

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

حکایت کارت‌هایی که به جیب بازگشت

## بازگشت آرام کارت سوخت

فرصت امروز: دومین سال روی کار آمدن دولت نهم بود که کارت سوخت متولد شد و از تیرماه سال ۸۶، تمامی خودروها در ایران دارای کارت هوشمند سوخت شدند، اما چند سال بعد که قیمت بنزین در...



# تکاپو برای وام‌های ناقص

متقاضیان دریافت تسهیلات بعد از مدت‌ها رفت و آمد و تأمین خواسته‌های بانک‌ها برای دریافت تسهیلات، در نهایت با وام‌هایی مواجه می‌شوند که بخشی از رقم مورد نظر بلوکه شده و تا پایان تسویه وام به آنها پرداخت نمی‌شود. وثیقه‌گیری بخشی از تسهیلات مدت‌هاست که یکی از معضلات مشتریان بانک‌ها به شمار رفته و هنوز حل و فصل نشده است. روند دریافت تسهیلات در بانک‌ها کار چندان ساده‌ای نیست و یک متقاضی وام خرد باید مدت‌ها به دنبال تأمین گزینیهایی باشد که بانک‌ها مقابل او می‌چینند و می‌توان از جمله آنها به تکمیل پرونده تا تأمین ضامن‌های مختلف و وثایقی که تأمین آن...

## سیاه و سپید اجرای استانداردهای هشتادوپنج گانه در صنعت خودروی کشور

### مدیریت و کسب‌وکار



گوگل با پشت سر گذاشتن اپل با ارزش‌ترین برند جهان شد

- داستان تلخ رویکردی به نام «همه یا هیچ»
- انتقادپذیری؛ ویژگی حیاتی برای مؤسس استارت‌آپ
- رستوران‌داری حرفه‌ای در عصر دیجیتال
- معرفی ۱۵ تکنیک سنوکلاه سیاه
- معجزه برترین تبلیغات تمام‌دوران‌ها
- انگیزه‌ها هر چه باشد همه با هم هستیم

۱۶ تا ۸



### رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور از توافق مالیاتی با اصناف خبر داد

## مالیات سال ۹۶ اصناف ۵ درصد افزایش یافت

۳

### یادداشت

اعلام انصراف رسانه‌ای توسط توتال حرفه‌ای نیست



رضاییدار  
رئیس کمیسیون انرژی  
و محیط‌زیست  
اتاق تهران

صورت‌مسئله مهم نیست. قراردادی شفاف و روشن بر اساس استانداردهای بین‌المللی با توتال از سوی دو شریک و یک کارفرما امضا شده است و هر نوع تغییر در این قرارداد باید مطابق با استانداردهای جهانی انجام شود. شرکت توتال پس از خروج آمریکا از برجام اعلام کرده در ایران کار نمی‌کند و در این بین یکی از مسائلی که کمتر به آن توجه شده عدم اظهارنظر رسمی این شرکت در این باره با مقامات و مسئولان وزارت نفت ایران است. توتال در یک جو رسانه‌ای چنین خبری را اعلام کرده نه در یک اظهارنظر رسمی به مسئولان ایرانی و دیگر شرکای قرارداد. توتال این بوده که در رسانه‌ها از مگاپروژه‌هایش در آمریکا بگوید و به منافع اقتصادی‌اش در آمریکا و متحدان مستقیم این کشور اشاره و اعلام کرده پروژه‌اش در ایران پیشرفتی نداشته است. نکته دیگر اینکه توتال اعلام کرده ارزش ۷۰ میلیون یورویی پروژه در ایران در مقابل منافع گسترده‌ای که این...

بررسی عملکرد فراکسیون‌های سیاسی در انتخابات هیأت رئیسه

## امید پشتاز شد، مستقلین و ولایی جا ماندند

داشت نیز با کمتر از ۹۰ عضو با سر لیستی حمیدرضا حاجی بابایی وارد انتخابات شد. حاجی بابایی که در دور اول انتخاب رئیس تنها ۵۴ رأی را کسب کرد در دور دوم به نفع لاریجانی انصراف داد تا نشان دهد این فراکسیون علی‌رغم تمامی انتقادات تندش، لاریجانی را به عارف ترجیح می‌دهند. فراکسیون ولایی اما عملکرد بهتری در انتخاب دبیران داشت که توانست سه عضو فراکسیون یعنی زنجیرزاده، قاضی‌زاده و امیرآبادی را وارد هیأت رئیسه کند. عملکردی که برای کارپردازی متوسط بود چرا که این فراکسیون فقط توانست از گزینه پیشنهادی خود در هیأت رئیسه سال دوم یعنی عباسی حمایت کند. حضور چهار عضو فراکسیون ولایی در هیأت رئیسه و از دست دادن یک عضو خود یعنی فرهنگی موید کارنامه متوسط آن است.

در ارزیابی کلی‌تر فراکسیون ولایی در انتخاب رئیس مجلس رأی فراکسیونی ندادند که ۵۴ رأی حاجی بابایی موید این ادعاست، کما اینکه برخی از اعضای این فراکسیون معتقدند رأی آنها این پیام را به جامعه داد که فراکسیون ولایی اقلیتی کم ولی قوی هستند و نباید از آنها انتظار تغییر رئیس مجلس را داشت.

### فراکسیون مستقلین

فراکسیون مستقلین که از ابتدا بر ائتلاف اصرار داشت در مواجهه با لیست مستقل دو فراکسیون دیگر از قافله عقب ماند و با کمتر از ۱۰۰ عضو خود با سر لیستی لاریجانی پا به میدان گذاشت. علی لاریجانی رئیس دوره‌های هشتم، نهم و دو سال مجلس دهم که حداقل در این دوره خود را عضو هیچ فراکسیون نمی‌دانست این بار با لیست مستقلین وارد رقابت شد؛ رقابتی که در دور اول ۱۰۱ رأی و در دور دوم ۱۴۷ رأی برای او به ارمغان آورد. ۱۴۷ رأی که بخشی از آن را مدیون انصراف حاجی بابایی و اعضای فراکسیون ولایی است، همان فراکسیونی که انتقادات جدی به عملکرد شخصی لاریجانی داشته و دارد. این فراکسیون عملکرد خوبی در انتخاب دبیران نداشت و نتوانست گزینه‌ای را برای دبیری وارد هیأت رئیسه کند اما توانست از گزینه‌های پیشنهادی خود برای کارپردازی در هیأت رئیسه سال دوم دفاع کند. نعمتی و شوری اعضای فراکسیون مستقلین هستند. در انتخابات این دوره هیأت رئیسه، فراکسیون مستقلین با سه عضو و از دست دادن یک عضو یعنی کاتب عملکرد ضعیفی داشت.

فراکسیون‌های سیاسی مجلس بعد از دست کم ۱۰ روز برگزاری جلسات مستمر، سرانجام با لیست‌های جداگانه‌ای پا به عرصه انتخابات هیأت رئیسه در سال سوم گذاشتند، به نظر می‌رسد برنده این انتخابات حداقل از نظر تعداد کرسی‌ها، فراکسیون امید است. به گزارش ایسنا، انتخابات هیأت رئیسه مجلس در سال سوم در جلسه علنی روز چهارشنبه برگزار شد؛ انتخاباتی که پایانی بر لابی‌های فشرده فراکسیون‌های سیاسی مجلس بود که به دلیل تجربه ناخوشایند انتخابات سال گذشته لیست مستقل را به ائتلاف ترجیح دادند، این امر منجر به ارائه سه لیست ۱۲ نفره یعنی ۳۶ کاندیدا شد. در این گزارش عملکرد سه فراکسیون امید، ولایی و مستقلین در انتخابات هیأت رئیسه مورد بررسی قرار گرفته است.

### فراکسیون امید

فراکسیون امید با تجربه تلخ از ائتلاف سال گذشته و مواجهه با بدعهدی‌ها، در واکنش به تلاش سایر فراکسیون‌ها برای ارائه لیست مجزا، لیست مستقل ارائه کرد و با کمی بیش از ۱۱۰ عضو با سر لیستی عارف پا به میدان گذاشت.

گرچه عارف با اختلاف ۲۰ رأی نتوانست بر کرسی ریاست تکیه زند، اما توانست رأی بیشتری نسبت به سال اول مجلس کسب کرده و حتی پا را فراتر گذاشته و در مرحله اول ۱۰ رأی بیشتری از لاریجانی آورد که اگر حاجی‌بابایی به نفع لاریجانی انصراف نمی‌داد احتمال ریاست او دور از ذهن نبود. فراکسیون امید نتوانست با رأی قاطع دو گزینه پیشنهادی خود برای نایب رئیسی یعنی پزشکیان و مطهری را وارد هیأت رئیسه کرده و نمره عالی را از این نظر بگیرد. این فراکسیون در رقابت برای انتخاب ۶ دبیر، ۳ گزینه پیشنهادی خود یعنی رحیمی، وکیلی و یوسف‌نژاد را به هیأت رئیسه فرستاد، در این حوزه هم عملکرد خوبی نسبت به سال گذشته داشت اما در انتخاب سه ناظر مجلس عملکرد خوبی نداشت و نتوانست هیچ نماینده‌ای را به عنوان ناظر به هیأت رئیسه بفرستد. افزایش تعداد اعضای فراکسیون امید از ۳ عضو به ۵ عضو در هیأت رئیسه نسبت به سال دوم فعالیت مجلس دهم نشان می‌دهد که عملکرد این فراکسیون خوب بوده است.

### فراکسیون نمایندگان ولایی

فراکسیون ولایی که اصرار بر ارائه لیست مستقل

نگاهی به انتخابات دوره سوم هیأت رئیسه مجلس دهم

## علی لاریجانی برای چهاردهمین بار رئیس مجلس شد

پیشین لاریجانی با کسب ۲۳۷ رأی برای ریاست دومین سال مجلس دهم، رکورددار کسب رأی برای ریاست خانه ملت در تمامی ادوار گذشته شد.

### لاریجانی رکورددار ریاست

مقایسه آمار آرای سال اول و دوم انتخابات هیأت‌رئیس ادوار مجلس نشان می‌دهد، علی لاریجانی برای چهاردهمین بار در مجالس هشتم و دهم با کسب ۲۳۷ رأی، بیشترین رأی مثبت را از نمایندگان گرفته و بیشترین میزان حضور بر کرسی ریاست را دارد. انتخاب هیأت رئیسه مجلس، رویا است که براساس آیین‌نامه داخلی قوه مقننه، اهالی خانه ملت، چهار بار در هر دوره از مجلس آن را برگزار می‌کنند. در این میان شاید بی‌راه نباشد که از انتخاب رئیس مجلس به عنوان مهم‌ترین حرکت در صفحه شطرنج هیأت رئیسه یاد کنیم. آیت‌الله هاشمی رفسنجانی و علی لاریجانی تا سال گذشته رکورد برابر ۱۳ بار اخذ رأی برای حضور در کرسی ریاست مجلس -ع- از هیأت رئیسه موقت و هیأت رئیسه دائم در چهار اجلاس هر دوره از مجلس- را داشتند. اما از آنجا که حضور هاشمی رفسنجانی در مجلس سوم نیمه کاره ماند و او به عنوان رئیس جمهور، خانه ملت را ترک کرد، تمدید ریاست لاریجانی در چهاردهمین رأی‌گیری پیاپی برای ریاست مجلس در فواصل مجالس هشتم تا دهم، او را رکورددار ریاست بر پارلمان کرد. بعد از لاریجانی و هاشمی، ناطق‌نوری سابق گرفتار شد. جایگاه ریاست مجالس چهارم و پنجم، در جایگاه سوم قرار داد.

هیأت رئیسه دائم رقابت کرد. او در انتخابات هیأت رئیسه موقت مجلس دهم، با کسب ۱۷۳ رأی از عارف با ۱۰۳ رأی پیشی گرفت و در انتخابات هیأت رئیسه دائم نخستین سال فعالیت مجلس دهم نیز با کسب ۲۳۷ رأی از کواکبیان با ۱۱ رأی، جلو افتاد. او در دومین سال از انتخابات هیأت رئیسه مجلس دهم نیز تنها نامزد ریاست مجلس بود و هیچ یک از نمایندگان با او وارد رقابت نشدند.

### لاریجانی رئیس مجلس ماند

اما انتخاب رئیس سومین اجلاس هیأت رئیسه مجلس دهم، به سادگی دو سال گذشته نبود. علی لاریجانی، محمدرضا عارف و حمیدرضا حاجی‌بابایی از سوی سه فراکسیون مستقلین، امید و ولایی نامزد ریاست مجلس بودند. در دور اول رقابت، از مجموع ۲۳۷ رأی ماخوذه، لاریجانی با ۱۰۱ رأی، عارف با ۱۱۴ رأی و حاجی بابایی با ۵۴ رأی این انتخابات را پشت سر گذاشتند. به این ترتیب انتخابات رئیس سومین اجلاس هیأت رئیسه مجلس دهم به دور دوم کشیده شد. البته حاجی‌بابایی به نفع آقای لاریجانی انصراف داد تا لاریجانی و عارف وارد دور دوم رقابت شوند و برای ریاست مجلس رقابت کنند. در دور دوم انتخاب نیز رئیس مجلس در سومین سال کاری مجلس دهم، از مجموع ۲۳۹ رأی ماخوذه، علی لاریجانی ۱۴۷ رأی و محمدرضا عارف ۱۲۳ رأی کسب کردند. به این ترتیب لاریجانی برای چهاردهمین بار نتوانست به عنوان «رئیس» از اهالی خانه ملت رأی بگیرد. این رقابت تنگاتنگ سبب شد تا او ۵۷ رأی کمتر از سال گذشته کسب کند. در ادوار

بهارستان صبح چهارشنبه شاهد انتخابات هیأت رئیسه مجلس دهم بود و در نهایت، علی لاریجانی به عنوان رئیس، علی مطهری و مسعود پزشکیان به عنوان نایب‌رئیس مجلس انتخاب شدند. این در حالی است که لاریجانی تاکنون ۱۴ بار به‌عنوان «رئیس مجلس» از نمایندگان ۳ مجلس رأی اعتماد گرفته است. او روز چهارشنبه نیز با اختلاف ۲۴ رأی نسبت به محمدرضا عارف رئیس مجلس دهم باقی ماند. همچنین سه ناظر هیأت رئیسه نیز در جایگاه قبلی خود ایفا شدند و از بین ۱۳ کاندیدای ناظرین (کارپرداز)، اسدالله عباسی با ۹۶ رأی، پرهیز نعمتی با ۹۶ رأی و محمدی آشوری با ۸۹ رأی از مجموع ۲۴۱ نماینده حاضر در جایگاه ناظرین هیأت رئیسه ایفا شدند. به گزارش خبرنگاران، علاوه بر اینکه علی لاریجانی سه بار به عنوان رئیس موقت در مجالس هشتم، نهم و دهم انتخاب شد، در طول هشت سال عمر دو مجلس هشتم و نهم نیز هر سال به عنوان رئیس دائم مجلس رأی آورد. او دیروز هم برای چهاردهمین بار در معرض این رأی‌گیری قرار گرفت و با کسب ۱۴۷ رأی از ۲۳۹ رأی ماخوذه برای سومین سال متوالی رئیس مجلس دهم شد. در انتخابات سال گذشته ۹۴ رأی باطله در این انتخابات به صندوق ریخته شد و امسال نیز ۹ رأی باطله وجود داشت. لاریجانی در انتخابات مجلس هشتم رقیبی برای ریاست نداشت، ولی در مجلس نهم با غلامعلی حداد‌عادل و در مجلس دهم نیز با محمدرضا عارف در انتخابات هیأت رئیسه موقت و با مصطفی کواکبیان در انتخابات

## ساماندهی بازار خودرو در گرو رقابت‌پذیری

لیتر است؛ درحالی‌که این میزان در ترکیه با ۲۱ میلیون خودرو، ۸ میلیون لیتر است. ۴- **تأکید بر مشکلات زیست‌محیطی:** این خودروها سهم عمده‌ای در آلودگی شهرها و مسائل زیست‌محیطی و بیماری‌های ناشی از آن دارند. به نظر می‌رسد طراحی «طرح ساماندهی بازار خودرو» درصددند با تصویب این طرح، بتوانند گام‌های مؤثری برای تأمین اهداف چهارگانه فوق بردارند. اما پرسش اینجاست که آیا این طرح، ایده‌ای گره‌گشا برای صنعت خودروسازی ایران است؟

نخست، لازم است از عنوان «طرح ساماندهی بازار خودرو» آغاز کنیم، به نظر می‌رسد در همین نامگذاری محدودیت‌هایی وجود داشته باشد. از آنجا که قرار است این طرح پس از تصویب در مجلس به قانونی لازم الاجرا تبدیل شود و از آنجا که تأکید اصلی مفاد طرح در راستای رقابت‌پذیری بیشتر در صنعت خودروسازی است پیشنهاد می‌شود عنوان طرح به جای تأکید بر عنصر «بازار» بر عنصر «رقابت‌پذیری» باشد؛ یعنی به جای اینکه بگوییم طرح ساماندهی بازار خودرو می‌خواهد اشکالات چهارگانه را حذف کند، بگوییم قرار است در مجلس طرحی به تصویب برسد که رقابت‌پذیری صنعت خودرو را ارتقا دهد. به‌طور قطع و یقین می‌دانیم هر چه صنعت خودرو

### احمدفرهادی کارشناس اقتصادی

این روزها طرح «ساماندهی بازار خودرو» از سوی نمایندگان مجلس شورای اسلامی به عنوان راهی برای مقابله با تالطمعات بازار خودرو مطرح شده است. در مقدمه این طرح چهار نکته محوری اعلام شده که شاید عصاره اساسی‌ترین انتقادهای چند ساله اخیر به صنعت خودروسازی ایران است. این نکات عبارتند از: ۱- **تأکید بر تلفات جاده‌ای خودروها:** تصادف‌های جاده‌ای در کشور فقط در مدت ۱۰ سال افزون بر ۲۴۲ هزار کشته داشته است و از نظر آماری مرگبارترین حوادث جاده‌ای، ایران دارای رتبه بالایی است و همچنین مهم‌ترین عامل مرگ و میر در کشور محسوب می‌شود. به‌طوری‌که پارسال ۸۰ هزار میلیارد ریال دیه توسط شرکت‌های بیمه پرداخت شده است. یکی از مهم‌ترین دلایل وقوع چنین فاجعه‌ای نایمینی خودروهای داخلی است. ۲- **تأکید بر یارانه سوخت:** علاوه بر نایمینی، این خودروها از مصرف سوخت بالایی برخوردارند، به گونه‌ای که سالانه ۵۰۰ هزار میلیارد ریال یارانه به این بخش پرداخت می‌شود. ۳- **تأکید بر مصرف بالای سوخت:** مصرف روزانه سوخت در کشور با تعداد ۱۹ میلیون خودرو، ۸۱ میلیون

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

منبع: ایرنا

## یادداشت

## اعلام انصراف رسانه‌های توسط توتال حرفه‌ای نیست



رضایدیدار

رئیس کمیسیون انرژی و محیط‌زیست اتاق تهران

صورت‌مسئله مبهم نیست. قراردادی شفاف و روشن و بر اساس استانداردهای بین‌المللی با توتال از سوی دو شریک و یک کارفرما امضا شده است و هر نوع تغییر در این قرارداد باید مطابق با استانداردهای جهانی انجام شود. شرکت توتال پس از خروج آمریکا از برجام اعلام کرده در ایران کار نمی‌کند و در این بین یکی از مسائلی که کمتر به آن توجه شده عدم اظهارنظر رسمی این شرکت در دراین‌باره با مقامات و مسئولان وزارت نفت ایران است. توتال در یک جو رسانه‌ای چنین خبری را اعلام کرده نه در یک اظهارنظر رسمی به مسئولان ایرانی و دیگر شرکای قرارداد. ترفند توتال این بوده که در رسانه‌ها از مگاپروژه‌هایش در آمریکا بگوید و به منافع اقتصادی‌اش در آمریکا و متحدان مستقیم این کشور اشاره کرده و اعلام کرده پروژه‌اش در ایران پیشرفتی نداشته است. نکته دیگر اینکه توتال اعلام کرده ارزش ۷۰ میلیون یورویی پروژه در ایران در مقابل منافع گسترده‌ای که این شرکت در آمریکا و کشورهای متحدش دارد، ارزشمند نیست.

این رفتار توتال، یعنی عدم اظهارنظر رسمی درباره قرارداد و جوسازی رسانه‌ای در فضای بین‌المللی حرفه‌ای نیست. به نظر من رفتار وزیر نفت ایران در تعیین ضرب‌الاجل برای این شرکت حفظ اعتبار ملی کشور و صنایع نفت ایران است. توتال باید بر اساس قرارداد گزارش پیشرفت پروژه را ارائه می‌کرده است. بر اساس قرارداد با توتال باید از ظرفیت‌های داخلی استفاده کند. بیش از ۸۰ شرکت ایرانی برای حضور در این پروژه مورد گفت‌وگو قرارگرفته و ایجاد فنی و تخصصی کار به آنها ارائه شده است و این شرکت‌ها آماده شده‌اند تا در فاز ۱۱ پارس جنوبی با شرکت ان‌پی‌سی چین، توتال و پتروپارس فعالیت کنند. این شرکت‌ها نمی‌توانند به دلیل اعلام رسانه‌ای انصراف از سوی توتال بلا تکلیف بمانند به همین دلیل در انجن‌های سازنده، پیمانکار، مشاور و مهندسان صنعت نفت و نشست‌های اتاق بازرگانی از مسئولان خواسته شده تا به این بلا تکلیفی پایان بدهند.

اکنون نزدیک به یک ماه از خروج آمریکا از برجام می‌گذرد اما هنوز توتال رسماً درباره ماندن یا رفتن اظهارنظر نمی‌کند. توتال هنوز به کارفرمایش یعنی شرکت ملی نفت و دیگر شرکا یعنی شرکت پتروپارس و سی‌ان‌پی‌سی چین همکاری یا عدم همکاری‌اش با پروژه را اعلام نکرده است. اکنون وزارت نفت ایران ضرب‌الاجلی ۶۰ روزه را برای توتال تعیین کرده است. اگر توتال پس‌ازاین مدت‌زمان قصد ماندن در پروژه را نداشته باشد، شرکت چینی سی‌ان‌پی‌سی که پیش از این هم در ایران سابقه فعالیت نفتی داشته و ۴۸ ساعت پس از خروج آمریکا از برجام ادامه همکاری‌اش در پروژه را اعلام کرده رهبری کنسرسیوم را بر عهده می‌گیرد.

## انرژی

رویتوز مدعی شد

## شرکت نفتی «لوک اویل» فعالیت در ایران را متوقف کرد

خبرگزاری رویترز به نقل از مسئولان شرکت نفتی لوک اویل روسیه مدعی شد که به دلیل تهدید تحریم‌های آمریکا این غول نفتی تصمیم گرفته است فعلاً برنامه توسعه پروژه‌های نفتی در ایران را ادامه ندهد. به نوشته رویترز، شرکت لوک اویل برای توسعه میدان نفتی آب تیمور و منصور و با ایران مشغول مذاکره بوده است. به گزارش ایرنا، رویترز به نقل از یکی از مسئولان لوک اویل بدون ذکر نام وی ادعا کرد: با توجه به تحولات جاری، خیلی زود است که در مورد برنامه‌هایمان (در ایران) اظهارنظر کنیم. در حال حاضر اساساً همه چیز را متوقف کرده‌ایم. از سوی دیگر الکساندر نواک، وزیر انرژی روسیه اخیراً گفته است: معتقدم تحریم‌ها تأثیری زیادی بر تولید نفت ایران ندارد و ممکن است حداکثر ۱۰ درصد از تولید نفت ایران کاهش یابد.

دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری آمریکا شامگاه ۱۸ اردیبهشت ماه در اقدامی یکجانبه و به رغم مخالفت‌های جهانی، خروج کشورش از برجام را اعلام کرد. اتحادیه اروپا، روسیه، چین، انگلیس، آلمان و فرانسه اعلام کرده‌اند که به‌رغم خروج آمریکا از توافق هسته‌ای، به این توافق پایبند بوده و از شرکت‌های خود که با ایران روابط تجاری دارند، حمایت می‌کنند. مقام‌های اروپایی تأکید کرده‌اند که برنامه‌هایی را برای حفظ برجام و محافظت از سرمایه‌گذاری شرکت‌های خارجی در ایران در دست دارند که از جمله آنها قانون انسداد و ممنوعیت تبعیت از تحریم‌های فرامرزی آمریکا، همکاری بیشتر با بانک مرکزی ایران، تسهیل سرمایه‌گذاری بانک سرمایه‌گذاری اروپا و تشویق شرکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ به سرمایه‌گذاری در ایران است. همچنین، براساس گزارش رسانه‌های آلمان، گروه مالی بانکی «فولکس بانک» آلمان به عنوان بزرگ‌ترین گروه مالی این کشور از ادامه همکاری خود با شبکه بانکی جمهوری اسلامی ایران خبر داده و از شنش شعبه اصلی خود در شهرهای آلمان خواسته است که به رغم خطر تهدیدهای آمریکا به همکاری خود با ایران ادامه دهند.

شماره ۱۰۷۹ www.forsatnet.ir

## اقتصاد امروز

حکایت کارتهایی که به جیب بازگشت

# بازگشت آرام کارت سوخت



قابل جایگزین را انتخاب کنیم،

این بررسی‌ها مراحل نهایی خود را طی می‌کنند و منجر به امضای قرارداد و تفاهم‌نامه خواهند شد. «موسوی‌خواه با تأکید بر این‌که مطابق قانون، سوخت‌گیری با کارت سوخت در خردادماه سال ۹۴ تک‌نرخي شد، کارت سوخت کار‌کرد شده تا روی ۱۰۲ نازل و حدود ۴۶ جایگاه عرضه سوخت در اصفهان، قم و تهران، تجهیزات سوخت وجود ندارد، اما حالا ۱۱ سال پس از ظهور کارت هوشمند سوخت و سه سال پس از تک قیمتی شدن بنزین، زرمه‌های استفاده دوباره از کارت سوخت در جایگاه‌های عرضه بنزین شنیده می‌شود»

مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی با بیان این‌که پس از نصب تجهیزات جدید کارت سوخت، امکان استفاده همزمان کارت سوخت و کارت بانکی فراهم می‌شود، عنوان کرد: «همه جایگاه‌های عرضه سوخت موظف به عرضه بنزین با کارت سوخت هستند.»

مدیرکل روابط‌عمومی شرکت ملی پخش نیز در روزهای گذشته از ارتقای دستگاه‌های نازل در جایگاه‌های سوخت خرد داد و گفت: «با ارتقای دستگاه‌ها، سوخت‌گیری و پرداخت هزینه همزمان در جایگاه‌های عرضه سوخت صورت خواهد گرفت.»

فاطمه کاهی با اشاره به نصب تجهیزات استفاده از کارت سوخت در دستگاه‌های نازل از سال ۸۵ و بهره‌برداری از آنها از سال ۸۶ عنوان کرد: «۱۱ سال است که این دستگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند و فرسوده شده‌اند، اما ارائه بنزین با کارت سوخت الزامی است و هنگامی که متقاضی برای سوخت‌گیری به جایگاه می‌رود یا باید از کارت سوخت خودش یا کارت سوخت جایگاه‌دار استفاده کند.»

به گفته وی، «طبق بررسی‌های کارشناسی که در این زمینه انجام شد، قرار شد در دستگاه‌ها سخت‌افزاری روزآمد که هم امکان پرداخت پول از طریق عابربانک را دارد و هم مقدار سوخت و اطلاعات تراکنش سوخت را ارسال می‌کند، نصب شود.»

دومین سال روی کار

آمدن دولت نهم بود که ابراز

الکترونیکی جدیدی برای

مالکان خودروها کارت سوخت بگیرند پیش از این، دی ماه سال گذشته سخنگوی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی اعلام کرد که «استفاده از کارت سوخت الزامی می‌شود.» به گفته زیبا اسماعیلی، افرادی که فاقد کارت سوخت هستند، باید به منظور جلوگیری از ایجاد مشکل نسبت به اخذ کارت سوخت اقدام کنند.

وی توضیح داد: «با توجه به این‌که قانون مصوب مجلس تأکید کرده است که سوخت‌گیری فقط با کارت سوخت امکان‌پذیر است و کارت سوخت جایگاه‌دار فقط برای موارد ضروری استفاده خواهد شد، مالکان خودروهایی که به هر دلیل فاقد کارت سوخت هستند، باید به منظور جلوگیری از ایجاد مشکل نسبت به اخذ کارت اقدام کنند.» اسماعیلی متذکر شد: «البته برای زمان ازسرگیری استفاده از کارت سوخت زمان مشخصی تعیین نشده است.»

### ۲۱ میلیون کارت در کشور فعال است

گزارش‌ها نشان می‌دهد در حال حاضر با گذشت بیش از ۱۱ سال از آغاز طرح توزیع کارت هوشمند سوخت، بیش از ۲۱ میلیون کارت در کشور فعال است. استفاده از کارت هوشمند سوخت هنگام خرید بنزین و سایر فرآورده‌های نفتی یکی از الزامات سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۴ بود تا با کاربردی کردن استفاده از آن، اهدافی همچون سامان بخشیدن به عرضه فرآورده‌های نفتی، مدیریت مصرف و کنترل قاچاق صورت گیرد، موضوعی که در زمان خود از آن به عنوان پروژه عظیمی یاد می‌شد و در ابتدا امر بیش از ۱۷ میلیون مشترک در سراسر کشور را در بر می‌گرفت، پس از تک نرخی شدن بنزین و با مرور زمان کم‌رنگ و تنها به کارت‌های صاحبان جایگاه ختم شد.

