

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چرا کسب و کارهای اینترنتی در ایران با نمی گیرند؟

میان بر توسعه

از استارت‌آپ‌ها به عنوان «میان‌بر» توسعه یاد می‌کنند، چرا که بر اثر گسترش این نوع فعالیت‌ها می‌توان توسعه خطی را کنار گذاشت و به توسعه مابعد صنعتی رسید. بیش از یک دهه است که ساختار اقتصاد کشورهای...



گزارش رویترز از فهرست شرکت‌های خارجی در خطر تحریم آمریکا

برجام زیر تیغ

در پی خروج رسمی آمریکا از برجام، روزبه‌روز بر تعداد شرکت‌های خارجی سرمایه‌گذار که از ایران خارج می‌شوند افزوده می‌شود. این شرکت‌ها به دلیل نگرانی از تحریم‌های آمریکا و مواجه شدن با جریمه‌های سنگین احتمالی، تصمیم به توقف یا کاهش فعالیت‌هایشان در ایران می‌گیرند. برخی از این شرکت‌ها تصمیم دارند با فعالیت خود را در ایران تعلیق کنند یا کاهش دهند. اما هنوز شرکت‌هایی هم هستند که تصمیمی برای خروج یا توقف فعالیت در ایران نگرفته‌اند، اما این شرکت‌ها ممکن است به دلیل تحریم‌های آمریکا متضرر شوند. به گزارش اتاق ایران، در متن پیش رو، شرکت‌های مهمی که عمدتاً پس از برجام برای همکاری با ایران توافق...

بانک‌ها مکلف به پرداخت وام نوسازی یافت فرسوده شدند

اراده دولت برای اجرای «باز آفرینی شهری»

۱

مدیریت و کسب و کار



رئیس هیأت مدیره گروه آل‌جی در سن ۷۳ سالگی درگذشت

- مدیریت را از قهرمانان مارول بیاموزید
- اعتمادسازی در دنیای سرشار از اخبار دروغین
- اهداف و نتایج برنامه وفاداری مشتریان
- خطرناک‌ترین کلمه
- با بیلبردهای Mini میانبر بزنید
- یک برند در واقع چقدر ارزش دارد؟

۱۶ تا ۸

معاون اول رئیس‌جمهور:

دیپلماسی اقتصادی مهم‌ترین ابزار برای مقابله با تحریم‌هاست



گزارش رویترز از فهرست شرکت‌های خارجی در خطر تحریم آمریکا

برجام زیر تیغ

در پی خروج رسمی آمریکا از برجام، روزبه‌روز بر تعداد شرکت‌های خارجی سرمایه‌گذار که از ایران خارج می‌شوند افزوده می‌شود. این شرکت‌ها به دلیل نگرانی از تحریم‌های آمریکا و مواجه شدن با جریمه‌های سنگین احتمالی، تصمیم به توقف یا کاهش فعالیت‌هایشان در ایران می‌گیرند. برخی از این شرکت‌ها تصمیم دارند با فعالیت خود را در ایران تعلیق کنند یا کاهش دهند. اما هنوز شرکت‌هایی هم هستند که تصمیمی برای خروج یا توقف فعالیت در ایران نگرفته‌اند، اما این شرکت‌ها ممکن است به دلیل تحریم‌های آمریکا متضرر شوند. به گزارش اتاق ایران، در متن پیش رو، شرکت‌های مهمی که عمدتاً پس از برجام برای همکاری با ایران توافق کرده‌اند در چند بخش شامل نفت و گاز، حمل و نقل، هواپیمایی، بانکی، انرژی‌های تجدیدپذیر، خودرو، ریلی، معدن بررسی شده است.

بخش نفت و گاز

* توتال: این غول نفتی فرانسوی ۲۶ اردیبهشت اعلام کرد در صورتی که مشمول معافیت دولت آمریکا ضمن حمایت دولت‌های اروپایی و فرانسوی نشود، تا ۴ نوامبر از پروژه پارس جنوبی خارج خواهد شد. وزیر نفت ایران اعلام کرد که در صورت خروج توتال، شرکت نفت و گاز CNPC چین، جایگزین این شرکت فرانسوی خواهد شد.

* شل: این شرکت در دسامبر ۲۰۱۶ یک قرار مشروط برای توسعه در میدان نفت و گاز آزادگان جنوبی، یادآور و کیش امضا کرد. گزارش سالانه این شرکت در سال ۲۰۱۷ نشان داد که این شرکت از زمان رفع تحریم‌ها فقط سه محموله نفتی ایران را خریداری کرده است.

* دوو کره جنوبی: این شرکت در سال ۲۰۱۵ یک یادداشت تفاهم برای ساخت یک پالایشگاه نفت در بندر جاسک امضا کرد.

* آکر سولوشنز نروژ: این شرکت در مه ۲۰۱۶ یک یادداشت تفاهم برای به‌روزرسانی صنعت نفت ایران امضا کرد.

* اواموی اتریش: این شرکت در مه ۲۰۱۶ یک یادداشت تفاهم برای پروژه‌هایی در نواحی زاگرس و میدان فارس امضا کرد. در ژوئن ۲۰۱۷، اواموی و گازپروم نفت روسیه از یادداشت تفاهمی برای کار در بخش نفت ایران خبر دادند.

* سالیپم ایتالیا: این شرکت در سال ۲۰۱۶ یک یادداشت تفاهم برای همکاری در حوزه خطوط لوله، به‌روزرسانی پالایشگاه‌ها، توسعه میدان گازی توس در شمال شرقی استان خراسان رضوی امضا کرد.

* باسلف وینترشال (BASF's Wintershall): این شرکت اکتشاف نفت و گاز، در آوریل ۲۰۱۶ یک

یادداشت تفاهم با شرکت ملی نفت ایران امضا کرد. این شرکت در فوریه ۲۰۱۷ اعلام کرد درباره سرمایه‌گذاری احتمالی در ایران در حال گفت‌وگو است، اما به دلیل ابهام در خصوص تحریم‌های اقتصادی هنوز تصمیمی نگرفته است.

* انی ایتالیا: این شرکت در ژوئن ۲۰۱۷ توافقی را با ایران برای توسعه میدان نفت و گاز امضا کرد.

* شرکت نفت و گاز طبیعی هند: این شرکت اواخر فوریه یک توافق مقدماتی غیرالزام‌آور با یک شرکت ایرانی برای توسعه میدان نفتی سوسنگرد امضا کرد.

* زاروبنفت روسیه: شرکت ملی نفت ایران در ماه مارس قراردادی را با این شرکت رسی برای توسعه دو میدان نفتی امضا کرد. شانا این خبر را اعلام کرد.

* پرتامینا اندونزی: این شرکت قرار بود طی بازه زمانی ۲۰ ساله، ۶ میلیارد دلار در حوزه میدان نفتی سرمایه‌گذاری کند. در حالی که اوایل ماه جاری، اخباری در خصوص احتمال توقف فعالیت این شرکت در ایران در پی خروج آمریکا از برجام مطرح شد، یک مقام وزارت انرژی و منابع معدنی اندونزی ۳۰ اردیبهشت‌ماه گفت که توافق این شرکت دولتی اندونزی با ایران، به‌رغم خروج آمریکا از برجام ادامه پیدا می‌کند. «اگو سیاحریال»، مدیرکل نفت و گاز وزارت انرژی اندونزی با اعلام این مطلب گفت: ما هنوز باید درباره ادامه یا توقف پروژه در این مقطع تصمیم‌گیری کنیم. تا الان، این [پروژه] هنوز ادامه دارد.

* اینپکس ژاپن: این شرکت انرژی ژاپن ۲۰ اردیبهشت اعلام کرد که در پی بازگشت تحریم‌های آمریکا، این شرکت احتمالاً فعالیت مجدد خود برای توسعه میدان نفتی آزادگان جنوبی را منتفی کند. اینپکس در سال ۲۰۱۰ از سهم ۱۰ درصدی در آزادگان به دلیل تحریم‌های آمریکا صرف‌نظر کرده بود.

بخش حمل و نقل

* ای بی مولر مائرسک: این شرکت بزرگ‌ترین شرکت حمل‌ونقل کانتینر است که در پی اعلام تحریم‌های آمریکا، در ۲۷ اردیبهشت اعلام کرد فعالیت‌های خود در ایران را کاهش می‌دهد.

بخش هواپیمایی

* بوئینگ: شرکت هواپیماسازی بوئینگ آمریکا در دسامبر ۲۰۱۶ توافقی کرد که ۸۰ هواپیمای شامل ۱۵ بوئینگ 777-300ER به ایران بفرشد. این

شرکت ماه گذشته اعلام کرد مشتری جدیدی را برای هواپیمایی که قرار بود امسال به ایران تحویل دهد، پیدا کرده است. این شرکت اعلام کرد که برنامه برای تحویل هواپیمای به ایران طی سال جاری ندارد. طبق برجام، بوئینگ قرار بود به ایران هواپیمای بفرشد.

شرکت هواپیمایی آسمان نیز در آوریل ۲۰۱۷ برای خرید ۳۰ بوئینگ ۷۳۷ ماکس توافقی کرده بود.

* ایرباس: شرکت هواپیماسازی ایرباس فرانسه در دسامبر ۲۰۱۶ اعلام کرد توافقی را برای فروش ۱۰۰



هواپیمای به ایران ایر منعقد کرده است. تاکنون فقط سه فروند تحویل داده شده‌اند.

شرکت هواپیمایی زاگرس نیز در ژوئن ۲۰۱۷ یادداشت تفاهمی را برای خرید ۲۰ فروند ایرباس ۳۲۰ و هشت فروند ۳۳۰ جدید امضا کرد.

ایران ایتور هم در ژوئن ۲۰۱۷ برای خرید ۴۵ ایرباس ۳۲۰ جدید یادداشت تفاهم امضا کرد.

* ای‌تی‌آر: ایران در آوریل ۲۰۱۷ توافقی را برای خرید ۲۰ هواپیمای از این شرکت اروپایی تکمیل کرد. ای‌تی‌آر شرکتی است که نیمی از مالکیت آن متعلق به ایرباس و نیم دیگر به لئوناردو تعلق دارد.

* لوفتانزا: این شرکت آلمانی در آوریل ۲۰۱۷ اعلام کرد که در حال مذاکرات با ایران ایر برای تأمین خدمات مربوطه، پشتیبانی و آموزش خلبان است.

بخش ریلی

* زمینسن: این شرکت آلمانی در اکتبر ۲۰۱۶ قراردادی را برای ارتقای شبکه ریلی ایران امضا کرد. این قرارداد همچنین شامل تأمین ۵۰ لکوموتیو برقی-دیزلی به ایران بود.

* شرکت ملی واردات و صادرات ماشین‌آلات چین: این شرکت در مه ۲۰۱۷ با شرکت مینا یک توافق ۲.۲ میلیارد یورویی برای برقی‌سازی خط ریلی سریع السیر

۲۰۱۸ خبر داد.

بخش انرژی‌های تجدیدپذیر

* ساگا انرژی: این شرکت نروژی در اکتبر ۲۰۱۷ توافقی به ارزش ۲.۵ میلیارد یورو برای ساخت نیروگاه‌های انرژی خورشیدی در ایران امضا کرد.

بخش بانکی و مالی

* دی‌زد بانک: این بانک آلمانی در مه ۲۰۱۸ اعلام کرد در ماه جولای تراکنش‌های مالی با ایران را به دلیل افزایش ریسک تجارت با ایران در پی خروج آمریکا از برجام، تعلیق می‌کند.

* اوبربانک: این بانک در سپتامبر ۲۰۱۷ توافقی را برای فاینانس سرمایه‌گذاری‌های جدید در ایران امضا کرد. این بانک تقریباً اولین بانک اروپایی بود که بعد از رفع تحریم‌ها بود، این کار را می‌کرد.

* آلیانتس (Allianz): تمرکز اصلی این شرکت آلمانی بر ارائه خدمات بیمه است. در سال ۲۰۱۰ شرکت آلیانتس، دوازدهمین شرکت بزرگ خدمات مالی در جهان بود. با اعلام خروج آمریکا از برجام یک سخننگوی این شرکت اعلام کرد که آلیانتس تصمیم گرفته فعالیت خود در ایران را کاهش دهد. وی گفت فعالیت آلیانتس «حداقلی» بوده و این شرکت منتظر «راهنمایی» اتحادیه اروپا و دولت آلمانی بوده و آن را بررسی خواهد کرد.

بخش معدن

* اوتوتک: مدیر بخش فاینانس این شرکت فنلاندی در ۲۷ اردیبهشت سال جاری اعلام کرد به دلیل اعمال تحریم‌های آمریکا، دریافت سفارش از ایران را کاهش خواهد داد.

آگهی شناسایی

پیمانکار

از طریق برگزاری مناقصه عمومی

م الف ۵۸۹

شرح در صفحه ۵

یادداشت



۲ راه‌حل برای قطع نشدن برق در تابستان ۹۷



حمیدرضا صالحی
عضو هیات‌نماینده‌گان اتاق تهران

میزان مصرف برق و انرژی در ایران خارج از استانداردهای جهانی است. مصرف برق در ایران به‌طور معمول بیش از دو برابر مصرف مردم دیگر کشورهاست و ریشه این مسئله در ارزان بودن انرژی است. هرچه تولید برق در ایران افزایش پیدا می‌کند، مصرف هم بیشتر می‌شود. مهم‌ترین پیامد این مسئله نگرانی از کمبود برق در زمان‌هایی است که بنا به دلایل مختلف تولید به اندازه کافی انجام نشده است. در سال آبی کنونی به دلیل کاهش میزان بارندگی در زمستان از ناحیه نیروگاه‌های آبی با نزدیک به ۳۰ درصد کاهش تولید برق روبه‌رو خواهیم بود و اگر مصرف برق با روندی که در فروردین ماه آغاز شده، ادامه پیدا کند باید نگران خاموشی‌ها در تابستان سال جاری بود. از سوی دیگر اگر از نظر آب و هوایی، خنکی هوا که در اردیبهشت ماه شاهد آن هستیم در خرداد هم ادامه پیدا کند، وضعیت کمی امیدوارکننده‌تر است.

نکته مهم این است که مصرف برق ایران هیچ‌گاه در ایران کاهش نیافته است. ظرفیت تولید برق در ایران ۷۷ هزار مگاوات است و در دوره پیک مصرف یعنی در تابستان میزان مصرف به ۸۵ هزار مگاوات می‌رسد. مصرف معمول برق در کشورمان ۳۷ هزار مگاوات است و شاید این‌طور به نظر برسد که نسبت میزان تولید نسبت به میزان مصرف حتی در دوره پیک مصرف جای نگرانی باقی نمی‌گذارد، اما باید در نظر گرفت که همیشه تمام ظرفیت تولید به مدار برق آورده نمی‌شود و بسیاری از نیروگاه‌ها با مشکلاتی از جمله کمبود سوخت دست و پنجه نرم می‌کنند و امکان تولید با تمام ظرفیت برای نیروگاه‌ها وجود ندارد. دو راه‌حل برای کاهش نگرانی‌ها درباره پیک مصرف برق در تابستان وجود دارد؛ راه‌حل اول تقویت شبکه ارتباطی با کشورهای شمالی مثل روسیه و آذربایجان و دریافت برق ارزان قیمت از آنها در تابستان است. پیک مصرف برق در این کشورها در زمستان و در ایران در تابستان است. ایران می‌تواند در دوره پیک مصرف برق این کشورها به آنها برق صادر کرده و در تابستان برق وارد کند. این اقدام علاوه بر پیک‌زدایی و کاهش نگرانی‌ها راهی برای ارزش‌آفرینی برای برق تولیدی کشورمان است. این راه‌حل در دستور کار مقامات وزارت نیرو قرار گرفته و قرار است از این ظرفیت استفاده شود. دو حل دوم اصلاح اقتصاد انرژی و افزایش قیمت برق است. تجربه دیگر کشورها ثابت کرده که با افزایش قیمت برق، هزینه تأمین برق در سبد خانوار افزایش پیدا نمی‌کند، بلکه این میزان مصرف است که کمتر می‌شود. دولت می‌تواند از تجربه دیگر کشورها در این زمینه استفاده کرده و قیمت برق را بالا ببرد. این راه‌حل به دلیل سیاست‌های خاص دولت در زمینه توزیع انرژی کمتر دیده می‌شود و حتی در دوره پیک مصرف خاموشی‌های کنترل شده بیشتر در بخش صنعت اعمال می‌شود درحالی‌که برق صنعتی در دیگر کشورها به دلیل ایجاد ارزش افزوده ارزان‌تر از اختیار صنایع قرار می‌گیرد. پیک خانگی در ایران ارزان‌تر از برق صنعتی است و در کنار دیگر حامل‌های انرژی مثل بنزین و گازوئیل با قیمت آن در ایران یک‌چهارم هاب خلیج‌فارس است، با قیمت بسیار پایین‌تر از دیگر کشورها در اختیار مردم قرار می‌گیرد. اگر قیمت برق ۲۰ درصد واقعی شود، مصرف مردم به همین میزان کمتر خواهد شد.

آب

استارت توزیع لوازم کاهنده مصرف آب زده شد

مدیر دفتر مدیریت مصرف و نظارت بر کاهش آب بدون درآمد شرکت آب و فاضلاب گفت در حال حاضر طرح توزیع لوازم کاهنده مصرف به صورت قسطنی در استان اصفهان آغاز شده و استقبال خوبی نیز از سوی مشترکان برای دریافت این لوازم صورت گرفته است. روی سیدزاده در گفت‌وگو با ایسنا با بیان اینکه این طرح از روز شنبه به صورت جدی در اصفهان آغاز شده است، اظهار کرد: بروشورهایی با اطلاعات دقیق از انواع لوازم کاهنده در اختیار مشترکان پر مصرف قرار گرفته و هر مشترکی که تقاضای دریافت این تجهیزات را داشته باشد، شرکت آبفا در اختیار آنها می‌گذارد. وی ادامه داد: در روز اول حدود ۴۰۰ مشترک تقاضای دریافت لوازم کاهنده مصرف را داشته‌اند که پس از ارزیابی در شرکت آب و فاضلاب استان این لوازم در اختیار مشترکان قرار می‌گیرد و هزینه آن در قبوض مشترکان درج می‌شود. او با بیان اینکه مشترکان می‌توانند هزینه را به صورت نقدی یا به صورت اقساط تا ۲۴ ماه پرداخت کنند، گفت: خریداری این تجهیزات توسط شرکت آبفا به وسیله تأمین اعتبار طرح‌های عمرانی که به مدیریت مصرف اختصاص یافته، صورت گرفته است. به دنبال این هستیم تا در سال ۱۳۹۷ از سازمان برنامه و بودجه نیز برای انجام کارهای مدیریت مصرف تأمین اعتبار کنیم تا از این طریق بتوان میزان خرید لوازم کاهنده مصرف را گسترش داد. وی در پاسخ به اینکه آیا این طرح در استان‌های دیگر نیز اجرایی شده است، گفت: در استان‌های تهران، سمنان، مشهد، مرکزی، استان‌های جنوبی مانند هرمزگان این طرح در دست اقدام است و به محض خرید لوازم کاهنده مصرف اقدامات بعدی آغاز خواهد شد.

چرا کسب‌وکارهای اینترنتی در ایران پا نمی‌گیرند؟

میان‌بر توسعه



وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

حقیقت این است که وقتی از بخش خصوصی نام برده می‌شود، عنوان بخش غیردولتی مطرح می‌شود که البته به معنای بخش خصوصی و تعاونی است. همین تعریف در قوانین ما نشان می‌دهد که بخش خصوصی جایگاه مهمی در اقتصاد ایران ندارد. به همین دلیل پایگاه استارت‌آپ که بخش خصوصی است با اولین مانع که قوانین و مقررات دولتی است، متوقف می‌شود.

فرصت امروز



اقتصاد جهان

اقدام تلافی‌جویانه اتحادیه اروپا

وضع تعرفه سنگین برای کالاهای آمریکایی

اتحادیه اروپا در اقدامی تلافی‌جویانه علیه آمریکا، ۱۸صنعه فهرست کالاهای آمریکایی را که تعرفه آنها در این اتحادیه افزایش می‌یابد به سازمان تجارت جهانی ارائه کرد. به گزارش انتخاب، پیشتر اعلام شده بود اتحادیه اروپا آماده است در صورت وضع تعرفه‌های جدید فولاد و آلومینیوم از سوی ایالات متحده در مراودات تجاری، مقابله به مثل کند. سسیلیا مالمستروم، کمیسر تجارت و بازرگانی اروپا با اعلام این خبر گفت: «اروپا به تصمیم‌های دونالد ترامپ در این زمینه معترض است. از روز سه‌شنبه اول ماه مه، افزایش تعرفه‌های گمرکی آمریکا بر فولاد و آلومینیوم وارداتی از اتحادیه اروپا اجرایی می‌شود.» سسیلیا مالمستروم همچنین افزود: «اولویت اصلی اتحادیه اروپا مذاکرات سطح بالا با ایالات متحده است.»

کمیسر بازرگانی و تجارت اروپا می‌گوید: «چنانچه آمریکا، اتحادیه اروپا را به صورت دائمی و بدون قید و شرط از تعرفه‌های گمرکی بر فولاد و آلومینیوم معاف نکند، اتحادیه اروپا در مقام تلافی برخورد خواهد آمد.» مالمستروم در ادامه تأکید کرد: «ما در حال تنظیم واکنشی سه‌جانبه هستیم که با مقررات سازمان تجارت جهانی نیز سازگار خواهند بود.»

بلومبرگ گزارش داد

اروپا چگونه جریان انتقال پول به ایران را حفظ می‌کند؟

سوئیفت متعلق به اعضای آن است و نقش ستون فقرات را در بانکداری مدرن ایفا می‌کند. روزانه ۳۰ میلیون پیام مرتبط با نقل و انتقال پول توسط ۱۱ هزار بانک در سوئیفت ارسال می‌شود و از آنجایی که پایه این شبکه در بروکسل گذاشته شده، سوئیفت در قانون اتحادیه اروپا بست که موضوعیت پیدا می‌کند. در سال ۲۰۱۲، اتحادیه اروپا تحریم‌هایی را به ایران تحمیل کرد و براین اساس سوئیفت ۳۰ عضو ایرانی از جمله بانک مرکزی را تحریم کرد اما در سال ۲۰۱۶ از ارتباط بانک‌های ایرانی با شبکه سوئیفت دوباره برقرار شد. با خروج از سوئیفت در سال ۲۰۱۲، ایران امکان دریافت مبالغ صادراتی و پرداخت برای واردات را از دست داد. در داخل کشور شرکت‌های ایرانی مجبور به استفاده از روش گران، قدیمی و کند حواله بانکی شدند که نارضایتی بازرگانان را در پی داشت. هرچند رئیس‌جمهور آمریکا اخیراً اعلام کرد که از برجام خارج می‌شود اما اتحادیه اروپا، آلمان، فرانسه و انگلیس، چین و روسیه در این معاهده باقی مانده‌اند. این یعنی سوئیفت نیازی به قطع دوباره دسترسی ایران به این شبکه ندارد. هرچند سوئیفت اعلام کرده که با تنظیم‌کننده‌هایش در اروپا و آمریکا در این باره مشورت خواهد کرد اما بسیار بعید است برخلاف نظر اتحادیه اروپا عمل کند.

تحریم‌های آمریکا به‌طور حتم سرمایه‌گذاری شرکت‌های این کشور در ایران را مختل می‌کند اما ایران اگر صادرات نفت را حفظ کند، تحت فشار شدید قرار نخواهد گرفت. در سال ۲۰۱۲ تنها راه دریافت پول نفت ایران حواله بانکی بود اما بانک‌های زیادی حاضر به همکاری در این قالب با ایران نبودند. این باعث شد درآمدهای نفتی ایران از ۹۲۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ به ۵۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ برسد و این افت درآمد تا سال تصویب برجام ادامه یافت. بدون خروج ایران از سوئیفت، بعید است که از سرگیری تحریم‌های آمریکا علیه ایران چنین خسارتی را به بار آورد. این یعنی اروپا که اتفاقاً در زمینه افزایش تعرفه فولاد و آلومینیوم با آمریکا دچار مسئله شده، مشابه ترامپ در این زمین بازی کند. اگر اروپا دسترسی ایران به سوئیفت را قطع کند، آمریکا می‌تواند این شبکه را هم تحریم کند اما این تحریم برای منافع آمریکا زیان‌آور است چراکه پیامدهای خوبی برای سیستم مالی جهان ندارد. اگر اعتبار سوئیفت کم شود، تقاضا برای استفاده از روش‌های جایگزین از جمله استارت‌آپ‌های بلاکچین و راه‌هایی که بعضی دولت‌های مقتدر در این باره طی کرده‌اند، افزایش پیدا می‌کند. روسیه و ایران پیش از این برای استفاده نکردن از دلار در معاملات سیستم پرداخت بلاکچین را برقرار کردند. روسیه همچنین برای استفاده داخلی جایگزینی برای سوئیفت ایجاد کرده و شرکت‌ها را ملزم به استفاده از آن کرده است، سیستمی که ارسال پیام در آن به مراتب از سوئیفت ارزان‌تر است.

از سال ۲۰۱۵ چین هم تلاش کرده راه‌حل داخلی برای پرداخت هایش پیدا کند. این سیستم هنوز مورد استفاده گسترده قرار نگرفته اما می‌تواند برای دور زدن تحریم‌ها مفید واقع شود. مشکلات هرچه بیشتر برای سوئیفت یعنی جذابیت هرچه بیشتر این جایگزین‌ها. با گذشت به دنیای پیش از سوئیفت غیرقابل تصور نیست. زمانی که اتحادها بشکند و قانون‌ها دوباره نوشته شود، سازمان‌های جهانی هم از تغییر و حتی تحولات بزرگ در اسان نخواهند بود. سوئیفت با کمک اروپا، می‌تواند بی‌طرفی‌اش را حفظ کند و به توافق با ایران کمک کند تا زمانی که آمریکا دوباره برای مذاکره آماده شود.



گزارش ۲

کارنامه حوزه ICT کشور طی ۷ ماهه دولت دوازدهم

۵۰ درصد شهرهای ما پوشش نسل سوم و چهارم داشتند اما اکنون همه شهرها این پوشش را دارند. همچنین در حوزه شاخص ارتباطات روستایی در قالب اینترنت، تلفن ثابت و تلفن همراه، در ابتدای دولت دوازدهم معادل ۳۵ درصد کل روستاها دارای ارتباطات کامل بودند که در این مدت به رشد ۵۷درصدی در توسعه ارتباطات روستاها رسیده‌ایم. در این راستا بیش از ۵۳ هزار کیلومتر از جاده‌های کشور تحت پوشش خدمات نسل سه و چهار برده شده که به گفته مسئولان، در نوروز امسال برای مردم قابل لمس بود؛ همچنین در برخی از شاخص‌های دولت الکترونیک، رشد چهار برابری داشتیم مثل میزان شاخص مشارکت در توسعه دولت الکترونیک که در ابتدا ۴ درصد بود و امروز به ۱۶ درصد رسیده که البته باید به

بلاى ۶۰ درصد برسیم. راه‌اندازی دولت همراه به عنوان یکی از مهم‌ترین پروژه‌های دولت الکترونیک اعلام و چهارشنبه گذشته از اپلیکیشن دولت همراه رونمایی شد که از طریق کافه بازار و اپ استورهاى داخلی قابل دسترسی است که بر این اساس ارتباط مردم با دولت به صورت اختصاصی می‌شود تا ضمن ارتباط با دستگاه‌ها، همه اطلاعات را جمع شده داشته باشیم. البته در این بخش مسئولان حوزه ICT کشور بر تکمیل سرویس‌های ارائه شده در دولت همراه به لزوم پیوستن همه دستگاه‌ها تأکید دارند. به عنوان مثال در حوزه وزارت ارتباطات و وقتی وارد اپلیکیشن می‌شوید، مشخصات تمام سیم‌کارت‌ها، خطوط ثابت و اشتراک‌های خود را می‌توانید ببینید و قبوض آن را پرداخت کنید یا تغییر ناشی‌ها را انجام دهید.

از سوی دیگر با اجرای پروژه‌هایی که در هفته ارتباطات افتتاح شد، ظرفیت ارتباطات بین‌الملل کشور دو برابر و ظرفیت ارتباطات داخلی از همان چیزی که از ابتدا تا الان ایجاد شده بود، سه برابر شده است. به عبارتی از ۶.۴ تریابت ظرفیت قابل استفاده از شبکه داخلی به ظرفیت ۱۸.۲ تریابت رسیدیم. همچنین در حوزه اینترنت نیز ۱.۲ تریابت ظرفیت نصب شده بود که به ۲.۴ تریابت ارتقا پیدا کرده و در این مدت براساس مدل شبکه ملی اطلاعات و تعریف جدید مدل تعرفه‌ها، باعث شد با رشد چهار برابری تولید محتوا به‌خصوص در حوزه محتوای صوتی و تصویری روبه‌رو شویم که مجموعاً محتوای داخلی نسبت به قبل رشد ۴۰درصدی و در مجموع ۱۶درصدی را داشت. شکل گرفتن چارچوب‌هایی برای حمایت از کسب‌وکارهای

راه‌اندازی دولت همراه به عنوان یکی از مهم‌ترین پروژه‌های دولت الکترونیک اعلام شد و از اپلیکیشن دولت همراه رونمایی شد تا ارتباط مردم با دولت به صورت اختصاصی شود و ضمن ارتباط با دستگاه‌ها، همه اطلاعات را جمع شده داشته باشیم. به گزارش ایسنا، بر اساس آمارى که از سئوى مسئولان وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات اعلام شده، طی هفت ماه گذشته ظرفیت ارتباطات بین‌الملل کشور دو برابر و ظرفیت ارتباطات داخلی سه برابر شده و با تغییر مدل تعرفه‌ها در مجموع شاهد رشد ۱۶ درصد تولید محتوا در داخل کشور بودیم. وزارت ارتباطات و فناوری

حجم بالای واردات پوشاک غیررسمی
۹۹ درصد پوشاک چینی و اماراتی
قاچاقی به ایران می آید

عضو اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک با توجه به آمار به ثبت رسیده در سازمان ملل و قیاس آن با آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران اعلام کرد که حدود ۹۹ درصد از پوشاک وارد شده به ایران از چین و امارات، قاچاق است.

وی ادامه داد: از دی ماه سال ۱۳۹۴ تا دی ماه سال ۱۳۹۵ حدود یک میلیارد دلار صادرات پوشاک از سوی سایر کشورها به ایران انجام گرفته است که براساس آمار سازمان ملل سهم چینی ۳۹۸ میلیون دلار، ترکیه ۳۳۸ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۲۰۹ میلیون دلار، هند ۲۲۵ میلیون دلار، ایتالیا ۱۶ میلیون دلار، آلمان ۳۴ میلیون دلار، سوئیس ۳ میلیون دلار، اسپانیا ۳ میلیون دلار، فرانسه ۲۳ میلیون دلار و بلژیک ۷۱۶ هزار دلار بوده است.

عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران ادامه داد: این آمار، آمار بین المللی است که در سال ۲۰۱۶ به ثبت رسیده و میزان صادرات پوشاک براساس کدهای تعرفه ای ۶۱ و ۶۲ توسط صادر کنندگان به گمرکات کشور مبدا به مقصد ایران ثبت شده است.

نامی همچنین به آمار صادرات پوشاک از دی ماه سال ۱۳۹۵ تا دی ماه سال ۱۳۹۶ اشاره کرد و گفت: هنوز میزان صادرات پوشاک از سوی کشور چین و امارات متحده عربی به ایران اعلام نشده و سازمان ملل در این رابطه آماری منتشر نکرده است، اما میزان صادرات پوشاک از کشورهای ترکیه، ایتالیا، هند، اسپانیا، آلمان، سوئیس و فرانسه به ایران در مدت زمانی مذکور به ترتیب معادل ۱۰۰، ۱۷، ۱۳، ۳، ۳، ۲، ۲ میلیون دلار بوده است.

به گفته وی، میزان پوشاکهایی که از امارات به ایران وارد می شود نیز عمدتاً چینی است چراکه اماراتی ها در بخش تولید پوشاک فعالیت قابل اشاره ای ندارند. عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با اشاره به اینکه کیفیت پوشاک کشورهای اروپایی از سایر کشورها مطلوب تر است، خاطرنشان کرد: عمدتاً پوشاک وارد شده از کشورهای چین و امارات دارای کیفیت بسیار پایینی هستند و کالای درجه دو به شمار می آیند. نامی با بیان اینکه براساس خوداظهاری چینی ها و اماراتی ها به ترتیب ۳۹۸ و ۳۳۸ میلیون دلار از دی ماه سال ۱۳۹۴ تا دی ماه سال ۱۳۹۵ صادرات پوشاک به ایران صورت گرفته است، اظهار کرد: این آماری است که توسط سازمان ملل منتشر شده، اما براساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران در مدت زمانی اعلام شده میزان واردات چینی ها و اماراتی ها به ایران به ترتیب ۴۵۰ میلیون دلار بوده است. این در حالی است که طبق آمار سازمان ملل ترکیه ای ها ۱۰۰ میلیون دلار پوشاک به ایران صادر کردند که از این رقم تنها ۳۸ میلیون دلار واردات رسمی در گمرک ایران به ثبت رسیده است.

