

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

زایش رانت با ممنوعیت واردات خودرو

شنبه گذشته در شرایطی دولت نسبت به انتشار فهرست ۱۴۰۰ قلم کالای ممنوع‌الورود به کشور اقدام کرد که در بین اقلام «غیر ضرور» یا به اعتقاد دولت دارای «مشابه داخلی»، خودرو بیش از دیگر کالاها خودنمایی می‌کرد...

۷

رقابت صاحبان نقدینگی و بانک مرکزی بر سر سرمایه‌های سرگردان

نقشه راه نقدینگی

میزان نقدینگی موجود در جامعه از یک هزار و ۵۰۰ هزار میلیارد تومان هم عبور کرده است، اما در محاسبات بانکی بخشی از این نقدینگی در دسترس اشخاص است و قابلیت جابه‌جایی سریع دارد، چنانچه رهگیری نقدینگی کشور می‌تواند نقشه پول‌ها را نشان دهد. تنها ۲۰٫۴ درصد از نقدینگی کل کشور در قالب اسکناس و مسکوک در دست اشخاص است و مابقی با ابزارهای مختلف در کنترل سیستم بانکی است. البته سپرده اشخاص...

۴

از فرماندهی واحد اقتصادی در دولت یازدهم تا چند صدایی اقتصادی در دولت دوازدهم

تیم اقتصادی دولت باید ترمیم شود؟

۱

شاخص بورس پس از ۹ روز رشد سرانجام یک هزار و ۶۴۶ واحد کاهش یافت

استراحت دسته‌جمعی شاخص‌ها

۵

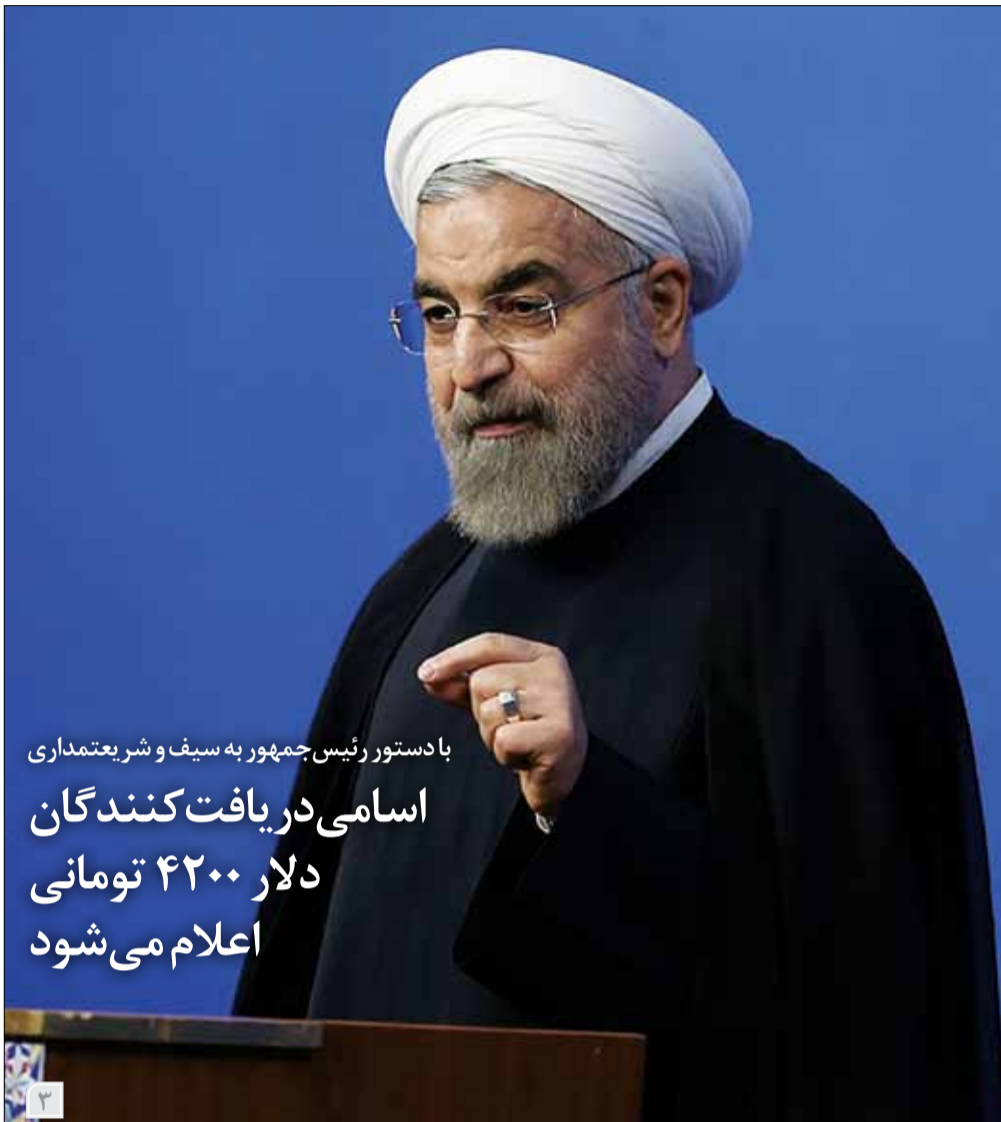
مدیریت و کسب‌وکار



انویدیا از نسخه CEO
کارت گرافیک تایتان V
رونمایی کرد

- ۱۰ باشگاه سودآور جهان در سال ۲۰۱۸
- روش‌هایی برای ساخت تیمی مناسب و حرفه‌ای
- ۵ اقدامی که روی فروش محصول شما تأثیر دارد
- بازار یابی چگونه دانشگاه را محو کرد؟
- بسته‌ترغیبی تبلیغات
- برندینگ با ۶ راهکار مؤثر

۸ تا ۱۶



با دستور رئیس‌جمهور به سیف و شریعتمداری

اسامی دریافت‌کنندگان
دلار ۴۲۰۰ تومانی
اعلام می‌شود

از فرماندهی واحد اقتصادی در دولت یازدهم تا چندصدایی اقتصادی در دولت دوازدهم

تیم اقتصادی دولت باید ترمیم شود؟

شرایط روانی جامعه را بدتر کند. به دیگر سخن، برخلاف بسیاری از مدیران تیم اقتصادی دولت، همتی سود و زیان اظهارات یک «مقام مسئول» برای کشور و مردم را می‌داند.

بی‌تعارف او مانند برخی مدیران بی‌اختیار، چشم بسته عمل نمی‌کرد و به تیم علمی و مشاوره‌های تخصصی خود بیشتر اعتماد داشت تا اینکه مثلاً چشم و گوش بسته، حرفی را صرفاً به اعتبار اینکه نظر رئیس‌جمهور نیز همین است، پیاده کند. همان‌طور که تیم معتمدان حلقه اقتصادی دولت نبود؛ همان حلقه‌ای که طیب‌نیا را نیز برنرفت. این حلقه از همان دفتر رئیس‌جمهور شروع می‌شد. به بیان ساده‌تر، یکی از علل عدم شایسته‌سالاری در تیم اقتصادی دولت از همین نقطه بود. چه‌بسا بتوان این جمله مشهور را در مورد اوضاع کنونی اقتصادی و عملکرد برخی اطرافیان مؤثر دفتر رئیس‌جمهور که افرادی را صرفاً به دلیل عداوت‌ها و منافع شخصی از دولت دور کردند، به کار برد که «از ماست که بر ماست!»

تا دیر نشده بچنبید!

کمتر از یک سال از دولت دوازدهم می‌گذرد و درحالی‌که برای این دولت وعده توسعه اقتصادی داده می‌شد، اکنون بیش از هر موضوع دیگری، ترس از تکرار شرایط سال ۹۱ و بحران اقتصادی عمیق آن سال، سراغ فعالان اقتصادی رفته است. افزایش ناگهانی قیمت‌ها و سقوط ارزش پول ملی، تماماً به خاطر فشار خارجی به اقتصاد ایران نیست. کوتاه‌فکری است اگر قبول نکنیم که سوءمدیریت‌ها نیز در این موضوع تأثیرگذار بوده‌اند. یک سال پس از پیشنهاد طیب‌نیا به حسن روحانی برای داشتن فرمانده واحد اقتصادی، نه‌تنها این موضوع که می‌توانست در شرایط کنونی مؤثر باشد، محقق نشده، بلکه تعداد فرماندهان نیز افزایش یافته است؛ از وزیر اقتصاد و رئیس بانک مرکزی و معاون برنامه‌ریزی دولت گرفته تا معاون اقتصادی و مشاور ویژه رئیس‌جمهور در امور اقتصادی.

شرایط به گونه‌ای است که حتی بازگشت به نقطه ابتدایی سال ۹۶ یعنی پایان دولت یازدهم هم، دیگر کار ساده‌ای نیست. چه رسد به وعده‌های دهان پرکن و پرطمطراق انتخاباتی در همان ایام. تا دیر نشده بچنبید!

به ریاست بانک ملی برگزید، اما پس از بحرانی که بر حقوق‌های غیرمتعارف دامن بیمه مرکزی را گرفت، همتی را به بیمه مرکزی منتقل کرد. او دکترای اقتصاد دارد و برای پنج سال پی‌اچ‌دی مدیریت بیمه اتکالی آسیا را نیز بر عهده داشته است. سوابق کاری و کارنامه مدیریتی او باعث شده بود، هر بار که اوضاع اقتصاد کشور بحرانی و عملکرد بانک مرکزی کشور با مشکل مواجه می‌شد، نام او در بین اصلی‌ترین گزینه‌های ریاست بانک مرکزی برای سر و سامان دادن به امور بر سر زبان‌های می‌افتاد. چند باری هم تا مرز ریاست پیش رفت، اما هر بار به دلیل همان مخالفت‌ها، این موضوع به نتیجه نمی‌رسید. همتی تقریباً هیچ‌گاه درمورد شایعات اینچنینی و احتمال حضورش در بانک مرکزی صحبتی نکرده است. او به‌طور کلی مقامی است که علاقه‌ای به چار و جنجال در رسانه‌ها ندارد. با این وجود، در محافل اقتصادی نگاه دیگری به همتی وجود دارد. بسیاری از کارشناسان اقتصادی و فعالان بازار، و افرادی که با او در دوره‌های پیشین کار کرده بودند، به‌جدا اعتقاد داشته و دارند که او از معدود چهره‌هایی است که می‌تواند در وضعیت فعلی، اوضاع بانک مرکزی را سروسامان دهد و ورق را برگرداند.

تازه‌ترین دلیل موافقان او هم اوضاع بیمه مرکزی است؛ مجموعه‌ای که در اوایل سال ۹۵ می‌رفت تا با بحران حقوق‌های نامتعارف و دامن زدن به آن توسط منتقدان دولت از یک سو و از دیگر سو، شریط بحرانی بیمه‌ها، به پاشنه آشیل دولت روحانی تبدیل شود اما اندکی پس از روی کار آمدن همتی رنگ آرامش را به خود دید و امروز با وجود گذشت تنها دو سال از آن بحران، کمتر کسی به یاد می‌آورد که ماجرای مذکور از بیمه مرکزی آغاز شده بود.

یکی از علل توفیق همتی را فارغ از تخصص و رفتار و مشاوره‌های فنی، نوع رفتار او در مواجهه با مشکلات می‌دانند. همتی به اذعان بسیاری از کارشناسان، تحلیلگران و هم‌راهان او، هیچ‌گاه برخورد نامتعارف رسانه‌ای با قضایا ندارد. او همواره تلاش می‌کند تا با پیشسرد امر به صورت تخصصی مشکل را رفع کند نه اینکه با اظهارنظرهای نامعقول گاه و بیگاه رسانه‌ای،

کرباسیان؛ چهره مسلط صنعتی که به وزارت اقتصاد رفت

مسعود کرباسیان موافقان زیادی برای ورود به هیأت دولت داشت، اما نه به عنوان وزیر اقتصاد. او که پیشتر در کابینه حضور نداشته، همواره به عنوان یک نیروی اجرایی فعال و مؤثر در کشور شناخته می‌شد. از همین رو بود که بسیاری از فعالان اقتصادی انتظار داشتند او به حوزه اجرایی‌تری مانند وزارت صنعت برود نه وزارت اقتصاد. وزارت صنعت، اما اکنون در اختیار فردی گذاشته شده که پیشتر نیز سابقه همین سمت را داشت و از نگاه انگیزشی، نمی‌توانست انگیزه کرباسیان برای ایجاد تحول در این وزارتخانه را بپذیرد.

استدلال جدید برای عدم برکناری سیف؛ تحریم آمریکا!

این ماجرا در مورد ولی‌الله سیف نیز به گونه‌ای دیگر وجود دارد. در طول دوران فعالیت او، بارها و بارها حرف از برکناری‌اش از ریاست بانک مرکزی به میان آمده است، اما از آنجا که مورد حمایت هسته اصلی تیم اقتصادی دولت بود، هر بار رئیس‌جمهور را از این کار منصرف کردند. در همین اواخر، در دولت دوازدهم، چند روز قبل از آنکه نام سیف در فهرست تحریم‌های آمریکا قرار بگیرد، انتخاب عبدالناصر همتی به جای او از نظر بسیاری از کارشناسان قطعی به نظر می‌رسید.

اما این بار، همان هسته مرکزی تیم اقتصادی دولت که ایدئولوژی آنان در برابر تحریم‌ها مشخص است، با این بهانه کمیاب نه‌چندان قابل باور، که «کنار رفتن سیف در این شرایط، معنای بدی خواهد داشت و می‌تواند عقب‌نشینی در مقابل آمریکا توصیف شود»، رأی رئیس‌جمهور را زدند!

اقتصاددان خبره‌ای که ماشین امضای بقیه نبود!
انتخاب در ادامه گزارش به عبدالناصر همتی پرداخته است؛ کسی که همچون طیب‌نیا باور دارد که تیم اقتصادی نیاز به یک فرماندهی واحد و نه حلقه‌های متعدد تصمیم‌گیر و مؤثر دارد. او پیشتر ۱۲ سال پی‌اچ‌دی از سال ۷۳ تا ۸۵ رئیس بیمه مرکزی بود. وی که به پدر بیمه خصوصی ایران شهرت دارد، ۷ سال نیز مدیرعامل بانک سینا بود. طیب‌نیا او را در سال ۹۲،

فرصت امروز؛ بسیاری از اقتصاددانان معتقدند که دستاوردهای اقتصادی دولت اول روحانی از جمله حفظ تورم تک‌رقمی در دولت دوم او از دست رفته است و از این رو، پیکان انتقاد بسیاری از کارشناسان به سمت تیم اقتصادی دولت دوازدهم نشانه رفته است. در همین ارتباط، نمایندگان مجلس اخیراً در نامه‌ای به رئیس‌جمهور خواستار ترمیم کابینه دولت شده‌اند. به گفته بهروز نعمتی، سخنگوی هیأت رئیسه مجلس، تیم اقتصادی دولت نتوانسته مشکلات کشور را حل کند و متأسفانه در اجرا و پیشگیری‌ها ضعیف عمل کرده است. از همین رو، نمایندگان در نامه به روحانی خواستار ترمیم سریع کابینه دولت شده‌اند.

آن‌طور که سخنگوی هیأت رئیسه مجلس گفته، حداقل پنج ماه است که نمایندگان مجلس از تیم اقتصادی دولت گل‌مند هستند و از راه‌های مختلف به رئیس‌جمهور پیام داده‌اند که باید تیم اقتصادی دولت ترمیم شود ولی متأسفانه گوش شنوایی برای ترمیم دولت وجود نداشته است. همچنین شهبان نادری، عضو کمیسیون اقتصادی دیروز در تذکری شفاهی به وزیر اقتصاد در پایان جلسه علنی مجلس، ترمیم کابینه را با صدایی رساتر عنوان کرد. او نظام مدیریتی کشور را فلج خواند و گفت: انتظار ترمیم کابینه وجود دارد. تیم اقتصادی دولت باید عوض شود، دولت این مهم را به بهانه لایحه اصلاح ساختار رها کرده است. دولت متأسفانه از اقتصاد کشور به حاشیه رفته و این حاشیه‌نشینی دولت منجر به ناسامانی در عرصه اقتصادی شده است.

او به فشار ناسامانی‌های اقتصادی بر دوش مردم اشاره کرد و در رابطه با عملکرد دولت گفت: بی‌سامانی در بازارهای مختلف از جمله طلا، ارز و خودرو به جایی رسیده است که انگار نه دولتی وجود دارد و نه نظارتی صورت گرفته است. همچنین پایگاه خبری «انتخاب» نیز در گزارشی به ترکیب تیم اقتصادی دولت دوازدهم پرداخت و دلایل از دست رفتن «کنترل اقتصاد» از دستان دولت دوم روحانی را این گونه تحلیل کرد که نماگرهای اقتصادی و اوضاع متلاطم بازار نشان می‌دهد یک جای کار تیم

یادداشت

ممنوعیت واردات کالا همیشه به نفع تولید داخل نیست



ممنوعیت واردات کالا اصولاً یک تصمیم اشتباه است. راه درست حذف موانع غیرفنی و واردات آزاد کالا است و اگر دولت تمایل به کاهش واردات کالای مشخصی دارد باید حقوق و عوارض را به‌گونه‌ای برای آن کالا تعریف کند که واردات آن محدود شود. توقف واردات آن اقلام مختلف خارجی به‌منظور جلوگیری از خروج ارز در شرایط کنونی به معنای حرکت در یک مسیر اشتباه است، چراکه نیاز بازار واردات آزاد کالاست. آیا همه باید خودرو، محصولات خوراکی و... داخلی بخرند؟ به نظر من طرح مسائلی از این دست که در شرایط حساسی قرار گرفته‌ایم و تأمین مایحتاج مردم به مسئله‌ای تبدیل شده، به انحصار کشیدن موضوع است. از دید اقتصاد آزاد چنین حرکتی از اصل درست نیست و در اقتصاد باید به سمت پذیرش مکانیسم‌های بازار برای تعیین انواع نرخ حرکت کرد. علاوه بر این، ممنوعیت واردات...

۲



یادداشت

ممنوعیت واردات کالا همیشه به نفع تولید داخل نیست



مهدی پور قاضی

رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران

ممنوعیت واردات کالا اصولاً یک تصمیم اشتباه است. راه درست حذف موانع غیرفنی و واردات آزاد کالا است و اگر دولت تمایل به کاهش واردات کالای مشخصی دارد باید حقوق و عوارض را به‌گونه‌ای برای آن کالا تعریف کند که واردات آن محدود شود. توقف واردات اقلام مختلف خارجی به‌منظور جلوگیری از خروج ارز در شرایط کنونی به معنای حرکت در یک مسیر اشتباه است، چراکه نیاز بازار واردات آزاد کالا است. آیا همه باید خودرو، محصولات خوراکی و ... داخلی بخرند؟ به نظر من طرح مسائلی از این دست که در شرایط حساسی قرار گرفته‌ایم و تأمین مایحتاج مردم به مسئله‌ای تبدیل شده، به انحراف کشیدن موضوع است. از دید اقتصاد آزاد چنین حرکتی از اصل درست نیست و در اقتصاد باید به سمت پذیرش مکانیسم‌های بازار برای تعیین انواع نرخ حرکت کرد. علاوه بر این، ممنوعیت واردات ۱۳۳۹ قلم کالا به کشور، افزایش قیمت این اقلام در بازار داخل را در پی دارد و مهم‌تر اینکه برخی از این اقلام، کالای موردنیاز واحدهای صنعتی است. نیاز واحدهای صنعتی تنها مواد اولیه نیست. جز مواد اولیه، اقلام امنیتی مثل دوربین، ابزارهای کنترل از راه دور، مانیتور و... مورد نیاز واحدهای تولیدی و صنعتی است. ممنوعیت واردات این مجموعه کالاها به کشور از کار انداختن موتور محرک رقابت در بین صنایع مختلف است. هر چند ظاهر ممنوعیت واردات کالا دفاع از تولید ملی را نشان می‌دهد اما در باطن، این اقدامات به صنایع آسیب می‌زند. شرایط امروز ارز و صنعت، پیامد سیاست‌های گذشته دولت است. اینکه در آینده نیز وضعیت صنایع و نرخ ارز به چه شکل است، بستگی به سیاست‌های دولت دارد. اصلی‌ترین مطالبه بخش خصوصی این است که دولت در مسیر اقتصاد آزاد حرکت کند به این معنا که نرخ ارز بین خریدار و فروشنده یعنی واردکننده و صادرکننده به‌طور توافقی تعیین شود. دولت در هفته جاری ایجاد بازار ثانویه برای ارز را تأیید کرده و این یک گام مثبت است، اما در گذشته آن قدر به عقب حرکت کردیم که با یک گام و دو گام به سرمنزل مقصود نخواهیم رسید.

دریچه

روایت بانک مرکزی از تغییرات تورم

«دلار» تورم را دو رقمی کرد

بانک مرکزی نرخ تورم در ۱۲ ماه منتهی به خردادماه ۹۷ را نسبت به مدت مشابه پارسال ۹.۴ درصد اعلام کرد. این در حالی بود که مرکز آمار نیز در روزهای گذشته نرخ تورم را افزایشی اعلام کرده بود. اما در حالی تورم در خردادماه نسبت به همین ماه در سال قبل بیش از ۱۳ درصد افزایش داشته که بانک مرکزی دلیل این رشد را التهابات ارزی اعلام کرده است. به گزارش ایسنا، تازه‌ترین آماري که بانک مرکزی از تغییرات تورم اعلام کرد نشان می‌دهد که نرخ تورم ۱۲ ماهه منتهی به خردادماه به ۹.۴ درصد رسیده که نسبت به نرخ ثبت شده در اردیبهشت‌ماه (۹.۱ درصد) حدود ۰.۳ درصد رشد دارد. اما تورم نقطه به نقطه (تغییرات شاخص در خردادماه نسبت به ماه مشابه سال قبل) به ۳.۷ درصد رسیده که بیانگر دو رقمی شدن تورم در این بخش است. تورم نقطه به نقطه در خردادماه نسبت به نرخ ۹.۷ درصدی خردادماه ۴ درصد افزایش دارد. همچنین این رشد در تورم ماهانه نیز مشاهده می‌شود به طوری که تغییر شاخص در خردادماه نسبت به اردیبهشت‌ماه ۴.۳ درصد بوده در حالی که در فاصله فروردین تا اردیبهشت‌ماه ۱.۶ درصد رشد داشته است.

بانک مرکزی دلیل افزایش نرخ تورم در خردادماه را التهابات ارزی اعلام کرده و توضیح داده است که شاخص بهای کالا و خدمات مصرفی تحت تاثیر التهابات اخیر ارزی افزایش ۴.۳ درصدی را در خردادماه نسبت به ماه قبل تجربه کرده است. افزایش نرخ تورم در هر سه بخش برای خردادماه قابل پیش‌بینی بود و البته کارشناسان انتظار داشتند که زودتر از این ماه رشد تورم اتفاق بیفتد، چرا که از اواخر سال گذشته با شدت گرفتن رشد قیمت در بازار ارز و التهابات ارزی قیمت دلار از حدود ۳۸۰۰ تومان در شهریورماه تا ۵۰۰۰ تومان تا پایان سال قبل پیش رفت و در فروردین‌ماه از ۶۰۰۰ تومان عبور کرد. دلار اکنون در بازار آزاد بیش از ۸۰۰۰ تومان معامله می‌شود هرچند که در سویی دیگر و در نتیجه اجرای سیاست ارزی دولت از فروردین‌ماه برای واردات کالا دلار با نرخ ۴۲۰۰ تومان اختصاص پیدا می‌کند، اما به هر صورت اختلاف قیمت نرخ رسمی و نرخ بازار آزاد موضوعی بود که کارشناسان نسبت به پیامدهای تومری آن هشدار داده بودند. به گزارش بانک مرکزی، نگاهی به تغییر نرخ تورم در گروه‌های مختلف نشان می‌دهد در خرداد ماه نرخ تورم در گروه «خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها» ۸.۸ درصد، «دخانیت» ۵.۴ درصد، «پوشاک و کفش» ۳.۷ درصد، «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها» ۱.۴ درصد و «اثاث، لوازم و خدمات مورد استفاده در خانه» ۳.۳ درصد بیشتر شد. همچنین این شاخص برای گروه‌های «بهداشت و درمان» ۲.۷ درصد، «حمل و نقل» ۷.۷ درصد، «ارتباطات» ۴ درصد، «تفریح و امور فرهنگی» ۳.۷ درصد، «تحصیل» ۰.۲ درصد، «رستوران و هتل» ۰.۷ درصد و «کالاها و خدمات متفرقه» ۳.۴ درصد رشد کردند. مجموع میزان تورم در خردادماه نسبت به ماه اردیبهشت در بخش کالا ۷ درصد و در بخش خدمات ۱.۶ درصد افزایش یافت.

همچنین بررسی تغییر تورم در خرداد ماه امسال نسبت به ماه مشابه پارسال بیانگر آن است که این شاخص در گروه «خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها» ۱۶.۸ درصد، «دخانیت» ۲۸.۷ درصد، «پوشاک و کفش» ۹.۸ درصد و «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها» ۰.۱ درصد بیشتر شد. این شاخص در گروه‌های «اثاث، لوازم و خدمات مورد استفاده در خانه» ۱۶.۴ درصد، «بهداشت و درمان» ۰.۹ درصد، «حمل و نقل» ۱۷.۶ درصد، «ارتباطات» ۱.۰۱ درصد، «تفریح و امور فرهنگی» ۲۴.۲ درصد، «تحصیل» ۱۳.۷ درصد، «رستوران و هتل» ۱.۲ درصد و «کالاها و خدمات متفرقه» ۲۰.۵ درصد رشد کرد.



گروه‌ها به دنبال القای اندیشه تغییر رئیس‌جمهور و انتخابات زودرس هستند که این اندیشه ریشه در خارج از کشور و همسو با تلاش‌های آمریکا و اسرائیل برای ایجاد بی‌ثباتی‌های زنجیره‌ای است. با توجه به اینکه تهران و شهرستان‌های دیگر و حتی دوردست، ظرفیت بالقوه‌ای در شکل‌گیری این اعتراضات دارند، دولت باید تصمیمات عاجل را اتخاذ کند.