وقتی کارت سوخت متولد شد

دومین سال روی کار

آمدن دولت نهم بود که ابراز

الکترونیکی جدیدی برای

سه‌میه‌بندی و نظارت بر مصرف سوخت در کشور معرفی شد. اندر فراید این کارت از مواردی همچون کنترل میزان مصرف سوخت و سهمیه‌بندی و پیشگیری از قاچاق سوخت و همچنین کسب اطلاعات میزان مصرف منطقه‌ای نام برده شد. بنابراین از تیر ۱۳۸۶ برای تمامی خودروها در ایران کارت هوشمند سوخت صادر شد و تمامی جایگاه‌های سوخت مجهز به دستگاه‌های کارت‌خوان و پین پد شدند. احمدی‌نژاد در حالی موفق شد این طرح را به تصویب برساند که سه سال پیش از آن مجلس هفتم، دولت را موظف کرد تا از تغییر قیمت حامل‌های سوخت بپرهیزد و بر این اساس طرح تثبیت قیمت‌ها را تصویب کرده بود که دست دولت اصلاحات را می‌بست، اما وعده‌های سوسوسه‌انگیز رئیس دولت نهم مجلسی‌ها را هم به حمایت وا داشت. سرانجام ۱۱ سال پس از اجرای این طرح قیمت بنزین از لیتری ۸۰ تومان به هزار تومان رسید.

در خردادماه سال ۱۳۹۴ قیمت بنزین تک‌نرخي و هر لیتر هزار تومان شد و به نظر می‌رسید پس از آن جهت سهولت در جایگاه‌های سوخت، کارت‌های هوشمند از بین بروند اما به دلایلی از جمله داشتن یک پایگاه داده بزرگ از مصرف بنزین در کشور با این امر مخالفت شد. از جمله مهم‌ترین مخالفان جمع‌آوری کارت سوخت، احمدی توکلی، نماینده پیشین و جنجالی مجلس شورای اسلامی بود. او در نامه‌ای سرگشاده که تیرماه سال ۱۳۹۵ منتشر کرده بود، نوشت: «به دلایل مشروح بنا حذف کارت هوشمند سوخت شفافیت از بازار بنزین رخت برمی‌بندد، قاچاقی دوباره جسان می‌گیرد، تخلفات بسیاری از جایگاه‌داران ادامه می‌یابد و قدرت دولت برای اعمال سیاست‌های متعدد اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی و تجاری از بین می‌رود و بالاخره اطلاعات بسیار باارزشی که برای تسهیل خدمت‌رسانی، از جمله تعقیب مجرمان لازم است، همه از

وزیر نفت همچنین توافق با اروپا را برای ایران به ویژه در حوزه نفتی مهم خواند و در ارتباط با اقدامات صورت گرفته در جهت فروش نفت خود گفت: اقداماتی که می‌خواهیم انجام بدهیم را نمی‌گویم چون

ترامپ می‌فهمد و علیه آن کار می‌کند؛ اما حتماً ما کارهایی در این راستا انجام داده و تلاش‌هایی صورت داده‌ایم که

# فرصت امروز

تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۹۰

## \$\$\$

## اقتصاد جهان

شهرهای پیشتاز در مصرف کالاهای لوکس

## بازار کالاهای لوکس جهان کجاست

در سه ماهه نخست امسال، سنول با سبقت گرفتن از گوانگژو چین به عنوان رو به رشدترین بازار کالاهای لوکس معرفی شد. به گزارش ایسنا به نقل از مؤسسه نایت فرانک، میزان مصرف کالاهای لوکس در بین ۴۳ شهر برتر جهان در سه ماهه نخست سال ۲۰۱۸ با افزایش ۸.۴ درصدی مواجه بوده است. درحالی‌که هزینه استقراض رو به افزایش است انتظار می‌رود قیمت بسیاری از محصولات نیز افزایش یابد. در ۲۳ شهر میزان مصرف کالاهای لوکس افزایش داشته است. شهر سیول با ثبت رشد ۲۴.۷ درصدی نسبت به سال گذشته شهر گوانگژو چین را پشت سر گذاشت تا به نخستین بازار مصرفی کالاهای لوکس تبدیل شود. شهر کیپ تاون آفریقای جنوبی نیز در ۱۲ ماهه منتهی به مارس ۲۰۱۸ با افزایش ۱۹.۳ درصدی بهای کالاهای لوکس مواجه بود. از ۱۰ شهر نخست لوکس جهان پنج شهر در آسیا قرار دارند و پنج شهر اروپایی ادینبورگ، زوریخ، برلین، پاریس و مادرید در بین ۱۵ شهر برتر کالاهای لوکس قرار گرفته‌اند. هر سه شهر گران جهان یعنی لندن، نیویورک و هنگ کنگ در سه ماهه اخیر شاهد رشد کمی در قیمت‌ها بوده‌اند. در لندن با وجود آنکه بازارها به روندهای سیاسی حساس مانده‌اند، اما ثبات به بازارها برگشته است. انتظار می‌رود با تقویت ارزش دلار میزان سرمایه‌گذاری و تقاضا برای کالای لوکس در نیویورک باز هم کمتر شود. هنگ کنگ نیز که با وجود تحت نظر چین بودن به تغییرات دلار علاقه نشان می‌دهد احتمالاً از مسیر نیویورک پیروی خواهد کرد. بیشترین کاهش تمایل نسبت به کالاهای لوکس نیز در سنت پترزبورگ با منفی ۴ درصد تغییر، تایپه با منفی ۴.۷ درصد و استکهلم با منفی ۴.۸ درصد به ثبت رسید.

## با ثروتمندترین خانواده‌های جهان آشنا شوید

به گفته ساندی تامپز، خانواده والتون که بنیانگذار فروشگاه‌های زنجیره‌ای المارت هستند ثروتی بیشتر از جف بزوس، بیل گیتس و وارن بافت دارند. به گزارش سی ان بی‌سی، این خانواده آمریکایی ثروتی به ارزش ۱۲۸.۹ میلیارد پوند (۱۷۵ میلیارد دلار) در اختیار دارند و برادران کخ با ۱۲۰ میلیارد دلار ثروت در رده دوم ثروتمندترین خانواده‌های جهان قرار دارند. نام جف بزوس- ثروتمندترین فرد جهان- در این فهرست نیز دیده می‌شود و خانواده بزوس با ۱۱۲ میلیارد دلار ثروت در رده سوم قرار دارند. خانواده گیتس با ۹۰ میلیارد دلار ثروت و خانواده بافت با ۸۴ میلیارد دلار ثروت در رده‌های چهارم و پنجم قرار دارند. ایلس والتون- ثروتمندترین زن جهان- با ۶۸ سال سن جوان‌ترین عضو خانواده والتون است و ثروتی معادل ۴.۵ میلیارد دلار دارد. او یک مجموعه هنری به ارزش ۵۰۰ میلیون دلار دارد. خانواده والتون به جز فروشگاه المارت مالک فروشگاه زنجیره‌ای «آدسا» نیز هستند. اولین شعبه فروشگاه المارت در سال ۱۹۶۲ و در شهر آرکانزاس آمریکا تأسیس شد و هدف خود را کمک به مشتریان، کاهش هزینه‌ها و توزیع منافع عنوان کرد. المارت از دهه ۷۰ میلادی شروع به فروش سهام خود در بورس نیویورک کرد که این امر تأثیر بسزایی در جذب سرمایه و توسعه فعالیت‌های این فروشگاه داشت. در سال ۱۹۹۲ میلادی، جورج بوش- رئیس‌جمهور وقت آمریکا- مدال آزادی را به والتون اعطا کرد.

## انتقاد احزاب اروپایی از سیاست پولی بانک مرکزی اروپا

سیاست‌های پولی بانک مرکزی اروپا و منطقه یورو اخیراً مورد انتقاد شدید احزاب پوپولیست اروپا قرار گرفته است و به عقیده آنها این سیاست‌ها باعث محدود شدن عملکرد اقتصادی برخی کشورهای عضو می‌شود. به گزارش ایسنا به نقل از اسپوتنیک، یورگ مویت سخنگوی حزب «آ اف د» اعلام کرد سیاست‌های بانک مرکزی اروپا روز به روز سیاست‌زده‌تر می‌شود و انگلا مرکل، صدراعظم آلمان و امانوئل ماکرون، رئیس‌جمهور فرانسه را متهم به نادیده گرفتن نظرات کارشناسان کرد. وی افزود: بسیاری از اقتصاددانان نسبت به این که تشکیل وزارت امور اقتصادی اروپایی با بودجه‌ای مستقل می‌تواند رویکردها را سیاست‌زده‌تر کند هشدار داده‌اند و سیاستمدارانی چون مرکل و ماکرون نمی‌خواهند که کارشناسان گوش دهند. وی همچنین گفت که تشکیل وزارت دارایی اروپا می‌تواند توزیع ثروت در بین اعضا را ناعادلانه‌تر کند و شکاف بین کشورهای ثروتمند چون آلمان و فرانسه را با کشورهای کمتر توسعه یافته شرق و جنوب افزایش دهد. وی گفت یورو برای کشورهای جنوبی عضو اتحادیه اروپا بیش از حد قدرتمند است، اما برای کشورهای دیگری چون آلمان بیش از اندازه ضعیف است و سیاست‌های مشترک پولی برای کشورهایی با این حد از تفاوت جواب نخواهد داد. حزب آ اف د تنها حزبی منتقد به عملکرد منطقه یورو نیست و حزب لیگ ایتالی نیز شدیداً از پروژه‌های اقتصادی بانک مرکزی اروپا انتقاد کرده است. جنبش ۵ ستاره نیز از بانک مرکزی اروپا به دلیل ممانعت ملی برنامه‌های افزایش مخارج انتقاد کرده بود. جبهه ملی فرانسه نیز از مخالفان سرسخت منطقه یورو به شمار می‌رود. از یونان نیز اخباری به گوش می‌رسد که برخی احزاب یونانی برای پایان دادن به مشکلات اقتصادی این کشور خواهان خروج از منطقه یورو و بازگشت به واحد پولی ضعیف‌تر قبلی این کشور هستند تا هم صادرکنندگان یونانی رقابت‌پذیری بیشتری داشته باشند و هم توریست بیشتری جذب شود.

## درجه

پوست اندازی با نقاب جدید  
کلیک کن پول دربیارا!

مدتی است که برنامه‌های موبایل جدیدی وارد سیستم اقتصادی ایران شده‌اند؛ برنامه‌هایی که ادعا می‌کنند شما می‌توانید، به راحتی و فقط با کلیک کردن در آنها پول دربیابید و حتی درآمد ماهانه خودتان را هم تضمین کنید. نوعی جدید از برنامه‌های آنلاین که وارد ایران شده و مخاطبان را ترغیب می‌کند با کلیک پول دربیابند. در این روش کاربر عضو یک سیستم ارائه تبلیغات شده و در ازای کلیک و باز کردن هر بنر تبلیغاتی، مبلغی را به عنوان پورسانت دریافت می‌کند.

به گزارش خبرآنلاین، عضو شدن در این برنامه‌ها که هزاران نمونه از آن هم در خارج از کشور وجود دارد و به آن «پی تی سی» یا «پول برای کلیک» گفته می‌شود کار ساده‌ای است؛ برنامه را نصب می‌کنید، شماره تلفن و اطلاعات درست هوشی خود را وارد می‌کنید و در پایان مبلغ مشخصی را به عنوان حق عضویت به حساب برنامه وارد می‌کنید، این مبلغ در نسخه ایرانی برنامه ۳۹ هزار تومان است.

به گفته طراحان روش پول درآوردن در این برنامه‌ها هم کار ساده‌ای است. به‌طور کلی به دو روش مختلف می‌توان از طریق اپلیکیشن «پی تی سی» پول به دست آورد، روش اول کلیک کردن و دیدن فیلم‌های تبلیغاتی این برنامه‌ها است و روش دوم معرفی و فروش کالاها

مشخص به همان شیوه کار شرکت‌های همری است. یکی از بزرگترین روش‌های معرفی و ایجاد شناخت در رابطه با محصولات و خدمات، استفاده از تبلیغات سمعی بصری است. اگر ما یک تولیدکننده یا خدمات‌دهنده خوبی باشیم و اتفاقاً محصول یا سرویس ما از کیفیت خوبی هم برخوردار باشد، ما در میان مردم و جامعه هدف محصول ما، شناخته شده نباشد، دیر یا زود با شکست مواجه می‌شویم. این موضوع به خوبی اهمیت تبلیغات را برای یک تولیدکننده یا خدمات‌دهنده روشن می‌سازد.

پس تولیدکنندگان همیشه در صدد یافتن راهی برای تبلیغ و معرفی محصول خود هستند. با پیشرفت تکنولوژی و جا باز کردن ابزارهای جدید مثل تلفن‌های همراه، تبلیغات از شکل همیشگی خود خارج شده و امروزه روش‌های متنوعی را در پیش گرفته است. یکی از این روش‌ها، استفاده از ظرفیت اپلیکیشن‌های موبایلی، برای ارائه تبلیغات است. در این روش، صاحب کالا یا سرویس، به یک برنامه پرکاربرد هزینه پرداخت می‌کند تا این برنامه، حين استفاده کاربر در برخی مواقع، به معرفی محصول اسپانسر بپردازد.

این اپلیکیشن نیز در واقع از همین سیستم پیروی می‌کند و در ازای دریافت مبالغی، به معرفی محصولات دیگران می‌پردازد. این روش که سال‌هاست در بسیاری از نقاط جهان در حال استفاده است، به تبلیغات کلیکی معروف است. در این روش کاربر عضو یک سیستم ارائه تبلیغات شده و در ازای کلیک و باز کردن هر بنر تبلیغاتی، مبلغی را به عنوان پورسانت دریافت می‌کند.

## سود: صفر درصد

اما محاسبات نشان می‌دهد که شما پس از عضو شدن در این برنامه به هیچ شکل نمی‌توانید سود مالی کسب کنید و یا حتی آن ۳۹ هزار تومانی را که به‌عنوان حق عضویت پرداخت کرده‌اید جبران کنید.

کافی است فرض کنیم که باز کردن هر تبلیغ حدود ۳۰ ثانیه زمان می‌گیرد. اگر فردی در بهترین حالت و شرایط اپلیکیشن، روزانه هشت ساعت با استفاده از بخش تبلیغات درآمدزایی کند، در یکی از نسخه‌های این اپلیکیشن روزانه ۹۶۰ تومان و ماهانه ۲۸ هزار و ۸۰۰ تومان درآمد خواهد داشت.

اما این همه ماجرا نیست با در نظر گرفتن اینکه با باز کردن هر لینک تبلیغ به‌طور میانگین ۰.۵ مگابایت (۵۰۰ کیلوبایت) از حجم اینترنت مصرف می‌شود و اینکه هزینه پایه اینترنت به ازای هر کیلوبایت ۰.۰۶ تومان است متوجه می‌شویم که ماهانه ۲۸ هزار و ۸۰۰ تومان هم هزینه اینترنت می‌شود.

این یعنی شما هیچ سود مالی از بخش تبلیغات این برنامه نمی‌کنید. گفتنی است ۱۰ هزار تومان هم در درآمد به دست آمده توسط پولیک در حساب این شرکت مسدود می‌شود. اما در واقع استفاده از بخش تبلیغات این برنامه‌ها نه تنها هیچ سود مالی برای اعضای آن ندارد بلکه به‌نوعی یک روش کلاهبرداری کارفرما هم هست.

در کار تبلیغات آنلاین، کارفرما با توجه به میزان دیده‌شدن تبلیغاتش به شرکت‌هایی که مسئولیت این کار را دارند پول پرداخت می‌کند و در این روند شرکت‌ها به روش‌های مختلفی و با استفاده از رویات‌ها یا کارمندان مختلف از کارفرما کلاهبرداری می‌کنند و از آنها می‌خواهند به شکل تقلبی آمار بازدید از تبلیغات را افزایش دهند. کاری که اینگونه نرم‌افزارها انجام می‌دهند هم دقیقاً همین است، آنها به شکل غیرمستقیم و با دریافت حق عضویت کارمندان مختلفی استخدام می‌کنند تا میزان تبلیغات تقلبی یک شرکت را افزایش دهند و از این اتفاق سود کنند.

این موضوع باعث نگرانی شرکت‌های آنلاین مختلف خارجی از تبلیغات‌شان شده است و در همین زمینه اقدامات مختلفی انجام شده تا بتوان چنین چیزی را که به آن «حمله کلیک» می‌گویند تشخیص بدهند.

در واقع ترغیب همری یا طرح همری نوعی مدل کسب‌وکار غیرپایدار است. شکل کلی آن به این صورت است که افراد با پرداخت مقداری پول عضو شرکتی می‌شوند تا در آینده با به عضویت درآوردن چند نفر دیگر و رشد زیرمجموعه مشتریان به چند برابر حق عضویت دست پیدا کنند. برخی از این شرکت‌ها به واسطه عضویت باواسطه نیز به اعضای‌شان حق‌الزحمه می‌دهند، ولی در اکثر این سیستم‌ها، عضو می‌بایست دست‌کم دو نفر را مستقیماً به شرکت معرفی کند. در این اپلیکیشن‌ها راه‌هایی از فعالیت‌های همری نیز به چشم می‌خورد که می‌تواند در آینده برای بسیاری از فعالان در این اپلیکیشن‌ها مشکلاتی را ایجاد کند.

## مسافران جام جهانی ارز می‌گیرند

خبر خوش بانک مرکزی



ملت، ملی، سامان و پارسیان با ارائه مدارک مورد نیاز از جمله گذرنامه معتبر، بلیت هوایما و ویزای کشور مقصد برای دریافت ارز ثبت‌نام کرده و فرآیند آن را انجام دهند. اقدام برای آن حداکثر هفت روز قبل از انجام سفر بوده و ارز در خروجی فرودگاه‌ها به مسافران تحویل می‌شود.

اما در این بین کشورهای هستند که برای سفر به آنها نیازی به ویزا نیست. از این رو مسافران باید به گونه‌ای دیگر ارز خود را تأمین کنند. یکی از این کشورها که این روزها مورد توجه قرار دارد، روسیه است که جام جهانی ۲۰۱۸ تا چند روز آینده در آنجا برگزار خواهد شد. فوتبال‌دوستان ایرانی که برای تماشای مسابقات جام جهانی می‌خواهند

به روسیه سفر کنند، با ترتیباتی که بانک مرکزی در دستور کار خود قرار داده، می‌توانند با ارائه FAN ID ارز مورد نیاز خود را دریافت کنند. به عبارتی با توجه به اینکه روسیه از جمله کشورهای است که سفر به آن نیاز به ویزا ندارد، با توافق بانک مرکزی و ابلاغیه وزارت امور خارجه تأمین و پرداخت ارز به مسافران روسیه که مشخصاً برای تماشای مسابقات جام جهانی می‌روند، ارائه مجوز

صادره سفارت فدراسیون روسیه، توسط مسافر که تحت عنوان FAN ID است، به جای ویزا مورد قبول بوده و ارائه آن به بانک عامل بلامانع است. با توجه به

فوتبال ۲۰۱۸ قصد سفر به کشور روسیه را دارند، ارائه مجوز صادره از سوی سفارت فدراسیون روسیه توسط مسافر تحت عنوان FAN ID به جای ویزای ارتباط، بانک مرکزی در بخشنامه‌ای، ترتیبات ارزی تأمین و پرداخت ارز مسافرتی برای مسافرانی که مقصد آنها کشورهای است که نیاز به ویزا ندارند، اعمال شده است، در پایان این بخشنامه آمده است که در حال حاضر تأمین و پرداخت ارز مسافرتی (به صورت اسکناس) از طریق پنج بانک ملی ایران، ملت، سامان، تجارت و پارسیان امکان‌پذیر است.

**FAN ID بالاخره تأیید شد**  
با تغییراتی که در نحوه تأمین و پرداخت ارز مسافری برای کشورهای کشور مورد نظر این بانک به منظور دریافت ارز مسافرتی، بلامانع شناخته شده است. براساس این گزارش، در مورد مسافرانی که مقصد آنها کشورهای است که نیاز به ویزا ندارند، لازم است بانک عامل در هنگام تحویل ارز به مسافر در باجه فرودگاه، نسبت به تطبیق کارت پرواز مربوطه با کشور مقصد اعلامی از سوی مسافر، اقدام کند. یادآور می‌شود مسئولیت هرگونه اعلام اطلاعات خلاف واقع به عهده مسافر خواهد بود.

با توجه به ابلاغیه وزارت امور خارجه، تأمین و پرداخت ارز به مسافرانی که به منظور تماشای مسابقات جام جهانی

براساس این گزارش، در مورد مسافرانی که مقصد آنها کشورهای است که نیاز به ویزا ندارند، لازم است بانک عامل در هنگام تحویل ارز به مسافر در باجه فرودگاه، نسبت به تطبیق کارت پرواز مربوطه با کشور مقصد اعلامی از سوی مسافر، اقدام کند. یادآور می‌شود مسئولیت هرگونه اعلام اطلاعات خلاف واقع به عهده مسافر خواهد بود.

با توجه به ابلاغیه وزارت امور خارجه، تأمین و پرداخت ارز به مسافرانی که به منظور تماشای مسابقات جام جهانی

براساس این گزارش، در مورد مسافرانی که مقصد آنها کشورهای است که نیاز به ویزا ندارند، لازم است بانک عامل در هنگام تحویل ارز به مسافر در باجه فرودگاه، نسبت به تطبیق کارت پرواز مربوطه با کشور مقصد اعلامی از سوی مسافر، اقدام کند. یادآور می‌شود مسئولیت هرگونه اعلام اطلاعات خلاف واقع به عهده مسافر خواهد بود.

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور از توافق مالیاتی با اصناف خبر داد

## مالیات سال ۹۶ اصناف ۹ درصد افزایش یافت

بوده و با رعایت مقررات مربوطه تعیین خواهد شد.

وی تصریح کرد: صاحبان مشاغل گروه سوم که مشمول این دستورالعمل هستند باید حداکثر تا پایان خردادماه امسال فرم خود را به سامانه سازمان امور مالیاتی کشور به نشانی [www.tax.gov.ir](http://www.tax.gov.ir) ارسال کنند.

گفتنی است سال گذشته میزان مالیات عملکرد سال ۱۳۹۵ صاحبان مشاغل گروه سوم با افزایش ۸ درصد نسبت به مالیات قطعی عملکرد سال ۱۳۹۴ به صورت مقطوع تعیین شد و در سال ۹۵ مالیات یک میلیون و ۷۰۰ هزار نفر از اصناف براساس نامه خوداظهاری هستند، از شمول این دستورالعمل خارج

۱۳۹۵ آنها بدون رعایت موارد مذکور محاسبه و سپس منبای رشد مورد نظر قرار گیرد.

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور بیان کرد: مالیات عملکرد سال ۱۳۹۶ مودیان موضوع این دستورالعمل در صورتی که اظهارنامه مالیاتی عملکرد سال ۱۳۹۶ خود را در موعد مقرر قانونی به صورت جداگانه ارائه کنند و یا در مهلت مقرر در این دستورالعمل، فرم مربوط به بند ۶ این دستورالعمل را به سازمان امور مالیاتی کشور ارائه نکنند و یا مقاضای اعمال مقررات قانونی از جمله مفاد مواد ۱۳۷ و ۱۶۵ قانون مالیات‌های مستقیم در خصوص درآمد عملکرد سال ۱۳۹۶ خود هستند، از شمول این دستورالعمل خارج

سازمان امور مالیاتی کشور قرار داده شده است، از نگهداری اسناد و مدارک موضوع این قانون و تسلیم اظهارنامه مالیاتی معاف هستند.

وی درباره روش تعیین مالیات مقطوع و پرداخت آن نیز گفت: مودیانی که در عملکرد سال ۱۳۹۵ معاف از مالیات بوده‌اند باید مراتب قبول این دستورالعمل را بدون پرداخت مالیات از طریق سیستم الکترونیکی به سازمان امور مالیاتی کشور اعلام کنند.

در این زمینه، یکی از خبرهای مهم روز گذشته، اظهار نظر رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور بود که از توافق مالیاتی با اصناف درباره عملکرد سال ۱۳۹۶ برخی از صاحبان مشاغل خبر داد و گفت: میزان مالیات سال ۹۶ این قشر نسبت به مالیات مقطوع سال ۹۵، پنج درصد افزایش یافت.

به گزارش ایرنا، سیدکامل تقوی‌نژاد روز چهارشنبه درباره جزئیات توافق با اصناف که گروه سوم مشمول مالیات‌های مستقیم را تشکیل می‌دهند، گفت: دستورالعمل توافق مالیاتی امسال مشمول تمام صاحبان مشاغل گروه سوم موضوع ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی است که مجموع فروش کالا و خدمات آنها در سال ۱۳۹۶ حداکثر ۱۰ برابر معافیت موضوع ماده ۸۴ قانون فوق به میزان مبلغ ۲۴۰ میلیون تومان باشد.

گفتنی است مودیان صاحبان مشاغل در آیین‌نامه قانون مالیات‌های مستقیم براساس حجم فعالیت به سه گروه تقسیم می‌شوند؛ گروه اول کسانی هستند که مجموع مبلغ فروش کالا و خدمات سال قبل آنها بیش از ۲ میلیارد تومان بوده و برای گروه دوم باید بین یک تا ۳ میلیارد تومان باشد؛ مودیانی که در گروه اول و دوم قرار نمی‌گیرند، جزو گروه سوم محسوب می‌شوند که اصناف در این گروه جای می‌گیرند.

رئیس سازمان امور مالیاتی تأکید کرد: گروه سوم در صورت تکمیل و ارسال فرم موضوع این دستورالعمل که در سامانه

## یادداشت

## لزوم استراتژی بازاریابی در صنعت گردشگری

حمیدرضا یعقوبی آوینی  
کارشناس ارشد کسب‌وکار

بازاریابی در صنعت گردشگری یک سازوکار مدیریتی میان‌مدت و بلندمدت است که نیازهای گردشگران فعلی و آتی را پیش‌بینی و برای پاسخگویی به این نیازها برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام می‌دهد تا بتواند رقابت بین شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات توریستی مانند شرکت‌های مسافرتی، خطوط هوایی، هتل‌ها و حتی مردم محلی را به عنوان عاملان اصلی در پیشبرد فروش در این نوع بازاریابی ایجاد کند.

چراکه در بازاریابی گردشگری یک کشور را با تمام مردم، آداب و رسوم و تاریخ و طبیعتش به یک انسان عرضه می‌کنیم و برخلاف بازاریابی کالا عمل می‌نماییم. در نتیجه کیفیت این نوع بازاریابی بسیار متغیر و حائز اهمیت است.

شاید مشکلات اصلی در بازاریابی گردشگری، تفاوت فرهنگی میان گردشگران (توریست‌ها) و مردم محلی است. لذا باید شرایطی را ایجاد کرد که مردم محلی از ورود گردشگران منتفع شوند و از گردشگران استقبال کنند و اختلافات فرهنگی را راحت‌تر بپذیرند و در نهایت این امر موجب رضایتمندی گردشگران خواهد شد.

پس هنگامی که بتوانیم میان خواسته‌های گردشگر و خواسته‌های عوامل پیشبرد فروش در بازاریابی گردشگری یک توازن برقرار کنیم، به‌طور حتم می‌توانیم به تداوم صنعت گردشگری در هر کشور امیدوار باشیم. گردشگری از دیرباز در ایران رونق داشته و شواهد تاریخی فراوانی دال بر این مدعا وجود دارد، اما میزان گردشگری در کشور ایران به عنوان یکی از کشورهای فعال در حوزه جاذبه‌های تاریخی و باستانی و جاذبه‌های طبیعی و حتی درمانی از نظر آمارهای داخلی و سازمان جهانی گردشگری، آنچنان که باید رشد و توسعه نیافته است، اما این آمارها نباید ما را از نقد شرایط گردشگری در ایران باز دارد. زیرا درآمد حاصل از گردشگری برای ایجاد اشتغال پایدار، افزایش درآمد سرانه و تنوع منابع درآمدی می‌تواند حائز اهمیت باشد.

لذا مسئولان ناگاهی به توریسم به عنوان یک منبع درآمدی، می‌بایست پس از گذر از مرحله معرفی اینگونه جاذبه‌ها، نسبت به مشارکت سرمایه‌گذاران و توسعه امکانات رفاهی گام‌های اساسی بردارند تا در مرحله تثبیت میزان گردشگر ورودی به کشور، ایران به عنوان مقصد تکراری و خسته‌کننده شناخته نشود و درآمد سرانه قابل مشهودی از این منبع اقتصادی کسب گردد و سهم اندک درآمدی ایران از سرانه جهانی در صنعت توریسم افزایش یابد. به‌طور مثال شهر دبی به عنوان مقصد گردشگری مردم اروپا و آمریکا در فصل پاییز و زمستان شناخته می‌شود و توانسته است حداقل میزان گردشگر ثابت‌شده‌ای را در این فصول داشته باشد.

از سوی دیگر ایران در ۱۰ سال گذشته یک مقصد اصلی به‌خصوص برای توریست درمانی در منطقه بوده است، ولی اکنون کشور ترکیه با نگاهی به سرمایه‌گذاری درازمدت در بخش درمان و بازاریابی این بخش از صنعت توریسم در حال ربودن بازار توریست‌درمانی ایران است.

درحالی‌که تمرکز بازاریابی در کشورمان از بازاریابی تاریخی و طبیعی و حتی بازاریابی توریست‌درمانی به بازاریابی توریست مذهبی تغییر نگرش داده و بیشتر سرمایه‌گذاری ایران برای جذب گردشگر مذهبی از کشورهای مسلمان همسایه است.

اگر نگرش ما در مورد توریسم به منزله یک صنعت باشد، پس در این صورت گردشگری باید به عنوان یک کالا مراحل مختلفی همچون تولید، توزیع، بازاریابی و درمانی، در مرحله غنی قرار داد، اما مرحله توزیع و بازاریابی در این صنعت به سرمایه‌گذاری وسیعی در جهت معرفی جاذبه‌های توریستی، فرهنگ و تمدن ایران نیاز دارد تا بتوانیم گردشگران با سطح درآمدی بالا را به کشور هدایت کنیم.