وی با اعلام اینکه سالانه حدود یک میلیارد دلار صادرات پوشاک از سایر کشورها به ایران مدنظر قرار می گیرد، ادامه داد: نکته جالب در این رابطه این است که کل واردات رسمی پوشاک به کشور در سال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ به ترتیب معادل ۶۱ و ۵۱ میلیون دلار بوده است و سایر پوشاک وارد شده به کشور که حدود یک میلیارد دلار بوده به صورت قاچاق است.

عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران افزود: حدود ۹۹ درصد از پوشاک وارد شده به ایران از چین و امارات متحده عربی قاچاق است که این آمار، آماری قابل تأمل بوده و باید نسبت به آن راهکاری اساسی اتخاذ کرد.

نامی با اشاره به اینکه شرکت های اروپایی و به ویژه کشور ترکیه در حال قانونمند کردن فعالیت های خود در حوزه پوشاک در ایران هستند، بیان کرد: به تدریج ترکیه ای ها در حال اجرای دستورالعمل ساماندهی پوشاک هستند و جزو اولین شرکت هایی به شمار می روند که تولید خود در ایران را آغاز کردند، اما این در حالی است که چینی ها عمدتاً کالاهای تقلبی، قاچاق و با کیفیت پایین به ایران وارد می کنند و مشکل اساسی این است که آنها نه برندی برای خود تعریف کرده اند و نه در مسیر قانونمند کردن واردات به ایران عمل می کنند.

گفتنی است در حالی که براساس آمار سازمان ملل سالانه حدود یک میلیون دلار پوشاک از سوی کشورهای مختلف دنیا به ایران صادر می شود، اما کل واردات رسمی و به ثبت رسیده در گمرک جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۵ معادل ۶۱ میلیون دلار و در سال ۱۳۹۶ معادل ۵۹ میلیون دلار بوده است که این آمار حاکی از حجم بالای واردات پوشاک به صورت غیررسمی به ایران است.

بانکها مکلف به پرداخت وام نوسازی بافت فرسوده شدند

اراده دولت برای اجرای «باز آفرینی شهری»



از تکمیل ساخت و ساز و انتقال خانوار به واحد مسکونی نوسازی شده، این مبلغ به صورت یکجا مجدداً به بانک عامل بر گردانده می شود.

بودجه یک میلیارد دلاری در راه است
همچنین مدیرعامل شرکت باز آفرینی شهری ایران از موافقت بانک مرکزی جهت اختصاص یک میلیارد دلار از صندوق توسعه ملی به برنامه باز آفرینی شهری خبر داد.

هوشنگ عشایری، معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل شرکت باز آفرینی شهری ایران در چهل و دومین جلسه از ستاد ملی باز آفرینی شهری پایدار گفت: در حال حاضر این مطلب پس از موافقت بانک مرکزی به کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی ارجاع داده شده است که بنا به تقاضای وزارت راه و شهرسازی از نمایندگان محترم کمیسیون قرار است با اعمال ماده ۴۹ به این مسأله، اختصاص این مبلغ در دستور کار اصلی مجلس قرار و تا دو هفته آینده تصویب شود.

و اعتبار، نرخ سود تسهیلات نوسازی بافت فرسوده به میزان نصف سود تعیین شده از سوی این شورا پرداخت شود، بنابراین اگر رقم تعیین شده برای سود تسهیلات بانکی از سوی شورای پول و اعتبار در حال حاضر ۱۸ درصد است، برای وام نوسازی ۹ درصد آن را دولت به عنوان یارانه تسهیلات به بانکها پرداخت می کند و ۹ درصد آن را دریافت کننده وام پرداخت خواهد کرد.

۲۰ میلیون وام قرض الحسنه اسکان موقت
وی این مصوبه را پیشنهاد شرکت عمران و بهسازی شهری ایران عنوان و تصریح کرد: همچنین در این مصوبه قرار است به متقاضیان نوسازی مسکن در تهران، علاوه بر ۵۰ میلیون تومان وام نوسازی مسکن به صورت مشارکت مدنی، ۲۰ میلیون تومان وام قرض الحسنه برای اسکان موقت هم اعطا شود که این تسهیلات در طول دوره مشارکت مدنی و نوسازی در اختیار متقاضیان قرار می گیرد و پس

مشوق هایی برای اجرایی شدن این طرح پیش بینی کرد.
هیات دولت در جلسه عصر روز یکشنبه با حضور رئیس جمهور، راهکارهای اجرایی برنامه ملی باز آفرینی شهری پایدار را با هدف احیا، بهسازی و نوسازی بافت های فرسوده و ناکارآمد شهری مورد بررسی قرار داد و کلیه وزارتخانه ها و موسسات و شرکت های دولتی مکلف شدند نسبت به واگذاری رایگان اراضی در اختیار خود در محدوده ها و محلات دارای بافت فرسوده و ناکارآمد شهری به وزارت راه و شهرسازی اقدام کنند.

همچنین دولت جهت ایجاد مشوق های لازم برای تسهیل در فرایند باز آفرینی شهری پایدار، کلیه دستگاه های عضو ستاد ملی باز آفرینی شهری پایدار را موظف کرد حداقل ۳۰ درصد از اعتبارات بودجه ای ستواری مربوط به فعالیت های خود در شهرها را به برنامه اجرایی باز آفرینی محدوده ها و محلات هدف، اختصاص دهند.

علاوه بر اینها، میزان سقف تسهیلات مشارکت مدنی دوره ساخت و ودیعه اسکان موقت در اراضی مشمول این طرح هم در کالانشهرها به ازای هر واحد مسکونی تولید شده به ترتیب ۵۰۰ میلیون و ۲۰۰ میلیون ریال و در سایر شهرها نیز سقف تسهیلات یاد شده را به ترتیب ۴۰۰ میلیون و ۱۵۰ میلیون ریال تعیین کرد. در کنار همه اینها تیر آخر دولت برای جلب نظر مردم هم کاهش سود تسهیلات خرید مسکن (صندوق یکم) در بافت های فرسوده و ناکارآمد شهری از ۸ درصد به ۶ درصد و مدت سپرده گذاری از شش ماه به پنج ماه و نیز افزایش دوره بازپرداخت از ۱۲

سال به ۱۵ سال است.
پرداخت وام ۵۰ میلیونی نوسازی مسکن اجباری شد
در همین زمینه، عضو هیأت مدیره شرکت باز آفرینی شهری ایران از مصوبه هیأت دولت مبنی بر تکلیفی شدن اعطای وام ۵۰ میلیون تومانی نوسازی مسکن از سوی بانکها با سود ۹ درصد خبر داد.
مجید روستا در گفت و گو با مهر، درباره مصوبه هیأت دولت گفت: در این مصوبه پیشنهادات شرکت باز آفرینی شهری ایران در خصوص اختصاص اراضی دولتی واقع در بافت های فرسوده به این شرکت برای اجرای برنامه ملی باز آفرینی شهری، تخصیص یارانه به سود تسهیلات ۵۰ میلیون تومانی نوسازی بافت فرسوده و همچنین کاهش نرخ سود تسهیلات خرید مسکن در بافت فرسوده از محل صندوق پس انداز مسکن یکم از ۸ به ۶ درصد به تصویب رسید.

وی درباره تکلیفی شدن پرداخت وام ۵۰ میلیون تومانی بازسازی بافت فرسوده گفت: بیشتر نیز اعطای این وام به تصویب رسیده بود، اما شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی در ابلاغیه خود به بانکها، پرداخت این وام از سوی بانکها را «مشروط به وجود منابع و مصارف» کرده بودند، اما در مصوبه جدید، بانکها «مکلف» به پرداخت این تسهیلات شده اند.

عضو هیأت مدیره شرکت باز آفرینی شهری ایران ادامه داد: براساس مصوبه هیأت دولت قرار شده با تصویب شورای پول

معاون اول رئیس جمهور:

دیپلماسی اقتصادی مهم ترین ابزار
برای مقابله با تحریم هاست

جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی روز دوشنبه به ریاست معاون اول رئیس جمهور برگزار شد. اسحاق جهانگیری در این جلسه با اشاره به گزارش دبیرخانه ستاد از برنامه های تدوین شده برای کاهش فقر گفت: در جامعه اسلامی ایران، مشاهده چهره خشن فقر و اینکه افرادی سر گرسنه بر بالین بگذارند غیرقابل تحمل است و مهم ترین خدمتی که ما باید در این زمینه انجام دهیم تمرکز همه تلاش ها برای زدودن چهره خشن فقر از جامعه است. معاون اول رئیس جمهور افزود: سال گذشته تصمیم گرفتیم که برای مقابله با فقر افرادی که درآمد آنها پایین تر از سقف تعیین شده باشد بتوانند مابه التفاوت درآمد خود را از دولت دریافت کنند و برای این منظور ۷۰۰۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شد. وی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی خواست دقت کافی را برای شناسایی این گونه افراد انجام دهند و پس از شناسایی نسبت به توانمندسازی آنان و پرداخت مابه التفاوت درآمد اقدام کنند. جهانگیری همچنین با تأکید بر ضرورت تأمین مسکن و ایجاد اشتغال برای مددجویان و اقشار کم درآمد جامعه، تصریح کرد: در موضوع آموزش این افراد باید به این نکته توجه شود که در رشته هایی تحصیل کنند که بتوانند پس از فارغ التحصیلی و یا گذراندن دوره های آموزش فنی و حرفه ای وارد بازار کار شده و خودشان به افرادی کار آفرین تبدیل شوند.

وی ادامه داد: دولت در تلاش است برای افزایش رفاه عمومی جامعه، اقتصاد کشور را بزرگ کند و این یکی از سیاست های اصلی دولت است که با بزرگ کردن اقتصاد، درآمد سرانه و رفاه عمومی جامعه را ارتقا دهد. جهانگیری با اشاره به بدعهدی آمریکا و خروج این کشور از برجام گفت: با این اتفاق شرایط جدیدی پیش روی کشور قرار دارد که لازم است در این شرایط از دستگاه دیپلماسی به طور کامل حمایت شود تا دیپلمات های کشورمان بتوانند از مواضع جمهوری اسلامی ایران دفاع کنند. وزارت خارجه مذاکرات خود را با اتحادیه اروپا دنبال می کند تا راهکارهای ادامه برجام در صورت تحقق تضمین های مورد نظر جمهوری اسلامی ایران بررسی شود.

او ادامه داد: آمریکا در تلاش است تا با به کارگیری روش های مختلف به اقتصاد ایران آسیب بزند، اما دولت عزم جدی دارد که با تمام ظرفیت پای اداره کشور بایستد و از شرایط به وجود آمده برای رشد و توسعه اقتصادی کشور استفاده کند.

اینترنت پرسرعت ثابت
#شتاب بگیر!

بدون محدودیت مکانی
قابل استفاده فوری

TD-LTE

۱۵۴۴ asiatech.ir

بانک‌نامه



بانک مرکزی پاسخ داد

چرا حساب بانکی ایرانیان در گرجستان بسته شد؟

به تازگی حساب بانکی ایرانیان نزد بانک‌های گرجستان مسدود شده است. دلیل این موضوع عمدتاً به ورود حجم متفاوت ارز به این حساب‌ها برمی‌گردد. طبق اعلام برخی مقامات اتاق بازرگانی و همچنین ایرانیان مقیم گرجستان ظاهراً حساب‌های ایرانیان در برخی از بانک‌های این کشور مسدود شده است. گرچه این شائبه ایجاد شد که ممکن است به دلیل خروج ترامپ از برجام و احتمال برگشت تحریم‌ها که از مهم‌ترین آن تحریم‌های بانکی است، گرجستان دست به بستن حساب‌های بانکی ایران زده باشد، اما پیگیری موضوع از بانک مرکزی با این توضیح همراه شد که اصلاً این بانک حسابی نزد بانک‌های گرجستانی ندارد که به برجام ربط داده شود، این جریان مربوط به ایرانیان مقیم گرجستان و یا افرادی است که از ایران به بانک‌های این کشور پول حواله کرده‌اند. بنا بر این توضیحات، به هر حال تمامی بانک‌های دنیا استانداردهای پولشویی را مدنظر داشته و به دنبال شناسایی منبع و منشأ پول و ارز ورودی هستند. این در حالی است که به نظر می‌رسد در ماه‌های اخیر گرجستان یکی از مقاصد ارزی بوده و مردم ارز زیادی را نسبت به دوره‌های قبل به حساب‌های بانکی در این کشور وارد کرده‌اند. از این رو به‌طور کلی طبیعی کشور گرجستان با توجه به احساس این تفاوت و براساس استانداردهای پولشویی می‌تواند دست به بستن حساب‌ها و مسدود کردن آنها زده باشد. در این رابطه مردم باید توجه داشته باشند که برای خروج پول و ارز و ورود آن به حساب بانکی در سایر کشورها، رسک‌های مربوط به آن را نیز بپذیرند چراکه ممکن است مانند این جریان بانک‌های کشور مقابل، در راستای رعایت استانداردهای لازم حساب‌های آنها را مسدود کنند. گفتنی است در راستای اجرای قوانین مربوط به پولشویی ایران نیز در حال حاضر نگهداری بیش از ۱۰ هزار یورو را نزد افراد جرم اعلام کرده و در صورت شناسایی با آن برخورد می‌شود، در عین حال که طبق بخشنامه اخیر بانک مرکزی خروج اسکناس از ایران بیش از ۵۰۰۰ یورو ممنوع بوده و بالاتر از آن باید اظهار شده و مورد بررسی قرار گیرد. همچنین رئیس اتاق بازرگانی ایران و گرجستان با تأیید اسناد حساب تعدادی از ایرانیان در گرجستان گفت: با سفارت ایران در گرجستان صحبت کردیم و قرار شد که پیگیری بیشتری داشته باشند و اعلام نتیجه کنند. به گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، سیدیه فاطمه مقیمی درباره بلوکه‌شدن حساب تجار ایرانی در گرجستان اظهار داشت: این مسئله را پیگیری کرده‌ایم اما به صورت مبهم جواب دادند که تعدادی از حساب‌های ایرانیان مسدود شده و همچنین اجازه افتتاح حساب جدید را فعلاً به دلایلی نمی‌دهند. وی افزود: بسیاری از موارد به دلیل بحث اقامتی و مهاجرتی بوده که در حال بررسی هستند، همچنین مقداری هم به شرایط تحریمی که آمریکا دوباره علیه ایران اعمال کرده بازمی‌گردد. رئیس اتاق بازرگانی ایران و گرجستان تأکید کرد: با توجه به اینکه اتحادیه اروپا تحریم‌ها را تأیید نکرده انتظار می‌رود این مسئله حل شود که به عنوان اعتراض این موضوع را اعلام کردیم. همچنین با سفارت ایران در گرجستان صحبت کردیم و قرار شد که پیگیری بیشتری داشته باشند و اعلام نتیجه کنند. این در حالی است که بانک «تی بی سی» گرجستان، به تازگی با صدور بخشنامه‌ای، انجام هرگونه تراکنش بانکی برای ایرانیان بدون کارت اقامت را ممنوع کرده است. بر این اساس در حال حاضر حساب کسانی که قبلاً در این بانک حساب داشتند و کارت اقامت آنها آماده نیست، بلوکه شده است.

نشست گروه سرمایه‌گذاران نیک‌اندیش کارایا با حمایت بانک انصار برگزار شد

با حمایت بانک انصار بیست و یکمین نشست گروه سرمایه‌گذاری نیک‌اندیشان کارایا و همکاری مرکز فین‌تک این بانک در مرکز همایش‌های بانک مذکور برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بانک انصار، در ابتدای همایش مهندس شکرریز، رئیس هیأت موسس کارایا از بانک انصار به خاطر آنچه که وی آن را حمایت اثربخش بانک انصار از کارآفرینان کشور نامید، قدرانی کرد. در ادامه جلسه، آقای فورتن، قائم‌مقام بانک انصار طی سخنانی با اشاره به تاریخچه بانک، دستاوردهای آن را در عرصه مالی و پولی کشور به ویژه بانکداری الکترونیک تشریح کرد و گفت: بانک انصار از سوی نهادهای معتبر در کشور به عنوان یک بنگاه مالی و پولی موفق و حرفه‌ای ارزیابی می‌شود و در زمینه بانکداری الکترونیک پیش‌تاز بوده و از اولین دارندگان تکنیکتینگ در کشور بوده است. براساس این گزارش، پس از سخنان قائم‌مقام بانک انصار تئیس چند از کارآفرینان به ارائه گزارش‌های خود درخصوص دستاوردهای فنی شرکت متنوع پرداخته و سپس آقای دکتر فاطمی عضو هیأت‌مدیره هلدینگ توسن طی سخنانی به ارائه تصویری از آینده اقتصاد دیجیتال و نقش فناوری زنجیره بلوک پرداخته و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه، به ویژه دیجیتالیزه کردن دارایی‌ها توسط دولت و بخش خصوصی را با تأکید بر تسریع خصوصی سازی و کاهش تصدیگری دولت تشریح کرد.

بعد از مدت‌ها انتظار برای سپرده‌گذاران کلان موسسات اعتباری غیرمجاز ظاهراً قرار است به زودی برای این بخش از سپرده‌گذاران که در مجموع ارقام سنگینی را در موسسات سرمایه‌گذاری کرده بودند، تصمیم‌گیری شده و تعیین تکلیف شوند. به گزارش ایسنا، با پایان فعالیت موسسات اعتباری غیرمجاز در بازار پولی، تعیین وضعیت سپرده‌گذاران آنها از جمله مهم‌ترین مسائلی بود که بعد از انحلال موسسات وجود داشت و در کنار بانک مرکزی هر سه قوه مجریه، مقننه و قضاییه در درگیر خود کرد. به هر حال سپرده‌گذاری کلانی که در چند موسسه بزرگ از جمله فرشتگان، ثامن‌الحجج، افضل توس، البرز ایرانیان و با آرمین انجام شده بود، با درخواست صاحبان برای دریافت مواجه شد، آن هم در شرایطی که نقدینگی کافی وجود نداشت و املاک و دارایی‌های این موسسات به دلیل رکودی که در بازار حکمفرما بود، از قابلیت نقدشوندگی سریع برخوردار نبود. از این رو تعیین تکلیف سپرده‌گذاران موسسات

به‌طور مرحله‌ای و با توجه به شناسایی دارایی‌ها و اموال آنها و البته با اولویت پرداخت به سپرده‌گذاران خرد در دستور کار قرار گرفت. بر این اساس سپرده‌گذاران کلان و آنهایی که با ارقام میلیاردی در موسسات غیرمجاز سپرده‌گذاری کرده‌اند، برای مدت‌ها در انتظار تعیین تکلیف ماندند و حتی در مواردی مطرح می‌شد که اگر دارایی‌ها و اموال موسسات پاسخگوی منابع مورد نیاز این سپرده‌گذاران نباشد، بعید نیست که سرمایه آنها به‌طور کامل بنگردد چراکه به هر صورت پرداخت وجوه سپرده‌گذاران منوط به شناسایی دارایی‌ها و اموال موسسات و اختصاصی خط اعتباری بانک مرکزی در قبال آن بود. در اواخر سال گذشته بود که فرشاد حیدری -معاون نظارت بانک مرکزی- اعلام کرد که این امید وجود دارد تا با تغییراتی که در هیأت تصفیه موسسات غیرمجاز انجام شده و سایر اقدامات بتوان تا پایان نیمه اول امسال با تسریع شناسایی دارایی و اموال موسسات، سپرده‌گذاران

کلان را تعیین تکلیف کرد. این در حالی است که به تازگی پزشک‌کیان، نایب‌رئیس مجلس و یکی از اعضای کمیته سه نفره رسیدگی به امور موسسات غیرمجاز (شامل نمایندگان از دولت، مجلس و قوه قضاییه) اعلام کرده که در نشست اخیر سران سه قوه در رابطه با چگونگی پرداخت وجوه سپرده‌گذاران تا سقف یک میلیارد تومان بحث و بررسی‌هایی انجام شده است. به گفته وی پیش‌نویس مصوبه‌ای که درباره این موضوع بوده، در حال آماده‌شدن است و اعضا به دنبال این هستند تا بتوانند برنامه‌ریزی لازم برای چگونگی پرداخت اصل سپرده‌های تا سقف یک‌میلیارد تومان را انجام دهند. نایب‌رئیس مجلس این وعده را داده که تا چهارشنبه هفته جاری این تصمیمات نهایی شود و بتوان در مورد پرداخت سپرده‌های کلان اقدام کرد. بنابر اعلام وی تیم شناسایی اموال روند شناسایی را با سرعت پیش می‌برند و مقرر شده تا ارتباط با سپرده‌گذاران افزایش پیدا کند تا اموالی که

دست به دست گشته و به چند واسطه فروخته شده، شناسایی شود تا طبق آن بتوان برای سپرده‌های بیش از یک میلیارد تومان نیز تصمیم‌گیری کرد. در حالی پزشک‌کیان تأکید کرده که پرداخت سپرده‌های تا سقف یک میلیارد تومان شامل موسساتی می‌شود که دچار مشکل شده‌اند که در بین این موسسات فرشتگان، ثامن‌الحجج، البرز ایرانیان، وحدت، افضل توس مورد توجه خواهند بود، چراکه در حدود دو سال گذشته این موسسات با مشکلات بسیاری همراه بودند و پرداخت وجوه سپرده‌گذاران به‌طور مرحله‌ای و تا سقف معینی انجام شده است. سروری بر آخرین وضعیت پرداخت‌ها در موسسات غیرمجاز نشان می‌دهد که برای این قبیل سپرده‌گذاران از زیرمجموعه موسسه کاسپین به‌طور مرحله‌ای تا سقف ۲۰۰ میلیون تومان پرداخت شد رقم فقط می‌توانستند ۲۰۰ میلیون تومان دریافت کنند. همچنین در مورد افضل توس، البرز ایرانیان و وحدت که هر کدام تعهدات‌شان به ترتیب

به بانک‌های آینده، تجارت و موسسه ملل واگذار شده بود، در فرآیندی مرحله‌ای تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان دریافت کرده و سپرده‌گذاران کلان نیز تا همین مبلغ تعیین وضعیت شده بودند. همچنین در مورد ثامن‌الحجج باید یادآور شد که سپرده‌های تا سقف ۲۰۰ و ۳۰۰ میلیون تومان به‌طور مرحله‌ای در دستور کار قرار دارد. گرچه بانک مرکزی نیز به عنوان یکی از اعضای اصلی تصمیم‌گیرنده در رابطه با وضعیت سپرده‌گذاران موسسات اعتباری تاکنون اعلام موضعی در رابطه با خبر مربوط به تعیین تکلیف سپرده‌گذاران یک میلیاردی موسسات غیرمجاز نداشته، اما به هر حال می‌تواند این امید برای این قبیل سپرده‌گذاران وجود داشته باشد که در آینده‌ای نزدیک وضعیت آنها نیز مشخص شود. بانک مرکزی تاکنون در ازای شناسایی اموال دارایی موسسات غیرمجاز بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان خط اعتباری به منظور تعیین تکلیف سپرده‌گذاران اختصاص داده است.

یک اقتصاددان مطرح کرد

واکنش بازارهای مالی نسبت به شرایط موجود اقتصادی

این عضو هیأت علمی دانشگاه تهران با اشاره به سیاست انقباضی بانک مرکزی برای کاهش نرخ سود سپرده‌ها در این مورد توضیح داد: طبیعی بود که این اتفاق باعث حرکت کردن سرمایه به سمت بازار ارز و سکه شود. هرچند به خودی خود این اتفاق الزامی نبود، اما بازارگردان‌های حوزه‌های ارز و مسکن از این فرصت استفاده کرده و هیجان ایجاد کردند. بغزیان در توضیح نسبت دو مقوله نرخ ارز و نرخ تورم با تفکیک اقتصاد ایران از سایر اقتصادهای دیگر، اظهار کرد: یکی از متغیرهای درون‌زای سیستم در ایران نرخ تورم است. دولت می‌تواند نرخ تورم را هدف‌گذاری کند به این صورت که با عملکرد خوب خود به این اهداف برسد و نه به صورت دستوری. تورم نه در یک بازار بلکه در همه بازارهای اقتصاد می‌تواند اتفاق بیفتد. وی اضافه کرد: درباره برخی از محصولاتی که وارداتی هستند یا اصطلاحاً ارزبری دارند افزایش نرخ ارز می‌تواند باعث افزایش تورم باشد. در کنار این برخی دیگر از تولیدات که اساساً ربطی به نرخ ارز ندارند از افزایش نرخ ارز به عنوان یک بهانه برای افزایش قیمت محصول خود استفاده می‌کنند و

به همین ترتیب همه حوزه‌ها تحت تأثیر قرار می‌گیرند. این عضو هیأت علمی دانشگاه تهران با اشاره به سایر انواع تورم‌هایی که مبتنی بر نرخ ارز نیستند، ادامه داد: بعضی مواقع افزایش نرخ دستمزدها نیز می‌تواند منجر به افزایش تورم شود. زمانی که نرخ ارز بالا می‌رود قیمت‌ها نیز متناسب با آن افزایش پیدا می‌کند، اما زمانی که این نرخ پایین می‌آید قیمت‌ها متناسب با آن پایین نمی‌آید و اصطلاحاً قیمت‌ها در اینجا چسبندگی دارد. بغزیان با بیان اینکه دکترین افزایش تورم در نرخ ارز مدت‌ها است که منسوخ شده، گفت: تورم خود ناشی از نرخ ارز است زمانی که نرخ ارز تغییر کند تورم اتفاق می‌افتد و زمانی که تورم اتفاق می‌افتد نرخ ارز بالا می‌رود که این یک دور باطل است، درحالی‌که دولت‌ها باید نرخ ارز را مدیریت کنند همانند آنچه که در سایر کشورهایی همچون عربستان، امارات و آمریکا اتفاق می‌افتد. این کشورها نرخ ارز شناور را مدیریت می‌کنند و با آن بازی نمی‌کنند و نمی‌آیند به خاطر مسائل سیاسی نرخ ارز را دستکاری کنند، به همین خاطر است که نرخ ارز کشورها نسبت به دلار ثابت مانده است.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۸۰۲,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۸۵,۱۵۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۸۹۰,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۹۷۱,۰۰۰	▲
نیم سکه	۹۷۱,۰۰۰	
ربع سکه	۵۵۸,۰۰۰	
سکه گرمی	۳۵۰,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۲۰۰	
یورو اروپا	۷,۴۱۵	▲
پوند انگلیس	۸,۴۸۰	▲
درهم امارات	۱,۷۱۰	▲

دریچه

۴۰ روز پس از یکسان‌سازی نرخ ارز

دلار ۴۲۰۰ تومانی تکان خورد

توقف قیمت دلار در نرخ ۴۲۰۰ تومان پایدار نبود و بعد از حدود ۴۰ روز از جریان تکنرخی شدن نرخ ارز، بانک مرکزی از روز دوشنبه این ارز را تا ۵ تومن گران کرد. به گزارش ایسنا، به دنبال نوسانات بازار ارز و رشد قیمت دلار تا بیش از ۶۰۰۰ تومان در نهایت دولت راهکار خود را اعلام سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز دانست و در شامگاه ۲۰ فروردین‌ماه خبر داد که تصمیم گرفته تا شرایط جدیدی در بازار ارز اعمال کند. بر این اساس عنوان شد تمامی قیمت‌های دلار و نرخ‌هایی که تا آن روز مورد معامله قرار می‌گرفت کنار گذاشته شده و از آن پس دلار فقط با نرخ ۴۲۰۰ تومان خرید و فروش می‌شود. به دنبال اجرایی‌شدن این سیاست دیگر قیمت دلار و سایر ارزهای مبادله‌ای حذف و نرخ بازار آزاد به رسمیت شناخته نشد و برای ۳۹ ارزی که بانک مرکزی روزانه قیمت آن را اعلام می‌کند، سیاست تکنرخی در پیش گرفت. برای دلار قیمت ۴۲۰۰ تومان تعیین و در دستور کار قرار گرفت، به‌طوری که واردکنندگان و صادرکنندگان در مدت اخیر ارزهای خود را با این نرخ دریافت و عرضه کردند و همچنین سایر متقاضیانی که ارز برای آنها تعریف شده نیز نیاز خود را با نرخ ۴۲۰۰ تومان دریافت می‌کردند. اما در رابطه با اینکه نرخ ۴۲۰۰ تومان تا چه اندازه می‌تواند ثابت بماند و غیرقابل تغییر باشد، گرچه در ابتدای سیاست تکنرخی شدن ارز برخی اعلام کردند که دلار تا شش ماه بدون تغییر بوده و در ۴۲۰۰ تومان باقی می‌ماند، اما در سوی دیگر این تأکید وجود داشت نرخ موجود همیشگی نیست و براساس عرضه و تقاضا تغییراتی نیز خواهد داشت. در شرایطی انتقادات نسبت به نگه‌داشتن قیمت دلار در یک نرخ ثابت تا حدی از سوی کارشناسان مطرح و آن را یک آسیب می‌دانستند که در مدت اخیر رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرده بود قیمت دلار ثابت باقی نمی‌ماند و تا پایان سال می‌تواند تا ۶ درصد دچار تغییر شود. به هر صورت روز دوشنبه همزمان با ۳۱ اردیبهشت‌ماه یعنی حدود ۴۰ روز پس از اجرای سیاست جدید ارزی قیمت دلاری که بانک مرکزی به عنوان نرخ مرجع اعلام کرد تکان خورده و از ۴۲۰۰ به ۴۲۰۵ تومان افزایش داشته است. با توجه به اینکه خرید و فروش ارز در صرافی‌ها ممنوع شده، این بانک‌ها هستند که مسئولیت معاملات ارزی را به صورت محوری برای برعهده دارند. در معامله‌ای که بانک‌ها برای ارز انجام می‌دهند نرخ مرجع بانک مرکزی را با قیمتی پایین‌تر خریداری کرده و با اضافه کردن کارمزد به فروش می‌رسانند. تا پیش از تغییر قیمت دلار نرخ ۴۲۰۰ تومانی آن با بانک‌ها ۴۱۷۹ تومان از عرضه‌کننده خریداری و ۴۲۱۱ تومان به فروش می‌رفت، اما با تغییر قیمت به ۴۲۰۵ تومان قیمت خرید نیز به ۴۱۸۴ تومان افزایش یافته و متقاضیان باید آن را با ۴۲۲۶ تومان از بانک‌ها خریداری کنند، در اصل نرخ دلار برای متقاضیان ۴۲۰۵ تومان نیست و کارمزد بانکی را نیز باید بابت آن بپردازند. با این حال در مدت گذشته از سیاست تکنرخی شدن ارز فقط دلار بود که ثابت ماند و سایر ارزها روزانه تغییر می‌کردند. بر این اساس روز دوشنبه نرخ مرجع پوند ۵۶۴۶ و یورو ۴۹۴۱ تومان اعلام شده است.

دریچه

بررسی ریسک و بازدهی ۳۹ صنعت بورس تهران
کارنامه دوماهه صنایع بورسی

صنعت استخراج سایر معادن، کاشی و سرامیک و قند و شکر از ابتدای سال جاری تا پایان ۲۶ اردیبهشتماه، بیشترین بازدهی را در میان ۳۹ صنعت بورس تهران ثبت کردند و در این میان، صنعت استخراج سایر معادن با بازدهی ۱۹.۳ درصدی بیشترین بازدهی را برای سرمایه‌گذاران به ثبت رساند.

به گزارش سنسنا، بررسی جدول ریسک و بازدهی صنایع نشان می‌دهد که صنعت استخراج ذغال سنگ با بازدهی ۱۱.۵ درصدی، استخراج سایر معادن با بازدهی ۱۱.۳ درصدی، انبوه‌سازی املاک و مستغلات با بازدهی ۸.۹ درصدی، کاشی و سرامیک با بازدهی ۸.۵ درصدی و قند و شکر با بازدهی ۸.۴ درصدی در آخرین هفته کاری اردیبهشت بیشترین بازدهی را داشتند. از ۳۹ صنعت حاضر در بورس تهران در هفته منتهی به ۲۶ اردیبهشتماه، ۲۲ صنعت با بازدهی مثبت همراه شدند و چهار صنعت روند منفی داشتند. در این میان سه صنعت نیز بدون تغییر بودند. گروه محصولات چوبی با افت قیمتی ۳.۴ درصدی بیشترین ریزش را در هفت روز گذشته داشت.

