌ای نیز دیرتر می‌رسند و عده‌ای حتی هنوز راه خود را شروع نکرده‌اند. طبیعتاً گروه اول از اقبال بالاتری برخوردارند. پرمن ماجرای اخبار جعلی (فیک نیوز) و فالوئرهای غیرواقعی (فیک

فالوئرز) را تأیید می‌کند و می‌گوید: همه این صحبت‌ها در خصوص اعتبار اینفلوئنسرها، ما را از مهم‌ترین متغیر این معادله، یعنی ترکیب مخاطبان غافل می‌کند. تأثیر واقعی و اصلی اینفلوئنسرها پدر و مادری که یک عکس زیبا از فرزندشان پست کرده‌اند، در عکس‌های بعدی نشان می‌دهند که برای متوقف کردن گریه او چقدر تلاش کرده‌اند. بنابراین گرچه نخستین اصل شبکه‌های اجتماعی، این است که ما هرگز خود واقعی‌مان نخواهیم بود، اما دومین گام پیدا کردن راه‌هایی است که بتوانیم داستان شخصیت خودمان را، که پشت این پست‌های مجازی قرار دارد، تعریف کنیم.

افراد مشهور و سلبریتی‌ها

چالش‌های انتخاب شخصیت مجازی یا حقیقی، در حوزه همکاری با سلبریتی‌ها به نقطه اوج خود می‌رسد. دیگر دورانی که افراد مشهور بدون هیچ‌گونه ارتباطات حقیقی و نشان دادن اشتیاق خود به یک محصول، در آگهی‌های تجاری حاضر می‌شدند به پایان رسیده است. جنت کامنوز، کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرده که صحت و اعتبار مشارکت برندها و سلبریتی‌ها را بررسی و تصدیق می‌کند. ایده این شرکت که Spotted نام دارد زمانی به ذهن او رسید که پس از سال‌ها کار در تبلیغات تجاری، متوجه شد



مدرسه تبلیغات

واقعیت تبلیغات (۶) سود بیشتر

به قلم راسر ریوز

برایات سساورین گفت: «اجازه دهید غذا را مزه کنم تا شما هم از زحمت تعریف از مهارت آشپزی خود رها شوید.» احتمالاً می‌توان گفت که صفحات قبل به شدت متقاعدکننده به نظر می‌رسند. در اینجا نوع جدیدی از تحقیق مطرح می‌شود که با معیاری بدیع و جدید در تجارت تبلیغات انجام گرفته است و واقعیت‌هایی را آشکار می‌کند که توان توقف هر تبلیغ‌کننده‌ای را دارند، اما تنها هدف ما، دستیابی به تبلیغات بهتر است و بهتر است که خواننده در اینجا چند سؤال بپرسد:

«زمانی که تمام این اصول را خلاصه و شروع به توسعه آنها کردید، آیا آنها واقعا تبلیغات را به شکلی جدید نشان می‌دهند؟ آیا به تبلیغات مؤثرتر منتج می‌شوند؟ آیا سود بیشتری را برای یک شرکت به ارمغان می‌آورند؟»

پاسخ تمام این سؤالات مثبت است. بسیاری از اصول جدید تبلیغات شکل گرفته و باعث افزایش سود شرکت می‌شوند.

این کتاب نمی‌تواند اطلاعات یک پنجم قرن را با جزئیات کامل توضیح دهد. به هر حال، ورای آمار، می‌توان قوانین علت و معلول را در کار دید. مانند یک آسیاب، به کندی آسیاب می‌کنند، اما این کار را به خوبی انجام می‌دهند. الگوها ظاهر می‌شوند؛ الگوها خود را به شکل اصول درمی‌آورند: اصول با مشاهدات بیشتر بررسی و به عنوان قوانین واقعیت تبلیغات ظاهر می‌شوند.



البته هیچ اطمینانی وجود ندارد. جورج مردیت تمام مواردی را که باید گفته شود با این نوشته ارائه می‌کند: «فرد زمانی که در زندگی به دنبال اطمینان است، چیزی جز شک و ابهام دریافت نخواهد کرد.» به هر حال، مطالعات کمپین‌هایی که این اصول را به کار گرفته‌اند نشان می‌دهد که این کمپین‌ها به نفوذ ۱۵.۴ درصد بالاتر و جذب مشتری ۱۶.۲ درصد بالاتر از میانگین برندهای رقیب دست یافته‌اند.