سیاست‌های اقتصادی جنگی در شرایط جنگی

وی ادامه داد: با توجه به شرایط اضطرار و شرایط جنگی کشور، باید سیاست‌های اقتصادی دوران جنگ اتخاذ شود و تمرکز دولت در تخصیص منابع ارزی برای فعالیت‌های حیاتی باشد، همانطور که در دوران جنگ شاهد آن بوده‌ایم. در سال ۵۶ کل درآمدهای ارزی کشور ۶ میلیارد دلار بود که ۳ میلیارد دلار آن برای کالاهای اساسی تخصیص داده می‌شد تا جامعه دچار مشکلات مانند قطعی و بیماری‌های ایدمی نشود و این کالاهای اساسی هم باید به صورت کالاپرگ در اختیار احاد جامعه قرار بگیرد.

به نام بخش خصوصی غارتگری می‌کنند

این استاد دانشگاه ادامه داد: از سویی ارز تخصیص داده شده نباید در اختیار بخش خصوصی باشد که ترتیب‌دهنده فساد در کشور است و به نام بخش خصوصی غارتگری می‌کنند و کسانی که در درون ساختار قدرت و ثروت هستند به نوعی برنده این غارتگری هستند و حساب این بخش را باید جدا از بخش خصوصی مولد دانست. این گروه‌ها بخش اعظم منابع را به خارج انتقال داده و طیفی بزرگی را در داخل به فساد کشیده‌اند که می‌تواند آسیب‌های جدی را به نظام تصمیم‌گیری کشور وارد کند.

نابرابری‌ها منشأ خشونت‌های ویرانگر هستند

او در پاسخ به این سؤال که تأثیر این نابرابری‌ها در شرایط امروز کشور چه می‌تواند باشد، گفت: نابرابری‌هایی که به موجب این مشکلات ایجاد می‌شوند، می‌توانند منشأ خشونت‌های ویرانگر در جامعه باشند و از پیامدهای اجتماعی این نابرابری‌ها نمی‌توان به سهولت گذشت، البته تجربه برانرژی‌های دیگر گویای آن است. باید توجه داشت که عناصری با هدف براندازی ساختار سیاسی کشور در ساختار اقتصادی نفوذ کرده‌اند و با عناوین مختلف به ائتلاف منابع کشور همت گماشته‌اند و شواهد بسیاری در این مورد در اختیار داریم.

کاملاً قابل درک است و واکنشی به نوسانات شدید در اقتصاد ایران است.

راغفر یادآور شد: در سال گذشته از کل تولید ناخالص داخلی نزدیک به ۲۵ درصد آن به مصرف بخش خصوصی و ۱۵ درصد آن توسط دولت مصرف شد و جالب آنکه ۶۰ درصد آن به دلیل پایین بودن قدرت خرید مردم در انبارها ذخیره شد.

این کارشناس اقتصادی با اشاره به افزایش قیمت‌ها در ماه‌های اخیر گفت: متأسفانه ادامه این شرایط و افزایش قیمت طلا و ارز موجب ایجاد اضطراب و هراس در بین احاد مردم و فعالان اقتصادی شده و زمینه انتقال پس‌اندازها به بازارهای دیگر را فراهم کرده است و از سویی این نوسانات باعث شده تا تولیدکننده از فروش تولیدات خود نیز خودداری کرده و موجب افزایش قیمت شود.

وی اضافه کرد: باید توجه داشت که در تورم‌های انجام‌گسیخته مانند آنچه در دو ماه اخیر شاهد آن هستیم تقریباً همه اعم از تولیدکننده، فروشنده و مصرف‌کننده متضرر می‌شوند و در بلند مدت آسیب‌های جدی به ساختار سیاسی کشور وارد خواهد شد.

تضعیف رئیس‌جمهور امنیت ملی را قربانی می‌کند

راغفر در مورد دست‌های پشت‌پرده دراعتصابات اخیر گفت: من تردید دارم که دست‌های ناپیدای داخلی در اعتراضات و اعتصابات اخیر زمینه‌ساز این نابسامانی‌ها باشند و اگر این‌گونه باشد یک ناهمسویی ناخواسته با منافع دولت ترامپ و اسرائیل است. در این گونه موارد دستگاه‌های امنیتی باید نسبت به این اقدامات و پیامدهای شکننده آن حساس باشند و اخطارهای لازم به این گروه‌ها داده شود که این اقدامات به زیان منافع ملی است.

این استاد دانشگاه تصریح کرد: از سویی اگر رئیس‌جمهور از اقدامات این گروه اطلاعاتی در اختیار دارد، ابتدا باید با شخص رهبری و سران قوای دیگر و سپس با مردم در جریان بگذارد، وگرنه این‌گونه اقدامات آسیب‌های جدی برای دولت دارد. از سویی دیگر ناتوانی دولت در مواجهه با بحران‌ها و سیاست‌های ناقص می‌تواند امنیت ملی را قربانی کند که این هدف با تضعیف بیشتر رئیس‌جمهور دنبال می‌شود.

انتخابات زودرس ریشه در خارج دارد

راغفر پیشنهاد برگزاری انتخابات زودرس ریاست‌جمهوری را موجب بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی دانست و گفت: شاهد هستیم که برخی

فرصت امروز: حسین راغفر از جمله اقتصاددانان نهادگرای است که به فعالیت توامان دولت و بخش خصوصی در اقتصاد اعتقاد دارد. اگرچه به باور راغفر، نقش بخش خصوصی در فرآیند توسعه، نقشی کلیدی است، اما آنچه موجب پیچیدگی اقتصاد ایران شده است، بخش جدیدی است که به نام بخش خصوصی به دنبال «رانت» می‌گردند و غارتگری می‌کنند؛ گروهی که او نام «سرمایه‌داری رفاقتی» به آنها داده است. راغفر جدا از شمایل یک اقتصاددان، چهره‌ای ورزشی نیز هست و در دهه ۵۰ دروازه‌بان تیم‌های فوتبال راه‌آهن، ماشین‌سازی و تیم ملی جوانان ایران بود و در سال ۶۰ نیز به مدت شش ماه ریاست فدراسیون فوتبال را به عهده داشت. او پس از این تجربه کوتاه به عنوان جوان‌ترین رئیس فدراسیون فوتبال ایران به انگلستان می‌رود و در دانشگاه اسکس در شهر کولچستر، اقتصاد می‌خواند، سپس به ایران باز می‌گردد و در دانشگاه الزهراء، تدریس در همین رشته اقتصاد را پی می‌گیرد.

راغفر در تازه‌ترین اظهارنظرش بر بازگشت به سیاست‌های اقتصادی دوران جنگ تأکید کرده و معتقد است که در شرایط جنگی باید سیاست‌های اقتصادی جنگی اتخاذ شود. او در گفت‌وگو با ایلنا، تجمع روز دوشنبه در بازار تهران را نیز واکنشی به نوسانات شدید در اقتصاد ایران خوانده و با بیان اینکه کالاهای اساسی باید به صورت کالاپرگ در اختیار احاد جامعه قرار بگیرد، گفته است: شاهد هستیم که برخی گروه‌ها به دنبال القای اندیشه تغییر رئیس‌جمهور و انتخابات زودرس هستند که این اندیشه ریشه در خارج از کشور و همسو با تلاش‌های آمریکا و اسرائیل برای ایجاد بی‌ثباتی‌های زنجیره‌ای است.

راغفر درباره اعتراضات اخیر بازاریان تهران نیز گفت: زمانی که به تاریخچه اعتصابات در کشورهای مشابه که دارای شرایط امروز ایران بودند، نگاه می‌کنیم، شاهد دخالت دولت آمریکا و ایجاد بستر اعتصابات در صنوف مختلف برای تضعیف اقتصاد هدف و براندازی آن هستیم. این‌گونه سیاست‌ها در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی توسط آمریکا در کشورهای آمریکای لاتین با ساماندهی اعتصابات کامیون‌داران و صنوف مختلف در راستای براندازی صورت می‌گرفت که البته عناصر نفوذی نیز زمینه‌های بی‌ثباتی سیاسی را فراهم می‌کردند.

واکنشی به نوسان شدید در اقتصاد ایران

او ادامه داد: البته منظور من از بیان این تجربه‌ها این نیست که اعتصابات امروز بازاریان را در آن مسیر تعریف کنیم، اعتصابات امروز

وضعیت بهره‌برداری کشورهای حاشیه خزر از منابع آن

دست ایران هنوز به نفت خزر نرسیده است

اینچنین بود که همسایگان ایران در خزر از یک کشور به پنج کشور تبدیل شد. اولین کشوری که در حاشیه خزر نسبت به بهره‌برداری از خزر اقدام کرد، آذربایجان بود. تولید نفت و گاز این کشور از سال ۱۹۹۷ آغاز شد. سال ۲۰۱۶ نیز تولید از میدان شاه دنیز نیز اجرایی شد. ترکمنستان در سال ۲۰۰۷، روسیه در سال ۲۰۱۰ و قزاقستان در سال ۲۰۱۶ بهره‌برداری از تولید نفت و گاز را کلید زدند اما ایران تنها کشوری است که هنوز تولید پهنه آبی شمالی‌اش را آغاز نکرده است.

کدام توافق؟ کدام اختلاف؟

پنج کشور حاشیه دریای خزر چارچوب کنوانسیون حفاظت از محیط زیست دریایی این منطقه را در نوامبر ۲۰۰۳ در تهران امضا کردند. در بخش شمالی این دریا، کشورهای روسیه و قزاقستان در جولای ۱۹۹۸ توافق‌نامه تعیین حدود در بستر شمالی دریای خزر را برای بهره‌برداری از ذخایر این دریا امضا کرده و این توافق در بیانیه رؤسای جمهور (پوتین و نظربایف) راجع به همکاری درخصوص خزر در ۹ اکتبر ۲۰۰۰ در آستانه امضا شد. پوتین همچنین بیانیه مشترکی راجع به اصول همکاری در دریای خزر در سفر رسمی خود به باکو در تاریخ ۹ ژانویه ۲۰۰۱ امضا کرد و در خلال بازدید رسمی حیدر علی‌اف به مسکو در ژانویه ۲۰۰۲، موافقت‌نامه تحدید حدود بستر مناطق مرکزی دریای خزر امضا شد. درست قبل از آن (نوامبر ۲۰۰۱)، رؤسای جمهور قزاقستان و آذربایجان یعنی حیدر علی‌اف و نظربایف موافقت‌نامه‌ای درخصوص تقسیم بستر دریا بین آذربایجان و قزاقستان امضا کردند که در فوریه ۲۰۰۳ پروتکل تعیین حدود بستر این دریا نیز بین دو کشور

از میان پنج کشور حاضر در حاشیه دریای خزر، ایران هنوز تولیدی از نفت و گاز موجود در دریای خزر ندارد. به گزارش خبرآنلاین، بررسی‌ها نشان می‌دهد نزدیک به ۲۵.۷ میلیارد بشکه نفت و ۱۰۶ تریلیون فوت مکعب گاز در دریای خزر وجود دارد. بر این اساس از میان پنج کشورحاشیه خزر تنها ایران است که هیچ تولیدی از ذخایر نفتی و گازی خزر ندارد. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی تأکید کرده است ضرورت دارد تا کشور ایران با رفع برخی اختلافات بر سر مالکیت ذخایر نفت و گاز و همکاری با شرکت‌های دارای تکنولوژی حفاری در آب‌های عمیق از ذخایر نفت و گاز دریای خزر استفاده کند.

نفت خزر اهمیت دارد؟

حجم ذخایر نفت و گاز خزر در قیاس با ذخایر جنوبی ایران چندان بالا نیست اما با این حال به خاطر وجود بی‌ثباتی در منطقه خاورمیانه به دلیل حضور داعش در عراق و سوریه، جنگ یمن، تنش‌های ایران و عربستان سعودی به عنوان منبع اصلی نفت و گاز و تمایل کشورهای واردکننده انرژی به متنوع‌سازی مبادی انرژی، ذخایر نفت و گاز منطقه دریای خزر مورد توجه بازیگران بازار نفت و گاز از جمله چین و اتحادیه اروپا قرار گرفته است. نمونه بارز توجه این بازیگران به استفاده از انرژی منطقه دریای خزر را می‌توان در طرح‌هایی همچون طرح کریدور گازی جنوبی SGC و احداث خط لوله آسیای مرکزی به جزئی (CAGCP) مشاهده کرد.

بهره‌برداری از خزر چه زمانی آغاز شد؟

شوروی همسایه شمالی ایران در سال ۱۹۹۱ به ۱۵ کشور تجزیه شد.

نگاه



راه‌حلی برای کنترل قیمت‌ها در بازار ارز

ارز پتروشیمی‌ها را وارد بازار کنید

شرایط ملتهب بازار ارز به گونه‌ای است که نرخ دلار در بازار آزاد به صورت لحظه‌ای در حال افزایش است. این وضعیتی است که در آن ارزش ریال در سراسری کمی‌کمی کم‌تر می‌افتد. متناسب با این وضعیت قدرت خرید مردم به دلیل افزایش قیمت کالاهای وارداتی (واقعی و روانی) در بازار کاهش پیدا می‌کند.

برخی از کارشناسان علت شرایط گرانی ارز و سکه و تورم در بازارهای خودرو و مسکن را رهاسازی حجم عظیم نقدینگی ایجادشده در سال‌های آخر دوره دوم دولت احمدی‌نژاد می‌دانند؛ این نقدینگی‌ها در دوره اول دولت حسن روحانی از طریق اعطای سوده‌های بانکی بسیار بالا به سپرده‌های بانکی در همان بانک‌ها آرام گرفتند. با این حال در درازمدت بانک‌ها به دلیل مبالغ بالای پرداخت سود از سویی و از سوی دیگر رکود در بازارهای ساخت و سازی (به عنوان یکی از اصلی‌ترین منابع درآمدی آنها) با مشکل سوده‌های مواجه شدند و برای همین هم دولت در شهریورماه سال گذشته (۱۳۹۶) نرخ سود بانکی را کاهش داد.

از آنجایی که در ساختار اقتصادی کشور صنعت از جایگاه ضعیفی برخوردار است؛ سرمایه‌های خارج‌شده از بانک‌ها به جای آنکه از مجرای درست خود وارد اقتصاد شوند و ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی کنند وارد فرآیندهای سفته‌بازی شدند؛ امری که در وهله اول بازار ارز را هدف قرار داد و بعد از آن به سراغ بازارهای سکه، مسکن و بورس شد. این هجوم عظیم سرمایه‌ها به هر کدام از این حوزه‌ها باعث ایجاد تلاطمات قیمتی و در نهایت تورم شده است. در همین زمینه، محمود باغجری، استناد اقتصاد دانشگاه شهید بهشتی در گفت‌وگو با ایسنا، با توصیف شرایط حال حاضر اقتصاد ایران، تزریق ارز پتروشیمی‌ها به بازار دلار را گزینه‌ای برای بهبود وضعیت بازار دلار ارزیابی کرد.

باغجری ابتدا گریزی به شرایط خاص اقتصادی حال حاضر کشور زد و در ادامه به تشریح راه‌حل خود برای کنترل قیمت‌ها در بازار ارز پرداخت و گفت: دولت در این شرایط می‌تواند ارز شرکت‌های پتروشیمی را از طریق سامانه نیما به بازار دلار تزریق کند تا شاید بتواند بخشی از نیاز بازار ارز را جبران کند. استاد اقتصاد دانشگاه شهید بهشتی با بیان اینکه ریال در شرایط فعلی پولی داغ است در توضیح این اصطلاح گفت: در این شرایط ریال به دلیل ریسک افت ارزش به سرعت منتقل می‌شود و همین باعث می‌شود تا سرعت گردش پول به شدت بالا برود که در نهایت باعث ایجاد تورم می‌شود. در چنین شرایطی همه تلاش‌ها برای تبدیل داری‌ها به یک منبع ثروت بجااست است که ارز می‌تواند یکی از آنها باشد.

گفتنی است حرکت نقدینگی‌ها از سمت بانک‌ها به بازار از اواخر سال گذشته باعث ایجاد نوساناتی فراینده در بازار ارز، سکه، طلا، مسکن و بازار بورس شده است؛ اتفاقی که ظاهراً قرار نیست به این زودی‌ها متوقف شود.

رویتزر گزارش داد

ایران با ذخایر ارزی ۱۱۲ میلیارد دلاری
تحریم را پشت سر می‌گذارد

رویتزر در گزارشی به ذخایر ارزی ۱۱۲ میلیارد دلاری ایران پرداخت و گزارش داد: این ارقام نشان می‌دهد که احتمالاً ایران تحریم‌ها را بدون مواجهه با یک بحران پرداخت‌های خارجی پشت سر خواهد گذاشت.

به گزارش تسنیم به نقل از رویتزر، در حالی که روز دوشنبه تهران شاهد تجمعاتی در اعتراض به اکتاف بی‌سابقه ارزش ریال بود، دولت ایران واردات بیش از ۱۳۰۰ قلم کالا را ممنوع کرده و اقتصاد خود را برای مقاومت در برابر تحریم‌های آمریکا آماده می‌کند.

محمد شریعتمداری، وزیر صنعت، معدن و تجارت ایران دستور ممنوعیت واردات ۱۳۳۹ قلم کالا را صادر کرده که امکان تولید این کالاها در داخل کشور وجود دارد. از جمله این کالاها می‌توان به لوازم خانگی، محصولات نساجی، کفش و محصولات چرمی و همچنین مبلان، تولیدات درمانی و برخی ماشین‌آلات اشاره کرد. صدور این دستور نشان می‌دهد که تهدید آمریکا به وضع تحریم‌های جدید، تهران را وادار به اجرائی کردن «اقتصاد مقاومتی» کرده که هدف از آن حفاظت از منابع ارزی کشور و خودکفایی در تولید بسیاری از کالاهاست. ریال ایران تحت فشار شدید تهدید ناشی از تحریم‌های آمریکا قرار دارد. به گفته رسانه‌های داخلی ایران، ارزش هر دلار آمریکا که سال گذشته ۴۲ هزار و ۸۹۰ ریال بود، در روز دوشنبه تا رقم ۸۷هزار ریال بالا رفته بود.

پس از آنکه دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا تصمیم به خروج از برجام گرفت، قرار است برخی از تحریم‌های آمریکا در اوت و برخی دیگر در ماه نوامبر اجرائی شود.

پس از آنکه در ژانویه ۲۰۱۶ به موجب برجام بسیاری از تحریم‌های غرب برداشته شد، ایران سیاست «اقتصاد مقاومتی» را به حاشیه راند. دولت روحانی طرح‌هایی را برای افزایش تجارت خارجی اعلام کرد و نقش بیشتری به شرکت‌های خارجی در اقتصاد ایران بخشید. اما اکنون که درهای اقتصاد ایران مجدداً در حال بسته‌شدن به روی بسیاری از کالاهای خارجی است و دولت در حال حمایت از شرکت‌های داخلی، این اهداف بیش از همیشه دور از دسترس به نظر می‌رسند.

عمادی، اقتصاددان ایرانی که ریاست بخش تحلیل ریسک انرژی موسسه بنام‌تراکس لندن را برعهده دارد، گفت که تهدید ناشی از تحریم‌ها، در حال تقویت علاقه‌مندی دولت ایران به کنترل بیشتر اقتصاد کشور است. وی افزود: «طی ماه‌های آینده، ما شاهد مداخله بیشتر دولت در اقتصاد کشور خواهیم بود.»

یکی از نتایج این مداخله، احتمالاً افزایش نقش آفرینی دولت در بخش تجارت خارجی غیرنفتی خواهد بود. عمادی و دیگر اقتصاددانان ایرانی خاطرنشان می‌سازند که ممنوعیت واردات کالاهای مختلف در دوره قبلی تحریم‌ها یعنی قبل از سال ۲۰۱۶، چندان موفقیت‌آمیز نبود. در نتیجه گسترش فساد و قاچاق، بسیاری از محصولات خارجی با قیمتی بالاتر وارد کشور شدند و این به نفع تجار و فعالان اقتصادی‌ای تمام شد که روابط نزدیکی با دولتی‌ها داشتند.



اسفغانی - مدیرکل تعزیرات حکومتی استان تهران - درخصوص لیست اعلام‌شده از سوی وزارت ارتباطات مبنی بر نام شرکت‌هایی که ارز دولتی دریافت کرده‌اند، گفت: لیستی از سوی وزارت ارتباطات در این خصوص اعلام شده و ما در حال بررسی این موضوع هستیم که میزان ارز دریافتی آنها چقدر بوده و چه میزان کالا براساس این ارز وارد کرده‌اند.

وی افزود: با توجه به اینکه این لیست امروز اعلام شده، در حال بررسی این موضوع هستیم. با انجمن واردکنندگان موبایل نیز جلسهای داشته‌ام و در حال بررسی دلایل آنها هستیم که اگر به این نتیجه برسیم که گرانفروشی صورت گرفته، به طور قطع و یقین با آنها برخورد می‌شود.

محمود نوایی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز در این باره توضیح داد که اگر ما شرایط حال حاضر را مدیریت نکنیم بهبودی حاصل نمی‌شود. در حالی که بازار مسیر خود را طی می‌کند، تکانه‌هایی که در بازار ایجاد شده از نظر روانی نامانی ایجاد کرده است و برخی به آن دامن می‌زنند. به واردکنندگان کالا اعلام کردیم کسانی که دلار ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند مطابق خوداظهاری، کالاهای خود را بر مبنای ضوابط عمومی قیمت‌گذاری اعلام کنند. البته به خوداظهاری آنها اکتفا نکرده و اگر قیمت کالایی بر مبنای محاسبات ما قیمت بی‌ربط و غیرمعتاد بود، سعی می‌کنیم در کوتاه‌ترین زمان از بانک مرکزی هم این موضوع را پیگیری کنیم. این لیست به محض اعلام بانک مرکزی در سامانه ۱۳۴ سازمان حمایت قرار می‌گیرد که ما به سامانه ارزی آنها دسترسی داشته باشیم و بتوانیم قیمت‌ها را به صورت برخط در اختیار مردم قرار دهیم.

وی اضافه کرد که در حال حاضر نمی‌توان گفت آن مقدار ارزی که هنوز وارد نشده صرف موارد دیگری شده و ممکن است این واردات در حال حمل باشد، اما باید این موضوع پیگیری شود. هر کس ارز دولتی گرفته باید پاسخگوی واردات کالایش باشد در غیر این صورت از دو تا پنج برابر به عنوان قاچاق ارز جریمه خواهد شد. همانطور که در قانون تعزیرات عنوان شده که اگر واردکننده ارز را بگیرد و کالا وارد نکند جریمه می‌شود. گرانی تقصیر مردم نیست، اما آنها به خدمتگزاران خود کمک کنند. بدین ترتیب که در صورتی که در حق شان اجحاف می‌شود و با گرانی مواجه می‌شوند با سامانه ۱۳۴ سازمان که از سال ۱۳۷۳ دایر است و سامانه ۱۳۵ تعزیرات که در جهت هم‌افزایی در رسیدگی به امور مردم است، تماس بگیرند و تقاضای رسیدگی داشته باشند تا ما بتوانیم آن را بررسی کنیم.

با انتشار فهرست واردکنندگان گوشی همراه با ارز دولتی

۲۲۰ میلیون یورو ارز دولتی کجا رفت؟

واردات این کالا از سوی وزیر ارتباطات، این سوال مطرح می‌شود که ۱۴۵ میلیون یورو ارز تخصیص داده شده به واردکنندگان چرا هنوز به گوشی تبدیل نشده است و همچنین چرا گوشی‌هایی هم که با ارز دولتی وارد شده‌اند به قیمت مناسب در بازار فروخته نشده است که البته ضعف نظارت در این زمینه را نشان می‌دهد.

به گزارش ایسنا، در پی اظهارات واردکنندگان تلفن همراه مبنی بر دریافت نکردن دلار ۴۲۰۰ تومانی و همچنین اعتراض کسبه بازار علاءالدین در خیابان جمهوری، وزیر ارتباطات فهرست واردکنندگان گوشی موبایل با ارز دولتی را منتشر کرد که بر این اساس رقم کل ارز اختصاص‌یافته به ۴۰ شرکت مذکور ۲۲۰ میلیون و ۶۴۳ هزار و ۲۰۶ یورو را شامل می‌شود که تاکنون محموله‌هایی با مجموع رقم ۷۵ میلیون و ۲۸۳ هزار و ۸۶۰ یورو با عاملیت ۳۰ شرکت واردکننده از گمرک ترخیص شده است که به حدود ۳۴ درصد می‌رسد که باید گفت مابقی این ارز دولتی کجااست؟

البته آقای وزیر گرانی‌های غیرمعمول گوشی تلفن همراه در کشور را نشانه سودجویی برخی افراد و عرضه گوشی‌هایی که همگی از ارز دولتی استفاده کردند اما با نرخ آزاد در بازار فروخته‌اند، عنوان کرد.

همچنین آذری جهرمی علاوه بر انتشار لیست شرکت‌هایی که از ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات بهره برده‌اند، در راستای اشفاق حقوق مصرف‌کنندگان اعلام کرد که از طریق سامانه ۱۳۷۷۷، امکان استعلام شماره سریال تلفن همراه و دریافت پاسخ درخصوص تامین گوشی تلفن همراه از طریق ارز ۴۲۰۰ تومانی فراهم شده است و همه زیان‌دیدگان می‌توانند از طریق تعزیرات زبان خود را جبران کنند و برای خریدهای آتی می‌توانند از نحوه واردات گوشی مطلع شوند.