## آگهی مناقصه شماره ۸ / ۹۷ / گ ۵۳ (یک مرحله‌ای)

کد فراخوان در پایگاه ملی مناقصات: ۳,۱۶۲,۹۲۶

نوبت اول

شرکت ملی گاز ایران  
شرکت گاز استان کرمانشاه  
(مجلسی خاص)

## مناقصه گز: شرکت گاز استان کرمانشاه

موضوع مناقصه: اجرای عملیات گازرسانی به شبکه مسیرهای بین روستایی محور بریموند شهرستان سرپل ذهاب شامل: اجرای ۱۶۶۴۰ متر شبکه پلی اتیلن و ۲۵۹۶ متر شبکه فلزی و یک مورد TBS۵۰۰۰ قلمت بصورت PC

شرکت‌های مناقضی دارای گواهی نامه صلاحیت پیمانکاری در رشته‌های تاسیسات و تجهیزات یافت و گاز می‌توانند در صورت داشتن ظرفیت مجاز کاری، از تاریخ درج آگهی الی ۹۷/۰۳/۱۹ ضمن وارز مبلغ ۲۰۰۰۰ ریال به حساب شماره ۴۴۲۴۴ بانک تجارت شعبه شهید بهشتی (کد: ۱۸۰۴۰) به نشانی کرمانشاه، میدان آزادی ابتدای بلوار شهید بهشتی شرکت گاز استان کرمانشاه طبقه اول اتاق ۲۱۵ مراجعه و با ارائه تصویر گواهینامه های صلاحیت پیمانکاری و صلاحیت ایمنی پیمانکاران و نیز اعلام آمادگی کتبی فرم استعلام ارزیابی کیفی و سایر اسناد مناقصه را دریافت دارند. آخرین مهلت بازگرداندن اسناد ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۹۷/۰۴/۰۴ می‌باشد.

تاریخ بازگشایی پیشنهادات پس از ارزیابی کیفی و مشخص شدن لیست شرکت‌های دارای صلاحیت از طریق دعوت‌نامه کتبی به اطلاع مناقصه گران رسانیده خواهد شد.

برآورد صورت گرفته جهت انجام پروژه ۲۷,۸۹۳,۲۵۰,۹۱۵ ریال می‌باشد.

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۱,۳۳۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال است که باید مطابق آیین نامه تضمین برای معاملات دولتی و سایر دستورالعمل‌های مرتبط با آن به همراه سایر اسناد مناقصه ارائه گردد. مناقصه گران می‌توانند سبرده نقدی را نیز بعنوان تضمین شرکت در مناقصه به حساب ۲۱۷۴۶۳۳۷۵۲۰۰۸ بانک ملی - شعبه مرکزی کرمانشاه به نام شرکت گاز استان کرمانشاه وارز و رسید آنرا دریافت و ارائه نمایند. مناقصه گران می‌توانند جهت کسب اطلاع بیشتر به پایگاه اطلاع رسانی الکترونیکی ([WWW.NIGA-KShir](http://WWW.NIGA-KShir)) مراجعه نمایند.

روابط عمومی شرکت گاز استان کرمانشاه

شماره مجوز: ۹۹۶-۱۳۹۷

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۳/۱۹

تاریخ انقضای نوبت دوم: ۹۷/۳/۱۹

## دریچه

## تکاپو برای وام‌های ناقص

متقاضیان دریافت تسهیلات بعد از مدت‌ها رفت و آمد و تأمین خواسته‌های بانک‌ها برای دریافت تسهیلات، در نهایت با وام‌هایی مواجه می‌شوند که بخشی از رقم مورد نظر بلوکه شده و تا پایان تسویه وام به آنها پرداخت نمی‌شود. وثیقه‌گیری بخشی از تسهیلات مدت‌هاست که یکی از معضلات مشتریان بانک‌ها به شمار رفته و هنوز حل و فصل نشده است.

به گزارش ایسنا، روند دریافت تسهیلات در بانک‌ها کار چندان ساده‌ای نیست و یک متقاضی وام خرد باید مدت‌ها به دنبال تأمین گزینه‌هایی باشد که بانک‌ها مقابل او می‌چینند و می‌توان از جمله آنها به تکمیل پرونده تا تأمین ضامن‌های مختلف و وثایقی که تأمین آن کار سختی است اشاره کرد، اما بعد از اینکه متقاضی دریافت تسهیلات از هفت‌خوان بانک‌ها رد می‌شود و زمان دریافت وام است با مبلغی که بخشی از آن قرار نیست به او پرداخت شده و در قالب وثیقه در بانک باقی می‌ماند مواجه خواهد شد. بانک‌ها معمولاً بین ۲۰ تا ۲۵ درصد وام پرداختی به گیرندگان تسهیلات را نزد خود به عنوان وثیقه نقدی نگه می‌دارند.

گزارش‌های میدانی حاکی از آن است که با اینکه در دو سال گذشته بانک مرکزی اعلام کرده بود بانک‌ها حق دریافت وثیقه نقدی از وام را ندارند و با آنها برخورد می‌شود همچنان این معضل پابرجاست.

به عنوان نمونه در یکی از بانک‌ها که مدعی اعطای کارت‌های اعتباری است مبلغ وام تا حداکثر ۵۰ میلیون تعیین شده، اما برای اعطای آن بعد از تأمین شرایط مشخص شده تا ۱۰ میلیون تومان نزد بانک نگه داشته می‌شود تا در پایان سه سالی که به عنوان دوره بازپرداخت تعیین شده به مشتری برگردد. به عبارتی فرد بعد از مدت‌ها تلاش برای گرفتن یک وام ۵۰ میلیون تومانی باید ۴۰ میلیون تومان دریافت کند.

در این شرایط مشخص آن است که در کنار سود ۱۸ درصدی که گیرنده تسهیلات بابت وام ۵۰ میلیونی می‌پردازد سود دیگری را نصیب بانک خواهد کرد، به طوری که ۱۰ میلیون بلوکه شده اگر سود ۱۵ درصد سپرده که عرف فعلی نظام بانکی است به آن اختصاص پیدا کند، سالانه حدود ۰.۵ میلیون سود داشته و در پایان سه سال به ۱.۵ میلیون تومان می‌رسد. در سوی دیگر با توجه به اینکه برای وام ۵۰ میلیونی با سود ۱۸ درصد در سه سال باید ۶۵ میلیون تومان بازپرداخت شود، اضافه کردن ۴.۵ میلیون تومان سود ناشی از ۱۰ میلیون بلوکه‌شده مجموع بازپرداخت را تا مرز ۷۰ میلیون تومان پیش می‌برد به عبارتی با این ترفند بانک‌ها، سود بازپرداخت وام به جای ۱۸ درصد تا بالای ۲۰ درصد خواهد رفت.

بانک‌ها دلیل این موضوع را عمدتاً بالا بودن بهای تمام‌شده پول خود اعلام کرده و می‌گویند منابع آنها پاسخگوی تأمین تسهیلات مورد تقاضا و هزینه‌های آن نیست، از آن رو با بلوکه کردن بخشی از منابع اعطایی در کنار جذب منابع بخشی از هزینه تمام‌شده پول را نیز تأمین می‌کنند.

انتظار می‌رفت بانک مرکزی با توجه به وعده‌ای که در مورد رسیدگی به این مشکل نظام بانکی یعنی وثیقه‌نگه‌داشتن بخشی از وام داده و اعلام کرده بود در صورت مواجهه با این موضوع با بانک خاطی برخورد شده و وثیقه به مشتری برمی‌گردد، با این موضوع برخورد کند ولی همچنان این مسئله در بانک‌ها دیده شده، مشتریان ناراضی و البته بانک‌ها هم راهی برای کاهش بهای خود ندارند.

## نشست مدیران عامل بانک ملت و شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران

مدیرعامل بانک ملت و مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران در نشستی مشترک، راه‌های تقویت همکاری‌های فی‌مابین را بررسی کردند.

به گزارش روابط عمومی بانک ملت، مهندس علیرضا صادق‌آبادی معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران در این نشست که با حضور بهمن اسکندری و سیدابوطالب دبیبی معاونان مدیرعامل، حسن کمالوند مدیرکل انرژی و رئیس شعبه مستقل مرکزی بانک ملت و مدیر مشتری مربوطه در ۲۶ دی‌ماه سال جاری برگزار شد، از حمایت و همکاری این بانک در بهره‌برداری از پروژه نفت ستاره خلیج فارس و کمک به خودکفایی کشور در تولید بنزین، قدردانی کرد و خواستار توسعه روابط بین دو مجموعه شد.

دکتر محمد بیگدلی، مدیرعامل بانک ملت نیز با اشاره به حسن ارتباط و قدمت همکاری میان این بانک و شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران در حوزه انرژی، توسعه و تقویت روابط فی‌مابین را در دستور کار این بانک خواند.

لایحه الحاق جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون مقابله با تأمین مالی تروریسم سه‌شنبه این هفته در کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید، اما این کمیسیون شش شرط را برای الحاق ایران به کنوانسیون مقابله با تأمین مالی تروریسم در نظر گرفته است.

به گزارش ایرنا، کارگروه ویژه اقدام مالی (Financial Action Task Force) یا همان FATF در سال ۱۹۸۹ میلادی به عنوان یک گروه بین‌دولتی با حضور هفت کشور تشکیل شد. ایران از سال ۲۰۰۷ در لیست سیاه FATF قرار گرفت و به همین دلیل بسیاری از شرکت‌ها در مرادوات مالی با ایران احتیاط بیشتری به خرج دادند. پس از آن دولتمردان کشورمان در پی تعلیق ایران در فهرست سیاه گروه ویژه اقدام مالی بودند و در نهایت در سال ۱۳۸۹ با تصویب نقشه‌راه شورای عالی مبارزه با پولشویی اولین گام اقدامات اصلاحی برداشته شد.

هرچند که بحث پیوستن ایران به این کارگروه بین‌المللی از سال ۸۹ مطرح بود اما از سال ۹۵ اقداماتی جدی برای عضویت در این نهاد در دولت و مجلس به اجرا رسید. در نهایت این گروه که هر سال یک لیست سیاه از کشورهایی که مقررات مالی نگران‌کننده‌ای دارند منتشر می‌کند، در سال ۲۰۱۶ نام ایران را در ازای انجام برخی تعهدات از این فهرست حذف کرد و از تیرماه ۹۵ تاکنون در سه نوبت با تصویب اعضای FATF ایران را از لیست سیاه خود خارج کرده است.

هرچند که عده‌های مخالف پیوستن ایران به این نهاد بین‌المللی هستند، نهادی که می‌تواند افزایش اعتماد شرکت‌ها و کشورهای خارجی برای سرمایه‌گذاری در ایران و بالارفتن شفافیت در نظام بانکی و مالی کشور را به دنبال داشته باشد، اما در نهایت لایحه عضویت در این کارگروه سال گذشته در مجلس به تصویب رسید و در حال حاضر بحث رفع ایرادات ترجمه برخی از متون قانون FATF در مجلس مطرح است که بسیاری از کارشناسان اقتصادی و پولی و بانکی بر این باور هستند که این ایرادات برداشت مختلف از تفسیر ترجمه‌ها است که قابل حل خواهد بود.

## مخالفت‌ها با FATF

احمد حاتمی‌یزدی، کارشناس پولی و بانکی درباره

۶ شرط برای پیوستن ایران به کنوانسیون مقابله با تأمین مالی تروریسم

## آخرین خوان FATF



ضرورت پیوستن به گروه ویژه اقدام مالی گفت: هدف FATF شناسایی طرفین در هرگونه معامله است و تمام نقل و انتقالات در بانک‌ها طبق قوانین FATF باید شناسایی شود که چه کسی این پول را با چه اهدافی به چه کسی می‌دهد و این پول بابت چه اقداماتی رد و بدل می‌شود.

وی ادامه داد: اگر مشخص شود که این پول بابت خرید کالا یا خدمات است باید فاکتور آن ارائه شود. تمام مبادی و مقاصد نقل و انتقالات پولی شناسایی می‌شود تا این اطمینان حاصل شود که این هزینه‌ها صرف اقدامات غیرقانونی و اهدافی از جمله تروریسم نمی‌شود. این کارشناس پولی و بانکی با بیان اینکه این سیستم باید در بانک‌های کشورمان ایجاد شود، تأکید کرد: در حال حاضر که این سیستم در نظام پولی و بانکی کشور حاکم نیست هنوز به روش‌های سنتی اداره می‌شود. از این رو برخی عده‌های از اقتصاد ایران زحمت‌های اقتصادی قاجاق کالا است. با عضویت در FATF مشخص می‌شود که انتقالات بابت قاجاق کالا است یا واردات قانونی کالا.

حاتمی‌یزدی ادامه داد: هدف FATF مبارزه با تروریسم و پولشویی است و به‌طور قطع عناصری که تروریست شناخته شوند، نمی‌توانند در این سیستم‌های بانکی بین‌المللی فعالیت کنند. وی با بیان اینکه این قانون پولشویی را ممنوع می‌کند، اظهار داشت: در سیستم بانکی به ویژه در موسسات اعتباری مکانیزمی وجود ندارد که مشخص کند نقل و انتقالات با چه اهدافی انجام می‌شود. همچنین از نظر قانونی، پولی مشروع تلقی می‌شود که در دفاتر قانونی ثبت و مالیات آن پرداخت شود. اگر مالیات

مربوط به آن پرداخت نشود، در اصطلاح اروپایی‌ها به این پول سیاه گفته می‌شود ولو اینکه این پول بابت پرداخت دستمزد یک کارگر نقل و انتقال شده باشد و باید در دفاتر کارفرما این هزینه‌ها ثبت شود. وی با اشاره به مخالفان پیوستن به گروه ویژه اقدام مالی گفت: مخالفان را ندارند. این اقدام مالی گفت: مخالفان پیوستن به FATF دو دسته هستند؛ دسته اول در اقتصاد زیرزمینی فعال هستند و قصد پرداخت مالیات را ندارند. این دسته به‌طور جدی مخالف شفاف‌سازی هستند، اما دسته دوم عده‌ای سیاسیون هستند که مخالف پیوستن به FATF هستند، دغدغه قطع ارتباطات با برخی از نهادها پس از عضویت در این قانون را دارند. عده‌ای بر این باور هستند که رابطه با نهادهای آزادی‌بخش مانند حماس یا حزب‌الله قطع می‌شود.

وی تأکید کرد: اگر افرادی که به دلیل منافع خود از پیوستن به FATF مخالف هستند کنار گذاشته شوند، مسئله ارتباطات اقتصادی ایران با برخی نهادها راهکار دارد.

حاتمی‌یزدی با بیان اینکه پیوستن به FATF موضوع سلامت بانک‌های داخلی است، ادامه داد: اگر این اتفاق نیفتد در عرصه بین‌المللی دچار مشکل می‌شویم و بدون اینکه دولت‌ها بانک‌های کشور را به دلایل سیاسی تحریم کنند، نظام بانکی بین‌المللی بانک‌های ایران را تحریم خواهد کرد، چراکه تمام بانک‌های بین‌المللی به این اتفاق نظر رسیده‌اند که این اقدامات و کنترل‌ها در نقل و انتقالات اجرا شود. وی تأکید کرد: بنابر مقررات بین‌المللی هر بانکی که کنترلی بر مسائل پولشویی نداشته باشد، در لیست سیاه قرار می‌گیرد.

این کارشناس پولی و بانکی

همچنین در تبصره این لایحه آمده است؛ امضای این قانون توسط رئیس‌جمهور بعد از اعلام «گروه ویژه اقدام مالی» FATF مبنی بر خروج ایران از لیست سیاه انجام خواهد شد. به گزارش خانه ملت، اعلامیه‌ها و شروط الحاقی به این کنوانسیون به شرح زیر است:

۱- دولت جمهوری اسلامی ایران اعلام می‌نماید که مفاد آن دسته از کنوانسیون‌ها و پروتکل‌های مندرج در پیوست کنوانسیون که به عضویت آنها درنیاخته است را به عنوان بخشی از کنوانسیون تلقی نمی‌نماید و الزام‌آور شدن مفاد ماده (۲۳) درخصوص اصلاح فهرست موافقت‌نامه‌های منضم به کنوانسیون برای جمهوری اسلامی ایران منوط به رعایت اصول ۷۷ و ۱۲۵ قانون اساسی است.

۲- جمهوری اسلامی ایران با نظر به اصول و هنجارهای حقوق بین‌الملل تا حین پذیرش کنوانسیون از جمله کنوانسیون ۱۹۹۹ سازمان کنفرانس اسلامی و قطعنامه‌های مرتبط ملل متحد از جمله قطعنامه ۱۵۱۴ و ۲۶۲۵ تعریف عمل‌تروریستی را مشتمل بر مبارزات مشروع مردمی علیه از جمله سلطه استعماری و اشغال خارجی نمی‌داند و نسبت به اطراف معاهدی که قلمرو عمل تروریستی را مشتمل بر این مبارزات می‌دانند، تنها در حدود پیش‌گفته، متعهد می‌داند و اعلام می‌دارد ماده ۶ کنوانسیون ارتباطی به این حق ندارد. این مبارزات فارغ از انگیزه آن مجاز و مشروع است و اعمال تروریستی به هر انگیزه‌ای ممنوع است.

۳- موضوع بند (۱) ماده (۲۴) کنوانسیون درخصوص جمهوری اسلامی منوط به رعایت اصل ۱۳۹ قانون اساسی است و بند (۲) ماده (۷) کنوانسیون و موضوع ماده (۱۷) کنوانسیون در چارچوب قوانین داخلی اعمال خواهد شد.

۴- صلاحیت مقرر در بند ۵ ماده ۹ کنوانسیون برای کمیته بین‌المللی صلیب سرخ تنها در چارچوب اسناد حقوق بشردوستانه لازم‌الاجرا برای جمهوری اسلامی ایران پذیرفته می‌شود.

۵- مفاد کنوانسیون در موارد تعارض با قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران لازم‌الرعایه نمی‌باشد. ۶- الحاق جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون به معنای شناسایی و برقراری ارتباط با رژیم اشغال‌گر صهیونیستی نیست.

## نرخنامه

نوع ارز	قیمت (بهره)	نوسان
مقال طلا	۸۶۳,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۹۹,۱۲۰	▲
سکه بهار آزادی	۲,۰۸۰,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۲,۱۸۵,۰۰۰	▲
نیم سکه	۱,۰۷۵,۰۰۰	▲
ربع سکه	۶۲۰,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۳۷۳,۰۰۰	▲

## نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (بهره)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۲۰۰	
یورو اروپا	۷,۵۴۷	▲
پوند انگلیس	۸,۶۶۰	▲
درهم امارات	۱,۷۶۴	▲

## بانک‌نامه

## بانک‌های هندی برای پایان همکاری با ایران ضرب‌الاجل تعیین کردند

دو بانک بزرگ هند برای پایان دادن به تراکنش صادرکنندگان این کشور با ایران تا ششم ماه اوت (۱۵ مرداد ماه) ضرب‌الاجل تعیین کردند. به گزارش مهر به نقل از رویترز، دو بانک هندی از صادرکنندگان این کشور خواست که تراکنش‌های مالی خود را با ایران تا ماه اوت پایان دهند. این اقدام در راستای پاسخ به دور جدید تحریم‌های آمریکا علیه ایران است. طبق اعلام سازمان صادرکنندگان هند و نامه‌های رویت‌شده توسط رویترز، دو بانک هندی از صادرکنندگان خواستند در واکنش به تهدید تحریم‌های جدید آمریکا، تراکنش‌های مالی خود با ایران را تا ماه اوت تکمیل کنند. هند و ایران روابط سیاسی و تجاری دیرینه‌ای با هم دارند، اما دلیلی نو مرقاب است که در دام تحریم‌های آمریکا گرفتار نشود. فدراسیون سازمان صادرکنندگان هند اعلام کرد آیدوس‌اوند و یوسی‌او، دو بانکی که صادرات به ایران را تسهیل می‌کنند، تا ۶ اوت برای خاتمه‌دادن به قراردادهای خود ضرب‌الاجل تعیین کردند.

آجای ساهای، مدیرکل فدراسیون سازمان صادرکنندگان هند، به رویترز گفت: آیدوس‌اوند و یوسی‌او به صادرکنندگان خود می‌گویند تا ۶ اوت تمام تجارت‌های خود با ایران را تکمیل کنند. صادرکنندگان هندی معمولاً برای صادرات به ایران پول خود را به حساب‌های بانکی به علت تحریم‌های آمریکا، با ایران محدود شده بود، به وجود آمد. هند که بزرگ‌ترین مشتری ایران پس از چین است، از طرحی تهازتی استفاده می‌کند که به آن اجازه می‌دهد از طریق بانک کنوانسیون در چارچوب قوانین داخلی اعمال خواهد شد.

صلاحیت مقرر در بند ۵ ماده ۹ کنوانسیون برای کمیته بین‌المللی صلیب سرخ تنها در چارچوب اسناد حقوق بشردوستانه لازم‌الاجرا برای جمهوری اسلامی ایران پذیرفته می‌شود.

مفاد کنوانسیون در موارد تعارض با قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران لازم‌الرعایه نمی‌باشد.

الحاق جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون به معنای شناسایی و برقراری ارتباط با رژیم اشغال‌گر صهیونیستی نیست.

## آگهی مزایده نوبت دوم



**سازمان میادین میوه و تره بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری اصفهان.** در نظر دارد بهره برداری از دفتر پیام بازر سازمان را از طریق مزایده به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد صلاحیت واگذار نماید. متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۱۳۹۷/۰۳/۰۵ تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۴:۳۰) مورخه ۱۳۹۷/۰۳/۲۰ با ارائه اسناد و سوابق کاری مرتبط به روابط عمومی سازمان واقع در کنار گذر غربی بزرگراه شهید صیاد شیرازی، حد فاصل خیابان های هشت بهشت و رکن الدوله، نبش کوچه احسان (۲۶)، پلاک ۵، مراجعه نموده و پس از اخذ تائیدیه نسبت به واریز مبلغ ۷۰۰/۰۰۰ ریال بابت هزینه تهیه اسناد مزایده در وجه حساب سپرده کوتاه مدت شماره ۷۰۰۲۱۴۰۹۴۸ نزد بانک شهر شعبه حکیم اقدام و اسناد مزایده را از دبیرخانه مزایده دریافت نمایند.

تلفن تماس: ۴-۱-۳۲۶۸۳۶۰

(۱) متقاضیان بایستی دارای تجربه و توان فنی لازم باشند.

(۲) ارائه سپرده شرکت در مزایده طی فیش بانکی الزامی است.

(۳) مدت زمان واگذاری یک سال شمسی می‌باشد.

(۴) مهلت ارسال پیشنهادات تا ساعت ۱۴:۳۰ مورخه ۱۳۹۷/۰۳/۲۱ می‌باشد.

(۵) پیشنهادات در تاریخ ۱۳۹۷/۰۳/۲۲ بازگشایی می‌شود.

(۶) سازمان در رد یا قبول پیشنهادات مختار می‌باشد.

(۷) هزینه انتشار آگهی به عهده برنده مزایده است.

سازمان میادین میوه و تره بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری اصفهان  
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۳/۲۳  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۳/۲۰





## به‌صرفه‌ترین بندر ایران از دور رقابت و جذب کالا خارج شده است

بنادر رقیب چابهار در حالی به‌توسعه روزافزون خود ادامه می‌دهند که بندر چابهار به دلیل عدم همگرایی نهادها در راه‌اندازی آن، از دور رقابت و جذب کالا خارج شده است. به گزارش ایسنا بندر چابهار در جنوب شرق ایران به‌صرفه‌ترین و مطمئن‌ترین بندر ایران و دریای عمان برای ترانزیت و تبادلات تجاری است. چراکه اولاً از خلیج‌فارس و منطقه بحران به دور است و ثانیاً در مبدأ ورودی دریای عمان قرار گرفته است. براساس برآوردها، سالانه ۱۴ هزار کشتی از آبراهه مقابل چابهار عبور می‌کنند و به بندر خلیج‌فارس رفته و در آنجا عملیات تخلیه و بارگیری انجام می‌دهند. راه‌اندازی و فراهم‌شدن زیرساخت در بندر چابهار موجب می‌شود کشتی‌هایی حداقل به بندر ایران می‌روند همین‌جا در چابهار تخلیه و بارگیری کنند چراکه مسیرشان کوتاه‌تر و هزینه بار برای صاحبان کالاهای‌شان به‌صرفه‌تر می‌شود. علاوه‌بر اینها بندر چابهار در دهه اخیر موقعیتی منحصربه‌فرد نیز پیدا کرده، دلیل آن انتقال بخش عمده فعالیت‌های اقتصادی-تولیدی از خلیج‌فارس به دریای عمان به خاطر درک به‌انسبب‌پذیر بودن خلیج‌فارس و صدماتی تحولات در حوزه قیمت تمام‌شده و هزینه‌های حمل‌ونقل است که چابهار را باصرفه‌تر و مطمئن‌تر می‌کند. بندر چابهار به‌خاطر همین ویژگی‌های منحصربه‌فرد و به‌عنوان سوپاپ اطمینان بندر ایران توسعه پیدا کرد و با یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری، ظرفیت تخلیه و بارگیری آن از ۲.۵ میلیون تن به ۸.۵میلیون تن در سال با قابلیت پهلوگیری بزرگ‌ترین کشتی‌های کانتینربر و فلبر ارتفاع یافت. در فاز اول بندر چابهار پنج پست اسکله شامل دو پست اسکله کانتینری با ظرفیت تخلیه و بارگیری ۳.۵ میلیون تن در سال و یا به عبارتی ظرفیت ۵۵۰ هزار TEU (واحد شمارش هر کانتینر) در سال و سه پست اسکله کالای عمومی با ظرفیت ۲.۵میلیون تن در سال به بهره‌برداری رسیده است؛ اسکله‌های بندر چابهار قابلیت پهلوگیری بزرگ‌ترین کشتی‌های عبوری تجاری جهان در کلاس پانامکس و سوپر پانامکس با ظرفیت بیش از ۱۰۰هزار تن دارند، در فاز اول طرح توسعه بندر چابهار ۳۰۰ هکتار حوضچه کشتیرانی ایجاد شده که عمق آنخوردن آن منتهی ۱۶.۵ متر است که بیشترین عمق آبخوردن در بین بندر کشور را دارد و همانطور که اشاره شد قابلیت پهلوودی انواع کشتی‌ها را دارد.

### ظرفیت عملیاتی فعلی بندر چابهار کمتر از ۲میلیون تن در سال است

اما حالا که پنج‌های افتتاح فاز اول بندر شهید بهشتی می‌گذرد، گزارش‌ها حاکی از افزایش اندک ظرفیت تخلیه و بارگیری بندر چابهار به‌رغم اهمیت این بندر راهبردی است. مدیر کل بندر و دریانوردی سیستان و بلوچستان پیش‌تر با اذعان به سطح پایین ظرفیت تخلیه و بارگیری بندر شهید بهشتی در گفت‌وگو با یکی از رسانه‌ها گفته بود: جذب صاحبان کالا به بندر چابهار و بهبود ظرفیت تخلیه و بارگیری در این بندر از سطح یک و نیم میلیون تن فعلی زمان‌بر و حداقل یک سال زمان می‌خواهد. مدیرعامل سازمان منطقه آزاد چابهار نیز ظرفیت تخلیه و بارگیری بندر شهید بهشتی را باوجود توسعه فاز اول کمتر از ۲ میلیون تن برشمرد و گفته بود: ارائه تخفیف‌ها و مشوق‌ها در بازه‌ای یک‌ساله راهکار راه‌اندازی بندر چابهار است. دلیل این رشد اندک ظرفیت تخلیه و بارگیری بندر شهید بهشتی علاوه‌بر عدم توسعه زیرساخت‌های پس‌کرانه‌ای ازجمله جاده و ریل و مهم‌تر از اینها، عدم همگرایی برای ارائه تخفیف‌ها و مشوق‌های اقتصادی برای جذب صاحبان کالا است. در منطق سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی و جذب‌شدن یک کسب‌وکار لازم است در ابتدا تخفیف‌ها و مشوق‌هایی به خریداران و در بنادر مشخصا به صاحبان کالا ارائه شود تا آنها کمک‌م به آن کسب‌وکار جذب شوند.

### سازمان بنادر وظیفه خود را برای جذب صاحبان کالا انجام داده است

معاون امور بندری و اقتصادی سازمان بندر و دریانوردی می‌گوید: با اصلاح تعرفه‌های حقوق، عوارض و هزینه‌های بندری در بندر شهید بهشتی چابهار اکنون این بندر به ارزش‌ترین بندر در کل منطقه خلیج‌فارس و دریای عمان تبدیل شده است. محمدعلی حسن‌زاده درباره کاهش تعرفه‌های بندری در چابهار می‌افزاید: سازمان بندر برای کشتی‌های خارجی متعلق به لاینرهای بین‌المللی در بندر شهید بهشتی چابهار ۹۰درصد تخفیف THC (هزینه تخلیه و بارگیری کانتینر) به مدت سه ماه در نظر گرفته است و میزان این تخفیف برای سه‌ماهه دوم ۷۰درصد و برای شش ماه بعد ۳۰درصد است و چنانچه حمل بار از نسوی لاینرهای بین‌المللی تداوم پیدا کند، سازمان بندر و دریانوردی در سال دوم به کشتی‌های خارجی متعلق به لاینرهای بین‌المللی ۳۰درصد تخفیف در سال دوم هم ادامه پیدا می‌کند و این تخفیف‌ها، علاوه بر تخفیفات در حقوق و عوارض بندری است.

### کارت‌های سوخت برمی‌گردند

درحالی‌که ۱۱ سال است دستگاه‌های اولیه استفاده از کارت سوخت در جایگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند و فرسوده شده‌اند، اما همچنان ارائه ینرین با کارت سوخت الزامی است و هنگامی که متقاضی برای سوخت‌گیری به جایگاه می‌رود یا باید از کارت سوخت خودش یا کارت سوخت جایگاه‌دار استفاده کند. پیگیری‌های ایسنا حاکی از این است که طبق بررسی‌های کارشناسی که این زمین انجام شده، قرار شده است که در دستگاه‌ها سخت‌افزاری روزآمد که هم امکان پرداخت پول از طریق عابربانک را دارد و هم مقدار سوخت و اطلاعات تراکنش سوخت را ارسال می‌کند، نصب شود. در حال حاضر در ۴۶ جایگاه تک سکوکی که شامل ۱۰۲ نازل می‌شود، این سیستم سخت‌افزاری به صورت آزمایشی نصب شده است و از پایان خردادماه این تعداد جایگاه و نازل به سیستم جدید کارت سوخت مجهز خواهند شد.