زمانی که این اعداد را ترکیب می‌کنیم (این کار، به سادگی جمع کردن آنها نیست) افزایشی ۳۴ درصدی را در تأثیرگذاری کمپین می‌بینیم و به این معناست که این کمپین‌ها ۳۴ درصد بیشتر از متوسط برخی از مشهورترین کمپین‌ها در آمریکا کار می‌کنند.

یک بودجه ۳ میلیون دلاری، اساساً، به ۴ میلیون دلار تبدیل می‌شود.

این تفاوت برای یک شرکت که به این سود بیشتر نمی‌رسد در بودجه از دست رفته نیست، بلکه در فروش از دست رفته است، زیرا فروش احیاشونده است: یک واکنش زنجیره‌ای که سالانه با بازگشت مصرف‌کننده و تقاضای بیشتر باعث سوددهی می‌شود.

فروش از دست رفته، مانند نوزادی است که هرگز متولد نمی‌شود.

این راه هم به ذهن بسپارید که ما فقط تبلیغ کننده‌های بزرگ با برندهای بزرگ را می‌سنجیم. آنها استعداد‌های برتر تبلیغات را در اختیار دارند، بیشترین پول را خرج می‌کنند و با تبلیغات می‌برند یا زنده می‌شوند. ما غول‌ها را می‌سنجیم.

اگر باید این درصد را در سطح کلی‌تری از تبلیغات محاسبه کنیم، معتقدیم که سود اضافه، بیشتر خواهد بود.

* از نظر آماری، نفوذ دارای شاخص ۱۱۵.۴ یا ۱.۱۵۴ برابر نفوذ متوسط است. جذب مشتری، دارای شاخص ۱۱۶.۲ یا ۱.۱۶۲ برابر جذب مشتری متوسط است. و ۱.۳۴=۱.۱۵۴×۱.۱۶۲ یا ۳۴ درصد. ادامه دارد...

منبع: کتاب Reality In Advertising سود بیشتر در تبلیغات



فقط یک سوم از کسب و کارها به طور کامل مفهوم بازاریابی را درک می کنند

مترجم: فاطمه زهرا آموزاده

با وجود اهمیت بازاریابی، بازاریابان احساس می کنند افراد در مورد کاری که آنها انجام می دهند درک درستی ندارند. درک شدن از طریق یک سازمان گسترده تر و کارتر، در جایی که شغل بازاریابی مهم و ارزشمند تلقی می شود موجب خوشنودی بازاریابان می شود. ۳۴.۸ درصد از کسانی که نظرسنجی را انجام دادند می گویند بازاریابی کاملا توسط شرکت آنها درک می شود، جایی که آن را به عنوان سرمایه گذاری در نظر می گیرند و در مرکز همه چیز قرار می گیرد. این در مقایسه با ۵۰.۲ درصدی است که می گویند بازاریابی تا حدودی توسط شرکتشان درک می شود و ۱۳.۵ درصدی که می گویند بازاریابی به هیچ عنوان در شرکتشان مفهومی ندارد. براساس گزارش سالانه کار و دستمزد مجله هفته بازاریابی، بازاریابی در نمایندگیها بهتر لمس شده است، جایی که در آن ۵۴.۹ درصد از پاسخ دهندگان می گویند بازاریابی به طور کامل درک می شود. بخش های بازاری و شرط بندی (۳.۵ درصد) و کالاهای تند مصرف یا FMCG (۵۱.۳ درصد) نیز از این دیدگاه پیروی می کنند.

در مقابل ۲۲.۴ درصد از بازاریابان در قسمت عمومی می گویند بازاریابی توسط بقیه قسمت های سازمان درک نمی شود که این موضوع در بخش خدمات (۲۲.۳ درصد) و ساخت و ساز / اموال نیز صدق می کند.

این واقعیت که تنها ۴۷.۵ درصد از بازاریابان در بخش های مسافرتی و سیاحتی احساس می کنند شرکتشان مفهوم بازاریابی را کامل درک می کنند برای مدیران بازاریابی شرکت ریمان ایر کنی جیکوبز بسیار تعجب برانگیز بود.



او توضیح می دهد: این صنعتی است که ارتباطات نقش کلیدی را در آن ایفا می کند. این یک دسته بندی بسیار رقابتی در زمینه مصرف کننده است، بنابراین برقراری رابطه نسبت به نشان دادن اینکه محصول شما چیست، چه ارزشی دارد و پیشنهاد شما برای مصرف کننده هدف تان چیست برای هر کسب و کار مسافرتی مهم است.

