

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

## احتمال تجدیدنظر در ممنوعیت واردات خودرو

یک مقام مسئول از احتمال تجدیدنظر در ممنوعیت واردات خودرو خبر داد و گفت این تصمیم برای کوتاهمدت اتخاذ شده و بهطور قطع تغییر می‌یابد، اما رفع...



خانواده‌های ایرانی در سال گذشته چقدر در آمد داشتند و چقدر خرج کردند؟

# دخل و خرج خانوارها به روایت بانک مرکزی

بانک مرکزی با ارائه نتایج بررسی متوسط هزینه - درآمد خانوار در سال ۹۶، اعلام کرد: درآمد یک خانوار شهری در سال گذشته ۴۳ میلیون و ۹۲۷ هزار تومان و هزینه آن نیز ۴۲ میلیون و ۱۳۰ هزار تومان بود و به این ترتیب درآمد خانوار ایرانی از هزینه‌هایش پیشی گرفته است. به گزارش خبرگزاری‌ها، گزارش رسمی بانک مرکزی نشان می‌دهد میزان درآمدها در سال گذشته ۱۲ درصد و مخارج نیز ۷٫۲ درصد افزایش یافته است...

۳

محسنی‌اذهای از تقاضای بانک مرکزی برای آزادی برخی بازداشتی‌های بازار سکه و ارز خبر داد

## معرفی خریداران ۲ تن سکه

۴

### مدیریت و کسب و کار



۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار دلار  
قیمت احتمالی بلیت  
سفرهای فضایی بلو اور بچین

- ۸ نکته در زمینه مدیریت مالی کسب و کارهای کوچک
- میل چیمپ چگونه بر چالش‌های رشد خود غلبه کرد
- اهمیت خرید و مهندسی آن
- اینستاگرام پست‌های قابل خرید را تهدید نمی‌داند
- راهکار برای تبدیل کارمندان به سفیران برند
- عوامل تاثیر گذار در موفقیت شبکه‌های اجتماعی

۱۶ تا ۸

### یادداشت

اعمال سلیقه فردی در دولت دشمن توسعه بخش خصوصی

محمد امیرزاده  
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

شرایط امروز محصول سرعت بالای تحولات اقتصادی نیست بلکه باید اسم بحران را روی آن گذاشت و متناسب با این اسم رفتار کرد. یک علت مهم در بروز بحران اقتصادی کنونی به بازی نگرش بخش خصوصی است. سرمایه‌های اقتصادی به دست افرادی در سال‌های گذشته رسید که مولد نبودند. این سرمایه به جای تقویت اقتصاد تبدیل به سیل نقدینگی شده و به تمام بخش‌های اقتصادی از جمله بخش خصوصی و دولت آسیب زده است. از سوی دیگر، عملکرد سازمان‌های دولتی نسبت به بخش خصوصی مبهم است. می‌توان گفت هیچ شفافیتی بین این دو بخش وجود ندارد. حتی زمانی که مناقضاتی برای مشارکت بخش خصوصی شکل می‌گیرد، طرف دولتی قادر است جریان مناقصه را به سمت و سوی مورد نظر خود هدایت کند. در شرایط کنونی توسعه اتوماسیون و قطع دست افراد از دخالت در پیشبرد پروژه‌های بزرگ باید در نظر گرفته شود. مطالبه جدی بخش خصوصی از دولت...

۳



## گزارش «آنکتاد» از کاهش ۱۶ درصدی سرمایه‌گذاری جهانی در سال ۲۰۱۷

### ناسیونالیسم اقتصادی علیه تجارت جهانی

رهبر انقلاب در نشست با رئیس‌جمهور از لزوم تهیه نقشه راه اقتصاد سخن گفتند

## مردم باید احساس آرامش و ثبات کنند

فرصت امروز: رهبر معظم انقلاب اسلامی با تأکید بر توانایی کشور برای عبور از مشکلات اقتصادی با برخورداری از روحیه انقلابی و مجاهدت، کار و تلاش شبانه‌روزی مسئولان و همکاری و همراهی اتحاد مردم، شرایط و الزامات استمرار پیشرفت و حرکت پر شتاب به سمت اهداف را بیان کردند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای صبح یکشنبه در نشستی که با دعوت ایشان از رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت برگزار شد، شرط اصلی موفقیت در همه عرصه‌ها را برخورداری از «روحیه قوی، انگیزه، شجاعت و عزم راسخ» دانستند و افزودند: همه مدیران دولتی باید در مقابل مشکلات با تحرک بیشتر و با احساس مسئولیت مضاعف عمل کنند.