اما چند سوال مطرح می‌شود که البته اتحادیه‌ها و واحدهای صنفی مرتبط با واردات و فروش تلفن همراه با وجود پیگیری‌های فراوان خبرنگار ایسنا، حاضر به پاسخگویی به آنها نشدند. اول اینکه چرا با وجود تخصیص ارز دولتی، بارها نسبت به عدم تخصیص آن اعتراض می‌کردند و حالا که این لیست منتشر شده باید پاسخگو باشند که چرا هنوز حدود ۱۴۵ میلیون یورویی که به صورت گوشی تلفن همراه به کشور وارد نشده، کجااست؟ چرا کسبه همچنان نسبت به نابسامانی ارز و نوسان قیمت اعتراض دارند و حتی آنهایی که از ارز ۴۲۰۰ تومانی استفاده کرده‌اند، قیمت محصولاتشان با نرخ آزاد است؟

همچنین جای سوال است که دستگاه‌های نظارتی تاکنون کجا بوده‌اند و چرا نظارت و رصد خود را از ابتدا انجام نداده بودند که چنین اتفاقاتی باعث برهم‌خوردن بازار شود؟

در پی این اظهارات و افشاکرگی‌های توییتی آقای وزیر، محمدعلی با دستور رئیس‌جمهور به سیف و شریعتمداری

اسامی دریافت‌کنندگان دلار ۴۲۰۰ تومانی اعلام می‌شود

از درآمدهای نفتی به نرخ هر دلار ۴۲۰۰ تومان تأمین ارز خواهد کرد و به ازای هر دلار نیز ۴۰۰ تومان به این واردات یارانه می‌پردازد تا همچنان کالاهای اساسی با نرخ دلار نزدیک به ارزش مبادله‌ای سابق وارد شوند. همچنین طبق اعلام دولت مقرر شد مواد اولیه و ماشین‌آلات و کالاهای مورد نیاز کارخانه‌ها نیز از طریق سامانه نیما و از محل ارز حاصل از صادرات پتروشیمی، فرآورده‌های نفتی و فلزی به نرخ هر دلار ۴۲۰۰ تومان تأمین شود و واردکنندگان برای فروش کالاهای خود در سطح بازار از قیمت‌گذاری بر مبنای دلار ۴۲۰۰ تومانی تبعیت کنند اما عملاً چنین اتفاقی در بازار رخ نداد.

مشکل از اینجا شروع شد که با وجود تخصیص دلار دولتی ۳۸۰۰ و ۴۲۰۰ تومانی به واردات، قیمت کالاها در سطح بازار همیای رشد قیمت دلار افزایش یافت و فرقیه رانت‌خواری گیرندگان دلار دولتی را تقویت کرد. در این وضعیت غلامحسین شافعی، رئیس اتاق ایران در نامه‌ای به رئیس‌کل بانک مرکزی درخواست را کرد به‌منظور ایجاد شفافیت در بازار، فهرست واردکنندگانی که تاکنون ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند در اختیار پارلمان بخش خصوصی قرار گیرد. انتشار عمومی دریافت‌کنندگان ارز دولتی برای واردات علاوه بر اینکه می‌تواند برای افزایش آگاهی بازار و مصرف‌کننده موثر باشد، دست دستگاه‌های بازرسی و تعزیرات را نیز در مقابله با سوءاستفاده‌ها بزرگتر می‌کند.

به‌عنوان نمونه، در شرایطی که واردکنندگان رسمی گوشی‌های تلفن

فرصت امروز: فضای اقتصاد ایران کماکان آشفته است. پس از آنکه وزیر ارتباطات در پی اعتراض کسبه بازار علاءالدین در خیابان جمهوری، فهرست واردکنندگان گوشی موبایل با ارز دولتی را منتشر کرد، سوال‌های بی‌شماری در این میان شکل گرفت که پاسخ به آنها و ایجاد شفافیت می‌تواند تا حد زیادی از این فضای آشفتنگی کم کند. تا جایی که رئیس‌جمهور نیز روز گذشته به رئیس‌کل بانک مرکزی و وزیر صنعت، معدن و تجارت دستور داد تا اسامی دریافت‌کنندگان دلار ۴۲۰۰ تومانی را اعلام کنند. به گفته روحانی، مردم باید بدانند که چه کسی، برای چه امری و به چه میزان ارز دولتی دریافت کرده است. رئیس‌جمهور این سخنان را در همایش سراسری قوه قضاییه بیان کرد و حالا با دستور روحانی، اسامی همه کسانی که دلار دولتی دریافت کرده‌اند نیز منتشر خواهد شد.

اما با انتشار فهرست واردکنندگان گوشی موبایل با ارز دولتی از سوی محمدجواد آذری جهرمی، فضای مجازی و رسانه‌ها این روزها پر از گمانه‌زنی‌های عجیب درباره بسیاری از اشخاص و در فضاهای مجازی، که اقدام به واردات گوشی کرده‌اند. در واقع، در فهرستی که وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از شرکت‌هایی که در سه ماه گذشته ارز مبادله‌ای دریافت کرده‌اند و میزان وارداتی که در این مدت انجام داده‌اند، منتشر کرده، اسامی ۴۰ شرکت دیده می‌شود که در سه ماه گذشته در مجموع ۲۲۰ میلیون یورو ارز به نرخ دولتی گرفته‌اند، اما در عمل فقط ۳۰ شرکت از این میان جمعاً ۷۵ میلیون یورو واردات انجام داده‌اند.

همچنین ابراهیم درستی، نایب‌رئیس اتاق اصناف از واردات تلفن همراه با ارز ۴۲۰۰ تومانی توسط یک شرکت دام و طیور خبر داده و گفته است که این شرکت واردکننده دام و طیور اقدام به دریافت ارز و واردات تلفن همراه می‌کرده است. در عین حال، در فضای مجازی، تصویر شخصی منتشر شده که کمتر از یک ماه است «خرید و فروش و واردات تلفن همراه» به اساسنامه شرکتش اضافه شده است، اما در همین کمتر از یک ماه، توانسته بیشتر از شرکت‌های قدیمی و حرفه‌ای، ارز برای واردات گوشی موبایل دریافت کند. در واقع این شرکت در اوج نوسان‌های ارزی، در عرض فقط ۲۶ روز پس از آگهی تأسیس، بیشتر از ۲۶ میلیون یورو ارز دولتی گرفته که معادل ۱۳۰۰ میلیارد ریال را به بانک عامل پرداخت کرده و بیش از ۱۰ میلیون یورو گوشی وارد کرده است.

۱۴۵ میلیون یورویی که معلوم نیست کجااست

از سوی دیگر، پس از اعلام پرداخت بیش از ۲۲۰ میلیون یورو ارز برای واردات موبایل و انتشار فهرست دریافت‌کنندگان ارز دولتی برای

رئیس‌جمهور به رئیس‌کل بانک مرکزی و وزیر صنعت، معدن و تجارت دستور داد تا اسامی دریافت‌کنندگان دلار ۴۲۰۰ تومانی را افشا کنند. به گفته روحانی، مردم باید بدانند که چه کسی، برای چه امری و به چه میزان ارز دولتی دریافت کرده است. رئیس‌جمهور این سخنان را در همایش سراسری قوه قضاییه بیان کرد و حالا با دستور روحانی، نام همه کسانی که دلار دولتی دریافت کرده‌اند، منتشر خواهد شد.

پس از تصمیم هیات اقتصادی دولت مبنی بر یکسان‌سازی نرخ ارز، مقرر شد صادرکنندگان ارز حاصل از صادرات خود را به نرخ مصوب در سامانه نیما عرضه کنند و در مقابل دولت متعهد شد کلیه نیازهای ارزی به‌ویژه برای واردات کالا را از طریق این سامانه و با همین نرخ مصوب تأمین کند تا قیمت کالا در سطح بازار دچار تحول نشود. این تصمیم دولت که با واکنش متفاوت مردم و کارشناسان همراه بود، در وهله اول این انتقاد را برانگیخت که تخصیص ارز دولتی به کلیه واردات می‌تواند موجب ترغیب افزایش واردات کالا به کشور شود و منابع ارزی را به باد دهد.

در ادامه البته تغییراتی در سیاست‌گذاری‌های ارزی دولت ایجاد شد و بدست‌یابی کالاهای وارداتی به چهار گروه، ضمن ممنوع‌شدن واردات کالاهای غیرضروری و لوکس گروه ۴، زمینه‌هایی برای فروش توافقی ارز حاصل از صادرات بخش خصوصی به واردکنندگان کالاهای گروه سوم فراهم آمد.

در این وضعیت دولت اعلام کرد کلیه کالاهای اساسی را با ارز حاصل

بانکنامه



بانک پاسارگاد به کانون بانک‌های ایرانی در اروپا پیوست

بانک پاسارگاد با دریافت لوح عضویت از کانون بانک‌های ایرانی در اروپا - فرانکفورت به این مجموعه پیوست. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، این بانک با دریافت لوح از مدیریت کانون بانک‌های ایرانی در اروپا - فرانکفورت به مجموعه بانک‌های این کانون پیوست. کانون بانک‌های ایرانی در اروپا (Association of Iranian Banks in Europe) به عنوان یک نهاد مستقل با هدف تحکیم روابط اقتصادی و بانکی و تسهیل در تجارت بین ایران و اروپا در پاییز سال ۱۳۹۶ در آلمان تأسیس شد. به جز بانک‌هایی که شعبه یا دفتر نمایندگی یا زیرمجموعه‌ای در اروپا در اختیار داشته باشند، برخی شرکت‌ها و اشخاص حقیقی ذی‌نفع در تجارت بین ایران و اروپا نیز قادر به عضویت در این کانون هستند. در حال حاضر به جز بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و پژوهشکده پولی و بانکی، پنج بانک دولتی، یک بانک نیمه‌دولتی و یک بانک خصوصی در کنار بانک پاسارگاد به عضویت این کانون درآمده‌اند.

ربیعی خیر داد

بورس ارز برای تبادلات مردم تشکیل می‌شود

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی از تشکیل بازار ثانویه بورس ارز برای سهولت تبادلات مردم خبر داد و گفت: با وجود فشارها و تحریم‌ها نه تولید نفت‌مان کم شده و نه فروش نفت پایین آمده است؛ مردم مطمئن باشند کالاها و مایحتاج ضروری آنها با همین قیمت تأمین خواهد شد. به گزارش خبرگزاری‌ها، علی ربیعی در جمع خبرنگاران با بیان اینکه صادرات اقتصاد در سطح کلان بهم نخورده است، گفت: تنها چیزی که در بازارهای داخلی ارز و سکه تنش ایجاد کرده و موجب سئوداگری و ناآرامی‌های اخیر شده، هجوم عده‌ای خاص است که پول زیادی دست‌شان است و دولت در حال شناسایی آنهاست. وی تأکید کرد: دولت تلاش می‌کند تا تصمیم درست و مناسبی در سریع‌ترین زمان در پیش بگیرد و بازار را تحت کنترل درآورد و این را بدانید که تنش‌های اخیر نمی‌تواند ادامه داشته باشد و به اقتصاد کشور ضربه بزند. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی از اتخاذ تصمیماتی در دولت برای تأمین کالاهای مرتبط با زندگی روزمره مردم خبر داد و گفت: مایحتاج ضروری مردم با همین قیمت تأمین می‌شود و مردم نگران نباشند.

به گفته ربیعی کالاهایی که ممکن است در سید هزینه بیش از ۵۰ میلیون خنوار ایرانی تأثیر بگذارد، تحت کنترل است و کمترین اثر را خواهد دید. او ادامه داد: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و تمام بدنه اجرائی دولت، از زندگی اقتصادی و اجتماعی مردم محافظت می‌کنند. ربیعی که در دوره آموزش بین‌المللی آکادمی مشاغل سبز سخن می‌گفت، افزود: حمایت از کالای ایرانی و اشتغال مبتنی بر تولید ایرانی و اشتغال خوداتکالی نزدیک‌تر به اقتصاد سبز در جهت افزایش رضایت اجتماعی در بدنه اجرائی دولت پیگیری می‌شود. وی با اشاره به مفاهیم توسعه، افزود: به‌طور قطع امروزه توسعه مفهوم شادی، نشاط و رضایت مردم است که با نوع مشاغل سبز نسبت بیشتری دارد و ناگزیریم جهت‌گیری‌های بنیادی را به سمت اقتصاد سبز هدف‌گذاری کنیم. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با بیان اینکه سود حاصل از اقتصاد سبز، سود اجتماعی و بین‌نسلی است، تأکید کرد: همچنین برای دستیابی به اقتصاد سبز باید کارآفرینان سبز با شاخص‌ها و مزیت‌های اجتماعی تعریف شوند.

ربیعی تصریح کرد: اقتصاد سبز نیازمند زیرساخت‌های فکری و فرهنگ متناسب با این نوع از اقتصاد است. وی با اشاره به اینکه براساس نفع جمعی باید به سمتی حرکت کنیم که نفع جمعی در راستای اقتصاد سبز باشد، یادآور شد: در شرایط تحریم فرصت مناسبی برای حمایت از تولید و اشتغال تولیدمحور پیش آمده است. ربیعی خاطرنشان کرد: طرح توسعه اشتغال روستایی و اشتغال سبز به یکدیگر گره خورده است و زنجیره کردن بخش‌های اقتصادی از جمله برنامه‌های وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به شمار می‌رود که با همکاری نهادهای مختلف و مرتبط در حال انجام است.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با تأکید بر اینکه قطعا جهت‌گیری‌های جدید در حوزه کارآفرینی در راستای کارآفرینی و اقتصاد سبز است، تصریح کرد: می‌توان با همکاری سازمان محیط‌زیست سامانه اقتصاد سبز را راه‌اندازی کرد.

رقابت صاحبان نقدینگی و بانک مرکزی بر سر سرمایه‌های سرگردان

نقشه راه نقدینگی

سوی بانک مرکزی، به‌ویژه در سررسیدهای نزدیک شامل یک‌ماهه، سه‌ماهه و شش‌ماهه را خریداری کنند تا با فروش در بازار آزاد از گپ قیمتی آن بهره ببرند. تعداد سکه پیش‌فروش شده از سوی شعب منتخب بانک ملی به سقف ظرفیت ضرایخانه بانک مرکزی رسید و این نهاد به‌ترتیب سررسیدهای یک‌ماهه، سه‌ماهه و شش‌ماهه را از فهرست پیش‌خرید خط زد و در ادامه نیز به‌طور کلی طرح پیش‌فروش سکه را متوقف کرد.

آرامش ۱۰ هزار میلیارد تومانی

آمارهای ارائه‌شده از سوی مسعود رحیمی، مدیرکل ریالی و نشر بانک مرکزی حاکی از این است که در یک دوره ۲۰ روزه حدود ۷ میلیون قطعه سکه تمام‌بهار آزادی پیش‌فروش شده که سهم قابل توجهی از آنها مربوط به سررسیدهای نزدیک بوده است. با احتساب وزن ۸.۱۳۳ گرم برای هر سکه، مجموع وزن آن به ۵۶ تن و ۹۳۱ کیلوگرم می‌رسد. بخش عمده این پیش‌فروش‌ها به سررسیدهای کوتاه‌مدت یک تا ۹ ماهه با قیمت یک‌میلیون و ۵۹۰ هزار تومان تا یک‌میلیون و ۴۱۰ هزار تومان تعلق داشته است. البته در این میان سکه‌هایی با سررسیدهای یک‌ساله، ۱۸ ماهه و دوساله نیز با دامنه قیمتی از یک‌میلیون و ۳۵۰ هزار تومان تا یک‌میلیون و ۱۶۰ هزار تومان پیش‌فروش شد که استقبال کمتری از آنها صورت گرفت. بر این مبنای اگر میانگین قیمت در پیش‌فروش سکه یک‌میلیون و ۴۰۰ هزار تومان در نظر گرفته شود، طی برنامه بانک مرکزی حدود ۹ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان نقدینگی جذب شده است.

تقسیم سررده‌های بانکی

آمارهای رسمی بانک مرکزی از وضعیت شاخص‌های کلان پولی در بهمن‌ماه سال گذشته نشان می‌دهد از کل حدود ۱۴۹۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی، تنها ۱۲.۴ درصد آن در قالب پول شامل اسکناس، مسکوک و سررده‌های دیداری بانک‌ها و ۸۷.۶ درصد آن شامل سررده‌های غیردیداری نزد بانک‌ها از جمله سررده‌های سرمایه‌گذاری مدته‌دار و قرض‌الحسنه بوده است. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که از کل ۱۴۹۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی کل کشور در پایان بهمن‌ماه پارسال، ۴۴۱.۹ هزار میلیارد تومان معادل ۲۹.۷ درصد در قالب سررده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت و ۷۵۶.۹ هزار میلیارد تومان معادل ۵۱.۴ درصد در قالب سررده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت نزد بانک‌ها سپرده‌گذاری شده است و ۵.۱ درصد از کل نقدینگی کشور معادل ۷۵.۴ هزار میلیارد تومان به سررده‌های قرض‌الحسنه مردم اختصاص دارد. در پایان بهمن‌ماه سال گذشته سررده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت بانکی نسبت به پایان سال ۱۳۹۵ کاهش ۱۶.۴ درصدی داشته درحالی‌که سررده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت مردم نزد بانک‌ها در این مدت ۵۸.۴ درصد رشد کرده است. این تغییر در ترکیب نقدینگی و جابه‌جایی پول‌ها در شبکه بانکی کشور عمدتاً ناشی از سیاست کاهش نرخ سود سررده‌های علی‌الحساب بانک‌ها در شهریورماه ۱۳۹۶ بوده است.

ریال از سوی صاحبان نقدینگی به عنوان خطر از دست رفتن ارزش دارایی تلقی شد، بنابراین بانک مرکزی تصمیم گرفت ابزاری را برای جذب نقدینگی سرگردان به سیستم رسمی پول طراحی کند. گواهی سپرده ریالی با سود ۲۰ درصد، گواهی سپرده ارزی با سود ۶ درصد و پیش‌فروش سکه در دستور کار قرار گرفت تا نقدینگی لزان به جای هجوم به بازارهای طلا و ارز وارد چرخه بانکی شود. این ابزارهای حدوداً ۲۵۰ هزار میلیارد تومان از نقدینگی کشور را به زیر چتر خود آورد که معادل یک‌ششم کل نقدینگی کشور است. بانک مرکزی توانست ماهیت حدود ۱۷ درصد از کل نقدینگی کشور را برای حداقل یک سال از شکل خطرناک به شکلی نسبتاً امن و بی‌خطر تبدیل کند. در این فرآیند ۲۴۰ هزار میلیارد تومان از نقدینگی خطرناک با فروش گواهی سپرده بانکی با سود ۲۰ درصد برای یک سال از هجوم به بازارهای مالی منصرف شد. اظهارات متولیان بازار پول حاکی از این است که بخش



عمده این مبلغ (حدود ۲۳۵ هزار میلیارد تومان) از محل سررده‌های کوتاه‌مدت بوده که توسط صاحبان سپرده و برای گرفتن ۵ درصد سود بیشتر به گواهی سپرده ۲۰ درصد با نرخ بازخرید قبل از موعد ۱۴ درصد تبدیل شد. در این میان مبالغ کمتری نیز در قالب گواهی سپرده ریالی مبتنی بر ارز اختصاص یافت که در سررسیدهای یک و دوساله در بانک‌ها افتتاح شد. بانک مرکزی با هدف مهار نقدینگی خطرناک توانست رقمی در حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان را در طرح پیش‌فروش سکه جذب کند. زمانی که هیأت اقتصادی دولت یکسان‌سازی نرخ ارز را در دستور کار قرار داد، عملاً بازار ارز آزاد و سرمایه‌گذاری در آن برچیده شد، اما بانک مرکزی برای مهار نقدینگی سرگردانی که به بازار ارز هجوم آورده بود، برنامه‌ای برای پیش‌فروش سکه در هفت سررسید از یک‌ماهه تا دوساله ارائه داد. بر همین اساس، صاحبان سرمایه به‌جای خرید نقدی سکه از بازار، ترجیح دادند سکه‌های پیش‌فروش‌شده از

میزان نقدینگی موجود در جامعه از یک هزار و ۵۰۰ هزار میلیارد تومان هم عبور کرده است. اما در محاسبات بانکی بخشی از این نقدینگی در دسترس اشخاص است و قابلیت جابه‌جایی سریع دارد، چنانچه رهگیری نقدینگی کشور می‌تواند نقشه پول‌ها را نشان دهد. تنها ۲.۴ درصد از نقدینگی کل کشور در قالب اسکناس و مسکوک در دست اشخاص است و مابقی با ابزارهای مختلف در کنترل سیستم بانکی است. البته سپرده اشخاص نزد بانک‌ها نیز قابلیت جابه‌جایی و تغییر وضعیت در صورت تصمیم صاحبان سپرده را دارد. به گزارش آینده‌نگر، هرگاه صاحبان سپرده‌های کوتاه‌مدت یا مدته‌دار احساس کنند در بازارهای مالی سود بیشتری نسبت به سود تضمین‌شده بانکی کسب می‌شود، می‌توانند مسیر جدیدی را برای نقدینگی در دسترس یا همان نقدینگی سرگردان رقم بزنند. رویدادهایی که در بازار طلا و ارز طی ماه‌های پایانی سال ۹۶ و اوایل سال ۹۷ رقم خورد ناشی از تقویت همین احساس در صاحبان سپرده بود. تلاش آنها برای جابه‌جایی پول‌ها و کوشش بانک مرکزی برای مهار آن منجر به رقابتی نفسگیر برای سیاست‌گذاران و سرمایه‌داران شد.

شروع یک تنش

ماجرای زمانی آغاز شد که اصلاحات در بازار پول به نقطه اوج خود رسید. موسسات مالی غیرمجاز جمع‌آوری شدند تا حدود ۲۰ درصد از نقدینگی کشور از بازار غیرمستلک پولی به سمت بازار رسمی پول هدایت شود. در این راه اما چالش‌هایی خود را نشان داد. اعتراض‌های گروهی از سوی سپرده‌گذاران موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز کار را به نشست سران قوا کشاند تا تصمیم سخت برای بانک مرکزی گرفته شود. مطالبات سپرده‌گذاران قبل از فروش اموال موسسات مالی از سوی بانک مرکزی تأمین شد تا ۲۰ هزار میلیارد تومان خط اعتباری به عنوان پول پر قدرت راهی اقتصاد ایران شود. این تزریق به رشد قابل توجه پایه پولی در این دوره زمانی منجر شده است. چند ماه قبل از آن نیز سختگیری بر سر رعایت نرخ سود ۱۵ درصدی در بانک‌ها و همچنین ساماندهی صندوق‌های سرمایه‌گذاری در بورس که عملاً پوششی برای پرداخت سودهای بالای ۲۰ درصد به سپرده بانکی بود، موجب شد تا برخی از سپرده‌ها در وضعیت لزان قرار گیرد. نام نقدینگی سرگردان به این دلیل رواج یافته که می‌تواند به سرعت به سمت بازار پرسود کوچ کند. این کوچ زمانی آغاز شد که به دلیل التهابات سیاسی حول برجام، بازار سکه و ارز با تشنج مواجه شد. اواخر سال ۱۳۹۶ قیمت دلار از ثبات چهار ساله فاصله گرفت و بازار مسکوکات نیز جلودار گرانی شد. تجربه افول ارزش پول ملی در سال ۹۱ موجب شد تا خیلی‌ها منتظر بهبود اوضاع نمانند و وارد بازارهای طلا و ارز شوند. هجوم بیشتر به این بازارها خود دامنه نوسانات قیمت را گسترده‌تر کرد و کنترل آن از دست سیاست‌گذاران نیز خارج شد.

پول داغ کجا می‌رود؟

حکایت پول داغ دوباره پس از پنج سال زنده شد و نگاه‌داشتن

اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران

آگهی دعوت
به مجمع عمومی عادی سالیانه

بدینوسیله از اعضای محترم اتحادیه دعوت می‌شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه اتحادیه در تاریخ ۹۷/۰۴/۲۴ حضور بهم رسانند.

دستور جلسه:

- ۱- گزارش هیات مدیره پیرامون عملکرد سال ۱۳۹۶
- ۲- گزارش صورت‌های مالی سال ۱۳۹۶
- ۳- گزارش پیش‌بینی بودجه سال جاری
- ۴- گزارش بازرسی اتحادیه
- ۵- تصویب صورت‌های مالی سال ۱۳۹۶ و پیش‌بینی بودجه سال جاری
- ۶- پیشنهاد افزایش حق عضویت سالیانه اتحادیه به میزان ۱۵ درصد
- ۷- تعیین میزان ورودیه اعضای جدید
- ۸- انتخاب روزنامه کثیرالانتشار
- ۹- انتخاب بازرسی

زمان: روز سه‌شنبه ۹۷/۰۴/۲۴ رأس ساعت ۱۷ مکان: سالن اجتماعات طبقه دهم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

هیات مدیره اتحادیه

آگهی فراخوان عمومی ارزیابی کیفی

اداره کل راه و شهرسازی استان بوشهر (منطقه گزار) در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی برای مناقشه عمومی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید.

ردیف	شماره مناقشه	موضوع ارزیابی	بر آورد تقریبی «ریال»	نظارت دستگاه	حداقل شرایط مجاز برای دریافت اسناد	شماره ثبت فراخوان در سامانه
۱	۹۷-۰۷	ارزیابی کیفی پروژه توسعه ساختمان دیوان محاسبات استان بوشهر	۴۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	معاونت مهندسی و ساخت	صلاحیت پیمانکاری رتبه ۴ اینته	۲۰۰۹۷۳۳۸۹۰۰۰۰۱۷

کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد ارزیابی کیفی و تحویل اسناد ارزیابی کیفی و تحویل اسناد ارزیابی کیفی به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقشه گران در صورت عدم عضویت قبلی کلیه مراحل ثبت نام در سایت مذکور را جهت دریافت گواهی انضام الکترونیکی اقدام کرده و در مناقشه اعلام شده شرکت کنند.

محل دریافت اسناد ارزیابی مناقشه گران جهت دریافت اسناد ارزیابی به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند. مهلت زمانی دریافت ارزیابی از سامانه ستاد: از ساعت ۱۰ صبح روز پنج شنبه ۹۷/۰۴/۰۲ لغایت ساعت ۱۳ ظهر روز چهارشنبه ۹۷/۰۴/۱۳ آخرین مهلت زمانی بازگشایی پاکت ارزیابی و مدارک: تا ساعت ۱۳ مورخ ۹۷/۰۴/۲۸ مورخ ۹۷/۰۴/۳۰ صبح مورخ ۹۷/۰۴/۳۰ مهلت مناقشه گران جهت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد ارزیابی به اداره پیمان و رسیدگی به آدرس بوشهر ابتدای بولوار سپهد قری اداره کل راه و شهرسازی استان بوشهر ساختمان شماره ۲ مراجعه نمایند. برای کسب اطلاعات بیشتر به آدرس <http://iets.mporg.ir> مراجعه نمایند. مناقشه خواهد بود. اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه ۰۲۱-۴۱۹۳۴ می‌باشد.