این نظر توسط مدیر ارشد بازاریابی کانال تلویزیونی انگلیس (UKTV) زوتی کلب نیز تأیید شده است، کسی که نسبت به اینکه تنها ۳۴.۵ درصد از بازاریاب های شاغل در رسانه می گویند بازاریابی توسط شرکت آنها به طور کامل درک می شود ابراز نگرانی کرده است.

او می گوید: «بازاریابی فرآیندی مرکزی برای رشد کسب و کار است و به منظور درک کامل مصرف کنندگان نقش بازاریابی نیازمند این است که بسیار بیشتر باشد.

بخشی از مشکل زبانی است که بازاریابان از آن استفاده می کنند. ما از اصطلاحات و سخنان بی معنی بسیاری استفاده می کنیم و آن چیزی که تلاش می کنیم انجام دهیم چیزی بسیار ساده است: ما در حال تلاش برای رشد سهم بازار و رشد کسب و کار هستیم.»

کلب توضیح می دهد که عملکرد بازاریابی در UKTV به خوبی ملاحظه می شود، زیرا با کل سازمان ارتباط برقرار می کند. تمام بخش ها با هم جمع می شوند تا روش های مورد استفاده برای رشد در بازاریابی کسب و کار را بیاموزند.

برای مثال، آکادمی بازاریابی UKTV، مدیران کسب و کار و مدیران کانال را آموزش می دهد تا بتوانند بازاریابی را بهتر درک کنند.

کسب و کار گسترده تر همچنین مسئولیت تجزیه و تحلیل کمپین ها در برنامه ریزی های سه ماهه را برعهده دارد که طی آن با استفاده از ارزیابی های عمیق برای درک درست اینکه چه چیزی عملی شد و چه چیزی عملی نشد به تحلیل می پردازند. هر ساله به شایسته ترین فرد جایزه نیز تعلق می گیرد.

کلب اضافه می کند: «این نوع اعتماد به این معنی است که بخش بازاریابی، در تمام بخش های کسب و کار کاملا درک شده است.»

منبع: marketingweek

۶ نشانه شکست برنامه های بازاریابی



واقع گرایانه و دارای چارچوب زمانی) طراحی شده اند.

اهداف بازاریابی باید به سؤالات اساسی بازاریابی (چه کسی؟ چه چیزی؟ کجا؟ چه وقت؟ کدام؟ و چرا؟) پاسخ دهند. همچنین ضروری است که حوزه هر هدف مشخص شده و معیارهایی برای اندازه گیری و نظارت بر عملکرد مربوط به هر یک از اهداف در نظر گرفته شود. برنامه بازاریابی باید دارای اهدافی واقع گرایانه، قابل حصول و زمان بندی شده باشد.

آیا شما مهارت و منابع لازم را برای رسیدن به این اهداف در اختیار دارید؟

و آیا مهلت مقرر برای رسیدن به این اهداف در نظر گرفته اید؟ اگر قادر به پاسخ دادن به این سؤالات نیستید، به نظر می رسد که اهداف بازاریابی شما قابل حصول نبوده و برنامه بازاریابی شما به نتایج جالبی منجر نخواهد شد.

۲- جذب مخاطبان نامرتب ممکن است فکر کنید که جذب هر روزه مخاطب به این معناست که مخاطبان به مشتری تبدیل خواهند شد، اما اگر مخاطبانی که جذب می کنید با بازار هدف شما همخوانی نداشته باشد، جذب مخاطب بیشتر لزوما به معنای فروش بیشتر نخواهد بود. اما علت چنین بروز مشکلی چیست؟ احتمالا یکی از موارد زیر، علت بروز این مشکل است:

- در بستریهایی به تبلیغ و ترویج کالا یا خدمات مشغولید که گروه هدف شما از آنها استفاده نمی کنند.
- روش شفاف و دقیقی برای تقسیم بندی مخاطبان ندارید.
- در وبلاگ ها و وبسایت ها از کلیدواژه های مناسبی برای جذب مشتریان استفاده نمی کنید.