رهبر انقلاب اسلامی، تیم اقتصادی دولت را مایندار و محور اصلی کار و تحرک در کشور خواندند و همه دستگاه‌ها را به هماهنگی با آن فراخواندند. ایشان شرط دیگر غلبه بر ننگ‌ناها را ارسال تصویری مقتدر از دولت برشمردند و افزودند: تصویر دولت در چشم مردم باید تصویری توانا، کارآمد و تلاشگر باشد، زیرا نفس تلاشگری برای مردم جذاب و امیدوارکننده است. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای همچنین صداوسیما و دستگاه‌های تبلیغاتی را به انتقال تصویر درست از اقدامات دولت توصیه کردند و افزودند: البته بیان انتقادات منطقی اشکالی ندارد، ضمن اینکه بخش عمده‌ای از تصویرسازی درست از دولت وابسته به عملکرد مسئولان است، یعنی مسئولان باید به میان مردم، کارگران و صنایع بروند و از نزدیک با آنها ارتباط برقرار کنند.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری، رهبر انقلاب اسلامی با مقتدرانه توصیف کردن مواضع رئیس‌جمهور کشورمان در اروپا افزودند: نشان دادن اقتدار در مقابل بیگانگان به‌ویژه آمریکایی‌ها امری لازم است و این کار باید به‌هنگام، صریح و قاطع انجام شود.

«دنبال کردن جدی کارها با استفاده از امکانات و توانایی‌های کشور» سفارش دیگر رهبر انقلاب اسلامی به مسئولان بود.

ایشان افزودند: البته طرف‌های اروپایی موظفند تضمین‌های لازم را در خصوص برجام بدهند، اما نباید اقتصاد کشور به این موضوع گره زده و معطل آن شود.

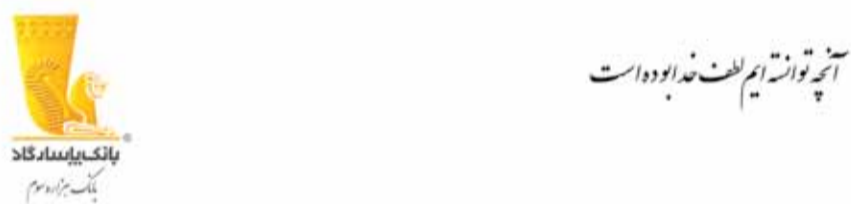
حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با تأکید بر «لزوم گسترش روزافزون دیپلماسی و ارتباطات خارجی»، افزودند: به جز موارد معدودی همچون آمریکا، روابط کشور با شرق و غرب باید هر چه بیشتر تقویت شود و تحرک عملیاتی و هدفمند دیپلماسی افزایش یابد.

رهبر انقلاب اسلامی در ادامه به بیان چند توصیه و راهکار برای حل مشکلات اقتصادی پرداختند.

ایشان تهیه «نقشه راه اقتصاد با ثبات» را لازم دانستند و افزودند: اگر نقشه راه اقتصاد تهیه شود، مردم و فعالان اقتصادی تکلیف خود را خواهند دانست و با احساس ثبات و آرامش به کمک دولت خواهند شناخت.

«تقویت بخش خصوصی» و «ضرورت برخورد قاطع با متخلفان» دو

رئیس‌جمهوری همچنین هماهنگی کامل قوا و دستگاه‌ها برای خنثی کردن توطئه‌های آمریکایی‌ها را ضروری دانست.



## حرکت پایدار در مسیر موفقیت



بانک برتر ایران، برای سومین سال متوالی، براساس ارزیابی مؤسسه معتبر یورومانی





نخستین جشنواره پژوهشگران جوان اقتصاد ایران  
برگزار شد

### نظریه به مثابه چراغ راه

**فرصت امروز:** نخستین جشنواره پژوهشگران جوان اقتصاد ایران ابتدای این هفته در دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی برگزار شد و در مراسم اختتامیه این جشنواره، وزیر راه و شهرسازی از ضرورت یافتن راه‌حل‌های اقتصادی برای مشکلات اقتصادی سخن گفت و معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور نیز از درآمدهای نفتی به عنوان مانع شکل‌گیری هر گونه نوآوری در ایران نام برد.

عباس آخوندی در این مراسم ابتدا به تنگناهای اقتصادی موجود در کشور اشاره کرد و گفت: «اکنون تمامی اقشار جامعه از دولت انتظار دارند تا برای وضعیت نابسامان اقتصاد کشور کاری انجام دهد، اما آیا این به معنی عبور از اصول اقتصاد است و صرفاً باید یک تصمیم سیاسی گرفت؟ طبیعتاً برای حل مسائل اقتصادی موجود نمی‌توان راهکاری سیاسی یافت، بلکه لازم است تصمیمات مبتنی بر اساس علم اقتصاد باشد.»

به گفته آخوندی، «دولت نباید تسلیم فضای روانی موجود شود و اتفاقاً لازم است از قانون حمایت کند و با بهره‌گیری از علم اقتصاد در کاهش عدم قطعیت‌ها، تثبیت محیط اقتصادی را در دستور کار خود قرار دهد.»

وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: «اکنون بزرگ‌ترین مسئله در کشور ما فقدان نظریه باثبات است که تمامی حوزه‌ها از جمله اقتصاد به این مسئله دچار هستند. حال آنکه نظریه می‌تواند به مثابه چراغ راهی باشد که سبب ایجاد همگرایی در دستگاه‌های تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر خواهد بود. اکنون بیش از هر زمان به نظریه نیاز داریم و توصیه من برای نسل جوان، مشارکت هرچه بیشتر در این موضوع است. در این صورت سازگاری در تصمیمات را شاهد خواهیم بود.»