این گزارش نشان می‌دهد از ابتدای امسال تا پایان هفته گذشته صنعت استخراج سایر معادن با بازدهی ۱۹.۳ درصدی بیشترین بازدهی را برای سرمایه‌گذاران به ثبت رساند. کاشی و سرامیک نیز با بازدهی ۱۶ درصدی رتبه دوم بیشترین بازدهی صنعت را به خود اختصاص داد و رتبه سوم نیز با بازدهی ۱۳.۴ درصدی متعلق به گروه قند و شکر است.

بررسی ۳۰ روزه صنایع

این گزارش حاکی از آن است که در ۳۰ روزه منتهی به ۲۶ اردیبهشتماه استخراج سایر معادن، کاشی و سرامیک و قند و شکر بیشترین بازدهی را داشتند. این در حالی بود که گروه ساخت دستگاه‌ها و وسایل ارتباطی، حمل و نقل انبارداری و ارتباطات و محصولات شیمیایی در ۳۰ روز منتهی به هفته گذشته با بیشترین زیان مواجه بودند.

کم‌ریسک‌ها و پرریسک‌ها

همچنین بررسی میزان انحراف معیار و ریسک صنایع نشان می‌دهد صنعت استخراج سایر معادن، استخراج زغال سنگ و استخراج نفت گاز و خدمات جنسی جز اکتشاف در دوره زمانی مورد بررسی با بیشترین انحراف معیار همراه بودند. این در حالی بود که کم‌ریسک‌ترین صنایع بازار از ابتدای سال تا پایان هفته گذشته گروه ماشین‌آلات و تجهیزات، بانک‌ها و موسسات اعتباری و خدمات فنی و مهندسی بودند. در ادامه این گزارش بررسی روزهای مثبت هر صنعت از ابتدای سال تا پایان هفته گذشته نشان می‌دهد که صنعت کاشی و سرامیک با ۷۱ روز معاملاتی مثبت، در صدر این جدول قرار دارد. استخراج سایر معادن و استخراج کانه‌های فلزی نیز با ۶۲ روز معاملاتی مثبت، رتبه‌های دوم و سوم این جدول را به خود اختصاص دادند.

رشد ۹۱ پله‌ای بورس در آخرین روز اردیبهشتماه



بیشتر سهم‌ها با افت قیمت مواجه بودند هر چند که چند شرکت بزرگ به افزایش شاخص کمک کرده‌اند. در روزهای گذشته بورس تهران دلیل نگرانی از تصمیم رئیس جمهوری آمریکا درباره توافق هسته‌ای ایران، فشار فروش در بورس بالا رفت و به تبع آن، شاخص نیز افت زیادی داشت. اما در ۱۸ اردیبهشتماه، شرایط تغییر کرد و برخلاف انتظار، شاخص بورس روند صعودی در پیش گرفت.

اما بورس تهران در آخرین روز اردیبهشتماه امسال، افت قیمت‌ها در گروه خودرو و فرآورده‌های نفتی را تجربه کرد، اما قیمت سهم‌های قندی با رشد همراه بودند. این موضوع در جهت رخ داد که شاخص هم‌وزن در جهت خلاف شاخص کل حرکت کرد.

به گزارش ایسنا، روز دوشنبه در حالی شاخص کل بازده نقدی و قیمتی شاهد بود که شاخص کل هم وزن با افت مواجه شد. می‌دانیم که در محاسبه شاخص هم‌وزن، بزرگی و کوچکی شرکت‌ها دخالت داده نمی‌شوند و همه شرکت‌ها به یک میزان در شاخص اثر می‌گذارند.

کاهش شاخص هم‌وزن درحالی‌که شاخص کل رشد داشته می‌تواند نمایانگر این باشد که در قیمت بیشتر سهم‌ها بدون در نظر گرفتن بزرگی یا کوچکی شرکت‌ها افت داشته‌اند یعنی در واقع

نفت تبریز، پارس خودرو و پالایش نفت اصفهان هر یک به ترتیب ۲۳، ۲۲، ۲۰ و ۱۸ تأثیر کاهنده را روی شاخص‌های بازار سرمایه اعمال کردند.

در گروه فلزات اساسی شاهد نوسان کمتر از یک درصد در قیمت بیشتر سهم‌ها بودیم. در این گروه ۶۱ میلیون سهم به ارزش ۱۸ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت.

اما در گروه خودرو و ساخت قطعات تقریباً تمام نمادها با افت قیمت مواجه شدند. در این گروه ۱۷۳ میلیون سهم به ارزش ۲۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان مورد داد و ستد قرار گرفت.

در گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای نیز روند قیمت بیشتر سهم‌ها کاهشی بود. این گروه شاهد داد و ستد ۱۸ میلیون سهم به ارزش ۱۰ میلیون تومان بود. اما در گروه قند و شکر بیشتر نمادها روند رشد را تجربه کردند و تعداد زیادی تا حدود ۲ درصد رشد قیمت داشتند.

در این روز، فولاد مبارکه اصفهان، فولاد خراسان، پتروشیمی مبین و صنایع پتروشیمی خلیج فارس هر یک به ترتیب ۴۵، ۴۲، ۲۹ و ۲۱ واحد تأثیر مثبت در نوسان‌های شاخص‌های بازار داشته‌اند و در طرف مقابل ایران خودرو، پالایش

نگاه

بورس تهران با خروج آمریکا از برجام، بلوغ و عقلانیتش را نشان داد

در روزهای اخیر که ترامپ رئیس‌جمهوری آمریکا از برجام خارج شد و بازگشت تحریم‌ها را به بازه زمانی ۹۰ و ۱۸۰ روزه موکول کرد، نگاهی به روند معاملات بورس نشان می‌دهد فضایی آرام و به‌دور از هیجان و فضای منفی برقرار شده است. برخلاف انتظارات، بازار بورس نه تنها واکنش منفی نشان نداد، بلکه برخی کارشناسان از آن استقبال و تأکید کردند خیال بازار سرمایه از طرف آمریکا راحت شد و دیگر اضطراب و نگرانی ناشی از خروج آمریکا وجود ندارد.

در همین زمینه، حسن امیری، کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با ایرنا درباره تأثیر خروج آمریکا از برجام بر بورس، گفت: خروج آمریکا از برجام نتوانست تنش جدی در بازار سرمایه ایران ایجاد کند. وی اضافه کرد: حتی اگر آمریکا بخواهد فروش نفت ایران را محدود کند، به دلیل سازوکارها و ابزارهایی که ایران در سال‌های تحریم ایجاد کرده است، مشکل بزرگی برای صادرات نفت کشورمان رخ نخواهد داد.

این کارشناس بازار سرمایه با مقایسه شرایط امروز بورس با دوره‌های مشابه گذشته، افزود: همه شرایطی که امروز برای بورس رخ داده، همانند دورانی است که تحریم‌ها و فشارهای آمریکا علیه کشورمان تشدید می‌شد، اما اکنون پیامدهای آن تغییر یافته است.

امیری خاطر نشان کرد: در گذشته زمانی که بحث تحریم بانکی یا نفتی مطرح شد، بورس با بحران شدید مواجه می‌شد و قیمت‌ها سقوط می‌کرد، اما امسال چنین بحرانی رخ نداد و اوضاع آرام است.

وی یادآور شد: اگر قرار بود وضعیت بورس مانند دوره‌های گذشته باشد، باید در روز کاری پس از اعلام خروج آمریکا از برجام، ناظر سقوط شدید شاخص‌ها و قیمت می‌بودیم، اما چنین نشد.

این کارشناس بازار سرمایه اظهار داشت: نهادهای مدیریتی بورس و همچنین شرکت‌های بزرگ حقوقی توانستند با عملکرد مناسب، روند حرکت بازار را کنترل کنند و سهامداران نیز با احتیاط برخورد کردند.

وی به سهامداران توصیه کرد در شرایط که ریسک‌های متعدد سیاسی پیش روی بازار بورس وجود دارد، به دور از هیجان‌زدگی و بر مبنای تحلیل خرید و فروش کنند.

آگهی شناسایی پیمانکار

این صنایع در نظر دارد پیمانکاران واجد شرایط دارندگان گواهی نامه سمت را به منظور خدمات ذیل از طریق برگزاری مناقصه عمومی شناسایی و اقدام به انعقاد قرارداد نماید. لذا از پیمانکاران واجد شرایط دعوت می‌گردد تا تاریخ ۰۶/۰۳/۹۷ با در دست داشتن رزومه کاری به آدرس: تهران، کیلومتر ۳۵ جاده خاوران، پاکدشت، بعد از شهرک شهید مطهری، صنایع شهید رحیمی طاری مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۷۶۶۹۰۷۶۶۹۰ تماس حاصل فرمایند.

- تراشکاری لوله فولادی (۲ کد محصول)
- تراشکاری قطعه فولادی (۳ کد محصول)
- خرید، نصب و راه اندازی تاسیسات (آب و بخار)
- خرید دستگاه هم‌ترازی مدل ۳۲۰۰-۸۵

م آ ۵۸۹

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای



شرکت پالایش گاز ایلام در نظر دارد موضوع ذیل را از طریق مناقصه عمومی به شرکت‌هایی که دارای گواهینامه صلاحیت معتبر از مراجع ذیربط و ذیصلاح در زمینه موضوع مناقصه می‌باشند واگذار نماید. شماره مناقصه: ۹۶/۰۲۹-۲

موضوع مناقصه: تجدید مناقصه راهبری و نگهداری فضای سبز شرکت پالایش گاز ایلام
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (مناقصه): ۵۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (مناقصه): ضمانتنامه بانکی یا فیش نقدی به حساب ۰۱۰۰۵۵۶۶۵۲۰۰۹ بانک صادرات کد ۱۹۰
تاریخ آخرین مهلت تحویل اسناد به مناقصه گزار: ۹۷/۳/۲۷
تاریخ گشایش پاکت: ۹۷/۳/۲۹

آدرس دریافت اسناد الکترونیک: www.nigc-igtcr.ir بخش مناقصه و مزایده
آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام / بخش چوار / صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱ / کدپستی ۶۹۳۷۱۸۱۱۱ / دبیرخانه کمیسیون مناقصات
مناقصه گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۸۴-۳۲۹۱۲۰۷۷ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.

روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۸۰۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۳/۲۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۳/۲۲

فراخوان مناقصه عمومی
(ارزیابی کیفی)



شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان در نظر دارد انجام خدمات حراست و نگهبانی از پست‌های مختلف مناطق و اماکن خود را طبق شرایط کلی آگهی حاضر و مشخصات مندرج در اسناد و مدارک مناقصه از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای به مناقصه گران واجد شرایط واگذار نماید:

شماره مناقصه	موضوع	کد ثبت در پایگاه ملی مناقصات	محل اجرای کار	مدت زمان اجرا	نوع گواهینامه صلاحیت	مبلغ و نوع تضمین (ریال)	برآورد کارفرما (ریال)
۹۶/۰۰۷۳	۱۷ پست صنعتی و غیر صنعتی محور بی بیان	۳/۱۵۷/۴۰۰	مسجد سلیمان	۱۲ ماه	گواهی صلاحیت انجام کار از اداره کار و امور اجتماعی و تأیید صلاحیت معتبر از سازمان حراست وزارت نفت	۱٫۷۶۹٫۰۰۰٫۰۰۰	۳۵٫۳۶۵٫۸۹۰٫۷۱۸
۹۶/۰۰۷۴	۱۸ پست صنعتی هفتکل یک	۳/۱۵۷/۴۰۱	مسجد سلیمان	۱۲ ماه	گواهی صلاحیت انجام کار از اداره کار و امور اجتماعی و تأیید صلاحیت معتبر از سازمان حراست وزارت نفت	۲٫۰۵۴٫۰۰۰٫۰۰۰	۴۱٫۰۶۸٫۱۹۴٫۸۹۱
۹۶/۰۰۷۵	۱۸ پست صنعتی در منطقه قلعه نار، کیبود و بالا رود	۳/۱۵۷/۴۰۲	مسجد سلیمان	۱۲ ماه	گواهی صلاحیت انجام کار از اداره کار و امور اجتماعی و تأیید صلاحیت معتبر از سازمان حراست وزارت نفت	۱٫۷۰۷٫۰۰۰٫۰۰۰	۳۴٫۱۳۰٫۰۴۲٫۳۲۰
۹۶/۰۰۷۶	۱۰ پست صنعتی منطقه لب سفید ۱	۳/۱۵۷/۴۰۳	مسجد سلیمان	۱۲ ماه	گواهی صلاحیت انجام کار از اداره کار و امور اجتماعی و تأیید صلاحیت معتبر از سازمان حراست وزارت نفت	۱٫۳۰۹٫۰۰۰٫۰۰۰	۲۲٫۵۶۶٫۸۷۴٫۳۴۰

از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت می‌شود حداکثر ظرف ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم، آمادگی خود را بصورت کتبی به یکی از آدرس‌های ذیل‌الذکر اعلام و همزمان نسبت به دریافت فرم‌های ارزیابی کیفی اقدام نمایند. فرم‌های ارزیابی کیفی می‌بایستی ظرف مدت ۱۴ روز تکمیل و به آدرس‌های ذیل در مقابل رسید تحویل گردند. که پس از بررسی‌های لازم اسناد مناقصه به متقاضیان واجد شرایط تحویل داده خواهد شد. زمان گشایش پیشنهادها روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۷/۰۳/۲۱ می‌باشد.

نشانی محل اعلام آگهی و دریافت اسناد: مسجد سلیمان، شرکت بهره برداری نفت و گاز، امور حقوقی و قراردادهای اتاق ب ۲۰ هم‌زمان ارائه گواهی صلاحیت/رتبه بندی خدمات مورد نظر به منظور تطبیق با تصویر آن الزامی و ارائه معرفی نامه و کارت ملی برای متقاضیان شرکت در مناقصه و نمایندگان شرکتها در همه مراحل لازم و ضروری می‌باشد. ضمناً کلیه شرکت‌های متقاضی ملزم به ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده مربوط به سال قبل می‌باشند.

تذکر ۱: حسب مورد ارائه یک نسخه از اساسنامه، شرکتنامه و آگهی تأسیس و آخرین تغییرات ثبتی الزامی است.
تذکر ۲: مناقصه گر ضمن اعلام آمادگی تأیید می‌نماید هیچ یک از اعضای هیأت مدیره و سهامداران آن شرکت / پیمانکاری شاغل دولتی نبوده و مشمول قانون منع مداخله در معاملات دولتی مصوب دیماه ۱۳۳۷ نمی‌باشند. ارائه گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکار برنده مناقصه برای انعقاد قرارداد الزامی می‌باشد.

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۷۳۹
روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان

WWW.SHANA.IR

www.mis.nisoc.ir

HTTP://IETS.MPORG.IR

سرمازدگی اخیر بهانه‌ای برای قاچاق میوه شد

نایبرئیس اتحادیه باغداران استان تهران گفت: سرمازدگی اخیر برای قاچاقچیان بهانه‌ای شد تا اقدام به توزیع میوه‌های قاچاق در بازار کنند. مجتبی شادلو، نایبرئیس اتحادیه باغداران استان تهران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خسارت سرمازدگی دیررس بهاره به باغات اظهار کرد: تا اواسط خرداد نمی‌توان میزان خسارت و تولید نهایی میوه‌های سردختی را اعلام کرد.

وی با اشاره به اینکه تنها ۲۵درصد باغات میوه تحت پوشش صندوق بیمه محصولات کشاورزی هستند، افزود: با توجه به تأخیر پرداخت در غرامت‌ها و عملکرد ضعیف صندوق بیمه در بخش باغبانی و زراعت، کشاورزان تمایل چندانی به بیمه باغات خود ندارند که انتظار می‌رود اشکالات بحث آیین‌نامه صندوق بیمه مرتفع شود.

به گفته شادلو دولت برای جبران خسارات باغات و استمرار امر تولید باید تمهیدات جدی به کار گیرد چراکه بی‌توجهی به کشاورزان خسارات جبران‌ناپذیری به بخش باغداری کشور وارد خواهد کرد.

نایبرئیس اتحادیه باغداران ادامه داد: اگر کمترین بی‌توجهی در رسیدگی به باغات اتفاق بیفتد، این امر در آینده‌ای نه‌چندان دور تهدید جدی برای کاهش تولید، کیفیت محصول و حتی رهاسازی باغات توسط باغداران به شمار می‌رود.

به گفته وی دولت بخشی از هزینه‌های جاری باغات را باید در قالب کمک بلاعوض بدون در نظر گرفتن این امر که آنها تحت پوشش صندوق بیمه هستند یا خیر، در اختیار کشاورزان قرار دهد تا همچنان شاهد بازار مملو از میوه‌های رنگارنگ ایرانی باشیم.

شادلو در پاسخ به این سوال که سرمازدگی اخیر بهانه‌ای برای توزیع میوه‌های رنگارنگ قاچاق شد، تصریح کرد: اگرچه در طول سال‌های مختلف به بهانه‌های متفاوت شاهد توزیع میوه‌های قاچاق در بازار بودیم، اما سرمازدگی اخیر برای قاچاقچیان بهانه‌ای شد تا با سوءاستفاده از این موضوع جیب خود را از سود هنگفت واردات پر کنند.

نایبرئیس اتحادیه باغداران در پایان گفت: در صورت کمبود میوه‌های سردختی، واردات میوه باید از مسیرهای قانونی و تحت نظارت‌های قرنطینه‌ای صورت گیرد، چراکه قاچاق میوه به سبب ورود آفات خسارات جبران‌ناپذیری به بخش کشاورزی کشور وارد خواهد کرد.

خرید تضمینی گندم از یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن فراتر رفت

رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران گفت: تا به امروز بیش از یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن گندم تحویل مراکز خرید شد که تنها مبلغ ناچیزی از مطالبات گندمکاران پرداخت شده است.

علیقلی ایمانی، رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید تضمینی گندم، اظهار کرد: تا به امروز بیش از یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن گندم تحویل مراکز خرید شد که تنها مبلغ ناچیزی از مطالبات گندمکاران پرداخت شده است.

به گفته وی، امسال میزان خرید تضمینی گندم با افزایش ۱۰درصدی به ۱۰۵ میلیون تن خواهد رسید و به این ترتیب تولید افزایش خواهد یافت.

ایمانی با انتقاد از تأخیر در پرداخت مطالبات گندمکاران، گفت: با توجه به آنکه مسئولان دولتی به سبب تسریع در پرداخت بهای گندمکاران، از افزایش نرخ خرید تضمینی امتناع کردند، اما با گذشت بیش از یک ماه از فصل خرید، پرداخت چندانی صورت نگرفته است.

رئیس بنیاد توانمندسازی ادامه داد: با وجود کاهش میزان بازپردگی استفاده از ماشین‌آلات، بذر، کود مناسب و تلاش کشاورزان تأثیر بسزایی در استمرار خودکفایی گندم به همراه دارد.

وی با اشاره به دغدغه‌های پیش روی گندمکاران بیان کرد: با توجه به آنکه افزایش نرخ خرید تضمینی و تسریع در پرداخت مطالبات از دغدغه‌های پیش روی کشاورزان به شمار می‌رود، بنابراین با وجود پیگیری‌های صورت‌گرفته انتظار می‌رود دولت نسبت به اصلاح نرخ خرید تضمینی گندم در سال زراعی ۹۷-۹۶ اقدام کند تا با وجود شرایط سخت تولید، کشاورزان به آینده کشت و کار محصول امیدوار شوند.

رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران در پایان تصریح کرد: هم‌اکنون خرید تضمینی گندم از استان‌های سیستان و بلوچستان، بوشهر، خوزستان و فارس در حال انجام است که به مرور سایر استان‌های معتدل و در شهریور مناطق سردسیر وارد پرونده پرداخت و تحویل محصول به مراکز خرید خواهند شد.

تولید گل با دست و پای شکسته



فقدان ساختارهای علمی مهم‌ترین چالش تولیدکنندگان گل و گیاه مازندران

غلامرضا گلزاری‌دهنو، رئیس هیأت‌مدیره تولیدکنندگان گل و گیاه مازندران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران اظهار کرد: اتحادیه گل و گیاه مازندران با عضویت ۱۲۰۰ واحد رسمی بزرگ‌ترین

و منسجم‌ترین تشکل در ایران به شمار می‌رود. وی با اشاره به اینکه تولیدات منطقه شامل ارکید، گیاهان آپارتمانی و گیاهان فضای باز می‌شود یادآور شد: همه این تولیدات ارزش بالای اقتصادی داشته و می‌تواند به عنوان تولید صادراتی قلمداد شوند.

گلزاری یادآور شد: تولید گل و گیاهان زینتی در استان مازندران جدا از اینکه یک تولید تجاری در واحدهای بزرگ صنعتی بوده، یک تولید خانگی نیز محسوب می‌شود و بسیاری از افراد به صورت خانوادگی و در منازل خود به پرورش گل و گیاه اقدام می‌کنند.

وی، فقدان ساختارهای علمی را مهم‌ترین چالش تولیدکنندگان گل و گیاه مازندران دانست و خاطرنشان کرد: ایجاد یک ساختار علمی درست جهت تولید گل و گیاه نیاز به زمان طولانی دارد که هزینه‌بر بوده و متأسفانه نقدینگی که باید به این بخش تزریق شود، طی سال‌های گذشته نادیده گرفته شده است.

ضرورت نوسازی واحدهای تولیدی گل و گیاه مازندران

رئیس هیأت‌مدیره تولیدکنندگان گل و گیاه مازندران با تأکید بر اینکه نوسازی واحدهای تولیدی گل و گیاه برای صادرات مطلوب حصر اول را می‌زند، یادآور شد: ورود ارقام و پایه‌های نوین

به مازندران باید شدت بیشتری پیدا کند و در کنار آن زمینه‌های صادرات نیز فراهم شود تا بتوان با این شرایط مطلوب بازارهای جهانی را مصادره کرد.

گلزاری‌دهنو با اشاره به این نکته که طی یک دهه گذشته بحران‌های اقتصادی، تحولات سیاسی باعث کاهش صادرات گل و گیاه در جهان شده است، افزود: به دلیل اینکه این صنعت هر روزه خود را با شرایط نوین تعریف و منطبق با آن حرکت می‌کند، مطمئناً اگر ساختارهای تولید در داخل قوی باشد می‌توان با هر تششی که در بازارهای اطراف پیش می‌آید مقابله کرده و بازارهای ملی و بین‌المللی را از آن خود کرد.

معضل وجود تشکل‌های موازی در بخش دولتی تولیدات گل و گیاه

رئیس هیأت‌مدیره تولیدکنندگان گل و گیاه مازندران، وجود تشکل‌های موازی در بخش دولتی تولیدات گل و گیاه را معضل جدی این صنعت در استان دانست و تصریح کرد: در حال حاضر سه تشکل فعال در حوزه گل و گیاه در

استان وجود دارد و اتحادیه گل و گیاه مازندران در این میان مهجور مانده است. به‌طور حتم با تولیدات مطلوب می‌توان کلان‌استانی و کشوری کرد تا صدایی برای تولیدکنندگان باشند.

قوانین دست و پاگیر بانک‌ها مانع بزرگ تولیدکنندگان گل

سیدمحمد عباس‌زاده، ساکن نوشهر یکی دیگر از تولیدکنندگان بزرگ مازندران در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه گل ارکیده به عنوان یک گل شاخص و لوکس مطرح است و همه دنیا آن را می‌پسندند، گفت: این گل در بخش اقتصادی و تجاری از ارزش بالایی برخوردار است.

وی با بیان اینکه صادرات، نیازمند تداوم تولید مطلوب و مستمر است، اظهار کرد: برای رسیدن به صادرات مناسب، بخش دانش‌بنیان تولید گل ارکیده در این گلخانه در پیش گرفته شد و در آینده نزدیک نیز صادرکننده گل‌های شاخه‌بریده خواهیم بود.

این تولیدکننده بزرگ گل ارکیده مازندران با اشاره به اینکه با استفاده از تولیدات دانش‌بنیان واردات بذر گل و گیاه متوقف می‌شود، خاطرنشان کرد: با تأمین بذر مناسب برای سایر گلخانه‌ها دیگر نیاز به خریداری این بذرها با قیمت‌های گزاف از سایر کشورها مانند هلند نخواهد بود.

گلابه اعضای اتاق بازرگانی از دولت

مقابله با قاچاق در کنار مسائل دیگر فراموش نشود

زیرا در این بازه زمانی دولت، ارز را با نرخ ۴۲۰۰ تومان تنها به واردات کالاهای اساسی اعم از دارو و ... اختصاص می‌دهد. این امر سبب شده است سایر تولیدکنندگان برای خرید مواد اولیه دچار اختلالات ارزی شوند.

بانک‌ها روابط بهینه‌ای ندارند

عضو اتاق بازرگانی صنایع، معدن و کشاورزی تهران با تأکید بر اینکه روابط بانکی بهینه‌سازی نشده است، اظهار کرد: فقدان یکپارچگی بانک‌های دولتی برای ایجاد روابط با بخش خصوصی، صادرکنندگان را هم نگران کرده است زیرا با سیاست‌های اتخاذی توسط دولت هر روز باید نگران مانع‌تراشی‌ها و کنترل‌های غیرمعمول برای ورود ارز به کشور باشیم. وی افزود: نمی‌توانیم معاملات ارزی با نرخ بازار در صرافی‌ها را نادیده بگیریم بلکه باید تحت عنوان مجاز شمردن این معاملات آنها را با سیاست‌های شناور صحیح مدیریت کنیم. دانشور خاطرنشان کرد: توصیه تمام فعالان اقتصادی به دولت در اولین قدم این است که اعتماد را به بخش خصوصی و عموم جامعه برگرداند تا بدون اتخاذ تصمیمات هیجانی سایر مراحل مهار بازار را در پیش بگیرد.

همه نگاه‌ها به سمت ارز، قاچاق را به فراموشی برده است

این فعال اقتصادی در بخش صنعت و معدن در مورد تمرکز بیش از حد به نوسانات ارزی تصریح کرد: نوسانات موجود در این بازار تمام بخش‌های تولیدی و خدماتی را تحت تأثیر خود قرار داده است باید در نظر داشته باشیم زمانی که تمام حواس‌ها به سمت التهابات بازار ارز می‌رود مواردی نظیر قاچاق نیز با افزایش چشمگیری روبه‌رو خواهد شد.

وی افزود: با استفاده از بخش خصوصی و فعالان

دولت از تولید و صادرات عسل به شکل واقعی حمایت کند

رئیس انجمن ملی عسل ایران گفت: دولت در دستگیری از فعالان صنعت کندو باید از تولید و صادرات عسل این محصول شفافبخش به شکل همه‌جانبه حمایت کند.

به گزارش ایسنا، عبدالرضا بیگناه در جلسه گرمیادداشت روز جهانی عسل در اتاق بازرگانی اردبیل اظهار کرد: صنعت زنبور و زنبورداری در کشور ما از سابقه و دیرینگی برخوردار است، به‌طوری که در قرآن کریم نیز به اهمیت و پیچیدگی زندگی زنبور و تولید عسل به عنوان ماده غذایی شفافبخش و پرازنی اشاره شده است.

وی خاطرنشان کرد: با توجه به اینکه کشورمان از ویژگی آب و هوایی و تنوع گیاهان برخوردار است، زنبورداران ما در هر چهار فصل با حضور در مناطق مختلف اقدام به تولید و تهیه عسل ناب می‌کنند که در این بین شاهد سیلان از معروفیت و مشهوریت برخوردار است.

رئیس انجمن ملی عسل ایران سختی کار تولید عسل را به همت و تلاش عشایر، روستاییان و جامعه زحمتکش و چادرنشین با تحمل سختی‌ها و مرارت‌های متعدد یادآور شد و بیان کرد: صنعت زنبورداری امروز با برخی مشکلات و تنگناها روبه‌رو است که گاه تولیدکنندگان را از انگیزه کار و تلاش بازمی‌دارد که شایسته است برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران همراهی خود را در حل مشکلات زحمتکشان این عرصه به خوبی نشان دهند.

بیگناه به عنوان محصول شفافبخش و مصفا و تولیدشده از دامن طبیعت اشاره و تصریح کرد: ۹۵درصد بقای طبیعت با گرده‌افشانی زنبور ممکن است و اگر در این چرخه نقصی رخ دهد قطعاً تمام حیات بشری به خطر می‌افتد.

وی خواسته اصلی فعالان صنعت کندو را توجه به حمایت از تولید باکیفیت و صادرات‌محور دانست و افزود: این تولید که مصداقی از تولید کالای ایرانی است، می‌تواند در ارزآوری و تقویت اقتصاد داخلی بسیار مهم و تأثیرگذار باشد.

فروش دلار صادرات پسته بالاتر از ۴۲۰۰ تومان

محسن جلال‌پور، فعال اقتصادی و تاجر ۴۰ساله پسته درخواست کرده که به دلیل اوضاع وخیم تولید پسته در سال جاری، دولت محصول پسته را از فهرست کالاهای صادراتی مشمول ارز ۴۲۰۰تومانی خارج کند.

به گزارش تسنیم، محسن جلال‌پور، فعال اقتصادی و تاجر ۴۰ساله پسته در یادداشتی با عنوان «حال فعالان صنعت پسته را بدتر نکنیم»، نوشت: چند روز پیش نوشتیم که تولید پسته، امسال کمترین میزان در نیم قرن گذشته خواهد بود.

برآوردهای جدید هم حاکی از آن است که امسال در استان کرمان کمتر از ۲۰ هزار تن پسته برداشت خواهیم کرد این در حالی است که در سنوات قبل، به‌طور متوسط حدود ۱۲۰ هزار تن پسته سالانه برداشت شده است. براساس برآوردهای صورت‌گرفته، احتمالاً امسال در کل کشور کمتر از ۵۰ هزار تن پسته برداشت خواهیم کرد.

بررسی‌ها حاکی از آن است که فعالان صنعت پسته در کل کشور نیز باید بیش از ۵ هزار میلیارد تومان زیان را تحمل کنند که این خسارت در استان کرمان حدود ۳هزار میلیارد تومان خواهد بود.

به تبع این تحولات، امسال صادرات پسته نیز به میزان قابل توجهی کاهش پیدا خواهد کرد؛ به گونه‌ای که پیش‌بینی می‌شود از نظر وزنی ۸۰درصد و از نظر دلاری نیز حداقل ۷۰درصد کاهش را شاهد باشیم.

در سال‌های گذشته متوسط ارزش صادرات پسته حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار بوده که برآوردها نشان می‌دهد این رقم امسال به کمتر از ۳۰۰ میلیون دلار تنزل خواهد یافت. از آن سو به دلیل کاهش فاحش عرضه پسته در بازارهای داخلی، قیمت آن در دو ماه گذشته به شدت افزایش یافته و نوسانات ارزی نیز خسارت‌های سنگینی به تجار این بازار تحمیل کرده است. به این ترتیب فعالان این صنعت از دولت خواسته‌اند با توجه به مجموع تحولات اخیر، حداقل برای امسال، محصول پسته را از فهرست کالاهای صادراتی مشمول ارز ۴۲۰۰ تومانی خارج کند.

صادرکنندگان پسته متعهد به بازگرداندن ارز ناشی از صادرات به کشور هستند، اما تعیین سقف ۴۲۰۰ تومان، در شرایط بد امسال نه‌تنها کمکی به باغداران و فعالان بازار پسته نمی‌کند که بر صادرات این محصول نیز اثر منفی می‌گذارد و باعث دلسردی و کاهش انگیزه صادرکنندگان می‌شود.»



خودروسازان اروپایی ۵ تضمین عملی بدهند تا بدهی پژو تکرار نشود

مانندگاری ایران در برجام اروپایی نیازمند ارائه حداقل پنج تضمین عملی و واقعی در بخش قراردادهای خودرویی ایران با کشورهای اروپایی است. به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، ۱۸ اردیبهشت‌ماه اسمال دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا در سخنرانی خود در کاخ سفید رسماً خروج آمریکا از برجام را اعلام کرد. همین موضوع عاملی شد تا شرکت ایران با شرکتهای اروپایی هم با ابهام همراه شود. هر چند اروپایی‌ها بعد از اعلام خروج آمریکا از برجام در خصوص پایبندی خود به برجام سخنان متناقضی را مطرح کرده‌اند اما در عمل برخی شرکت اروپایی همکاری خود را با ایران معلق کرده و منتظر سرنوشت برجام هستند.