۱- مبهم و کلی بودن اهداف بازاریابی

برای دستیابی به هر یک از اهداف بازاریابی، ابتدا باید مطمئن شوید که اهداف شما مبتنی بر داده های معتبر و هوشمندانه (مشخص، قابل اندازه گیری،

۳- پایین بودن نسبت مشتری به مخاطب

نسبت جذب مشتری به تعداد کل مخاطبان را حتما ارزیابی کنید. آیا این نسبت از آن چیزی که انتظار می رود پایین تر است؟ اگر این طور است، باید نواقصی را که باعث این مسئله شده پیدا کنید و قبل از ایجاد مشکلات بزرگ تر، به رفع آنها بپردازید. پایین بودن نرخ جذب مخاطب می تواند به علل زیر باشد:

- وبلاگ ها یا وبسایت های مجموعه بهینه سازی نشده اند. به کلیدواژه ها، عناوین و تگ گذاری ها دقت کنید تا مطمئن شوید بخش ارتباطی محتوا را تا حد امکان تقویت کرده اید.
- با استفاده از مطالب تقلیدی نمی توانید مخاطب را متقاعد به خرید کرده یا ارزش بردتان را به مشتری نشانسانید. اطمینان یابید که متون موجود در وبسایت مجموعه به مشکلات مشتریان می پردازند و این مشکلات را حل می کنند. این رویکرد، باعث فراهم کردن بازخورد مثبت برای محصول/خدمات شما خواهد شد.
- در تبلیغات و متون منتشره شما هیچ پیام مشخص و مستقیمی وجود ندارد.
- بازار هدف شما به درستی تعریف و مشخص نشده یا بسیار بزرگ است و برنامه بازاریابی شما نمی تواند کل این بازار را پوشش دهد.

۴- برنامه های بازاریابی از طریق شبکه های اجتماعی متمرکز نیستند این مشکل می تواند از تعداد زیاد بازدیدکننده و تعامل بسیار اندک آنها با کسب و کارتان ناشی شود. اگر بازدیدکننده های شما جزو بازار هدف نیستند، پس هر قدر هم تبلیغات

شما جذاب باشند، برای آنها کاربردی نخواهند داشت.

دلیل دیگر هم می تواند این باشد که حضور کسب و کار شما در شبکه های اجتماعی کم رنگ است. با دیجیتالی شدن روز افزون دنیای کسب و کار، برنامه های بازاریابی باید در بستریهایی که مورد استفاده مشتریان هستند، اجرا شوند.

برای مثال، شبکه های اجتماعی نظیر فیس بوک، توئیتر و سایر بستریهایی از این قبیل اکنون برای جست و جوی شرکتها استفاده می شوند. بنابراین اگر برنامه بازاریابی شما در این شبکه های عرضه نشود، دسترسی شما به مشتریان بالقوه به شدت کاهش پیدا خواهد کرد.

۵- نرخ دفع بالای کاربران نرخ دفع کاربر به معنای آن است که بازدیدکنندگان به صفحات و محتوای وبسایت شما جذب نمی شوند و بلافاصله صفحه را ترک می کنند. این موضوع ناشی از چند دلیل باشد:

- صفحات فرود (landing page) یا طراحی نامناسب و عدم ارتباط محتوا با لینک یا تبلیغات منتهی به محتوا
- آسان نبودن استفاده از بخش های مختلف وبسایت
- اشتباهات برنامه نویسی و خطاهای مربوط به بارگذاری محتوا و صفحات

۶- استفاده از کلیدواژه های بی کیفیت وقتی مطالب و صفحات وبسایت از کلیدواژه های مناسب و بهینه سازی شده ای برخوردار نیستند یا ارتباط واضحی بین تبلیغات یا محتوا و کلیدواژه های متن برقرار نیست، تولید محتوا تنها هدر دادن پول است و راه به جایی نمی برد.

منبع: stormid



۲۶ راهکار برای بهبود وضعیت خود در بازاریابی شبکه های اجتماعی (۲)

مترجم: امیر آل علی

در مقاله گذشته به بررسی ۱۰ مورد از ۲۶ راهکار در راستای بهبود وضعیت شرکت خود در بازاریابی شبکه های اجتماعی پرداختیم. در این مقاله و در ادامه باقی موارد را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱۱- روند یادگیری خود را متوقف نسازید شبکه های اجتماعی از جمله حوزه هایی محسوب می شوند که در راستای انجام کارهای اقتصادی نیاز به دانش کافی است. به همین دلیل نباید تصور کنید که با توجه به اینکه مدیریت شرکتی را برعهده دارید، دیگر نیازی به ارتقای سطح خود نداشته و مسیر را به شکل سابق خود ادامه دهید. توجه داشته باشید که شما در بازار خود تنها نیستید و رقابت موجود بهانه ای برای یادگیری بیشتر است. توجه داشته باشید که شبکه های اجتماعی نیز نسبت به نسخه های اولیه خود تغییرات متعددی را تجربه کرده است که این موضوع در صورتی که شما مطالعات مداومی در رابطه با آن نداشته باشید، می تواند منجر به عملکرد نامناسب شما شود.