او در پایان ابراز امیدواری کرد برگزاری چنین جشنواره‌هایی بتواند کمکی در جهت تولید نظریه و روشن کردن چراغ راه باشد.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور نیز در سخنانش به وضعیت ایران در شاخص نوآوری اشاره کرد و گفت: «در سال‌های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ رتبه ایران ۱۱۳ و ۱۲۰ برآورد شده که البته در سال ۲۰۱۸ به رتبه ۶۵ بهبود پیدا کرده است. همچنین کشور ما در حوزه کارایی نوآوری به رتبه تأمل برانگیز ۱۱ در جهان دست یافته است.»

معاون رئیس‌جمهور ضمن برشمردن ورودی‌ها و خروجی‌های نوآوری گفت: «رتبه ایران در ورودی‌ها ۹۳ و در خروجی‌ها ۴۶ رقم خورده است. پیچیدگی بازار و پیچیدگی کسب‌وکار در بدترین وضعیت قرار دارند و این در حالی است که شاخص سرمایه انسانی و پژوهش حائز شرایط مناسبی در مقایسه با سایر کشورهاست، بنابراین به نظر می‌رسد ما در حال تربیت افرادی هستیم که محیط موجود را نمی‌خواهند.»

به گزارش مؤسسه عالی آموزش و پژوهش، مدیریت و برنامه‌ریزی، ستاری همچنین به نفت محور بودن اقتصاد ایران اشاره کرد و این واقعیت را یکی از مشکلات جدی اقتصاد دانست: «درآمدهای نفتی مانع از شکل‌گیری هرگونه نوآوری شده و از این محل غالباً شرایط رانتی حاصل می‌شود.»

او در پایان سخنانش به جایگاه علم اقتصاد در جهان اشاره کرد و گفت: «عموم نوابع در بسیاری از کشورها رو به رشته‌های اقتصاد و حقوق می‌آورند و برخلاف کشور ما، رشته‌های مهندسی در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند. اعتقاد دارم علوم انسانی می‌تواند نقش جریان‌ساز بیشتری ایفا کند و امیدوارم برگزاری جشنواره پژوهشگران جوان اقتصاد ایران نقطه شروعی بر تغییر نگرش موجود در کشور باشد.»

همچنین دکتر مسعود نیلی، دبیر شورای راهبردی جشنواره در ابتدای این مراسم به ارائه گزارشی از فرآیند انجام کار این جشنواره پرداخت و گفت: «به جز مطالعات ارزشمند صورت گرفته که می‌تواند گره‌گشای مسائل اقتصاد کشور باشد، تعامل شکل گرفته میان نهادهای آموزشی و مراکز پژوهشی مجری این رویداد، دستاورد دیگر جشنواره است که باید آن را به فال نیک گرفت. همچنین ورود جوانان با دانش و انگیزه به حوزه تصمیم‌سازی اتفاق مبارک دیگری است که به واسطه برگزاری چنین رویدادهایی محقق شده است.»

نیلی سپس درباره فرآیند برگزاری جشنواره گفت: «پده اولیه برگزاری جشنواره ابتدا در مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی شکل گرفت و با تشکیل شورای راهبردی متشکل از شماری از دانشکده‌های اقتصاد شهر تهران و مراکز پژوهشی، آیین‌نامه نحوه انجام کار به رشته تحریر درآمد و نهایتاً در مهرماه ۱۳۹۶ فراخوان عمومی دعوت از پژوهشگران جوان، روی سایت قرار گرفت.»

او در خصوص آثار ارسالی به جشنواره اضافه کرد: «۵۸ اثر پژوهشی در ۱۳ حوزه تخصصی به دبیرخانه جشنواره ارسال شد که با تشکیل جلسات متعدد کمیته‌های داوری در خاتمه کار، پنج پژوهشگر به مرحله پایانی راه پیدا کردند و طی جلسه نهایی، انتخاب پژوهشگر برتر صورت گرفت.» دبیر شورای راهبردی جشنواره در خاتمه سخنان خود با قدردانی از اقتصاددانان جوان شرکت‌کننده در جشنواره، از آنان دعوت کرد تا سال آینده نیز آثار خود را در این مسابقه علمی شرکت دهند تا هرساله این رویداد با رونق بیشتری دنبال شود.

گفتنی است در پایان این جشنواره، حسین توکلین با پژوهش «هدف‌گذاری تورم CPI و PPI در فضای نظام ارزی دو گانه» و علی مدنی‌زاده با پژوهش «تحلیل تعادل عمومی پویای رکود تورمی» مشترکاً عنوان پژوهشگر جوان برتر اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۶ را کسب کردند.

گزارش «آنگتاد» از کاهش ۱۶ درصدی سرمایه‌گذاری جهانی در سال ۲۰۱۷

# ناسیونالیسم اقتصادی علیه تجارت جهانی



بر ۸۶۹ میلیارد دلار دست. دنیا در سال ۲۰۰۷ شاهد ۱۰۳۳ میلیارد دلار ادغام و خرید شرکت‌های برون‌مرزی بود که نشان می‌داد دنیا برای توسعه تعاملات اقتصادی و تجارت در خارج از مرزها با توجه به اصول تجارت آزاد بسیار مشتاق است.