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی استان بوشهر

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۴/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۴/۲۷

برای نخستین بار در استان برگزار شد:

اولین همایش تجلیل از بهبودیافتگان
ماده ۱۶ بهزیستی مازندران

یکی از اقدامات خوبی که با همکاری ستاد مبارزه با مواد مخدر استان انجام شد، کارزار رسانه ای مبارزه با مصرف گل بود که پس از تجربه موفق کارزار رسانه ای مبارزه با مصرف شیشه در استان، جهت آگاه سازی خانواده ها اتفاق افتاد. وی ضمن خرسندی از اقدامات مناسبی که در بحث درمان صورت گرفته است، با تأکید بر اهمیت ادامه اقدامات حمایتی پس از ترخیص بهبودیافتگان، گفت: اصلی ترین وظیفه بهزیستی بعنوان یکی از مهمترین دستگاه های حمایت کننده پی گیری مستمر وضعیت بهبود یافتگان پس از ورود به اجتماع و فراهم نمودن شرایط پذیرش این عزیزان از طرف خانواده ها و جامعه است. دکتر آرام در پایان از دکتر برانی بعنوان نیرویی ماندگار و اثربخش در حوزه های فعالیت خود درخواست کرد تا اقدامات پس از خروج با جدیت بیشتری پیگیری شود و گفت: باید شرایط فراهم شود تا از پتانسیل و ظرفیت بهبود یافتگان در جهت نقش آفرینی هرچه بیشتر در جامعه بهره مند شد.

در ادامه جلسه پرسش و پاسخ و در پایان طی مراسمی از مراکز بهبودی افتامتی و تعدادی از بهبودیافتگان ماده ۱۶ تجلیل شد.

یکی از پرسودترین تجارت ها، بافت شده تا اعتیاد به یکی از بحران های جهانی بدل شود. وی با بیان این مطلب که اعتیاد یک بیماری مزمن با مشخصه میل اجباری و غیر قابل کنترل مصرف در کنار آثار مخرب جسمی، رفتار های پرخطر اجتماعی را منجر میشود از طلاق بعنوان یکی از معضلاتی که در پی اعتیاد رخ میدهد نام برد و افزود: حدود ۸۰ درصد از خاتم هایی که اقدام به طلاق میکنند، موضوع اعتیاد همسر را مطرح میکنند که این معضل سی درصد آمار طلاق در کشور را شامل میشود. دکتر آرام با اشاره به وجود دو میلیون و هشتصد و هشت هزار مصرف کننده مستمر در سال ۹۵، و شیوع مصرف تریاک و مشتقات آن، اقدامات بهزیستی و ستاد مبارزه با مواد مخدر در کاهش این میزان را مؤثر دانست و خاطرنشان کرد: استان مازندران از رتبه دوم شیوع مصرف مواد در سال ۹۰، پس از بیماچی که در سال ۹۵ انجام شد از استان بر مصرف به متوسط ارتقا یافت و این نشانه‌دهنده اثربخشی اقدامات پیشگیرانه است. مدیر کل بهزیستی مازندران گفت بنا به دلایل مختلف از جمله بلورهای غلط و این تصور که مواد مخدر طبیعی بی ضرر هستند به افزایش مصرف گل و مشتقات آن پس از تریاک اشاره کرد و افزود:

ساری - دهقان - برای نخستین بار در مازندران اولین همایش تجلیل از بهبودیافتگان ماده ۱۶ بهزیستی استان، با حضور دکتر برانی، معاون پیشگیری و درمان اعتیاد بهزیستی کشور، دکتر آرام، مدیرکل بهزیستی مازندران، میرزایی، دبیر ستاد مبارزه با مواد مخدر استان، دکتر اسدیپکی، کارشناس دفتر اعتیاد بهزیستی کشور، مشاور و معاونین بهزیستی مازندران، جمع کثیری از بهبود یافتگان ماده ۱۶ در اداره کل بهزیستی مازندران برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روایت عمومی بهزیستی مازندران، دکتر آرام در ابتدا با اشاره به دو همایش تجلیل از روفشانان و گرامیدانست مریمان مهد های کودک و شبه خانواده که برای نخستین بار در مازندران به همت بهزیستی استان برگزار شده بود گفت: تجلیل از بهبود یافتگان ماده ۱۶ برای نخستین بار در استان برگزار می شود و حضور پررنگ عزیزان بهبود یافته مایه مباحث بهزیستی و نمونه کفل همت والا و تلاش روز افزونشان می باشد. مدیر کل بهزیستی مازندران با تأکید بر پیچیدگی هایی که در حوزه اعتیاد و روند رو به رشد این معضل، از تغییر نوع مصرف تا کاهش سن ازدواج وجود دارد، تصریح کرد: قاچاق مواد مخدر بعنوان

دریچه

جزئیات ورود ارز صادراتی به بورس

از شنبه هفته آینده تعدادی از صادرکنندگان صنایع مشخص شده می‌توانند اظهارنامه صادراتی خود را در بورس تهران عرضه کنند و واردکنندگان نیز می‌توانند با خرید آن برگه‌ها ارز مورد نیاز خود را به قیمت بازار آزاد و عرضه و تقاضا در بورس از بانک مرکزی تحویل بگیرند.

به گزارش ایسنا، بعد از التهابات در بازار غیررسمی ارز، وزیر اقتصاد اعلام کرده صادرکنندگان ملزم نیستند ارز خود را به بانک بفروشند، بلکه می‌توانند اظهارنامه صادراتی خود را در بورس تهران عرضه کنند. سابقاً هم در اواخر دهه ۷۰ نیز مشابه این اتفاق در بورس تهران رخ می‌داد. به عنوان مثال اگر شخصی هزار دلار صادرات انجام داده باشد این مقدار صادرات را باید در سامانه نیما ثبت کند. اگر کالاهای صادرشده در حوزه پتروشیمی و فلزات نباشد بانک مرکزی یک برگه به شخص صادرکننده می‌دهد که آن برگ قابلیت معامله در بورس تهران را دارد.

بر این اساس می‌توان گفت شخص صادرکننده می‌تواند آن برگه را از طریق بورس به شخصی که می‌خواهد واردات انجام دهد واگذار کند. نکته مهم این است که آن برگه در بورس با توجه به قیمت ارز در بازار آزاد و عرضه و تقاضا در بورس ارزش گذاری می‌شود.

با توجه به این مکانیزم هر شخصی که برای واردات ثبت سفارش انجام داد و در عین حال آن برگه را از بورس خرید می‌تواند با ارائه آن برگه به بانک مرکزی با شرایطی و فلات نباشد بانک مرکزی یک برگه در بورس، از بانک مرکزی برای واردات ارز تهیه کند.

نکته مهم این‌که در حال حاضر گفته شده که پتروشیمی‌ها، فولادی‌ها، سنگ‌آهنی‌ها و پلاستیک‌های از این موضوع مستثنی هستند و باقی‌مانده صنایع که حدود ۲۰ درصد کل صنعت می‌شوند می‌توانند از این اوراق برای در بورس تهران استفاده کنند، اما دیگران باید از طریق سامانه نیما برای کارهای ارزی بهره ببرند.

اطلاعات رسیده حاکی از آن است که از شنبه هفته آینده این اتفاق در بورس تهران بیفتد و صادرکنندگان می‌توانند برگه‌های ارزی خود را در بورس دادوستد کنند. اگر ۸۰ درصد صنایع دیگر که از این قانون مستثنی شده‌اند بتوانند از این مکانیزم در بورس استفاده کنند گرانای صادرکنندگان و واردکنندگان از تأمین ارز کمتر خواهد شد و همچنین احتمال به وجود آمدن قرارداد آتی ارز در بورس تهران پررنگ می‌شود.

حقوقی‌ها با هدف نوسان‌گیری در بورس خرید و فروش نکنند
یک کارشناس بازار سرمایه می‌گوید در شرایط فعلی سهامداران بزرگ حقوقی باید از عرضه‌های می‌تواند و خرید و فروش سهام با هدف نوسان‌گیری خودداری کنند. او معتقد است سهامداران حقیقی نیز باید از تصمیمات شتابزده در خرید و فروش سهام بپرهیزند.

عبدالحسین رضوی امیری در گفت‌وگو با ایسنا، درباره عوامل افزایش شاخص بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران و صف‌های پایدار خرید، اظهار کرد: قیمت سهام در چند سال گذشته همگام با سایر بازارها رشد نکرده است و در نتیجه تا مدت‌ها شاخص‌های بازار می‌توانند رشد و به جذب نقدینگی کمک کنند.

شاخص بورس پس از ۹ روز رشد سرانجام یک هزار و ۶۴۶ واحد کاهش یافت

استراحت دسته‌جمعی شاخص‌ها

دادوستدی به ارزش ۳۶۶ میلیارد ریال قرار گرفت و گروه خودرو نیز با معاملاتی به ارزش ۳۱۶ میلیارد ریال، رده پنجم را از آن خود کرد. علاوه بر این در معاملات سه‌شنبه، نمادهای فعلی (ملی صنایع مس)، فولاد (فولاد مبارکه)، تاپیکو (سرمایه‌گذاری نفت و گاز تأمین)، شبندر (پالایش نفت بندرعباس) و شینا (پالایش نفت اصفهان) بیشترین تأثیر منفی را در شاخص وارد کردند.



شاخص بورس پس از حدود ۹ روز رشد متوالی سرانجام دیروز وارد مرحله اصلاح و استراحت شد و با یک هزار و ۶۴۶ پله کاهش به جایگاه ۱۱۳ هزار و ۵۲۷ واحدی عقب‌نشینی کرد. همچنین انتشار اخباری در روزهای گذشته مبنی بر آزاد شدن فروش ارز صادراتی صنایعی مانند پتروشیمی‌ها به نرخ آزاد در بازار، باعث اقبال گسترده به این شرکت‌ها و افزایش قیمت آنها شد که رشد شتابان شاخص را نیز به دنبال داشت.

با انتشار اطلاعات در ارتباط با پتروشیمی‌ها و شفاف‌سازی در این زمینه، مشخص شد که فروش ارز صادراتی پتروشیمی‌ها به نرخ ۴۲۰۰ تومان و از طریق سامانه نیما امکان پذیر است و تنها صنایع خاصی امکان فروش ارز صادراتی به نرخ آزاد را دارند، بنابراین سهام شرکت‌هایی که روز دوشنبه رشد شدید پیدا کرد، روز سه‌شنبه کاهش داشت.

به گزارش ایسنا، براساس معاملات روز گذشته، چهار میلیارد و ۵۰۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش هفت هزار و ۱۹۴ میلیارد ریال در ۱۴۸ هزار و ۶۳۲ نوبت دادوستد شد. بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نیز نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، ۵۰۳ واحد و شاخص کل (هم وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۲۱۴ واحد کاهش یافت. شاخص قیمت (هم وزن) نیز ۱۵۵ واحد افت کرد؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس است. همچنین شاخص آزاد شناور ۲ هزار و ۸۰ واحد افت کرد؛ این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد.

شاخص بازار اول (مربوط به شرکت‌های بهتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور) یک هزار و ۴۴۵ واحد و شاخص بازار دوم بورس نیز ۲ هزار و ۵۲ واحد کاهش یافت.

فلزی‌ها همچنان در صدر جذابیت

گروه فلزات اساسی در معاملات بورس صدرنشین شد؛ در این گروه ۲۵۶ میلیون سهم به ارزش یک هزار و ۳۵۴ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه کانی‌های فلزی به ارزش یک هزار و ۳۸ میلیارد ریال و شیمیایی به ارزش ۸۳۹ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند.

همچنین در رده چهارم معاملات، گروه فرآورده‌های نفتی با

عقبگرد ۲۰ واحدی فرابورس
شاخص فرابورس (ایفکس) در معاملات دیروز بیش از ۲۰ واحد افت کرد و در جایگاه یک هزار و ۲۹۶ واحدی قرار گرفت. در بازار فرابورس، بیش از ۸۲۴ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش بیش از ۲ هزار و ۹۸۲ میلیارد ریال خرید و فروش شد.

بر پایه این معاملات، نمادهای مارون (پتروشیمی مارون)، میدکو (هلدینگ معدنی خاورمیانه)، هرمز (فولاد هرمزگان جنوب) و ذوب (ذوب‌آهن) با افت خود بیشترین تأثیر منفی را بر شاخص داشتند.

چشم‌انداز حرکت شاخص بورس

حسن امیری، کارشناس بازار سرمایه درباره وضعیت بازار سرمایه،

مرکز خرید و فروش خودرو و پارکینگ ماشین آلات سنگین و نیمه سنگین
شهرداری زنجان افتتاح و به بهره‌برداری رسید

آیین افتتاح مرکز خرید و فروش خودرو، پارکینگ ماشین آلات سنگین و نیمه سنگین و رومانی از وب سایت و اپلیکیشن سامانه بازار خودرو با حضور شهردار زنجان، اعضای شورای اسلامی شهر و مسئولین استان در محل فرهنگسرای زندگی پارک باهوان برگزار شد.

مرکز خرید و فروش خودروی زنجان در مساحتی بالغ بر ۳۰ هزار متر مربع افتتاح و به بهره‌برداری رسید و قرار است در فازهای بعدی این مرکز در قالب نمایشگاه دائمی بازار خودرو ساماندهی شود. این مرکز که دارای امکانات جانبی از جمله پارکینگ بوده و از طریق بزرگراه ۲۲ بهمن قابل دسترسی است با هدف حذف واسطه‌ها و با رویکرد کاهش گروه‌های ترافیکی مرکز شهر افتتاح شد. همچنین در این مرکز بستر مناسب برای انجام معاملات در حضور کارشناسان ذصلاح فنی و بی‌طرف در معامله به منظور ایجاد اطمینان خاطر بیشتر برای معامله‌گران ایجاد شده است.

افتتاح مرکز خرید و فروش خودرو و پارکینگ مأموری و معنوی بر شهر میگذارد

شهردار زنجان در این مراسم گفت: دو هفته پیش مراسم کلنگ‌زنی پل گلشهر در زنجان انجام شد و در همان زمان قول مساعد به مردم داریم که دو هفته بعد دوباره مراسم افتتاح خواهیم داشت. مسیح‌الله معصومی با بیان اینکه تأثیر معنوی و مأموی این پروژه بسیار زیاد است؛ گفت: باید ببینیم که امروز وجود خودرو در شهر آثار تأثیر است؛ البته در برخی از شهرها فقط به سمت خودرو روی آورده و برخی نیز کالا یا خودرو مخالفند که این درست نیست. شهردار زنجان با اشاره به اینکه ابتدا به صورت مجموعه نمایشگاهی افتتاح خواهد شد. شهردار زنجان با اشاره به اینکه فاز تکمیلی بازار خودرو به خدمات خودرویی اختصاص می‌یابد، تصریح کرد: بر این اساس با طراحی یک نرم‌افزار شهروندان قادر خواهند بود که به سایت مذکور مراجعه و نسبت به خرید خودرو اقدام کنند. وی با اشاره به اینکه یک طرح دیگر که توسط شهرداری در حال انجام است؛ بحث پارکینگ ماشین آلات سنگین است؛ افزود: این بحث نیز در راستای خدمات شهروندان است و در برخی از خیابان‌ها آسایش مردم به علت وجود این متانقل به هم ریخته است. وی با اشاره به اینکه ساماندهی متانقل شهری یعنی اینکه این متانقل باید ساماندهی درست شود نه اینکه کلاً جمع آوری شود؛ بیان کرد: برای مثال از جمله این متانقل دستفروشان هستند که ساماندهی خواهند شد و معادن خدمات شهری برای این امر برنامه دارم. معصومی



مسولان باعث شود فعالیت ما در نوسعه شهر زنجان کم‌رنگ شود.

۲۴ هزار متانقل خودرویی در زنجان وجود دارد



رئیس کمیسیون توسعه عمران و محیط زیست شورای اسلامی شهر زنجان در ادامه این مراسم با اشاره به اینکه در حال حاضر ۲ هزار تا ۴ هزار متانقل خودرویی وجود دارد که باید ساماندهی شود؛ گفت: باید نسبت به خروج این متانقل از سطح شهر و کاهش ترافیک اقدام شود. عباس رشاد در آیین افتتاح و بهره‌برداری از مرکز خرید و فروش خودرو زنجان با اشاره به اینکه افتتاح مرکز خرید و فروش خودرو نخستین گام در ساماندهی این متانقل است؛ اظهار کرد: در زنجان شهر گاهی تخصصی کم است؛ ولی در بیشتر شهرها گاهی تخصصی بسیاری داریم. رئیس کمیسیون توسعه عمران و محیط زیست شورای اسلامی شهر زنجان با اشاره به اینکه متانقل خودرویی باید ساماندهی شود؛ گفت: مردم باید برای کسب اطلاعات در مورد خودرو، محلی برای مراجعه داشته باشند. وی با اشاره به اینکه شهردار به دنبال تغییر فرامد شهرداری است که البته ما در این زمینه ظرفیت بسیاری داریم؛ بیان کرد: مرکز خرید و فروش خودروی ظرفیت خوبی در این زمینه است؛ هرچند که اشرف‌الدین این محل نیز ظرفیت خوبی دارد. رشاد ادامه داد: در حال حاضر ۲ هزار تا ۴ هزار متانقل خودرویی داریم که باید ساماندهی شود و باید نسبت به خروج این متانقل از سطح شهر و کاهش ترافیک اقدام کنیم. رئیس کمیسیون و توسعه محیط زیست شورای اسلامی

خودرو و تبدیل تفریحی آن به نمایشگاه دائمی بازار خودروی شهر زنجان ساماندهی خواهد شد. افزود: مرکز خرید و فروش خودرو در مرحله نخست فقط روزهای جمعه فعال خواهد بود. شهردار زنجان با اشاره به اینکه برخی از حرکت‌های شهرداری زنجان با اشاره به اینکه فاز تکمیلی بازار خودرو به خدمات خودرویی اختصاص می‌یابد، تصریح کرد: بر این اساس با طراحی یک نرم‌افزار شهروندان قادر خواهند بود که به سایت مذکور مراجعه و نسبت به خرید خودرو اقدام کنند. وی با اشاره به اینکه یک طرح دیگر که توسط شهرداری در حال انجام است؛ بحث پارکینگ ماشین آلات سنگین است؛ افزود: این بحث نیز در راستای خدمات شهروندان است و در برخی از خیابان‌ها آسایش مردم به علت وجود این متانقل به هم ریخته است. وی با اشاره به اینکه ساماندهی متانقل شهری یعنی اینکه این متانقل باید ساماندهی درست شود نه اینکه کلاً جمع آوری شود؛ بیان کرد: برای مثال از جمله این متانقل دستفروشان هستند که ساماندهی خواهند شد و معادن خدمات شهری برای این امر برنامه دارم. معصومی

شهر زنجان افزود: در واقع با راه‌اندازی بازار خودرو در کنار سایر بازارهای رسمی یک بازاری نیز در حوزه خودرو فعالیت خواهد کرد که موجب تجمع متانقل مربوط در این حوزه خواهد شد. البته یکی از مزایای فعالیت بازار خودرو بحث کاهش ترافیک نیز است.

افتتاح از طریق ویدیو کنفرانس

در ادامه این مراسم پارکینگ متانقل آلات سنگین و نیمه سنگین افتتاح و مورد بهره‌برداری قرار گرفت. مدیر عامل سازمان مساعده شهرداری زنجان در این باره گفت: در راستای ساماندهی متانقل آلات سنگین و نیمه سنگین راهسازی، خاکبرداری و خدماتی سطح شهر، دو محل جهت توقف و استقرار در نظر گرفته شده است. هادیم نجفی هدف از اجرای این طرح را بیرون رفتن از معضلات پراکندگی استقرار متانقل آلات سنگین و نیمه سنگین در سطح شهر و ساماندهی و منظم کردن نمودن، بهبود محیط و سیمای شهری، حفظ محیط زیست و کاهش بار ترافیکی عنوان کرد و افزود: با هماهنگی های انجام شده با مراجع ذیربط از قبیل نیروی انتظامی و راهور هرگونه پارک و استقرار متانقل آلات مزبور در سطح شهر (به استثنای پارکینگ شماره ۱) و (۲) اکیداً ممنوع بوده و تخلف محسوب می‌گردد. نجفی ادامه داد: در نظر نخست، این طرح خدماتی مانند ثبت نام و عضویت رانندگان، کنترل ورود و خروج متانقل آلات با نصب تگ RFID به رانندگان و مکان‌ها خودرو آرایه خواهد کرد. وی پاسخگوی مناسب به مراجعین درخواست کننده خدمات و ایجاد فضای برای استراحت را از دیگر مزایای این پارکینگ برشمرد و گفت: در برنامه های آینده این پارکینگها خدمات تعمیرگاهی، کاروانس، بیمه، نصب پلاک آرایه خواهد کرد. وی گفت پارکینگ مرکزی شماره (۱) توسط بخش خصوصی و با همکاری سازمان مدیریت مساعده به آدرس بلوار خیابان، ابتدای جاده بیجلز (واقع در فرهم رومپو) پارک باهوان در سایت کارگمایی یا همکاری سازمان مدیریت مساعده و بخش خصوصی به زودی آماده ارائه خدمت و بهره‌برداری است.



ایران خودرو: بازار دلان را بر هم زدیم

با اجرایی شدن مراحل مختلف فروش ویژه محصولات ایران خودرو در هفته‌های اخیر، بازار خودرو در حال خروج از التهاب و بازگشت به شرایط عادی و ثبات است. مصطفی خان کرمی، معاون بازاریابی و فروش ایران خودرو با بیان این مطلب گفت: طرح‌های اخیر فروش ایران خودرو توانسته به خوبی آشفتنگی‌های ایجاد شده در بازار را مدیریت کند و در حال حاضر بازار از شرایط گذشته دور شده و هموطنان می‌توانند با فراغ بال نسبت به خرید محصول مورد نظر خود اقدام کنند. وی افزود: در راستای مدیریت تعداد مراجعین به وبسایت فروش ایران خودرو و بهبود ارائه خدمت به متقاضیان خرید خودرو از طریق اینترنت، فروش هر گروه از محصولات در یک روز خاص آغاز شد و به همین صورت ادامه می‌یابد.

خان کرمی تأکید کرد: فروش‌های ویژه ایران خودرو که هم زمان با عید سعید فطر آغاز شد، با عرضه گسترده در روش‌های مختلف فروش، امکان تهیه محصولات متنوع این شرکت را برای سلاقی مختلف مشتریان فراهم کرد که این امر باعث درهم شکستن بازار کاذب دلان و واسطه‌های سودجو شد. معاون بازاریابی و فروش ایران خودرو تأکید کرد: با برنامه‌ریزی صورت گرفته مشتریان حقیقی نیازی به خرید خودرو از بازار آزاد نخواهند داشت و می‌توانند با خیالی آسوده از طریق پایگاه اینترنتی فروش محصولات ایران خودرو یا نمایندگی‌های مجاز ایران خودرو یکی از روش‌های فروش پیش‌بینی شده را انتخاب و نیاز خودرویی خود را تأمین کنند. وی یادآور شد: تمامی قیمت‌های عرضه شده در روش‌های فروش ایران خودرو مطابق لیست قیمت این شرکت خودروساز بوده و هیچ یک از نمایندگی‌ها اجازه دریافت وجه اضافه از مشتریان را ندارند. بر همین اساس مشتریان می‌توانند در صورت مشاهده چنین مواردی، با شماره تلفن ۰۹۶۴۴۰ تماس گرفته و موضوع را گزارش کنند. خان کرمی خاطر نشان کرد: در راستای انجام تعهدات گروه صنعتی ایران خودرو مبنی بر عرضه محصولات و تأمین نیاز مصرف‌کنندگان حقیقی بازار، مرحله سوم فروش ویژه عید فطر در قالب روش فروش قطعی (با ارائه سود مشارکت در تولید) که از روز شنبه دوم تیرماه آغاز شده بود، همچنان ادامه دارد و متقاضیان می‌توانند با مراجعه به سایت فروش اینترنتی محصولات شرکت ایران خودرو یا نمایندگی‌های مجاز سراسر کشور نسبت به نام‌نویسی اقدام کنند.

حذف تبلیغ خودروهایی که هنوز وارد کشور نشده‌اند

مدتی بود که برخی فروشندگان متفرقه خودرو، اقدام به انتشار تبلیغات فروش خودروهای وارداتی با مدل ۲۰۱۸ در اصلی‌ترین سایت خرید و فروش خودرو می‌کردند، درحالی‌که اصلاً خودروهای مورد نظر مانند هیوندای سانتافه، توسان، الئترا، رنو کیچر و... وارد کشور نشده و فعلاً هم برنامه‌ای برای واردات این خودروها به کشور نیست. به گزارش خبرگزاری میزان، محمدعلی شیرینی، کارشناس ارشد حقوق جرم و جزا گفت: این افراد سودجو با قیمت‌گذاری پایین‌تر از مدل‌های ۲۰۱۷ سعی در فریب خریداران داشتند و با اخذ پیش‌پرداخت، وعده تحویل یک ماهه خودروها را می‌دادند درحالی‌که با توجه به قوانین فعلی واردات، امکان ورود این خودروها نیست و برخی از فروشندگان با علم به این موضوع اقدام به انتشار تبلیغات این خودروها می‌کردند. وی ادامه داد: در همین راستا، با مدیران سایت‌های خرید و فروش خودرو مکاتبه و به آنها پیشنهاد شد به منظور جلوگیری از سوءاستفاده این افراد کلاهبردار، بستر لازم برای تبلیغات خودروهایی که هنوز وارد کشور نشده‌اند را حذف کنند که خوشبختانه این مهم اتفاق افتاد. شیرینی با اشاره به این موضوع که این حرکت در همین حد هم جرم است، گفت: جرم کلاهبرداری از جمله جرایم مقید است که شرط تحقق آن حصول نتیجه خاص است و آن عبارت است از بردن مال دیگری، اما جرم متقلبانه برای بردن مال دیگری و حتی اگر نتیجه حاصله که در جرم کلاهبرداری به آن اشاره شد یعنی بردن مال دیگری هم اتفاق نیفتاده باشد، مجرم تحت عنوان شروع به کلاهبرداری تحت تعقیب قرار گرفته و محکوم می‌شود.