۱۲- جوان گرایی را مدنظر قرار دهید

نتایج آمارها بیانگر آن است که بیشترین کاربران شبکه های اجتماعی از قشرهای جوان تشکیل شده است. به همین دلیل در صورتی که این بخش را به افراد کم سن و با انگیزه واگذار کنید، بدون شک آنها در درک جوانان به مراتب بهتر عمل کرده و نتیجه مناسب تری را به ارمان خواهند آورد. همچنین در این رابطه جنسیت نیز می تواند عامل مهمی محسوب شود. برای مثال در صورتی که در زمینه تولید پوشاک زنانه فعالیت می کنید، بهتر است گرداننده پیچ شما نیز از میان خود آنها باشد.

۱۳- میان متن و تصویر بیشتر ارتباط ممکن را برقرار سازید

مرتبط بودن اقدامات شما با یکدیگر از جمله راهکارهایی است که باعث می شود مرز میان حرفه ای بودن با ناکارآمدی مشخص شود. در همین راستا توصیه می شود تا در هر دو زمینه خود تولیدکننده محتوا بوده و از کپی برداری های رایج خودداری کنید. این موضوع نه تنها باعث تمایز کار شما با سایرین خواهد شد، بلکه این امکان را در اختیار شما قرار خواهد داد تا ارتباط بخشی لازم را صورت دهید.

۱۴- تنها به یک شبکه منحصّر نشده و سایر برندها را نیز زیر ذره بین قرار دهید

در راستای بیشتر دیده شدن لازم است تمامی شبکه های اجتماعی رایج در منطقه مورد نظر خود را مورد استفاده قرار دهید. با این حال توجه داشته باشید که تمرکز اصلی شما باید روی شبکه ای باشد که بیشترین میزان محبوبیت را دارد. همچنین از جمله اقداماتی که با سیاست های شما چارچوب مناسبی خواهد بخشید این است که اقدامات مشابه سایر برندها را مدنظر قرار داده و با این کار نقاط ضعف خود را بهبود بخشید.

۱۵- خدمات رایگان ولی مرتبط با حوزه کاری خود ارائه دهید

از جمله اقداماتی که باعث خواهد شد تا در عین رفع نیاز مخاطب در ذهن آنها به خوبی ماندگار شوید، این است که کاری را به صورت رایگان برای آنها انجام دهید. برای مثال می توانید مقالاتی را به صورت رایگان ترجمه کرده و در سایت خود بارگذاری کنید که خود به افزایش آگاهی مخاطب کمک خواهد کرد.

۱۶- در گفت و گوها شرکت کنید

ممکن است در شبکه اجتماعی نظیر اینستاگرام شما پستی را ارسال کنید، تحت این شرایط بدون شک نظراتی را دریافت خواهید کرد که ممکن است به محفلی برای تبادل اطلاعات مخاطبان تبدیل شود. تحت این شرایط در صورتی که شما نیز در این گفت و گو شرکت نداشته باشید، ممکن است محوریت آن به سمتی برود که مورد پسند شما نیست. به همین دلیل همواره در رابطه با بررسی نظرات اقدامات لازم را صورت دهید.

۱۷- ذهن مخاطب را با طرح سؤالی درگیر کنید

این موضوع که مخاطب برای مدتی با برند شما درگیر بماند از جمله سیاست هایی است که باعث خواهد شد در ذهن آنها ماندگار شوید. به همین دلیل همواره همه چیز را به سادگی و وضوح کامل مطرح کرده و از به چالش کشیدن آنها واهمه ای نداشته باشید.

۱۸- اقدامات خود را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهید

در زمینه کاری خود در تلاش باشید تا اقداماتتان را تنها بر اساس واقعیت ها مورد قضاوت قرار دهید. این موضوع نیازمند سیستم اطلاع رسانی جامعی خواهد بود که به شما موارد مورد نیاز را می دهد و امکان بررسی و تحلیل را فراهم می آورد. برای مثال اینستاگرام حالت کسب و کاری را تعیین کرده است که به وسیله آن می توانید اطلاعات جامعی را در رابطه با تمامی اقدامات خود به دست آورید.

ادامه دارد...