### افت سرمایه‌گذاری در کشورهای صنعتی

«آنگتاد» نوشت: در سال ۲۰۱۷ جریان سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای صنعتی دنیا ۲۷ درصد کاهش یافت. در این سال سرمایه‌گذاری در کشورهای آمریکای شمالی ۳۳ درصد و در کشورهای اروپای غربی ۲۷ درصد کمتر شده است. دو کشور آمریکا و بریتانیا بالاترین کاهش سرمایه‌گذاری خارجی را تجربه کردند. دلیل کاهش سرمایه‌گذاری در آمریکا روی کار آمدن دونالد ترامپ در آمریکا و سیاست‌های ضد تجارت آزاد در این کشور بود و در بریتانیا هم تردید در مورد آینده اقتصادی این کشور بعد از خروج از اتحادیه اروپا باعث کاهش سرمایه‌گذاری شده است. البته رشد سرمایه‌گذاری در برخی کشورهای صنعتی دیگر به خصوص استرالیا باعث شد تا از شدت کاهش سرمایه‌گذاری در دنیا نسبت به سال ۲۰۱۶ کاسته شود. سال گذشته جریان ورود سرمایه‌گذاری خارجی به کشور استرالیا ۱۱ درصد رشد کرد و باعث شد تا بخشی از تأثیر کاهش سرمایه‌گذاری در کشورهای آمریکای شمالی و اروپای غربی جبران شود.

یک عامل بسیار مهم و بازدارنده در روند رشد سرمایه‌گذاری خارجی در دنیا را می‌توان ریسک‌های ژئوپلیتیکی و بی‌ثباتی‌های سیاسی و قانونی دانست که روی روند سرمایه‌گذاری در دنیا در سال‌های پیش رو اثر منفی خواهد داشت. از طرف دیگر سیاست‌های تازه مالیاتی در آمریکا و روی کار آمدن دونالد ترامپ در این کشور که برای اولین بار در طول تاریخ به عنوان یک عامل بی‌ثبات‌کننده فضای اقتصاد دنیا در گزارش‌های جهانی در نظر گرفته شد هم می‌تواند روی تصمیم سرمایه‌گذاری شرکت‌های چندملیتی در دنیا اثر داشته باشد. این مسئله در درجه اول آمریکا را از محور سرمایه‌گذاری در دنیا خارج می‌کند و در مرحله بعدی فضای سرمایه‌گذاری در دنیا را بی‌ثبات و پر تنش می‌کند که بدون شک اثرات مخربی روی اقتصاد دنیا و روند سرمایه‌گذاری در دنیا خواهد داشت.

### ناسیونالیسم اقتصادی و تجارت جهانی

از سوی دیگر، «سی ان ان مانی» نیز در گزارشی به کاهش ۲۲ درصدی سرمایه‌گذاری خارجی در آمریکا پرداخته و در جست‌وجوی دلایل این اتفاق به تأثیر ناسیونالیسم اقتصادی بر تجارت جهانی اشاره کرده است. طبق گزارش «سی ان ان مانی»، سرمایه‌گذاران خارجی در آمریکا در سال ۲۰۱۷ برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارشان بیش از ۲۵۹ میلیارد دلار هزینه کردند. این در حالی است که به گزارش اداره تحلیل اقتصادی ایالات متحده، این هزینه در سال ۲۰۱۵ بیشتر از ۴۳۹ میلیارد دلار بوده و به این ترتیب، حجم زیادی از سرمایه‌گذاری خارجی در آمریکا در سال گذشته میلادی کاهش یافته است.

با این حال، اگرچه سهم آمریکا در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در طول سال‌های گذشته کاهش یافته، اما این اتفاق به دلیل رقابتی‌تر شدن کشورهای در حال توسعه نیز بوده است و از همین رو، ایالات متحده تنها کشوری نبوده که در سال گذشته پول کمتری از خارج از مرزهایش جذب کرده است.

به گفته کارشناسان، سال گذشته جذب سرمایه‌گذاری خارجی در جهان مشکلات زیادی داشته و شرکت‌های چندملیتی نگران هستند که دولت‌ها چه رفتاری با شرکت‌های خارجی خواهند داشت، چراکه پرواض است که تجارت بین‌المللی نه تنها در آمریکا، بلکه در سراسر جهان از ناسیونالیسم اقتصادی ضربه می‌خورد.

سرمایه‌گذاران خارجی را از ادامه اجرای طرح بازمی‌دارد. **عدم تغییر سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه** در سال ۲۰۱۷، ۶۵۳ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه انجام شد که ۲ درصد بیش از سال ۲۰۱۶ بود. این منطقه در سال ۲۰۱۰، ۵۰۰ میلیارد دلار سرمایه جذب کرده بود و از آن سال تاکنون سرمایه‌گذاری در این کشورها به‌طور پیوسته و البته با نرخ کمتر از ۲ درصد در هر سال رشد کرده است.