مقام معظم رهبری در واکنش به موضع‌گیری کشورهای اروپایی در خروج آمریکا از برجام اعلام کردند: «گفته می‌شود که برجام را می‌خواهیم با این سه کشور اروپایی ادامه بدهیم؛ من به این سه کشور هم اعتماد ندارم. من می‌گویم به اینها هم اعتماد نکنید؛ اگر آ می‌خواهید قرارداد بگذارید، تضمین به دست بیاورید-تضمین واقعی، تضمین عملی- والا فردا اینها هم همان کاری را خواهند کرد که آمریکا کرد، [اما] به یک شیوه دیگر. روش‌های سیاسی و دیپلماتی، روش‌های ویژه‌ای است؛ گاهی لیخن می‌زنند و در حال لیخن، خنجر را تا دسته در سینه انسان فرو می‌کنند؛ دیپلماسی این است دیگر؛ با اخلاق خوش، با تعریف و تمجید که «بله شما خیلی خوبید، شما آقا، ما می‌دانیم شما قرارداد را به هم نمی‌زنید!» اگر چنانچه توانستید تضمین از آنها بگیرید به‌طوری که بشود اعتماد کرد، خب اشکالی ندارد، حرکت‌تان را ادامه بدهید؛ اگر نتوانید چنین تضمین قطعی‌ای را بگیرید -که بنده هم بسیار بعید می‌دانم که بتوانید تضمین بگیرید- آن وقت دیگر نمی‌شود این‌جوری حرکت کرد و این‌جوری ادامه داد.» صنعت خودرو یکی از بخش‌هایی است که پس از برجام شاهد اتفاقات و قراردادهایی با برخی شرکتهای اروپایی بود و الان که بحث خروج آمریکا از برجام مطرح شده، مقامات ایرانی باید در همکاری خود با خودروسازان اروپایی از آنها تضمین لازم را دریافت کنند در غیر این صورت تجربه بی‌عهدی فرانسوی‌ها در اجرای تعهدات تکرار خواهد شد. اروپایی‌ها برای همکاری‌های خودرویی با ایران باید ضمن ادامه همکاری حداقل در پنج بخش تضمین واقعی ارائه کنند تا در نهایت بتوان به قراردادهای خودرویی با شرکای خارجی امیدوارم بود.

تضمین اول: صادرات محصولات یکی از نکات مهم در قراردادهای جدید خودرویی ایران با شرکای اروپایی به شمار می‌آید، به نحوی که براساس آن شرکای خارجی ملزم هستند ۳۰ درصد محصولات مشترک خود با خودروسازان ایرانی را صادر کنند، اما متأسفانه سابقه قراردادهای گذشته نشان می‌دهد، از همان ابتدا الزاماتی در صادرات محصولات مشترک وجود ندارد. این درحالی است که به اعتقاد کارشناسان، شرکتهای خودرویی می‌توانند از همان خط تولید بخشی از محصولات را به صادرات اختصاص داده و آنها را شماره‌گذاری نکنند. با این وجود بهانه‌تراشی‌ها عاملی شده تا تعهد شرکای خارجی به اجرای گزینه صادرات محصولات مشترک محقق نشده و حتی ما هنوز نتوانسته‌ایم در این بخش به دستاورد مهمی دست پیدا کنیم.

تضمین دوم: ارتقای ایمنی صنعت قطعه‌سازی کشور باید در قراردادهای خودرویی مورد توجه جدی قرار گیرد. کشور چین در ساخت داخل محصولات مشترک ملاک را تولید کرد، ۴۰ درصد قرار داده است اما متأسفانه تجربه ثابت کرده در شرکتهای خودروسازان ایرانی با خارجی‌ها شروع تولید محصولات مشترک با ۱۵ تا ۲۰ درصد ساخت داخل آغاز شده که این اصلاً به معنای فعال‌سازی صنعت قطعه‌سازی کشور به شمار نمی‌آید. به همین منظور باید در قراردادها این موضوع به صورت جدی پیگیری شده و الزام شرکای خارجی در آغاز ساخت داخل محصولات با ۴۰ درصد ملاک عمل قرار گیرد در غیر این صورت ما به نتایج مناسبی دست پیدا نخواهیم کرد.

تضمین سوم: در مذاکرات خودرویی باید فعالان صنعت قطعه‌سازی حضور داشته و به اعمال نظر بپردازند. اگر مذاکرات بدون حضور آنها صورت گیرد به‌طور حتم چیزی عاید صنعت قطعه‌سازی نخواهد شد. امروز قطعه‌سازان کشور در مسیر توسعه با کندی حرکت می‌کنند که اگر حمایت‌های لازم از آنها صورت گیرد به‌طور حتم وضعیت این صنعت به شکل دیگری خواهد بود.

تضمین چهارم: ارتقای دانش فنی و سرمایه‌گذاری در کشور نیز یک شاخص مهم در همکاری‌های بین‌المللی به‌شمار می‌آید. تجربه ثابت کرده شرکای خارجی همیشه در انتقال تکنولوژی بهانه‌تراشی کرده و حاضر به ارائه آنها به طرف ایرانی نیستند. برای جلوگیری از این موضوع و ارتقای توانمندی صنعت قطعه‌سازی کشور می‌توان با مشارکت شرکتهای مهندسی و طراحی خودرو صاحب یک برند شد و بتوان آن را به‌عنوان یک اهرم فشار در مذاکرات مورد استفاده قرار داد. ما باید صاحب لوگو و برند خود باشیم تا بتوانیم در روند مذاکرات نتایج خوبی را کسب کنیم.

تضمین پنجم: دریافت ضمانت‌نامه‌های لازم برای اجرای تعهدات از شرکای خارجی هم لازم است. خروج پژو از کشور و عدم اجرای تعهدات این شرکت عاملی شد تا خسارت زیادی به خودروساز ایرانی وارد شود. ایران باید در مذاکرات جدید خود تضمین لازم را برای اجرای تعهدات از شرکای خارجی دریافت کند. در سال ۹۲ همکاری کیا با شرکت‌های خودروساز هنوز به نتیجه نرسیده بود و ایرانی‌ها برای عدم نصب تجهیزات این شرکت در خط تولید از آنها شکایت کردند که در نهایت قبل از آنکه دادگاه تصمیم نهایی این شکایت را اعلام کند کیا تعهدات خود را انجام داد. در همکاری با شرکتهای دیگر نیز ما باید از تضمین کافی استفاده کنیم تا آنها به‌راحتی بازار ایران را ترک نکنند.

پرونده احتکار و گرانی خودرو همچنان روی میز مجلس



قیمت خودرو پرداخته شد. وی افزود: با افزایش غیرقابل قبول قیمت خودرو در داخل کشور، مجلس شورای اسلامی موظف شد تا به این موضوع ورود کرده و دلایل اصلی را مورد بررسی قرار دهد. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت: در ابتدای این نشست سؤالی مبنی بر دلیل اصلی افزایش قیمت توسط قطعه‌سازان و خودروسازان توسط نمایندگان کمیسیون صنایع و معادن مطرح شد. وی با اشاره به قانع نشدن اعضا از توضیحات خودروسازان، افزود: برخی از این تولیدکنندگان خودرو، دلیل اصلی را افزایش قیمت جهانی فلزاتی نظیر آلومینیوم و مس بیان کردند. قاضی‌پور تصریح کرد: برخی دیگر نیز اعمال تحریم‌ها، لغو برجام و نوسانات ارزی را عامل اصلی ایجاد فشار روانی برای افزایش قیمت‌های بازار عنوان کردند و معتقدند دلایل، در این میان باعث افزایش بیشتر قیمت می‌شوند. وی تأکید کرد: تفاوت قیمت خودرو در کارخانه و بازار با فاصله بسیار زیادی در حال افزایش است که وقتی این امر توسط دلالان بازار اسباب صورت می‌گیرد. قاضی‌پور با تأکید بر بحث اصلی کمیسیون صنایع و معادن بر سر افزایش قیمت خودروها، تصریح کرد: باید خودرویی تولید کنیم که طبقات ضعیف جامعه از جمله کشاورزان و کارگران بتوانند آن را بخرند. عضو کمیسیون صنعت، معدن و تجارت تأکید کرد: برای انبار خود تولید کرده تا بتوانند در زمان افزایش قیمت خودروها از آنها برای فروش با سود بیشتر بهره ببرند. وی افزود: این امر به هیچ عنوان قابل قبول نیست و کمیسیون به‌طور جدی در حال پیگیری احتکارهای صورت گرفته توسط خودروسازان و واردکنندگان خودرو است.

خودرو را از مراکز که پروانه تخصصی دارند، انجام دهند. وی یادآور شد: افرادی که قصد دارند در پیش خرید خودرو شرکت کنند بهتر است این کار را از طریق دفاتر شرکتهایی که مورد تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت بوده، انجام دهند یا در نمایندگی‌های رسمی ایران‌خودرو و سایپا ثبت‌نام کنند.

دلایل خودروسازان
نمایندگان را قانع نکرد
به دنبال افزایش ناآرامی در بازار خودرو، روز گذشته جلسه‌ای با حضور خودروسازان، برخی از واردکنندگان خودرو، متولیان در حوزه صنعت، معدن و تجارت و همچنین ایدرو برای بررسی مسائل خودروسازی در کمیسیون صنایع و معادن مجلس تشکیل شد.

نادر قاضی‌پور، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، در رابطه با جلسه این کمیسیون با نمایندگان از داخل جهت بررسی افزایش ناگهانی قیمت خودرو، اظهار کرد: در این جلسه، تنها به بررسی دلایل افزایش

خودرو اظهار کرد: باید در نظر داشت که خودرو یک کالای اساسی است و بازار نیاز مداوم به این کالا دارد، در نتیجه زمانی که عرضه آن به بازار بسته می‌شود، قیمت‌ها ناخودآگاه افزایش خواهد داشت. مؤتمنی اضافه کرد: وقتی ورودی خودرو به بازار بسته می‌شود، افرادی که نیاز به خرید این کالا دارند باید خودروی خود را از کجا تهیه کنند؟

وی در تشریح دلایل افزایش قیمت خودروی داخلی و دیوی آن در انبارهای خودروسازی، گفت: توزیع خودروی دو شرکت خودروسازی ایران‌خودرو و سایپا در اختیار شش شرکت اصلی توزیع‌کننده بوده که در بازار به این شرکتهای ویژه گمنام اطلاق می‌شود.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو ادامه داد: برخی از این شرکتهای با دلیل افزایش نرخ سود خود، عرضه را به بازار تغییر داده و در نتیجه قیمت‌های بازار را دچار تلاطم کردند. مؤتمنی با تأکید بر مهم بودن کارکرد درست شبکه توزیع خودرو در کشور یادآور شد: در آشفته بازار کنونی، به مردم توصیه می‌کنم که خرید

این موضوع به اوج خود رسید. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو با اشاره به انحصاری بودن صنعت خودروسازی در ایران، گفت: زمانی که دو خودروساز مطرح کشور، همه خودروهای با قیمت زیر ۴۰ میلیون تومان را در بازار تأمین می‌کنند، باید انتظار داشت که با کاهش عرضه آنها و به دلیل نیاز بازار، قیمت‌ها افزایش یابد.

مؤتمنی تأکید کرد: از چهارشنبه هفته گذشته که خودروسازان عرضه را در بازار بیشتر کردند، قیمت خودرو کمی کاهش یافت و اختلاف قیمت کارخانه و بازار خودروهای زیر ۴۰ میلیون تومان به ۳ میلیون تغییر پیدا کرد. وی در پاسخ به این سؤال که آیا دلیل گرانی شدن خودروهای داخلی، افزایش نرخ ارز بوده است؟ تصریح کرد: خودروهایی که اکنون در انبارهای کارخانه‌های خودروسازی وجود دارد ساخت پنج ماه تا یک سال گذشته بوده است و در صورتی که قیمت خودرو بر اساس تغییر نرخ ارز افزایش می‌یافت این اتفاق باید تا چند ماه آینده رخ دهد.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران رئیس انجمن صنفی واردکنندگان خودرو با اشاره به قاچاق خودرو، گفت با وجود این که رئیس کل گمرک ورود غیرقانونی ۶۴۰۰ خودرو به کشور را تأیید کرده اما همچنان شاهدیم که برخی نمی‌خواهند این موضوع شفاف شود.

میشم رضایی با اشاره به سخت‌تر شدن پروسه واردات خودرو در ماه‌های پیش رو، اظهار داشت: با وجود اینکه در سال‌های اخیر خودروسازان داخلی نتوانستند خودرویی در شأن مصرف‌کننده ایرانی تولید کنند شاهد بودیم که سیاست‌های دولت باز هم در جانبداری از آنان و محدودسازی واردات بود، تناقضی که هم حاشیه امنیت بی‌دلیلی را برای خودروسازان فراهم کرد و هم مانع ورود تکنولوژی وی افزود: متأسفانه خودرو تنها حوزه‌ای است که در بازه‌های زمانی بسیار کوتاه دستخوش تغییراتی دست‌ورالعملی و قانونی فراوانی شده و اکنون نیز می‌بینید که عدم تخصیص ارز به واردات نیز گریبان واردکنندگان خودرو را گرفته است و مجموع این موضوعات موجب رشد قیمت در بسیاری از محصولات شده است. به گفته وی، برخی محصولات خارجی

موضوع احتکار خودرو توسط شرکتهای خودروسازی در مجلس مورد بررسی قرار گرفت ولی نمایندگان با شنیدن دلایل خودروسازان قانع نشدند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، خودروسازان قصد دارند خودرو را با قیمت دلار روز به مردم بفروشند. حدود یک هفته پیش بود که نادر قاضی‌پور مدعی شد خودروسازان خودروهایی را که در آذرماه سال گذشته با دلار ۳ هزار و ۲۰۰ تومانی تولید کردند، پیش فروش نکرده یا به صورت نقدی نفروخته‌اند. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه سایپا حدود ۶۰ هزار و ایران خودرو ۳۰ هزار خودرو احتکار کرده‌اند، افزود: خودروهای داخلی به صورت میانگین ۱۰ تا ۳۰ میلیون و برخی از این خودروها هم ۴۰ میلیون تومان افزایش قیمت داشتند که این موضوع

گران‌فروشی، نارضایتی‌های اجتماعی در پی داشته است. وی همچنین از سازمان تعزیرات، بازرسی و سازمان حمایت از مصرف‌کننده خواسته بود که به موضوع احتکار خودرو ورود کنند تا خودروسازان خود را با قیمت دلار روز به مردم بفروشند. در ادامه زمانی که بحث احتکار خودرو بالا گرفت، سعید مؤتمنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو اظهار کرد: از ۲۰ فروردین‌ماه که شرکتهای بزرگ خودروسازی اقدام به توقف یا کاهش عرضه به بازار کردند، تفاوت قیمت کارخانه و بازار به اوج خود رسید. وی افزود: اکنون تفاوت قیمت کارخانه و بازار در خودروهای زیر ۴۰ میلیون تومان به ۶ میلیون می‌رسد و این رقم در خودروهای بالای ۵۰ میلیون به ۱۰ میلیون تومان رسیده و خودروهای بالای ۱۰۰ میلیون تومان اختلاف ۳۵ میلیون را تجربه کرده‌اند.

مؤتمنی تصریح کرد: سالیهاست که پدیده اختلاف قیمت بازار و کارخانه و همچنین کاهش عرضه در بازار خودرو مطرح بوده است اما در فروردین امسال، یک کارشناس صنعت خودرو گفت در شرایط پسا برجام، صنعت خودرو به خوبی از شرایط موجود بهره گرفته و همکاری با خودروسازان بین‌المللی را آغاز کرد اما صنعت قطعه‌سازی هنوز آن طور که باید با شرایط جدید همراه نشده است.

به گزارش پدال‌نیزوز، امیرحسن کاکایی اظهار کرد: در سه سال گذشته صنعت خودرو با هدایت دولت قراردادهای مشارکت در تولید با خودروسازان مطرح بین‌المللی منعقد کرده است. وی با بیان اینکه تا اینجای کار این همکاری‌ها به نتایج خوبی رسیده و شاهد سرمایه‌گذاری خودروسازان مطرح بین‌المللی در ایران هستیم، خاطرنشان کرد: خوشبختانه در قراردادهای جدید تضمین‌های لازم برای استمرار همکاری از خودروسازان خارجی اخذ شده که از جمله آنها سرمایه‌گذاری این شرکتهای در ایران است. عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ادامه داد: بنابراین به‌رغم خروج آمریکا از برجام روابط صنعت خودرو با خودروسازان خارجی ادامه خواهد یافت اما این وضعیت تلنگر خوبی است تا صنعت خودرو از توسعه توان داخلی به‌ویژه احیای صنعت قطعه‌سازی غافل نشود. وی افزود: در همکاری با خودروسازان مطرح بین‌المللی انتقال تکنولوژی به‌طور کامل باید صورت گیرد، به‌گونه‌ای که بعد از چند سال خودروسازان داخلی بدون مشارکت خودروسازان خارجی بتوانند خودروهای به‌روز جهان را طراحی و تولید کنند که البته کامل شدن این فرایند منوط به داخلی‌سازی قطعات و مشارکت قطعه‌سازان است.

کاکایی با بیان اینکه در این زمینه باید صنعت قطعه‌سازی متحول شده و با همکاری با قطعه‌سازان بین‌المللی توان طراحی و تولید خود را ارتقا دهد، تصریح کرد: درواقع صنعت قطعه‌سازی ما نیاز به احیای دوباره دارد. این شرکتهای باید نسبت به همکاری با قطعه‌سازان مطرح بین‌المللی و انتقال و بومی‌سازی تکنولوژی روز اقدام کنند. وی تأکید کرد: اگر صنعت قطعه‌سازی احیا نشود صنعت خودرو موفق به بومی‌سازی کامل توان طراحی و تولید خودروهای روز جهان نخواهد شد زیرا واضح است که این قطعه‌سازان هستند که باید قطعات خودروها را در سطح کیفی مناسب برای خودروسازان داخلی تولید کنند.

خودروهایی که ۱۰۰ میلیون تومان گران شدند!

با وجود این که رئیس کل گمرک نیز ورود غیرقانونی ۶۴۰۰ خودرو به کشور را تأیید کرده، اما همچنان شاهدیم که برخی نمی‌خواهند این موضوع شفاف شود، چراکه همه می‌دانند تعدادی از شرکتهای با تابلوی نماینده رسمی مشغول کار هستند و قریب به اتفاق‌شان جعلی و غیرقانونی‌اند به نحوی که عامل اصلی ورود این خودروهای قاچاق به کشور هستند.

این کارشناس حوزه خودرو افزود: طبق اطلاع ما سرچشمه این تخلف در یکی از شرکتهای زیرمجموعه وزارت صنعت رخ داده و در دوره ممنوعه ثبت سفارش را به ثبت رسانده‌اند، اما چگونه در گمرک کشور چنین سفارش‌های بی‌اعتباری ترخیص شده‌اند جای سؤال دارد که تا امروز نیز به دلیل فشار شرکتهای دخیل در این موضوع، ابعاد واقعی آن درهاله‌ای از ابهام باقی مانده است. درحالی که افکار عمومی منتظر معرفی متخلفان و برخورد قانونی با آنهاست. وی ضمن اشاره به طرح ساماندهی واردات خودرو در مجلس گفت: یقیناً افزایش تعرفه واردات خودرو و همچنین حذف شرکتهای گری مارکت از پروسه واردات، تضییع حقوق مصرف‌کنندگان را به همراه خواهد داشت. به عبارتی با افزایش تعرفه واردات خودرو شرکتهای

با وجود این که رئیس کل گمرک نیز ورود غیرقانونی ۶۴۰۰ خودرو به کشور را تأیید کرده، اما همچنان شاهدیم که برخی نمی‌خواهند این موضوع شفاف شود، چراکه همه می‌دانند تعدادی از شرکتهای با تابلوی نماینده رسمی مشغول کار هستند و قریب به اتفاق‌شان جعلی و غیرقانونی‌اند به نحوی که عامل اصلی ورود این خودروهای قاچاق به کشور هستند.

این کارشناس حوزه خودرو افزود: طبق اطلاع ما سرچشمه این تخلف در یکی از شرکتهای زیرمجموعه وزارت صنعت رخ داده و در دوره ممنوعه ثبت سفارش را به ثبت رسانده‌اند، اما چگونه در گمرک کشور چنین سفارش‌های بی‌اعتباری ترخیص شده‌اند جای سؤال دارد که تا امروز نیز به دلیل فشار شرکتهای دخیل در این موضوع، ابعاد واقعی آن درهاله‌ای از ابهام باقی مانده است. درحالی که افکار عمومی منتظر معرفی متخلفان و برخورد قانونی با آنهاست. وی ضمن اشاره به طرح ساماندهی واردات خودرو در مجلس گفت: یقیناً افزایش تعرفه واردات خودرو و همچنین حذف شرکتهای گری مارکت از پروسه واردات، تضییع حقوق مصرف‌کنندگان را به همراه خواهد داشت. به عبارتی با افزایش تعرفه واردات خودرو شرکتهای

نظیر هیوندای سانتافه کرمان موتور در حدود ۱۰ ماه گذشته ۱۰۰ میلیون تومان افزایش قیمت را تجربه کرد یا خودروهایی نظیر رنو کپچر یا سراتو آپشنال که تولیدات مشترک ما با خودروسازان خارجی هستند و جهت رفاه حال مشتریان داخلی عرضه شده‌اند هم با ۲۰ و ۳۰ میلیون تومان رشد قیمت در میان رکوردداران گرانی هستند؛ در نتیجه نیاز است تا نهادهای نظارتی نظیر سازمان حمایت و تعزیرات حکومتی به این روال بی‌منطق پایان دهند.

رضایی با اشاره به فعالیت شرکتهای نماینده رسمی گفت: وضعیت بازار نشان می‌دهد که در حال حاضر بیشترین کارشنکی‌ها از سمت شرکتهای نماینده رسمی در جریان طرح ساماندهی واردات خودرو صورت گرفته و طبق اطلاعاتی که به ما رسیده این طیف به دلیل ترس از ایجاد رقابت در بازار مشغول راینی برای حذف گری‌مارکتهای و عدم کاهش تعرفه واردات خودرو هستند. این در حالی است که اگر قرار بر حفظ وضعیت پیشین که همان ترویج رانت و انحصار در بازار بود، دیگر نیازی به بحث ساماندهی و تغییرات مداوم قوانین نداشتیم. رئیس انجمن صنفی واردکنندگان خودرو با اشاره به مشکلات کنونی این حوزه خصوصاً قاچاق تأکید کرد:

مشکل مالیاتی کسب و کارهای اینترنتی پیگیری می‌شود

کمیسیون مالیات ذیل انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی تشکیل شد. با هماهنگی انجمن صنفی کسب و کارهای اینترنتی با سازمان امور مالیاتی کشور، مقرر شد کمیسیون مالیاتی این انجمن به عنوان اولین برنامه کاری خود استارت‌آپ‌هایی را که در طول دو سال گذشته با مشکل مالیاتی مواجه بوده‌اند، شناسایی کند و پرونده‌های آنها در کارگروه ویژه و مشترک با سازمان امور مالیاتی کشور مورد بررسی قرار گیرد. کسب و کارهایی که در طول دو سال گذشته با مشکل مالیاتی مواجه بودند، می‌توانند مشکل و مستندات خود را برای بررسی به کارگروه ویژه ارسال کنند.



یادداشت

۸ ایده شکست‌خوردۀ‌ای که تبدیل به محصولات جهانی شدند

شکست‌های موفق به روایت فوربس

در دنیای کسب‌وکار و استارت‌آپ‌ها همیشه بخشی از جذاب‌ترین داستان‌ها، روایت شکست‌ها هستند. شکست‌هایی که برندهای بزرگ را به زیر می‌کشند یا شکست‌هایی که به کالاهای محصولات تازه از راه‌رسیده جسات می‌دهند که گام بلندتری بردارند. نشریه فوربس در مقاله‌ای به برخی از محصولاتی اشاره کرده که پیش از اوج گرفتن سقوط را تجربه کرده‌اند. به گزارش آبندهنگر، در مقدمه مقاله فوربس آمده است: «تقریباً همه آدم‌ها شکست را به عنوان بخشی از مسیرشان تجربه می‌کنند. بنیان‌گذاران، سرمایه‌گذاران و ورزشکاران بزرگ، فرقی نمی‌کنند، موفقیت همه روی شکست‌های اولیه‌شان بنا شده است. اینجا به معرفی چند محصولی می‌پردازیم که وجود دارند چون شکست را تجربه کردند اما پشت سر این محصولات کسانی بودند که جرات داشتند به کار ادامه دهند.»

۴۰-WD

تاکنون فکر کرده‌اید که نام این روغن کارآمد (ضدنزگ) و روان‌کننده اتومبیل و ماشین‌الات، از کجا آمده است؟ انتخاب این نام از این حقیقت نشأت گرفته است که این فرمول در چهل‌مین باری که آزمایش برای رسیدن به آن انجام می‌شد، سرانجام به دست آمد. با وجود اینکه این محصول در اصل برای استفاده در صنعت هوافضا تولید شده بود اما چنان در میان کارکنان خود شرکت تولیدکننده پرهوادار شد که کم‌کم در سال ۱۹۵۸ و در قالب اسپری روانه بازار شد. تصور کنید چه می‌شد اگر کسانی که روی این فرمول کار می‌کردند بعد از سی و نهمین آزمایش خود دست از کار می‌کشیدند.

نایلون حباب‌دار

سال ۱۹۶۰ بود که دو مهندس به نام‌های مارک کاونس و آل فیلدینگ نایلون حباب‌دار (bubble wrap) را ابداع کردند و هدف اولیه‌شان معرفی یک نوع جدید از کاغذیواری سه‌بعدی با بافتی متفاوت بود. این ایده یک شکست تمام‌عیار بود، ایده بعدی هم این بود که محصول تولیدشده را به عنوان نوعی عایق برای استفاده در خانه‌سازی معرفی کنند و البته آن ایده هم با شکست روبه‌رو شد. پس از مدتی دو تولیدکننده محصول به این نتیجه رسیدند که شاید بتوان این نایلون‌ها را در بسته‌بندی به مصرف رساند. استفاده از نایلون حباب‌دار به تدریج توسط شرکت آی‌بی‌ام و برای بسته‌بندی و جابه‌جایی محصولات جدید کامپیوتری‌اش شروع شد و بعد از آن این محصول شکست‌خورده تبدیل به کالایی پرهوادار شد و یک‌شنبه مسیرش تغییر کرد. امروزه تعداد کمی از مردم می‌دانند که این نایلون محبوب کارش به عنوان یک محصول شکست‌خورده آغاز شد.

ضربان‌ساز

دستگاه‌های تنظیم‌کننده ضربان قلب یا ضربان‌ساز (Pacemaker) قبلاً بسیار بزرگ بودند، تقریباً به اندازه تلویزیون. بعد شخصی به نام ویلسون گریسپ مرتکب اشتباهی شد که انقلابی در پزشکی به وجود آورد. ویلسون هنگام ساخت یک دستگاه ضبط ضربان قلب، یک ریزستور (یکی از اجزای مدارهای الکترونیکی که مقاومت الکتریکی مورد نیاز را ایجاد می‌کند) با سائیز اشتباه را برداشت و آن را داخل مدار قرار داد. وقتی که قطعه نصب شد به نظرش رسید که سدایی مانند ضربان قلب انسان از آن به گوش می‌رسد. با کمی کار بیشتر او توانست این دستگاه را در ابعاد کوچک و سائیز پنج در پنج سانتی‌متر معکب تولید کند. نتیجه این کار تولید یک دستگاه ضربان‌ساز قابل کشت در بدن انسان بود که از همان زمان تاکنون زندگی هزاران نفر را نجات داده است.

اپل

اگر تا به حال مطلبی در مورد استیو جابز، موسس اپل خوانده باشید احتمالاً خودتان می‌دانید که این شرکت الکترونیکی پرهوادار از میان افت و خیزهای فراوان خودش را به اینجا رسانده است. این شرکت که در سال ۱۹۷۶ تأسیس شد، سهم خودش را از محصولات شکست‌خورده در حوزه کالاهای الکترونیک داشته است که

رئیس هیأت‌مدیره گروه ال‌جی در سن ۷۳ سالگی درگذشت

کو یون-مو، رئیس هیأت‌مدیره گروه ال‌جی در سن ۷۳ سالگی درگذشت. به گزارش زومیت، روز گذشته دنیای فناوری یکی از شخصیت‌های تأثیرگذار تاریخ خود را از دست داد؛ کو یون-مو (Koo Bon-moo)، رئیس هیأت‌مدیره گروه ال‌جی پس از یک سال مبارزه با تومور مغزی در سن ۷۳ سالگی درگذشت. همانطور که در بین تمام شرکت‌های بزرگ کره‌ای مرسوم است، پس از درگذشت کو یون-مو، پسر او، کو کوانگ-مو (Koo Kwang-mo)، حکمرانی بر گروه ال‌جی را برعهده خواهد گرفت، کوانگ-مو در حال حاضر رهبر واحد نمایشگرهای اطلاعاتی ال‌جی محسوب می‌شود. کو یون-مو فقید سومین نسل از خانواده بنیانگذار ال‌جی به حساب می‌آید، اما عموماً از او به‌عنوان شخصیتی یاد می‌شود که ال‌جی را به غولی در دنیای فناوری بدل کرد.

کو یون-مو در سال ۱۹۹۵ به عنوان رئیس هیأت‌مدیره ال‌جی برگزیده شد. در آن زمان این شرکت کره‌ای Lucky Goldstar نامیده می‌شد و تمام کارکنان آن از کسب درآمد ۳۰ تریلیون واتی (حدود ۲۷ میلیارد دلار با وضعیت ارزی کنونی) خرسند بودند. وی در سال‌های بعدی مدیریت خود، به گسترش هرچه بیشتر تعاملات بین‌المللی و همچنین سرمایه‌گذاری‌های سرنوشت‌ساز در حوزه تولید نمایشگرها (به‌ویژه نمایشگرهای LCD) و باتری‌های لیتیوم-یونی دست زد که برای گوشی‌های هوشمند، تلویزیون‌های صفحه تخت و رایانه‌های شخصی کاربرد دارد. اکنون در سال ۲۰۱۸، ال‌جی با صرف‌نظر از وضعیت نابه‌سامان واحد موبایل آن، در زمینه مالی در حال رکوردشکنی است.

کو یون-مو توانست در مدت مدیریت خود سود کلانی را برای ال‌جی به‌دست آورد، ولی این موضوع بدان معنا نیست که در دوره مدیریت او همه چیز بی‌نقص بوده است. ال‌جی با اینکه شرکت بزرگی است ولی کماکان در سایه رقیب خود سامسونگ حرکت می‌کند. ارتباطات خانوادگی مشکلاتی فراتر از اعتراضات مبنی بر تبارگماری را برای ال‌جی به بار آورده است؛ به‌طوری که اخیراً شاکیان پس از مشخص شدن فرار مالیاتی اعضای خانواده کو یون-مو به دفاتر گروه ال‌جی تاخته‌اند. اگر چه ال‌جی بزرگ‌تر از هر زمان دیگری است، اما کماکان زیر سایه سامسونگ قرار دارد. با این همه نمی‌توان از نقش کو یون-مو در رشد ال‌جی و دستیابی آن به جایگاه فعلی چشم‌پوشی کرد.

آینده ال‌جی بدون حضور رهبر فقید آن در خطر نخواهد بود. ال‌جی به لحاظ مالی در وضعیت پایداری قرار دارد، ضمن اینکه کو کوانگ-مو با سمت‌های اجرایی و واحدهای مختلف ال‌جی آشنا است، در حال حاضر او صرفاً باید بر حفظ موقعیت فعلی گروه ال‌جی تمرکز کند.

هم‌اندیشی دولت و استارت‌آپ‌ها برای نقش آفرینی در بازار جهانی

دورهمی کارآفرینان و نمایندگان دولت با هدف بررسی مشکلات کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) برای نخستین‌بار از بخش فرهنگ و هنر کلید خورد تا با افزایش درآمدزایی و نوآوری، راه‌های ساده‌تری

برای نقش آفرینی در بازارهای جهانی پیدا

شود. به گزارش ایرنا، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در چارچوب توسعه کارآفرینی، فضایی را برای گفت‌وگو با نمایندگان دولت، دانشگاه‌ها و کسب و کارهای نوپا باز کرده است تا از این طریق مسیر نوآوری در بازارهای داخلی و خارجی فراهم شود.