منبع: socialmediaexaminer

بازاریابی خلاق



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

پنجشنبه | ۳۰ فروردین ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۴۴ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع، نشر گستر امروز
آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۸۱
امور مشترکین: ۸۸۹۳۳۴۹۹
آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

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

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

درنگ

آموزش مهارت‌های دیجیتالی به زنان عرب در دستور کار گوگل قرار گرفت

گوگل در راستای تلاش‌هایش برای حمایت از آموزش مهارت‌های دیجیتالی و همچنین گسترش رشته‌های مرتبط با علوم و ریاضیات پروژه‌های تحت عنوان «Maharat min google» یا مهارت از گوگل را کلید زده است. این برنامه که برای کمک به زنان و جوانان در کشورهای عرب زبان آغاز شده تلاش دارد این دو گروه را برای حضور در فرصت‌های شغلی آینده، پیشرفت در جایگاه‌های شغلی فعلی یا رشد کسب‌وکارهایشان آماده سازد.

به گزارش دیجیاتو، گوگل در همین راستا به شبکه‌های اجتماعی، ویدئو، بازاریابی آنلاین و تجارت الکترونیک اشاره کرده است که به لطف این برنامه، زنان و جوانان عرب در آنها تبحر می‌یابند.



براساس اعلام مجمع جهانی اقتصاد، مهارت‌های دیجیتالی هم‌اکنون در کشورهای عرب زبان چندان هم تقویت شده نیستند، با این حال تا سال ۲۰۲۰ میلادی از هر پنج شغل یکی به این حوزه‌ها مربوط می‌شود. غول جست‌وجو امید دارد که با این طرح فاصله میان کشورهای عرب زبان با دنیای غرب را کم کند خصوصا به این دلیل که طبق گزارش بانک جهانی بسیاری از زنان عرب در منطقه خود عملکردی به مراتب بهتر از مردان را در رشته‌های علوم و ریاضیات به نمایش گذاشته‌اند. باین وجود اما نرخ استخدامی برای زنان در این کشورها پایین‌تر است و علت به انتظارات اجتماع از زنان و قوانینی باز می‌گردد که هم‌اکنون در این کشورها حاکم است.

گوگل ابراز امیدواری کرده است که این اختلاف را با کمک برنامه مهارت از گوگل کم کند. در همین راستا نیز قرار است برخی دوره‌های رایگان برای این گروه‌ها برگزار شده و همچنین ابزارها و آموزش‌های شخصی مورد نیاز برای کارجویان، مربیان، دانش‌آموزان و کسب‌وکارها از جانب گوگل ارائه شود. این سازمان همچنین مشغول همکاری با مؤسسه‌ای به نام INJAZ Al-Arab است و با اعطای کمک یک میلیون دلاری به آن سعی دارد ارائه آموزش دیجیتالی به زنان را سرعت ببخشد. در ادامه بد نیست اشاره کنیم که گوگل هم‌اکنون مشغول همکاری با بنیادهای به نام MISK است و قصد دارد از این طریق شرایط لازم را برای آموزش به ۱۰۰ هزار نفر در عربستان سعودی فراهم کند که از این تعداد نیمی از آنها زنان هستند.

بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۹۴۵ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

مدیریت زمان در واحد فروش
پاسخ کارشناس: قطعا هر چه زمان کمتری را صرف فعالیت‌های غیرمرتبط با فروش کنید، شاهد فروش بیشتری خواهید بود. در این شرایط به شما توصیه می‌کنیم قبل از هر چیز جلسات بی‌هدف را حذف کنید و با تنظیم یک دستور جلسه، همه چیز را در جهت پیشبرد اهداف اصلی سازمان یعنی فروش تنظیم کنید. در گام بعدی راهکارهایی مثل استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری برای پیگیری سریع‌تر مخاطبان و کنترل تماس‌های ورودی و ارسال پیام‌های یادآوری را به شما توصیه می‌کنیم. همچنین باید تا حد امکان سفرهای برون‌سازمانی را کاهش دهید و امور را ترجیحا به‌صورت غیرحضور پیگیری کنید. گذشته از این موارد، با ارزیابی دقیق فرصت‌های واقعی فروش می‌توانید مراجعات و تماس‌های غیرضروری را حذف کنید و بازدهی واحد فروش شرکت را بالا ببرید.