## سازمان صنایع کوچک به دنبال ارتقای فرآیندهای اداری صنعت



یک مقام مسئول اظهار کرد: سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نظر دارد فرآیندهای اداری و صنعتی گذشته را نوسازی و ارتقا دهد. وی افزود: مقرر شده در سال جاری با تأمین سرمایه مناسب از محل تسهیلات اعطایی ۱۰درصد از صنایع کوچک، صادرات‌گرا شوند. پس از این اظهار نظر معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، برخی از کارشناسان معتقد بودند که با وجود بزرگ‌بودن دولت و تحمیل هزینه‌های بسیار از این طریق به بودجه کشور، آیا درست است که بخواهیم با به‌کارگیری افراد جدید با عنوان مشاور بار جدیدی به هزینه‌های کشور بیفزاییم و آیا بهتر نیست به جای اینکه این هزینه‌ها را در راستای به‌کارگیری مشاوران صرف کنیم، در بخش‌های دیگر تولید که نیاز اورژانسی‌تر به کمک نقدی دارند، به‌کار گیریم؟

برای مشخص‌شدن پاسخ این پرسش‌ها با فرهاد مقیمی، معاون صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به دلیل پیش‌بینی‌های غلط هزینه‌های سنگینی به کشور و تولیدکننده وارد آمده است. مقیمی در پایان یادآور شد: با تصویب تبصره ۱۸ قانون بودجه ۹۷ تأمین منابع برای واحدهای تولیدی تسهیل شده و یکی از این منابع، تأمین مالی مشاوران پروژه‌های تولیدی است.

امور مختلف استفاده می‌شود.

معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران آمده است؛ سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نظر دارد فرآیندهای اداری و صنعتی گذشته را نوسازی و ارتقا دهد و مشاوران جدید می‌توانند در پروژه‌های مختلف بررسی‌های لازم را انجام داده و پیش‌بینی کنند آیا برنامه‌ها، قابل تحقق است یا خیر؟

وی درخصوص چگونگی انتخاب مشاوران سازمان شهرک‌های صنعتی و صنایع کوچک گفت: این مشاوران افرادی هستند که در سازمان برنامه و بودجه تأییدیه دریافت کرده‌اند و خودشان جزو فعالان ارشد شرکت‌های مختلف تولیدی در کشور هستند.

مقیمی در پایان یادآور شد: با تصویب تبصره ۱۸ قانون بودجه ۹۷ تأمین منابع برای واحدهای تولیدی تسهیل شده و یکی از این منابع، تأمین مالی مشاوران پروژه‌های تولیدی است.

سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به گفت‌وگو پرداخته‌ایم که در ادامه متن کامل آن آمده است؛ سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نظر دارد فرآیندهای اداری و صنعتی گذشته را نوسازی و ارتقا دهد و مشاوران جدید می‌توانند در پروژه‌های مختلف بررسی‌های لازم را انجام داده و پیش‌بینی کنند آیا برنامه‌ها، قابل تحقق است یا خیر؟

وی افزود: مقرر شده در سال جاری با تأمین سرمایه مناسب از محل تسهیلات اعطایی ۱۰درصد از صنایع کوچک، صادرات‌گرا شوند. پس از این اظهار نظر معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، برخی از کارشناسان معتقد بودند که با وجود بزرگ‌بودن دولت و تحمیل هزینه‌های بسیار از این طریق به بودجه کشور، آیا درست است که بخواهیم با به‌کارگیری افراد جدید با عنوان مشاور بار جدیدی به هزینه‌های کشور بیفزاییم و آیا بهتر نیست به جای اینکه این هزینه‌ها را در راستای به‌کارگیری مشاوران صرف کنیم، در بخش‌های دیگر تولید که نیاز اورژانسی‌تر به کمک نقدی دارند، به‌کار گیریم؟

برای مشخص‌شدن پاسخ این پرسش‌ها با فرهاد مقیمی، معاون صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به دلیل پیش‌بینی‌های غلط هزینه‌های سنگینی به کشور و تولیدکننده وارد آمده است. مقیمی تأکید کرد: تنها ما نیستیم که از مشاوران برای ارتقای فعالیت‌های تولید کشور بهره می‌بریم بلکه در تمام دنیا از مشاوران متخصص برای توسعه

امور مختلف استفاده می‌شود.

معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران آمده است؛ سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نظر دارد فرآیندهای اداری و صنعتی گذشته را نوسازی و ارتقا دهد و مشاوران جدید می‌توانند در پروژه‌های مختلف بررسی‌های لازم را انجام داده و پیش‌بینی کنند آیا برنامه‌ها، قابل تحقق است یا خیر؟

وی درخصوص چگونگی انتخاب مشاوران سازمان شهرک‌های صنعتی و صنایع کوچک گفت: این مشاوران افرادی هستند که در سازمان برنامه و بودجه تأییدیه دریافت کرده‌اند و خودشان جزو فعالان ارشد شرکت‌های مختلف تولیدی در کشور هستند.

مقیمی در پایان یادآور شد: با تصویب تبصره ۱۸ قانون بودجه ۹۷ تأمین منابع برای واحدهای تولیدی تسهیل شده و یکی از این منابع، تأمین مالی مشاوران پروژه‌های تولیدی است.

سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به گفت‌وگو پرداخته‌ایم که در ادامه متن کامل آن آمده است؛ سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در نظر دارد فرآیندهای اداری و صنعتی گذشته را نوسازی و ارتقا دهد. وی افزود: مقرر شده در سال جاری با تأمین سرمایه مناسب از محل تسهیلات اعطایی ۱۰درصد از صنایع کوچک، صادرات‌گرا شوند. پس از این اظهار نظر معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، برخی از کارشناسان معتقد بودند که با وجود بزرگ‌بودن دولت و تحمیل هزینه‌های بسیار از این طریق به بودجه کشور، آیا درست است که بخواهیم با به‌کارگیری افراد جدید با عنوان مشاور بار جدیدی به هزینه‌های کشور بیفزاییم و آیا بهتر نیست به جای اینکه این هزینه‌ها را در راستای به‌کارگیری مشاوران صرف کنیم، در بخش‌های دیگر تولید که نیاز اورژانسی‌تر به کمک نقدی دارند، به‌کار گیریم؟

برای مشخص‌شدن پاسخ این پرسش‌ها با فرهاد مقیمی، معاون صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به دلیل پیش‌بینی‌های غلط هزینه‌های سنگینی به کشور و تولیدکننده وارد آمده است. مقیمی تأکید کرد: تنها ما نیستیم که از مشاوران برای ارتقای فعالیت‌های تولید کشور بهره می‌بریم بلکه در تمام دنیا از مشاوران متخصص برای توسعه

## سیاست ارزی دولت؛ خدمتی برای مقابله با قاچاق

با اتخاذ سیاست جدید ارزی دولت از ۲۱ فروردین‌ماه، درحالی‌که نحوه واردات کالا، مواد اولیه و ماشین‌آلات دچار تغییر شده است، واردکنندگان فقط می‌توانند خرید خود را از طریق نظام بانکی و صرافی‌های مجاز و به سه طریق پرداخت نقدی، اقساطی و اعتبار استنادی انجام دهند؛ اقدامی که به اعتقاد واردکنندگان تأثیر بسزایی در مقابله با پدیده قاچاق خواهد داشت. با اتخاذ سیاست جدید ارزی دولت از ۲۱ فروردین‌ماه سال جاری نحوه واردات کالا، مواد اولیه و ماشین‌آلات دچار تغییر شد و براساس آن دیگر پولی از طریق خریدار به فروشنده پرداخت نمی‌شود و کلیه مراحل خرید از طریق نظام بانکی و صرافی‌های مجاز انجام می‌شود؛ تصمیمی که به اعتقاد واردکنندگان می‌تواند تأثیر بسزایی در مقابله با پدیده قاچاق داشته باشد و جلوی بسیاری از سودجویی‌ها در حوزه واردات را بگیرد. ایسنا روز گذشته در گزارش خود به بررسی تأثیر این سیاست بر قاچاق پرداخته و نظر واردکنندگان را در این خصوص جویا شد. میلاد بختیاری -رئیس انجمن واردکنندگان تجهیزات بیهوشی و تنفسی و عضو اتحادیه واردکنندگان تجهیزات پزشکی- درباره سیاست جدید ارزی دولت و تأثیر آن بر نحوه واردات کالا به کشور، اظهار کرد: براساس سیاست جدید دولت، ارز به سه صورت اختصاص می‌یابد که مورد اول آن حاصل از درآمدهای نفتی است که شامل کالاهای اساسی می‌شود و در حوزه سلامت نیز دارو را دربر می‌گیرد و مراحل کار از طریق سیستم بانکی صورت می‌گیرد. همچنین مجید نامی -عضو هیأت‌مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک- با اشاره به اینکه قبل از اتخاذ سیاست جدید ارزی دولت امکان واردات بدون انتقال ارز ممکن بود، اظهار کرد: پیش از این روال اینگونه بود که برای واردات مواد اولیه و نیز ماشین‌آلات پرفرملی از فروشنده مربوطه در هر نقطه دنیا اخذ می‌شد و با ثبت سفارش امکان خرید بدون انتقال ارز به صورت‌های گوناگونی از جمله پرداخت از طرف خریدار و تهاتر صادراتی ممکن بود. پس از اتخاذ سیاست جدید ارزی دولت از ۲۱ فروردین‌ماه سال جاری دیگر امکان واردات بدون انتقال ارز ممکن نیست و واردکنندگان از هر جای دنیا که بخواهند کالایی را به صورت قانونی وارد کنند، باید ابتدا پرفرملی‌ها را در سامانه وزارت صنعت، معدن و تجارت ثبت کرده و منشأ ارز خود را مشخص کند.

صنعت دامداری در ورطه نابودی است

### دولت تکلیف شیر خام را مشخص کند

رئیس انجمن صنفی گاوآران گفت: با توجه به نوسان شدید نرخ نهاده‌ها و فروش شیر خام کمتر از نرخ تمام‌شده، تولیدکنندگان با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند. ناصر مقدسی، رئیس انجمن صنفی گاوآران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از نوسان شدید نرخ نهاده‌های دامی در بازار اظهار کرد: با توجه به نوسان شدید نرخ نهاده‌ها و کمبود در بازار، تولیدکنندگان با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند که در صورت ادامه این روند تولید ملی نابود خواهد شد. وی افزود: طی چند روز اخیر، شرکت پشتیبانی امور دام اقدام به توزیع نهاده‌های دامی در مراکز استان‌ها کرد که اگر این اقدام انجام نمی‌شد، نرخ ذرت و کنجاله سویا به‌طور چشمگیری در بازار افزایش می‌یافت. مقدسی قیمت تمام‌شده هر کیلو شیر خام را هزار و ۶۲۰ تومان اعلام کرد و گفت: با توجه به آنکه وزارت جهاد کشاورزی افزایش نرخ خرید شیر خام را در دستور کار خود قرار داده است، اما وزیر صنعت و معدن به این موضوع ترتیب اثری نداده درحالی‌که هرچه زودتر باید افزایش هم‌زمان قیمت لبنیات و شیر خام اجرا شود. این مقام مسئول با بیان اینکه زنگ خطر نابودی صنعت شیر و گوشت کشور به صدا درآمده است، افزود: نوسان نرخ نهاده‌های دامی تبعاتی همچون کشتار گله‌های مادر، عدم کنترل قیمت گوشت و نابودی تولید ملی را دربر داشته است که با وجود نامه‌نگاری‌های متعدد این امر به جایی نرسیده است. رئیس انجمن صنفی گاوآران در پایان با انتقاد از کمبود نظارت دستگاه‌های مسئول تصریح کرد: با وجود آنکه دولت اعلام کرده که ارز ۳۸۰۰ تومانی به واردات کالاهای اساسی نظیر نهاده‌های دامی اختصاص می‌دهد، مشخص نیست که چرا دستگاه‌های نظارتی کنترلی بر این موضوع ندارند تا کنجاله سویا با نرخ بالاتر از ۲۱۵۰ و ذرت هزار و ۵۰۰ تومان در بازار توزیع نشود.

### پرونده واردات نخ و دکمه کی بسته می‌شود؟

رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان گفت: در حالی واردات پارچه، نخ و دکمه ادامه دارد که می‌توانیم با افزایش میزان تولیدات داخلی، میزان واردات و وابستگی صنعت پوشاک به ارز را کاهش دهیم. مجتبی درودیان، در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به کمبود میزان تولید مواد اولیه داخلی جهت دوخت پیراهن در کشور، اظهار کرد: تنها تعداد اندکی از تولیدکنندگان پیراهن در داخل، از مواد اولیه داخلی استفاده می‌کنند زیرا میزان تولید این محصولات بسیار کم است. وی افزود: در حالی واردات پارچه، نخ و دکمه همچنان ادامه دارد که می‌توانیم با افزایش میزان تولیدات داخلی در این زمینه، میزان واردات و وابستگی صنعت پوشاک به ارز را کاهش دهیم. رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان با اشاره به میزان تأثیر نوسانات ارزی بر روند تولید پوشاک، اظهار کرد: در اکثر کشورها این صنف به علت استفاده مواد اولیه بومی جزو تولیداتی محسوب می‌شود که تأثیرات نوسانات ارزی در امان هستند در صورتی که ایران همچنان به واردات مواد اولیه برای دوخت پیراهن مشغول است.

## ایجاد ثبات در بازار خودرو با انحصارزدایی از واردات

بعد از ابلاغیه‌های پی در پی دولت در خصوص واردات خودرو، دو موج تخلف در ثبت سفارش خودرو شکل گرفت و هم‌اکنون نیز با انحصاری شدن بازار، دورنمای مشخصی برای ایجاد ثبات در این حوزه وجود ندارد. به گزارش پرشین خودرو، در دی‌ماه ۱۳۹۵ بخشنامه‌ای طبق ابلاغیه معاون اول رئیس‌جمهور صادر شد که بر اساس آن واردات خودرو برای کلیه واردکنندگان که فاقد نمایندگی هستند، ممنوع شد. همچنین بعد از آنکه در تیر ماه سال ۹۶ ثبت سفارش به روی واردکنندگان بسته شد، در دی‌ماه همان سال بخش‌نامه‌ای دیگر صادر شد که واردات خودرو (برای نمایندگی‌ها و سایر) قانونی اعلام شد. در این بین چندین بخشنامه مختلف وارداتی صادر شده که عمدتاً برای آنها هدفی با عنوان ساماندهی به بازار ارز مطرح شد اما در نهایت دستاورد مهمی در این حوزه به‌دست نیامد. تغییرات به همین جا منتهی نشد و در نهایت اواخر اسفندماه سال قبل با اعلام نظر رئیس مجلس، شرکت‌های غیرنماینده مجدداً از بازار واردات خودرو حذف شدند و عملاً بازار در اختیار یک گروه قرار گرفت. نکته جالب توجه اینکه به نظر می‌رسد تخلفات اخیر سامانه ثبت سفارش تماماً با سوءاستفاده در فاصله زمانی این دو بخشنامه صورت گرفته است، چراکه تا این تاریخ سایت «تبت‌ش» برای واردات خودرو باز بوده و همه متقاضیان امکان ثبت داشته‌اند. به عقیده کارشناسان، وضع ضوابط و قواعد بی‌شائبه در حال حاضر بازار خودروهای وارداتی را با نوسان‌های زیاد همراه کرده و امروز رنج قیمت مشخصی برای انواع خودروهای خارجی وجود ندارد. در واقع اگر با توجه به بازه زمانی انجام واردات در سال قبل، نوسانات ارز را از دلایل مربوط به افزایش قیمت خودرو مستثنی کنیم به خوبی اثر تصمیمات متنوع و بدون هدف گذاری، در افزایش قیمت خودروهای وارداتی قابل مشاهده خواهد بود. از طرف دیگر همانطور که اشاره شد در شرایط فعلی نیز تنها واردکنندگان دارای نمایندگی مجوز واردات خودرو را در اختیار دارند و عرضه در بازار به‌طور کامل از طرف شرکت‌های غیرنماینده‌ی خالی شده است. به نظر می‌رسد در صورتی که قرار باشد بعد از ساماندهی بازار ارز کشور قرار بر ادامه فعالیت بازار خودرو باشد در گام اول باستانی انحصار از بازار خودرو حذف شود. به این ترتیب به نظر می‌رسد بازار خودروهای وارداتی همچنان درگیر موضوع انحصار باشد و تا زمانی که یک فرمول ساده‌شده و بنیادین در این بازار لحاظ نشود همچنان درگیر چالش‌هایی از قبیل افزایش قیمت و وقوع تخلف خواهیم بود. گفتنی است اخیراً مجلس شورای اسلامی نیز طرحی را با عنوان ساماندهی بازار خودرو در دستور کار قرار داده است، دو هدف کلیدی این طرح اعمال تغییر در تعرفه خودروهای وارداتی و همچنین انحصار زدایی از بازار است. به نظر می‌رسد در صورتی که این دو هدف با تصویب طرح مجلس محقق شود آرامش به بازار خودرو وارداتی باز خواهد گشت و از این حیث باید منتظر کاهش قیمت خودرو در راستای حقوق مصرف‌کننده باشیم.

## دولت می‌تواند تأثیر تحریم بر صنعت خودرو را کاهش دهد

چنانچه دولتی‌ها برای کم کردن حاشیه‌های تحریم‌های خارجی و البته به وجود نیامدن تحریم‌های داخلی، از هم‌اکنون برنامه‌ریزی کنند، تأثیر این تحریم‌ها بر صنعت خودروی داخلی ناچیز خواهد بود. عبدالله بابایی، کارشناس صنعت و بازار خودرو، با اعلام این مطلب گفت: این موضوع که شرکای اروپایی صنعت خودرو از این کشور می‌روند یا نه، تصمیمی است که خودشان باید اتخاذ کنند اما این مهم به ما کمکی نخواهد کرد. وی با ابراز امیدواری به ماندن تمام شرکت‌های طرف قرارداد با ایران در کشور، ادامه داد: دولت می‌تواند با راهکارهای مناسب مانع از کسوف دوباره این شرکت‌ها و برندها نشود اما به نظر بنده مهم‌ترین کاری که باید انجام دهد جلوگیری از تحریم داخلی است. مشکلاتی باایستی با اشاره به اتفاقات سال ۹۱ و مشکلاتی که این بخش از تعرفه بر اثر تصمیم وزارت آمد، تصحیح کرد: تحریم خارجی تکلیفی معلوم است اما حاشیه‌های داخلی می‌تواند اثر بدتری روی صنعت و بازار خودرو بگذارد. وی افزود: دولت باید با در دسترس قرار دادن منابع داخلی، به صنعت خودرو و تولید داخلی کمک و در ادامه واسطه‌ها را از بازار مواد اولیه حذف کند. این کارشناس صنعت و بازار خودرو تأکید کرد: حضور پتروشیمی یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی است که باید توسط دولت کنترل شود یعنی در سال‌های گذشته عرضه از تقاضا بیشتر بوده اما این تقاضا هیچ‌کدام واقعی نبودند و تنها دلالتی هستند که برای تأثیر در قیمت‌ها خرید می‌کنند. وی ورود واسطه‌ها به بازار مواد پتروشیمی را دلیل افزایش قیمت مواد اولیه دانست و افزود: وقتی عرضه کم است و خریدار نیز تولیدکننده واقعی نیست و تنها واسطه است، خودروساز نمی‌تواند مواد اولیه را با قیمت مناسب در اختیار بگیرد و این یعنی افزایش هزینه تولید که به زیان مصرف‌کننده خواهد بود. بابایی برای رفع حضور واسطه‌ها در بازار مواد اولیه به دولت پیشنهاد می‌دهد تا آمار شش ماه دوم سال ۹۶ بر اساس میزان عرضه، نام خریداران و میزان توزیع این افراد در بازار را استخراج کند و از روی توزیع به‌دست آمده برای فروش محصولات پتروشیمی برنامه‌ریزی کرده تا این محصولات به دست تولیدکننده واقعی برسد.

# سیاه و سپید اجرای استانداردهای هشتادوپنج‌گانه در صنعت خودروی کشور



بخشی از خودروهای داخلی نیز دیگر تولید نخواهند شد. با این شرایط بازار خودرو در محدوده قیمت‌های اقتصادی برای قشر متوسط تقریباً خالی می‌شود و معنای آن این است که بازار خودروهای دست دوم قدیمی داغ شده و بی‌جهت قیمت‌های آنها بالا رفته و باز هم مصرف‌کنندگان باید همین خودروها را با قیمت بالاتری خریداری کنند.

کارشناسان معتقدند هیچ کس با رعایت و اجرای استانداردها به صورت پلکانی توقف تولید خودروهای پرتیراژ صنعت خودروی کشور که در بازار با استقبال مصرف‌کنندگان روبه‌رو است و یا خودروهایی که تولید آنها همچنان در این کشورها اروپایی ادامه دارد به گفته فعالان صنعت خودرو اجرای استانداردهای جدید با توجه به نبود سوخت یورو ۵ و جاده‌های غیراستاندارد مشکلات زیادی بر مصرف‌کنندگان خودرو تحمیل می‌کند. این درحالی است که هنوز سوخت یورو ۴ در کشور فروخته نشده است. از طرف دیگر آبی اساساً به این موضوع فکر شده است که مشتریان و متقاضیان خودرو در آمد متوسط قرار است چه خودروهایی را خریداری کنند؟ و از طرف دیگر تعرفه خودروهای وارداتی افزایش یافته و از سوی دیگر

۹۷ منطقی است؟ سسوالی که در اینجا به ذهن می‌رسد دلیل تعجیل اداره استانداردها به اجباری شدن تعداد زیادی استاندارد است که در تمامی کشورهای اروپایی که تولیدات‌شان از نظر کیفیت قابل مقایسه با محصولات ما نیستند چیست؟

بر اساس ارزیابی‌های صورت گرفته مجموع محصولات پرتیراژ ساخت داخل که قطعاً تمام استانداردهای هشتادوپنج‌گانه را پاس نخواهند کرد به یک‌میلیون و ۳۱۲ هزار و ۵۲۶ دستگاه می‌رسد، از سوی دیگر آمارهای اعلام شده بیانگر آن است که تولید ۱۰۹ هزار و ۵۶۴ دستگاه خودرو نیز با این شرایط می‌توان گفت با اجرای استانداردهای جدید از دی ماه سال آینده شاهد خروج بیش از یک میلیون و چهارصد هزار دستگاه خودرو از خطوط تولید خودروسازان خواهیم بود که این امر را می‌توان به تخلیه خطوط تولید خودروسازان اجباری اروپایی ادامه دارد

## تعرفه خودروهای هیبریدی دوباره افزایش یافت

دیگری از دولت (سازمان برنامه و بودجه) تصمیم گرفته خودروهای هیبریدی، ۱۰ درصد تعرفه بیشتر بپردازند. وی با اشاره به اینکه با تصمیم جدید، عملاً اثر کاهش تعرفه در بازار از بین می‌رود، گفت: طبیعی است که وقتی تعرفه‌ها را ۲۰ درصد کاهش دهیم و پس از آن به بهانه دیگری، دوباره آن را ۱۰ درصد افزایش می‌دهیم، این پالس را به افکار عمومی می‌دهیم که دولت قصد کاهش تعرفه را ندارد و همان تعرفه‌های بالا و قیمت بالای خودروهای هیبریدی در بازار مد نظر دولت است. این کارشناس صنعت خودرو با انتقاد از رویکرد دولت در موضوع خودروهای هیبریدی، خاطر نشان کرد: اکنون با بخشنامه جدید دولت، افکار عمومی نوعی فریب را در این رفتار مشاهده می‌کند؛ به این معنا که وقتی دولت با انتقاد مواجه می‌شود اعلام می‌کند به میزان مشخصی از تعرفه‌ها کم خواهد کرد، اما در عمل وقتی آنها از آسیب افتاد، تقریباً به همان اندازه دوباره تعرفه را زیاد می‌کند. این طبعاً مورد پسند مردم نیست. دولت می‌تواند اعلام کند به دلایل خاصی ترجیح می‌دهد برای خودروهای هیبریدی تعرفه بالا وضع کند، اما خوب نیست تعرفه را به‌طور اسمی کم کند ولی رسماً نادیده‌ی اتخاذ کند که این کاهش بی‌اثر شود.

بر اساس ارزیابی‌های صورت گرفته مجموع محصولات پرتیراژ ساخت داخل که قطعاً تمام استانداردهای هشتادوپنج‌گانه را پاس نخواهند کرد به یک‌میلیون و ۳۱۲ هزار و ۵۲۶ دستگاه می‌رسد، از سوی دیگر آمارهای اعلام شده بیانگر آن است که تولید ۱۰۹ هزار و ۵۶۴ دستگاه خودرو نیز با این شرایط می‌توان گفت با اجرای استانداردهای جدید از دی ماه سال آینده شاهد خروج بیش از یک میلیون و چهارصد هزار دستگاه خودرو از خطوط تولید خودروسازان خواهیم بود که این امر را می‌توان به تخلیه خطوط تولید خودروسازان اجباری اروپایی ادامه دارد

تاکسون تنها دو خودروی سیتروئن C3 و خودروی شرکت خودروسازی تایوانی لوکسون توانستند این استانداردها را پاس کنند که البته با توجه به اینکه حتی یک قطعه آنها نیز در داخل کشور تولید نمی‌شوند، افتخاری به حساب نمی‌آیند و مشکلات صنعت خودروسازی کشور در این خصوص همچنان ادامه دارد. با توجه به شواهد موجود و اظهار نظر کارشناسان و مسئولان صنعت خودرو و بعد است که در مهلت باقیمانده تمامی خودروی داخلی امکان پاس کردن این استانداردها را داشته باشد. این درحالی است که سازمان ملی استاندارد اعلام کرده ممصم است بدون هیچ ارفاقی در موعد مقرر استانداردهای مربوطه را از دی‌ماه ۹۷ اجرا کند، حتی اگر این سخت‌گیری، به قیمت توقف کامل تولید بسیاری از خودروهای داخلی که مشتریان اصلی آنها قشر ضعیف و متوسط جامعه است بشود.

الزام خودروسازان به رعایت استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرو که از سوی سازمان ملی استاندارد ایران تعیین شده، از مدت‌ها پیش محل اختلاف نظر میان دست‌اندرکاران صنعت خودرو و مسئولان اقتصادی موافقان اعتقاد دارند برای افزایش کیفیت خودروهای داخلی این استانداردها شرط لازم است هرچند کافی نیست و این استانداردها را برگرفته از استانداردهای اروپا و قابل اجرا می‌دانند. در مقابل مخالفان اعتقاد دارند وجود این استانداردها خوب است اما در حال حاضر امکان اجرایی شدن آنها وجود ندارد و برای تعیین استانداردهای زمانی اعمال آنها می‌بایست همه جوانب و شرایط داخل کشور لحاظ شود. این جدال با اینکه در هر چند موضوع احتکار خودروهای داخلی از سوی وزیر صنعت تکذیب شد و شریعتمداری اظهار کرد: هرگونه شائبه مطرح شده درباره احتکار خودرو به وسیله خودروسازان، خلاف واقع است و به هیچ عنوان صحت ندارد، اما سخنان «نادر قاضی‌پور» نماینده ارومیه و عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس نیز قابل تأمل است. وی از احتکار ۹۰ هزار خودرو توسط خودروسازان داخلی خبر داده بود. وی به تصمیم خودروسازان برای افزایش قیمت خودروهای داخلی اشاره کرده و گفته بود: خودروسازان در آذرماه سال ۹۶ با دلار سه هزار و ۲۰۰ تومانی خودروهای جدید تولید کردند، اما هیچ خودرویی را پیش فروش کرده و با نقدی نفروختند. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه سایپا نزدیک به ۶۰ هزار و ۳۰۰ خودرو ۳۰ هزار خودرو احتکار کرده‌اند، افزود: خودروهای داخلی به‌طور میانگین ۱۰ تا ۳۰ میلیون و برخی از این خودروها نیز ۴۰ میلیون تومان افزایش قیمت داشتند که سبب نارضایتی مردم شده است. به گفته کارشناسان، تفاوت قیمت خودرو در کارخانه که این امر توسط دلالتان بازار سیاه صورت می‌گیرد با وجود تکذیب‌های متعدد دست اندرکاران دولتی بازار خودرو اما موضوع احتکار خودروسازان موضوع غریبی نیست، چراکه تجربه نشان داده خودروسازان در مقابل کوچک‌ترین نوسانات ارز واکنش نشان داده و رفتار تدافعی در پیش می‌گیرند. در حال حاضر توزیع خودروی در پیشرفت خودروسازی ایران توسط دو سوی در اختیار شش شرکت اصلی توزیع‌کننده است که به آنها در بازار واژه گمنام اطلاق می‌شود. برخی از این شرکت‌ها به دلیل افزایش نرخ سود خود، عرضه را به بازار تغییر داده و در نتیجه قیمت‌های بازار را دچار تلاطم کردند. طبق برخی گزارش‌ها خودروهای دیو شده ساخت پنج ماه تا یک سال گذشته بوده است و در صورتی که قیمت خودرو بر اساس تغییر نرخ ارز افزایش می‌یافت این اتفاق می‌بایست تا چند ماه آینده رخ دهد. با این وجود بحث احتکار خودرو توسط شرکت‌های خودروسازی کشور آنها قانع نشدند. براساس برخی گزارش‌های غیر رسمی از ۲۰ فروردین ماه که شرکت‌های بزرگ خودروسازی اقدام به توقف یا کاهش عرضه به بازار کردند، تفاوت قیمت کارخانه و بازار به اوج خود رسید، به نحوی که هم‌اکنون 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 میلیونی را تجربه کرده‌اند.