ممنوعیت واردات خودرو درآمدهای نجومی را وارد جیب عده‌ای می‌کند

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس معتقد است ممنوعیت واردات خودرو ضمن وارد کردن شوک مجدد به بازار، پول‌ها و درآمدهای نجومی را وارد جیب عده‌ای می‌کند. به گزارش رویداد ۲۴، سیدناصر موسوی لارگانی درباره ممنوعیت واردات خودرو گفت: زمانی‌که ثبت سفارش واردات خودرو ممنوع شد، شوکی به بازار خودرو وارد شد و هزینه سنگینی برای افرادی که می‌خواستند خودرو خریداری کنند، به وجود آمد، اما از سوی دیگر عده‌ای که قبلاً ثبت سفارش کرده بودند به درآمدهای کلان رسیدند. او با اشاره به افزایش قیمت خودرو قبل از ممنوعیت ثبت سفارش اظهار کرد: مدتی پیش شاهد بودیم که در یک بازه زمانی کوتاه، قیمت خودروهای داخلی و خودروهای خارجی از ۵ میلیون تومان تا ۱۵۰ میلیون تومان افزایش یافت و با تصمیمی که یک مرتبه بدون کارشناسی و بدون مطالعه در مورد ممنوعیت واردات خودرو گرفته شده، شوک بیشتری به بازار وارد خواهد شد و قیمت‌ها بیش از پیش رشد خواهد کرد.

نماینده مردم فلاورجان در مجلس در ادامه افزود: شوک به بازار موجب خواهد شد که مانند گذشته عده‌ای به درآمدهای نجومی برسند؛ درآمدهایی که برای خودشان هم غیرقابل تصور بوده و در عین حال موجب ارتقای کیفیت خودروهای تولید داخل هم نخواهد شد. عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با بیان اینکه ممنوعیت واردات خودرو شرایطی دارد، گفت: دولت در صورتی می‌تواند واردات خودرو را ممنوع کند که همه افراد جامعه بتوانند از تولیدات داخلی استفاده کنند و تولید داخلی تقویت شده باشد. این در حالی است که به جای اینکه کیفیت خودروهای تولید داخل بالا برود، هر روز یک چیزی هم از ملزومات خودرو کم می‌شود و در عین حال قیمتش هم افزایش می‌یابد.

زایش رانت با ممنوعیت واردات خودرو



افزایش دهد. آنها تأکید دارند در شرایطی که دولت با محدودیت‌های منابع ارزی روبه‌رو است باید با حذف بخشی از کالاهای وارداتی که جنبه لوکس و مصرفی دارند منابع را به سمت کالاهای اساسی و سرمایه‌ای سوق دهند تا ضریب مقاومت در برابر فشارهای اقتصادی بین‌المللی افزایش یابد. این کارشناسان، موافق ممنوعیت واردات خودرو به کشور هستند. استدلالی که این کارشناسان مطرح می‌کنند این است که خودرو جزو دسته کالاهایی است که ارزبری بالایی دارد و همچنین خدمات پس از فروش و تأمین قطعات این خودروها ارزبری مضاعفی را به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند. بنابراین با توجه به استدلال‌های مطرح شده این عده موافق اقدام دولت در ممنوعیت واردات خودرو هستند و این کار را تنها راه دولت برای مدیریت تقاضا در این بخش می‌دانند.

در مقابل، کارشناسان دیگری بر این نکته تأکید دارند که دولت به جای ممنوعیت واردات خودرو، می‌توانست از راه‌های دیگر برای مدیریت تقاضا در این بخش استفاده کند. این کارشناسان با تأکید بر اولویت‌بندی سه‌گانه ارزی عنوان می‌کنند که دولت می‌توانست همانطور که در ابتدا اولویت‌بندی کرده بود، واردات خودرو را با استفاده از ارز حاصل از صادرات مدیریت کند.

دولت باید با تشریح اوضاع اقتصادی، بستر تصمیمش را فراهم می‌کرد

و مشکلی به لحاظ ارزی وجود ندارد اما تصمیم می‌گیرد به دلیل مشکلات موجود، واردات خودرو را ممنوع کند. مفهومش بحران دیگری برای صنعت خودرو است که به‌زودی این صنعت دچار آن خواهد شد. این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به تصمیم غیرمنتظره دولت در ممنوعیت واردات خودرو، تأکید کرد: پس از گذشت ۵ تا ۶ ماه از مسائل مربوط به ثبت سفارش خودرو و صدور آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی در این باره، چنین تصمیمی در خصوص ممنوعیت دوباره ثبت سفارش خودرو غیرمنتظره بود و موجب می‌شود بسیاری از مردم از این اقدام متضرر شوند.

آزادی افزود: بسیاری از شرکت‌هایی که در این زمینه سرمایه‌گذاری کردند و نمایندگی‌هایی را در حوزه فروش و خدمات پس از فروش ایجاد کردند با این تصمیم بیکار شده و موجب صدمه به این افراد و شرکت‌ها خواهد شد.

به گفته وی، عدم هماهنگی در ارائه چنین تصمیمی اقدام درستی نیست و در شرایطی که بحران‌هایی در حوزه خودرو وجود دارد این

شنبه گذشته در شرایطی دولت نسبت به انتشار فهرست ۱۴۰۰ قلم کالای ممنوع‌الورود به کشور اقدام کرد که در بین اقلام «غیرضروری» یا به اعتقاد دولت دارای «مشابه داخلی»، خودرو بیش از دیگر کالاهای خودنمایی می‌کرد.

به گزارش پایگاه خبری پدال‌نیوز، شنبه گذشته در شرایطی دولت نسبت به انتشار فهرست ۱۴۰۰ قلم کالای ممنوع‌الورود به کشور اقدام کرد که در بین اقلام «غیرضروری» یا به اعتقاد دولت دارای «مشابه داخلی»، خودرو بیش از دیگر کالاهای خودنمایی می‌کرد. جالب است که تیم اقتصادی دولت خودرو را کالایی لوکس و واردات آن را غیرضروری خوانده و ورود آن را در کنار کالاهایی همچون فلاکس، مبل، فانوس بادی، لامپ جیبی یا دستگاه خشک‌کن دست ممنوع اعلام کرده است. حال برای بسیاری از مشتریان این سؤال مطرح است که با توجه به کیفیت و عرضه خودروهای داخلی آیا واقعاً خودرو به‌عنوان کالایی غیرضروری و دارای مشابه داخلی باید واردات آن ممنوع اعلام می‌شد؟ آنچه مشخص است فهرست اعلام شده از سوی دولت کمتر از ۸ درصد کل واردات در سال گذشته را به خود اختصاص داده است؛ سهمی که نشان می‌دهد در صورت تحقق، چندان در راستای اهداف دولت مبنی بر صرفه‌جویی ارزی حرکت نخواهد کرد.

دولت بدون اطلاع‌رسانی و تشریح وضع موجود بازار، تصمیم به ممنوعیت واردات خودرو گرفته است که به‌طور قطع تبعات منفی بر بازار خودروهای خارجی و داخلی خواهد گذاشت.

عضو هیأت علمی دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی در گفت‌وگو با پرسشین خودرو با اشاره به این مطلب، اظهار داشت: متأسفانه مصوبه ستاد اقتصاد مقاومتی در خصوص ممنوعیت واردات خودرو و ابلاغ آن توسط وزیر صنعت بدون فراهم کردن شرایط و بسترهای چنین تصمیمی، تصویب شده است.

شهرام آزادی افزود: سیاست‌هایی که هر دو ماه یک‌بار تغییر می‌کند قطعاً منافع عمومی جامعه را به خطر خواهد انداخت.

وی با اشاره به لزوم بسترسازی چنین تصمیماتی در کشور، تأکید کرد: بهتر بود دولت ابتدا شرایط موجود کشور را به لحاظ مسائل اقتصادی، ارزی و تحریم‌ها در جامعه اطلاع‌رسانی کند و پس از زمینه‌سازی این موضوع، تصمیم به چنین کاری می‌گرفت. آزادی گفت: این موضوع که دولت مطرح می‌کند شرایط عادی است

در دسر ممنوعیت واردات چه بر سر اسقاط خودرو می‌آورد؟

توسط مراکز اسقاط و انحصار اختصاص این گواهی‌ها به واردکنندگان خودرو اوج گرفته است.

از این رو به نظر می‌رسد اگر تدابیر دولتی برای مصرف گواهی‌های اسقاط اتخاذ نشود، به‌زودی شاهد کاهش قیمت خودروهای فرسوده و تعطیلی مراکز اسقاط و تبعات منفی ناشی از آن خواهیم بود، چراکه دیگر حتی مردم تمایلی به واگذاری خودرو با قیمت‌های فعلی ندارند و همچنین دولت نیز حاضر به ارائه تسهیلات اسقاط یا جایگزینی خودروهای فرسوده نخواهد بود. از این رو پرسش اینجاست که با اتفاقات پیش آمده، چه بلایی بر سر مراکز و به‌طور کلی صنعت اسقاط و بازیافت خودرو می‌آید؟

امیر سیفی‌زاده، کارشناس فنی خودرو می‌گوید: «به‌طور قطع با بسته شدن درهای واردات خودرو به روی کشور، دیگر هیچ گواهی اسقاط خودرویی وجود نخواهد داشت. از این رو تعطیلی تدریجی مراکز اسقاط با سرعت بیشتری اجرایی می‌شود و به‌زودی و در هفته‌های آینده شاهد تعطیلی این مراکز خواهیم بود.»

او با اشاره به بندی در زمینه گواهی‌های اسقاط خودرو که اگر پیش‌تر ثبت سفارشی انجام شده، با تصمیم جدید دولت باطل می‌شوند، اظهار می‌کند: «قطعاً گواهی اسقاط این ثبت‌نام‌کنندگان بلاکلیف خواهد ماند و نتیجه همه این تصمیمات به تعطیلی مراکز اسقاط منجر خواهد شد.»

سیفی‌زاده با اشاره به پیشنهادی که از حدود دو ماه گذشته از سوی انجمن اسقاط خودرو به وزیر صنعت ارائه شده، ادامه می‌دهد: «راهکاری



رمزگشایی عملیاتی اکوسیستم فناوری و نوآوری صنعت خودرو

نخستین فروم بین‌المللی برنامه ملی آینده‌نگاری علم و فناوری در حوزه خودرو با هدف بررسی سناریوها و راهکارهای عملیاتی ورود به آینده این صنعت در حال تحول توسط دبیرخانه برنامه ملی آینده‌نگاری علم و فناوری در حوزه خودرو و با حضور ذی‌نفعان فعال در نهادهای سیاست‌گذار، فعالان صنعت خودرو، مدعوین دانشگاهی و همچنین سایر بازیگران اصلی این صنعت برگزار شد. به گزارش مهر، محورهای اصلی این فروم که با همکاری مشارکت‌کنندگانی از شرکت سگولای کشور ایتالیا برگزار شد شامل «بررسی سناریوهای پیش روی صنعت خودروی ایران در مواجهه با تحولات آینده این صنعت»، «بررسی راهکارهای عملیاتی برای شکل‌دهی اکوسیستم فناوری و نوآوری متناسب با آینده صنعت خودرو»، «بررسی تحولات آینده حوزه طراحی محصول و فرآیند در صنعت خودرو» و «بررسی تجربیات یک شرکت طراحی و مهندسی بین‌المللی در شکل‌دهی به آینده صنعت خودرو» بود.

دریچه

برخورد حرفه‌ای برای جلوگیری از جدایی شریک تجاری

ترک یکی از بنیان‌گذاران استارت‌آپ نباید اختلالی در روند فعالیت‌های روزمره شرکت داشته باشد و با بستن برخی قراردادهای و امضای توافق‌نامه‌ها قابل مدیریت است. همانطور که می‌دانید رابطه میان چند بنیان‌گذار برای راه‌اندازی کسب‌وکار بر اساس اعتماد، احترام و پشتیبانی شکل می‌گیرد و به همین دلیل بسیاری آن را با ازدواج مقایسه می‌کنند. دو یا چند نفری که تصمیم به راه‌اندازی کسب‌وکار موفق می‌گیرند به حمایت یکدیگر اعتماد دارند. اما اگر یکی از شرکا به‌طور ناگهانی تصمیم به ترک شرکت و قطع همکاری بگیرد چه کاری باید انجام داد؟ نوام وارمن، استاد دانشگاه کسب‌وکار هاروارد در کتاب معضل بنیان‌گذاران نوشته است ۶۵ درصد استارت‌آپ‌ها به دلیل درگیری میان بنیان‌گذارها شکست می‌خورند. البته این آمار دلگرم‌کننده است زیرا نشان می‌دهد کاهش درگیری‌ها و مدیریت روابط نقش پررنگی در جلوگیری از شکست استارت‌آپ دارد. اما چه چیزی باعث درگیری میان بنیان‌گذاران یک استارت‌آپ می‌شود؟ تصمیم‌گیری، مدیریت و مالکیت سه موضوع اصلی اختلاف میان این افراد است.

قابل مدیریت است و بحث قرارداد و ستینگ اهمیت پیدا می‌کند. به‌عنوان مثال تصور کنید دو نفر استارت‌آپی را راه‌اندازی کرده و ۵۰ درصد سهام شرکت به هر فرد تعلق دارد. این دو نفر بعد از جذب سرمایه‌گذار هر کدام دو درصد از سهم خود را در ازای سرمایه دریافتی می‌فروشند. در نتیجه هر کدام ۴۸ درصد سهم دارند و خود را به فروش برسانند و از فردا هیچ مسئولیتی در شرکت نداشته باشد. اما این موضوع به دلیل قرارداد و ستینگ میان دو بنیان‌گذار عملی نیست. طبق قرارداد وستینگ فرد مذکور بعد از هر ماه کار در شرکت یک درصد سهم خود را تثبیت می‌کند. این یعنی باید برای حق مالکیت ۴۸ درصدی خود ۴۸ ماه یعنی چهار سال دیگر در شرکت کار کند.

وجود چنین قراردادی میان شرکا کاملاً منطقی است. قرارداد وستینگ یعنی فردی که کار را در روزهای سخت ترک کرده مانند سایر شرکا از حق مساوی برخوردار نمی‌شود و برای تثبیت حق مالکیت خود باید حداقل چند سال تلاش کند

اهمیت قرارداد مالکیت معنوی

یکی دیگر از راه‌های کاهش ریسک اختلاف در آینده جلوگیری می‌کند. این نوع مکالمات همچنین کمک می‌کند هر فرد به درک بهتری از طرز تفکر، ارزش‌ها و باورهای طرف مقابل برسد. این افراد شاید پنج تا ۱۰ سال آینده از زمان خود را با یکدیگر سپری کنند بنابراین هر قدر شناخت بیشتری از یکدیگر داشته باشند بهتر است. صحبت کردن در مورد انتظاراتی که هر فرد از قدرت مالکیتی که در آینده خواهد داشت ضروری است. اغلب مشکل‌ها بعد از چند ماه یا یک سال همکاری میان بنیان‌گذاران و عدم صحبت در مورد نحوه تقسیم حق مالکیت کسب‌وکار بروز می‌کنند. البته آشنایی لازمه تصمیم‌گیری‌های مهم است و ایرادی ندارد چند نفر بدون صحبت در مورد حق مالکیت برای مدت کوتاهی به همکاری با یکدیگر ادامه دهند. اما بعد از گذشت مدتی و اطمینان از همکاری که در آینده با یکدیگر خواهند داشت، صحبت در مورد این موضوع ضرورت پیدا می‌کند.

زمانی که صحبت از شراکت به میان می‌آید اغلب مردم قضاوت درستی ندارند بنابراین نباید انتظار رفتار منصفانه داشت.

عدم رضایت از حجم کار و میزان مسئولیت‌های طرف مقابل نیز یکی دیگر از دلایل اصلی اختلاف میان بنیان‌گذاران است. شرکای تجاری باید با اشتراک‌گذاری نگرانی‌های خود در مورد نحوه عملکرد یکدیگر راحت باشند زیرا در غیر این صورت رابطه ناسالمی میان آنها شکل خواهد گرفت. فراموش نکنید همه ما انسان هستیم و اینکه گاهی اوقات انگیزه‌های برای کار کردن نداشته باشیم کاملاً طبیعی است. اگر احساس می‌کنید شرکای‌تان مانند گذشته انگیزه ندارند بهتر است دنبال پیدا کردن دلیل باشید. بعد از پیدا کردن دلیل نسبت به رفع آن اقدام کرده و هیچ موقع طرف مقابل‌تان را سرزنش نکنید. گاهی کار کردن در سایر بخش‌های کسب‌وکار امید و انگیزه را به یک فرد باز می‌گرداند. اینکه بتواند مهارت‌های خود را در بخش دیگری ثابت کند برایش هیجان‌انگیز و روحیه‌بخش است.

حتی زمانی که همه چیز درست باشد باز هم امکان ترک یکی از شرکا وجود دارد و نمی‌توان این موضوع را نادیده گرفت. به همان اندازه که احتمال همکاری دوستان با رشد کسب‌وکار افزایش پیدا می‌کند احتمال جدایی شرکا نیز همیشه وجود دارد. این احتمال را نمی‌توان به صفر رساند اما می‌توان ریسک شکست کسب‌وکار را با پیشگیری و مدیریت صحیح به میزان قابل توجهی کاهش داد.

اهمیت قرارداد وستینگ

زمانی که یکی از شرکا، کسب‌وکار را با ۵۰ درصد حق مالکیت ترک می‌کند به سختی می‌توان سرمایه از دست رفته را جبران کرد، کارمندان جدید استخدام کرد یا حتی شرکت را به‌طور کامل فروخت. اما این موضوع نیز با برنامه‌ریزی صحیح

انوپدیا از نسخه CEO کارت گرافیک تایتان V رونمایی کرد

نسخه جدید و ۳۲ گیگابایتی کارت گرافیک titan V، قدرتمندترین نمونه تولیدشده توسط انوپدیا به شمار می‌رود. به گزارش زومیت، جنسن هوانگ، مدیرعامل انوپدیا، طی سال‌های گذشته کنفرانس‌های جذابی را میزبانی کرده است؛ به‌خصوص با تأکید بر هوش مصنوعی و پردازنده‌های مخصوص آن. پردازنده‌های تایتان ایکس و تایتان وی برخی از محصولات توانمند و جذابی هستند که در این کنفرانس‌ها معرفی شده‌اند. حال بزرگ‌ترین تولیدکننده پردازنده‌های گرافیکی، از نسخه جدید و محدود‌آبَر کارت گرافیک خود با نام Titan V CEO Edition رونمایی کرده است. این پردازنده گرافیکی در کنار برادران توانمند خود با واحد گرافیکی GV100 و معماری Volta، مخصوص پردازش‌های سنگین محاسباتی و الگوریتم‌های پیشرفته هوش مصنوعی است. انوپدیا تایتان وی CEO Edition ظاهراً به‌صورت عمومی (حداقل در حال حاضر) عرضه نخواهد شد. بزرگ‌ترین بهبود انجام‌گرفته در این پردازنده، تجهیز به ۳۲ گیگابایت حافظه رم HBM2 است. با این حال نباید به این محصول به‌عنوان نسخه‌ای تنها مجهز به حافظه رم بیشتر نگریست؛ بهبودهای متعدد انوپدیا در این کارت گرافیک آن را به گزینه‌ای منحصر‌به‌فرد و البته بسیار قدرتمند تبدیل کرده است. به دلیل عدم عرضه عمومی این کارت گرافیک، اطلاعات دقیقی از آن در دسترس نیست؛ با این حال دو مشخصه مهم در خصوص نسخه CEO Edition تایتان وی، منتشر شده است:

– انوپدیا از ۳۲ گیگابایت حافظه رم جدید HBM2 استفاده کرده است.

– نسخه CEO Edition تایتان وی از هر چهارم کنترلر حافظه و ROP خود بهره می‌برد؛ درحالی‌که تنها سه عدد از این کنترلرها در نسخه عادی تایتان V فعال بودند.

استفاده نمونه عادی تایتان وی از سه ROP و کنترلر حافظه باعث می‌شود تنها ۷۵ درصد از پهنای باند، انتقال پیکسل و حافظه کش L2 نسبت به برادر جدیدتر و توانمندتر خود، بهره ببرد. این موضوع باعث شده است تفاوت بزرگ‌تری بین پردازنده‌های گرافیکی Titan V، نسخه CEO Edition آن و کارت گرافیک Tesla V100 ایجاد شود و بدین ترتیب تمامی محصولات رده‌بالای انوپدیا منحصر‌به‌فرد هستند و جذابیت خود را برای کاربران حفظ کنند.



دولت از کارآفرینان برتر استان‌ها حمایت می‌کند

است فعالیت‌ها به این سمت هدایت شود. سهرنگی با تأکید بر لزوم مستندسازی و آسیب‌شناسی ۱۱ دوره جشنواره کارآفرینان برتر در یزد تصریح کرد: باید وضعیت شرکت‌های

برتر بعد از انتخاب و میزان حمایت‌های دولت از آنها بررسی شود تا بتوانیم برای استان‌ها و کشور برندسازی کنیم.

وی تأکید کرد: در توسعه کارآفرینی سه برنامه اساسی در وزارتخانه براساس تجربه داخلی و تجربه برخی کشورهای دیگر تدوین شده که برنامه اول، پیوند است. این مسئول یادآور شد: سعی شد در این برنامه تعامل اجتماعی و اعتمادسازی بین ارکان کارآفرینی گسترش یابد و تقویت شود و در این راستا رفع مشکل کارآفرینان به دور از دستورات‌عمل‌های اداری انجام خواهد شد.

مدیرکل دفتر توسعه کارآفرینی وزارت تعاون بیان کرد: حمایت از کارآفرینان برتر و تقویت نیروی انسانی نیز از برنامه‌های وزارتخانه است که با همکاری آموزش و پرورش و وزارت علوم انجام می‌شود.

مدیرکل دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت دولت با هدف گسترش فرهنگ کار و کارآفرینی در قالب چند برنامه اساسی از فعالان برتر استان‌ها حمایت

می‌کند. رحیم سهرنگی روز سه‌شنبه در جلسه سیاستگذاری دوازدهمین جشنواره کارآفرینان برتر سال ۹۶ در یزد افزود: سال گذشته تعداد افراد و شرکت‌های ثبت‌نام شده در جشنواره یادشده خوب بود، برای اطلاع‌رسانی در این ارتباط نیاز به تلاش بیشتری است.

وی جایگاه یزد را در برگزاری جشنواره کارآفرینان در میان ۳۱ استان در حد متوسط ذکر کرد و افزود: برای رقابت بیشتر و شناسایی شرکت‌های قوی‌تر باید بیشتر تلاش کرد و از کارآفرینان برتر نیز حمایت شود.

مدیرکل دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار وزارت تعاون، اضافه کرد: یزد ظرفیت‌هایی بالایی در حوزه آی‌تی دارد و نخبگان زیادی هم در رشته‌های آی‌تی فعالیت دارند به همین دلیل بهتر



اعلام شرایط استفاده شرکت‌های دانش‌بنیان از معافیت مالیاتی سال ۱۳۹۶

شرایط استفاده شرکت‌های دانش‌بنیان از معافیت مالیاتی سال ۱۳۹۶ اعلام شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سیدمحمد صاحبکار خراسانی، رئیس مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان ضمن اشاره به اعمال معافیت مالیاتی سال ۹۶ برای شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدی و نوپای نوع «۱» گفت: برای این منظور شرکت‌های نوپا و تولیدی باید به قسمت پیام‌های کارتابیل اختصاصی خود روی سامانه ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان به نشانی reg.daneshbonyan.ir مراجعه و بعد از رویت اطلاعات موجود در پیام «مصادیق مشمول معافیت مالیاتی سال مالی ۹۶» اظهارنامه خود را براساس آن اطلاعات تکمیل کنند و این اطلاعات به سازمان امور مالیاتی هم ارسال خواهد شد.

عضو هیات علمی پژوهشکده مطالعات فناوری بیان کرد: همانند سال‌های گذشته، با هماهنگی سازمان امور مالیاتی، اطلاعات

شرکت‌های دانش‌بنیان که تا پایان سال ۱۳۹۶ به تأیید «کارگروه ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان» رسیده‌اند، به همراه مصادیق فعالیت‌های دانش‌بنیان آنها، به منظور اعمال معافیت مالیاتی به

سازمان امور مالیاتی ارسال خواهد شد، لذا لازم است به منظور جلوگیری از مشکلات بعدی، در صورت وجود ایراد در پیام ارسالی، به‌خصوص مصادیق معرفی شده مشمول معافیت، مراتب جهت اصلاح به آدرس tax@daneshbonyan.ir اطلاع‌رسانی شود.

ایشان همچنین ضمن اشاره به الزام تکمیل اظهارنامه مالیاتی و داشتن دفاتر مالی برای استفاده از معافیت مالیاتی افزود: تمام شرکت‌های متقاضی استفاده از معافیت مالیاتی در سال ۹۶ حتماً باید اظهارنامه مالیاتی را تکمیل و ارسال کنند و مشمول

معافیت بودن به معنای عدم ارسال اظهارنامه نیست. مطابق قانون مالیات مستقیم در صورت عدم ارائه اظهارنامه مالیاتی و دفاتر مالی امکان استفاده از هیچ معافیت مالیاتی وجود ندارد.