مدرسه مدیریت

فعالان استارت‌آپ‌ها باید چه روحیاتی داشته باشند

احساس واقعی آنها را نسبت به شکست ارزیابی کنند. ممکن است کارمندان بالقوه، ولی مشخص نیست چه واکنشی در برابر اشتباهات فعلی خود خواهند داشت. اگر می‌خواهید بدانید که شغلی، چگونه شکست در محیط کار را مدیریت می‌کند، باید آنها را عمیق‌تر بررسی کنید. گاهی اوقات در یک استارت‌آپ، آزمون‌وخطا تنها استراتژی کاربردی حرکت رو به جلو است، همه کارکنان باید از همان ابتدای کار، این راهبرد را اجرا کنند، در غیر این صورت شکست خواهند خورد. با توجه به ریسک‌های دائمی استارت‌آپ، کارآفرینان باید پیش از استخدام کارمندان خود، احساس واقعی آنها را نسبت به شکست ارزیابی کنند. ممکن است کارمندان بالقوه، از موانعی صحبت کنند که در گذشته بر آنها غلبه کرده‌اند، اما مشخص نیست چه واکنشی در برابر اشتباهات فعلی خود خواهند داشت. اگر می‌خواهید بدانید که متقاضیان شغلی، چگونه شکست در محیط کار را مدیریت می‌کنند، اینها مسائلی است که باید عمیق‌تر بررسی شود.

قدرت ریسک‌پذیری
 یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های کار کردن در یک شغل شرکتی و یک استارت‌آپ، مواجهه با ریسک‌های متعدد است. شرکت‌های قدیمی پروسه‌های خود را به همان شیوه همیشگی پیش می‌برند و نیازی به تست کردن شرایط جدید ندارند، اما استارت‌آپ‌ها مستلزم ریسک‌پذیری هستند.

اخلاق حرفه‌ای
 شغل کارمندان در استارت‌آپ‌ها، معمولا نقش ثابتی نیست. آنها باید بتوانند مهارت‌های مختلفی را یاد بگیرند و کارهای متفاوتی انجام دهند. اما همه کارمندان مایل نیستند مسئولیت‌های بیشتری بپذیرند.

مسیر موفقیت

عادت‌های اشتباه صرفه‌جویی و پس‌انداز

گاهی اوقات تصمیم‌ها و اقداماتی که در راستای صرفه‌جویی مالی انجام می‌دهیم، در بلندمدت هزینه بیشتری به بودجه ما تحمیل می‌کنند. هدف شما از پس‌انداز پول هر چه باشد؛ خرید خانه، افزایش دارایی، مخارج تحصیلات و زندگی مشترک آینده، درهرصورت صرفه‌جویی در هزینه‌ها ایده خوبی است. به‌عنوان مثال عادت‌هایی نظیر کاهش خرید لوازم غیرضروری و بازیگری بودجه، تلاش‌های مثبتی محسوب می‌شوند. اما برخی دیگر از عادت‌هایی که مدعی هستیم با هدف پس‌انداز انجام می‌دهیم، ممکن است به ضرر ما تمام شوند و در بلندمدت به هزینه‌های بیشتری منجر شوند. گرچه به نظر می‌رسد که با این عادت‌ها در حال صرفه‌جویی هستیم، اما درنهایت هزینه بیشتری نسبت به عدم اعمال آنها می‌پردازیم:

رانندگی با اتومبیل قدیمی
 خرید یک خودروی جدید هزینه زیادی به شما تحمیل می‌کند، بنابراین سعی می‌کنید تا حداکثر زمان ممکن، با اتومبیل قدیمی خود رانندگی کنید. ولی واقعیت این است که هزینه‌های سالانه یک اتومبیل قدیمی نظیر تعمیرات، بهیود ایمنی و بیمه، بسیار بالاست. به‌علاوه باید هزینه آسیب‌هایی را که به محیط‌زیست وارد می‌شود نیز به این اقلام اضافه کنید. شاید خرید یک اتومبیل جدید هزینه سنگین به نظر برسد، ولی در طولانی‌مدت به شما کمک می‌کند بیشتر صرفه‌جویی کنید.

خرید آیت‌های حراجی
 هنگامی که یک کالا به حراج گذاشته می‌شود، شما تشویق می‌شوید آن را خریداری کنید. احتمالا به خودتان می‌گویید این کالا ۳۰ درصد تخفیف دارد و مبلغ زیادی صرفه‌جویی می‌کنید. حقیقت این است که تخفیف و حراجی بسیاری از فروشگاه‌ها، جعلی است. آنها در تبلیغات‌شان اعلام می‌کنند تخفیف ویژه‌ای ارائه می‌دهند، ولی وقتی به قیمت تمام‌شده نگاه کنید، متوجه می‌شوید که تفاوت زیادی با قیمت خرده‌فروشی‌ها ندارد و فروشگاه مذکور، احتمالا حاشیه سود خود را کاهش نداده است. این تبلیغات فقط جذاب‌تر به نظر می‌رسند و به شما القا می‌کنند که با خرید کالاها، صرفه‌جویی بیشتری می‌کنید.