در تعریف استارت‌آپ تأکید نیست که فعالیت آن در حوزه فناوری اطلاعات باشد، اما به سبب تنوع کسب و کارهای نوپا در این بخش، تلقی عمومی تغییر کرده است. با این همه، هر نوع فعالیت نوپا به عنوان استارت‌آپ در نظر گرفته می‌شود. دیکشنری وبستر، استارت‌آپ را یک کسب و کار جدید تعریف کرده است. مرکز کسب و کارهای کوچک آمریکا (بو.اس. ای. بی. ا) نیز

دورهمی کارآفرینان و نمایندگان دولت با هدف بررسی مشکلات کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) برای نخستین‌بار از بخش فرهنگ و هنر کلید خورد تا با افزایش درآمدزایی و نوآوری، راه‌های ساده‌تری برای نقش آفرینی در بازارهای جهانی پیدا

شود. به گزارش ایرنا، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در چارچوب توسعه کارآفرینی، فضایی را برای گفت‌وگو با نمایندگان دولت، دانشگاه‌ها و کسب و کارهای نوپا باز کرده است تا از این طریق مسیر نوآوری در بازارهای داخلی و خارجی فراهم شود. در تعریف استارت‌آپ تأکید نیست که فعالیت آن در حوزه فناوری اطلاعات باشد، اما به سبب تنوع کسب و کارهای نوپا در این بخش، تلقی عمومی تغییر کرده است. با این همه، هر نوع فعالیت نوپا به عنوان استارت‌آپ در نظر گرفته می‌شود. دیکشنری وبستر، استارت‌آپ را یک کسب و کار جدید تعریف کرده است. مرکز کسب و کارهای کوچک آمریکا (بو.اس. ای. بی. ا) نیز

دورهمی کارآفرینان و نمایندگان دولت با هدف بررسی مشکلات کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) برای نخستین‌بار از بخش فرهنگ و هنر کلید خورد تا با افزایش درآمدزایی و نوآوری، راه‌های ساده‌تری برای نقش آفرینی در بازارهای جهانی پیدا

فین‌استارز، محل کشف استارت‌آپ‌هایی با آینده درخشان

وی ادامه داد: در آن هنگام وقتی این موضوع را با مدیرعامل بارنارد نوبل که یک کتاب‌فروشی زنجیره‌ای بسیار معروف در آمریکا بود، مطرح کردند، او گفت که «آرزو بر جوانان عیب نیست». آمازون سال به سال رشد کرد و

اکنون جزو یکی از معروف‌ترین و معتبرترین شرکت‌هاست و چند روز پیش هم در خبرها آمد که صاحب آن ثروتمندترین فرد دنیا شده است. عضو هیأت‌مدیره بانک صادرات ایران با تأکید بر اینکه وقتی دنیا تغییر می‌کند، باید با آن تغییر کنیم، افزود: در غیر این صورت اگر همچنان همان مدل قدیمی را به کار گیریم، ممکن است که چندی بعد از اوج قدرت و جایگاه نخست پایین آییم و کسانی که گمان نمی‌کردیم، زمین و منطق بازاری را تغییر دهند و قواعد را کاملاً عوض کنند. لشکرپلویکی با تأکید بر اینکه رویداد فین‌استارز محل نمایش آمازون‌های بعدی

است، گفت: نمی‌گوییم که تمامی استارت‌آپ‌های حاضر در این رویداد، آمازون، اسنپ یا دیجی‌کالا‌ی بعدی هستند، اما حتماً از بین آنها چند استارت‌آپ قوی و با آینده شکل خواهند گرفت.

مشاور وزیر اقتصاد و عضو هیأت‌مدیره بانک صادرات ایران با تأکید بر مزایای بی‌شمار برگزاری رویداد فین‌استارز در محیط بازار سرمایه و بازارهای مالی کشور گفت حضور استارت‌آپ‌های فعال در حوزه فین‌تک

و سرمایه‌گذاران در ایمن رویداد بزرگ و تلاشی که فرابورس در جهت تسهیل تأمین مالی استارت‌آپ‌ها می‌کند به‌طور قطع زمینه را برای ارتقای بازارهای مالی کشور متناسب با نوآوری‌هایی که در این عرصه در سطح جهانی رخ می‌دهد مهیا کرده و با تداوم این جریان باید منتظر ظهور و رشد استارت‌آپ‌هایی همچون اسنپ‌ها، دیجی‌کالا‌ها و... در فضای کشور باشیم. به گزارش سنا، مجتبی لشکرپلویکی اظهار کرد: زمانی که آمازون کار خود را شروع کرد جف بزوس گفت «وقتی یک کره زمین داریم، بیش از یک کتاب‌فروشی هم برای آن لازم نداریم» و کسب و کار خود را شروع کرد؛ بزوس در آن زمان حتی دفتر کار رسمی هم نداشت و جلسات خود با سرمایه‌گذاران را در یکی از کتاب‌فروشی‌های سنتی برگزار می‌کرد.





حمایت دانشگاه آزاد از کسب و کارهای کوچک

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی گفت: این دانشگاه با جدیت از ایجاد و گسترش کسب و کارهای کوچک حمایت خواهد کرد. به گزارش مهر به نقل از دانشگاه آزاد اسلامی، فرهاد رهبر در مراسم امضای تفاهم‌نامه میان واحد علوم و تحقیقات و اتاق تعاون ایران گفت: دانشگاه آزاد اسلامی و اتاق تعاون ایران باید تمام تلاش خود را در راستای اجرایی کردن محورهای این تفاهم‌نامه انجام دهند. وی با بیان اینکه امروز یکی از معضلات و آسیب‌های اجتماعی، بآس و ناامیدی در میان جوانان است، افزود: دانشگاه و صنعت باید بتوانند با تدوین برنامه‌هایی متناسب با تخصص جوانان و راهنمایی آنها به سمت ایجاد کسب و کار، روزه امید برای آنها ایجاد کنند.

یادداشت



جذابیت رو به رشد شرکت‌های بزرگ و کوچک به اقتصاد گیگ

مترجم: زهره محمدی

پیمانی تنها در حوزه فناوری در حال رشدند، اما این تصور غلط است. در ادامه سه راهی را معرفی می‌کنیم که کمپانی‌های سنتی از طریق آنها به دنبال ورود به عرصه اقتصاد گیگ و حتی ارائه فرصت‌های کاری داوطلبانه‌ی مشابه اوپر به کارکنان خود هستند تا بتوانند در کنار کار روزانه خود منبع درآمد دیگری نیز داشته باشند.

افزایش تعداد کارکنان در ساعات اوج تقاضا

کمپانی‌های فعال در صنایع مختلف (از خرده‌فروشی گرفته تا انبارداری) در حال روی آوردن به بسترهای کاری مبتنی بر تقاضا هستند تا بتوانند کارکنان مورد نیاز خود را در فصل‌های پر مشغله‌تر در اختیار بگیرند. به عنوان مثال، رستوران‌های زنجیره‌ای «پاپا جونز» زمانی که کارکنان کافی در اختیار ندارند (مخصوصاً در روزهای شلوغ) تبلیغات تحویل یکبارہ غذا را در برنامه «ونلسو» برای متقاضیان قرار می‌دهند.

انبوه‌سپاری برای سفارش‌های بیشتر

خرده‌فروش‌ها به دنبال یافتن راهی برای ارائه فرصت‌های کاری به افرادی هستند که می‌خواهند با تحویل سفارش یا کالا به درب منازل درآمد بیشتری کسب کنند. برنامه‌هایی نظیر «آمازون فلکس» به افراد امکان می‌دهند تا سفارش‌های محلی آمازون (Amazon) را به صورت مشتریان تحویل دهند. کمپانی «المارت» نیز برنامه‌ای را به صورت آزمایشی اجرا کرده است که به کارکنان این کمپانی اجازه می‌دهد سفارش‌ها را در سر راه خود از محل کار به سمت منزل به مشتریان تحویل دهند.

اگرچه هنوز برای نتیجه‌گیری کمی زود است، اما همه مایلند بدانند که کمپانی آیکیا چه اقدامی برای ادغام «تسک ریت» با دایره خدمات پس از فروش خود انجام خواهد داد.

ایجاد امکان استخدام فریلنسر

در حال حاضر، بسیاری از کمپانی‌های بزرگ دنیا از خدمات فریلنس آنلاین برای استخدام نیروهای فریلنسر در فصول کاری پر مشغله خود استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، کمپانی سامسونگ از سکوی فعالیت فریلنس «آپ وُک» (Upwork) برای استخدام نیروی کار برای پروژه‌های ناگهانی استفاده می‌کند و این روند سبب کاهش هزینه‌های مدیریتی شده است و به سلیقه نیروهای جوان‌تر و فعال‌تر نیز همخوانی بیشتری داشته است.

همه این اقدامات جالب توجه هستند اما پرسشی که مطرح می‌شود این است، با افزایش شمار کمپانی‌هایی که اقتصاد گیگ را امتحان می‌کنند و این فرصت‌های درآمدزایی جدید را ارائه می‌کنند، آیا این کمپانی‌ها نیز ناچار به پیروی از قوانین کار موجود مانند قوانین مربوط به حقوق ماهانه، اضافه کار و بیمه و مزایا هستند؟

اقتصاد گیگ تقریباً ۸۰۰ میلیارد دلار از هزینه‌ها را به خود اختصاص می‌دهد و با افزایش محبوبیت این شیوه کاری، سیاست‌گذاران باید نحوه انطباق قوانین جاری با نیازهای کارکنان و کارفرمایان این مشاغل را مورد توجه قرار دهند. در پایان باید گفت بدون شک اقتصاد و نیروی کار آمریکا در میانه فرآیندی تکاملی قرار دارد که فرصت‌های اقتصادی بیشتری را در اختیار میلیون‌ها آمریکایی قرار می‌دهد، اما برای افزایش تعداد افرادی که از این فرصت‌ها نفع می‌برند باید سیاست‌های محلی، ایالتی و فدرالی مربوط به نیروی کار را با سرعت بالای تغییرات عصر حاضر همگام کرد.

منبع: entrepreneur



مشکل زنان کار آفرین کمبود مشاوره‌های اقتصادی است

هزار و ۵۸۹ نفر زن هستند، ۷۸ زن در پست‌های مدیریتی استان شامل مدیرکل، معاون و رئیس اداره مشغول فعالیتند و ۶۴ هزار و ۵۸۹ زن نیز در پست‌های اداری و بخش عمومی استان اشتغال دارند.

هفت حزب توانمند خراسان رضوی با هزار عضو فعال سیاسی توسط زنان اداره می‌شود، ۸۸ دهیار زن در خراسان رضوی فعالیت دارند و ۲۰۰ عضو شوراهای شهر و روستا، یک‌هزار و ۳۰ عضو هیات علمی، ۴۶ هزار و ۵۴۱ معلم، ۱۲۴ هزار دانشجو در این استان زن هستند.

یک کارآفرین زن و فعال صنعتی در خراسان رضوی در این باره به خبرنگار ایرنا، گفت: اگر حوزه کارآفرینی را با اصطلاح نوآوری در کنار یکدیگر بگذاریم، هر فردی که تغییری در یک بخش یا مجموعه ایجاد کند، کارآفرین محسوب می‌شود.

نسرین یوسفی اظهار داشت: در کارآفرینی نمی‌توان نگاه جنسیتی داشت لذا خلاقیت و نوآوری و تغییر را هم زنان و هم مردان در حوزه‌های مختلف می‌توانند داشته باشند.

افزایش توانمندی زنان در مشاغل سخت و ورود آنان به عرصه کارآفرینی از بزرگ‌ترین دستاوردهای انقلاب اسلامی است، اما مشکل بزرگ آنان کمبود مشاوره‌های اقتصادی است و به گفته صاحب‌نظران شبکه‌های

اجتماعی فعال و مشاوره در حوزه کسب و کار بیشتر از آنکه به کار زنان آید، مردانه است. به گزارش ایرنا، کارآفرین فردی خلاق، محرک و توانمند برای اشتغال‌زایی است و کارآفرینی به توانایی افراد در خلاقیت و هدایت کار برمی‌گردد و نمی‌تواند در این زمینه تفاوت جنسیتی قائل شود و مرد یا زن را کارآمدتر از دیگری دانست. خوشبختانه طی سال‌های اخیر زنان کارآفرین از دایره مشاغل خرد و خانگی فراتر رفته و به مشاغل تولیدی که به لحاظ فیزیولوژیکی نیروی مردانه را می‌طلبد، وارد شده‌اند و در این بین با مشکلاتی مواجه شده‌اند که رفع آنها نیازمند اتخاذ نگاه ویژه به حوزه کارآفرینی زنان است.

براساس آخرین آمار در پایان تابستان پارسال، ۲ میلیون و ۱۳۰ هزار نفر شاغل در استان خراسان رضوی وجود داشته‌اند که از این تعداد ۶۴



مایکروسافت برای تقویت قابلیت مکالمه کورتانا Semantic Machines را تصاحب کرد

مایکروسافت برای تقویت قابلیت مکالمه هوشمند کورتانا، استارت‌آپ سمانتیک ماشینز را که در زمینه توسعه هوش مصنوعی برای انجام مکالمه فعالیت می‌کند، تصاحب کرد. مایکروسافت تصاحب استارت‌آپ

Semantic Machines که در زمینه توسعه سیستم‌های مکالمه مبتنی بر هوش مصنوعی فعالیت می‌کند به توافق رسیده است. ردموندی‌ها تصاحب این استارت‌آپ را با هدف توسعه و تقویت هرچه بیشتر قابلیت مکالمه کورتانا انجام می‌دهند. همانطور که

اشاره کردیم، سمانتیک ماشینز سیستم‌های مکالمه مبتنی بر هوش مصنوعی را توسعه می‌دهد که با استفاده از آنها می‌توان بات‌هایی برای صحبت با کاربران عادی توسعه داد. به گزارش زومیت، مایکروسافت با تصاحب سمانتیک نیروهای متخصصی را به استخدام خود در خواهد آورد که مشارکت در توسعه سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی قدرتمندی را در کارنامه دارند. برای مثال متخصصان سمانتیک توسعه هوش مصنوعی در سیستم‌هایی نظیر Google Now را انجام داده‌اند. مدیر ارشد فناوری سمانتیک،



مایکروسافت زمانی این خرید را انجام داد که بسیاری از شرکت‌ها در حال سرمایه‌گذاری گسترده برای توسعه هرچه بیشتر ویژگی مکالمه در دستیارهای صوتی هوشمند هستند. چت‌بات‌ها، اسپیکرهای هوشمند و دستیارهای صوتی هوشمند مورد استفاده در گوشی‌های هوشمند در حال پیشرفت هستند و روند رو به رشد آنها به گونه‌ای ادامه پیدا می‌کند تا عملکردی فراتر از اجرای تنها یک دستور صوتی داشته باشند. با خرید جدید مایکروسافت انتظار می‌رود کورتانا در آینده ویژگی‌ها و قابلیت‌های بسیار هوشمندانه‌تری داشته باشد. برای مثال احتمالاً در آینده شاهد این موضوع خواهیم بود که کورتانا قادر است مکالمات طولانی‌تری داشته باشد و با به خاطر سپردن اطلاعات پیشین شما، بتواند پاسخ‌های هوشمندانه‌تری ارائه دهد.

با بیلبردهای Mini میانبر بزیند

Mini قابلیت «اطلاعات لحظه به لحظه ترافیکی (RTTI)» خود در خودروهایش را از طریق یک کمپین در فضای باز در برلین تبلیغ می‌کند که امکان دسترسی رهگذران به کلیدهای میانبر از میان شهر را به وجود می‌آورد.

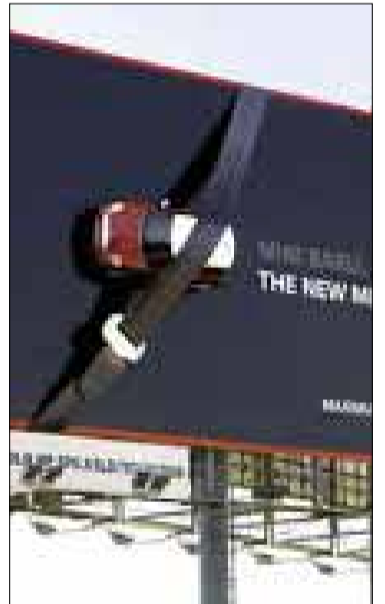
آژانس تبلیغاتی Serviceplan Campaign X با اتصال درها، نردبان‌ها و پنجره‌ها به بیلبردها، رهگذران را دعوت به انتخاب راه‌های دیگر می‌کند. این اقدام از طریق انتقال پیام فوق رخ می‌دهد: با اتصال به Mini سریع‌تر از گذشته به نقاط مختلف شهر دسترسی پیدا کنید. تبدیل یک بیلبورد به یک راه پله روی یک دیوار به رهگذران اجازه استفاده از یک میانبر را می‌دهد. این در حالی است که یک بیلبورد دیگر روی یک تونل زیرگذر خط راه‌آهن تاکید می‌کند. بیلبورد دیگری مردم را در حال عبور از یک زمین فوتبال به جای عبور از یک راه طولانی اطراف بلوک خانه‌ها نشان می‌دهد.

به گفته هانس پیتر اسپاره، مدیر عامل بخش تولید X Serviceplan Campaign، ایده پوسترهای میانبر، از ترجمه اصلی ویژگی RTTI الهام گرفته شده است که همیشه با وجود ترافیک در دنیای آنالوگ مردم، سریع‌ترین راه را عرضه می‌کند.

آژانس فوق همچنین با استفاده از یک فیلم، محصول آژانس در برلین و شرکت فیلمسازی Neverest، به تبلیغ این اقدام در فضای باز می‌پردازد. این حرکت تبلیغاتی در کانال‌های اجتماعی Mini آلمان انجام خواهد شد.

تبلیغات نامتعارفی که قرار است سرگرم‌کننده باشند

چه چیز وحشتناک‌تر از واقعی بود یک فیلم ترسناک است؟ باید بدانید که برای عده‌ای از مشتريان یک فروشگاه، این تجربه رخ داده و یک فیلم ترسناک را در دنیای واقعی به چشم دیدند.



مشتریان یک فروشگاه لوازم الکترونیکی، در سال ۲۰۱۷ با دیدن دختر شیطنی فیلم حلقه که در فیلم با بیرون آمدن از صفحه تلویزیون قربانی‌اش را به قتل می‌رساند، به شدت ترسیدند. این اتفاق که در نیویورک رخ داد، بخشی از تبلیغ یکی از قسمت‌های فیلم بود.

دختری که در فروشگاه مشتریان را می‌ترساند، بازیگری بود که نقش سامارا، بازیگر اصلی فیلم را بازی می‌کرد. سامارا در واقع روح انتقام‌جویی بود که مردم را هفت روز بعد از اینکه یک فیلم نفرین‌شده را تماشا می‌کردند، به قتل می‌رساند.

حساب رسمی فیلم، ویدیوی فروشگاه را در توئیترش منتشر کرد و این ویدیو ۲۵۰۰۰ بار ریتوییت شد و ۲۴۰۰۰ لایک را نصیب خود کرد.

بسیاری از کاربران هم این رفتار را تایید نکردند. ترس نخستین واکنشی است که بسیاری از مردم داخل فروشگاه نشان می‌دهند. آنها حتی اگر قسمت‌های قبلی فیلم را هم ندیده باشند، از دیدن دختری که موهای بلندش صورتش را پوشانده و روی زمین می‌خزد، می‌ترسند. فرد مسئول این فعالیت تبلیغاتی گفته است که تمام افراد بعد از واکنش اولیه، خندیده‌اند و راضی فروشگاه را ترک کرده‌اند.

خیلی‌ها ممکن است با دیدن ویدئوی این خبر، به طراح آن تبریک بگویند و در دل تحسینش کنند. نکته مهم اما این است که یک برند تا کجا می‌تواند پیش برود و مرز بازی با احساسات مخاطب تا کجاست؟ آیا این مرز را اخلاقی تعیین می‌کند؟ یا اینکه برندها باید بفروشند و مخاطب را به هر قیمتی با خود همراه کنند؟ مرز به گریه انداختن، ترساندن، دادن عذاب وجدان یا حتی خندانن مخاطب را چه کسی تعیین می‌کند؟

منبع: mbanews

یک برند در واقع چقدر ارزش دارد؟



چگونه ارزش برند خود را محاسبه کنیم؟

مدرسه تبلیغات



واقعیت تبلیغات (۲۸)

خطرناک‌ترین کلمه - بخش دوم

به قلم راسر ریوز

چنین جملاتی را در نظر بگیرید:

۱. تبلیغات (نه محصولات) باید با تعداد زیادی از پیام‌های تبلیغاتی رقابت کنند.

۲. به همین دلیل، تبلیغات (نه محصول) باید توجه مردم را جلب کند.

۳. به همین دلیل، تبلیغ (نه محصول) باید متفاوت باشد.

چنین منطقی محصول را نادیده می‌گیرد و پس از وقوع چنین اتفاقی، تبلیغ نیز بهبود خواهد بود. این نمونه‌ای کلاسیک از سردرگمی میان ابزار و هدف است، چنانچه محصولی ارزش پرداخت هزینه را نداشته باشد، ارزش توجه نیز خواهد داشت. نباید برای جلب توجه مصرف‌کننده او را شوکه یا سرگرم کرد.

سازنده باید محصولی جذاب ارائه کند. در غیراین صورت، بخش عظیمی از خلاقیت و نوآوری او صرف خلق حقه‌هایی خواهد شد که تاثیر تبلیغات را کاهش می‌دهند.

زمانی که این اصول نادیده گرفته می‌شوند، خوانندگان صرفاً با صدایی ناکوک نمی‌خوانند. در واقع غالباً هیچ صدایی به گوش نمی‌رسد.

این مورد را در نظر بگیرید:

اخیراً یک هیأت ژوری بسیار برجسته وظیفه داوری جوایز تبلیغاتی سالانه مجله ستردی ریویو را برعهده گرفت. هیأت از رئیس سازمان اطلاعات آمریکا، مدیر مدرسه عالی مدیریت بازرگانی دانشگاه کلمبیا، رئیس کمیته توسعه اقتصادی، رئیس کالج اسمیت، مدیرعامل یک شرکت بزرگ روابط عمومی، رئیس دو آژانس بزرگ تبلیغاتی و حدود ۲۵ استاد دانشگاه، ویراستار، ناشر، معلم و تاجر تشکیل شده بود.

این گروه به‌صورت کاملاً جدی طیف کامل تبلیغات منافع عمومی، یا «ایده»، را مطالعه کرد. آنها تبلیغی را که در آن از مقام معلم تحلیل می‌شد به‌عنوان بهترین تبلیغ معرفی کردند.



تصویر این تبلیغ، انتزاعی خالص توسط نقاش معروف، ویلیام بازوتس بود. برای نقاش، این اثر هنری نشان‌دهنده نقاشی‌های باستانی در غار است، جایی که داستان آموزش و معلم از آنجا آغاز شد.

ولی به چشم یک بیننده معمولی، این اثر چیزی جز یک نقاشی کاملاً نامفهوم و یک سری لکه رنگین نیست. پیام واضح و ساده بود، ۱۲ کلمه از کتاب آموزش هنری آدامز: «تاثیر معلم ابدی است؛ او هرگز از توقف تاثیر خود آگاه نخواهد بود.»

ما به دلیل کنجکاوی این تبلیغ را با دقت بررسی کردیم و با دو اشکال اساسی مواجه شدیم: دقیقاً ۱۰۰ درصد مردم نقاشی را درک نکرده بودند.

دقیقاً ۸۵ درصد از مردم پیام اصلی تبلیغ را متوجه نشده بودند.

نظرات مردم در مورد نقاشی واقعا جالب است: «این تصویر یک سنگ قبر است»، «یک کروکدیل است»، «در سمت راست موجودی با دهان باز ایستاده و در بالای سرش کرمی در حال حرکت است»، «گریه‌ای به پشت دراز کشیده و به آسمان نگاه می‌کند».

سایر نظرات در مورد کلیت تبلیغ نیز به همین اندازه جالب بود: «چگونگی دستیابی به ابدیت را توضیح می‌دهد»، «برداشتن من کهکشان بود»، «صرفاً مدرن و جذاب است»، «احتمالاً قصد فروش کتابی را دارند».

این علم ارتباطات نیست.

این علم تکفیر است.

نویسندگان بی‌شماری فرض می‌کنند که در کلماتی مثل «تفاوت»، «هوش»، «عجیب و غریب» و غیرمعمولی، درست مثل سنگ کیمیاگر در زمان باستان، معنا و مفهومی اسرارآمیز و جادویی نهفته است و می‌توانند با استخراج آن، آهن را به طلا تبدیل کنند.

متأسفانه، آهن تا ابد آهن باقی خواهد ماند.

ما باید کار خود را با طلا شروع کنیم.

ادامه دارد...

منبع: کتاب reality in advertising

ارزش گذاری برند براساس میزان درآمد تولیدی

از این روش ارزش گذاری اغلب تحت عنوان شیوه یا رویکرد در حال استفاده نام برده می‌شود. این روش ارزیابی درآمد خالص آینده را که به‌طور مستقیم مرتبط با برند است برای مشخص کردن ارزش برند در حال حاضر مدنظر قرار می‌دهد. ارزش برندی که با این روش به دست می‌آید در واقع برابر ارائه ارزش در آمد، جریان‌های نقدی یا صرفه‌جویی در هزینه‌ها به‌صورت واقعی یا فرضیه‌ای ناشی از سرمایه برند است.

ارزش برند یکی از محدود دارایی‌ها در کسب‌وکار است که می‌تواند یک مزیت رقابتی پایدار برای برند ایجاد کند. همچنان که می‌بینید روش‌های مختلفی برای این منظور وجود دارد که می‌توان از آنها استفاده کرد و خود به این معناست که تغییر دادن یا سوءاستفاده کردن از نتایج اندازه‌گیری ارزش برند خیلی سخت نیست.

به منظور جلوگیری از این سوءاستفاده، مشخص کردن هدف نهایی از تعیین ارزش برند و همچنین استفاده از روش و فرضیات مناسب برای تعیین یک ارزش منصفانه از برند اهمیت بسیار زیادی دارد.

البته در پایان باید اضافه کرد که منصفانه است اگر بگوییم ارزش گذاری برند بیش از اینکه یک علم باشد، یک هنر است؛ اما در واقع به شما کمک می‌کند تا ارزش نهفته در پشت برند خود را بشناسید و به توسعه آن بپردازید.

منبع: ibazaryabi

این روش هم زمانی استفاده کنید که به تازگی برند را ایجاد کرده‌اید یا اینکه وارد فرآیند توسعه مجدد برند شده‌اید.

استفاده از روش هزینه تمام شده نیازمند این است که هزینه برند را ارزیابی و هزینه‌های انجام شده را به قیمت روز و حال حاضر بیان کنید.

همین روش می‌تواند برای توسعه مجدد یا راه‌اندازی و معرفی مجدد برند هم مورد استفاده قرار بگیرد. نکته‌ای که در این باره باید در ذهن داشته باشید این است که در حالی که هزینه‌ها می‌توانند جمع‌آوری شوند و مورد استفاده قرار بگیرند، اما رقم مشخص شده لزوماً بیانگر ارزش فعلی برند نیست. ارزش برند با استفاده از این روش برابر با هزینه‌های تاریخی (قبلی) یا جایگزین برند است.

ارزش گذاری برند براساس قیمت بازار

این روش ارزش گذاری برند از یک یا چند روش ارزش گذاری با مقایسه برندهای مشابه که به فروش رسیده‌اند، استفاده می‌کند. شما در

این روش از معاملات قابل مقایسه بازار از قبیل فروش خاص یک برند، فروش یک شرکت قابل مقایسه یا بخشی از سهام یک شرکت استفاده می‌کنید. می‌توانید آن را این گونه در نظر بگیرید که گویی این همان قیمتی است که یک برند را براساس آن به فروش می‌رسانند. ارزش برند با استفاده از این روش برابر با مبلغ یا پیشنهاد فروش در بازار برای برندهای مشابه یا کاملاً یکسان است.

است و برای این موضوع حیاتی است که بتوان ارزش برند را برای مدیران اجرایی و سطح رهبری بازار و همچنین سرمایه‌گذاران مربوطه پیش‌بینی کرد.

برندها کمک می‌کنند تا کالاها و خدمات از رقابای خود تشخیص داده شده و متمایز شوند، اما این ارزش را چگونه می‌توان روی یک ترازنامه نشان داد؟

راه‌های مختلفی برای پرداختن به بحث ارزش گذاری یک برند وجود دارد که البته برخی از آنها هم قابل بحث هستند. درک و فهم مفهوم ارزش اغلب می‌تواند مفهومی سخت باشد. این موضوع اغلب به این دلیل است که ارزش در نظر افراد مختلف معانی مختلفی دارد و در نتیجه یک مفهوم واقع‌گرایانه و قابل مشاهده نیست و ارزش آن براساس نوع و کیفیت استفاده از آن تعیین می‌شود.

روش‌های معروف و شناخته شده ارزش گذاری شامل زیر می‌شود:

ارزش گذاری برند براساس هزینه تمام شده

برند مورد نظر براساس مجموع تک به تک هزینه‌ها یا مجموع ارزش دارایی‌ها و بدهی‌های برند ارزش گذاری می‌شود. در واقع باید گفت این ارزش تجمیع هزینه‌هایی است که برای ساخت برند از پدو شکل گرفتن آن تحمیل شده است. مواردی که در زمان ارزش گذاری هزینه‌ها مدنظر قرار می‌دهید می‌تواند شامل تبلیغات گذشته، هزینه‌های ارتقا، هزینه ایجاد کمپین‌ها و هزینه‌های ثبت و اعطای لیسانس شود. شما می‌توانید از

در شرکت‌هایی که با محدودیت بودجه روبه‌رو هستند، چطور باید درخصوص اهمیت و ارزش مادی یک برند صحبت کنیم؟

یک برند در واقع اغلب به‌عنوان چیزی غیرقابل لمس در نظر گرفته می‌شود و برای افراد و به طور کل انسان‌ها درک ارزشی که یک برند برای شرکت ایجاد می‌کند، ممکن نیست. پس در زمان ایجاد و به عبارتی تعیین ارزش برند، مشخص کردن اینکه برند شما شامل چه مواردی می‌شود و چه چیزهایی را در دل خود جای داده است، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

برند می‌تواند در واقع ارزش نشان تجاری، لوگو، بسته‌بندی، استراتژی بازاریابی، سرمایه‌های دیجیتال، رنگ‌های استفاده شده برای برند و... را در دل خود جای دهد.

در واقع برند هر آن چیزی است که مصرف‌کنندگان مرتبط با تصویر برند شما می‌دانند. با توجه به موارد اشاره شده، پس حتماً باید برندهای بزرگ و قوی ارزش بسیار زیادی داشته باشند. در ادامه نگاهی گذرا می‌اندازیم به ارزش پنج مورد از باارزش‌ترین برندهای دنیا که توسط مجله فوربس شناسایی شده است:

- اپل ۳ میلیارد دلار
- مایکروسافت ۷ میلیارد دلار
- کوکاکولا ۹ میلیارد دلار
- آ‌بی‌ام ۷ میلیارد دلار
- گوگل ۳ میلیارد دلار

توسعه و تعیین ارزش برند

توسعه برند نیازمند پول و سرمایه

تبلیغات خلاق



Since 1958
coming into the world means
clara



حوزه نوظهور بازاریابی محتوا و ۵ تغییر ضروری برای برندها (۱)

مترجم: مزگان گوران

گرچه بازاریابی محتوا در ۱۵ تا ۲۰ سال اخیر، به فعالیتی استاندارد برای تمامی برندها تبدیل شده است، اما مفهوم تولید محتوا، بهیچوجه برای مشتریان هدف، مفهوم جدیدی نیست. براساس وبلاگ موسسه بازاریابی محتوا، این فعالیت همواره حول محور داستان‌سرایی بوده است، اما خروجی‌های آنلاین، مواعی ایجاد و ورود به حوزه نشر را کمتر کرده‌اند. دهمها قبل، تنها برندهایی که سرمایه کافی برای چاپ آگهی‌های خود داشتند یا از یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی حمایت می‌کردند، می‌توانستند تولید محتوا داشته باشند. زمانیکه تکنولوژی رشد کرد و پلتفرم‌هایی برای وبلاگنویسی، به اشتراک‌گذاری تصاویر و بارگذاری ویدئوها ایجاد شد، شرکت‌ها و صنایع بیشتری توانستند صدای خود را به گوش مردم برسانند. اما در سال‌های اخیر، تغییرات زیادی در محتوای تولیدی - نحوه رساندن آن به مردم - به وجود آمده است. پنج روش تغییر اساسی محتوا و نظیر متخصصان در مورد آینده آن در اینجا ذکر شده است.

بازاریابی محتوا: گذشته و حال

از متن به تصویر

مت لانجی (Matt Langie)، مدیر ارشد بازاریابی در پلتفرم تصویری بازاریابی کیورالیت (Curalate) می‌گوید، از پست‌های اینستاگرامی گرفته تا به اشتراک گذاشتن استوری اسنپ چت یا استفاده از ایموجی برای رساندن پیام، مصرف‌کنندگان با استفاده از تصاویر، ارتباط برقرار می‌کنند نه با استفاده از کلمات. به دلیل این ارتباط بصری از سوی مصرف‌کنندگان، برندها نیز بازاریابی محتوای خود را به روزرسانی می‌کنند تا به سمتوسوی این نوع از ارتباط کشیده شود. لانجی می‌گوید «کانال‌های تصویری، نه تنها چگونگی کشف و ارتباط افراد با برندها را تغییر، بلکه نوع تصاویری که مردم با آن ارتباط دارند را نیز تحت‌تاثیر قرار می‌دهند. دومینوز (Domino's)، نمونه‌ای عالی از برندی است که مصرف‌کننده تصویری را به سمت خود میکشاند و سال گذشته، نخستین سیستم سفارش غذا به شکل ایموجی را ایجاد کرده است - اگر یک پای می‌خواهید، ایموجی پیتزا را توییت کنید».