اجرای شدن تسهیلات «سربازی» برای فعالان سمن ها تا پایان امسال

معاون ساماندهی امور جوانان وزارت ورزش و جوانان از امضای تفاهم‌نامه بین سازمان ورزش و جوانان و ستاد کل در خصوص حضور سربازان امریه در تشکلهای غیردولتی خبر داد و افزود: باید کارگروهی شکل بگیرد تا دستورالعمل نحوه استفاده برای گذراندن امریه در تشکلهای غیردولتی تا پایان شهریورماه تهیه و تدوین شود. به گزارش ایسنا، براساس این تفاهم‌نامه کسانی که در داخل تشکلهای کارآفرین فعالیت می‌کنند، می‌توانند از امریه برای گذراندن دوره پایان خدمت در همان تشکل استفاده کنند که امیدوارم این دستور تا پایان سال اجرایی شود. وی ادامه داد: در این بحث کسر خدمت نداریم و فقط بحث امریه مطرح است که فرد شش ماه از دوره پایانی خدمت خود را در داخل تشکل سپری کند.

یادداشت

۸ کتاب برای رسیدن به رهبری بهتر

عملیات‌های چالش‌برانگیز و سخت و همچنین اعمال این اصول در سازمان‌ها با هدف ایجاد نهایت تأثیر و کار تیمی آورده شده است.

۵- چگونه دوست بیابیم و بر مردم تأثیر بگذاریم (دیل کارنگی)
این کتاب، اثری کلاسیک است که نمی‌توان اهمیت آن را انکار کرد. دلیلی وجود دارد که اثر با گذشت چیزی در حدود ۸۰ سال هنوز هم در ردیف بهترین‌هاست. این کتاب به روش ایجاد ارتباطات معنی‌دار با دیگران می‌پردازد و ابزارهای لازم جهت درک بهتر و پشتیبانی افراد پیرامون‌تان را فراهم می‌کند. ایده‌های کارنگی (Carnegie) به شما امکان می‌دهد در مقابل کارکنان‌تان قابل اعتمادتر باشید.

۶- ایلان ماسک، تسلا، اسپیس‌اکس و پویش در مسیر آینده‌ای خارق‌العاده (اشلی ونس)

ممکن است روش مدیریتی الن ماسک (Elon Musk) چندان در سلامت روانی کارکنان کاربردی نباشد. او همچون استیو جابز، رئیس به‌شدت سختگیر است، اما در عوض میزان خروجی بالایی نیز دریافت می‌کند. این کتاب علاوه بر اینکه اثری ناب است و رموز موفقیت و تأثیرگذاری ماسک را عنوان می‌کند، بیوگرافی خوبی در جهت باز کردن دریچه افکار و شناخت کارکرد ذهنی او نیز به شما می‌دهد. آنچه همواره در مورد استیو جابز و الن ماسک گفته می‌شود این است که آنها در جهت مغشوش کردن واقعیت تلاش می‌کردند. ایده بنیادین این است که ماسک در ایجاد نقطه نظر ذهنی کارکنان برای انجام هرچه سریع‌تر و بهتر وظایفشان توانا است. به‌رغم این که او پیوسته ضرب‌الاجل‌ها را جلو می‌انداخت، کارکنانش کارها را طوری سریع انجام می‌دادند که تا پیش از آن، وریا توانایی بشری به نظر می‌رسید. هرچند ممکن است تمام ایده‌ها و تاکتیک‌های مدیریتی ماسک در کسب‌وکار شما کاربردی نباشد، اما با درک اصول مدیریتی و رهبری او می‌توان به گونه‌ای بهتر افراد و کارکنان را تحت تأثیر قرار داد و نتایج مطلوب‌تری به دست آورد.

۷- سخت‌ترین قسم مسائل سخت (بن هورویتز)

به عنوان یک شهروند اهل سان‌فرانسیسکو، از سال ۲۰۱۴ تا به حال بارها در مورد کتاب سخت‌ترین قسم مسائل سخت شنیده‌ام. این کتاب یکی از آثار اسطوره‌ای است که در مورد تاریخچه دره سیلیکون (Silicon Valley) اطلاعات بسیار خوبی به دست می‌دهد. علاوه بر این یکی از بهترین کتاب‌ها در زمینه راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار است. بن هورویتز (Ben Horowitz) در این کتاب، از تجربیات کاری خود می‌گوید و تصمیمات استثنای ضعیف و قوی را مورد بحث قرار می‌دهد. او پیشتر می‌رود و در مورد آنچه از راه‌اندازی لاودکلاد (که بعدها به اویس‌ور تغییر نام داد) یاد گرفته است صحبت می‌کند. اویس‌ور یکی از شرکتهای اینترنتی فعال با ارزشی معادل ۱.۵ میلیارد دلار است. خواندن داستان تأسیس یک شرکت و فراز و نشیب‌های کاری آن پیوسته کمک‌کننده و جذاب است. خواندن کتاب سخت‌ترین قسم مسائل سخت از شما مدیر و رهبر بهتری می‌سازد و توان همدردی و مشارکت‌تان در مسیر مدیریت کسب‌وکار را افزایش می‌دهد.

۸- تلنگر (ریچارد تالر)

ریچارد تالر که به تازگی برنده جایزه نوبل شده است، در وهله اول کتاب تلنگر را به دلیل قابلیت اجرایی در تغییر سیاست‌های سازمانی به رشته تحریر درآورد. اما ایده‌هایی که در این کتاب عنوان شده‌اند در سطح خرد نیز کاربردی‌اند. کتاب تلنگر به تغییرات بنیادین مبتنی بر روانشناسی و تحقیقات اقتصادی رفتارشناسانه اشاره می‌کند. تغییراتی که می‌توانند تصمیم‌گیری فردی را تحت تأثیر قرار دهند. تالر در نهایت به این نتیجه می‌رسد که روش ارائه اطلاعات، تأثیرگذاری شگرفی دارد. در عرصه مدیریت و رهبری بهتر افراد پیرامون، درک تأثیرات مثبت تغییرات کوچک بر تصمیم‌گیری و افکار آنها بسیار باارزش است.

منبع: entrepreneur

مترجم: علی اکبری

امر مسلم این است که مدیریت دیگران امری چالش‌برانگیز است. این کار نیازمند بررسی و دیده‌بانی انرژی‌های عاطفی، شخصیت‌ها و نظرات مختلف و در عین حال مراقبت از خود است. حتی کسانی که سال‌ها تمرین و تجربه داشته‌اند نیز همچنان با مقولات مدیریتی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. خبر خوب این است که لازم نیست خودتان به فکر همه چیز باشید. منابع سودمند زیادی جهت ارتقای توانایی‌های مدیریتی وجود دارد. در میان این منابع می‌توان به کتاب‌هایی اشاره کرد که حاصل مطالعه افراد مختلف پیرامون مدیریت صحیح هستند. در این کتاب‌ها به نکات مدیریتی مدیران خوب و روش‌های آن اشاره شده است. در اینجا فهرستی از هشت کتاب علمی و کاربردی ارائه می‌شود که در مسیر رسیدن به رهبری بهتر به شما کمک خواهد کرد.

۱- محرک: حقیقتی شگفت‌انگیز پیرامون آنچه به ما انگیزه می‌دهد (دنیل پینک)

جوامع ما با مشکل سطح پایین شادی در محیط کار روبرو هستند. دنیل پینک (Daniel Pink) در کتاب محرک، این مسائل را عنوان می‌کند. او در این کتاب در مورد شرکت‌های خلاق صحبت می‌کند که تمام تلاش خود را جهت ایجاد و حفظ فرهنگ سازمانی مبدول داشته‌اند. او محرک‌های کارمندان را در سطح فردی نشان می‌دهد. همه چیز در انگیزه دادن به افراد و ایجاد ارزش درونی در این کتاب خلاصه می‌شود. افراد میل به یادگیری و کار دارند و می‌خواهند تأثیرگذار باشند. پینک شرکت‌هایی را مثال می‌زند که به کارکنان خود در این مسیر کمک می‌کنند و با اشاره به این موارد، در امر تأثیرگذاری بر دیگران، اعتمادبه‌نفس شایانی به شما می‌بخشد.

۲- قدرت عادات (چارلز دیویک)

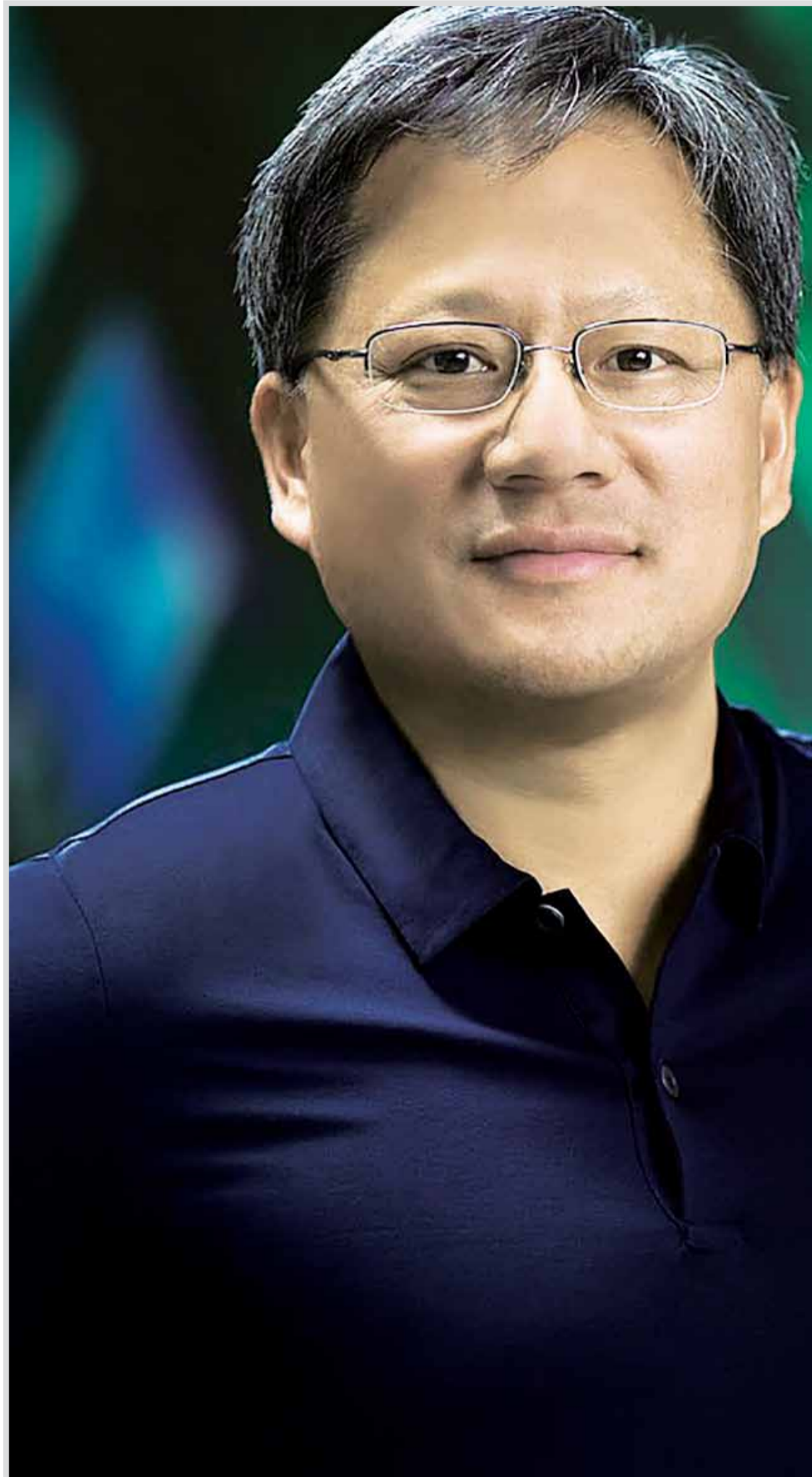
همه افراد عادات بد دارند. نویسنده این کتاب پیرامون چگونگی شکستن این عادات مخرب صحبت می‌کند. این کتاب اثری علمی و مبتنی بر تجربه، جهت فائق آمدن بر بزرگ‌ترین چالش‌ها است. در اولین گام، باید نحوه کارکرد عادات را شناخت؛ سپس می‌توانید از این دانش بهره ببرید و به کارکنان خود انگیزه دهید تا هم بهتر کار کنند و هم انسان‌های به‌مراتب بهتری شوند. همچنین می‌توانید این تکنیک‌ها را در زندگی فردی خود پیاده کنید و عاداتی که توانایی رهبری‌تان را خدشه‌دار می‌کنند، تغییر دهید.

۳- مبتکران: چگونه هنجار شکنان، جهان را هدایت می‌کنند (آدام گرانت)

یکی از مهم‌ترین بخش‌های مدیریت حرفه‌ای ایجاد فرهنگ سازمانی پرباری است که افراد بتوانند در آن بدرخشند. بهترین کارکنان خلاق‌ترین آنها هستند؛ افرادی که آزادانه افکار و عقاید خود را بروز می‌دهند. آدام گرانت (Adam Grant) در کتاب مبتکران، معنای واقعی مبتکر بودن را بازتاب می‌دهد. علاوه بر این رهبران بزرگی همچون استیو جابز را مثال می‌زند و بیان می‌دارد که چگونه فرهنگ سازمانی چنین شرکت‌هایی به افراد اجازه می‌دهد عقاید خود را بروز و وظایف خود را به بهترین نحو انجام دهند.

۴- مالکیت بی‌مرز (ویلیک و باین)

ویلیک و باین (Willink & Babin) فرماندهان واحد رزمی Three's Task Unit Bruiser یگان ویژه ایالات‌متحده بودند. این واحد یکی از چالشی‌ترین و قوی‌ترین تیم‌های نظامی کل کشور است. به‌راستی خواندن همین یک کتاب در مورد رهبری کفایت می‌کند. در این کتاب چگونگی ایجاد انگیزه و متحدسازی تفنگ‌داران نیروی دریایی طی



برگزاری جشنواره نوآوری‌های دیجیتال در سازمان تأمین اجتماعی

گفتنی است، با توجه به فرصت‌های موجود در سازمان تأمین اجتماعی، جهت حمایت و همکاری با استارت‌آپ‌ها در راستای عزم جدی این سازمان برای ایفای نقش تأثیرگذار در زمینه حمایت از اکوسیستم ایده‌پردازی، نوآوری



و توسعه استارت‌آپ‌ها در کشور از کلیه علاقه‌مندان و فعالان این حوزه دعوت می‌شود. با مطالعه سند فراخوان از جزئیات بیشتر محورهای اصلی این رویداد، اهداف و مراحل برگزاری، شرایط شرکت‌کنندگان، نحوه ارزیابی و داوری، حمایت‌های مادی و معنوی و سایر اطلاعات مرتبط، آگاهی یابند.

مقاصبان می‌توانند از ۹۷/۰۴/۱۰ با مراجعه به سایت این سازمان به نشانی www.tamin.ir از طریق لینک ثبت‌نام در رویداد ایده‌پردازی و نوآوری‌های دیجیتال، در جشنواره شرکت کنند.

مدیرکل دفتر راهبری سیستم‌های سازمان تأمین اجتماعی با اشاره به اهمیت کسب و کارهای نوین در اقتصاد جهان و توان ارائه راه‌حل‌های خلاقانه برای بهینه‌سازی فرآیندهای سازمانی گفت:

اولین رویداد نوآوری دیجیتال در دو بخش ایده‌پردازی و ارائه محصولات و خدمات دیجیتال در حوزه‌های بیمه و درمان سازمان تأمین اجتماعی برگزار می‌شود. به گزارش ایسنا و به نقل از اداره کل روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی، مهندس علی معیری با اعلام این خبر افزود: هدف از اجرای این جشنواره، جلب مشارکت کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) و حمایت از نیروهای جوان، نخبه و مستعد کشور در راستای خلق ارزش و نوآوری در گستره خدمات و محصولات سازمان تأمین اجتماعی و توسعه اکوسیستم کسب و کارهای نوپا است.

ربیعی: مشوق‌ها به سمت کارآفرینی سبز هدایت می‌شوند

رضایت اجتماعی در بدنه اجرایی دولت پیگیری می‌شود. وزیر تعاون با اشاره به مفاهیم توسعه گفت: قطعاً امروزه توسعه مفهوم شادی، نشاط و رضایت مردم است که با نوع مشاغل سبز نسبت بیشتری دارد

و ناچاریم جهت‌گیری‌های بنیادی را به سمت اقتصاد سبز هدف‌گذاری کنیم زیرا سود حاصل از اقتصاد سبز، سود اجتماعی و بین‌نسلی است. ربیعی با بیان این مطلب که برای دستیابی به اقتصاد سبز باید کارآفرینان سبز با شاخص‌ها و مزیت‌های اجتماعی تعریف شوند، خاطر نشان کرد: اقتصاد سبز نیازمند زیرساخت‌های فکری و فرهنگ متناسب با این نوع از اقتصاد است. به گزارش ایرنا، مشاغل سبز به کسب و کارهای مرتبط با فناوری پاک و دوستدار محیط زیست و به طور کلی مشاغلی که با تولید انرژی و محصولات پاک در ارتباطند، گفته می‌شود. این مشاغل ملزم به رعایت استانداردهای ایمنی و بهداشت حرفه‌ای در واحدهای شغلی مربوط به خود هستند.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، از هدف‌گذاری برای ایجاد یک میلیون شغل در کشور خبر داد و افزود: مشوق‌های در نظر گرفته شده به سمت کارآفرینی سبز هدایت می‌شوند.

به گزارش ایرنا، «علی ربیعی» روز سه‌شنبه در افتتاحیه دوره آموزشی بین‌المللی آکادمی مشاغل سبز در سالن تلاش افزود: برای خدمات فنی و مهندسی و حمایت‌های فنی، رقم مناسبی اختصاص می‌یابد و مشوق‌ها به سمت کارآفرینی سبز انتقال خواهد یافت. وی با تأکید بر لزوم راه‌اندازی پایگاه اطلاعات برای مشاغل سبز گفت: چند دستگاه می‌توانند نهاد اولیه شوند تا بتوانیم از اشتغال سبز حمایت کنیم. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی درباره لزوم مصرف بهینه آب در کشور نیز گفت: در این زمینه کشور پرمصرفی هستیم و با فرهنگ‌سازی در جامعه می‌توان مصرف آب را مدیریت کرد. ربیعی گفت: حمایت از کالای ایرانی و اشتغال مبتنی بر تولید ایرانی و اشتغال خوداتکایی نزدیک‌تر به اقتصاد سبز در جهت افزایش



برندینگ با ۶ راهکار مؤثر

مترجم: امیر آل علی

همواره ایجاد یک شرکت جدید با ریسک و تردیدهای بسیاری همراه است. علت اصلی این امر هم در عدم قطعیت افراد نسبت به واکنش بازار است. اگرچه به توجّه به بازار به شدت متغیر حال حاضر نمی‌توان در رابطه با هیچ موضوعی با قطعیت سخن گفت، با این حال در این رابطه راهکارهایی وجود دارد که با رعایت آنها می‌توانید ریسک کاری را کاهش داده و مسیر موفقیت خود را هموارتر بسازید. از جمله مواردی که برای تمامی شرکت‌ها از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است اینکه بتوانند برند خود را به خوبی مطرح کنند که این امر خود تأثیر بسزایی در موفقیت‌های آتی آنها خواهد داشت. در همین راستا و در ادامه به بررسی شش راهکار موجود در این رابطه خواهیم پرداخت.

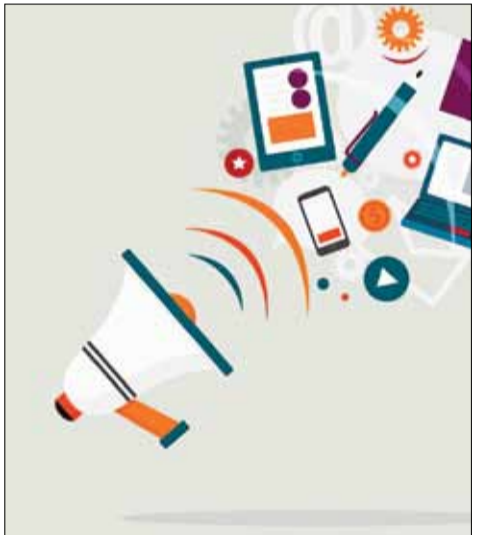
۱- ایمیل ارسال کنید

از جمله امکانات رایگانی که در اختیار شما قرار دارد، امکان ارسال ایمیل به مخاطبان است. امروزه با رشد تکنولوژی بسیاری از کارها با سهولت قابل انجام است که در راستای موفقیت لازم است این فناوری‌ها را مورد توجه قرار دهید. اگرچه امروزه شبکه‌های اجتماعی محبوبیت بسیاری پیدا کرده‌اند، با این حال توجه داشته باشید که ایمیل از سابقه بیشتری برخوردار بوده و به علت این امر که محوریت کار آن روی ارسال پیام است، هواس مخاطب به مراتب بهتر متوجه پیام شما خواهد بود. با این حال در این رابطه نباید صرفاً پیامی تبلیغاتی ارسال کنید. این‌گونه موارد معمولاً مورد توجه قرار نگرفته و در صورت تکرار مخاطب را آزار خواهد داد. با این حال ارسال مطالب آموزشی مرتب با حوزه کاری خود و مواردی که می‌تواند برای مخاطب مفید باشد، به خوبی مخاطب را با برند شما درگیر خواهد کرد. این امر در ایجاد تصویر خوب در ذهن آنها نقش کلیدی دارد و خود راهکاری مهم در راستای ارتقای جایگاه برند محسوب می‌شود.

۲- داستان‌هایی در راستای استراتژی محتوای خود داشته باشید
بدون شک داستان‌ها در افراد تأثیر عمیقی می‌گذارد و ذهن آنها را به خوبی درگیر می‌کند. در صورتی که بتوانید برای هر یک از محصولات خود داستانی را بیان کنید، مخاطب به خوبی با آن ارتباط برقرار کرده و به خرید آن ترغیب خواهد شد. به همین دلیل است که در بسیاری از کلیپ‌های تبلیغاتی افراد در تلاش برای روایت داستانی حول محور برند و محصول خود هستند. با این حال لازم است که در این بخش تعریفی از استراتژی محتوا ارائه دهید. در واقع این امر بیانگر برنامه‌ریزی برای تولید، توزیع و مدیریت محتوای مفید و کاربردی بوده و باعث می‌شود تا اطلاعاتی هوشمندانه و کاملاً حرفه‌ای در اختیار مخاطب قرار گیرد. برای مثال یک شرکت تولید اسباب بازی می‌تواند با داستان‌سرایی برای هر یک از محصولات خود، مخاطب را به وجد آورده و از این طریق برند خود را مشهور سازد.

۳- وبلاگ‌نویسی را جدی بگیرید

درواقع شما نیازمند یک پایگاه داده قدرتمند و به روز هستید تا مخاطب تمامی اطلاعات لازم را در رابطه با برند و کسب‌وکار شما به دست آورد. توجه داشته باشید به هر میزانی که اطلاعات بیشتری را در اختیار مخاطب خود قرار دهید، به همان میزان احتمال تبدیل آنها به مشتری افزایش پیدا خواهد کرد. با این حال توجه داشته باشید که شما براساس نوشته‌های خود مورد قضاوت قرار خواهید گرفت، به همین دلیل ضروری است تا نسبت به درستی محتویات ارسالی اطمینان لازم را به دست آورید.



۴- حضوری فعال در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید

در این رابطه لازم است توجه خود را به شبکه‌هایی معطوف کنید که در بازار هدف شما از بیشترین حجم استقبال برخوردارند. توجه داشته باشید که امروزه افراد به صورت روزانه و برای ساعاتی زمان خود را در شبکه‌های اجتماعی مختلف سپری می‌کنند که این امر آن را به مکانی فوق‌العاده برای امور تبلیغاتی تبدیل کرده است.

۵- ارائه تخفیف‌های ویژه برای مشتریان

در واقع شما باید همواره دلیلی را برای یادآوری خود به صورت روزانه داشته باشید. از جمله موارد مهم در این رابطه ارائه تخفیف‌های ویژه برای افراد است که این امر مشوق بازدید روزانه خواهد بود. توجه داشته باشید که این اقدام شما باید به نحوی باشد که میان مشتریان جدید و با سابقه تفاوت‌هایی وجود داشته باشد تا افراد به ماندگاری تمایل پیدا کنند.

۶- مسابقاتی را برگزار کنید

در راستای ایجاد پیوندی قوی میان خود و مشتریان، لازم است تا اقداماتی را صورت دهید که آنها را بیشتر با شما درگیر کند. از جمله موارد مفید در این رابطه برگزاری مسابقات مرتبط با حوزه کاری شماست. برای مثال در صورتی که در زمینه تولید کسب‌وکارهای بازی فعالیت دارید، می‌توانید مسابقاتی را برگزار و با این کار افراد بیشتری را با محصول خود آشنا کنید.

منبع: founderu.senz



محصول را کاملاً دوست داشته باشند، به نحوی که موجب فروش مجدد آن شود، می‌گوییم که وفاداری به نام تجاری وجود دارد. تلاش برای تغییر نگرش‌های منفی، نامعمول‌تر و بسیار سخت‌تر است. اگر محصول دارای تصویری منفی است، شاید به دلیل آنکه محصول اصلی یا راهبر بازاریابی، اشتباه بوده است، پس هدف عمده عبارت است از تغییر نگرش مصرف‌کننده. اگر نگرش منفی ایجاد شود، درمان آن بسیار مشکل است. نکته مهمی که باید به خاطر داشت، آن است که تبلیغات به تنهایی نمی‌تواند یک محصول معیوب را اصلاح کند. اگر عدم وفاداری به نام تجاری به دلیل تجربه ناخوشایند از خود محصول، یا بسته‌بندی آن، یا قیمت یا عناصر دیگر برنامه بازاریابی باشد، تبلیغات برای ترغیب مصرف‌کننده و خرید محصول، تنها اوضاع را خراب‌تر خواهد کرد. مشکل مربوط به محصول، یک مشکل مربوط به محصول است و نه مشکل تبلیغاتی. قدرت تبلیغات، نامحدود نیست. پیام‌های ترغیبی با چیزی بیش از آنچه ساختار پایه‌ای نگرش گفته می‌شود، سر و کار دارند. افراد از طریق استدلال یا اقامه دلیل ترغیب می‌شوند. دلایل، مبتنی بر منطق و گسسترش یک بحث هستند. در این حالت، استدلال، معطوف به مخالفت نیست، بلکه رشته‌ای از اقامه دلیل است، به نحوی که نکته‌ای به دنبال نکته دیگر می‌آید و به سمت رسیدن به یک نتیجه، حرکت می‌کند. آگاهی تبلیغاتی، هر زمان که با دلایل سرو کار دارند، باید متمرکز بر منطق و برهان باشد. به این دلیل است که دلیل یا چرایی فرض فروش، یکی از راهبردهای کاملاً متداول به کار رفته در تبلیغات است و همچنین، مبین اهمیت بخش پشتیبانی از راهبرد خلاقیت است.