اعتراض خودروسازان در مورد اجرای استانداردهای ۸۵گانه خودرویی به ۱۳ مورد مربوط می‌شود که به‌طور مثال می‌توان به استاندارد سیستم هشدار از انحراف مسیر و حفاظت از افراد پیاده اشاره کرد. معترضان اعتقاد دارند برخی از این استانداردها در اروپا هم جنبه تشویقی دارد و الزامی نیست. تاکسون تنها دو خودروی سیتروئن C3 و خودروی شرکت خودروسازی تایوانی لوکسون توانستند این استانداردها را پاس کنند که البته با توجه به اینکه حتی یک قطعه آنها نیز در داخل کشور تولید نمی‌شوند، افتخاری به حساب نمی‌آیند و مشکلات صنعت خودروسازی کشور در این خصوص همچنان ادامه دارد. با توجه به شواهد موجود و اظهار نظر کارشناسان و مسئولان صنعت خودرو و بعد است که در مهلت باقیمانده تمامی خودروی داخلی امکان پاس کردن این استانداردها را داشته باشد. این درحالی است که سازمان ملی استاندارد اعلام کرده ممصم است بدون هیچ ارفاقی در موعد مقرر استانداردهای مربوطه را از دی‌ماه ۹۷ اجرا کند، حتی اگر این سخت‌گیری، به قیمت توقف کامل تولید بسیاری از خودروهای داخلی که مشتریان اصلی آنها قشر ضعیف و متوسط جامعه است بشود.

## دریچه

### برزخی به نام بازار خودرو در ایران

بهم ریختن بازار ارز در ماه‌های اخیر، بگیر و ببندهای پلیس در حاشیه خیابان فردوسی و بسیاری از مکان‌هایی که تا دیروز محل تجمع دلار فروشان بود، ممنوعیت صرفی‌ها از حکم قاچاق بودن معامله دلار و در ادامه خروج ترامپ از برجام از جمله مسائلی بود که بازار عرضه و تقاضا بسیاری از کالاها را تحت تأثیر خود قرار داد.

به گزارش پدال نیوز، شاید بتوان گفت یکی از پرچالش‌ترین بازارها مربوط به خودروها عم از تولید داخلی و وارداتی بود، اعلام خروج آمریکا از برجام نیز مزید بر علت شد و مشکلات بسیاری را برای متقاضیان این بازار ایجاد کرد. شرایط به نحوی شد که اخبار ضد و نقیضی از دیو خودروها توسط خودروسازان داخلی از گوشه و کنار کشور به گوش می‌رسید، برخی خودروسازها به بهانه افزایش نرخ ارز و تبعات بعدی واردات قطعات خودرو، نرخ‌ها را کاملاً خودسرانه افزایش دادند، شرکت‌های واردکننده خودروهای خارجی نیز رفتاری مشابه در پیش گرفتند این درحالی است که تمامی ثبت سفارش‌ها مربوط به قبل از محدودیت‌های دولت در خصوص نرخ دلار بود.

شرایط پیش آمده باعث شد تا خودروسازان اصلی کشور که انحصار بازار نیز در دست آنهاست یا را فراتر گذاشته و بیش از مبلغ قرارداد با مشتری از او طلب کردند و در واقع مبلغی بر قرارداد اضافه شده است. بر این اساس تولیدکنندگان خودرو هم با افزایش قیمت دلار اقداماتی برای افزایش قیمت تولیدات خود انجام دادند، به عنوان مثال درحالی که شرکت خودروسازی سایپا در مورخ ۹۷.۲.۴ برای خریداران خودروهای پیش‌فروش خود دعوت‌نامه صادر کرده تا خریداران مابه‌التفاوت وجه خرید خودرو را تا تاریخ ۹۷.۲.۱۵ براساس بخشنامه ۹۷.۲.۴ پرداخت و سپس خودرو خود را تحویل بگیرند، در اقدامی متناقض با حقوق شهروندی با صدور بخشنامه‌ای در ۹۷.۲.۸ بخشنامه قبلی را باطل کرده و با افزایش حدود ۱۰ درصدی قیمت خودروها در بخشنامه جدید از مشتریان خواسته تا نسبت به تکمیل وجه خودرو اقدام کنند. علی انصاری، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس در این رابطه گفت: اعضای کمیسیون نامه‌ای به وزیر صنعت ارسال کرده‌اند و در خواستار آن شده‌اند که به موضوع افزایش قیمت خودروهای پیش‌فروش رسیدگی شود. طبق آخرین آمارها، تعداد خودروهای کشور به حدود ۲۰ میلیون دستگاه می‌رسد، از این مجموع بخشی مربوط به خودروهای خارجی است که از ۶۵ کشور دنیا از جمله ایالات‌متحده وارد ایران می‌شود، درعین حال که بخش عمده خودروهای وارداتی چینی است. هر چند موضوع احتکار خودروهای داخلی از سوی وزیر صنعت تکذیب شد و شریعتمداری اظهار کرد: هرگونه شائبه مطرح شده درباره احتکار خودرو به وسیله خودروسازان، خلاف واقع است و به هیچ عنوان صحت ندارد، اما سخنان «نادر قاضی‌پور» نماینده ارومیه و عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس نیز قابل تأمل است. وی از احتکار ۹۰ هزار خودرو توسط خودروسازان داخلی خبر داده بود. وی به تصمیم خودروسازان برای افزایش قیمت خودروهای داخلی اشاره کرده و گفته بود: خودروسازان در آذرماه سال ۹۶ با دلار سه هزار و ۲۰۰ تومانی خودروهای جدید تولید کردند، اما هیچ خودرویی را پیش فروش کرده و با نقدی نفروختند. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه سایپا نزدیک به ۶۰ هزار و ۳۰۰ خودرو ۳۰ هزار خودرو احتکار کرده‌اند، افزود: خودروهای داخلی به‌طور میانگین ۱۰ تا ۳۰ میلیون و برخی از این خودروها نیز ۴۰ میلیون تومان افزایش قیمت داشتند که سبب نارضایتی مردم شده است. به گفته کارشناسان، تفاوت قیمت خودرو در کارخانه که این امر توسط دلالتان بازار سیاه صورت می‌گیرد با وجود تکذیب‌های متعدد دست اندرکاران دولتی بازار خودرو اما موضوع احتکار خودروسازان موضوع غریبی نیست، چراکه تجربه نشان داده خودروسازان در مقابل کوچک‌ترین نوسانات ارز واکنش نشان داده و رفتار تدافعی در پیش می‌گیرند. در حال حاضر توزیع خودروی در پیشرفت خودروسازی ایران توسط دو سوی در اختیار شش شرکت اصلی توزیع‌کننده است که به آنها در بازار واژه گمنام اطلاق می‌شود. برخی از این شرکت‌ها به دلیل افزایش نرخ سود خود، عرضه را به بازار تغییر داده و در نتیجه قیمت‌های بازار را دچار تلاطم کردند. طبق برخی گزارش‌ها خودروهای دیو شده ساخت پنج ماه تا یک سال گذشته بوده است و در صورتی که قیمت خودرو بر اساس تغییر نرخ ارز افزایش می‌یافت این اتفاق می‌بایست تا چند ماه آینده رخ دهد. با این وجود بحث احتکار خودرو توسط شرکت‌های خودروسازی کشور آنها قانع نشدند. براساس برخی گزارش‌های غیر رسمی از ۲۰ فروردین ماه که شرکت‌های بزرگ خودروسازی اقدام به توقف یا کاهش عرضه به بازار کردند، تفاوت قیمت کارخانه و بازار به اوج خود رسید، به نحوی که هم‌اکنون 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 میلیونی را تجربه کرده‌اند.



## امنیت سرمایه‌گذاران با نگاه مثبت دولت و مردم ایجاد می‌شود

یک مدرس دانشگاه گفت امنیت سرمایه‌گذاران با نگاه مثبت دولت و مردم ایجاد می‌شود. غلامرضا مصدق در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: مردم لرستان به دلایل متعدد نگاه مثبتی به سرمایه، سرمایه‌گذار، ثروت، تولید ثروت، سودجویی و این مقولات ندارند؛ به عنوان مثال سودجویی که موتور محرک هر کسب و کار است، به نظر بسیاری از ما خصیصه‌های منفی است. وی ادامه داد: این نگاه منفی به سرمایه‌دار و سرمایه‌گذار که تبلور عینی آن بخش خصوصی است، از کودکی به تدریج در ما شکل می‌گیرد، به‌طوری که زمانی که در محیط‌های زندگی با پالس‌های منفی نسبت به ثروت و ثروتمند، سرمایه و سرمایه‌گذار مواجه‌ایم و بدون اینکه متوجه باشیم این ضدیت با ثروت و ثروتمند بخشی جدایی‌ناپذیر از شخصیت ما می‌شود.



## نگاه



## میلیاردرهای معروف چطور توانستند به ثروت کلان برسند؟

را پس‌انداز کنید. البته این یکی از شرط‌های لازم برای پولدار شدن است. وارن بافت در این باره می‌گوید: «مقداری که بعد از خرج کردن برایت باقی مانده را پس‌انداز نکن، بلکه آنچه بعد از ذخیره کردن باقی مانده را خرج کن.» پس میلیاردرهای دنیا روی دخل و خرج خود تمرکز دارند و همیشه حساب درآمد و مخارج‌شان را می‌کنند.

### سخت کار می‌کنند

ثروتمندان اصلاً تنبل نیستند. آنها سخت تلاش می‌کنند. شاید بگویید برخی‌ها ذاتاً ثروتمند هستند؛ باید بدانید بچه پولدارها هم باید بتوانند ثروت خود را نگه دارند، زیرا «ثروتمند ماندن» سخت‌تر از «ثروتمند شدن» است. پس اگر ثروت اجدادی زیادی به شما رسیده، باز هم باید برای نگهداری آن تلاش کنید. افرادی که همیشه در تلاش هستند در جریان شرایط قرار می‌گیرند و در نتیجه فرصت‌های بیشتری برای پیشرفت و فعالیت دارند. ثروتمندان واهم‌های از سختی و کار زیاد ندارند و معمولاً سراغ کارهایی می‌روند که افراد معمولی از انجام آنها ناتوانند.

### در هر شرایطی به دنبال یادگیری و پیشرفت هستند

هر چه بیشتر بدانید، به درآمد بیشتری خواهید رسید. تلاش و کار زیاد برای ثروتمند شدن لازم است، اما شرط کافی نیست. باید از قبل به ارزشی که در مقابل کسب درآمد پرداخت می‌کنید، فکر کنید که تنها راه دستیابی به آن، رشد و یادگیری مستمر است. همیشه به دنبال یادگیری مهارت‌های جدید و کسب تجارب تازه باشید.

### با افراد مرفه معاشرت می‌کنند

ثروتمندان دوستانی مرفه همانند خودش‌ان دارند. حتماً می‌دانید کسی که با او ارتباط داریم، تأثیر مستقیمی روی زندگی ما دارد. همان‌طور که از قدیم گفته‌اند «دوستانتان را نشان بده تا بفهمم چه کسی هستی». شاید جزو افراد ثروتمند به حساب نیایید، اما ارتباط و معاشرت با ثروتمندان روی سبک زندگی شما تأثیر می‌گذارد. رفت و آمد با ثروتمندان، فرصت‌های جدیدی را در اختیارتان قرار می‌دهد.

### پشتکار زیادی دارند

افراد ثروتمند در مقابل مشکلات و سختی‌ها تسلیم نمی‌شوند. ثروت با سال‌ها تلاش به دست می‌آید و با کامیابی‌های زیادی همراه است. شاید در مسیر رسیدن به هدف، بارها سرمایه خود را از دست بدهید، اما با عبرت گرفتن از اشتباهات و کسب تجربه، به استقلال مالی خواهید رسید.

### با برنامه و حساب شده ریسک می‌کنند

ثروتمندان علاقه زیادی به ریسک کردن دارند، وقتی می‌خواهند کاری انجام دهند، بدون ترس سراغ آن می‌روند و هر چه در مسیر پیش آید را می‌پذیرند. گاهی با اتفاقات غیرمنتظره روبه‌رو می‌شوند و گاهی فرصت‌های هیجان‌انگیز، سرعت حرکت‌شان را بیشتر می‌کند. باید همانند ثروتمندان شجاع باشید و جرات گام برداشتن را داشته باشید. اگر می‌خواهید هیچ خطری شما را تهدید نکند، در خانه بمانید و دست روی دست بگذارید. همانند ثروتمندان شروع کنید و از هیچ چیز نترسید، تنها کافی است آمادگی مقابله با هر مشکلی را داشته باشید. برای این که شاید مشکلی در مقابل‌تان ظاهر شود، کنار نکشید و همیشه آماده مقابله باشید.

### دست و دل‌باز هستند

افراد ثروتمند بسیار دست و دل‌باز و بخشنده‌اند. میلیاردهای معروف چون بیل گیتس، راکفلر، اندرو کارنگی و دیگر ثروتمندان، بسیار انسان‌دوست هستند و قدم‌های بزرگی در امور خیریه برداشته‌اند. قطعاً ۱۰ راز بزرگ ثروتمند شدن به شما کمک کرده و انگیزه کسب ثروت را در شما به وجود آورده است. برای ثروتمند شدن باید عادت‌های روزمره خود را تغییر دهید و اهداف دقیقی داشته باشید.

منبع: [lifehack/ucan](#)

# گوگل با پشت سر گذاشتن اپل با ارزش‌ترین برند جهان شد

گوگل، غول موتور جست‌وجوی دنیا پس از رقابتی چند ساله سرانجام اپل را شکست داد و به باارزش‌ترین برند جهان تبدیل شد.

به گزارش زومیت، یک موتور جست‌وجو توانست یک برند سخت‌افزاری را شکست دهد و به باارزش‌ترین برند جهان تبدیل شود. در آخرین آمار گزارش‌شده، گوگل که تحت مالکیت هلدینگ الفابت است، با ارزش ۳۰۲ میلیارد دلار، بالاتر از برند اپل با ارزش ۳۰۱ میلیارد دلار قرار گرفته است. برندهای بعدی لیست فاصله زیادی با این دو رقیب دارند. جایگاه سوم و چهارم لیست باارزش‌ترین برندهای جهان به آمازون با ارزش ۲۰۸ میلیارد دلار و مایکروسافت با ارزش ۲۰۱ میلیارد دلار اختصاص دارد. در رتبه بعدی، برند چینی Tencent با ارزش ۱۷۹ میلیارد دلار قرار دارد. غول شبکه‌های اجتماعی یعنی فیس‌بوک، با ارزش ۱۶۲ میلیارد دلار در جایگاه ششم و برند ویزا و مک‌دونالد به ترتیب با ارزش‌های ۱۴۶ و ۱۲۶ میلیارد دلار در جایگاه‌های بعدی هستند. برند چینی تجارت الکترونیک یعنی علی‌بابا، جایگاه بعدی را با ارزش ۱۱۳ میلیارد دلار به خود اختصاص داده و AT&T با ارزش ۱۰۶ میلیارد دلار در رتبه آخر ۱۰ برند برتر جهان قرار دارد. به جز این ۱۰ برند، هیچ برندی به ارزش بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار نرسیده است.

آمارهای ارائه‌شده توسط شرکت تحقیقات برند BrandZ جمع‌آوری شده است. این شرکت در بیانیه انتشار این آمار به رشد عالی شرکت‌های چینی اشاره کرده و گفته است:

امسال اولین سالی بود که برندهای غیر آمریکایی رشدی سریع‌تر از برندهای آمریکایی داشتند. ۱۴ برند چینی وارد لیست ۱۰۰ برند برتر جهان شده‌اند. ارزش مجموع ۱۰ برند برتر چینی رشدی ۴۷ درصدی داشته که در مقایسه با ۱۰ برند برتر آمریکایی دو برابر بوده است.

در بخش رشد ارزش برند نیز علی‌بابا با ۹۲ درصد، Tencent با ۶۵ درصد و آمازون با ۴۵ درصد رشد قرار دارند. در سمت برندهای بازنده نیز AT&T با کاهش ارزش ۷ درصدی روبه‌رو شده است. غول سابقه دنیای کامپیوتر یعنی IBM با کاهش ارزش ۶ درصدی به رقم ۹۶ میلیارد دلار رسیده و وریزون نیز با از دست دادن ۵ درصد از ارزش برند خود به رقم ۸۲ میلیارد دلار رسیده است. برندهای بازنده بعدی، مارلیرو و Wells Fargo با کاهش ۶ درصدی هستند که به ترتیب به ارزش‌های ۸۲ و ۵۵ میلیارد دلار رسیده‌اند. در پایین‌ترین رتبه از لحاظ سقوط ارزش برند، شرکت بحران‌زده جنرال‌الکترونیک قرار دارد که ۲۲ درصد از ارزش برند خود را از دست داده و به رقم ۳۹ میلیارد دلار رسیده است.

ارزش کل ۱۰۰ برند برتر این لیست با ۲۱ درصد افزایش به ۴.۴ تریلیون دلار رسیده که گوگل و اپل، ۱۴ درصد از آن را شامل می‌شوند. شرکت برنرز در مورد رتبه‌بندی برندها این توضیح نسبتاً مبهم را ارائه داده است:

رتبه‌بندی برندها توسط BrandZ براساس جذب درآمد خالص هر برند برای شرکت مادرش انجام می‌شود. این سبک از ارزش‌گذاری، ارزش خالص برند را مشخص می‌کند و ما می‌خواهیم برندهایی را برتر اعلام کنیم که بیشترین تأثیر را در موفقیت شرکت‌های اصلی‌شان داشته‌اند. در این رتبه‌بندی احتمالاً شرکت‌هایی هستند که درآمد زیادی دارند، اما برند مربوط به آنها تأثیر زیادی در این درآمد ندارد یا تأثیر آن به قدری نیست که در لیست ما جای داشته باشد.



## برگزاری دو رویداد مهارت‌افزایی و کسب توانایی برای افراد ۱۳ تا ۲۰ سال

به گفته وی تست ستاره شریف، تست دقیق و علمی است که توانمندی‌های لازم برای تبدیل‌شدن به یک آدم موفق در دنیای متفاوت ۱۵ تا ۲۰ سال آینده را می‌سنجند.

عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف مهلت ثبت‌نام برگزاری این تست را تا ۳۱ خردادماه امسال عنوان کرد و یادآور شد: این تست و مجموعه فعالیت‌های آموزشی و تربیتی و پرورشی که توسط دانشمندان و محققان برجسته انجام می‌شود، با هدف استعدادیابی و توان‌افزایی رهبران آینده و شناسایی استعداد‌های برتر برای سرمایه‌گذاری‌های بعدی که از سوی دفتر خلاقیت و گسترش کارآفرینی این دانشگاه صورت می‌گیرد، برگزار می‌شود.

وی یادآور شد: ستاره شریف با سنجش و ارزیابی ناخودآگاه افراد نقاط ضعف و قوت افراد را تشریح می‌کند و راهکارهایی عملیاتی به منظور تقویت نقاط قوت هر فرد و اصلاح نقاط ضعف آنها را ارائه می‌دهند.

راه‌حل‌های تحقیقی ارائه‌شده در این تست مستقل از شرایط تحصیلی فرد است و ارتباط مستقیمی با توانمندی‌ها و نقاط ضعف سیستم آموزشی کشور نیز ندارد.

به منظور شناسایی توانمندی‌ها و مهارت‌ها و فراگیری مهارت‌های کارآفرینی در جوانان ۱۳ تا ۲۰سال از سوی دانشگاه صنعتی شریف دو رویداد «مدرسه تالیستانی کسب و کار شریف» و «ستاره شریف» برگزار می‌شود.

به گزارش ایسنا، دکتر سیدعلیرضا فیض‌بخش، عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف در نشست خبری روز گذشته با اشاره به رویکرد تربیتی والدین در کشور، افزود: درصد بسیار کمی از والدین نسبت به فرزندان خود نگاه «بذر» را دارند تا بتوانند از طریق مهارت‌افزایی فرزندان خود را برای آینده آماده کنند. وی ادامه داد: بر این اساس دانشگاه صنعتی شریف در تابستان امسال دو طرح مدرسه تالیستانی کسب و کار و تست استعدادیابی و توان‌افزایی رهبران آینده با عنوان ستاره شریف را برگزار می‌کند. فیض‌بخش با اشاره به جزئیات طرح استعدادیابی و توان‌افزایی رهبران آینده، اظهار

کرد: در این طرح دانشگاه صنعتی شریف قصد دارد تست جامعی تحت عنوان ستاره شریف (استعدادیابی و توان‌افزایی رهبران آینده) را در سطح کشور بین دختران و پسران در سنین ۱۳ تا ۲۰ سال برگزار کند.







## ۴ دانشگاه خوزستان متقاضی اجرای طرح جامع کارآفرینی

مدیرکل آموزش فنی و حرفه‌ای خوزستان از تقاضای چهار دانشگاه در استان برای اجرای طرح جامع کارآفرینی (جاک) خبر داد. عبدالنبی سواعدی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: طرح جامع کارآفرینی علاوه بر تکمیل مهارت دانشجویان، در بحث پرورش ایده و آموزش‌های کارآفرینی نیز نقش آفرینی خواهد کرد که دانشجویان پس از فارغ‌التحصیلی، ماهر و کارآفرین باشند. وی افزود: تاکنون دانشگاه‌های متقاضی برای اجرای این طرح دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشگاه‌های آزاد اسلامی واحد شوشتر و باغملک و واحد سما شوشتر هستند. افق امسال برای این طرح در خوزستان شش دانشگاه است که امیدواریم بیشتر نیز شوند.

### یادداشت



## ۵ صنعتی که فناوری را در اولویت قرار داده‌اند

هستند، یافته‌های ما نشان می‌دهد که ۴/۶۹ درصد از شرکت‌های فناوری در شبکه ما در سال ۲۰۱۷ حداقل از یک ابزار توسعه‌دهنده استفاده کرده‌اند.

**مالی و بانکداری:** امور مالی و بانکداری نمونه‌ای از صنعت‌های سنتی هستند که هر سال در حال پیشرفت بیشتر در حوزه فناوری هستند. از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۷، میانگین تعداد نرم‌افزارهای مورد استفاده مشتریان اوکتا در صنعت امور مالی و بانکداری رشدی ۲۳ درصدی داشته است؛ تعداد مشتریانی هم که در این صنعت از حداقل یک ابزار توسعه‌دهنده استفاده کرده‌اند ۶ درصد افزایش یافته است. رشد سریع استفاده از نرم‌افزارها و ابزارهای توسعه‌دهنده نشان می‌دهد که بانکداری دیگر آن چیزی نیست که قبلاً می‌شناختیم. ۴۰ درصد از آمریکایی‌ها طی شش ماه گذشته به هیچ بانک یا مؤسسه مالی و اعتباری پا نگذاشته‌اند. خدمات بانکی و مالی با توسعه خدمات تلفن همراه خود، از جمله نرم‌افزارها، اعلان‌های پرداخت و کیف پول‌های دیجیتالی - که روش‌های مورد علاقه مصرف‌کنندگان برای انجام تراکنش هستند - خود را با شرایط جدید وفق داده‌اند. بانک «چیس»، «بانک آمریکا»، «آمریکن اکسپرس» و «ولز فارگو» تنها چند نمونه از بانک‌هایی هستند که ارائه خدمات نرم‌افزاری خود را آغاز کرده‌اند (و حتی به صدر فهرست نرم‌افزارهای بانکی محبوب ما راه یافته‌اند). هم‌اکنون نیز با ظهور پدیده بلاک‌چین تغییرات بیشتری پیش روی این صنعت است.

**خدمات درمانی:** سازمان‌های حوزه زیست‌فناوری، داروسازی و خدمات درمانی بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۷، شاهد ۳۶ درصد افزایش در تعداد میانگین نرم‌افزارهای مورد استفاده بوده‌اند که نشان می‌دهد این صنعت نیز در حال سازگاری یافتن با شرایط جدید است. به گفته جیسون بوش، مدیر ارشد امنیت اطلاعات در مؤسسه «مازلان هلت»، قبلاً این پزشکان بودند که نوع خدمات فناورانه مورد استفاده خود را تعیین می‌کردند، اما حالا اوضاع عوض شده است. تأثیر مخرب تعداد فزاینده سرعت داده‌ها بر صنعت خدمات درمانی و همچنین در معرض خطر بودن همیشگی اطلاعات حساس بیماران، قانون‌گذاران را بر آن داشته است تا راهکارهایی برای استانداردهای امنیتی و فناوری اطلاعات فعلی مقرر کنند. بر اثر افزایش چشمگیر نرم‌افزارهای مورد استفاده، پزشکان و مؤسسات خدمات درمانی که با استانداردهای جدیدی روبه‌رو شده بودند، چاره‌ای جز هماهنگ ساختن خود با فناوری‌های پیشرفته و خدمات امنیتی نداشتند.

**آموزش:** اگرچه صنعت آموزش در یافته‌های ما رتبه چندان بالایی از نظر میانگین استفاده از نرم‌افزارها ندارد، به دلیل تلاش مستمرش در پذیرش ۴۸۰ نرم‌افزار متفاوت لایق نمره بیست است. ابزارهای آموزش آن‌لاین مانند Lynda.com، Coursera و Pluralsight، سه نرم‌افزار برتر یادگیری الکترونیکی مورد استفاده در شبکه ما هستند که عرصه آموزش را به عصر دیجیتال آورده و دسترسی به آموزش و بازده یادگیری را افزایش داده‌اند. ۳۱ درصد از مشتریان در سال ۲۰۱۷، چه برای کاربرد جمعی و چه برای کاربرد شخصی، به دوره‌های آموزشی آن‌لاین دسترسی داشته‌اند. با توجه به اینکه انتظار می‌رود بازار فناوری آموزشی تا سال ۲۰۲۰ به ۸۳/۱ میلیارد دلار برسد، صنعت آموزش صنعتی است که باید مورد توجه قرار گیرد.

شرکت‌ها در تمام صنایع در حال تغییر نحوه تعامل سازمان‌هایشان با فناوری هستند و حالا باید دید در سال ۲۰۱۸ و سال‌های پس از آن چه فناوری‌هایی ظهور یافته و آینده کار و صنعت را چگونه رقم می‌زنند. منبع: inc

به قلم فردریک کرسنت  
مدیرعامل عملیاتی و یکی از مؤسسان شرکت اوکتا  
متخصص در سیستم‌های حسینی

داده‌ها نشان می‌دهند که چه سازمان‌هایی در حال استفاده از نرم‌افزارهای ابری و سرمایه‌گذاری در پیشرفت‌های فناورانه هستند این یک حقیقت است که امروزه هر شرکتی باید مانند یک شرکت فناوری عمل کند. داده‌های جدید به دست آمده از بیش از ۴۰۰۰ مشتری اوکتا نشان می‌دهند شرکت‌ها در هر صنعتی متعهد به ساخت رده‌های دیجیتالی خود هستند. آنها اپلیکیشن‌های خودشان را می‌سازند، فناوری‌های جدید و نوآورانه را به خدمت می‌گیرند و فرآیندهای قدیمی را کنار می‌گذارند. یک نمونه‌اش همین که فقط در دو سال گذشته، میانگین تعداد اپلیکیشن‌هایی که توسط سازمان‌ها در شبکه اوکتا مورد استفاده قرار گرفته ۲۴ درصد افزایش یافته است. شرکت‌ها به عنوان جزئی از این تحولات در حال پذیرفتن انواع ابزارهای توسعه‌دهنده هستند تا اهداف تحول دیجیتال خود را بهتر تکمیل و محقق سازند. با اینکه وقتی پای به‌کارگیری ابزارهای توسعه‌دهنده به میان می‌آید صنایعی مانند فناوری، رسانه و سرگرمی پیش‌قدم هستند، اما داده‌های ما نشان می‌دهد صنایعی سنتی‌تری مانند شرکت‌های مالی، بیمه و آموزش نیز به آرامی دارند ابزارهای کدگذاری و فناوری را به سازمان‌هایشان راه می‌دهند. بنا بر داده‌های ما، این پنج صنعت در حال استفاده از نرم‌افزارها و در اولویت قرار دادن پیشرفت‌های فناورانه هستند:

**رسانه و سرگرمی:** روزگار روزنامه‌های کاغذی و شبکه‌های تلویزیونی به سر آمده است. امروز، همه چیز در تلفن‌های همراه خلاصه می‌شود. شرکت‌های رسانه‌ای و سرگرمی ناچار بوده‌اند به سرعت خود را با نیازهای دیجیتالی مصرف‌کنندگان روزگار مدرن (نسل هزاره) که توقع خدماتی با محتوای باکیفیت، در دسترس و برحسب تقاضا داشتند تطبیق دهند. چنانچه شرکت‌ها قادر به ارائه چنین خدماتی نباشند، مورد غضب مخاطبانی قرار می‌گیرند که دیگر علاقه‌ای به شبکه‌های کابلی ندارند، مانند آن یک میلیون بیننده آمریکایی که خدمات تلویزیونی اشتراکی خود را لغو کردند و در عوض سراغ خدمات استریمینگ مانند اینترنت پهن‌بند و تلویزیون‌های اینترنتی (IPTV) رفتند.

در نتیجه، صنعت رسانه و سرگرمی بی‌هیچ تردیدی خود را غرق در دنیای فناوری کرده است و این در داده‌های ما به‌وضوح مشخص است. در سه سال اخیر، رتبه شرکت‌های رسانه‌ای و سرگرمی در شبکه ما از حیث میانگین تعداد نرم‌افزارهایی که استفاده کرده‌اند بالا و بالاتر رفته است. همچنین ۷/۶۸ درصد از مشتریان ما در حوزه رسانه و سرگرمی دست‌کم از یک ابزار توسعه‌دهنده استفاده می‌کنند، آماری که موجب شده این حوزه دومین صنعت بزرگی باشد که از چنین ابزارهایی بهره می‌برد.

**فناوری:** اگر کسی در یک شرکت فناوری کار کند و بتواند تعداد نرم‌افزارهایی که روزانه استفاده می‌کند را بشمارد، احتمالاً باور نخواهد کرد. هیچ تعجبی ندارد که شرکت‌های فناوری در حال به خدمت گرفتن فناوری‌های دیگری برای ارتقای امنیت، بالا بردن سرعت (یا خودکارسازی کامل) فرآیندها و افزایش کارایی کارمندان باشند. صنعت فناوری در سال ۲۰۱۷ با استفاده از ۱۹۱۰ نرم‌افزار مجزا، بیشترین کاربرد را از این نرم‌افزارها داشت.