لارن فريتسکی (Lauren Fritsky)، مدیر ارشد محتوای جهانی در شرکت تکنولوژی بازاریابی مديامث (MediaMath) می‌گوید، گرچه هنوز هم محتوای طولانی وجود دارد، اما این روزها محتوای تصویری کوتاه‌تر و قابل‌هم‌تر - اینفوگرافیک‌ها، ویدئوهای کوتاه، آزمون‌های تعاملی و... - هنجار شده است. از مناسب بودن برای تمام شرایط تا خصوصی شدن

پگی چن، مدیر ارشد بازاریابی محصول در SDL - ارائه‌دهنده راه‌های تجربه مشتری - می‌گوید برندها بر راهبرد محتوای مناسب برای تمام شرایط تاکید داشتند که در آن همه چیز به یک شیوه تهیه شده و برای مخاطب فرستاده می‌شد. روش‌های توزیع تک-کانال، دیگر در دنیایی که مشتریان از محتوا با سرعت و در شبکه‌های موردنظرشان خودشان استفاده می‌کردند، جایی نداشتند.

چن به روزنامه بیزینس دیلی نیوز گفت: «مصرف‌کنندگان، انتظار یک تجربه ثابت را در تمام روابط دیجیتالی و فیزیکی دارند. در روزهای اول، به وبسایت‌ها به چشم بروشورهای آنلاین نگاه می‌شد. امروزه، وبسایت‌ها باید طوری طراحی شوند که با تعداد زیادی از «ویوکردهای مشتری» سازگار باشند. برندها باید مشتریان خود را دست‌بندی کنند تا نیازها و خواسته‌هایشان را بشناسند و تجربیاتی دیجیتالی به آنها ارائه بدهند که برایشان مفید باشد».

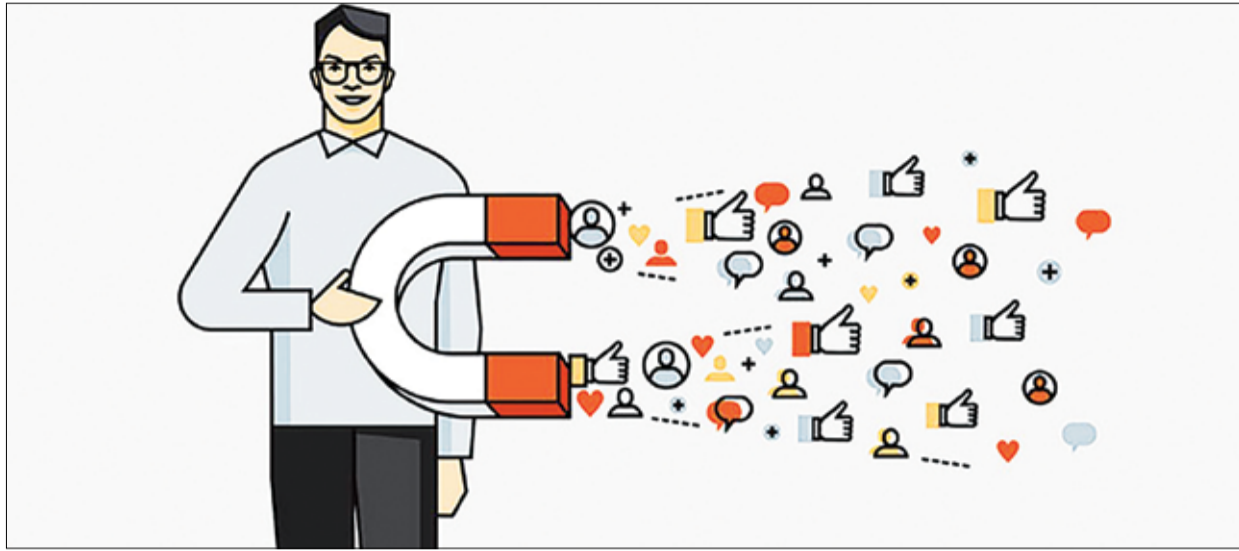
تام وایلد، نائب رئیس ارشد توسعه راهبردی در ارائه روشهای بازاریابی یونیورسال وایلد گفت: ایده تجربه ثابت مشتری در تمرکز بازاریابان بر روش‌های توزیع محتوا کاملاً مشخص است.

وایلد افزود: مشکل رسیدن محتوای مناسب در زمان نامناسب و به افراد نامناسب چیست؟ برای اطمینان از اینکه تلاش فراوان به نتیجه خواهد رسید، بازاریابان راهبردهای توزیع خود را به‌شکلی عمیق‌تر بررسی می‌کنند. با پلتفرم‌های بیشتر برای توزیع محتوایی که دائماً ایجاد می‌شود، بازاریابان می‌دانند که باید در تمام نقاط، تناسب وجود داشته باشد. برندهایی که مسئله توزیع محتوا را به‌شکلی ثابت و کلی حل می‌کنند، تمایل و وفاداری بیشتری در مشتری‌های خود مشاهده می‌کنند؛ امری که تمام بازاریابان می‌دانند برای ادامه موفقیت لازم است.»

ادامه دارد...

منبع: businessnewsdaily

اعتمادسازی در دنیای سرشار از اخبار دروغین



تبلغ کنندگان دوست دارند به شخصیت‌شان احترام گذاشته شود. ۶۶ درصد آنها زمانی که با یک شماره مورد خطاب قرار می‌گیرند، فروشگاه را برای همیشه ترک می‌کنند.

مصرفی با ویژگی‌های مورد نظر را خریداری کنند، روراست بودن و صداقت برندها باعث محبوبیت و افزایش میزان فروش محصولات می‌شود. مشتری‌ها همچنین دوست دارند به شخصیت‌شان احترام گذاشته شود. ۶۶ درصد آنها زمانی که با یک شماره مورد خطاب قرار می‌گیرند، فروشگاه را برای همیشه ترک می‌کنند.

۳- تقویت حسن نیت مشتری مصرف‌کنندگان دوست دارند به دیگران کمک کنند و بازخورد خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. طبق گزارش‌ها ۸۴ درصد خریداران تمایل دارند تجربیات خود را در اختیار دیگران قرار دهند. با این حال تعداد کمی از خریداران از حسن نیت مشتری به نفع خودشان استفاده می‌کنند. البته ناگفته نماند که زمان برای همه مهم است و نمی‌توان انتظار داشت هر مشتری نقد کاملی از محصول بنویسد. این وظیفه فروشنده است که با طرح سوال‌های چهار گزینه‌ای نظر خریداران را جویا شود و در اختیار سایر مصرف‌کنندگان قرار دهد. همچنین نقدها باید براساس موضوع دسته‌بندی شود و در اختیار مشتری‌های آن محصول قرار بگیرد. بنابراین بهترین کار طرح سوال و جواب‌های کوتاه است.

۴- اهمیت دادن به نقد و بازخورد مشتری همان‌طور که در ابتدا گفتیم، تعداد اخبار نامعتبر، نقدهای تقلبی به درز اطلاعات کاربران توسط بسیاری از کسب‌وکارها رو به افزایش است. به عنوان مثال شرکت فیس‌بوک چند وقت پیش به انتشار اطلاعات کاربرانش متهم شد و شرکت آمازون نیز از کاربران تقلبی برای نوشتن نقدهای مثبت در مورد محصولات استفاده می‌کرد. انجام چنین کارهایی نه تنها اعتماد مشتری را جلب نمی‌کند بلکه اعتماد جلب‌شده را نیز از بین می‌برد. شرکت Yelp به برخی افراد پول می‌داد تا برای برندهای خاص

جلب اعتماد مشتری کلیدی‌ترین عامل افزایش میزان فروش محصولات برند است که تنها با صداقت، روراستی، شفافیت و اهمیت به بازخورد مصرف‌کننده امکان‌پذیر می‌شود. همان‌طور که احتمالاً تاکنون تجربه کرده‌اید، سراسر اینترنت پر از اخبار تقلبی و تیرهای مبالغه‌آمیز به‌منظور افزایش تعداد کلیک و بازدید از سایت شده است. بنابراین جذب مخاطب از طریق بازاریابی محتوا نیازمند جلب اعتماد مشتری است. برندهای شناخته‌شده و قدیمی اعتماد مشتری‌ها را در طول چند سال جلب کرده‌اند. اما کسب‌وکارهای کوچک و جدید چگونه می‌توانند با تولید چند خط محتوای ساده مشتری را به خرید از برند تشویق کنند؟ عوامل تاثیرگذار زیادی وجود دارند، اما صداقت و روراستی دو عامل مهمی هستند که بدون شک رضایت مشتری را جلب می‌کنند. در ادامه این مقاله به بررسی بیشتر راه‌هایی برای جلب اعتماد مشتری می‌پردازیم.

۱- استفاده از اینفلوئنسرها برای جلب اعتماد اینفلوئنسر مارکتینگ یعنی تبلیغ برند توسط افراد معروف، یکی از روش‌های بازاریابی است که حتماً نمونه‌های آن را در شبکه‌های اجتماعی دیده‌اید. این مدل بازاریابی به دو دسته میکرو اینفلوئنسر مارکتینگ و ماکرو اینفلوئنسر مارکتینگ تقسیم‌بندی می‌شود. ماکرو اینفلوئنسرها افراد بسیار معروفی هستند که اغلب مردم آنها را می‌شناسند. اما میکرو اینفلوئنسرها افرادی هستند که کمتر شناخته شده‌اند و معمولاً کمتر از ۱۰ هزار فالوئر در شبکه‌های اجتماعی دارند. این روزها ماکرو اینفلوئنسر مارکتینگ دیگر مانند گذشته جواب نمی‌دهد، زیرا اغلب مصرف‌کنندگان با تکنیک‌های این روش بازاریابی آشنا شده‌اند. با این حال ۸۴ درصد مصرف‌کنندگان، نقدهای

۲- شفافیت اهمیت بالایی دارد همیشه فاصله اعتمادی زیادی میان خریداران و فروشنندگان وجود دارد. اغلب فروشنندگان معتقدند شفاف عمل می‌کنند، اما خریداران چنین چیزی را باور ندارند. به‌عنوان مثال ۸۵ درصد فروشنندگان معتقدند در طول فرآیند فروش در مورد محدودیت‌های محصول خود صادق بوده‌اند، اما تنها ۳۶ درصد خریداران با آنها هم‌عقیده هستند.

۳- تقویت حسن نیت مشتری مصرف‌کنندگان دوست دارند به دیگران کمک کنند و بازخورد خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. طبق گزارش‌ها ۸۴ درصد خریداران تمایل دارند تجربیات خود را در اختیار دیگران قرار دهند. با این حال تعداد کمی از خریداران از حسن نیت مشتری به نفع خودشان استفاده می‌کنند. البته ناگفته نماند که زمان برای همه مهم است و نمی‌توان انتظار داشت هر مشتری نقد کاملی از محصول بنویسد. این وظیفه فروشنده است که با طرح سوال‌های چهار گزینه‌ای نظر خریداران را جویا شود و در اختیار سایر مصرف‌کنندگان قرار دهد. همچنین نقدها باید براساس موضوع دسته‌بندی شود و در اختیار مشتری‌های آن محصول قرار بگیرد. بنابراین بهترین کار طرح سوال و جواب‌های کوتاه است.

۴- اهمیت دادن به نقد و بازخورد مشتری همان‌طور که در ابتدا گفتیم، تعداد اخبار نامعتبر، نقدهای تقلبی به درز اطلاعات کاربران توسط بسیاری از کسب‌وکارها رو به افزایش است. به عنوان مثال شرکت فیس‌بوک چند وقت پیش به انتشار اطلاعات کاربرانش متهم شد و شرکت آمازون نیز از کاربران تقلبی برای نوشتن نقدهای مثبت در مورد محصولات استفاده می‌کرد. انجام چنین کارهایی نه تنها اعتماد مشتری را جلب نمی‌کند بلکه اعتماد جلب‌شده را نیز از بین می‌برد. شرکت Yelp به برخی افراد پول می‌داد تا برای برندهای خاص

مشتری مداری



اهداف و نتایج برنامه وفاداری مشتریان

اهداف در برنامه وفاداری علاوه بر استراتژی حفظ مشتریان کنونی، جذب مشتریان جدید و همچنین بازگشت مشتریان جدا شده است. متخصصان مارکتینگ برای برنامه وفاداری اهداف متعددی را ذکر کرده‌اند که در ادامه به بیان برخی از آنها می‌پردازیم:

- افزایش ارزش ایجاد شده برای مشتریان
- حفظ مشتریان کنونی و جلوگیری از ریزش مشتریان
- افزایش فروش از طریق مشتریان کنونی
- ایجاد مزیت جدید در برابر رقبا
- ایجاد منفعت برای مشتریان کنونی و افزایش وفاداری آنها
- تحلیل رفتار مشتریان کنونی
- تعیین میزان اثربخشی فعالیت‌های مارکتینگ
- سهولت در ارتباط با مشتریان
- افزایش کیفیت و ایجاد تمایز در ارائه خدمات به مشتری
- همکاری با سایر ارائه‌دهندگان این خدمت (Co-Branding)
- استفاده به‌عنوان ابزار تبلیغاتی اثربخش
- ارائه پرموشن فروش هدفمند و سفارشی به مشتریان



ایجاد ارزش و ایجاد جذابیت برای جذب مشتری جدید اگرچه وفاداری مشتریان بسیار مهم است، ولی نتایج اجرای یک برنامه وفاداری موفق می‌تواند موجب حمایت جدی‌تر و تاثیر مستقیم در اجرای آن را در پی داشته باشد. در ادامه به بیان تعدادی از نتایج یک برنامه وفاداری موفق خواهیم پرداخت:

- افزایش حجم فروش سالانه شرکت یا یک سگمنت از مشتریان



- افزایش تعداد تراکنش‌های مشتریان
- افزایش میزان متوسط فروش در هر تراکنش به هر مشتری
- افزایش میزان متوسط فروش سالانه به هر مشتری
- افزایش تعداد مشتریان
- کاهش نرخ ریزش مشتریان
- افزایش تعاملات مالی و غیرمالی مشتریان با شرکت
- افزایش سودآوری فروش با هدایت مشتری به محصول دلخواه
- کاهش هزینه‌های تبلیغاتی و جذب مشتری، کمسیون فروش
- کاهش حساسیت مشتری به تغییرات قیمت
- افزایش طول عمر مشتری
- افزایش منافع ناشی از ارزش طول عمر مشتری
- کاهش هزینه‌های نگهداری و حفظ مشتریان
- ایجاد پول کاذب و ایجاد حس ذخیره مالی برای مشتری

البته باید توجه داشت که وفادارسازی مشتریان بدون در نظر گرفتن میزان ارزش‌آفرینی مشتری برای شرکت، صحیح نیست، چراکه سودآوری کسب‌وکار در گرو رشد هم‌زمان چهار پارامتر تعداد مشتریان (N)، ارزش‌آفرینی هر مشتری (V)، تعداد خرید هر مشتری (F)، حجم خرید هر مشتری (S) است.

منبع: hormond

بازاریابی خلاق





استارتاپ

آیا برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌تان به وام کسب‌وکار نیاز دارید؟

مترجم:مارال مختارزاده
کارشناس ارشد کارآفرینی

افزایش سرمایه در مراحل کاشت ایده و راه‌اندازی کسب‌وکار، فرآیندی دشوار است، البته اقداماتی وجود دارد که با انجام آنها، می‌توانید اطمینان حاصل کنید کسب‌وکارتان شانس خوبی برای دریافت وام دارد.

اگر می‌خواهید وام کسب‌وکار دریافت کنید باید برای این سوالات پاسخ قانع‌کننده‌ای داشته باشید:

۱. آیا طرح کسب‌وکارتان (بیزینس پلن) را نوشته‌اید؟

نوشتن طرح کسب‌وکار یکی از نخستین گام‌ها در تبدیل ایده کسب‌وکار به واقعیت است. این موضوع به شما کمک می‌کند تا ایده کسب‌وکارتان را مشخص و مشکلات احتمالی را شناسایی کنید. هنگام درخواست وام، طرح کسب‌وکارتان را ارائه می‌کنید. بنابراین مطمئن شوید طرح‌تان هر آنچه را که می‌خواهید به درستی بیان می‌کند.

۲. آیا سند و مدرکی از فروش و قراردادهای تجاری‌تان دارید؟

طرح کسب‌وکار خوب، بازار هدف و میزان تقاضا برای محصول یا خدمت‌تان را مشخص می‌کند. مدارک فروش یا قرارداده‌ا را ضمیمه کارتان کنید. این مدارک باید موثق و قابل استناد باشند. می‌توانید رونوشتی از اسناد، مدارک و قراردادهای‌تان را ارائه دهید.

۳. آیا طرح کسب‌وکارتان به‌روز شده است؟ محتوای طرح‌تان را بازبینی کرده‌اید؟

با وجود ماهیت پویای کسب‌وکار، طرح کسب‌وکار باید به‌طور مداوم مورد بازبینی قرار گیرد. هنگامی‌که درخواست کمک مالی می‌کنید، باید طرح کسب‌وکارتان تا حد امکان به‌روز شده باشد. توجه به نکاتی ساده اما مهم – املای صحیح کلمات و استفاده از قواعد نگارشی– می‌تواند طرح‌تان را حرفه‌ای جلوه دهد. در نتیجه احتمال دریافت کمک مالی برای طرح کسب‌وکارتان افزایش می‌یابد.

۴. آیا پیش‌بینی واقع‌بینانه‌ای از جریان‌های نقدی کسب‌وکارتان دارید؟

عملکرد کسب‌وکارتان در زمینه امور مالی چگونه است؟ آیا همه جوانب را در نظر گرفته‌اید؟ اطمینان حاصل کنید که همه هزینه‌ها و جریان‌های درآمدی‌تان را کاملاً واقع‌بینانه پیش‌بینی کرده باشید. این نکته برای سرمایه‌گذار بسیار حایز اهمیت است.

۵. آیا طرح کسب‌وکارتان را با پیش‌بینی جریان نقدی‌تان انطباق داده‌اید؟

بررسی کنید که اعداد و ارقامی که در طرح کسب‌وکارتان ارائه می‌کنید، منطبق با ارقام ارائه شده در پیش‌بینی جریان نقدی‌تان باشد. حتی یک مورد را هم از قلم نیندازید. نباید در طرح کسب‌وکارتان ارقامی را ارائه کنید که در پیش‌بینی جریان نقدی‌تان به آنها اشاره نکرده‌اید و بالعکس.

۶. آیا برای بقای شرکت، بودجه شخصی‌تان را برآورد کرده‌اید؟

قبل از درخواست برای تأمین بودجه، باید به نکته‌ای ساده ولی مهم توجه کنید. چقدر بودجه برای ادامه بقای سازمان در اختیار دارید؟ برای پرداخت قبوض معمول مانند هزینه اجاره، هزینه تاسیسات، غذا و... چقدر بودجه دارید؟ این موضوعی مهم است که اغلب نادیده گرفته می‌شود.

۷. آیا می‌دانید به چه صنعتی وارد می‌شوید؟

مهم است که بدانید به چه صنعتی و با چه ویژگی‌هایی وارد می‌شوید. تحقیقات بازار را به دقت انجام دهید. محصولات، رقبا و نحوه عملکردشان در بازار را کشف و درک کنید. این نشان می‌دهد که شما حرفه‌ای هستید و با آگاهی کامل برای تأمین سرمایه و ایجاد کسب‌وکارتان اقدام کرده‌اید.

۸. آیا بدهی‌ها و صورتحساب‌های‌تان را به بهترین نحو مدیریت کرده‌اید؟

شما باید نشان دهید که می‌توانید بدهی‌های‌تان را سازمان‌دهی کرده و امور مالی‌تان را به‌خوبی مدیریت کنید.

۹. آیا استراتژی خروج مناسبی دارید؟

هیچ شرکت نوپایی تا ابد باقی نخواهد ماند. باید نشان دهید در مورد استراتژی خروج اندیشیده‌اید و گزینه‌های دیگری نیز دارید. این امر مسئولیت‌پذیری‌تان را نشان خواهد داد. به این ترتیب شانس‌تان برای دسترسی به بودجه مورد نیاز افزایش می‌یابد.

۱۰. آیا می‌دانید دقیقاً برای رفع چه نیازهایی به دنبال وام کسب‌وکار هستید؟

در ارائه کسب‌وکارتان به سرمایه‌گذار یا بانک، نیازمندی‌های‌تان را با ذکر جزئیات شرح دهید. بیان نیازهای فنی، تجهیزاتی و... نشان می‌دهد شما به دنبال چیزی هستید که واقعا نیاز دارید.

اگر برای تمامی سوالاتی که اشاره شد پاسخ منطقی و مناسبی دارید، می‌توان گفت کسب‌وکارتان برای دریافت وام آماده است.
منبع: startups/modirinfo

مدیریت را از قهرمانان مارول بیاموزید



می‌شود. در رابطه با وی می‌توان

گفت که او یک ثروتمند است که با اختراع زره آهنین خود، توانسته است به قهرمانی دست‌داشتنی تبدیل شود.

وی نماینده جامعه مدیرانی است که هر کارمندی آرزوی کار با وی را دارد. درواضع مدیران شوخ‌طبع و شاد همواره جوی فوق‌العاده را به شرکت می‌بخشند که این انرژی خوب در نهایت به تمامی افراد تیم منتقل خواهد شد. اگرچه تونی استارک ثروتمندترین ابر قهرمان محسوب می‌شود، با این حال حفظ روحیه خود در تمامی شرایط از جمله ویژگی‌هایی است که وی را به مدیری محبوب تبدیل می‌کند.

نکته مدیریتی:

هیچ فردی را نمی‌توانید بیابید که تمایل به کار کردن با افراد خشک و عصبی داشته باشد. در واقع با توجه به اینکه محل کار در اصل خانه دوم افراد محسوب می‌شود به همین دلیل راحتی آن از جمله اولویت‌ها است. بدون

شک در صورتی که می‌خواهید راندمان کاری و میزان رضایت شغلی افراد را بالا ببرید، لازم است تا مانند قهرمان مذکور سخت‌گیری بیش از حد را کنار بگذارید و انتقال‌دهنده حس خوب و شادی به تیم خود باشید.

۲- پلنگ سیاه

در رابطه با وی تنها می‌توان گفت که او پادشاه شهری است که بنا به دلایلی از نظر سایرین دور مانده و قدرت ماورایی خود را از طریق تزریق دارویی به دست آورده است. شاید بتوان وی را ناشناس‌ترین فرد این لیست دانست. با این‌حال وی از خصوصیت مثبت عدم قبول شکست برخوردار است. درواقع وی همواره در شرایط حساس از خود جسارت کافی نشان داده و این امر از جمله ویژگی‌هایی است که هر مدیری باید از آن بهره‌مند باشد.

نکته مدیریتی:

از شکست نترسید و در مواجهه با آن به دنبال کسب

تجربه باشید. همچنین لازم است تا از مشاوره افراد با تجربه استفاده کنید و همواره انگیزه و جسارت را در خود حفظ کنید.

۴- تور

ثور را باید تنها ابرقهرمان دنیای مارول دانست که یک خدا محسوب می‌شود و ریشه قدرت ماورایی وی نیز به این علت است.

ثور را همواره به‌عنوان فردی به تصویر کشیده‌اند که با استفاده از چکش خود می‌تواند هر دشمنی را زمینگیر کند. با این حال در جدیدترین نسخه از این فیلم، این قابلیت از وی سلب می‌شود و وی مجبور است تا خود را با شرایط جدید وفق دهد. درواقع این فیلم در تلاش است تا به افراد ثابت کند که همواره نباید با تکیه بر یک قابلیت و توانایی کار خود را ادامه دهند. در همین راستا بسیار مهم است که محدوده توانایی‌هایی خود را گسترش دهید. همچنین توجه داشته باشید که قدرت واقعی در درون خود شما وجود دارد و



نیاید آن را در چیز دیگری جست و جو کنید.

نکته مدیریتی:

همواره باور داشته باشید که راه دیگری نیز وجود دارد و مزیت رقابتی خود، همه چیز را از دست رفته تصور کنید. با این حال در این مسیر ضروری است تا برنامه و استراتژی جدیدی را اتخاذ کنید، در غیر این صورت اقدامات شما نتیجه مطلوب را به همراه نخواهد داشت.

۵- استار لرد

استار لرد با نام اصلی پیتز کوبیل از جمله قهرمانان نوظهور دنیای مارول محسوب می‌شود.

درواقع این فیلم قهرمانی را به تصویر می‌کشد که در ابتدا کاملاً خودمحور بوده با این‌حال در ادامه مجبور به تشکیل تیمی برای خود می‌شود. در این فیلم به خوبی بهتر شدن اوضاع پس از تشکیل تیم به نمایش گذاشته می‌شود. با این حال نکته مهم در این رابطه تنوع افراد آن است. اگر این فیلم را مشاهده کرده باشید، می‌دانید که هیچ یک از افراد تیم با دیگری کوچک‌ترین شباهتی ندارد. اگرچه این امر در ابتدا نوعی ضعف تلقی می‌شود، با این حال این ویژگی امری مثبت محسوب شده و محدوده عملکرد را به‌شدت افزایش می‌دهد. بدون شک این امر در ابتدا کاملاً دشوار است و در فیلم نیز این موضوع نشان داده شد. با این حال در نهایت افراد به این درک دست پیدا خواهند کرد که برای موفقیت، راهی جز همکاری پیش روی خود ندارند.

نکته مدیریتی:

نتایج تحقیقات حاکی از آن است که وجود تیمی متشکل از افراد مختلف، به قدرتمندی هرچه بیشتر آن کمک بسیاری خواهد کرد و ضعف‌ها به بهترین شکل تحت پوشش قرار خواهند گرفت. به همین خاطر لازم است در تشکیل تیم خود به این نکته مهم توجه کنید.

منبع: prospectasean

دریچه

خوش‌بینی کاذب در عرضه امتیاز کسب‌وکار باعث شکست می‌شود

اعطای امتیاز فعالیت، یکی از روش‌های گسترش کسب‌وکار است که موفقیت در این عرصه، به بررسی کامل شرایط توسط هر دو طرف قرارداد نیاز دارد. رؤیای عرضه فراگیر امتیاز فعالیت، بسیاری از صاحبان کسب‌وکارهای کوچک را تحت تأثیر قرار داده است. اغلب مدیران شرکت‌های کوچک با داستان‌های موفقیت بسیاری از کسب‌وکارهای خود که با بهره‌گیری از مدل فرانسیسز (به‌عنوان مسیر رو به رشد در اقتصادی موفق) اکنون امتیاز خود را به سراسر کشور یا قاره می‌فروشند، تحت تأثیر قرار می‌گیرند. اما بسیاری از کسب وکارهای فرانسیسزی نتایجی در حد انتظارات خود کسب نمی‌کنند.

ویکی‌پدیا، فرانسیسز (انگلیسی: Franchise) یا امتیاز که با نام‌های فردا، برترانه نیز شناخته می‌شود گونه‌ای از کسب‌وکار است که بر پایه آن به یک شرکت اختیار داده می‌شود که تولیدات یا فرآورده‌های شرکت دیگر را بفروشد و در برابر آن مبلغی دریافت کند. کسب‌وکارهای کوچک با اخذفرانسیز می‌توانند تحت یک نام بازرگانی مشترک فعالیت کنند و همگی از یک مند موفق (که بیشتر آزمایش شده) و بازاریابی مشترک بهره‌گیری کنند.

صرف نظر از اعتبار منبع اصلی، معیارهای مربوط به عملکرد استارت‌آپ‌های فرانسیسز دشواری راه‌اندازی این مدل کسب‌وکار را بهتر آشکار می‌کند. نتایج تحقیقات حاکی از آن است که درصد قابل توجهی از استارت‌آپ‌های حق امتیازی که با برند جدید وارد عرصه شده‌اند در چهار سال اول جذب مشتری قابل توجهی نداشته‌اند. بسیاری از این افراد پس از شکست اولیه کملاً دور این فعالیت را خط می‌کشند و به شغل قبلی باز می‌گردند. دلیل اصلی چنین شکست‌هایی انتظارات بنیان‌گذاران برای کسب نتایج کسب وکارهای قدیمی و ریشه‌گرفته، در کوتاهمدت است. آنها اغلب مسیر را هموار می‌نمایند و تصور هیچ گونه شکستی را ندارند.

موسسه تحقیقاتی فرانسیسز گرید مطالعاتی درباره کسب‌وکارهایی که امتیاز فعالیت خود را واگذار کرده بودند، در دوره ۱۰ ساله‌ای از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۷ انجام داده است. این شرکت‌ها به هشت گروه از ۰ (استارت‌آپ‌های منطقه‌ای) تا ۱۰۰ (شرکت‌های بزرگ ملی) دسته‌بندی شده بودند. مطالعات نشان داده بود که کسب موفقیت‌های نسبی مستلزم تلاش و زمان نسبتاً زیادی است.

۶۳۰ درصد استارت‌آپ‌هایی که از چهار سال قبل (۲۰۰۳) با پوشش تمامی مناطق کشور آغاز کرده بودند، بعد از ۱۰ سال کمتر از نصف این مناطق را در اختیار داشتند. متأسفانه اکثر کارآفرینانی که وارد این عرصه می‌شوند چنان خوش‌بینی کاذبی به موفقیت محض دارند که آمارهای ارائه‌شده را باور نمی‌کنند.

فرآیندهای لازم برای کسب نتایج موفق

مدیران کسب‌وکارهایی که به دنبال عرضه امتیاز فعالیت خود هستند باید قبل از اقدام به عرضه اطلاعاتی درباره فرآیند و مدل کسب‌وکارهای فرانسیسزی از منابع مختلف شامل همکاران تجاری، قوانین ملی و منطقه‌ای کسب کرده باشند.
۱- برای کسب این اطلاعات فقط به کارگاه‌های آموزشی و تبلیغاتی اکتفا نکنید. در عصر ارتباطات می‌توانید از اینترنت اطلاعات بسیاری را درباره خم و چم کار به دست آورید و درک عمیق‌تری درباره وضعیت بازار و رقبا داشته باشید.

۲- توجه خود را به الزامات و ملزومات موفقیت در این مسیر معطوف کنید. حواستان را جمع کنید که فریب داستان‌های موفقیت تبلیغاتی را نخورید. حتی اگر کارشناس می‌شود.

۳- نیاز هستیید بهتر است بی‌گدار به آب نزنید. همیشه از افراد باتجرب‌ مشورت بگیرید و قبل از هر اقدامی خوب فکر کنید.

۴- برای کشف بهترین موفقیت همواره پتانسیل بازارهای اقتصادی و ککش مناطق مختلف را بررسی کنید. متأسفانه بسیاری از استارت‌آپ‌ها در یک رویه از پیش شکست خورده در قدم اول در حالی که توان کافی برای برندسازی و خدمات پشتیبانی را ندارند پوشش کل کشور را به عهده می‌گیرند.

۵- همه سرمایه خود را به گسترش سیستم اختصاص ندهید. هزینه‌های پشتیبانی و بازاریابی به مرور سر به فلک خواهند کشید. بعضی از مدیران بدون درک کافی از سختی

فروش‌های اولیه، اکثر سرمایه خود را برای راه‌اندازی سیستم هزینه می‌کنند و برای اداره آن، هزینه پرسنل، برنامه‌های تبلیغاتی بودجه کافی را در نظر نمی‌گیرند.

۶- هر چقدر که دسترسی دارید از تجربه کسانی که تجربه و فعالیت عملی در این زمینه داشته‌اند راهنمایی بگیرید.

۷- اجازه ندهید تبلیغات کاذب شما را فریب دهد. همواره با کسب اطلاعات کافی خردمندان و با احتیاط با په میدان بگذارید.

۸- اگرچه بعضی از کسب‌وکارهای امتیازی رشد بسیاری سریعی داشته‌اند، ولی همواره سعی کنید انتظارات معقولی از کسب‌وکار خود داشته باشید و به امید رشد سریع سرمایه خود را یک شبه به باد ندهید.

از اشتباهات متداول زیر اجتناب کنید

بر خلاف ادعای برخی از مشاوران، هر کسب‌وکاری مناسب عرضه امتیاز نیست. معمولاً در فرآیند ارزیابی‌های اولیه به پتانسیل‌های تئوری تأکید و عملی بودن و استقبال بازار به فراموشی سپرده می‌شود.

خوش‌بینی کوکوراانه باعث می‌شود که در تحلیل وضعیت دچار اشتباه شوید و ناخودآگاه مشاوران‌تان را مجبور به حمایت از پروژه و تصدیق طرح کنید.