ترغیب تنها یک فراگرد منطقی نیست. با احساسات و عواطف نیز سرو کار دارد. چگونگی احساسات یک فرد نسبت به محصول، خدمت، نام تجاری یا شرکت می‌تواند، به اندازه اطلاعات فرد در این زمینه مهم باشد. احساس در این معنی، معطوف است به یک نگرش که اینک محصول در عواطف و هیجانات، شدت پاسخ، تأثیری ناشی از عواطف است. اگر پیام مورد نظر با احساسات فرد مرتبط شود، احتمال یادآوری پیام بیشتر خواهد شد. بسیاری از تصمیمات خرید ما از نوع احساسی و عاطفی‌اند. ما معمولاً از یک سطح دلایل منطقی، برای توجیه تصمیم‌های احساسی استفاده می‌کنیم که حتی آنها را برای خود نیز بیان نمی‌کنیم.

در آخر: نگرش‌ها، دلایل، منطق و احساس، همه جزئی از بسته ترغیبی‌اند. باور، همان چیزی است که تمامی اینها به آن منجر می‌شوند. ما در مورد هر چه می‌خریم باوری داریم، اگر نداشتیم آن را نمی‌خریدیم. حتی محصولات کم‌درگیرانه‌ای نظیر آدامس، نوعی باورند. اقتناع، نوعی خاص از باور قوی است که محکم در ساختار نگرش جای گرفته است. اقتناع، معمولاً از مباحثات کاملاً منطقی، با استفاده از تکنیک‌هایی نظیر آزمون نتایج، تصاویر قبیل و بعد و نمایش‌هایی برای اثبات یک چیز ساخته می‌شود. عقاید مبتنی بر مجاب‌شدگی به سختی تغییر می‌کنند. تبلیغ‌کننده‌ای که بتواند در مخاطبان هدف، اقتناعی را به وجود آورد، مزیت رقابتی ممتازی کسب کرده است. بر اساس یک ضرب‌المثل قدیمی، دیدن، همان باور کردن است. اگر بتوان عملکرد محصول را نمایش داد، احتمال برطرف کردن تردید و افزایش باور در پیام فروش، فزونی می‌گیرد.

نگرشی را ایجاد یا تقویت کند یا تغییر دهد، بحثی را برانگیزد، به احساسی دست یابد یا اعتقادی را در ساختار باور مشتری احتمالی، کاملاً جا بیندازد. باورپذیری، یکی از مفاهیم بسیار مهم در تبلیغات است. آیا مصرف‌کننده پیام را باور می‌کند؟ آیا ادعاها باورپذیرند؟ آیا سخنگویان به ویژه چهره‌های با اقتدار، معتبرند؟ مصرف‌کنندگان می‌گویند که ادعاها تبلیغات را باور نمی‌کنند، ولی در عین حال، تبلیغات را در تصمیم‌گیری‌های بهتر، کمک‌کننده می‌دانند. تحقیقات نشان داده است که گرچه مصرف‌کنندگان، برای اثبات اعتبار ادعاها تبلیغ‌کننده، دلایلی را طلب می‌کنند، ولی برای قبول این ادعاها شواهد خیلی متقاعدکننده‌ای مطالبه نمی‌کنند. پشتیبانی، یکی از عناصر مهم راهبرد پیام است و معطوف به هر چیزی است که در تبلیغ به یک وعده، اعتبار می‌بخشد. اگر تبلیغاتچی‌ها خواستار آن هستند که پیام‌شان باورپذیر یا تأثیرگذار باشد، باید با فراهم آوردن واقعیت‌ها، بحث‌های متقاعدکننده یا نمایش‌های نتیجه‌بخش، از آن پشتیبانی کنند. ترغیب در تبلیغات، مبتنی بر جذب روان‌شناختی مصرف‌کننده است. جذب آن چیزی است که به‌طور خاص، محصول را جذاب یا آن را برای مصرف‌کننده جالب می‌کند. جذب‌های متداول عبارتند از: ایمنی، عزت نفس، ترس و لذت. جذب‌ها عموماً به سمت پاسخ پیش‌بینی شده مشتری به محصول یا پیام، به دقت، نشانه می‌روند. تبلیغ‌کنندگان از کلمه جذب برای توصیف «تأکید عام بر خلاقیت» نیز استفاده می‌کنند. برای مثال، اگر بر قیمت در یک آگاهی تأکید شود، پس جذب، ارزش، اقتصاد یا صرفه‌جویی است. جذب جایگاهی هنگامی به کار می‌رود که هدف، محصولی با کیفیت یا قیمت بالا باشد. جذب اشتهاآور در مواردی که تصاویر، دهان را آب می‌اندازد، در تبلیغات مربوط به خوراکی‌ها به کار می‌رود.

مرحله پنجم: نگرش و عقاید

باورها، نگرش‌ها و ارزش‌ها، عقاید ما را ساختار می‌دهند که در چگونگی مثبت یا منفی نگرشی ما نسبت به چیزی، منعکس می‌شوند. این امر چگونگی ارزشیابی اطلاعات دریافتی ما را نشان می‌دهد. عقاید افراد در ساختار پیچیده نگرش‌ها، ساخته می‌شود. هر فرد، ساختار نگرشی متفاوتی بر پایه تجارب فردی خود دارد. تبلیغاتی که می‌خواهد بر این ساختار پیچیده نگرش‌ها اثر بگذارد، معمولاً درصدد است که یکی از سه مورد زیر را انجام دهد:

۱- ایجاد عقیده جدید، در جایی که از پیش وجود ندارد

۲- تقویت یک عقیده موجود

۳- تغییر یک عقیده موجود

عقاید جدید، هنگامی ایجاد می‌شوند که یک محصول تازه عرضه می‌شود. البته عقیده مصرف‌کننده نسبت به محصول یا خدمت، هنگام استفاده از محصول، تغییر می‌یابد یا تثبیت می‌شود. صرف‌نظر از قدرت تبلیغات، یک تجربه بد نسبت به یک محصول جدید، تمام نگرش‌های مثبتی را که پیام ایجاد کرده است، منفی کند. دوست‌داشتنی بودن یکی از شاخص‌های نگرش‌های مثبت نسبت به یک محصول یا پیام است. یک تبلیغ‌کننده خواهد کوشید که برای محصولات جدید، نگرش‌های مثبتی بسازد و برای محصولات موفق جا افتاده خود، نگرش‌های مثبت موجود را حفظ کند. زمانی که مصرف‌کنندگان، یک

حامدهدائی

روانکارو فروش ایران

مرحله اول: فهمیدن یک هدف است.

آگاهی از پیام، کافی نیست. پیام همچنین باید فهمیده شود. فهم معطوف است به یک تلاش آگاهانه فکری تا معنای اطلاعات عرضه شده دریافت شود. این همان راهی است که ما مطالب را یاد می‌گیریم. درحالی که توجه می‌تواند پاسخی نسبتاً منفعل باشد، فهمیدن مستلزم پاسخی فعال از جانب خواننده یا بیننده است. این جزء مهمی از فراگرد مربوط به پردازش اطلاعات است. در ابتدا ما خود را علاقه‌مند می‌بینیم، سپس درباره موضوع مورد علاقه خود، چیزهایی می‌آموزیم و بعد، آن را در حافظه‌مان بایگانی می‌کنیم. به این کار، دانستن می‌گویند. فهمیدن به ویژه برای آگاهی‌هایی که اطلاعات زیادی درباره نام تجاری، قیمت، اندازه، نحوه کار محصول، زمان و مکان استفاده از آن و نظایر آن ارائه می‌کنند، اهمیت فراوانی دارد. وقتی تفاوت‌هایی بین محصولات وجود داشته باشد، مشخصه‌ها و چگونگی برگرداندن آنها به نکات فروش نیز از بخش‌های مهم اطلاعاتی است که باید فهمیده شود. شرط مهم تبلیغات اطلاعاتی، آن است که توضیحات، روشن و به مشتری احتمالی مربوط باشد. مصرف‌کنندگان در مقابل آگاهی‌هایی که ایجاد سردرگمی و ابهام کنند و بر اصل مطلب متمرکز نباشند، کم‌حوصله‌اند. خواننده یا بیننده باید قادر باشد که منطق مورد نظر را دنبال کند، تفاوت‌ها را قائل شود، دیدگاه‌ها را در مقابل هم مقایسه کند، دلایل و مباحثات را درک کند، واقعیت‌ها را ترکیب و سازماندهی کند و به‌طور کلی، معنای چیزها را دریابد. در طراحی یک پیام تبلیغاتی «فهمیدن»، یک هدف است، آگاهی باید واقعیت را به نحوی ارائه کند که امکان جذب اطلاعات توسط مردم را فراهم آورد. شفاف‌سازی مهم است.

مرحله دوم: یاد دادن است

یاد دادن یکی از جنبه‌های مهم تبلیغاتی است، زیرا اکثر تبلیغ‌کنندگان می‌خواهند که افراد پس از شنیدن، دیدن یا خواندن پیام، چیزی بدانند. دانایی یعنی اینکه واقعیت‌ها از طریق تجربه یا مطالعه کسب شده‌اند. در مورد محصولات جدید، آگاهی‌ها باید با تعلیم دادن مردم در خصوص چگونگی بازشناسی و استفاده از محصول، روی شکاف تجارت آنان پل بزنند.

مرحله سوم: تداعی

روش دیگر برای دانستن چیزی، ایجاد اتصال در ذهن مصرف‌کننده است. وقتی مصرف‌کننده دو مفهوم را به یکدیگر متصل می‌کند، چیزی یاد گرفته است. در تبلیغات برای ساختن شکل‌ها، از تداعی استفاده می‌شود. تبلیغاتی که از تداعی استفاده می‌کند، سعی دارند که از طریق اتصال محصول با چیزی که مصرف‌کننده آرزو دارد، مد نظر دارد، برای آن ارزش قائل است یا از آن استقبال می‌کند، تداعی ایجاد کنند. مثل یک تجربه مطلوب، یا یک سبک زندگی غیبه‌برانگیز یا یک فرد.

مرحله چهارم: ترغیب

آگاهی‌ها، علاوه بر فراهم آوردن اطلاعات باید افراد را به باور داشتن یا انجام دادن کاری ترغیب کنند. یک پیام ترغیبی می‌کوشد

کارگاه فروش



۵ اقدامی که روی فروش محصول شما تأثیر مستقیم خواهد داشت

به قلم: دن شلتر مشور و کرافرین
مترجم: امیر اعلی

بدون تردید هدف اصلی هر شرکتی فروش محصولات خود است و این موضوع باعث می‌شود تا برند مذکور بتواند در بازار خود باقی بماند. با این حال این موضوع به سادگی صورت نگرفته و باتوجه به خارج شدن بازار از حالت انحصاری چند شرکت و حضور رقبای متعدد، بسیار دشوار شده است. به همین خاطر لازم است تا در این زمینه کاملا هوشمندانه عمل کنید. در این زمینه از جمله اقداماتی که می‌تواند کاملا مؤثر باشد این است که نگاهی به کمپین‌های موفق سایر برندها داشته باشید. این موضوع به عملکرد شما چارچوبی درست خواهد بخشید که تضمین موفقیت شما خواهد بود. در واقع این مقاله حاصل تماشای ۶۶ تبلیغ تاریخی جهان بوده و حاوی نکات ارزشمندی در راستای موفقیت در زمینه فروش بهتر محصولات است. جالب است بدانید که در این رابطه تنها هزینه کردن معیار اصلی نیست و بسیاری از موارد موجود تنها خلاقیت خوبی را ارائه کرده‌اند. همچنین توجه داشته باشید که میزان تبلیغات کاملا باید با نیاز شما متناسب باشد. در واقع این موضوع که صرفا تبلیغاتی گسترده داشته باشید، نمی‌تواند موفقیت را برای شما به ارمغان آورد. مثال بارز این موضوع شرکت ابل است که به رغم تبلیغات نه چندان زیاد (در مقایسه با سایر برندهای فعال در این حوزه) برای چندمین سال پیاپی جایگاه نخست را حفظ کرده است. در همین راستا و در ادامه به بررسی پنج اقدام مؤثر در این رابطه خواهیم پرداخت

۱- داستانی واقعی را در رابطه با محصولات خود بیان کنید
اگرچه برخی بر این باور هستند که هدف باید صرفا فروش محصول باشد و در این مسیر هر اقدامی ضروری است، با این حال واقعیت این است که هدف شما باید حفظ مشتری باشد و نه صرفا فروش محصول تنها برای یک بار. این موضوع بسیار مهمی است که باید مورد توجه قرار گیرد. در واقع شرکت شما نیاز به آموزش همگانی خصوصا برای فروشندگان دارد تا عملکرد مورد نظر را از خود ارائه دهند. در این زمینه توصیه می‌شود تا تمرکزتان را روی ویژگی‌های مثبت محصولاتتان قرار دهید و با مخاطب صادق باشید. این موضوع تأثیر به مراتب بیشتری بر وی خواهد گذاشت. در واقع این موضوع یک واقعیت است که هیچ محصولی کامل نیست، با این حال تلاش‌های شما برای بهبود و صداقت کاری شماست که تفاوت‌ها را رقم خواهد زد. نکته دیگری که باید در این زمینه مورد توجه قرار دهید این است که تبلیغات شما باید توسط تیمی حرفه‌ای صورت گیرد تا نتیجه فوق‌العاده‌ای به همراه داشته باشد.

۲- اقدامات جدید را با توجه به خصوصیات جامعه هدف صورت دهید

اگرچه تنوع بخشی به کارها از جمله مواردی است که می‌تواند یکنواختی را از بین ببرد، با این حال این موضوع لازم است تا کاملا با توجه به خصوصیات جامعه شما باشد. برای مثال برند LIFE SAVERS از اقدامی نوین تم جدیدی از نوشیدنی را روانه بازار کرد که در سطح ملی با شکستی جدی مواجه شد و شرکت را در شرایطی بحرانی قرار داد. علت وقوع این موضوع نیز در عدم توجه به آزمایش‌های آن بوده است. در واقع تمامی افرادی که برای امتحان کردن طعم این نوشیدنی مراجعه کردند، همگی از یک منطقی بوده و این موضوع باعث شد تا نتایج حالتی جامع نداشته باشد و تنها در منطقه مذکور با استقبال خوب مواجه شود. در همین راستا بسیار مهم است که اقدامات جدید تحت آزمایش قرار گرفته و جامعه آماری شما نیز با توجه به سطح گستردگی محدوده توزیع محصول باشد.

۳- کاری را انجام دهید که سایرین در رابطه با آن هیچگونه اقدامی صورت نداده‌اند

توجه ما در این قسمت متوجه برند خلاق نایک است. در واقع این برند موفق شد با انجام کارهای متداول به نحوی متفاوت، خود را در بازار مطرح سازد. از جمله اقدام‌های متفاوت این شرکت این بوده است که آنها اقدام به عقد قرارداد مادام‌العمر با ستارگان مشهور کرده و با این اقدام طرفداران آنها را به مشتریان خود تبدیل کردند. این موضوع در حالی بود که سایر برندهای فعال در زمینه تولید پوشاک ورزشی، هرساله بهترین‌ها را هدف قرار می‌دادند که این تنوع بیش از حد مخاطب را گیج می‌کرد و باعث می‌شد نتوانند ارتباط لازم را با مدل‌های تبلیغاتی برقرار کنند.

۴- میزان فروش به مشتریان وفادار خود را افزایش دهید
با ظهور دو برند نوشیدنی کوکاکولا و پپسی به یکباره میزان فروش شیر در آمریکا با کاهش چشمگیر مواجه شد. در واقع دیگر این نوشیدنی جذابیتی برای مخاطب نداشته و همین موضوع باعث شد تا آنها به سراغ پدیده جدیدی بروند. این باعث شد تا اداره لبنیات ملی در اندیشه تبلیغ بیشتر محصولات خود باشد که با شکایت مواجه شد. همین موضوع باعث شد تا آنها به فکر سیاستی جدید بیفتند و به جای آنکه به دنبال مشتری جدید باشند، با ارائه تخفیفاتی، میزان فروش خود را به مشتریان قدیمی و ثابت خود افزایش دادند. این موضوع وضعیت را از حالت بحران خارج کرد و باعث شد از ورشکستگی رهایی یابند.

۵- شکست‌های خود را سریعاً برطرف کنید

در واقع لازم است تا شما در مواجهه با شکست‌های مختلف تنها به دنبال خارج کردن سریع خود باشید و این موضوع به این معناست که شما اجازه اشتباه به خود و سایر اعضای تیم شرکت را داده، با این حال به جای بهانه‌تراشی علت را بیابید و سریعاً شکاف به وجود آمده را برطرف کنید. بسیاری از مدیران سیاست‌هایی کلی را برای خود تعیین می‌کنند و تحت هیچ شرایطی از آنها خارج نمی‌شوند که این موضوع با توجه به روند بسیار تغییرپذیر بازار، نمی‌تواند موفقیت را برای شما به همراه داشته باشد. توجه داشته باشید که شکست‌های شما در صورتی که طولانی مدت شوند، مشتریان را نسبت به شما بی‌اعتماد خواهند کرد، با این حال توانایی رسیدگی سریع می‌تواند به مزیت شما تبدیل شود.

منبع: wordstream



به بهانه چرخش به سوی مهارت‌افزایی به جای مدرک‌گرایی

بازاریابی چگونه دانشگاه را محو کرد؟

راه‌اندازی کرده بود، اما در عرض کمتر از یک سال اینستاگرام به آمار میانگین ۲۵۰ میلیون بازدید از استوری‌های مختلف در پلتفرم‌اش دست یافت. به این ترتیب روند رشد اسنپ‌چت از ۱۷درصد به ۵درصد کاهش یافت.

یک مثال چالش‌برانگیز دیگر مربوط به آپدیت ۱۸ فوریه اسنپ‌چت است. پس از آنکه نسخه جدید اسنپ‌چت با تغییرات عجیب روانه بازار شد، بسیاری از کاربران نسبت به این پلتفرم دل‌سرد شدند. در نتیجه حدود ۱،۲ میلیون کاربر با این شبکه اجتماعی قدیمی خداحافظی کردند. با این حال حضور گسترده سلبریتی‌ها در اسنپ‌چت در کنار امکانات گسترده این پلتفرم برای ارائه ویدئوهای آنلاین موجب بهبود اوضاع این شبکه شده است. بی‌تردید تغییرات فراوان در طول دو سال گذشته اسنپ‌چت را بیش از سایر پلتفرم‌ها تحت تأثیر قرار داده است، با این حال هنوز هم این شبکه یکی از پرقابل‌ترین نمونه‌ها میان کاربران به حساب می‌آید.

باتوجه به تغییرات گسترده‌ای که در دنیای شبکه‌های اجتماعی روی می‌دهد، بررسی و مهارت‌افزایی پیرامون آنها در یک دوره کوتاه آموزشی دشوار به نظر می‌رسد. براین اساس در این زمینه گوی سبقت از دوره‌های آموزشی دانشگاهی رپوده شده است.

۲- بازاریابی تأثیرگذاری

بازاریابی تأثیرگذاری مطمئنا مفهوم جدیدی نیست. بر همین اساس در دانشگاه‌ها نیز دوره‌های مختلفی برای تدریس این الگو از بازاریابی وجود دارد. به مانند سایر بخش‌های بازاریابی در عرصه بازاریابی تأثیرگذاری نیز تغییرات شدید در بازه زمانی کوتاه روی می‌دهد. نینا اوجدا، مدیرعامل و موسس برند Prete، در این مورد توضیح قابل توجهی دارد: «امروزه بیشتر مشتریان نسل جدید هنگام مواجهه با یک برند به سابقه آن در زمینه بازاریابی و تبلیغات توجه می‌کنند. در این میان نیز تنها ۳درصد از آنها از رسانه‌های ارتباط جمعی سنتی مانند تلویزیون و رادیو برای آگاهی از محتوای برند موردنظر و تصمیم‌گیری استفاده جانبی می‌کنند». در این میان بازاریابی تأثیرگذاری به مثابه راهکار جلب نگاه مخاطب نسل جدید به حساب می‌آید. این شیوه از بازاریابی مبتنی بر استفاده از یک شخصیت تأثیرگذار (مانند سلبریتی‌ها) به منظور افزایش جذابیت آگهی‌هاست.

در زمینه الگوی بازاریابی تأثیرگذاری باید نهایت دقت را به کار بست. در حقیقت دقت در بنای رابطه‌ای مناسب و پایدار میان برند و مخاطب از مهم‌ترین بخش‌های این شیوه به حساب می‌آید. در عین حال باید روی نقاط جذاب و موردپسند مشتریان برندمان نیز بیش از پیش تأکید کنیم. بی‌تردید چنین مهارتی در سالن همایش‌های دانشگاه یا تالار دفاع قابل کسب نیست.

۳- هماهنگی با کاربران موبایلی و جست‌وجوی صوتی

براساس مطالعه مرکز SimilarWeb روی ۷۷میلیون وب‌سایت ۵۶درصد کاربران از گوشی‌های هوشمند برای دسترسی به محتوای اینترنتی استفاده می‌کنند. در این میان یکی از پنج جست‌وجوی برتر در گوشی‌های هوشمند را جست‌وجوی صوتی تشکیل می‌دهد. به عنوان مثال جست‌وجو از طریق سرویس «سیری» اپل یکی از محبوب‌ترین گزینه‌های در جست‌وجوی صوتی قلمداد می‌شود. در کنار این ابزار قدرتمند اپل، الکسا و گوگل هوم نیز کیفیت قابل توجهی را ارائه داده‌اند. نکته قابل فهم از دل تغییرات مهم در عرصه استفاده از موبایل‌ ضرورت هماهنگی بازاریاب‌ها با این نیاز جدید کاربران است.

به قلم: آدام هیتزمن
ترجمه: علی اعلی

امروزه شمار هرچه بیشتری از کارمندان و مسئول‌های بخش استخدام در حال جایگزینی ارزش‌های مبتنی بر مهارت به جای مدرک صرف هستند. مدیرعامل برند IMB، جینی رُمی اخیرا اظهارنظر جالبی پیرامون این موضوع داشته است: «امروزه کسب شغل در IMB الزاما نیازمند مدرک دانشگاهی نیست». همچنین جف وینر به عنوان مدیرعامل لینکدین نیز عقیده‌ای مشابه رُمی دارد: «آنچه بیشتر از همه اهمیت دارد، توانایی‌های مرتبط با کار است». پرسش اصلی در اینجا تأثیر گرایش به ترجیح مهارت به مدرک روی صنعت بازاریابی است. به راستی این الگو چه پیامدهایی به همراه خواهد داشت؟

اداره آمار کارگری (BLS) در طبقه‌بندی مشاغل کارمندان حوزه بازاریابی را به عنوان دارنده امنیت شغلی بالا و رشد ۱۳درصدی موقعیت‌شغلی‌شان تا سال ۲۰۲۲ (از ابتدای ۲۰۱۲) دسته‌بندی کرده است. اگر نگاهی به فهرست نیازمندی‌ها در حوزه استخدام بازاریابی بیندازیم، اغلب آگهی‌ها با چنین عبارتی مهارت مورد نیازشان را بیان می‌کنند: «دارای مدرک بازاریابی یا مهارت‌های مرتبط». این بدان معناست که شما برای فعالیت به عنوان یک بازاریاب باید مدرک دانشگاهی این رشته یا مهارت مرتبط را دارا باشید. باتوجه به تأکید بر توانایی و مهارت‌های مرتبط برای یک کلاس بازاریابی باید سطح‌های اصلا باید مدرک بازاریابی بگیریم؟

بی‌تردید در طراحی و اجرای یک دوره آموزشی در دانشگاه‌ها زمان، تلاش و برنامه منطقی فراوانی دخالت دارند. دانشگاه رانچرز در این مورد زمان طراحی دوره‌های آموزشی را بین شش تا یک سال برآورد می‌کند. به علاوه هنگام طراحی دوره‌های آموزشی باید سطح‌های مختلف را نیز مدنظر داشت. به این ترتیب برای یک کلاس بازاریابی باید سطح‌های مقدماتی، میانه و پیشرفته را در نظر گرفت. همه اینها به معنای نیاز به منابع مادی و انسانی فراوان اشاره دارند. چنین نیازمندی‌هایی در زمینه راه‌اندازی کلاس‌های آموزشی بازاریابی باعث عقب ماندن دانشگاه‌ها از سرعت تحول در دنیای بازاریابی می‌شود. در ادامه این مقاله به بررسی چهار مثال مناسب از زمینه‌هایی که دانشگاه‌ها از دنیای بازاریابی عقب مانده‌اند، خواهیم پرداخت.

۱- شبکه‌های اجتماعی

در چند سال گذشته شبکه‌های اجتماعی به سرعت نور توسعه یافته‌اند. در این میان حتی برترین بازاریاب‌ها نیز به سختی در تلاش برای شناخت و هماهنگی با تحولات جدید دنیای شبکه‌های اجتماعی هستند. براین اساس درحالی‌که بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی یکی از ترم‌های اصلی و جذاب در دانشگاه‌هاست، در پایان دوره آموزشی به احتمال زیاد شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی تغییر خواهند کرد.