طبق گزارش «آنگتاد»، در سال ۲۰۱۷ سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه آسیا و آمریکای لاتین و کارائیب رشد کرد ولی سرمایه‌گذاری در کشورهای آفریقایی رشد محسوسی نداشت. ایران هم در میان کشورهای بود که در این سال رشد سرمایه‌گذاری خارجی را تجربه کرد و دلیل این مسئله خروج نسبی این کشور از فشار تحریم‌های اقتصادی و وارد شدن سرمایه‌های خارجی به اقتصاد ایران بود. البته باید در نظر داشت که اقتصاد ایران پتانسیل بسیار بالایی برای جذب سرمایه دارد و زیرساخت‌های این کشور نیاز به سرمایه‌های کلانی برای توسعه دارد ولی سیاست‌های آمریکا در بی‌ثبات کردن توافق هسته‌ای در سال ۲۰۱۷ باعث شد تا سرمایه‌گذاران با احتیاط زیادی به بازار این کشور وارد شوند. به همین دلیل نرخ رشد سرمایه‌گذاری در ایران بسیار کمتر از انتظارات قبلی بود.

آمار نشان می‌دهد ورود سرمایه‌های خارجی به اقتصادهایی که در مسیر گذر از اقتصاد متمرکز به اقتصاد بازاری هستند، ۱۷ درصد کاهش یافته است. این کشورها تنها ۵۵ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کردند و همین مسئله مانع بزرگی در مسیر رشد اقتصادی این کشورها ایجاد کرده است. در این سال سرمایه‌گذاری روسیه در کشورهای مشترک‌المنافع همسایه کاهش زیادی پیدا کرد که به احتمال زیاد دلیل این مسئله تحریم‌های غرب علیه این کشور و کاهش توان سرمایه‌گذاری توسط این کشور بود. البته باید در نظر داشت که بعد از تحریم‌های غرب علیه روسیه سرمایه‌گذاری هم در این کشور کمتر شد و اگر این روند برای دوره طولانی مدت ادامه پیدا کند می‌تواند بحران‌های اقتصادی زیادی را برای روسیه ایجاد کند.

### خطرات زیادی وجود دارد

جیمز زان، رئیس بخش سرمایه‌گذاری «آنگتاد» بر این باور است که بررسی آمارها نشانگر وجود خطرات زیاد در اقتصاد دنیا است. او می‌گوید: «در شرایطی که روند سرمایه‌گذاری خارجی در دنیا کاهش است، ما شاهد رشد شاخص‌های کلان اقتصادی هستیم. به این معنا که در سال ۲۰۱۷ ارزش تولید ناخالص داخلی در دنیا رشد کرده است و تجارت هم روند افزایشی به خود گرفته است ولی سرمایه‌گذاری کاهش می‌دهد. همین آمارها نشان می‌دهد که ریسک‌های زیادی در اقتصاد دنیا وجود دارد و ما در آینده‌ای نچندان دور افت این شاخص‌های کلان اقتصادی را هم تجربه خواهیم کرد.»

یکی از اصلی‌ترین نگرانی‌ها در «آنگتاد» این است که آمارها از افت شمار پروژه‌های سرمایه‌گذاری و زیرساختی در کشورهای در حال توسعه خبر می‌دهد. در سال ۲۰۱۷ با وجود ثبات نسبی سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه ارزش ادغام شرکت‌های بزرگ (غیر متعلق به یک کشور) به علاوه ارزش خرید شرکت‌های کشورهای دیگر توسط شرکت‌های کارآمد یک کشور خارجی ۲۳ درصد کاهش داشته است. این به معنای کاهش تمایل برای مشارکت اقتصادی خارجی و کاهش تعداد پروژه‌های سرمایه‌گذاری جدید است که می‌تواند عاملی نگران‌کننده برای اقتصاد دنیا باشد.

در سال ۲۰۱۷ ارزش ادغام و خرید شرکت‌های برون‌مرزی برابر با ۶۶۶ میلیارد دلار بود در حالی که در سال ۲۰۱۶ این شاخص ارزشی بالغ

ایمان ولی‌پور

ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

سرمایه‌گذاری، کلید رشد اقتصادی است و به همین خاطر، کشورها از ابزارها و سیاست‌های مختلفی برای جذب سرمایه استفاده می‌کنند. اما بررسی روند سرمایه‌گذاری جهانی هم می‌تواند در مورد وضعیت آینده اقتصاد دنیا تصویر خوبی ارائه دهد. زمانی که روند سرمایه‌گذاری افزایشی باشد و اقتصاد دنیا هم رشد اقتصادی و رشد تجارت را تجربه کند، می‌تواند به آینده اقتصاد دنیا امیدوار بود، اما زمانی که این شاخص‌ها همسو نباشند، ریسک‌های زیادی پیش روی اقتصاد دنیا است.