این شرکت‌ها در به‌کارگیری ابزارهای توسعه‌دهنده نیز پیشگام



## افزایش فروش گوشی‌های هوشمند در فصل اول ۲۰۱۸ و رشد شیائومی

از طرفی عرضه محصولات باکیفیت در بخش پایین‌رده‌ها و گوشی‌های معمولی، موجب افزایش تقاضا در این بخش شده است.

آمار فروش در کشور چین با روندی کند حرکت می‌کند و برندهایی

همچون اوپو و ویوو را در این بازار تحت تأثیر قرار داده است. از طرفی محصولات این برندها در بازار میان‌رده، هنوز شرکت‌های بزرگ مانند سامسونگ را با مشکل مواجه می‌کنند. گول کره‌ای بازار گوشی‌های هوشمند برای رقابت با این برندهای چینی نیاز به فعالیت بیشتر دارد. اگرچه فروش گوشی‌های گلکسی S9 و گلکسی S9 پلاس به همراه گلکسی نوت ۸، آمار فروش سامسونگ را افزایش داده‌اند، اما تلاش چینی‌ها برای حفظ مشتریان، سرعت رشد سامسونگ را آهسته کرده است. در نتیجه تمام این اتفاقات، سهم شرکت کره‌ای در بازار با کاهش ۰.۳ درصدی روبه‌رو شده است. از لحاظ سهم بازار هنوز اپل در رتبه دوم قرار دارد. این شرکت در فصل اول ۲۰۱۸، ۱۴.۱ درصد از سهم بازار گوشی‌های هوشمند را در اختیار گرفته است. در مقایسه با سهم ۱۳.۷ درصدی از مدت مشابه سال ۲۰۱۷، اپل با رشدی مناسب روبه‌رو بوده است.

آمار فروش گوشی‌های هوشمند در سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۸ نشان از رشد دوباره این بازار دارد. در این میان شیائومی بیشترین افزایش فروش را داشته است.

به گزارش زومیت، آمار فروش گوشی‌های هوشمند پس از یک دوره نزولی در سه‌ماهه آخر سال ۲۰۱۷، بار دیگر روند صعودی به خود گرفت. این روند از سال ۲۰۰۴ بی‌سابقه بوده است. طبق گزارش اعلام‌شده توسط موسسه تحقیقاتی گارتنر، فروش گوشی‌های هوشمند به مشتریان بار دیگر به رقم رشد رسیده و در مقایسه با مدت مشابه در سال ۲۰۱۷، افزایش ۱.۳ درصدی داشته است.

در سه‌ماهه اول سال جاری میلادی، نزدیک به ۳۸۴ میلیون گوشی هوشمند به فروش رفته است. این آمار، ۸۵ درصد فروش کل گوشی‌های تلفن همراه را شامل می‌شود. فروش کل گوشی‌های تلفن همراه شامل گوشی‌های معمولی و هوشمند، در فصل اول سال ۲۰۱۸ به ۴۵۵ میلیون عدد رسیده است.

آنشول گوپتا، مدیر تحقیقات شرکت گارتنر در این باره می‌گوید: تقاضا برای گوشی‌های هوشمند پرچمدار به‌خاطر افزایش‌نمایی سود شرکت‌ها پس از ارائه محصولات جدید، وضعیت مناسبی نداشته است.



## ایده‌های کاربردی در صنعت ساختمان حمایت می‌شود

رئیس پارک علم و فناوری امام خمینی (ره) استان قزوین گفت: ضمن تفاهم با سازمان نظام مهندسی ساختمان از ایده‌های برتر و کاربردی در این صنعت برای تجاری‌شدن حمایت می‌کنیم.

به گزارش مهر به نقل از روابط عمومی سازمان نظام مهندسی ساختمان قزوین، اولین نشست حمایت از ایده‌های کاربردی در صنعت ساختمان با همکاری نظام مهندسی ساختمان استان قزوین و پارک علم و فناوری استان با هدف تجاری‌سازی ایده‌ها و تبدیل ایده به فناوری در محل پارک علم و فناوری استان برگزار شد.

در این نشست یوسف گرجی، رئیس پارک علم و فناوری با اشاره به سابقه فعالیت‌های پارک در استان قزوین گفت: پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد وظایف و مأموریت خاص خود را دارند که وظیفه ما در پارک علم و فناوری حمایت از خبگانی است که قصد دارند دانش خود را به فناوری کاربردی و در ادامه تولید ثروت تبدیل کنند و اگر صاحب دانش بخواهد دانش خود را در راستای کاربرد و تولید در کشور به کار بگیرد مورد حمایت ما قرار خواهد گرفت. گرجی در ادامه عمده کمک پارک علم و فناوری به استارت‌آپ‌ها را در

قالب کمک مالی، تحقیقاتی، مشاوره بازاریابی، در اختیار قرار دادن مکان فعالیت و معرفی بازارهای قابل رشد دانست و افزود: تلاش می‌کنیم نتیجه کار به ایجاد اشتغال و سود اقتصادی تبدیل شود و حتی اگر صاحب یک ایده نتواند در داخل کشور کار خود را برای شروع انجام دهد راهکارهای ادامه فعالیت در خارج از کشور را نیز می‌توانیم ایجاد کنیم.

در ادامه جلولخانی، رئیس سازمان نظام مهندسی ساختمان استان قزوین گفت: سازمان نظام مهندسی ساختمان استان قزوین به عنوان پیشرو در کشور به دنبال ایجاد مرکز رشد در راستای تبدیل ایده‌ها به تکنولوژی و ثروت‌آفرینی در صنعت ساختمان است که در این راستا توانسته‌ایم به تفاهم‌نامه و توافق مناسبی با پارک علم و فناوری دست یابیم و با توجه به سطح بالای علم و تجربه عملی که مهندسان ما دارند و همچنین فعالیت‌های کارآفرینی که در قالب شرکت‌های ساختمانی و یا

به‌طور انفرادی داشته‌اند امیدواریم حرکت خوبی در زمینه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های اشتغال‌زا داشته باشیم که تحرک و پویایی لازم در سطح جامعه مهندسی استان ایجاد شود.



انگیزه‌ها هر چه باشد  
همه با هم هستیم

LinkedIn در ابتدای سال ۲۰۱۸ کمپنی راه انداخت تا کلیشه «پشت‌میزنشین‌ها» را از بین ببرد. ویدئوهای کمپین اولین بار در جریان گلدن گلوب پخش شد. کمپین همه با همین، دامنه وسیعی از مردم و کسب‌وکارها را به نمایش می‌گذارد. ویدئوها مستندهای سبک و سفیدی است که داستان موفقیت کاربران این برند را در فضاهای متنوع کاری‌شان نشان می‌دهد.

بین کمپین اولین کمپین یکپارچه - Link dIn است و ویدئوی آن لاین، تبلیغات دیجیتال و آگهی‌های پولی شبکه‌های اجتماعی، فعالیت‌های محیطی، پادکست، پست‌های رادیویی و حتی بازاریابی موتورهای جست‌وجو را در برمی‌گیرد.



با کمی توجه به ویدئوها متوجه می‌شویم که آدم‌های ویدئوها دیگر آن آدم‌های پشت میز نشین همیشگی نیستند که تصور می‌کنیم باید در این شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشند. در واقع LinkedIn می‌خواهد بگوید مقصدی برای آدم‌های دفتری و اداری نیست و همه با هم پس‌زمینه‌ای، هر کجا که کار کنند، مخاطب این برندند. آنها می‌توانند مزرعه‌دار باشند، معلم رقص باشند یا هنرمند، دانشمند باشند یا انیماتور. به عبارت دیگر موفقیت می‌تواند هر شکلی داشته باشد و اشخاص برای رسیدن به آن، مسیرهای متفاوتی را انتخاب می‌کنند.

یکی از افراد داخل این ویدئوها، دلش می‌خواست کار در زمینه آمار داشته باشد، اما هنر نجات‌بخشش بوده و حالا شغلی دارد که دوستش دارد.

با بریسا که با عشق و امیدهای زیاد و همچنین با دستوره‌های غذایی مادر بزرگش پا به این سرزمین گذاشت و بازاریابی را ترک کرد تا رویای همیشگی‌اش، آشپزی، را دنبال کند و حالا رئیس خودش است.

کالین آشنایدر می‌پذیرد که با ترک تحصیلاتش در رشته فیزیک، و ورود به حوزه هنرهای رزمی کار درستی نکرده، اما مهم این است که او حالا حالش خوب است.

ملیسا سلجر، معاون بازاریابی برند، در یک پست وبلاگی نوشت: «چند ماه قبل ما از خودمان و اعضای‌مان پرسیدیم چرا اینجایید؟ معلوم است که اینجا وابسته به کار و حواشی آن است. اما برای خیلی‌ها پاسخ، هدفمندی است. برای برخی دیگر، یک جور میل زیاد و برای دیگران روشی برای به اشتراک گذاشتن تجربه‌های‌شان با بقیه است. اما دلیل هر چه که باشد، مسلم است که هیچ کس نمی‌خواهد تنها باشد و همه می‌خواهند بدانند در LinkedIn گروه‌هایی هستند که در عین یاری رساندن به شما، الهام‌بخش‌تان هستند و به شما انگیزه می‌دهند.»

حال ما از شما می‌پرسیم شما برای چه در LinkedIn حضور دارید؟ و اگر نیستید، چه دلیلی دارید؟ LinkedIn برای تمام آدم‌ها و شغل‌هاست، حتی اگر پشت میز نشین باشند.

نیوتن نمی‌تواند نفس بکشد؛  
کمپین چریکی محیط‌زیست

نیوتن هیچ وقت فکرش را نمی‌کرد که یک روز هوا آنقدر کثیف باشد که مجبور شود برای تنفس از ماسک استفاده کند.

در سال ۲۰۱۶ انجمن Greenpeace (صلح سبز) برای هشدار در مورد آلودگی هوا در انگلستان، مجسمه‌های مشهور لندن را به ماسک‌های تنفسی مجهز کرد. این کمپین چریکی با هشتگ #Cleanairnow (همین حالا هوا را تمیز کنید)، مردم را به امضای توماری هدایت می‌کرد که از نخست‌وزیر وقت (دیوید کامرون) می‌خواست برنامه‌ای برای تمیزی هوای کشور تدارک ببیند.

متن درخواست این بود: «آلودگی هوا هر سال جان ۴۰۰۰۰ نفر را در انگلستان می‌گیرد. زمان آن رسیده که دولت با اقدامی جدی، این مسئله را حل کند. تقاضا داریم هر چه زودتر برای تمیز کردن هوایی که تنفس می‌کنیم، اقدام کنید و با کاهش آلودگی هوا، زندگی ما را نجات دهید.»

۱۸ مجسمه با این ماسک‌ها پوشانده شدند تا نیاز انگلستان را به هوای تمیز تأکید کنند و خطر تنفس هوای سمی لندن را نشان بدهند. البته باید این را بگویم که این کار با رضایت پلیس نبوده و تعدادی از فعالان این گروه محیط‌زیستی توسط پلیس بازداشت شدند. در این کمپین، مجسمه‌های اولیور کرامل، وینستون چرچیل، تیری آنری، ملکه ویکتوریا، دوک ولینگتن، نیوتن، شرلوک هولمز و خیلی‌های دیگر با ماسک نفس کشیدند.

منبع: mbanews

## معجزه برترین تبلیغات تمام دوران‌ها (۳)



از نایک، کوکاکولا و فولکس واگن گرفته تا گوگل و اپل

به قلم: لیندسی کولویچ  
ترجمه: علی آملی

## ۶- گوگل: سال در جست‌وجو

این کمپین گوگل شاید جزو برترین نمونه‌های مقاله‌مان نباشد. با این حال در طول ۹ سال حیات خود موفقیت‌های زیادی را برای گوگل به ارمغان آورده است. در اینجا با پدیده‌ای بی‌نهایت قدرتمند و واقعی مواجه هستیم که شاید ماهیت تبلیغاتی‌اش را به راحتی فراموش کنیم.

کمپین «سال در جست‌وجو» از سال ۲۰۰۹ و به منظور نمایش میزان ترندهای کاربران گوگل در طول یک سال وارد فاز اجرایی شد. بر این اساس کاربران میزان وابستگی و دریافت اطلاعات از گوگل را به صورت یکجا و در قالبی چشم‌نواز مشاهده می‌کردند. از سال ۲۰۱۰ گوگل به جای ارائه یک فایل متن‌محور گزارش‌اش را در یک ویدئوی سه دقیقه‌ای گنجانده. از آن زمان تاکنون هر ساله نگاه‌های زیادی معطوف ترندهای گوگل است. میزان صحت اطلاعات ارائه شده در این کمپین به قدری است که حتی برخی پژوهش‌های کاربردی نیز بر پایه آن صورت می‌پذیرد.

درس کاربردی: به مشتریان‌تان نشان دهید که رابطه شما دوطرفه است. در حقیقت مخاطب باید باور کند که برند مورده‌اش توجه بالایی به او دارد. کاری که گوگل انجام می‌دهد، دقیقاً همین تأثیر را بر مخاطب دارد. در حقیقت حتی اگر از محصولات این شرکت نیز استفاده نکنیم، مشاهده دقت گوگل در تحلیل داده‌ها به منظور ارائه خدمات بهتر ما را به وجد خواهد آورد.

## ۷- شیر داری؟ California Milk Processor Board

به لطف مؤسسه خیریه California Milk Processor Board کمپین شیر داری؟ (Got Milk?) نوشیدن شیر را از یک امر خسته‌کننده و اجباری به عادت جذاب تبدیل کرده است. این کمپین موفقیت‌های زیادی را برای

نیوتن مشاهده شده است. موضوع اصلی آهنگ نمایش شیوه‌ای احمقانه برای مردن است. به عنوان مثال اذیت خرس گریزلی و درآوردن کلاه فشانوردی بر روی کره ماه. برخی از مثال‌های آهنگ به قدری خنده‌دار است که قادر به کنترل خنده‌تان نخواهید بود. نکته جالب اینکه کمپین «شیر داری؟» تمرکز خود را روی علاقه‌مندان به شیر قرار داده بود. بر این اساس ترغیب افرادی که از شیر استفاده نمی‌کنند، دستاورد فرعی این کمپین به حساب می‌آید.

درس کاربردی: ماجرای تبلیغات همیشه پیرامون جذب مخاطب جدید به منظور فروش محصولاتمان نیست. گاهی اوقات هدف اصلی تمرکز روی مشتریان فعلی به منظور سیاست‌گذاری از آنها و ترغیب‌شان به مصرف بیشتر خواهد بود. بر این اساس باید از تمام ابزارهای موجود به منظور انتقال یک پیام مهم به مشتریان فعلی برندمان استفاده کنیم: شما به این دلیل باید محصول ما را بیشتر استفاده کنید. تهیه دلیلی قانع‌کننده برای مخاطب دشوارترین فرآیند ممکن به حساب می‌آید. بهترین راه در این مورد توجه به مزیت‌های محصولاتمان و همچنین سلیقه مشتری است.

## ۸- مترو ترینز: شیوه‌های احمقانه برای مردن

اشتباه نکنید، تیر این بخش را درست خوانده‌اید: شیوه‌های احمقانه برای مردن. ماجرای اصلی این کمپین عجیب‌وغریب مربوط به شرکت حمل و نقل متروی ترینز ملبورن است. این شرکت هنگام بهره‌برداری از خط جدید متروهایش در تلاش برای اعلام ممنوعیت اسب‌سواری در کنار ریل‌ها بود. بر این اساس با اندکی خلاقیت به جای اعلام این موضوع به صورت خشک و جدی آن را در قالبی جالب بیان کرد. تیم تبلیغاتی شرکت با ساخت آهنگی جذاب به سراغ مخاطب‌ها رفت: شیوه‌های احمقانه برای مردن. این آهنگ از زمان رونمایی در سال ۲۰۱۰ تا به حال بیش از ۱۵۷ میلیون بار در

یوتیوب مشاهده شده است.

موضوع اصلی آهنگ نمایش شیوه‌ای احمقانه برای مردن است. به عنوان مثال اذیت خرس گریزلی و درآوردن کلاه فشانوردی بر روی کره ماه. برخی از مثال‌های آهنگ به قدری خنده‌دار است که قادر به کنترل خنده‌تان نخواهید بود. نکته جالب اینکه کمپین «شیر داری؟» تمرکز خود را روی علاقه‌مندان به شیر قرار داده بود. بر این اساس ترغیب افرادی که از شیر استفاده نمی‌کنند، دستاورد فرعی این کمپین به حساب می‌آید.

درس کاربردی: این موسیقی تأثیرگذاری اصلی این موسیقی درست در پایان ویدئو است: زمانی که کاراکترهای کارتون زیادی به شیوه‌های احمقانه از پای درآمده‌اند. در این زمان شما احساس خواهید کرد که اسب‌سواری در نزدیکی ریل‌های مترو ترینز کاری غیرعقلانه محسوب می‌شود. درس کاربردی: این کمپین مشهور شیوه ارتباطی ساده‌ای را در قالبی خلاقانه ریخت. در واقع آنها در پی القای یک دستور هستند: در ریل‌های ما اسب‌سواری نکنید. با این حال این دستور به قدری زیبا و در کنار شوخی‌های جذاب بیان می‌شود که اصلاً وجه خشک‌اش معلوم نیست. بی‌تردید عامل اصلی موفقیت شرکت نیز همین بوده است.

## ۹- اپل: یک مک بگیر

اگرچه اپل کمپین‌های موفق زیادی داشته است، با این حال این مورد گوی موفقیت را از سایرین ربوده است. ویدئوهای مربوط به کمپین «یک مک بگیر» درست در جهت یک نزاع قدیمی گام برداشته است: جنگ میان مک و کامپیوترهای شخصی. در نهایت نیز همین الگوی قدیمی موفقیتی بی‌نظیر برای شرکت به ارمغان آورد. اجازه دهید سری به آمار و ارقام بزنیم. در سال نخست نمایش این تبلیغ فروش مک افزایشی ۴۲ درصدی را در بازار به خود دید. مزیت اصلی ویدئوهای این کمپین بیان ویژگی‌های نسخه جدید مک بدون اضافه‌کاری و زیاده‌روی است. در حقیقت

## مدرسه تبلیغات



واقعیات تبلیغات (۳۴)

## کارآفرینان جدید - بخش دوم

به قلم راسر ریوز  
دوکارآفرین تازه کار

هر تولیدکننده بازاری مقدماتی پیدا می‌کند. یک کمپین تبلیغاتی یک میلیون دلاری هم‌اکنون قدرت جذب ۵۰۰ میلیون نفر را خواهد داشت. کارآفرینان جوان می‌توانند مزایای پنهان دو محصول خود را بارها و بارها برای ۳۰، ۴۰ یا ۵۰ میلیون نفر تکرار کنند.

شاید به ظاهر محصولات یکسان باشند، ولی مردم متوجه تفاوت‌ها خواهند شد. نفوذ افزایش می‌یابد.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مستقل کالا را قبول خواهند کرد و مشتری بلافاصله برای خرید آن هجوم خواهد آورد.

به دلیل وجود تقاضا برای غذا و سیگاری سالم و بهداشتی، فروش و سود نیز افزایش می‌یابند. سرمایه جدید برای تولید تبلیغات بیشتر و گسترش کسب‌وکار هزینه خواهد شد. به این ترتیب دو شرکت بزرگ وارد چرخه اقتصادی آمریکا می‌شوند، ولی اتفاق بسیار بزرگ‌تری نیز رخ خواهد داد.

رقبا باید از برند خود دفاع کنند. همانطور که مشاهده کردید، این کار از طریق کلمات غیرممکن خواهد بود. پیشرفت کالا آغاز می‌شود. این چرخه در نهایت باعث ورود کالاهای بهتری به بازار خواهد شد.

نمونه‌ای عالی از حقیقت این کار اخیراً در یکی از فعالیت‌های کمپین‌سویس تجارت فدرال مشاهده شد. این سازمان دولتی اعلام هرگونه خبر مبنی بر تولید سیگار سالم را، صرف از نظر از درستی یا نادرستی آن، ممنوع اعلام کرد و وظیفه نظارت نیز به صنعت تنباکو محول شد. این دستور در حالی صادر شد که دو سیگار جدید در شرف عرضه به بازار بودند و سازندگان نیز ادعا می‌کردند که این دو محصول، سالم‌ترین و کم‌خطرترین سیگارهای تاریخ هستند!

میلیون‌ها دلار صرف توسعه این برندها شده است، ولی در نهایت تولیدکننده توان تبلیغ برتری‌های محصولش را نخواهد داشت و محصول نیز خیلی سریع از بازار حذف خواهد شد.

واژه «کارآفرینان جدید» نه تنها برای تولیدکنندگان جدید، امیدوار، با انگیزه و تنها، بلکه برای شرکت‌های قدرتمندی که سعی دارند محصولی جدید را برای رقابت با برندهای قدرتمند و محبوب آن صنعت روانه بازار کنند نیز کاربرد خواهد داشت. محصولات جدید در بازار بر روی پای خود خواهند ایستاد و شرایط تغییر نخواهد کرد.

در نگاه اول، به نظر می‌رسد که هیچ تغییری در تجارت و صنعت رخ نخواهد داد، ولی در حقیقت تغییرات بسیار بزرگی در راه است. تولیدکننده که کالای جدید توان رقابت با او را نخواهد داشت، رویکردی انحصارطلبانه از لحاظ فرم، کیفیت و قیمت اتخاذ خواهد کرد. ضرورت توسعه محصول از بین می‌رود و کارآفرین جدید نیز از صحنه اقتصادی حذف خواهد شد.

حد نهایی این اصل در یو اس اس آر قابل مشاهده است.

اخیراً در یکی از کارتون‌های روزنامه ای‌زوستیا روسیه، شرایط واقعی روستای ولگا در سنگیالی به تصویر کشیده شد. مردان، زنان و کودکان این روستا همگی کلاه‌ها، کاپشن‌ها و گوش‌پنجه‌های زمستانی مشابهی می‌پوشند، چون تنها یک مغازه فروش لباس در این روستا وجود دارد و تنها یک برند در این مغازه به فروش می‌رسد! متأسفانه یا خوشبختانه، این برند هیچ رقیبی نیز در این منطقه ندارد. با بررسی آمار متوجه نحوه عملکرد این نیروی پویا در اقتصاد خواهیم شد. بیش از ۶۰ درصد از محصولاتی که هم‌اکنون در سوپرمارکت‌ها موجود هستند، حدود ۱۵ سال پیش اصلاً تولید نمی‌شدند.

۱۰۰ میلیون دلار از فروش شرکت معدنی و تولیدی مینوستا به محصولاتی اختصاص دارد که تا شش سال پیش هیچ اثری از آنها در بازار به چشم نمی‌خورد. بیش از ۷۰ درصد فروش شرکت پروکتر و گمبلز به محصولاتی اختصاص دارد که از سال ۱۹۴۹ تا امروز همچنان تولید می‌شوند. بیش از نیمی از فروش شرکت لیبر برادرز به محصولات اختصاص دارد که از سال ۱۹۵۳ به فروش می‌رسند.

در این مرحله به نقش تبلیغات خواهیم رسید. وظیفه تبلیغات ایجاد «میل» و رضای آن با استفاده از «محصولاتی بی‌فایده‌ای» که مردم به آنها هیچ «نیازی» ندارند نیست.

وظیفه حقیقی تبلیغات، دقیقاً وظیفه اولین فروشنده‌ای است که توسط اولین شرکت تولیدی استخدام شد: خارج کردن بازار از دست رقیب. به قول اقتصاددانان: «تغییر منحنی تقاضا میان محصولات.»


این اقتصاد بی‌قرار آمریکا است.

این آزادی اقتصادی است و چنانچه آزادی اقتصادی محدود یا نابود شود، تمام آزادی‌های دیگر نیز همراه با آن محدود یا نابود خواهند شد. الکساندر همبلتون چنین می‌گوید: «تسلط بر معیشت مردم، تسلط بر اراده آنهاست.»


ادامه دارد...

منبع: کتاب reality in advertising

## تبلیغات خلاق



Design is nothing if it's not smart.



معرفی ۱۵ تکنیک سئو کلاه سیاه

سئو کلاه سیاه Black Hat SEO به مجموعه روش‌ها و اقداماتی نسبت داده می‌شود که با نقض معیارها و شرایط سرویس موتورهای جست‌وجو مانند گوگل، باعث افزایش رتبه سایت در کلمات کلیدی می‌شوند. اصطلاح کلاه سیاه عموماً برای توصیف هرکس، سازندگان ویروس و افرادی که به وسیله کامپیوتر اقدامات غیراخلاقی انجام می‌دهند، گفته می‌شود.

در این مقاله به تعریف سئو کلاه سیاه چیست؟ استراتژی و تکنیک‌هایی که به عنوان سئو کلاه سیاه شناخته می‌شوند آشنا می‌شویم؛ چگونه یک سئو کلاه سیاه را گزارش کنید؟ سئوی کلاه سیاه چگونه می‌تواند روی شما و سایت شما اثر بگذارد؟ بسیار مهم است که تمام متخصصان سئو، سئوکارها و افرادی که خدمات سئو دریافت می‌کنند بدانند که پیاده‌سازی استراتژی‌ها و تکنیک‌های بهینه‌سازی کلاه سیاه باعث می‌شود که موتور جست‌وجوی گوگل شما را جریمه کند و در نتیجه نام سایت یا صفحه شما از صدر لیست ارجاع خارج شود.

تعریف سئو کلاه سیاه چیست؟

سئو کلاه سیاه در واقع شامل مجموعه اقدامات نادرستی است که به هر طریق سعی در افزایش رتبه یک سایت در موتورهای جست‌وجو دارند. مجموعه این اقدامات که برخلاف شرایط موتورهای جست‌وجو هستند در لیست راهنمای گوگل وبمستر و راهنمای بینگ وبمستر برای همگان در دسترس است.

این موضوع بسیار اهمیت دارد از خود بپرسید که آیا کاری که انجام می‌دهم برای کاربر مفید است یا فقط روشی برای دیده شدن بیشتر در موتورهای جست‌وجو است؟

پاسخ به این سؤال مشخص می‌کند که روش مورد استفاده خلاف شرایط اعلامی در وب مستر گایدلاین موتورهای جست‌وجو است یا خیر؟ اگر روش مورد استفاده رتبه شما را افزایش دهد اما ارزش افزوده‌ای برای کاربر نداشته باشد احتمال بسیار زیاد جزو روش‌های سئو کلاه سیاه است.

شناسایی تکنیک‌های سئو کلاه سیاه

- ۱- کنترل خودکار محتوا
- ۲- صفحات Doorway (مقاله گوگل درباره تکنیک صفحات دوروی)
- ۳- مخفی‌سازی لینک‌ها و متن
- ۴- کلمات کلیدی غیرواقعی
- ۵- گزارش کردن رقیب یا سئوی منفی
- ۶- هدایت‌کننده مخفی
- ۷- دادن اطلاعات جعلی به موتور جست‌وجو
- ۸- شبکه ارسال پست به عنوان مهمان
- ۹- دستکاری لینک (شامل خرید بی‌لینک)
- ۱۰- بازتولید صفحات
- ۱۱- مزرعه لینک، لینک‌های چرخان یا شبکه‌های

لینک

- ۱۲- ساختن صفحات یا دامنه یا زیردامنه با محتوای تکراری
- ۱۳- استفاده از ریچ اسنپیت گوگل به صورت اسیم
- ۱۴- ساخت صفحات اتوماتیک براساس کلمات کلیدی گوگل
- ۱۵- صفحاتی با رفتارهای مشکوک مانند باج افزارها، ویروس‌ها، تروجان‌ها و سایر بدافزارها.

**چگونه یک سئو کلاه سیاه را گزارش کنیم؟**  
به دو دلیل ممکن است که بخواهید یک سئو کلاه سیاه را گزارش کنید، یا اینکه سایت شما توسط یک

هک مخرب، ویروس یا سئو منفی یا لینک‌های اسپم مورد حمله قرار گرفته است یا اینکه شما نتایج اسپم گونه را با جست‌وجوی کلمه کلیدی رقابتی سایت خود مشاهده می‌کنید. در مورد دوم شما می‌توانید با مراجعه به گوگل وبمستر تولز اقدام به ارسال گزارش سئو کلاه سیاه به گوگل کنید. البته سعی کنید از آن با احتیاط استفاده کنید، چرا که ارائه یک گزارش غیرواقعی می‌تواند یک بلک هت سئو محسوب شود. در صورتی که وبگاه شما مورد حمله یک هک مخرب، ویروس یا بدافزار قرار گرفته است، پس از حذف کدهای مخرب درخواست بررسی بدافزار را ارسال کنید.

در صورتی که وبگاه شما مورد حمله سئو منفی لینک‌های اسپم گونه قرار گرفت، پس از ارتباط و درخواست حذف لینک‌ها از وبمسترهایی که این لینک‌ها را روی سایت شما قرار داده‌اند، از قسمت گزارش لینک‌های اسپم در گوگل وب مستر استفاده کنید.

چرا باید از سئو کلاه سیاه پرهیز کنیم؟

سئو کلاه سیاه می‌تواند باعث پنالنتی شدن سایت شما توسط گوگل یا سایر موتورهای جست‌وجو شود. اگرچه ممکن است در کوتاه مدت ترافیک سایت‌تان را افزایش داده و به موفقیت برسید، اما جریمه‌ها و پنالنتی‌های گوگل روز به روز پیچیده‌تر می‌شود و می‌تواند تأثیرات جبران‌ناپذیری روی ترافیک و رتبه سایت شما ایجاد کند. با میلیون‌ها کاربری که روزانه در گوگل جست‌وجو می‌کنند آیا این به صلاح شما است که از فهرست گوگل خارج شوید؟

**آیا تکنیک‌های سئو کلاه سیاه برای استفاده شما است؟**

پاسخ این سؤال کاملاً بستگی به هدف شما از راه‌اندازی وب سایت دارد، اگر قصد راه‌اندازی یک کسب‌وکار طولانی مدت را دارید و اگر پاسخ شما به این سؤال مثبت است باید از هرگونه بلک هت سئو پرهیز کنید و به دنبال روش‌های جایگزین برای بهبود رتبه خود در موتورهای جست‌وجو باشید.