معمولاً مدیران و کارمندان فاقد مهارت‌های لازم برای اداره چنین سیستمی هستند. چنین ضعف‌هایی معمولاً در وضعیت‌هایی مانند ناتوانی در هدایت واحدهای چند منظوره خود را نشان می‌دهند. افراد فعلی سیستم جدید را با همان روش و منطق قبل اداره می‌کنند که معمولاً ناکارآمد است. کمبود نیرو نیز مزید بر علت است.

افراد معمولی چگونه به افرادی خارق‌العاده تبدیل می‌شوند



ایلان ماسک می‌گوید: «من فکر می‌کنم برای افراد معمولی راهی وجود داشته باشد که به افرادی خارق‌العاده تبدیل شوند.» این نکته شامل همه ما می‌شود.

اکثر ما ایلان ماسک را یک استثنا می‌دانیم، اما با این وجود او باور دارد که تبدیل شدن به یک انسان ویژه غیرممکن نیست. بسیاری از افرادی که خودشان را حتی بسیار پایین‌تر از حد متوسط می‌دانند سعی می‌کنند حداقل خود را به معمولی بودن نزدیک کنند، اما این سؤال مطرح می‌شود اکنون که تلاش برای معمولی بودن انجام می‌شود چرا وری آن نرود؟ چرا سعی بر این نباشد که تلاش‌ها برای بهتر شدن در هیچ نقطه‌ای متوقف نشود و تا خارق‌العاده شدن و شگفتی‌آفرینی ادامه پیدا کند؟

اگر فرآیند تبدیل شدن از یک فرد معمولی به یک فرد خارق‌العاده را «شگفتی‌آفرینی» بنامیم، می‌توانیم سه فاز برای آن در نظر بگیریم. اما به خاطر بسپارید که نباید از خودتان انتظار داشته باشید در پایان این راه به ایلان ماسک تبدیل شده باشید. در بدترین حالت، شما از توانایی‌ها و مهارت‌هایی که دارید بیشترین بهره را خواهید گرفت و خواهید توانست تأثیری خارق‌العاده بر کارهایی بگذارید که تنها شما از عهده انجام دادن آنها بر می‌آید. شاید در پایان راهی که می‌پیمایید به ثروت هنگفتی دست یابید یا شاید هم نه، اما در نهایت چیزی که به دست می‌آورد نسخه شادتر و ارزشمندتری از خودتان است.

فاز ۱: افکار خارق‌العاده را انتخاب کنید

افرادی که اهدافی نظیر تغییر دادن دنیا و بهره‌گیری تمام عیار از استعدادهای خود دارند با شما متفاوت نیستند؛ آنها فقط افکار معمولی را از زندگی خود حذف کرده‌اند. زندگی شگفت‌انگیز تنها با یک تغییر در نحوه فکر کردن و خواسته‌ها ایجاد می‌شود.

هر فردی افکاری نظیر اینها دارد: «من به اندازه کافی خوب نیستم» یا «من هرگز نمی‌توانم این کار را انجام دهم». اما کسانی که به راه‌های شگفت‌انگیز باور دارند خودشان را از افکار منفی جدا می‌کنند و هر فکر منفی را با یک فکر خوب و پیش‌رونده جایگزین می‌کنند. «من می‌توانم»، «زندگی خوب است و من فوق‌العاده‌ام»، «من می‌توانم کارها را به ثمر برسانم.» و این همان فاز اول شگفتی‌آفرینی است.

از صبح‌ها شروع کنید

برای این منظور می‌توانید خود را مجبور کنید تا تفکرات و اندیشه‌های مثبت را به برنامه منظم صبحگاهی تبدیل کنید. از این منارتها و جملات انرژی بخش شروع کنید: «من خوب هستم و همیشه خوب باقی‌خواهم ماند.» یا «من امروز از تمام توان و تلاش خود استفاده خواهم کرد.» یا «اگر به خودم اعتماد داشته باشم و افکار مثبت را به خود راه دهم، می‌توانم هر کاری انجام دهم یا به هر فرد مفیدی تبدیل شوم.» اگر ایمن‌مانتارها را به محض از خواب بیدار شدن

تکرار کنید (دقیقا همان موقعی که از خواب بیدار می‌شوید و هوشیاری خود را به دست می‌آورید)، نه‌تنها اعتماد به نفس و حس مثبت بودن مورد نیاز برای انجام کارهای خارق‌العاده را در خود جاری می‌سازید، بلکه به‌طور خودکار تفکرات منفی را که همچون دیواری سد راه موفقیت شما قرار می‌گیرند نیز از خود دور می‌کنید. این کار را برای ۵ تا ۱۰ دقیقه انجام دهید. همچنین تهیه کردن یک لیست ۴۰ عددی از جملات مثبت و اثربخش هم کمک شایان توجهی می‌کند.

برای تشویق خود برنامه‌ریزی کنید

یک راه مؤثر برای تشویق خود این است که یک برنامه روزانه شامل یک لیست ۱۰ تایی تهیه کنید. هر کدام از کارهای لیست را که انجام دادید برای خود یک هدیه تشویقی کنار بگذارید و هر گاه به نظر تان آمد که از انجام کارهای لیست عقب افتاده‌اید، مانترها و جملات انرژی بخش را با خود تکرار کنید.

این روش را برای یک هفته هر روز تکرار کنید و نتیجه فوق‌العاده آن را ببینید. بعد آن را برای یک ماه تکرار کنید و تغییرات چشمگیر آن بر زندگی را مشاهده کنید. یک سال این رفتار را تکرار کنید و پس از آن خواهید دید که دیگر زندگی شما همچون گذشته معمولی نخواهد بود. بله شما تنها پس از گذشت یک سال دیگر معمولی نخواهید بود.

فاز ۲: کارهای خارق‌العاده انجام دهید

۹۵ درصد افراد به تعهدات خود پایبند نمی‌مانند. این تعهدات ممکن است در رابطه با سلامتی، شغل، رابطه یا

هر مورد دیگری باشد. همیشه بهانه‌ها و توجیهاتی پیدا می‌کنند تا از زیر بار مسئولیت تعهدات شانه خالی کنند. به‌طور کلی می‌توان گفت که مهم‌ترین دلیل آنها نداشتن یک برنامه جامع و منظم روزانه است که وظایف‌شان را به آنها یادآوری کند. اگر به‌طور مرتب کارهای مثبت انجام دهید و برای آنها برنامه روزانه داشته باشید آنگاه به‌طور خودکار خارق‌العاده خواهید بود.

اگر به تفکرات شگفت‌انگیز روزانه عادت داشته باشید انجام این کار و دنبال کردن این روند برای شما دشوار نخواهد بود. اعتماد به نفس کامل برای ادامه کار را خواهید داشت، حتی اگر گاهی شرایط برایتان دشوار شود. اگر این عادت را با تشویق کردن خود همراه کنید، آنگاه برای بهبود زندگی روزانه، شغل، سلامتی و رابطه خود گام‌های بعدی و بهتری را نیز برمی‌دارید.

بعد از انجام روتین روزمره برای تفکرات خارق‌العاده، ۱۰ دقیقه را به چند حرکت فیزیکی برای شروع یک روز خارق‌العاده اختصاص دهید. بهترین راه این است که به ۵ تا ۱۰ کار و هدفی که امروز و فقط امروز می‌خواهید به آنها دست یابید فکر کنید. این اهداف می‌تواند کار، تفریح، یادگیری یا هر مورد دیگری باشد. آنها را در بالای لیست خود قرار دهید. بقیه اهداف روزانه در پایین لیست قرار می‌گیرند. در وسط لیست خود نیز می‌توانید اهداف تکراری روز را قرار دهید؛ کارهایی مانند مدیتیشن، تشویق خود، مطالعه یا مشابه آنها.

برنامه‌ریزی پیشرفته

برای این که به این فرآیند سرعت ببخشید و ذهن

خود را برای برنامه‌ریزی انجام کارهای خارق‌العاده هر روز صبح مشغول نکنید، می‌توانید یک برنامه هفتگی تدارک ببینید. مثلا هر جمعه بعد از ظهر، ۱۰ تا ۲۰ دقیقه از زمان خود را برای برنامه‌ریزی هفت روز آتی خود اختصاص دهید: برنامه‌ریزی کاری، سلامتی / ورزش، تفریح و لذت بردن از خود، پیشرفت شخصی یا کمک به دیگران. در دست داشتن این اهداف از پیش ساخته شده، انتخاب آنها در هر صبح را برای شما آسان‌تر و دست یافتنی‌تر می‌کند.

برنامه روزانه خود را در طول روز و هرجایی که می‌روید با خود همراه داشته باشید و هرگاه به یک برنامه‌ریزی یا جهت دهی کارهای روزانه نیاز داشتید به آن مراجعه کنید. البته دقت کنید که اگر در حین انجام پروژه‌ای کاری هستید که تمام روز شما را به خود اختصاص می‌دهد، باید روند کاری دیگری را در پیش بگیرید. طوری برنامه‌ریزی کنید که هر لحظه از روزتان با کارهای و تفکرات خارق‌العاده پر شود. موسس شرکت ایکیا می‌گوید: «زندگی به تکه‌های ده دقیقه‌ای تقسیم شده است. تا جایی که می‌توانید تعداد کمی از آنها را تلف کنید». پس تا می‌توانید قسمت‌های ۱۰ دقیقه‌ای خارق‌العاده بیشتری برای خود برنامه‌ریزی کنید.

فاز سه: اطراف خود را با افراد خارق‌العاده پر کنید
یکی از عادات مشترک افراد خارق‌العاده، احاطه شدن با افراد شگفتی‌آفرین است. این یعنی همراهان منفی را از خود دور می‌کنند. اگر شما هم می‌خواهید راه را برای خارق‌العاده بودن خود باز کنید، تا جایی که می‌توانید

از همین روش و عادت بهره بگیرید. برای این منظور لیستی از افرادی که بیشتر اوقات با آنها مراوده می‌کنید تهیه کنید؛ لیستی از دوستان، اقوام، همکاران و... بعد در یک صفحه دیگر دو ستون ایجاد کنید؛ ستون مثبت و ستون منفی. کسانی را که تفکرات و انرژی مثبت، زندگی خارق‌العاده دارند در گروه مثبت و کسانی را که در گروه مثبت قرار نمی‌گیرند در ستون دیگر قرار دهید.

سپس لیستی را که تهیه کرده‌اید دوباره بازخوانی و سعی کنید با گروهی که در ستون مثبت قرار دارند هرچه بیشتر در ارتباط باشید و تا جایی که می‌توانید از زمان گروه دیگر بکاهید، حد و مرزهای محکم‌تری برای رابطه با آنها تعیین کنید و تعداد دفعاتی را که به درخواست‌های آنها جواب «نه» می‌دهید بیشتر کنید. حتی ممکن است به این نتیجه برسید که وجود برخی اشخاص چنان مضر و سمی است که اصلا نیازی به حضور آنها در زندگی تان ندارید.

به دنبال ارتباطات خارق‌العاده باشید

شبکه‌سازی همان چیزی است که به شما کمک می‌کند تا افراد موفق یا کارآفرین‌های بیشتری را در دایره دوستان و کسانی که در زندگی روزمره با آنها تبادل فکری و اطلاعاتی بیشتری دارید، قرار دهید. نتیجه‌ای که از کار می‌گیرید به‌طور مستقیم و حتی شاید بتوان گفت به‌طور نمایی بر روند پیشرفت روزمره شما تأثیر می‌گذارد.

اگر تا اینجا این مقاله را خوانده باشید یعنی شما حدود ۱۰ - ۱۵ دقیقه درباره خارق‌العاده بودن و تلاش برای معمولی نبودن مطالعه کرده‌اید. این یک قدم اولیه مهم است. اما اگر واقعا می‌خواهید در زندگی خود تغییری دهید پس سعی کنید به آنچه گفته شد عمل کنید. یک بار دیگر این مقاله را بخوانید و نکاتی را که گفته شده در جایی یادداشت کنید. برای بهتر شدن زندگی خود برنامه‌ریزی کنید و به آن عمل کنید. اگر یک سال به برنامه‌هایی که می‌ریزد عمل کنید شک نداشته باشید که روزهای بهتر و موفقیت‌های بیشتر پیش روی شما خواهد بود.

• منترا (در آیین هندو، بودایی، سیک، جین و مزدیسنا عبارت است از مجموعه‌ای از کلمات و آوایی که با آهنگ خاصی به دفعات تکرار می‌شود. این واژه که ریشه سانسکریت دارد و به معنی رها شدن است، از دو بخش مان و ترا تشکیل شده است. «مان» به معنی فکر و «ترا» به معنای آزاد شدن است. از این مفهوم در مدیتیشن استفاده می‌شود و روی جسم و روح تأثیر مثبت می‌گذارد).

باید خود را به این روتین صبحگاهی که به تمرکز و اندیشه مثبت نیاز دارد، عادت بدهید. برای آنکه از توانایی همراه داشتن افکار خارق‌العاده در طی روز مطمئن شوید، باید هنگام صبح و در طی روز به تفکرات مثبت ادامه دهید.

منبع: [ENTREPRENEUR/zoomit](#)

رفتارهای غیر قابل تحمل از دید یک کارآفرین موفق

خود نیستند. کارآفرینانی که اعتماد به نفس دارند و خودباور هستند، به‌صورت خستگی‌ناپذیری برای شناخت کسب‌وکار خود فعالیت می‌کنند؛ به این ترتیب می‌توانند تصمیمات آگاهانه‌ای بگیرند و درست اقدام کنند. آنها با وجود این توانایی، نقطه‌نظرات دیگران را نیز می‌شنوند و برای آنها اهمیت قائل می‌شوند.

۹. بی‌ثباتی و تردید

چند کارآفرین موفق را می‌شناسید که با ویژگی‌های سردرگم یا دودل شناخته شوند؟ چنین کارآفرین موفق وجود ندارد. افراد موفق می‌دانند هیچ موردی مانند تردید داشتن باعث از بین رفتن حرفه یا زندگی نمی‌شود. آنها می‌دانند که دودلی باعث شکست در کسب‌وکار می‌شود. نمی‌توان برای دستیابی به اهداف، دمه‌می مزاج و بی‌ثبات بود. افراد موفق، زمان و تحمل افراد بی‌ثبات در اهداف را ندارند. برای رسیدن به موفقیت باید ترس و تردید را کنار گذاشت. باید مسیری را انتخاب و آن را پیگیری کرد. احتمال این‌که در مسیر با شکست و ناکامی رودررو شوید، بالا است. اما افراد موفق از اشتباهات خود درس می‌گیرند، موانع راه را هموار می‌کنند و از پیشروی دست نمی‌کشند.

۱۰. رفتار توام با عصبانیت

احساساتی مانند خشم، کینه و نفرت باعث فلج شدن، از پا در آمدن و سمی شدن محیط کاری می‌شوند. این احساسات در دوره‌هایی برای هر فردی به‌وجود می‌آید، اما افراد موفق، انرژی ناشی از خشم خود را روی حل یک مشکل متمرکز می‌کنند. اگر احساس عصبانیت یا رنجش کنند، به‌دنبال یافتن راهی برای بهبود این موقعیت مشغول می‌شوند. افراد موفق، نهایت تلاش خود را می‌کنند تا خشم خود را روی دیگران تخلیه نکنند. هیچ‌کسی دوست ندارد در معرض خشم دیگری قرار بگیرد. هیچ‌کس نمی‌خواهد بار چنین و رنجش دیگری را بر دوش خود حمل کند. افراد موفق از خود انتظار بالاتری نسبت به سایرین دارند و این‌گونه رفتار را از افراد در اطراف خود نمی‌پندرن.

منبع: [ENTREPRENEUR](#)

مرزهایی ایجاد می‌کنند، از این افراد فاصله می‌گیرند، مکالمه‌ها را به جهت دیگری هدایت می‌کنند یا به‌راحتی این افراد را نادیده می‌گیرند. افرادی که روی دستیابی به موفقیت تمرکز دارند، می‌دانند که زمان و انرژی برای سروکار داشتن با فرد ایرادگیر را ندارند و خود را در یک چرخه منفی احساسی غرق نمی‌کنند.

۷. اسراف

فردی که وظیفه‌شناس نیست، هیچ‌زمانی به موفقیت نمی‌رسد. دلیل این امر این است که او زمان، پول و انرژی را هدر می‌دهد. دستیابی به موفقیت نیازمند سخت‌کوشی طی مدت زمان طولانی است. فرد موفق فرصتی برای پرداختن به کارهای نامشخص و بی‌فایده ندارد. عادت‌های ناسالم، روند موفقیت را کند می‌کنند

و در نهایت باعث استرس می‌شوند. افراد موفق از کارهای بدون قاعده، غیرمعمول و مخرب اجتناب می‌کنند، چرا که می‌دانند این عادت‌ها، منابع ارزشمند آنها را نابود می‌کنند.

اوضاع را سروسامان دهید؛ با برنامه باشید و تنها برای مواردی ارزش قائل شوید که از آنها سود می‌برید. اگر عادت‌های سالمی داشته باشید، لیاقت، ذکاوت و انرژی را در خود احساس می‌کنید. از دسته عادت‌های سالم می‌توان به تغذیه مناسب، خواب کافی و سازماندهی مناسب میان کار و زندگی اشاره کرد.

۸. خودپسندی

اگر از آن دسته افراد هستید که فکر می‌کنند مهم‌ترین فرد دنیا هستید، احتمالا هیچ‌زمانی نمی‌توانید به موفقیت برسید. افراد خودخواه، تأثیر خود را از دست می‌دهند؛ چرا که معتقدند همه‌چیز به آنها ختم می‌شود. افراد موفق، فروتن و روشنفکر هستند. آنها می‌دانند که تمرکز باید روی کسب‌وکار، مشتریان و کیفیت محصول باشد.

خودپسندی با اعتماد به خود، توانایی‌های خود و تیم تحت رهبری تفاوت دارد. افراد خودپسند قادر به دیدن معایب خود نیستند. آنها در اشتباه هستند چون تصور می‌کنند برتر از دیگران هستند؛ با این حال، مایل به تلاش کردن برای تحقق بخشیدن به این باور

افرادی که سریع تسلیم می‌شوند یا جرأت پافشاری روی مسئله‌ای را ندارند، اغلب اوقات خود را باور ندارند. اما کارآفرینان موفق آگاه هستند که نیاز نیست همیشه بااستعدادترین، ثروتمندترین یا باهوش‌ترین فرد بود. ممکن است شما فردی با این ویژگی‌ها باشید و باز هم به هیچ‌کدام از اهدافتان دست نیابید. پشتکار داشتن در اینجا دارای اهمیت است. پشتکار داشتن برای ادامه

دادن یک موضوع در مدت طولانی، فرد را قدمی به جلو می‌برد. فرد باید در برابر مشکلات مقاوم بوده و برای دستیابی به اهداف بلند مدت اراده داشته باشد. این مورد، یکی از انتظارات رهبران موفق از خود و دیگران است.

۵. صداقت نداشتن

افراد موفق، اهمیت یک زندگی صادقانه و اصیل را درک می‌کنند. عدم صداقت باعث می‌شود حقیقت و قضاوت مورد شک قرار بگیرند و درنهایت توانایی تصمیم‌گیری درست را از فرد سلب کنند. در سطح وسیع‌تر، عدم صداقت زنجیره‌ای از سازش‌های کوچک است که در نهایت باعث می‌شوند فرد، ارزش موارد مورد اهمیت برای خود را پایین بیاورد. صداقت داشتن به معنای امتناع از افراد و شرایطی است که کلیت اخلاقی شما را زیر سؤال برده یا درصدد کاهش اهمیت ارزش‌های‌تان هستند. اگر شما این خدشه وارد شده به اخلاقیات را بپذیرید، به احترام شخصی و اصول خود نیز ضربه خواهید زد. همکاران یا افرادی که از لحاظ شخصیتی و مهارت‌های کاری دچار اشکال هستند، باعث ایجاد این زبان‌ها می‌شود.

۶. ارتباطات سمی

اگر با افرادی سروکار دارید که پرخاشگر یا ایرادگیر هستند و رفتاری خصمانه دارند، انرژی ارزشمند و توان احساسی خود را برای تخریب در اختیار آنها می‌گذارید. افراد موفق هرگز به خود اجازه نمی‌دهند که در روابط سمی وقت تلف کنند. آنها تمرکز خود را روی حل مسائل حفظ می‌کنند. اگر با یک فرد منفی یا سمی رودررو شوند، کنترل شرایط را در دست می‌گیرند،

بازرزش‌ترین منبع آنها است، چرا که تکرارشدنی نیست. از نظر آنها، زندگی کوتاه‌تر از آن است که به بی‌تحریکی یا خانه‌نشین شدن بگذرد. رهبران واقعی روی کارهایی که قادر به انجامشان هستند، تمرکز می‌کنند و می‌دانند قدم بعدی آنها چه خواهد بود.

۲. متوسط بودن

کارآفرینان موفق هیچ‌گاه تن به عادی بودن نمی‌دهند. آنها همواره در حال کسب دستاوردی جدید هستند. به‌عبارت ساده‌تر، در حد وسط ماندن برای آنها قابل قبول نیست. افراد موفق، یک زندگی روزمره نمی‌خواهند؛ آنها از یکنواختی عبور می‌کنند و همواره دیدی نو و جذاب به مسائل دارند. در واقع آنها همیشه تغییراتی در روال روزمره خود ایجاد می‌کنند. حتی تغییرات کوچک می‌توانند ذهن را به فعالیت وادار کنند و خلاقیت را تحریک کنند. افراد موفق همیشه به‌دنبال راه‌هایی برای پشت سر گذاشتن امور ملال‌آور و تکراری زندگی هستند. آنها به عبور از مرزها فکر می‌کنند و ذهنیتی انعطاف‌پذیر برای انجام این کار دارند. آنها به تصمیم‌های دشوار، سخت‌کوشی برای عبور از بی‌انگیزگی و دست یافتن به رویاهایشان تمایل دارند.

۳. بدبینی مداوم

افرادی که روی دستیابی به موفقیت متمرکز هستند، وقت خود را صرف شکایت کردن نمی‌کنند؛ آنها تحمل ناله و منفی‌گرایی دیگران را نیز ندارند. کارآفرینان موفق از منفی‌گرایی دوری می‌کنند؛ چرا که می‌دانند این کار در طولانی مدت باعث عقب نگاه داشتن آنها می‌شود. شکایت کردن هیچ جنبه مثبت و مفیدی ندارد.

غرولسد کردن، کار بی‌فایده‌ای است و تا زمانی که چاره‌ای برای مشکل پیدا نکنید، مسائل تان حل نخواهد شد. اگر از موردی راضی نیستید، راهی برای تغییر آن پیدا کنید. مسئولیت شرایط پیش آمده را بپذیرید و راه‌حلی برای آن بیابید. منفی‌گرایی تنها باعث می‌شود که زمانتان به هدر رود و جوی سمی به‌وجود بیاید که هیچ‌کدام به نفع شما نیستند.

۴. تسلیم شدن (بدون جنگیدن)

افراد موفق، انتظار بیشتری از خود و اطرافیان دارند. آنها زمان، انرژی و نیروی روانی خود را صرف هدر دادن منابع باارزش خود نمی‌کنند.

افراد موفق، روش‌های متفاوتی برای انجام دادن کارها دارند. اگر عملکرد افراد موفق در زمینه کسب‌وکار را تحت بررسی قرار دهید، ویژگی‌های مشترکی را میان آنها کشف می‌کنید. این خصیصه‌ها به کارآفرینان کمک می‌کنند تا به‌وسيله ایجاد عادت‌های مثبت به موفقیت بالایی دست پیدا کنند. افراد موفق جرات رویاپردازی دارند. آنها جرات دارند یا را از منطقه امن خود بیرون بگذارند و موقعیت‌های جدید را تجربه کنند؛ آنها جرات دارند تا دیگران را نیز در این موقعیت‌ها با خود همراه کنند.

آیا می‌دانید افراد موفق دست به انجام چه کارهایی نمی‌زنند؟ این رفتارها نیز درست به اندازه رفتارهای مناسب دارای اهمیت هستند. رفتارهای غلط، این قدرت را دارند که تأثیر خصیصه‌های مثبت را از بین برده و آنها را به خصیصه‌های منفی تبدیل کنند. به‌عنوان مثال، این افراد با سخت‌کوشی، ریسک‌پذیری، الهام‌گیری از دیدهای اطرافری خود و همچنین کتاب‌خوانی‌های مشتاقانه شناخته می‌شوند. اگر آنها به خود اجازه دهند که از همه چیز خشمگین شوند، اسیر اهمال‌گری شوند یا در روابط سمی غرق شوند، چه بر سرشان می‌آید؟ شروع به تقلا می‌کنند.

برای آشنا شدن با رفتارهایی که برای کارآفرینان موفقیت‌را به‌همراه می‌آورد، در ادامه به ذکر ۱۰ مورد می‌پردازیم که افراد موفق هرگز در خود و اطرافیان تحمل نمی‌کنند.

۱. بی‌تحریکی

کارآفرینان موفق، هیچ‌گاه بدون فعالیت نمی‌مانند. آنها تحمل سکون و درجا زدن در منطقه امن خود را ندارند. آنها دانما در حال پیشروی یک فعالیت جدید هستند. افراد موفق به‌ندرت بی‌حوصله می‌شوند، چون همیشه در حال کشف موضوع جدیدی هستند. بی‌انگیزگی و تنبلی باعث می‌شود شما بی‌حرکت و غیرفعال بمانید. کارآفرینان موفق می‌دانند که زمان،

رتبه نخست کمک‌های مردمی قمی‌ها به کمیته امداد

سال گذشته ۳۸ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان به کمیته امداد استان قم کمک کردند

قم - خبرنگار فرصت امروز - میرشکار گفت: ۷۲ درصد کمک‌های مردمی کمیته امداد در سال گذشته به صورت نقدی بود و استان قم در این زمینه رتبه نهم را در کشور دارد. به گزارش روابط عمومی کمیته امداد قم: اکبر میرشکار در نشست خبری با اصحاب رسانه استان قم با اشاره به افراد زیرپوشش کمیته امداد در استان قم اظهار کرد: در اسفندماه سال گذشته ۲۰ هزار و ۷۰۲ خانوار زیرپوشش این کمیته در استان قم بودند و ۱۵ هزار و ۶۰۰ خانوار در استان معیشت بگیر کمیته امداد هستند و بقیه از خدمات موردی این نهاد بهره مند می‌شوند. وی ادامه داد: بنای کمیته امداد این نیست که همه مددجویان مادام‌العمر از این نهاد کمک بگیرند، رویکرد توانمندسازی را در کمیته امداد استان قم دنبال می‌کنیم و سعی داریم که خانوارهای مددجو این کمیته را از چرخه فقر خارج کنیم. مدیر کل کمیته امداد استان قم افزود: امسال سهمیه این کمیته برای پرداخت کمک معیشت در استان قم، ۱۶ هزار و ۳۰۱ خانوار است و در سال جاری پذیرش ۸۰۰ خانوار جدید را در کمیته امداد استان در دستور کار داریم. میرشکار با اشاره به وضعیت زنان سرپرست خانوار در استان قم اظهار کرد: ۱۴ هزار و ۱۰۶ زن سرپرست خانوار در استان، مددجوی کمیته امداد هستند و ۹۶ درصد از مددجویان کمیته امداد استان قم در مناطق شهری زندگی می‌کنند. وی ادامه داد: هزار و ۸۴۴ تن در استان قم زیرپوشش کمیته امداد هستند که این ایتام ۱۹ هزار حامی دارند، بالاترین سرانه پرداخت طرح ایتام در کشور در استان قم است و هر تنیتم در این استان ۳۴۷ هزار تومان از حامیان ماهیانه دریافت می‌کند. مدیر کل کمیته امداد استان قم با بیان اینکه چهار هزار دانش آموز و ۶۸۳ دانشجو در استان قم زیرپوشش کمیته امداد هستند افزود: ۲۰۷ درصد جمعیت استان زیرپوشش کمیته امداد هستند در حالی که این درصد در کشور به صورت میانگین ۶ درصد است، همچنین ۱،۹ درصد مردم استان قم از کمیته امداد کمک معیشتی می‌گیرند. میرشکار با اشاره به تعداد مددکاران کمیته امداد استان قم اظهار کرد: ۵۰ مددکار در این کمیته داریم که هر مددکار به بیش از ۳۰۰ پرونده رسیدگی می‌کند، البته تعداد این پرونده‌ها برای مددکاران مرتبط با سالمندان به ۲۰۰ پرونده می‌رسد.



خدمت‌رسانی به مشتریان در نماز جمعه شهرستان گرگان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - مدیر مخابرات منطقه گلستان به مناسبت روز جهانی مخابرات و جامعه اطلاعاتی مسئولان ICT استان با حضور در نماز جمعه گرگان به سوالات و درخواستهای مردم در حوزه ICT پاسخ دادند. در این برنامه که مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان نیز حضور داشت مردم باحضور در محل ارائه خدمات ایشان، درخواستهای مخابراتی خود را ارائه و با طرح مشکلات خود از خدمات و سرویسهای لازم برای رفع مشکل خود بهره مند شدند. مدیر مخابرات منطقه گلستان با ابراز این مطلب که خدمت‌رسانی به مردم و ارتباط رسانی به جای جای استان وظیفه ماست و محدود به زمان نمی‌باشد گفت: ما همیشه این آمادگی را داریم که در خواستههای مشتریان را به بهترین نحو ممکن رفع نماییم. برنامه‌ای که تحت عنوان مینیمم خدمت مسئولان فناوری اطلاعات و ارتباطات استان در نماز جمعه گرگان برگزار شده بود باحضور مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان خدمات مخابراتی را به مردم و مراجه‌کنندگان ارائه نمود.

برگزاری مراسم افتتاحیه مسابقات فوتسال جام ولایت ویژه ماه مبارک

رمضان در دانشگاه علوم پزشکی مازندران

ساری - دهقان: مراسم افتتاحیه مسابقات فوتسال کارکنان دانشگاه علوم پزشکی مازندران جام ولایت ویژه ماه مبارک رمضان با حضور جمعی از مسئولین و ورزشکاران و علاقمندان به ورزش برگزار شد. دکتر سید عباس موسوی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در مراسم افتتاحیه پنجمین دوره جشنواره جام ولایت و بیست و دومین دوره مسابقات فوتسال جام رمضان ویژه کارکنان دانشگاه علوم پزشکی مازندران با اشاره به اهمیت ورزش در سلامت جسم و روح افراد، افزود: انجام ورزش و فعالیت بدنی ارتباط مستقیمی با سلامتی دارد و راه کامل جسمی، روانی، اجتماعی و معنوی با ورزش تحقق می‌یابد. وی ورزش را جزء اصول اولیه سلامتی دانست و گفت: با توجه به اینکه وزارت بهداشت متولی سلامت جامعه است ما نیز باید سرمدار سلامتی باشیم و فعالیت‌های ورزشی باید سرلوحه تمامی استانیتهای کارکنان و دانشجویان قرار بگیرد. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران بر توسعه زیرساخت‌های ورزشی و ترویج ورزش‌های همگانی تأکید کرد. دکتر موسوی در خصوص ایام ماه مبارک رمضان و تأثیرات آن و همچنین توجه به سلامت جسم و اثرات ورزش مطالبی ارائه کرد و از دست اندرکاران ورزش این دانشگاه و حضور فعال تیم‌های ورزشی در این مسابقات تقدیر کرد. دکتر محمد پنبه‌چی معاون توسعه مدیریت و منابع دانشگاه علوم پزشکی مازندران نیز در سخنانی ورزش را رکن اساسی در زندگی سالم عنوان کرد اظهار کرد: وجود کارکنان شاداب و سالم در دستگاه‌های دولتی روحیه خدمتی و بهره‌وری را ارتقاء می‌بخشد. وی تأکید کرد: تحقق این امر در گرو توجه به ورزش و تعمیم آن در دانشگاه‌ها و مراکز دولتی است. در پایان تیم‌های حاضر در سالن رژه رفتند و مسابقات رسماً با دیدار دو تیم مدیریت پشتیبانی و امور رفاهی دانشگاه علوم پزشکی مازندران و شبکه بهداشت و درمان شهرستان پیشتر افتتاح شد.