این وضعیت است که در سال ۲۰۱۸ میلادی به گفته «آنگتاد» شاهد آن خواهیم بود، زیرا سرمایه‌گذاری در دنیا روند کاهشی داشته است ولی نرخ رشد اقتصادی دنیا افزایش یافته است و تجارت هم علی‌رغم سنگ‌اندازی‌های دولت آمریکا روند افزایشی به خود گرفته است. در این شرایط تحلیل‌گران از وجود خطرات بزرگی در اقتصاد دنیا نام می‌برند که می‌تواند بسترساز رکودی دیگر شود. این رکود در شرایطی که اقتصاد دنیا بالغ بر یک دهه در دوره رونق بوده است، مسئله قابل تاملی است.

در همین زمینه، «آنگتاد» در گزارشی به روند سرمایه‌گذاری جهانی پرداخته و از افت ۱۶ درصدی سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۱۷ خبر داده است. «آنگتاد» که به اختصار به «کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل» گفته می‌شود، محور مرکزی سازمان ملل متحد برای برخورد یکپارچه با تجارت و توسعه و مباحث مرتبط با حوزه‌های مالی، سرمایه‌گذاری و توسعه در کشورهای در جهان است و از طریق جست‌وجو و تجزیه و تحلیل اطلاعات به دنبال زمینه‌سازی برای مشورت بین کشورها و تبادل تجربیات با هدف یکپارچه‌سازی عوامل توسعه است.

### سرمایه‌گذاری در دنیا ۱۶ درصد کاهش یافت

طبق گزارش «آنگتاد» از رشد روند سرمایه‌گذاری جهانی، جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در سال ۲۰۱۷، ۱۶ درصد کاهش یافت و به ۱.۵۲ هزار میلیارد دلار رسید. بر اساس آنچه «پنده‌نگر» از این گزارش نقل کرده است، در سال ۲۰۱۶ جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در دنیا برابر با ۱.۸۱ هزار میلیارد دلار بوده است. دبیرکل «آنگتاد» در زمان انتشار این گزارش به «ویوتیز» گفت: «جریان سرمایه‌گذاری در دنیا از سال ۲۰۰۸ یعنی از زمانی که رکود در اقتصاد دنیا رخنه کرد، روند افزایشی به خود گرفت ولی در سال قبل به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری در کشورهای صنعتی و افت سرمایه‌گذاری در کشورهای پرتنش خاورمیانه، سرمایه‌گذاری در دنیا کم شد.»

او ادامه داد: «در سال ۲۰۱۷ سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای در حال توسعه در سطحی مشابه سال ۲۰۱۶ بود اگرچه در کشورهای کم‌درآمد و کشورهای جنگ‌زده خاورمیانه نه تنها سرمایه‌گذاری تازه‌ای انجام نشد بلکه بسیاری از پروژه‌ها نیز متوقف شد.»

باید در نظر داشت که با وجود اهمیت جذب سرمایه‌گذاری در یک کشور برای تقویت نرخ رشد اقتصادی، مسئله مهم‌تر پایداری روند ورود سرمایه‌ها است. به این معنا که سرمایه‌ها برای دوره‌های طولانی و به منظور اجرای پروژه‌های اقتصادی و صنعتی و زیرساختی وارد کشور شوند. اگر نگرانی در مورد نرخ ورود سرمایه‌ها به کشور وجود داشته باشد، کارایی سرمایه‌گذاری بسیار پایین خواهد بود زیرا اجرای پروژه‌های طولانی‌مدت از دستور کار خارج می‌شود. اصلی‌ترین مسئله‌ای که باعث ناپایداری جریان سرمایه‌گذاری خارجی در یک کشور در حال توسعه می‌شود، بی‌ثباتی سیاسی و تغییرات مداوم قوانین است که

## حمل و نقل ریلی

## اعمال سلیقه فردی در دولت؛ دشمن توسعه بخش خصوصی

محمد امیرزاده

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

شرایط امروز محصول سرعت بالای تحولات اقتصادی نیست بلکه باید اسم بحران را روی آن گذاشت و متناسب با این اسم رفتار کرد. یک علت مهم در بروز بحران اقتصادی کنونی به بازی نگرفتن بخش خصوصی است. سرمایه‌های اقتصادی به دست افرادی در سال‌های گذشته رسید که مولد نبودند. این سرمایه به جای تقویت اقتصاد تبدیل به سیل نقدینگی شده است و به تمام بخش‌های اقتصادی از جمله بخش خصوصی و دولت آسیب زده است.

از سوی دیگر عملکرد سازمان‌های دولتی نسبت به بخش خصوصی مهم است. می‌توان گفت هیچ شفافیتی بین این دو بخش وجود ندارد. حتی زمانی که مناقصاتی برای مشارکت بخش خصوصی شکل می‌گیرد، طرف دولتی قادر است جریان مناقصه را به سمت و سوی مورد نظر خود هدایت کند. در شرایط کنونی توسعه اتوماسیون و قطع دست افراد از دخالت در پیشبرد پروژه‌های بزرگ باید در نظر گرفته شود. مطالبه جدی بخش خصوصی از دولت راه‌اندازی سایت شفافیت است که در آن مقررات و قوانین به طور روشن در دسترس قرار بگیرد. تا زمانی که دولت نتواند تهدید اعمال سلیقه فردی در اجرای طرح‌ها را از بین ببرد، امیدی به توسعه فعالیت‌های بخش خصوصی وجود نخواهد داشت. مدت‌هاست که وقت روی خوش نشان دادن به بخش خصوصی فرا رسیده است، اما نگرش غلطی که از چهار دهه گذشته بر اقتصاد سلطه یافته، همه چیز را به نفع دولت مصادره کرده است و امروز اثری از کارخانه‌های مولد گذشته دیده نمی‌شود. اکنون خبری از ارج و آزمایش نیست. موسسات تولیدی داخلی به تعطیلی کشانده شدند در حالی که اگر به حیات‌شان ادامه می‌دادند و بازارهای منطقه حفظ می‌شد، در شاخص‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی از جمله درآمدهای مالیاتی، اشتغال و کاهش استرس‌های جامعه به امتیازات قابل توجهی می‌رسیدیم.