خرید لباس‌های ارزان قیمت
 ممکن است برخی از لباس‌ها قیمت بالایی داشته باشند، ولی شما درنهایت به همان اندازه که پرداخت می‌کنید، اجناس باکیفیت دریافت می‌کنید. البته برندهای مشهور که از طراحان سطح اول استفاده می‌کنند، قیمت بسیار بالایی دارند که به‌نوعی تأییدکننده سبک کاری آنهاست. ما در مورد این گروه صحبت نمی‌کنیم، بلکه به پوشاک متوسط تا گران‌قیمتی اشاره داریم که نرخ نهایی آنها، با توجه به نوع مواد تولیدی و کیفیت کارشان تعیین می‌شود. خرید لباس‌های ارزان قیمت خرده‌فروشی‌ها، به شما کمک می‌کند در کوتاه‌مدت پس‌انداز اندکی داشته باشید، ولی این اجناس خیلی زود مستهلک می‌شوند و از بین می‌روند. به عبارتی از دید اقتصادی، شما کمتر از هزینه‌ای که پرداختید، ارزش دریافت می‌کنید.

حساب پس‌انداز بانکی
 بسیاری از افراد فکر می‌کنند حساب پس‌انداز، بهترین مکان برای ذخیره پس‌انداز آنها است. باین‌حال نرخ سود این حساب‌ها بسیار پایین‌تر از نرخ تورم است. ترجیحا بهتر است پول‌تان را سرمایه‌گذاری کنید یا اگر چنین امکانی وجود ندارد، اوراق قرضه یا اوراق مشارکت بخرید. در این صورت به احتمال بیشتری ارزش پول‌تان را حفظ می‌کنید.

افزایش خرید محصولات به دلیل ارسال رایگان
 همه ما تابه‌حال از سایت‌های اینترنتی خرید کرده‌ایم که از یک سقف مشخص قیمتی، اجناس را به‌رایگان ارسال می‌کنند. این منطقی است که یک کالای ۲۰هزارتومانی را به سبد خریدمان اضافه کنیم تا از یک هزینه بالای ارسال راحت شویم. ولی اگر هزینه ارسال همه سبد خرید ما ۱۰ هزار تومان است، خرید یک کالای ۲۰هزارتومانی توجیه اقتصادی ندارد. گاهی اوقات بهتر است هزینه حمل‌ونقل سفارش‌ها را پرداخت یا صبر کنیم و زمانی که فزیرست خریدمان به سقف مشخصی رسید، همه آنها را باهم سفارش بدهیم.

اجتناب از چکاپ‌های پزشکی
 شما ممکن است هر شش ماه یک‌بار برای چک کردن سلامت دندان‌ها به دندانپزشکی مراجعه نکنید، زیرا نمی‌خواهید بی‌دلیل هزینه ویزیت کلینیک را بپردازید. اما چکاپ‌های منظم، هدف مهمی را دنبال می‌کند: اینکه اگر با مشکل یا بیماری خاصی مواجه شده باشید، خیلی زود راه‌حلی برای آن بیابید. مسلما در این صورت هزینه بسیار کمتری برای درمان می‌پردازید و پروسه راحت‌تری را طی می‌کنید. به‌علاوه این تصمیم نه‌تنها روی بودجه شما تأثیر مثبت دارد، بلکه قدمی درراه حفظ سلامتی شما است.

سرمایه‌گذاری روی گارانتی‌های اضافه
 بعضی از مردم فکر می‌کنند همه ضمانت‌نامه‌ها، سرمایه‌گذاری خوبی محسوب می‌شوند. گرچه ضمانت‌نامه‌های اولیه به ازای درصد کمی از قیمت نهایی، سلامت محصول را برای یک دوره مشخص هدهدار می‌شوند، اما ضمانت‌نامه‌های توسعه‌یافته ارزش پولی را که پرداخت می‌کنید، ندارند. به همین دلیل فروشنندگان با اصرار آنها را به مردم می‌فروشند! و درنهایت، همه گزینه‌های صرفه‌جویی در پول، آن قدر که فکر می‌کنیم مفید نیستند. حتی اگر ۸۰ درصد از تصمیمات صرفه‌جویی شما موفق عمل کنند، در طول زمان پیشرفت فوق‌العاده‌ای خواهید داشت. هیچ‌کس مدعی نیست که بهترین تصمیمات مالی را اتخاذ می‌کند، ولی شما هم با کسب تجربه‌های بیشتر، گزینه‌های بهتری برای پس‌انداز انتخاب می‌کنید.
منبع: inc/zoomit