منبع: belovedmarketing

رستوران داری حرفه‌ای در عصر دیجیتال



به قلم ایوان ویدجایا ترجمه: علی‌الغلی

همان‌طور که می‌دانید رستوران داری یک کسب‌وکار ۲۴ ساعته است. مدیریت تمام وقت یک واحد کسب‌وکار بی‌تردید زحمات‌های خاص خود را دارد. با این حال زندگی در عصر دیجیتال فرصت مناسبی برای مدیریت بهینه کسب‌وکارها فراهم آورده است. در زمینه رستوران داری نیز امکان اداره بهینه امور با استفاده از تکنولوژی‌های نوین فراهم شده است.

در ادامه فهرستی از اپ‌های کاربردی در زمینه مدیریت رستوران در عصر دیجیتال ارائه می‌شود. هدف اصلی از تهیه این فهرست آسان‌سازی فرآیند رستوران داری به‌صورت ۲۴ ساعته است. اجازه دهید نگاهی به این فهرست بیندازیم.

۱- Orderly: اجرای دقیق امور به سادگی هرچه تمام‌تر

این اپ همه چیز را در رستوران ما منظم و دقیق اجرا خواهد کرد. از جمله خدمات بی‌ظنیر اپ Orderly حسابداری، فهرست‌سازی و بررسی هزینه‌های جاری است. نکته مهم اینکه تمام این فرآیندها از طریق یک اپ پیگیری می‌شود. در زمینه بررسی فاکتورهای فروش فقط از آنها عکس بگیرید و بقیه کارها را به این اپ فوق‌العاده بسپارید. نتیجه نهایی شامل درآمد کل در کمترین زمان ممکن به‌صورت یک عکس حاوی جدول برای شما ارسال خواهد شد. مزیت اصلی Orderly طبقه‌بندی ویژه فهرست‌هاست. براین اساس هدف اصلی در تهیه فهرست‌ها سهولت دسترسی کاربران خواهد بود. در کنار اینها تیم فنی Orderly در زمینه تهیه لیست قیمت‌ها با آنالیز میزان هزینه مواد اولیه نیز هوشمندانه عمل کرده است. در آخر نیز باید به سیستم محاسبه سود رستوران‌ها اشاره کرد. براساس سیستم Orderly رستوران‌ها دیگر هیچ نگرانی پیرامون ضررهای ناشی از بی‌ثباتی بازار نخواهند داشت.

۲- DineTime: مدیریت هوشمند رزروها

DineTime یک اپ تخصصی در زمینه مدیریت فهرست رزرو رستوران‌هاست. این اپ در دو نسخه مخصوص رستوران‌ها و مشتریان ارائه شده است. براین اساس علاوه بر مدیریت درخواست‌ها از سوی رستوران، مشتریان نیز امکان آگاهی از ریز قیمت‌ها و صندلی‌های موجود را خواهند داشت. مزیت اصلی این اپ امکان هماهنگ‌سازی آن با سایر اپ‌های موجود در بازار به منظور کسب سرویس‌های بیشتر است.

۳- Feedly: شبکه اجتماعی ویژه رستوران‌ها

این اپ به کاربران گوشی‌های هوشمند امکان مطالعه آخرین اخبار پیرامون صنعت غذا و رستوران، ترندهای داغ و سایر اطلاعات مفید را می‌دهد. در واقع Feedly به‌صورت یک شبکه‌اجتماعی نقش مهمی در توسعه برند دارد.

۴- FreshBooks: انجام همه کارها به‌صورت آنلاین

این اپ در عین حال که حجم کمی دارد، کمک زیادی به رستوران‌داری دیجیتال می‌کند. براین اساس با استفاده از آن انجام فعالیت‌های حسابداری از طریق گوشی‌های هوشمند امکان‌پذیر خواهد شد. به علاوه شما می‌توانید فاکتورها، قبض‌ها، هزینه‌های جانبی و خریدها ضروری را به‌صورت کامل آنلاین مدیریت کنید.

۵- Buffer: مدیریت شبکه‌های اجتماعی در کمترین زمان ممکن

امروزه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در توسعه برند دارد. بر همین اساس اپ Buffer با هدف فعالیت مجاز در این شبکه‌ها طراحی شده است. این اپ برای ارسال پست‌ها در کمترین زمان ممکن به شبکه‌های اجتماعی مختلف استفاده می‌شود. همچنین امکان برنامه‌ریزی پست‌ها، جدول‌بندی پست‌ها و نظارت بر عملکرد آنها را نیز فراهم می‌کند.

۶- EverNote: یادداشت‌برداری در محیطی امن

این اپ برای بسیاری از افراد آشناست. کاربرد اصلی‌اش نیز ذخیره‌سازی تمام یادداشت‌ها در مکانی واحد است. این یادداشت‌ها می‌تواند شامل فایل‌های صوتی، ویدئو، عکس و متن نوشتاری باشد. به‌عنوان صاحب یک رستوران ذخیره‌سازی یادداشت‌های مهم در مکانی امن یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. عمل به این ضرورت به کمک سرویس‌های رایگان EverNote راحت‌تر از هر زمان دیگری شده است. نکته مهم اینکه کاربران محصولات ایل امکان استفاده از این اپ کاربردی را ندارند و به تبع آن فساد موجودی انبار جلوگیری می‌کند. به این ترتیب سود ما حداکثر شده و میزان خسارت ناشی از فساد شدن موجودی انبار به‌شدت کاهش خواهد یافت.

۷- BlueCart: دیگر محصولات انبار فاسد نخواهند شد

فساد موجودی انبار یکی از دغدغه‌های همیشگی صاحبان رستوران‌هاست. اپ BlueCart نیز دقیقاً به منظور رفع چنین مشکلی با به عرصه گذاشته است. براین اساس این اپ با مشاهده منظم میزان موجودی انبار از سفارش بیش از اندازه و به تبع آن فساد موجودی انبار جلوگیری می‌کند. به این ترتیب سود ما حداکثر شده و میزان خسارت ناشی از فساد شدن موجودی انبار به‌شدت کاهش خواهد یافت.

۸- EverNote: یادداشت‌برداری در محیطی امن

این اپ برای بسیاری از افراد آشناست. کاربرد اصلی‌اش نیز ذخیره‌سازی تمام یادداشت‌ها در مکانی واحد است. این یادداشت‌ها می‌تواند شامل فایل‌های صوتی، ویدئو، عکس و متن نوشتاری باشد. به‌عنوان صاحب یک رستوران ذخیره‌سازی یادداشت‌های مهم در مکانی امن یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. عمل به این ضرورت به کمک سرویس‌های رایگان EverNote راحت‌تر از هر زمان دیگری شده است. نکته مهم اینکه کاربران محصولات ایل امکان استفاده از این اپ کاربردی را ندارند و به تبع آن فساد موجودی انبار جلوگیری می‌کند. به این ترتیب سود ما حداکثر شده و میزان خسارت ناشی از فساد شدن موجودی انبار به‌شدت کاهش خواهد یافت.

۹- Hootsuite: شبکه‌های اجتماعی در دستانتان

این اپ تمام اکانت‌های شما در شبکه‌های اجتماعی را در یکجا گردآوری می‌کند. برنامه‌ریزی پست‌ها، جست‌وجوی ترندها، مشاهده آنالیزهای دقیق و مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی با استفاده از Hootsuite در کمترین زمان ممکن مدیریت می‌شود. به علاوه شما می‌توانید با تعیین سطح دسترسی کارمندان‌تان بخشی از فرآیندهای مدیریتی را به آنها واگذار کنید. مشکل انحصاری آن برای سیستم عامل IOS است. با این حال شاید مدیریت بهینه شبکه‌های اجتماعی ارزش کوچ به سوی محصول ایل را داشته باشد.

۱۴ اپ ضروری برای رستوران‌دارها

۱- Outlook و Gmail: دامنه اختصاصی‌تان را راه‌اندازی کنید

تا همین چند سال پیش بسیاری از کسب‌وکارها از سرویس‌های مشهور ایمیلی مانند Outlook و Gmail به دلیل محدودیت در تعریف دامنه اختصاصی (عبارت بعد از @ در آدرس‌ها) استفاده نمی‌کردند. دلیل اصلی این اقدام نیز جلوگیری از بازتاب چهره شرکت‌شان به‌عنوان برندی غیرحرفه‌ای بود. خوشبختانه امروزه هر دو شرکت گوگل و مایکروسافت دامنه‌های ویژه کسب‌وکار را به شرکت‌ها ارائه می‌کنند. به این ترتیب امکان استفاده از امکانات گسترده سرویس‌های این دو غول اینترنتی در کنار بهره‌گیری از دامنه اختصاصی مهیا شده است.

۱۱- Zenefits: مدیریت نیروی انسانی در کسری از ثانیه

این ابزار با هدف کاهش هزینه‌های ناشی از مدیریت نیروی انسانی روانه بازار شده است. براین اساس با استفاده از Zenefits علاوه بر برقراری رابطه مستقیم با کارمندان امکان مشاهده سطح عملکرد و مدیریت‌شان به‌صورت آنلاین وجود خواهد داشت. خوشبختانه در زمینه مدیریت نیروی انسانی این اپ تقریباً هیچ کدام از نیازهای رستوران‌دارها را بی‌پاسخ نگذاشته است.

۱۲- MailChimp: خداحافظی کسب‌وکارهای کوچک با مشکلات ایمیلی

این اپ با اختلاف بهترین گزینه برای حل مشکلات ریز و درشت کسب‌وکارهای کوچک در زمینه سرویس‌های ایمیلی است. Zenefits با دریافت اطلاعات شما تمام فرآیند ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی کمپین‌های بازاریابی برندان را مورد بررسی قرار می‌دهد. خبر خوش اینکه استفاده از امکانات این ابزار کاملاً رایگان است. همچنین MailChimp در دو نسخه اندروید و IOS عرضه شده که کار را برای کاربران مختلف ساده می‌کند.

۱۳- Restaurantor: حرکت در امتداد بودجه رستوران

این اپ در زمینه طراحی جدول‌های دخل‌وخرج کسب‌وکارها فعالیت دارد. به این ترتیب با استفاده از Restaurantor می‌توان همیشه از فعالیت در امتداد بودجه پیش‌بینی شده مطمئن بود. استفاده از این ابزار برای کسانی که تنها در یک کسب‌وکار فعالیت دارند، بهترین گزینه به حساب می‌آید. در حقیقت Restaurantor ابزاری ویژه کسب‌وکارهای کوچک است.

۹- Hootsuite: شبکه‌های اجتماعی در دستانتان

این اپ تمام اکانت‌های شما در شبکه‌های اجتماعی را در یکجا گردآوری می‌کند. برنامه‌ریزی پست‌ها، جست‌وجوی ترندها، مشاهده آنالیزهای دقیق و مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی با استفاده از Hootsuite در کمترین زمان ممکن مدیریت می‌شود. به علاوه شما می‌توانید با تعیین سطح دسترسی کارمندان‌تان بخشی از فرآیندهای مدیریتی را به آنها واگذار کنید. مشکل انحصاری آن برای سیستم عامل IOS است. با این حال شاید مدیریت بهینه شبکه‌های اجتماعی ارزش کوچ به سوی محصول ایل را داشته باشد.

منبع: noobpreneur

ایستگاه بازاریابی

انتخاب هوشمندانه میان بازاریابی فشار و کشش

استراتژی بازاریابی با توجه به وضعیت کسب‌وکار و محصول آن مشخص می‌شود. برخی اوقات تبلیغات شدید و برخی اوقات برندسازی کارساز است.

یکی از سؤالات همیشگی مدیران و بازاریابان در صنایع مختلف، انتخاب استراتژی مناسب بازاریابی در وضعیت‌های گوناگون کسب‌وکار است. استراتژی‌های مشهور بازاریابی با توجه به وضعیت کسب‌وکار، استراتژی فشار (Push) و استراتژی کشش (Pull) نام دارند. استراتژی فشار در تعریف ساده به‌معنای تبلیغات اولیه گسترده و شدید برای شناساندن محصول و کسب‌وکار است. استراتژی کشش پس از بلوغ نسبی کسب‌وکار به‌منظور برندسازی و جذب مشتریان بالقوه و تبدیل کردن آنها به مشتریان بالفعل انجام می‌شود.

به‌عنوان مثالی از استراتژی‌های گفته‌شده، در حالت فشار شما با تبلیغات در انواع کانال‌های تبلیغی، حضور خود را اعلام می‌کنید و خودتان را حتی به افرادی که تمایلی به محصول یا سرویس ندارند، معرفی می‌کنید. با این استراتژی شما به دنبال شناخته شدن بیشتر هستید. در استراتژی کشش شما از کانال‌های جذبی مانند موتورهای جست‌وجو برای هدایت مشتریان بالقوه به سمت محصول و سرویس خود استفاده می‌کنید. به‌عبارتی در این حالت در حال افزایش اعتبار و ثابت کردن خودتان به‌عنوان سرویس‌دهنده‌ای قابل اعتماد هستید. پس از شناخت تفاوت دو استراتژی مهم بازاریابی، نوبت به انتخاب مناسب آنها می‌رسد.

کسب‌وکارها باید با شناخت مرحله حاضر در روند پیشرفت خود، یکی از این استراتژی‌ها یا ترکیبی از آنها را برای بازاریابی انتخاب کنند. دیوید منز، نویسنده وب‌سایت entrepreneur و مؤسس آژانس بازاریابی Sports ۱، در مقاله‌ای به تشریح فرآیند انتخاب این استراتژی‌ها پرداخته است که در این مطلب به آن اشاره می‌کنیم.

برای پیدا کردن بهترین ترکیب از این دو استراتژی، باید یک بررسی اولیه از وضعیت کسب‌وکار انجام داد. ابتدا دلایل استفاده از هریک از آنها را در وضعیت کنونی بررسی و سپس تأثیر هرکدام روی روند پیشرفت شرکت را مشخص کنید. در نهایت توانایی‌هایی موجود و مورد نیاز برای انجام این استراتژی‌ها را مشخص کنید.

بازاریابی فشاری

بازاریابی فشاری تلاش می‌کند مشکل مشتریان را حل کند. به بیان دیگر در این بازاریابی شما عنوان می‌کنید که به دنبال راهی برای حل کردن مشکلات مشتریان توسط محصول یا سرویس خود هستید. در این بازاریابی به استفاده از کانال‌های خارجی مانند تلویزیون، اینترنت و ابزارهای تبلیغاتی نیاز دارید که قطعاً هزینه‌بر خواهند بود. ابزارهای مدرن همچون بازاریابی ایمیلی و استفاده از اینفلوئنسرها نیز ابزارهایی مفید برای این سبک هستند.

صرف نظر از ابزار مورد استفاده در بازاریابی فشاری، تمرکز روی سه سؤال شما را به نتایج دلخواه می‌رساند:

- چگونه می‌توانم کمک کنم؟
  - چگونه می‌توانم ارزشی جدید ارائه دهم؟
  - چگونه می‌توانم کمک بگیرم؟
- این سؤال‌ها اساس بازاریابی شرکتی یا برند شخصی هستند که در صورت استفاده صحیح از آنها، چشم‌اندازی روشن از مسیر بازاریابی محقق خواهد شد. این چشم‌انداز باعث شتاب گرفتن روند کاری می‌شود و پس از آن، نوبت به استراتژی کشش یا استراتژی دفاعی می‌رسد.

بازاریابی کششی

بازاریابان نباید همیشه به دنبال استراتژی‌های تهاجمی باشند. برخی اوقات با روش‌های جذبی می‌تواند فرصت‌های جدید فراهم کرد. نشان دادن ارزش دارایی‌ها و کیفیت شرکت (یا شخص)، یکی از راهکارهای جذبی بازاریابی کششی است. فراموش نکنید که در این روش هدف برندسازی و جذب مشتریان بالقوه است. پس از تثبیت کلی برند می‌توان تمرکز را روی محتوای جذاب گذاشت؛ محتوایی که در بازار هدف گسترش یابد و به توسعه برند کمک کند. در این مرحله استراتژی‌های بازاریابی محتوا همچون استفاده از شبکه‌های اجتماعی، معرفی ساده خدمات، خبرسانی در مورد شرکت و مواردی از این دست، ابزارهای لازم برای جذب مشتری را فراهم می‌کنند.

در نهایت پس از انتخاب استراتژی مناسب با توجه به وضعیت شرکت، به تمرکز و ادامه مسیر روی آن وفادار بمانید. هر روز استراتژی اجرایی را بررسی و اشکالات آن را برطرف کنید. استفاده از مهارت‌های بازاریابی برای درخواست ارائه خدمت به مشتریان مختلف، جریانی ثابت از آنها را برای شما به ارمغان خواهد آورد. با اتکا به این جریان ثابت به‌مرور به بازاریابی کششی روی می‌آورد و تنها مشتریان بالارزش را به سمت خود جذب خواهید کرد.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit



بازاریابی خلاق

## انتقادپذیری؛ ویژگی حیاتی برای مؤسس استارت‌آپ

انتقادپذیری و توجه به ایده‌های مخالف در نگاه اول اثری بازدارنده برای مؤسسان استارت‌آپ دارد، اما توجه به این نظرات نیز تا حدی ضروری است. مقاله‌ها و آموزش‌های متعدد کارآفرینی به مؤسسان استارت‌آپ‌ها توصیه می‌کنند که بدون توجه به نظرات مخالف و با ایمان خالص به ایده و تیم خود، در مسیر پیشرفت شرکت نوپا قدم بردارند. به بیان دیگر، این مقاله‌ها ادعا می‌کنند که خوش‌بینی مهم‌ترین فاکتور شخصیتی یک مؤسس استارت‌آپ است. آنها به شما می‌گویند که به هیچ انتقادی گوش ندهید. همه ما به این نکته اذعان داریم که با تصور بدبینانه و ناامید، هیچ موفقیتی حاصل نمی‌شود. با این حال بی‌توجهی به تمام انتقادات می‌تواند باعث بحرانی بزرگ در مسیر کاری شود. عموم کارآفرینان رؤیایا و ایده‌های بزرگ دارند و به‌قدری مجذوب خود و عملکردشان هستند که برخی اوقات معایب بزرگ کار را نادیده می‌گیرند. واقعیت این است که با شنیدن نظرات فردی با نگرانی‌های معقول، می‌توان در زمان، هزینه و انرژی افراد زیادی صرفه‌جویی کرد. احاطه شدن با افرادی که همیشه نظرات منفی دارند، باعث از بین رفتن ایده‌ها و کاهش عملکرد می‌شود، اما این بدان معنا نیست که هر انتقادی را نادیده بگیرید. جیم ران، کارآفرین مشهور و سخنران انگیزشی جمله‌ای مثال‌زدنی دارد: «ما میانگین پنج نفری هستیم که با آنها ارتباط داریم.» با توجه به این جمله می‌توان گفت مگر هنر فرد پر از ایده‌هایی است که این پنج نفر تأیید می‌کنند یا در مورد آن بحث می‌کنند. نظرات افراد دیگر نیز می‌تواند در زندگی ما تأثیرگذار باشد. شاید ایده یک نفر در مورد تفکر بیشتر در زمینه کسب‌وکار (با ظاهری نگران‌کننده و منفی)، تأثیری مفید برای ما داشته باشد.

پس از درک فواید گوش دادن به انتقادها، با این سؤال مواجه می‌شویم که چگونه این روند را به‌صورت بهینه اجرا کنیم. به بیان دیگر چگونه بهترین انتقادها برای شنیدن و عمل کردن را انتخاب کنیم تا در دام منفی‌گرایی گرفتار نشویم. در ادامه این مطلب به راهکاری سه مرحله‌ای می‌پردازیم که در انتخاب، شنیدن و بررسی انتقادها در یک استارت‌آپ کمک می‌کند:

### ۱- انتقادهای مفید را کشف کنید

نکته مهم برای مؤسس استارت‌آپ این است که همیشه وقت کمی دارد. در نتیجه گوش دادن به تمام انتقادها و توجه جدی به آنها، یکی از سرمایه‌های اصلی او را همد خواهد داد. برای جلوگیری از چنین حالتی در قدم اول باید بتوانید انتقادات مفید را که ارزش شنیدن دارند کشف کنید. در قدم اول به دنبال دلیلی برای تأیید مفید بودن انتقاد باشید. به بیان دیگر مطمئن شوید که انتقاد وارده وسیله‌ای برای ناامیدی یا خراب کردن مسیر حرکت نیست. برای شناخت انتقادات قابل تأمل می‌توان ابتدا به تشخیص ارائه‌دهنده دقت کرد. انتقادهای دو دسته از افراد عموماً مفید و قابل شما حمایت کرده‌اند و دسته دوم آنهایی که در همه حالات با شما و همراه تیم‌تان یا جزئی از آن بوده‌اند. گروه اول سرمایه‌گذاری معنوی استارت‌آپ هستند و در سؤالات، چالش‌ها و نگرانی‌های شما شریک خواهند ماند. گروه دوم همراهانی هستند که خطرات بیش رو را به شما گوشزد می‌کنند و سؤالات و چالش‌هایی برای تفکر بیشتر ارائه می‌دهند.

### ۲- سؤال پرسیدن

سؤال پرسیدن ساده‌ترین مرحله در توسعه تفکرات ذهنی در مسیر پیشرفت است. شما باید از منتقدین و حامیان خود سؤالاتی پرسید که دلایل نظرات آنها را مشخص کند. اگر یکی از دوستان شما محصول شرکت را عالی توصیف می‌کند، از او دلیل تأییدش را بپرسید. او را در مقام مشتری قرار دهید و بپرسید چرا محصول شما را می‌خرد؟ چه مقدار هزینه برای این محصول پرداخت خواهد کرد؟ چه چیزی نیاز دارد که شما تأمین نکرده‌اید؟ حتی اگر دوستان فردی حرفه‌ای در زمینه استارت‌آپ شما نباشد، باز هم می‌تواند مانند یک مشتری صادق پاسخ بدهد و به‌نوعی در تحقیقات بازار نقش داشته باشد. در حالت دیگر که از دوستی حرفه‌ای یا کارآفرین این سؤالات را بپرسید، دید حرفه‌ای‌تری نسبت به ایده پیدا خواهید کرد. و به‌علاوه، طرز تفکرات نسبت به استارت‌آپ و وضعیتش صیقل می‌خورد.

### ۳- تناقض‌ها را بررسی کنید

قطعا در میان ایده‌های شنیده‌شده با موارد متناقضی روبه‌رو خواهید شد. ممکن است یکی از دوستان انتقادی داشته باشد که در نظر دیگری کم‌اهمیت است یا حتی مزیت محسوب شود. علاوه بر آن، انتقادات را برای افرادی که با تمام ایده‌های‌تان موافق هستند، بازگو کنید. شاید آنها به این موارد توجه نکرده باشند یا آنها را نقطه ضعف خاصی ندانند.

در نهایت به این نکته توجه کنید که انتقادات همیشه در نگاه اول ترسناک هستند، اما در بلندمدت می‌توانند به بهترین سرمایه شما تبدیل شوند. بدون انتقاد و بازخورد، احتمال دچار شدن به مشکلات و چالش‌های مخرب افزایش می‌یابد. البته مؤسس استارت‌آپ نباید به نظرات همه افراد گوش دهد، اما بهتر است گروهی از منتقدین دلسوز و قابل اعتماد در اطراف خود جمع کند. بدون این گروه منتقد، احتمال گرفتار شدن در طرز فکر فوق مثبت‌اندیش بالا می‌رود.

**منبع:** FORBES/zoomit

به قلم کریس مایرز
متوجه‌نسیم‌حسینی

Photo by Bernard Hermant on Unsplash

اگر بیرون گود بنشینید و درباره‌اش فکر کنید، مفهوم سرمایه‌گذاری در فناوری‌های مدرن به نظراتان کار بی‌فایده‌ای می‌آید. سرمایه‌گذاران مبالغ هنگفتی را صرف ایده‌هایی می‌کنند که به باورشان «بازار را به سیطره خود در می‌آورد» و درصورت خروج از کسب‌وکار تنها سود حاصل از سرمایه‌گذاری خود را نقد می‌کنند.

اکثر ما وقتی درباره خروج از کسب‌وکار فکر می‌کنیم، ذهن‌مان بلافاصله به‌سوی یکی از این دو سناریو می‌رود: اکتساب (Acquisition) یا عرضه عمومی اولیه سهام (IPO).

البته، تنها بخشی از کارآفرینی‌های خطرپذیر خریداری می‌شوند و حتی تعداد کمتری از آنها تصمیم به عرضه عمومی سهام خود می‌گیرند، بنابراین سرمایه‌گذاران چگونه قرار است شاهد بازگشت سرمایه خود باشند؟

حقیقت این است که اکثر سرمایه‌گذاران بازگشت سرمایه‌ای ندارند. اغلب شرکت‌های کارآفرینی، به‌ویژه آنها که در حوزه فناوری فعالیت می‌کنند، دست روی دست می‌گذارند و امیدوارند قبل از اینکه سرانجام (و ناگزیر) پول نقدشان تمام شود، خریداری شوند.

مطمئناً عده اندکی نیز هستند که سعی می‌کنند گردش نقدی ایجاد کنند -مانند بیس‌کمپ (Basecamp) و اینفویژن سافت (Infusionsoft)- اما در اقلیت هستند و بیشتر شرکت‌ها از فلسفه «به هر قیمتی بزرگ شو» پیروی می‌کنند.

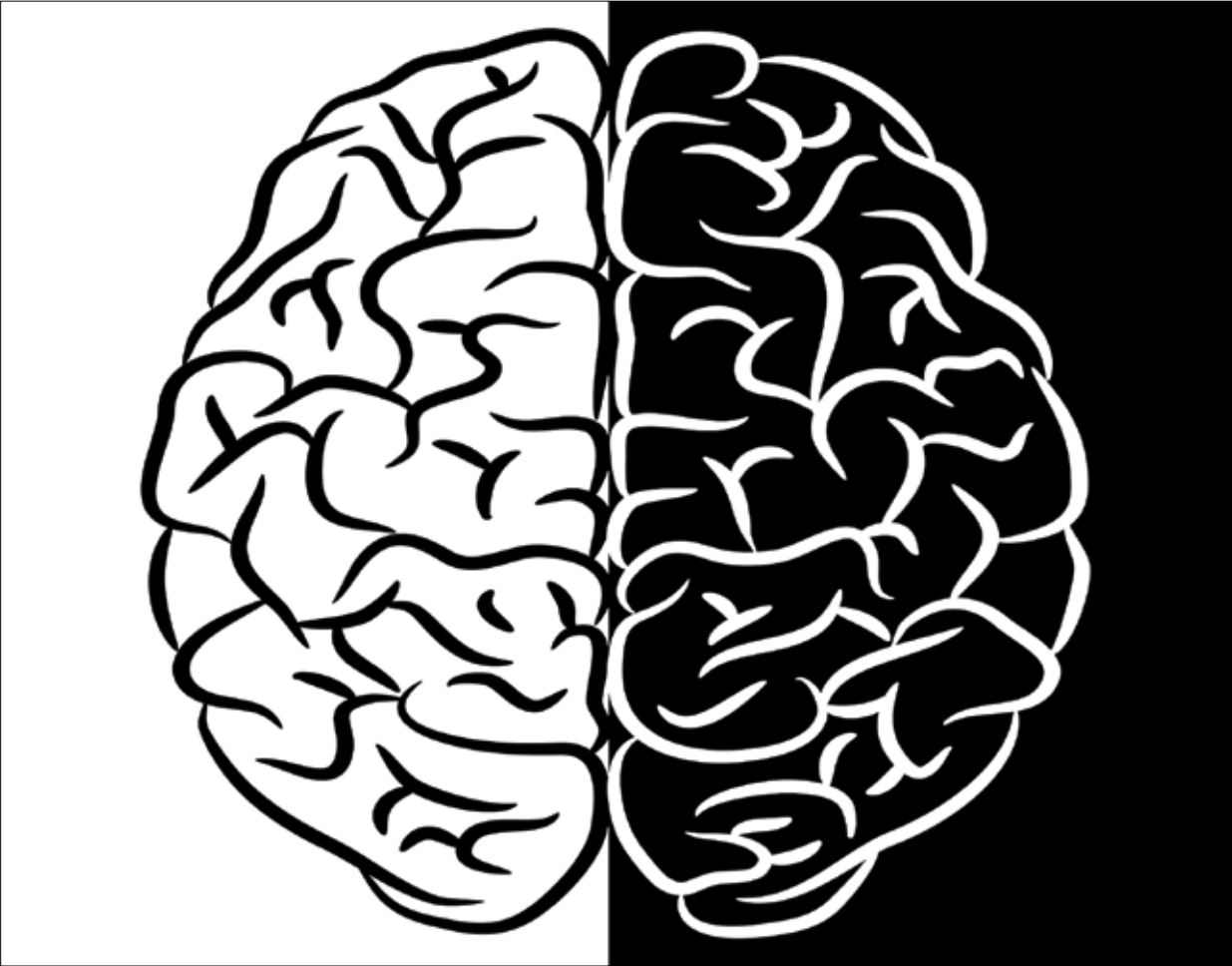
از نظر من این باور مضحکی است و سرمایه‌گذاران و کارآفرینان را محدود می‌کند. در واقعیت، بیش از یک راه برای خروج از کسب‌وکار وجود دارد و کارآفرینان دانا باید این واقعیت را به ذهن بسپارند.

**داستان تلخ رویکردی به نام «همه یا هیچ»**

طی هشت سال گذشته در شرکت بادتری (Bodtree)،

اگر قصد خروج و فروش کسب‌وکار خود را دارید باید خلاق باشید

# داستان تلخ رویکردی به نام «همه یا هیچ»



بود که ما در آخرین دوره سرمایه‌گذاری خود تعیین کرده بودیم.

ما از مواضع خود پایین نیامدیم و مصرانه قیمتی را طلب می‌کردیم که بازگشت حالی بود که بیشتر خریداران می‌خواستند به‌منظور ارتقای صلاحیت خود در حوزه فناوری، کمی احمقانه به‌نظر می‌رسید.