دولت‌های مختلف در چهار دهه گذشته از همکاری بیشتر بخش خصوصی حرف زدند و این بخش تلاش کرده نگاه مثبتی به دولت‌ها داشته باشد. در دوره دولت‌های یازدهم و دوازدهم رئیس جمهور از کارخانه‌های سودده در بورس می‌گوید که حرکت خوب و مبارکی است. از سوی دیگر رئیس جمهور به اختصاص منابع ارزی به صنایع داخلی معتقد است که می‌توان این را هم مایه رونق و رشد تولید داخلی در نظر گرفت اما باید دید در مرحله اجرا به کجا رسیده‌ایم.

## چرا با مردم درباره مشکلات صحبت نمی‌کنیم؟

کیوان کاشفی

عضو هیات رئیسه اتاق ایران

حدود شش‌ماه از آغاز دور جدید التهابات ارزی در کشور می‌گذرد. بحرانی که قبلاً نیز تجربه شده بود و شبیه آن در سال ۱۳۹۰-۱۳۹۱ مشاهده شد که شاهد تنزل فوری ارزش پول ملی به یک‌سوم بودیم. بحران اخیر که موجب بهم ریختن نظم حاکم بر بازار بعد از حدود پنج سال ثبات نسبی قیمت ارز بود، روند واردات و صادرات را با مضطربان جدی مواجه کرد. هم‌زمان به تبعیت از قوانین اقتصادی، بازار به سرعت خود را با قیمت‌های بالا و نرخ آزاد وفق داد. این امر از یک‌سو موجب کاهش ناگهانی و سریع قدرت خرید مردم شد و از سوی دیگر، موجی از نگرانی به آینده را در تمام دهک‌های درآمدی جامعه به وجود آورد.

دولت در ماه‌های اخیر، اقدامات مختلفی را برای کنترل نوسان شدید بازار ارز به اجرا گذاشت که بسیاری از آنان به جهت سراسیمگی و عدم پندآمیزی از تجربیات قبلی، ناکام ماند و به تعبیری، می‌توان این‌گونه اقدام‌های غیر کارشناسی را شبیه استفاده از نفت و بنزین برای مهار آتش دانست.

به نظر می‌رسد قرار نیست هیچ‌وقت در کشور از آزمون و خطاهای مکرر خویش درس بگیریم. اقداماتی از قبیل تعطیلی صرافی‌ها که شریان اصلی دادوستد ارز کشور هستند و در سال‌های اخیر، جور عدم ارتباطات بانکی را کشیده‌اند، ایجاد فضای امنیتی و پلیسی بر بازار ارز، اعلام تک‌نرخ ظاهری ارز و اعلام قیمت ۴۲۰۰ تومانی و زیرزمینی کردن بخش مهمی از مبادلات ارزی، شایعه‌های متعدد و نگرانی از روند تخصیص ارز به افراد خاص و کالاهای غیر ضروری، از دیگر اقداماتی بود که همچنان تئور از راه در کشور گرم و سوزان نگه داشته است.

اما چیزی که در این بین جلب توجه می‌کند، سکوت سنگین مسئولان در قبال تحولات ارزی کشور است. در این زمان و به‌رغم نگرانی‌های شدید مردم در مورد آینده قیمت‌ها و پلاکلیفی در بازار، تقریباً هیچ مسئولی حاضر نشد با حضور در صداوسیما یا در جمع خبرنگاران، ریشه بحران‌ها و راهکار و برنامه‌های دولت برای تنظیم این مؤلفه تأثیرگذار در اقتصاد کشور تشریح کند. جالب‌تر اینکه در همین ایام، نرخ تورم همچنان تک‌رقمی و زیر ۱۰ درصد اعلام می‌شود! این‌گونه برخوردها در کنار انفعال مجلس و کمیسیون اقتصادی آن، فضا را برای پیش‌بینی‌های اغراق‌آمیز و گاهی بدون جایگاه کارشناسی محکم باز کرده و بر التهاب و نگرانی و تشدید عوارض منفی روانی در جامعه دامن می‌زند.