شهردار قدس عنوان کرد:

شفافیت، سرعت و صداقت سه عنصر اصلی در اطلاع‌رسانی

شهرقدس - خبرنگار فرصت امروز - مسعود مختاری شهردار قس در دیدار با مسئولین و کارشناسان روابط عمومی شهرداری و سازمانهای تابعه که به مناسبت روز ۲۷ اردیبهشت روز جهانی ارتباطات و روابط عمومی برگزار شد با بیان این مطلب اظهار داشت: شهرداری نهاد و مجموعه مردمی و غیر انتفاعی است که در یک محدوده جغرافیایی وظایف بسیار سنگینی را بر عهده دارد، این وظایف از کوچکترین مسایل سطح شهر تا مسایل کلان شهری را در بر میگیرد. به بیان دیگر حوزه وظایف شهرداری فقط به رسیدگی بهداشت عمومی سطح شهر محدود نمی‌شوند بلکه باز ارتقای وضعیت فرهنگی و مسایل ورزشی جامعه را نیز به دوش می‌کشد. وی افزود: عدم آگاهی و اطلاع مردم نسبت به وظایف شهرداری موجب می‌شود تا برخی از وظایف دستگاه‌های اجرایی دیگر را در حیطه وظایف شهرداری قلمداد کنند و توقع رسیدگی و پیگیری در آن حوزه از شهرداری را داشته باشند، و همچنین نسبت به وظایف و اقداماتی که در حوزه مسئولیت‌های اجرایی شهرداری انجام می‌گیرد بی‌اطلاع باشند که در همین راستا نقش روابط عمومی در ارتباط بین مردم و شهرداری روشن می‌شود. شهردار قس با تأکید بر ضرورت توجه به مقوله شفافیت، سرعت و صداقت در اطلاع‌رسانی گفت: این سه عامل مهم همواره باید مد نظر روابط عمومی قرار گیرد تا این واحد به عنوان یک مرجع معتبر اطلاع‌رسانی مورد قبولی را انجام دهد. وی در ادامه افزود: اطلاع‌رسانی به موقع موجب جلوگیری از سوء استفاده و تحریف اخبار و گزارش عملکرد شهرداری توسط دیگران خواهد شد و به این ترتیب مردم سعی می‌کنند اخبار مرتبط با شهرداری را از طریق سایت و پورتال اطلاع‌رسانی روابط عمومی شهرداری پیگیری کنند.



از اعتماد و اطمینان خارج از عرف در معاملات ملکی پرهیز شود

شهریار - خبرنگار فرصت امروز - رئیس اتحادیه املاک شهرستان شهریار اعتماد و اطمینان خارج از عرف در معاملات ملکی را زبان آزر و دردسر ساز دانست. دکتر رضا کوچک پور در خصوص امنیت در معامله ملکی، خریداران و فروشندگان را به نکات زیر توجه داد. وی گفت: خریداران و فروشندگان باید در معامله ۱/ معاملات حتماً در املاک مجوز داری که پروانه کسب و بر چسب لوگوی اطمینان داشته باشند. صورت گیرد ۲/ متن سند و موقعیت ملکی، مدارک مربوطه، چک و سایر گواهی‌های حتماً کنترل کنند و صرفاً به نظر شخص متعامل یا املاک اکتفا نکنند. ۳/ قبل از هر گونه امضاء مدارک، دقیقاً مطالعه شود و یا با اشخاص وارد و متخصص به امور ملکی و اداری به املاک و دفتر خانه یا مراجعه کنند. ۴/ حتماً درباره مبالغ تحویلی به املاک پیگیری شود تا بدست طرف مقابل معامله برسد. ۵/ حتماً به تاریخهای پرداخت و دریافت و انتقال سند و استعلامها دقت شود. ۶/ در معاملات یک نفر را بعنوان داور مرضی طرفین انتخاب کنند. ۷/ در پرداخت کمسیون طبق تعرفه قانونی اقدام نمایند و عده وعید دیگر ندهند. توجه کنند تا از افتادن به دردهای بعدی در امان باشند. کوچک پور افزود: شماره: ۶۵۲۷۹۶۲۹ تلفن گویای اتحادیه املاک شهرستان برای آگاهی از میزان نرخنامه‌ها در اختیار اهالی شهریار قرار دارد. همچنین اتحادیه جهت مشاوره به همکاران املاکی و مشتریان، مشاوره حقوقی رایگان در اختیار قرار می‌دهد.



برلیانس در کرج تاکسی می‌شود

کرج - خبرنگار فرصت امروز - همزمان با طرح نوسازی ناوگان تاکسیرانی شهر کرج، خودروی برلیانس نیز به عنوان تاکسی برای شهروندان کرجی بکارگیری می‌شود. به گزارش روزنامه فرصت امروز، سرپرست سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهری شهرداری کرج با اعلام این خبر اظهار داشت: متقاضیان دریافت این تاکسی می‌توانند با مراجعه به واحد نوسازی و توسعه ناوگان سازمان، در طرح پیش‌فروش خودروی برلیانس ثبت نام کنند. اسکندری افزود: طرح پیش‌فروش برلیانس تاکسی، به صورت نقدی ثبت نام کنند. سرپرست سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر اضافه کرد: یکی از مزیت‌های این طرح نسبت به طرح‌های دیگر، برطرف شدن سخت‌گیری‌ها در حوزه تضمین باتکی بوده و رانندگان با دادن چک به صورت اقساط شش ماه به شش ماه می‌توانند خودروی جدیدشان را تحویل بگیرند. وی گفت: به فراخور مدت بازپرداخت و مبلغ وامی که راننده تاکسی تقاضای استفاده دارد، نرخ سود متفاوت و میانگین آن حدود ۱۶ درصد است. اسکندری تصریح کرد: برای افرادی که قصد دارند از تسهیلات تاکسیرانی استفاده کنند نرخ خودرو برلیانس تاکسی ۴۳ میلیون و پانصد هزار تومان است، ولی به افرادی که متقاضی دریافت خودرو به صورت نقدی باشند مبلغ ۲۰ میلیون ریال تخفیف داده خواهد شد.

با حضور مسوولان استانی و شرکت آبفا؛

ایثارگران و رزمندگان ۸ سال دفاع مقدس توسط شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی تجلیل شدند



مهمانان، طی سخنانی ایثارگران و جانبازان را ولی نعمتان و خادمان جامعه دانست و از خدمات و ایثار این عزیزان تشکر و قدردانی کرد. خاتمه از ایثارگران و جانبازان هشت سال جنگ تحمیلی و همچنین از فرزندان شهیدان با اهدای لوح تقدیر و هدایایی تجلیل به عمل آمد.



ادارات هر کدام از مساه وظایفی را که انجام می‌دهیم طوری وظایفمان را انجام دهیم که همه از ما راضی باشند و با ارباب رجوع بهترین برخورد را داشته باشیم. در ابتدای مراسم عباسپور مشاور مدیرعامل در امور ایثارگران شرکت ضمن تبریک اعیاد شعبانیه و خیر مقدم به کلیه

مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

روابط عمومی تصویرگر موفقیت‌های یک سازمان است

ها نتیجه‌ی همدلی، همسویی و همراهی تمامی پرسنل در همه ی واحدها اعم از عملیاتی و ستادی بوده که از سوی روابط عمومی بعنوان یک موفقیت و اقدام شاخص مورد توجه قرار گرفته و بخوبی در نشریات و فضای مجازی اطلاع‌رسانی شده است و در واقع روابط عمومی تصویرگر موفقیت‌های یک سازمان است. وی با تأکید بر اهمیت اطلاع‌رسانی صحیح و شفاف به مخاطبین افزود: با توجه به نقش و جایگاه شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در ارائه خدمات عام المنفعه در ۱۳ شهر و شهرستان لازم است زحمات و خدمات همکاران این مجموعه از سبوی روابط عمومی بسادقت و ظرافت مورد توجه قرار گرفته و با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌هایکتوب و دیجیتال در جامعه منتشر و به آگاه‌سازی اذهان اقدام شود.



مهندس ناصری با اشاره به کسب موفقیت این شرکت در ۲ مقوله ی تولید فراتر از تعهدات و گذراندن سال بدون حادثه در شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان گفت: کسب این موفقیت

اهواز - شبنم قجاوند - به مناسبت روز جهانی ارتباطات و روابط عمومی، مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با پرسنل اداره روابط عمومی این شرکت دیدار و از آنان تقدیر کرد. مهندس قباد ناصری در این دیدار ضمن تبریک ماه مبارک رمضان و آرزوی قبولی طاعات و عبادات همگان به درگاه باری تعالی اظهار داشت: روز روابط عمومی فرصت مغتنمی است تا زحمات و تلاش‌های بخشی از سازمان دیده شود که دل در گروی تعالی سازمان و اقتضای افکار عمومی دارند. وی افزود: به عقیده بزرگان و صاحب نظران علوم اجتماعی روابط عمومی که بعنوان هنر هشتم از آن یاد می‌شود یک شغل پر استرس و پرجالش است که در شرکت‌های بهره‌بردار نفت و گاز همیا و همانند نیروهای عملیاتی در عرصه‌ها حضور موثر در جهت انعکاس زحمات و خدمات سازمان خود دارند

شرکت گاز استان آذربایجان غربی:

برگزاری نشست ممیزی مراقبتی سیستم‌های یکپارچه مدیریت (IMS)



ارومیه - خبرنگار فرصت امروز - مدیرعامل شرکت گاز استان در ابتدای این نشست گفت: استقرار سیستم‌های یکپارچه مدیریت یک الزام قانونی و از طرف دیگر یک اقدام در راستای بهبود عملکرد، خدمت‌رسانی شایسته و مشتری‌مداری است. علیرضا شخی تصریح کرد: مطمئناً همکاران ما در این مجموعه جهت استقرار و اجرای هر چه بهتر سیستم‌های یکپارچه مدیریت تلاش می‌نمایند. در سال ۹۶، شرکت گاز استان آذربایجان غربی

موفق به اخذ گواهینامه‌های ISO ۹۰۰۱، ISO ۱۴۰۰۱، HSE MS شده است که این نشست در راستای ارزیابی و ممیزی دوره ای استقرار این سیستم‌های یکپارچه مدیریت " توسط شرکت آراین توف پاسارگاد صورت گرفت. شایان ذکر است نشست ممیزی داخلی نیز با حضور مدیران شرکت گاز استان و ممیزان و سر ممیزان، روز پنجشنبه ۲۷ اردیبهشت ماه در این شرکت برگزار شد.

روابط عمومی شرکت آبفاربوشهر حائز رتبه کشوری شد



مردم بزرگ ایران اسلامی افتخار بزرگی است که صنعت آب و برق بدان مفتخر است و امتداد این خط خدمت، جز با اطلاع‌رسانی دقیق و به هنگام ممکن نخواهد بود. در ادامه این حکم افزوده شده است: از شما همکار گرامی که با مسئولیت پذیری، تمام توان و دانش خود را در راستای همکاری مجدانه با پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نیرو بکار گرفته اید و در گروه آب و فاضلاب روستایی جایز رتبه شایسته تقدیر شده اید سپاسگزارم، تلاش‌تان را ارج می‌نهم و آرزویمند کلمیابی روزافزون‌تان هستم.

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی استان بوشهر در جمع روابط عمومی‌های برتر ایثار کبوشهر قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی استان بوشهر، در همایش روابط عمومی‌های صنعت آب و برق کشور که در تبریز برگزار شد روابط عمومی شرکت آبفاربوشهر شایسته تقدیر معرفی شد. در حکم صادر از سوی مدیر کل دفتر روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت نیرو خطاب به عذرا غلامحسینی مدیر روابط عمومی شرکت آبفاربوشهر آمده است: خدمت به

منطقه ۸ میزبان جلسه هم‌اندیشی ولتاژگیری خطوط انتقال گاز



تبریز - لیلا پاشائی: جلسه هم‌اندیشی ولتاژگیری خطوط انتقال گاز مناطق دهگانه شرکت انتقال گاز ایران به میزبانی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز در شهر تبریز برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، در این جلسه که با حضور نمایندگان ای مهندسی و بازرسی فنی مناطق دهگانه (۲،۳،۴،۵،۸) برگزار و در مورد مشخصات فنی دستگاه Interrupter & CP Logger بررسی و هم‌اندیشی شدافششین محبوب خواه، رئیس تعمیرات برق و کنترل خوردگی منطقه ۸ با اعلام این خبر گفت: این دستگاه جهت ولتاژگیری خطوط

انتقال کاربرد داشته و قادر است همزمان ولتاژ روشن و ولتاژ خاموش لحظه‌ای (IOP)، اندازه‌گیری کند. وی افزود: فرمت فایل خروجی این دستگاه قابل بارگیری به سیستم GIS خواهد بود و این دستگاه با مشخصات ذکر شده در شرح فنی نمونه مشابه خارجی ندارد و به طور اختصاصی برای شرکت انتقال طراحی و ساخته خواهد شد. شایان ذکر است در این هم‌اندیشی مقرر شد مشخصات مورد نیاز شرکت انتقال گاز به تولیدکنندگان داخلی اعلام و همکاری‌های لازم جهت ساخت آن انجام شود.

جشنواره فیلم کودک و نوجوان، ۸ تا ۱۴ شهریور ماه در اصفهان

مقررات سی و یکمین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان اصفهان اعلام شد

(سازمان بین‌المللی فیلم‌های کودک و نوجوان) معرفی شده که جایزه اصلی این سازمان جهانی را به بهترین فیلم بلند جشنواره اهدا خواهد کرد. این جایزه به تشخیص هیات داوران، به کارگردان یا تهیه‌کننده فیلم اهدا خواهد شد. این هیات همچنین یک دیپلم افتخار نیز به یک فیلم کوتاه یا پویانمایی کوتاه اهدا خواهد کرد. در این جشنواره جوایز مختلفی همچون سینمای مقاومت و تندیس شهید بهنام محمدی، جایزه هیات داوران کودک و نوجوان بین الملل و ایران و جایزه ویژه شادروان زاون قوکاسیان اهدا خواهد شد. انتخاب فیلم توسط هیات‌های انتخاب مستقل با حکم دبیر جشنواره انجام خواهد شد و در صورت به حد نصاب نرسیدن تعداد آثار منتخب هر بخش از مسابقه (حداقل هفت فیلم)، آثار انتخابی جشنواره انجام خواهد شد. در صورت غیر رقابتی به نمایش درخواهند آمد. نتایج تا قبل از ۱۰ مرداد سال جاری به صاحبان آثار، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان اعلام می‌شود.



اصفهان - قاسم اسد - سی و یکمین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان، ۸ تا ۱۴ شهریور ماه در اصفهان برگزار می‌شود. به گزارش اداره ارتباطات رسانه‌ای شهرداری اصفهان، بر اساس توافق نامه سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری شهرداری اصفهان و بنیاد سینمایی فارابی، سی و یکمین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان، از ۸ تا ۱۴ شهریور ماه ۱۳۹۷ برابر با ۳۰ گوسست تا ۵ سپتامبر ۲۰۱۸ در دو بخش ملی و بین‌المللی و بر اساس شرایط و مقررات اعلامی در شهر تاریخی اصفهان برگزار می‌شود. در همین زمینه روابط عمومی جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان، مقررات و فراخوان این جشنواره را اعلام کرد. مطلق این اعلام، آشنای مردم توجه و اولویت انتخاب جشنواره است که ترویج دهنده اخلاق نیکو و نگهدنده رفتارهای نامناسب مبتنی بر آمیزه‌های اعتقادی، خدا پوری، پیوند خانواده، احترام به هموعان، اعتماد به نفس، مسئولیت‌پذیری مشارکت

این با عنایت به اینکه روز روابط عمومی و ارتباطات از جایگاه بااهمیتی برخوردار است این روز را به این عنوان نام‌گذاری کردند. وی بیان اینکه کارکنان هر بخش باید نسبت به کار خود علاقه مند و خلاق باشند و افزود: روابط عمومی بعنوان نور و حرارت سازمان است و کارکنان آن باید خصوصیات برون‌گرای داشته تا بتوانند ارتباط بهتر و مفیدتری با دیگران روابط عمومی و فناوری اطلاعات و ارتباطات تقدیر نمود و به نقش ارزنده شرکت گاز استان گلستان با بیان اینکه واحد فناوری ارتباطات و اطلاعات پتانسیلهای بسیار خوبی داشته و از پرسنل متخصص و شایسته‌ای بهره

مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان مهمان کارکنان روابط عمومی و فناوری اطلاعات و ارتباطات شرکت بود

مند می‌باشد گفت: در عصر حاضر که استفاده از فناوری‌ها و تکنولوژی نوین رشد کرده بنابراین لازم است به منظور تقویت هر چه بیشتر همگام با پیشرفت فناوریهای نوین از تجهیزات و امکانات روز برخوردار شده و از ظرفیتهای ممکن به نحو مطلوبی استفاده نمایند. گفتنی است در این جلسات محمد شفیع سرپرست امور مالی و پشتیبانی و مقدسی رئیس روابط عمومی شرکت با تبریک این هفته مهم، ضمن بیان درخواستها و پیشنهادات مورد نظر خود، از حمایت‌های بی‌شائبه مدیرعامل در راستای تحقق اهداف و برنامه‌های واحد و همکاران خود تقدیر نمود.

گروگان - خبرنگار فرصت امروز - به مناسبت هفته ارتباطات و روابط عمومی مهندس محمد رحیم رحیمی مدیر عامل گاز گلستان با حضور در واحدهای روابط عمومی و فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارکنان آنان دیدار و گفتگو کرد. در این دیدار صمیمی که بصورت دهگانه انجام شد مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان از رئیس و مجموعه کارکنان روابط عمومی و فناوری اطلاعات و ارتباطات تقدیر نمود و به نقش ارزنده جایگاه آنها در سازمان تأکید کرد. مهندس رحیمی گفت: همواره برای چیزهای بسیار با اهمیت و با ارزش نام و نشانی به جای می‌گذارند بنابراین

این با عنایت به اینکه روز روابط عمومی و ارتباطات از جایگاه بااهمیتی برخوردار است این روز را به این عنوان نام‌گذاری کردند. وی بیان اینکه کارکنان هر بخش باید نسبت به کار خود علاقه مند و خلاق باشند و افزود: روابط عمومی بعنوان نور و حرارت سازمان است و کارکنان آن باید خصوصیات برون‌گرای داشته تا بتوانند ارتباط بهتر و مفیدتری با دیگران روابط عمومی و فناوری اطلاعات و ارتباطات تقدیر نمود و به نقش ارزنده شرکت گاز استان گلستان با بیان اینکه واحد فناوری ارتباطات و اطلاعات پتانسیلهای بسیار خوبی داشته و از پرسنل متخصص و شایسته‌ای بهره

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

سه‌شنبه | اول خرداد ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۷۱ | صفحه ۱۶

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز توزیع: نشر گستر امروز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱

امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

درنگ



فیس‌بوک در طول یک هفته کاربران اینترنت را از طریق ۸.۴ میلیون وب سایت تحت نظر گرفته است

اطلاعات جدید نشان از این دارد که فیس‌بوک کاربران اینترنت را حتی زمانی که عضو این شبکه اجتماعی نباشند، از طریق ۸.۴ میلیون وب‌سایت تحت تعقیب دارد.

به گزارش زومیت، براساس اطلاعات ارائه‌شده، فیس‌بوک علاوه بر جمع‌آوری اطلاعات کاربران فیس‌بوک و کاربران سایه از طریق بستر شبکه اجتماعی خود، کاربران اینترنت را با استفاده از ۸.۴ میلیون وب‌سایت در سطح اینترنت تعقیب می‌کند. جمع‌آوری اطلاعات فیس‌بوک حتی زمانی که کاربران از قابلیت Incognito استفاده می‌کنند نیز ادامه دارد. فیس‌بوک قادر است از وب‌سایت‌هایی که از کلید لایک فیس‌بوک برای به اشتراک‌گذاری مطلب در این شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند یا وب‌سایت‌هایی که ویژگی پیکسل را به کار می‌گیرند، اطلاعات کاربران را دریافت و آنها را ذخیره کند. پیکسل فیس‌بوک به قطعه کدی اطلاق می‌شود که با استفاده از آن می‌توان نرخ انتقال کاربران از تبلیغات فیس‌بوک به وب‌سایت را مشاهده کرد. این قطعه کد توسط توسعه‌دهندگان و مالکان وب‌سایت در کد سرورس وب‌سایت مورد نظر قرار داده می‌شود تا با استفاده از آن، آمار یا نرخ تبدیل کاربرانی که از طریق آگهی‌های فیس‌بوک به وب‌سایت منتقل می‌شوند، مشخص شود.

ریکا استیمسون، مدیر سیاست‌های عمومی فیس‌بوک، این اطلاعات را در خلال ارائه توضیحات در جلسه ۱۴ مه پارلمان بریتانیا اعلام کرد. استیمسون به این نکته اشاره کرد که فیس‌بوک در فاصله ۹ آوریل تا ۱۶ آوریل سال جاری میلادی، اطلاعات کاربران و بازدیدکنندگان از ۸.۴ میلیون وب‌سایت را در سراسر اینترنت که از کلید لایک فیس‌بوک استفاده می‌کنند، جمع‌آوری کرده است. همچنین باید به استفاده از کلید اشتراک‌گذاری فیس‌بوک در ۹۲۱ هزار وب‌سایت در کنار اضافه شدن کد پیکسل فیس‌بوک به بیش از ۲.۲ میلیون وب‌سایت اشاره کرد. هنوز مشخص نیست چه تعداد وب‌سایت در اینترنت توسط فیس‌بوک زیر نظر قرار می‌گیرد و اطلاعات بازدید کاربران از این طریق جمع‌آوری می‌شود. جمع‌آوری اطلاعات این چنینی را باید کلید اصلی مدل کسب‌وکار فیس‌بوک بدانیم. اطلاعات ارائه‌شده نشان از این دارد که برخی وب‌سایت‌ها حتی علاوه بر اعلام بازدید کاربران، اطلاعات بیشتری نیز در اختیار این شبکه اجتماعی قرار می‌دهند. برای مثال باید به فروشگاه‌های اشاره کرد که حتی نوع کفش انتخابی توسط کاربر برای خرید را نیز در اختیار فیس‌بوک می‌گذارند. باید به این نکته اشاره کنیم که فیس‌بوک تنها وب‌سایت و پلتفرمی نیست که از این ویژگی استفاده می‌کند. از دیگر سرویس‌هایی که چنین اطلاعاتی را ذخیره می‌کنند باید به گوگل، لینکدین، توئیتر و برخی دیگر از وب‌سایت‌ها و سرویس‌ها اشاره کرد. برای مثال گوگل آنالیتیکس یکی از قوی‌ترین سرویس‌هایی است که غول جست‌وجو از آن برای جمع‌آوری اطلاعات کاربران مختلف استفاده می‌کند. موضوعی که فیس‌بوک را از سایر شبکه‌های اجتماعی نظیر توئیتر متمایز می‌کند، دامنه گسترده‌ای است که این شبکه اجتماعی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده کرده و طیف گسترده کاربران فعال ماهانه این سرویس است.



بسته‌بندی خلاق



Design Packed

برای مطالعه ۹۷۳ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: واردکننده نرم‌افزارهای کامپیوتری هستم که محصولات متنوعی را ارائه و توزیع می‌کنم و در این راستا با فروشندگان زیادی سروکار دارم. چگونه می‌توانم به فروشندگان آموزش دهم که محصولات را بهتر معرفی کنند؟

آموزش فروشندگان

پاسخ کارشناس: معمولا معرفی محصولات

کاری دشوار و مستلزم دقت زیادی است، به همین دلیل فروشندگان برای این کار باید تمرین زیادی کنند. به هرحال برای معرفی محصول چهار فاکتور مهم وجود دارد که فروشندگان باید به آن دقت زیادی کنند. نخستین فاکتور هدف است؛ فروشندگان برای شروع باید بدانند برای چه چیزی تلاش می‌کنند و قبل از روبه‌رو شدن

مدرسه مدیریت

آیا مهارت تجارت مردان بیشتر از زنان است

- مردان ریسک‌پذیرتر از زنان هستند
- تمایل مردان به رشد و توسعه بیشتر از زنان است
- مردان سرمایه بیشتر به کسب‌وکارشان اختصاص می‌دهند

- اغلب مردان در اداره کسب‌وکار بهتر از زنان عمل می‌کنند

شاید بسیاری از شما نیز به واسطه تعصب یا تجربیات شخصی چنین ذهنیتی داشته باشید. محققان برای صحت‌سنجی این عقاید با معیارهایی چون میزان بدهی، نرخ رشد، میزان برگشت سرمایه و حاشیه سود به بررسی شرکت‌ها پرداختند تا تفاوت قدرت اقتصادی، عملکرد و ریسک‌پذیری مدیران زن و مرد را مورد مقایسه قرار دهند. نتایج بسیار متفاوت‌تر از تصورات کلیشه‌ای بود.

تفاوت مستند کارآفرینان زن و مرد

در این تحقیق اطلاعات ۱۲۶ درخواست سرمایه‌گذاری از شرکت‌های مختلف جمع‌آوری شد. از بین این متقاضیان ۴۳درصد زن و بقیه مرد بودند. این درخواست‌ها توسط کمیته‌ای ۱۱ نفره متشکل از چهار زن و هفت مرد بررسی شده بودند. نتایج این تحقیقات بر مبنای معیارهای اشاره شده تفاوت قابل ملاحظه‌ای بین عملکرد کارآفرینان زن و مرد نشان نداده بود. به طور خلاصه هیچ‌کدام از

باورهای کلیشه‌ای در مورد برتری مردان در تجارت و مدیریت صحت نداشتند. متأسفانه تصمیمات سرمایه‌گذاری بیشتر متعادل به تعصبات شخصی و به دور از واقعیت بوده است.

به دور از تعصب

با وجود مشاهده عملکرد یکسان بین مدیران مرد و زن باز سرمایه‌گذاران با تعصبی ناخودآگاه به مدیران مرد تمایل‌تر هستند. سرمایه‌گذاران، کارآفرین مرد نیازمند به سرمایه را یک فرصت اقتصادی می‌بینند و مشکل او را کمبود سرمایه عنوان می‌کنند در مقابل زنان نیازمند سرمایه‌گذاری را دردرسر تجاری می‌بینند و ترجیح می‌دهند سرمایه‌شان را به جای کسب‌وکارهایی که عاجز و ناتوان می‌دانند به کارهایی با اولویت و شانس موفقیت بالاتر واگذار کنند.

نتایج تحقیقات هیچ‌کدام از تفکرات متعصبانه سرمایه‌گذاران را تایید نکرده است. در گزارشی که در مجله کسب‌وکار هاروارد منتشر شده بود بیان شده بود که این تصورات مبتنی بر واقعیت نیستند. با طراحی برنامه‌های هوشمندانه‌ای می‌توان تعصب سرمایه‌گذاران را زدود و آنها را وادار به قبول واقعیت کرد. ما همواره آنها را به بازنگری در معیارهای خود تشویق می‌کنیم.

منبع: inc/zoomit

مسیر موفقیت

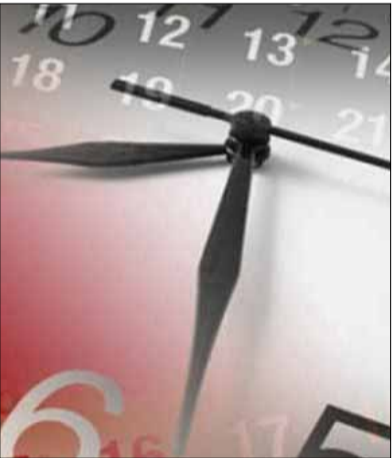
چگونه از گذر سریع زمان جلوگیری کنیم؟

کریس بیلی می‌گوید، در چند سال گذشته، متوجه شدم که حرکت زمان سریع‌تر شده است. البته، روزها همواره با همان سرعت قبلی به جلو می‌روند، ما فقط در طی گذشتن زمان نسبت به آن احساس متفاوتی داریم. من جدیدا کنجکاو شدم و درباره این موضوع تحقیق کردم که ما چگونه زمان را درک می‌کنیم و همچنین اینکه ما چگونه می‌توانیم دقیق زندگی خود را طولانی‌تر کنیم. آیا زمان با بزرگ‌تر شدن ما سریع‌تری حرکت می‌کند؟

چیزی که کشف کردم مرا شگفت‌زده کرد. زمان در حقیقت، هنگامی که بزرگ‌تر می‌شویم زودتر می‌گذرد، اما ما می‌توانیم این احساس را معکوس کنیم.

یک دلیل کنجکاوانه برای این حرکت سریع زمان وجود دارد. این دقیقاً همانند زمانی است که از یک مسافرت برمی‌گردیم و به نظر می‌رسد که نصف زمان رفت طول کشیده است. بازگشت از یک مسافرت برای ما آشنا است و چیز تازه و بدیعی نیست. ما کمتر به آنها توجه می‌کنیم و در نتیجه تجربه کمتری را پردازش می‌کنیم.

هرچه تجربه شما جدیدتر و غنی‌تر باشد، زمان کندتر می‌شود. شما احتمالاً این را در زندگی خود تجربه کرده‌اید. هنگامی که شما بچه بودید، هر تجربه غنی و جدید بود، هر یک از دوستان شما، هر مکالمه‌ای که داشتید، هر بار که به مشکلی بر می‌خوردید، یک تجربه منحصر به فرد و به یاد ماندنی بود. دوران نوجوانی شما نیز تجربه‌های جدید زیادی را به همراه داشت. به طور معمول، هرچه بزرگ‌تر شدیم، تجربه‌های تازه و بدیع ما کمتر شد. همانند رانندگی به سمت خانه پس از یک سفر طولانی، مسیر شناخته شده‌تر است. ما مکان‌ها خاص را که قبلاً از کنار آنها گذشته بودیم می‌شناسیم و این تجربه دوم دیگر همانند قبل غنی و تازه نیست. مقدار دوپامینی (یک ماده شیمیایی که موجب حس لذت می‌شود) که در مغز ما یافت می‌شود به طور مداوم از سن ۲۰ سالگی کاهش می‌یابد. محققان دریافته‌اند که دوپامین به تنظیم چگونگی درک ما از زمان می‌پردازد. هرچه دوپامین درون مغزمان بیشتر باشد زمان کندتر می‌گذرد. (مغز ما هر بار که چیز جدید و غنی را تجربه می‌کنیم، دوپامین ترشح می‌کند.)



با تامل در این تحقیق، متوجه شدم من بیشتر روز خود را غوطه‌ور در چیزهای آشنا صرف می‌کنم. من به آهنگ‌ها مشابه گوش می‌دهم، بازی‌های مشابهی را بازی می‌کنم، با چند برنامه خاص در گوشی خود کار می‌کنم و در صفحه مجازی اطلاعاتی را همانند اطلاعاتی گذشته جذب می‌کنم. این عادات هیچ‌کدام تازه یا غنی نیستند.

در حالی که بسیاری از حواس‌پرته‌ها جدید هستند، تعداد کمی از آنها به اندازه تجربیات کاملاً جدید غنی هستند. صحبت کردن با یک فرد غریبه در کافه، سفر به مکان‌هایی که قبلاً به آنجا نرفته‌اید و برای نخستین بار چتربازی کردن؛ حواس‌پرته‌ها باعث می‌شوند تا زمان تندتر بگذرد و باعث می‌شوند تا شکاف‌های روزمره خود را با کارهای آشنا پر کنیم.

۲ راه برای آهسته‌تر کردن سرعت زمان

من راحل این مشکل را در این دو شکل پیدا کردم.
۱- تا جایی که ممکن است به دنبال تجربه‌های تازه و بدیع بگردید.

۲- چیزهایی را که با آنها آشنا هستید دوست بدارید. به دنبال تجربه‌های تازه و بدیع گشتن به ما کمک می‌کند تا زمان را آهسته‌تر کنیم. به جای اینکه از روی عادت اما بدون اشتیاق کاری را انجام دهید، کارهایی را انجام دهید که تا به حال انجام نداده‌اید. فعالیت‌هایی را انجام دهید که غنی هستند و در مغز ما دوپامین آزاد می‌کنند. هر نوع غذای جدید، هر چیزی که یاد می‌گیریم، هر جایی که می‌رویم، فرصتی است تا سرعت گذشتن زمان را آهسته‌تر کنیم. با این کار ما از دایره راحتی خود خارج می‌شویم.

دوست داشتن چیزهایی که با آنها آشنا هستیم نیز مشابه تجربه‌های تازه است. به جای صرف زمان در حالت خودکار، ما متوجه غنیمت‌های تعبیه شده در زندگی روزمره خود می‌شویم. چیز آشنایی را که به طور مرتب تجربه می‌کنید انتخاب کنید مانند، نوشیدن قهوه صبحگاهی، آوردن فرزندان‌تان از مهدکودک یا صحبت با یک همکار و برای وجود آن تجربه سپاسگزار باشید. من شخصاً مدیته‌ش را، بیشتر از هر چیز دیگری، پیشنهاد می‌کنم زیرا به من کمک می‌کند تا هرروز چیزهای کوچک را دوست داشته باشم.
اگر احساس می‌کنید که زمان بسیار سریع می‌گذرد، شما تنها نیستید. به دنبال تجربیات تازه و بدیع باشید و تجربه‌های آشنا را دوست داشته باشید.

منبع: A LIFE OF PRODUCTIVITY/ucan