ما این‌ین حال، در آن زمان در موقعیتی بودیم که فقط می‌توانستیم پیشنهاد «همه یا هیچ» را قبول کنیم. احساس‌مان این بود که خرید یک‌جای شرکت تنها راه برای بازگرداندن بخش زیادی از سرمایه سرمایه‌گذاران است و واقعا هم اشتباه نمی‌کردیم.

اولین پیشنهاد جدی که داشتیم را به‌یاد می‌آورم. آن‌زمان حدود چهار یا پنج سال می‌شد که در بادتری شروع به کار کرده و با یک شرکت سهامی عام فناوری بانکی از ایست‌کست (East Coast) وارد گفت‌وگو شده بودیم.

آنها از ماهیت کار ما خوش‌شان آمده بود، اما در حقیقت تنها به فناوری علاقه داشتند و قیمتی پیشنهاد دادند که بسیار پایین‌تر از عددی

که موضوع درباره بخش بانکی بسیار متفاوت است. این بخش نته‌ها محافظه‌کارتر بود، بلکه علاقه کمی نیز به کاربرد گسترده فناوری ما داشت. این در حالی بود که بیشتر خریداران می‌خواستند به‌منظور ارتقای صلاحیت خود در حوزه فناوری، کمی احمقانه به‌نظر می‌رسید. همین قدر کافی است که بگوییم استفاده کنند.

این امر پرده از مسائل بسیاری برداشت. ما باید رویکردمان را عوض می‌کردیم، تا بتوانیم راه‌های جدیدی برای به حداکثر رساندن ارزش‌های دارایی‌های خود پیدا کنیم.

**راهکارمان چه بود؟**

اول از همه باید محصول‌مان را به بازار می‌بردیم و براساس مجرای فروش، پیشنهادات متمایزی برای خود دست‌وپا می‌کردیم. لازم بود فناوری ما به اندازه‌ای خاص و منحصر‌به‌فرد باشد که در بخش مشخصی از بازار به خدمت گرفته شود و در عین‌حال انعطاف‌پذیری لازم جهت برآوردن نیازهای مختلف ما را نیز در خود داشته باشد.



این کار را با تمرکز بر دو محور به انجام رساندیم، اعطای فرانشیز و بانکداری. این حرکت امکانی را فراهم کرد که بتوانیم جداسازی ارزش هر مجرای مربوطه را شروع و آن را برای فروش احتمالی عرضه کنیم.

سپس کسب‌وکارمان را گسترش دادیم و به این ترتیب گردش نقدی لازم برای حمایت مستقل از شرکت را به‌دست آوردیم و وابستگی خود را به یک محصول خاص کاهش دادیم. این کار را با خرید یک شرکت توسعه فرانشیز مبتنی بر خدمات، به نام ولوسیتی‌افدی (VelocityFD) به انجام رساندیم. این شرکت مکمل راهبرد ما بود و جریان درآمد مستقلی برایمان فراهم کرد.

در این نقطه، دو رویکرد داشتیم: اول توانستیم مجرای بانکی خود را همانطور که هست با قیمتی که برای خریداران مناسب باشد بفروشیم. دوم، توانستیم بخش فرانشیزی کسب‌وکارمان را که سودآور بود حفظ کنیم.

این موضوع باعث شد بتوانیم به سرمایه‌گذاران خود بازگشت سرمایه بیشتر و بسیار مطمئن‌تری ارائه دهیم. در نتیجه فروش مجرای بانکی، قیمت‌ها به یک‌باره بالا رفت و از محل کسب‌وکار باقی‌مانده نیز به گردش نقدی دست یافتیم. از شکستن قوانین تترسید ما به‌عنوان کارآفرینان، اغلب خود را در قوانین ناگفته‌ای درباره نحوه انجام کارها محدود می‌کنیم. حقیقت این است که هیچ قانونی برای خروج از کسب‌وکار وجود ندارد. تنها چیزی که ما را محدود می‌کند خلاقیت‌مان است.

فروش بخشی از بادتری برای ما و سرمایه‌گذاران‌مان نتیجه بسیار خوبی در پی داشت. این کار به ما کمک کرد بخشی از دارایی‌ها و کسب‌وکار خود را با قیمتی معقول در بازار بفروشیم و درعوض تمرکز شرکت را به بخش جدید و سودآورتر کسب‌وکارمان معطوف کنیم. کارآفرینان بیشتر و بیشتری باید دست از رویکرد فروش همه یا هیچ بردارند و در عوض راه‌های خلاقانه‌ای جهت ارزش‌آفرینی برای سهامداران خود پیدا کنند.

**منبع:** forbes

### ۵ کاری که برای رشد سریع تر

### کسب‌وکار‌تان باید برون‌سپاری کنید

معمولا صاحبان کسب‌وکارها در آغاز فعالیت‌شان انرژی زیادی دارند و می‌خواهند به‌سرعت به همه امور رسیدگی کنند. اما دیری نمی‌پاید که متوجه می‌شوند کارهای زیادی وجود دارد که یا وقت کافی برای انجام آنها ندارند یا تجربه و دانش آنها در آن موارد کافی نیست. از سوی دیگر نقدینگی‌شان محدود است و نمی‌توانند افرادی را برای انجام آن کارها استخدام کنند و بنابراین سرخورده و ناامید می‌شوند. این موضوع برای همه کسب‌وکارهای کوچک اتفاق می‌افتد و امری کاملا طبیعی است. یکی از بهترین شیوه‌ها برای رفع این مشکل، برون‌سپاری امور به شرکت‌ها و افراد متخصص است. در این مطلب، شش کار مهم را که برون‌سپاری آنها برای کسب‌وکارهای کوچک ضروری است بررسی می‌کنیم.

### ۱. بازاریابی محتوا

امروزه بیشتر افراد از طریق تلفن هوشمند و موتور جست‌وجو به‌دنبال کسب‌وکارها می‌گردند، بنابراین بازاریابی آنلاین گزینه‌ای کم‌هزینه‌تر و مؤثرتر برای جلب نظر مشتریان است. برای اینکه مشتریان کالا یا خدماتی را بخرند، باید از وجود یک یا چند برند آگاه شوند و درآمامه با توجه به اطلاعات ارائه‌شده تصمیم بگیرند که آن کالا یا خدمت را می‌خواهند یا نه؛ مهم‌ترین مرحله در این زنجیره همان آگاهی از وجود برند است و این کار از طریق بازاریابی محتوا صورت می‌پذیرد. اگر صاحبان کسب‌وکارهای کوچک بدون داشتن تجربه چندانی برای انجام این کار، بخواهند بازاریابی محتوایی انجام دهند، به‌احتمال زیاد زمان و پول‌شان هدر خواهد رفت. بنابراین بهتر است بازاریابی محتوا را به شرکت‌هایی بسپارند که سال‌ها روی تکنیک‌های بازاریابی محتوایی کار کرده‌اند و می‌دانند چگونه و چه زمانی باید استراتژی‌های مناسب را برای آن کسب‌وکار اتخاذ کنند. برخی از خدمات این شرکت‌ها عبارت‌اند از: تولید محتوا؛ کپی رایتینگ؛ سئو (بهینه‌سازی برای موتورهای جست‌وجو)؛ مدیریت تبلیغات محتوایی.

### ۲. طراحی وب‌سایت

جهان امروز، جهان آنلاین است. چیزی که برند یا کسب‌وکاری را به مشتریان و کسانی که به‌دنبال کسب‌وکارها می‌گردند معرفی می‌کند، وب‌سایتی با طراحی حرفه‌ای و منحصربه‌فرد است. بیل اریکسون (طراح وردپرس) می‌گوید برای ساخت وب‌سایت ۱۴ هفته زمان لازم است. اگر یک کسب‌وکار بخواهد سه ماه و نیم برای طراحی وب‌سایتش وقت بگذارد، بقیه امور مهم کسب‌وکار را چه کسی باید انجام دهد؟ با توجه به این موضوع، برون‌سپاری طراحی وب‌سایت کار باقاله‌ای به‌نظر می‌رسد. متخصصان این کار با نظر خودتان اجزای وب‌سایت را هم از لحاظ سبک و هم از لحاظ تکنیک طراحی می‌کنند و علاوه‌بر صرفه‌جویی در زمان، نیازهای کسب‌وکار شما را نیز برطرف خواهند کرد. خدماتی که این افراد انجام می‌دهند، به شرح زیر است: طراحی و قالب‌بندی وب‌سایت؛ هاستینگ برای وب‌سایت؛ کدگذاری HTML/CSS؛ عیب‌یابی و رفع مشکلات فنی. وب‌سایت باید با اندازها و رزولوشن صفحه‌نمایش تلفن‌های همراه نیز سازگار باشد تا موجب افزایش رضایت مشتریان شود.

### ۳. عکاسی و فیلم‌برداری

تصاویر و ویدئوها برای افزایش درآمد یک کسب‌وکار ابزار قدرتمندی هستند، اما آیا می‌دانید اگر این تصاویر و ویدئوها بی‌کیفیت یا غیرحرفه‌ای باشند به‌جای جذب مشتریان آنها را فراری می‌دهند؟ برای انتشار تصاویر و ویدئوهای حرفه‌ای باید دوربین‌ها و تجهیزات پیشرفته‌ای داشته باشید که خب بسیار گران‌قیمت هستند. علاوه‌براین، برای عکاسی، فیلمبرداری و ویرایش عکس و فیلم نیز مهارت‌هایی لازم است. بهتر است این کار را به عکاسان حرفه‌ای که چشم‌های دقیقی دارند و می‌توانند با تهیه تصاویر فوق‌العاده، بازدیدکنندگان وب‌سایت‌تان را جذب و پیام برندتان را به آنها منتقل کنند بسپارید. برای برها یا طرح‌های گرافیکی موردنیاز هم می‌توانید از شرکت‌های مجرب کمک بگیرید تا از شر دردسرهای طراحی خلاص شوید.

### ۴. مدیریت شبکه‌های اجتماعی

امروزه شبکه‌های اجتماعی در نقش پلی ارتباطی با بازار هدف، اهمیت زیادی پیدا کرده‌اند. اما ارسال مطالب به این شبکه‌ها ممکن است بیشتر از آنچه فکر می‌کنید وقت‌تان را بگیرد و مسلماً این مدت‌زمان را می‌توانید به کارهای مهم‌تری اختصاص دهید. برخی از شرکت‌ها با افراد می‌توانند محتوای رسانه‌های اجتماعی‌تان را دائماً به‌روزرسانی کنند و با انتشار مطالب جدید این رسانه‌ها را فعال نگه دارند.

### ۵. مسائل مالی و مالیاتی

یکی از پیچیده‌ترین امور مربوط به کسب‌وکار، حسابداری و قوانین مالیاتی است. حتی بزرگ‌ترین کسب‌وکارها خودشان نمی‌توانند از پس مسائل مالی شرکت‌شان بربیایند و نیاز به مشاوره مالی دارند. اما استخدام مشاور مالی و تیم حسابداری هزینه زیادی دارد و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک نمی‌توانند این هزینه را بپردازند. براساس مطالعه‌ای، ۷۱درصد از شرکت‌های کوچک مسائل مالیاتی خودشان را برون‌سپاری می‌کنند. ۵۸درصد از آنها مسائل مربوط به حقوق و دستمزد ۱۴درصد حسابداری شرکت را به یک مؤسسه خدمات مالی می‌سپارند. ۲۸درصد از این شرکت‌ها اظهار داشتند که هر ماه با بستن دفاتر و حساب‌ها مشکل پیدا می‌کنند. به‌همین دلیل استنبات‌های مالی فراوان در دفاتر این شرکت‌ها رخ می‌دهد که سبب می‌شود شرکت از نظر مالی به‌خطر بیفتند. شرکت‌های مالی هم در زمینه حسابداری و هم در زمینه امور مالیاتی می‌توانند به شرکت‌های کوچک و متوسط خدمات ارزنده‌ای ارائه دهند. این خدمات ارزنده از یک سو سبب می‌شود صاحبان کسب‌وکارها با خیال راحت به امور اصلی شرکت بپردازند و از سوی دیگر در هزینه‌های‌شان صرفه‌جویی می‌شود. خدماتی که شرکت‌های مالی ارائه می‌دهند، شامل موارد زیر است: خدمات حسابداری، خدمات مالیاتی، مدیریت حقوق و دستمزد، خدمات حسابرسی، ارزیابی ریسک، مشاوره مالی. هرچه کسب‌وکار بیشتر رشد کند و دفاتر پیچیده‌تر شوند، برون‌سپاری آن مهم‌تر می‌شود. کوتاهی در این مورد می‌تواند به‌معنای شکست یا یک فاجعه مالی باشد. علاوه‌بر خدمات حسابداری، این شرکت‌ها می‌توانند در زمینه امور مالیاتی و قانونی کسب‌وکار‌تان، خدماتی نیز به شما ارائه دهند. ناآگاهی از قوانین مالیاتی و قانونی‌بودن امور کسب‌وکار ممکن است برایتان دردسرساز شود. بنابراین اگر در زمینه مالیاتی و است قانونی کارشناس نیستید اجازه بدهید دیگران این کار را برایتان انجام دهند.

**منبع:** chetor







# فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

پنجشنبه | ۱۰ خرداد ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۷۹ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز توزیع: نشر گستر امروز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۵۶۷۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱

امور مشترکین: ۸۸۹۲۵۳۴۹

این نامه اخلاقی حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۶۳ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

## درنگ

### مالیات بر ارزش مجازی به جای ممنوعیت

به نظر می‌رسد دولت هندوستان قصد دارد به جای ممنوعیت تبادل، مالیات بر ارزش مجازی در نظر بگیرد. بنا بر گزارش خبرگزاری بلومبرگ، دولت هند پیشنهادی را ارائه داده که بر اساس آن بر مبادلات رمزپول ۱۸ درصد «مالیات بر محصولات و خدمات» اعمال می‌شود. این پیشنهاد اکنون در حال بررسی توسط «شورای مرکزی گمرک و مالیات غیرمستقیم» است. در صورتی که پیشنهاد اجرایی شود بر مبادلات رمزپول‌هایی که در هندوستان از اول جولای سال ۲۰۱۷ (۱۰ تیر سال ۹۶) به بعد انجام گرفته، مالیات اعمال خواهد شد.

به گزارش دیجیاتو، به‌طور پیش فرض فروش کالاها و خدمات در هندوستان برای هر مرحله از تولید و زنجیره تأمین شامل مالیات می‌شوند. البته در نهایت این مالیات از مشتری نهایی دریافت می‌شود و افراد میانی این زنجیره می‌توانند مالیات‌های خود را باز پس بگیرند. البته بنا بر این پیشنهاد برای اعمال مالیات بر ارزشهای مجازی باید به جای اینکه آنها را مشابه با پول یا اوراق بهادار در نظر بگیرند، به عنوان کالا طبقه‌بندی کنند. همچنین باید استخراج کنندگان رمزپول‌ها، صرافی‌های آنها و کیف پول‌های ارزشهای مجازی به عنوان خدمات دهندگانی که عرضه کالا را تسهیل می‌کنند، شناخته شوند. این موضوع به دولت اجازه می‌دهد که بدون اعمال تغییراتی در قانون، مستقیماً مالیات بر ارزش مجازی را اعمال کند.

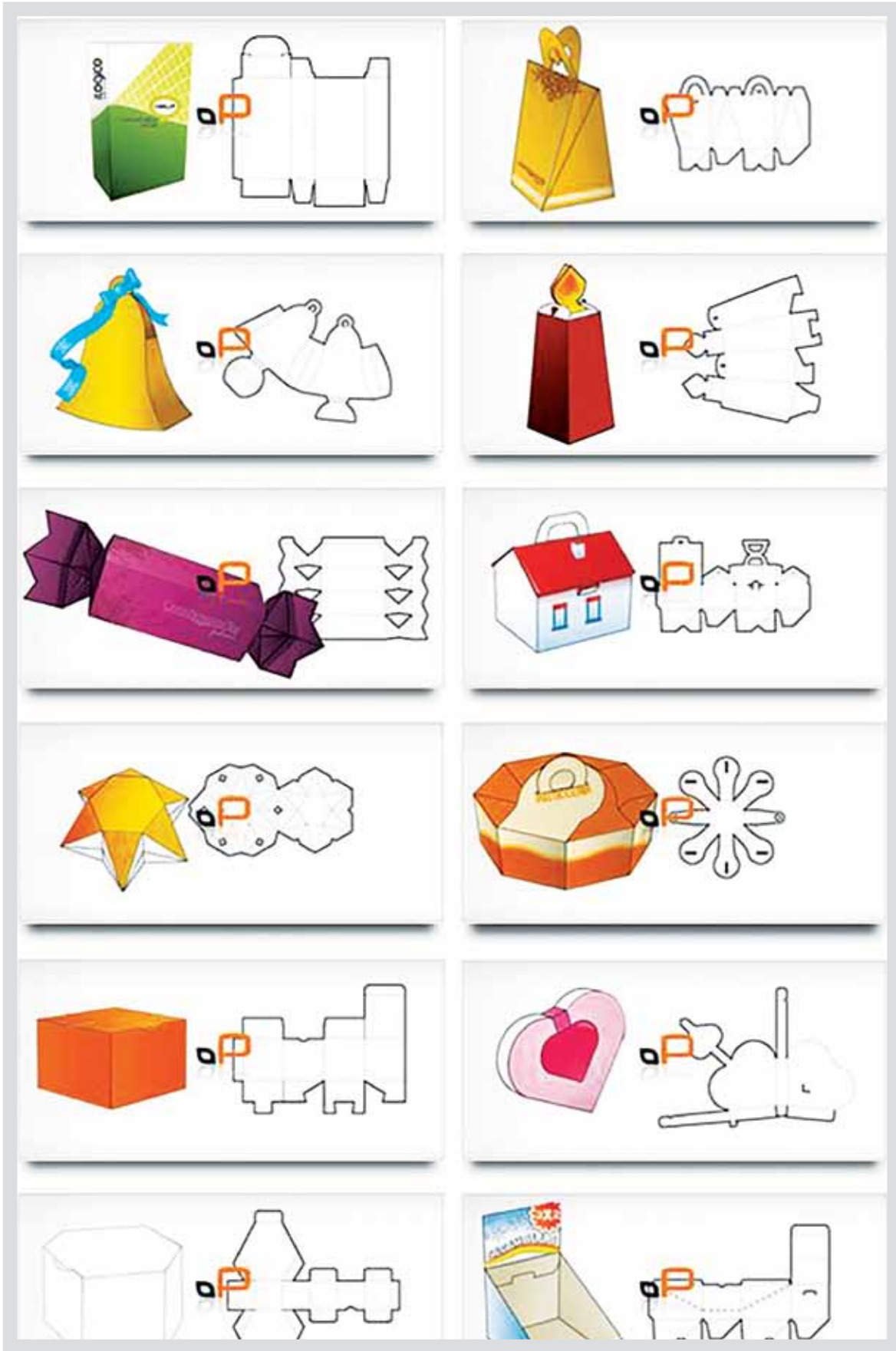
نهاد بانک مرکزی هندوستان از سال ۲۰۱۳ به کاربران در مورد مخاطرات مرتبط با رمزپول‌ها هشدار داده بود. این نهاد همچنین به تمامی موسسات مالی وابسته به خود دستور داده بود که مبادلات ارزش مجازی را که خدمات در حوزه ارزشهای مجازی ارائه می‌دهند متوقف کنند.

اعمال مالیات بر رمزپول‌ها به صورتی که مشابه با کالاها در نظر گرفته شوند، حرکتی هوشمندانه از سوی دولت به حساب می‌آید. زیرا موجب کسب درآمد شده و در عین حال دولت در این زمینه نیازی به اعطای هیچ گونه وام ندارد.

از سوی دیگر اگر دولت هند تصمیم به اعمال مالیات بگیرد، به این معنی است که به واسطه مالیات اعمال شده بر تمامی مبادلات ارزش مجازی از تیر سال ۹۶ تاکنون درآمدی ۵۲ میلیون دلاری نصب دولت خواهد شد.



## بسته‌بندی خلاق



### برای مطالعه ۹۸۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت [clinic.forsatnet.ir](http://clinic.forsatnet.ir) مراجعه کنید.

پرسش: مدیر کسب و کاری هستیم که کارمندان زیادی را مدیریت می‌کنم. در این زمینه تلاش زیادی می‌کنم که فرهنگی یک‌دست در میان کارمندان شکل بگیرد ولی تا به حال در این باره موفق نبوده‌ام. آیا ایجاد این فرهنگ باعث ارتقای کیفیت کار سازمان خواهد شد. لطفاً در این زمینه من را راهنمایی کنید؟

#### کلینیک کسب‌وکار

### ایجاد فرهنگ کسب‌وکار

پاسخ کارشناس: هر جا که یک گروه انسانی شکل بگیرد، فرهنگ نیز به موازات آن شکل می‌گیرد. البته این گروه باید تجربیات مشترکی نیز با یکدیگر داشته باشند تا بتوانند آن فرهنگ را بسازند. در نتیجه گروه‌های کاری نیز به خاطر علائق مشترک می‌توانند فرهنگ کاری یا به‌نوعی فرهنگ کسب و کار میان خودشان ایجاد کنند. پس توجه به فرهنگ کسب و کار در مباحث مدیریتی یکی از مقولات مهم ارزیابی می‌شود. چون اگر فرهنگ کسب‌وکار در یک سازمان

عملکرد ضعیف داشته باشد، این بدین معنا است که کارکنان آن سازمان به انجام کار مفید، تولیدی و خلاقانه تمایل ندارند و در نتیجه فعالیت‌های آنها از بازدهی و اثربخشی کمتری برخوردار است و در آن سازمان از منابع به‌کار رفته حداکثر استفاده نشده است. اکثر کارشناسان معتقدند که باید تعریف دقیق و مشخصی از این موضوع وجود داشته باشد ولی به‌طور عام، فرهنگ کسب‌وکار مجموعه‌ای آمیخته از دانش‌ها، باورها، ارزش‌ها، قوانین، موازین و حتی اخلاقیات، آداب، رسم‌ها و عادت‌هایی در پیوند با تولید، مصرف و خدمت در هر جامعه است که بالطبع در هر کشوری می‌تواند تفاوت‌هایی با دیگری

داشته باشد. در کشورهای توسعه‌یافته به دلیل پیشرفت و رشد ساختارهای تجاری و کسب‌وکار، تعریف جامع و دقیق‌تری از این واژه وجود دارد. چون آنها بنیان‌گذار این ساختارها هستند و در بنیان و ریشه نیز با یکدیگر همسو و هم‌سنگ‌اند. به هر حال کسب و کارها باید بدانند که برند در هر صنعتی که باشد، برای نام و نشان تجاری و شکل و ظاهر و آب و رنگ، بیانگر شخصیت و تعهد یک کسب‌وکار به گروه هدف و مخاطبان خود است و ارزش‌های جاری در آن کسب‌وکار را تبیین می‌کند. پس داشتن یک فرهنگ یکدست می‌تواند به جایگاهش در جامعه و میان گروه مخاطبان کمک کند.

## مدرسه مدیریت

### الگوی قیمت‌گذاری پرمایه

ثروتمند، فرصتی برای رقاباتی به وجود می‌آید که به سرعت در حال تعقیب محصول هستند و ممکن است با قیمت پایین‌تر وارد بازار شده و بخش بزرگی از بازار را به‌دست آورند. اگر این گونه نشود شرکت نوآور ممکن است با بخش کوچکی از بازار مواجه شود که به سرعت اشباع می‌شود.

دغدغه و توجه در مورد رقبا تا زمانی که این شرکت از یک انحصار موقت بهره می‌برد نگرانی ندارد. اما بعضی از تولیدکنندگان کالای مصرفی دارای این تخصص هستند که به سرعت می‌توانند محصولات جدیدی را شبیه‌سازی کنند بدون اینکه قوانین حق امتیاز را نقض کنند.

منبع: [hormond.com](http://hormond.com)

که محصولات جدید برای آنها یک کالای ضروری محسوب می‌شود. خریداران گوشی‌های موبایل پرچم‌دار از این دست مشتریان هستند. هنگامی که سود کامل از این بخش از بازار گرفته شد، تولیدکننده قیمت را کاهش می‌دهد و لایه بعدی مشتریان مورد نظر را جذب می‌کند و این فرآیند همچنان ادامه خواهد داشت. هر کاهش قیمت موجب توسعه بازار برای این محصول جدید خواهد شد.

قیمت‌گذاری پرمایه همیشه ایده خوبی نخواهد بود، چراکه ممکن است موجب جدایی برای رقبا شده و موجب کاهش سهم بازار خواهد شد. با نگر داشتن قیمت در سطح بالا و جذب سود از مشتریان

برخی محصولات در ابتدای ورود به بازار قیمت بالایی دارند، اما پس از مدتی در بازار دچار کاهش قیمت می‌شوند. این الگوی قیمت‌گذاری معمولاً در محصولات مصرفی دارای فناوری پیشرفته استفاده می‌شود. یکی از مهم‌ترین علت‌های کاهش قیمت در ماه‌های دوم و سوم ارائه محصول به بازار افزایش تقاضا و به‌تناسب آن افزایش ظرفیت تولید است. البته این امر همیشه صادق نیست، در برخی موارد یک قیمت رو به کاهش نشان‌دهنده قیمت‌گذاری پرمایه یا قیمت‌گذاری تبعیضی (Skimming Pricing) است که تولیدکننده سود بالایی را از طریق مصرف‌کنندگان پیشرو به جیب می‌زند. مصرف‌کنندگان پیشرو به افرادی گفته می‌شود

## مسیر موفقیت

### برای مدیریت استرس، احساس تان را به صورت درونی بیان کنید

گفت‌وگوی درونی و صحبت کردن با خود، از جمله راهکارهای مؤثری است که می‌تواند استرس و دیگر احساسات منفی شما را مدیریت کند.

کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در طی روز با چالش‌های مختلفی مواجه می‌شوند. گاهی اوقات، هنگامی که بعضی از عواطف منفی را تجربه می‌کنید، به‌راحتی نمی‌توانید نوع احساس تان را حتی برای خودتان بیان کنید.

حالتی را در نظر بگیرید که یک دوست نیاز به حمایت شما دارد. احتمالاً در چنین شرایطی او را درک می‌کنید و رفتار ملایمی را با او خواهید داشت. اکنون حالت دیگری را در نظر بگیرید: حالا این شما هستید که نیاز به حمایت عاطفی و فکری دارید و خودتان باید در نقش حامی وارد عمل شوید. احتمالاً به اندازه حالت اول نمی‌توانید نسبت به اوضاع اشراف داشته باشید. یک دلیل واضح این مسئله آن است که هیچ فاصله‌ای با مشکل پیش آمده ندارید و مشکل مستقیماً مربوط به خودتان است. طبیعی است در این شرایط مدیریت عواطف منفی سخت می‌شود.

#### از زبان سوم شخص استفاده کنید

نتایج یک مطالعه جدید نشان داده است که صحبت کردن با خود در جایگاه سوم شخص، تأثیرات خوبی به همراه دارد. برعکس آن، استفاده از ضمیر «من» باعث می‌شود که مدیریت احساسات سخت‌تر شود. در یک بررسی جدید، محققان به این نتیجه رسیدند که وقتی افراد در هنگام ابراز احساسات‌شان به‌جای «من» از نام خود یا ضمیر سوم شخص استفاده می‌کنند، نوعی فاصله فیزیولوژی ایجاد می‌کنند و کنترل بهتری روی احساسات خود پیدا خواهند کرد.

به‌طور خاص شرکت‌کنندگانی که به‌جای «من» از ضمیر سوم شخص استفاده می‌کنند، استرس کمتری تجربه می‌کردند. علاوه بر این، محققان به این نتیجه رسیدند که این روش مانند یک مراقبه عمیق نیست که به انرژی ذهنی زیادی نیاز داشته باشد. طبیعی است که جایگزینی ضمیرها به‌جای هم کار بسیار آسانی است. فقط باید تمرین کنید.

#### منتقدهای درونی را کنترل کنید

گاهی اوقات منتقد درون ما شروع به سرزنش ما می‌کند:

- چرا نمی‌توانم بفهمم؟

- خوب هستم اما نه آن قدر که باید باشم

- باید تسلیم شوم

وقتی با احساسات منفی شدید مانند اضطراب، استرس، شک یا تردید مواجه می‌شوید، استفاده از گفت‌وگوی سوم شخص می‌تواند کنترل شما را بر اوضاع بیشتر کند. پس به‌جای این که در درون خودتان بگویید: «من از عهده این کار بر نمی‌آیم» یا «وضع خیلی افتضاح است و من واقعا به هم ریخته‌ام» بگویید: «او (اسم شما) اکنون چه احساسی دارد؟ او (اسم شما) نگران و عصبانی است.» این حالت استرس شما را کاهش خواهد داد. این راهکار باعث می‌شود که مغز از لحاظ عاطفی کمتر درگیر شود و شما بتوانید با آرامش و خلاقیت بیشتری احساسات خود را مدیریت کنید.

#### به‌جای مسخره کردن این روش، امتحانش کنید

بار اول که سعی در اجرای این تکنیک دارید، ممکن است احساس حماقت کنید. اما وقتی این دستورالعمل در ذهن شما به یک روال عادی تبدیل شود، احساسات و افکار منفی خود را بهتر مدیریت خواهید کرد و همین امر می‌تواند به بهبود موفقیت زندگی شخصی و حرفه‌ای شما کمک کند.

دیدگاهی که از خودمان داریم، تأثیر قابل توجهی بر دستاوردهای ما دارد؛ بنابراین هر روش و ترفندی که بتواند تأثیر احساسات منفی ما را کمتر کند، ارزش امتحان شدن دارد. چنانچه برقراری گفت‌وگوی سوم شخص در ذهن تان کار سختی به نظر می‌رسد، از کاغذ و قلم استفاده کنید. حتی می‌توانید این گفت‌وگو را با صدای بلند انجام دهید تا تأثیر بی‌ظنیر آن را درک کنید.

منبع: [FORBES/zoomit](http://FORBES/zoomit)