به عنوان نمونه‌ای از سرعت تغییر دنیای شبکه‌های اجتماعی اجازه دهید ویدئوهای زنده یا استوری را در نظر بگیریم. فیس‌بوک در سال ۲۰۱۶ به مانند اینستاگرام سرویس ویدئوهای زنده را ارائه کرد. بی‌تردید آن زمان تحولی عظیم در عرصه تبلیغات به وجود آمد. از این پس بازاریاب‌ها امکان برقراری ارتباطی وسیع با مخاطب‌های‌شان آن هم از طریق شبکه اینترنت را پیدا کرده بودند. پس از این ماجرا در پایان سال ۲۰۱۶ سرویس استوری نیز با تقلید از اسنپ‌چت در اینستاگرام ظاهر شد. درحالی‌که اسنپ‌چت پیش از اینستاگرام سرویس استوری

منبع: inc

چنانچه امسال برای اولین بار قصد کارآفرینی دارید، نیمه دوم سال ۲۰۱۸ فرصتی عالی برای شروع کار و ساخت یک تجارت موفق خواهد بود. اکنون و با توجه به این مسئله و با توجه به متغیرها و معیارها، شما باید تیمی متشکل از افراد خیره و حرفه‌ای در اختیار داشته باشید تا به راحتی به اهداف‌تان دست یابید. شما هم‌اکنون در جایگاهی قرار دارید که باید با ساخت یک تیم حرفه‌ای و با بهره‌گیری از کمک اعضای آن، به رشد و توسعه تجارت خود بپردازید و ملاقات با افراد صحیح و شرکت در همایش‌های صنعتی تنها راه انجام این کار نیست. لازم به ذکر است که نباید ساخت یک تیم را مانند استخدام‌های رسمی نیرو در نظر بگیریم. این کار در حوزه مدیریت منابع انسانی قرار نمی‌گیرد و شما باید به صورت داوطلبانه و صحیح، با افراد واجد شرایط ارتباط برقرار کنید. به همین دلیل ما پنج ابزار برای ساخت یک تیم عالی، پرنرزی و بالنگیزه را در اختیار شما قرار خواهیم داد تا به این ترتیب کسب‌وکار خود را به سمت قله‌های موفقیت هدایت کنید. در نظر داشته باشید که این نکات به نحوه رفتار با کارمندان و خانواده هیچ اشاره‌ای نخواهند داشت و همچنین نکات مصاحبه نیز نیستند. تسلط بر هنر: استخدام‌کنندگان سنتی، روند استخدام اعضای تیم را صرفاً به عنوان راهی برای کسب درآمد بیشتر و یک فعالیت یکنواخت در نظر می‌گیرند، ولی اکنون ساخت تیم یک هنر است، زیرا شما باید سلاقی و علاقی افراد مختلف را با استفاده از روش‌های خلاقانه تحلیل و بررسی کنید. به یاد داشته باشید که تجارت شما (کارآفرینی) تنها رویای شما نیست، شما باید این رویا را با اعضای تیم خود به اشتراک بگذارید. در صورتی که این اتفاق رخ ندهد، ابتدا روی رویای خود کار کنید و سپس تیم خود را بسازید. استفاده از قانون جاذبه: زمانی که با اعضای احتمالی تیم ملاقات می‌کنید، احساس و اهداف خود را حتماً با آنها در میان بگذارید. لیستی از مشکلات حقیقی دنیا را در اختیار آنها قرار دهید و راه‌حل‌های خود یا مشکلاتی را که به دست شما حل شده‌اند توضیح دهید.

بازخورد آنها را در رابطه با هدف و مسیر خود دریافت کنید و سپس میزان علاقه آنها را بسنجید. چنانچه واجد شرایط لازم بودند، پس از پیروی از این رویکرد، آنها را به تیم خود اضافه کنید. در اینجا نکته اصلی، تبدیل اعضای تیم به کارآفرینان ذاتی است تا به این ترتیب آنها نیز در حرکت و تلاش جهت دستیابی به اهداف مشارکت داشته باشند.



ارتباط برقرار کنید: در زمان ملاقات با اعضای احتمالی تیم، همیشه ارتباطی مؤثر برقرار کنید؛ حتی کوچک‌ترین اهداف تجارت شما نیز باید ارائه شوند. همچنین آنها نیز باید در این گفت‌وگو مشارکت داشته باشند. مهارت‌های آنها را (مجدداً از طریق گفت‌وگو) ارزیابی کنید و به هیچ عنوان آنها را متقاعد نکنید. اعضای تیم باید به صورت داوطلبانه شرایط حضور در تیم و کار با شما را بپذیرند. در این حالت، آنها با اختیار و میل خود وارد تیم خواهند شد. انتقادات و نظرات را بپذیرید؛ از شنیدن جواب رد ناامید نشوید؛ شروع گفت‌وگو کلید موفقیت است.

تسلط بر هنر تقسیم کار منصفانه: پس از استخدام اعضای مناسب با ویژگی‌ها و استعداد‌های متنوع، اکنون باید به تقسیم کار به صورت عادلانه و مساوی در میان اعضای تیم بپردازید. در صورت امکان، از کنترل و مدیریت تمام موارد و جزئیات تیم خودداری کنید؛ وظایف را طبق مهارت افراد و نه سابقه کاری که در رزومه شخص به آن اشاره شده است، تقسیم و توزیع کنید.

در صورت امکان، به جای وظایف روتین و خسته کننده، وظایف چالش‌برانگیز ارائه کنید تا به این ترتیب امکان ارزیابی سطح مهارت و قدرت اعضای تیم فراهم شود. البته پیش از انجام چنین کاری، شما باید از سطح مهارت خود (به عنوان یک رهبر کارآفرین) مطمئن باشید. تقسیم صحیح کار باعث ایجاد مشارکت در تیم خواهد شد و اعضا به صورت ناگهانی تیم را ترک نخواهند کرد.

رشته‌ای نامرئی بیابید: ایجاد انگیزه کافی نیست؛ شما باید روحیه همکاری و مشارکت را در تیم تقویت کنید؛ شرکت‌های کوچک و حتی شرکت‌های بزرگ و بین‌المللی، از مشاوران و کارشناسان برای ایجاد روحیه و انگیزه کمک می‌گیرند.

جلسات گفت‌وگو و تبادل نظر: جلسات توفان مغزی، جلساتی هستند که شرکت‌های بین‌المللی در طی آن با کارشناسان و مشاوران حرفه‌ای به بحث و تبادل نظر می‌پردازند. زمانی که ساخت تیم به اتمام رسید، تمام افراد را در جریان تصمیمات اتخاذ شده قرار دهید؛ امکان مشارکت را فراهم کنید و سپس با ارزیابی، همکاری را به بالاترین سطح ممکن برسانید. زمانی که مردم در روند کار دخالت دارند، به صورت طبیعی عملکرد بهتری نیز ارائه خواهند کرد.

منبع: entrepreneur

۱۰ باشگاه سودآور جهان در سال ۲۰۱۸



۲۰۰ میلیون تیمار را از بارسلونا خریداری کردند. با توجه به قدرت مالی فوق‌العاده این تیم، پیش‌بینی می‌شود بتواند در سال‌های آینده نیز روند رو به رشد خود را حفظ کند.

۸- چلسی

کشور: انگلیس

سال تأسیس: ۱۹۰۵

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۴۲۸ میلیون دلار

مدافع عنوان قهرمانی لیگ در سال گذشته، امسال را به بدترین شکل ممکن آغاز کرد و همین امر باعث شد تا آنها نتوانند مجوز حضور در لیگ قهرمانان فصل آتی را دریافت کنند. با این حال قرارداد تجاری جدید آنها با برند کابارو باعث شده است تا بتوانند در جایگاه هشتم لیست قرار گیرند.

۹- لیورپول

کشور: انگلیس

سال تأسیس: ۱۸۹۲

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۴۲۴.۲ دلار

حضور مربی صاحب سبک و خوشفکر، بورگن کلوپ در این تیم را باید نقطه شروع مجدد این تیم دانست. آنها برخلاف انتظارات با عملکردی خیره‌کننده موفق شدند به فینال لیگ قهرمانان برسند. همین تحول بی‌نظیر خود باعث توجه برنده‌های مختلف به این باشگاه و کسب سود فوق‌العاده شده است. حضور پدیده سال گذشته محمد صلاح نیز خود از دیگر مزیت‌های تجاری این تیم محسوب می‌شود. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که این تیم سال آینده جایگاه به مراتب بهتری را بتواند به دست آورد.

۱۰- یوونتوس

کشور: ایتالیا

سال تأسیس: ۱۸۹۷

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۴۰۵.۷ میلیون دلار

اگرچه در سال‌های اخیر تیم‌های ایتالیایی با افتی محسوس مواجه شده‌اند، با این حال یوونتوس کاملاً استثنا بوده و در چند سال گذشته قدرت اول ایتالیا محسوب می‌شود. آنها امسال نیز برای ششمین سال پیاپی موفق به کسب جام‌های داخلی خود شده و در لیگ قهرمانان نیز تا مراحل بالای این مسابقات، حضوری قدرتمند داشته‌اند. با این حال حق پخش پایین در این کشور در کنار فعالیت نه چندان مطلوب تجاری آنها باعث شده است تا جایگاه آخر لیست به این تیم اختصاص یابد.

منبع: businessinsider

۴- بایرن مونیخ

کشور: آلمان

سال تأسیس: ۱۹۰۰

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۵۷۸.۸ میلیون دلار

بایرن همواره تیمی است که خریدهای هنگفتی نداشته، با این حال عملکرد فوق‌العاده‌ای را هر ساله از خود نشان می‌دهد. سال گذشته آنها شروعی کاپوس‌وار داشتند، با این حال با بازگشت مربی افسانه‌ای آنها (یوب هنکس) که موفق شده بود برای‌شان سه‌گانه را به دست آورد، شرایط کاملاً تغییر کرد و در نهایت فصل را با عنوان قهرمانی لیگ به پایان رساندند. حضور در نیمه نهایی لیگ قهرمانان و فینال جام حذفی نیز از دیگر افتخارات فصل گذشته آنهاست.

۵- منچستر سیتی

کشور: انگلیس

سال تأسیس: ۱۸۸۰

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۵۲۷.۷ میلیون دلار

درواقع تاریخ این تیم به دو بخش تبدیل می‌شود، قبل از شیخ و منصور و بعد از آن که باعث شد تا این تیم از باشگاهی معمولی به یکی از ابرقدرت‌های فوتبال جهان تبدیل شود. این تیم تحت مربیگری پپ گواردیولا و با صرف هزینه‌های کلان موفق شد عنوان قهرمانی لیگ را به دست آورد. با این حال پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که این تیم در صورت رسیدن به فینال لیگ قهرمانان و ادامه روند رو به رشد اقتصادی بتواند خود را در بین سه تیم برتر مطرح نماید.

۶- آرسنال

کشور: انگلیس

سال تأسیس: ۱۸۸۶

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۴۸۷.۶ میلیون دلار

این تیم موفق شد برای سومین سال پیاپی عنوان قهرمانی جام حذفی را به دست آورد. با این حال عدم راهیابی آنها به لیگ قهرمانان فصل آینده عاملی است که بدون شک باعث نزول آنها در لیست سال بعد خواهد شد.

۷- پاری سن ژرمن

کشور: انگلیس

سال تأسیس: ۱۹۷۰

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۴۸۶.۲ میلیون دلار

تنها تیم فرانسوی حاضر در لیست رویکردی مشابه منچستر سیتی داشته و با وارد شدن ناصر الخلیفی و سرمایه‌گذاری‌های کلان وی، این تیم به تک‌غول لیگ فرانسه و از قدرت‌های فوتبال جهان تبدیل شده است. آنها سال گذشته رکورد نقل و انتقالات را جابه‌جا و با رقم نجومی

مترجم: امیر آل علی

از جمله ملاک‌های مهم هر تیم باشگاهی، وضعیت اقتصادی و میزان سودآوری آنهاست که در این مقاله به معرفی ۱۰ باشگاه سودآور جهان در سال ۲۰۱۸ خواهیم پرداخت.

۱- منچستر یونایتد

کشور: انگلستان

سال تأسیس: ۱۸۷۸

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۶۷۶.۳ میلیون دلار

اگرچه بعد از رفتن سر الکس فرگوسن این تیم موفق به کسب عناوین خاصی نشده است، با این حال قراردادهای مالی فوق‌العاده و وجود اسپانسرهایی نظیر برند شورلت، باعث شده است تا این تیم با وجود به پایان رساندن فصل خود در جایگاه دوم لیگ، بتواند بیشترین سود را در مقایسه با سایر تیم‌ها به دست آورد.

۲- رئال مادرید

کشور: اسپانیا

سال تأسیس: ۱۹۰۲

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۶۷۴.۶ میلیون دلار

کپکشان‌ها به‌رغم نمایش ناامیدکننده در جام‌های داخلی، موفق به کسب مهم‌ترین عنوان باشگاهی (لیگ قهرمانان) برای سومین سال متوالی شدند. همین امر در کنار حضور فوق‌ستاره‌ای مانند کریستیانو رونالدو باعث شده است تا امسال نیز عملکرد تجاری رئال درخشان باشد.

۳- بارسلونا

کشور: اسپانیا

سال تأسیس: ۱۸۹۹

سود کسب شده در سال ۲۰۱۸: ۶۴۸.۳ میلیون دلار

بارسلونا را باید موفق‌ترین تیم در ۱۰ سال گذشته دانست، با این حال آنها فصل را با مشکلاتی نظیر شکست فسخ قرارداد نیمار توسط باشگاه متمول پاری سن ژرمن و شکست سنگین از رقیب دیرینه خود (رئال مادرید) شروع کردند. با این حال آنها تحت رهبری مربی جدید خود، در نهایت توانستند تمامی جام‌های داخلی را به دست آورند. وجود فوق‌ستاره آرژانتینی (لیونل مسی) نیز در این رابطه تأثیر بسزایی داشته است. با این حال ذکر این نکته ضروری است که ۲۰۰ میلیون پرداخت شده برای نیمار در این لیست مدنظر قرار نگرفته شده است.

دانش برند مبتنی بر مشتری



ارزیابی کند. به تعبیری، مفهوم کلر از ارزش ویژه برند، ملاک خوبی برای تفسیر استراتژی‌های مارکتینگ و ارزشیابی برند در اختیار می‌گذارد.

دانشش برند، تمام تفکرات، احساسات، ادراکات، تصویرها، تجربه‌ها و مانند این‌هاست که در ادراک مشتریان به برند پیوند خورده است. این را می‌توان به‌عنوان مدل شبکه‌ای حافظه‌ای جمعی که مشتریان به برند پیوند خورده است. این را می‌توان به‌عنوان مدل شبکه‌ای حافظه جمعی که شامل شبکه‌ای از گره‌ها و پیوندهاست، نگریست و در آن، برند را می‌توان به‌عنوان یک گره در حافظه در نظر گرفت؛ با انواع متفاوت و متعددی از تداعیات ذهنی بالقوه‌ای که به آن پیوند خورده است. یک «نقشه ذهنی» می‌تواند روش مفیدی برای به تصویر کشیدن ابعاد مهم دانش برند باشد.

دانشش برند به‌واسطه آگاهی از برند و تصویر برند توصیف می‌شود. آگاهی از برند از آنجاکه توانایی مشتریان را در یادآوری و شناخت برند تحت شرایط مختلف منعکس می‌کند، به قدرت گره یا اثر برند در حافظه مربوط می‌شود. عمق آگاهی به برند احتمال توانایی یادآوری یا شناسایی برند است. وسعت آگاهی از برند به موقعیت‌های خرید و مصرف گوناگونی که از برند به ذهن می‌رسد، مربوط می‌شود. تصویر برند، ادراک مشتری است از یک برند که به‌واسطه تداعیات برند در ذهن او بازتاب پیدا می‌کند. ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری هنگامی واقع می‌شود که یک مشتری از سطح بالایی از آگاهی و آشنایی با برند برخوردار باشد و ارتباط و پیوند منحصربه‌فرد، مطلوب و قدرتمندی با برند در ذهن خود داشته باشد. رویکرد غیرمستقیم در شناسایی اینکه چه جنبه‌ای از دانش برند ممکن است باعث پاسخی متمایز شود، بسیار مفید است؛ پاسخ متمایزی که خود ایجادکننده ارزش ویژه برند در بازار است. از آنجا که مقیاس و معیار هرکسی معمولاً تنها یک بعد ویژه و خاص از دانش برند را در نظر می‌گیرد لازم است تا معیارهای متعددی برای توضیح دادن و فهمیدن ماهیت چندبعدی دانش برند به کار گرفته شود. آگاهی از برند را می‌توان از طریق معیارهای متعدد با و بدون کمک حافظه سنجید که می‌تواند برای آزمون یادآوری و شناخت برند به کار گرفته شود. تصویر برند را نیز می‌توان از طریق تکنیک‌های کمی یا کیفی متعددی ارزیابی کرد.

منبع: **hormond**

مدرسه مدیریت

اهمیت تحقیق درباره سابقه شریک تجاری

شراکت و همکاری از دغدغه‌های اساسی همه کسب‌وکارها و به‌خصوص استارت‌آپ‌ها است. شریک نامناسب از همان آغاز کار، فعالیت را به بن‌بست می‌کشاند.

شاید با شخصی در یکی از جلسات شبکه‌سازی آشنا شده‌اید و برای کار بزرگی با همدیگر پیمان همکاری می‌بندید و با برنامه‌ریزی طرح کسب‌وکار، رؤیای تجارتی پرسود را در سر می‌پرورانید. کمی دست نگه دارید. تنها پیش‌بینی صحیح درباره هر کسب کار سختی‌های طاقت‌فرسا و مشکلات بسیار آن است. با شروع هر فعالیت با مشکلاتی مواجه می‌شوید که حتی در خواب هم نمی‌دیدید.

برای تهیه طرح کسب‌وکار به زمان زیادی احتیاج نیست، اما بهتر است برای آشنایی کامل با شریک‌تان، کمی آن را به تأخیر بیندازید. قبل از هر شراکتی سؤال‌هایی هستند که باید پاسخ داده شوند.

چگونه با شریک‌تان آشنا شده‌اید؟ چه نقاط مشترکی با هم دارید؟ شراکت کاری، ازدواج دوم نامیده می‌شود. خوب و بد بودن شریک روی آینده شغلی و حتی زندگی شخصی بسیار تأثیرگذار است. در ادامه به دلایل اهمیت شناخت آگاهی از سابقه شریک اشاره می‌کنیم.

دلایل اهمیت اعتبار بانکی

در کسب وکارهای شخصی وقتی دو نفر با همدیگر شریک می‌شوند، هر یک از آنها باید به اندازه سهم خود توان مشارکت داشته باشند. یکی از مهم‌ترین نقش‌های شراکت، توانایی تأمین مالی اعم از اعتبار بانکی یا پس‌انداز شخصی است.

به احتمال زیاد در ادامه کار نیاز به اخذ وام بانکی خواهید داشت. اگر مشارکت شما به صورت ۵۰ درصدی باشد، نصف تعهد مالی به عهده شریک‌تان خواهد بود. حال اگر طرف مقابل از اعتبار مالی مناسبی برخوردار نباشد و نتواند اعتماد بانک را جلب کند، به مشکل خواهید خورد. به یقین کنار آمدن با این موضوع که به خاطر اشتباهات شخصی شریک‌تان، فرصت تجاری بزرگی از دست برود راحت نخواهد بود.

دلایل اهمیت عدم سوء‌پیشینه

اگر شریک تجاری به علت فرار مالیاتی تحت تعقیب باشد، کلیه حساب‌های بانکی متعلق به او از جمله حساب مشترک کسب‌وکار‌تان نیز مسدود خواهد شد و تحت پیگرد قرار خواهد گرفت. این مسئله می‌تواند حتی باعث بروز اختلاف بین هیأت مدیره و سرمایه‌گذاران شود.

در شروع کار نباید هیچ ذهنیت مثبت و منفی به شریک‌تان داشته باشید. موارد اشاره شده به‌شدت برای کسب و کار خطرناک هستند. این مشکلات باعث می‌شوند به جای اینکه تمرکزتان بر رشد شرکت و شکست رقبا باشد، به حل و فصل مسائل حاشیه‌ای سیری شود. کسب‌وکار به اندازه کافی با مشکلات بزرگ و کوچک مواجه است؛ شراکت با افراد مشکل‌دار هیچ توجیهی ندارد.

قبل از اقدام به هر گونه همکاری، کاملاً درباره اعتبار و سابقه طرف مقابل تحقیق کنید. به قول معروف: خشت اول گر نهد معمار کج، تا ثریا می‌رود دیوار کج.

منبع: **inc/zoomit**

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

| چهارشنبه | ۶ تیر ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۹۷ | صفحه ۱۶ |

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: **WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS**

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۷ ویژگی رهبران دلسوز

بهره‌وری را افزایش می‌دهند و قراردادهایی سرنوشت‌ساز منعقد می‌کنند. حذف موانع. فعالیتی دوطرفه است.

رهبران باید الگوهای عاطفی درونی تمام اعضای تیم را درک کنند. چه الگویی باعث توقف کار می‌شود و چه الگویی آنها را به موفقیت خواهد رساند؟ رهبران باید در کنار اعضای تیم با افکار منفی مبارزه کنند و با ایجاد الگوهای ذهنی جدید، مسیر موفقیت را هموار سازند. زمانی‌که اعضای تیم دائماً به موفقیت فکر کنند، رهبران می‌توانند با آغاز روند نابودی موانع خارجی در کنار اعضای تیم، به قراردادهای سرنوشت‌ساز بپردازند.

زمانی‌که ارائه مانع از سسوی اعضای تیم متوقف شود، وظیفه رهبر خیلی زود به سرانجام خواهد رسید.

۳. تأثیر

رهبران دلسوز دائماً به کارمندان خود کمک می‌کنند و خودخواهی در تیم تحت هدایت آنها جایی ندارد، در نتیجه حرص و طمع نیز از بین خواهد رفت. این رهبران با رویکردی سخاوتمندانه به دنبال درک نیازهای اعضای تیم خواهند بود و ضعف‌ها و کمبودها را در اولویت‌های بعدی قرار می‌دهند. رهبران دلسوز بدبین نیستند. آنها با کمال میل از چالش‌ها استقبال خواهند کرد. این رویکرد باعث ایجاد انرژی و انگیزه در تیم خواهد شد.

موفقیت برای این رهبران به معنای دستیابی به ثروت یا شهرت نیست، زیرا آنها به دنبال مفاهیمی بسیار بالاتر، مانند سلامت روانی و شادی کارمندان، هستند. رهبر دلسوز به دنبال درک مردم است و می‌داند که این درک، درچه‌ای به سمت تأثیرگذاری و هدایت افراد خواهد بود.

۴. استانداردها

رهبران دلسوز برای اخلاقیات ارزش بسیار زیادی قائل هستند. این رهبران اخلاق‌مدار از اعضای تیم خود نیز چنین انتظاری خواهند داشت. موفقیت بر پایه اخلاقیات بنا خواهد شد. این رهبران همواره به دنبال کمال هستند. برخی اعضای تیم شاید به حضور در چنین محیطی عادت نداشته باشند به همین دلیل رهبران دلسوز، برای انتقال انگیزه به چنین افرادی، همواره بهترین عملکرد را ارائه خواهند کرد. با این کار اعتماد اعضای جدید و مردد جلب شده و اعتماد به نفس آنها نیز افزایش خواهد یافت.

این رهبران از کارمندان خود انتظار بهترین عملکرد را خواهند داشت؛ به همین دلیل، استانداردهایی با سطح بالا ولی قابل دسترسی تعیین خواهند کرد. چنانچه انتظار

هدف



فرآیند

کیفیت داشته باشید، عملکرد تیم نیز به صورت طبیعی افزایش خواهد یافت.

۵. تأثیرگذاری

رهبران دلسوز به دنبال قدرت نیستند. آنها تقاضا آنها اعضای تیم را هدایت، تشویق و حمایت می‌کنند تا با استفاده از مهارت‌ها، استعدادها، دانش، علاقه و انرژی خود و همچنین مشارکت سایرین، به اهداف متعالی شرکت دست یابند. هدف نهایی این رهبران، بهبود کیفیت زندگی مردم است. رهبران دلسوز از قدرت برای هدایت افراد در مسیر کشف قدرت خود استفاده می‌کنند. آنها موفقیت خود را در موفقیت و رشد کارمندان خود می‌بینند.

۶. علاقه

رهبران دلسوز می‌دانند که افراد بانگیزه به دنبال کمال و مشارکت در فعالیت‌های معنادار و تأثیرگذار هستند. این رهبران برای احساس و تجربه‌ای که تیم به دست خواهد آورد ارزش بسیار زیادی قائل‌اند. آنها همواره تیم را به ارائه بهترین عملکرد خود تشویق می‌کنند. رهبران باید به افرادی که قادر به ایجاد انگیزه و علاقه در خود نیستند کمک کنند. این رهبران اعضای تیم را تشویق خواهند کرد که هر وظیفه و مسئولیت را صرف نظر از میزان اهمیت آن، با عشق و علاقه‌ای فراوان به سرانجام برسانند. رهبران دلسوز قدرتمند هستند، زیرا می‌دانند که موفقیت تنها با تعهد و تلاش به دست خواهد آمد و می‌دانند که هیچ قدرتی بالاتر از قدرت فردی که کاری را با عشق و علاقه قلبی انجام می‌دهد، نیست.

۷. تیم

رهبران دلسوز می‌دانند که موفقیت در کار و زندگی شخصی به تنهایی به دست نخواهد آمد. کمال نیازمند یک تلاش جمعی (در تیم، شرکت، جامعه یا کل کشور) است. تیم برای موفقیت به رهبری نیاز خواهد داشت که اعضا را به خصوص در شرایط خطرناک، هدایت و تقویت کند. تیم‌های رهبران دلسوز مانند یک خانواده به کار و تلاش می‌پردازند. آنها زمینه را برای موفقیت تیم فراهم می‌سازند و از رشد و درخشش تک تک اعضای تیم لذت وافر می‌برند. این رهبران بدون هیچ مشکلی کنترل تیم را در شرایط سخت در دست می‌گیرند و همواره لذت و شادی موفقیت را با اعضای تیم به اشتراک خواهند گذاشت.

منبع: **entrepreneur**