ما را چه می‌شود؟ چگونه انتظار داریم با چنین رفتارهایی، سرمایه اجتماعی موجود در کشور تحلیل نرود؟ چگونه انتظار داریم مردم موج عظیم اخیر سوءاستفاده‌ها را که گاهی نیز اشتباه است را نپذیرند؟ امروز اعتماد به مردم و طرح صادقانه مشکلات کشور و درخواست کمک از آنان، مهم‌ترین راهکارهای غلبه بر مشکلات است.

مردم ایران همواره نشان داده‌اند با خدمتگزاران صادق با احترام برخورد کنند و چنانچه از طریق حاکمان به‌خوبی هدایت شوند، بر بزرگ‌ترین مشکلات نیز فائق خواهند شد. پس بیاییم با مردم با آرامش و صداقت صحبت کنیم. از بیان مشکلات نهراسیم و به مردم اعتماد کنیم. کاری که بزرگان دین همیشه بدان اقدام و تأکید کرده‌اند، با مردم خود صحبت کنید.

خانواده‌های ایرانی در سال گذشته چقدر درآمد داشتند و چقدر خرج کردند؟

## دخل و خرج خانوارها به روایت بانک مرکزی



میلیون و ۳۵۶ هزار و ۹۵۹ ریال بود و در این بخش ۷۵ درصد رشد به ثبت رسید.

به صورت کلی، طبق اعلام بانک مرکزی میزان درآمد خانوار در سال گذشته به رقم ۱۷ میلیون و ۹۶۶ هزار و ۹۷۶ ریال از هزینه‌های پیشی گرفته است. بر پایه این گزارش، متوسط درآمد یک خانوار شهری در سال گذشته ۳۶ میلیون و ۶۰۶ هزار و ۲۹۱ ریال و متوسط هزینه نیز ۳۵ میلیون و ۱۰۹ هزار و ۴۳ ریال بوده است، بنابراین درآمد هر خانوار در سال قبل، ماهیانه یک میلیون و ۴۹۷ هزار و ۲۴۸ ریال از هزینه‌ها بیشتر بوده است.

## گزارش بانک مرکزی

در گزارش بانک مرکزی پیرامون موضوع نتایج بررسی بودجه خانوار در مناطق شهری ایران در سال ۹۶ آمده است: آمارگیری از هزینه و درآمد خانوارهای شهری ایران در سال ۱۳۹۶ که مراجعه به حدود ۱۳ هزار خانوار نمونه انجام گرفت و برخی از نتایج به دست آمده به شرح ذیل است:

## متوسط تعداد افراد خانوار

در سال مورد بررسی متوسط تعداد افراد خانوار ۳.۲۸ نفر بود که نسبت به سال قبل کاهش داشته است. از کل تعداد خانوارها، خانوارهای چهار نفره با ۲۸.۹ درصد بیشترین و خانوارهای ۱ نفر و ۱۰ نفر و بیشتر هر یک با ۰.۱ درصد کمترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند.

## گروه‌های سنی

توزیع افراد خانوار بر حسب گروه‌های سنی نشان می‌دهد که در سال مورد بررسی، ۷۲.۲ درصد از افراد خانوارها پنج سال و کمتر، ۶.۴ درصد ۶-۱۰ سال، ۶.۳ درصد ۱۱-۱۵ سال، ۶.۸ درصد ۱۶-۲۰ سال، ۱۶.۸ درصد ۲۱-۳۰ سال، ۳۱.۱ درصد ۳۱-۵۰ سال و ۲۵.۴ درصد ۵۱ سال و بیشتر سن داشته‌اند.

## تحصیلات

توزیع افراد شش ساله و بیشتر خانوارها بر حسب میزان سواد در سال ۱۳۹۶ نشان می‌دهد که ۱۰.۹ درصد بی‌سواد، ۲۲.۲ درصد قادر به خواندن و نوشتن، ۲۱.۱ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۴۱.۹ درصد دارای تحصیلات راهنمایی و متوسطه و ۲۳.۹ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند.

احمدی‌نژاد و روحانی چقدر نفت فروختند؟

## درآمدهای نفتی ایران در ۲۰ سال گذشته

از محل فروش نفت داشت، اما سالیانی نیز درآمد ۸۰ تا ۱۱۸ میلیارد دلاری را در کارنامه خود ثبت کرد تا از این منظر غیرقابل رقابت با دولت‌های قبل و پس از خود باشد.

## اخم نفت به اصلاحات

هرچند پرفراز و نشیب‌ترین تجربه نفتی از آن دولت روحانی است، اما بررسی‌ها از منظر میزان درآمد نفتی نشان می‌دهد دولت اصلاحات نیز اقبال بلندی در این حوزه نداشته است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد میزان درآمد نفتی ایران در دوره اصلاحات حدود ۱۶۳ میلیارد دلار بوده است. اوپک میزان درآمد نفتی ایران در سال ۱۳۷۶ را در حدود ۱۰ میلیارد دلار عنوان کرده است، اما آمار بانک مرکزی نشان می‌دهد دولت خاتمی از سال ۱۳۷۷ تا پایان سال ۱۳۸۳ حدود ۱۵۴ میلیارد دلار نفت فروخته است. به این ترتیب رقم تقریبی درآمد نفتی دولت با ترش‌روی این بازار به دولت هفتم و هشتم ۱۶۴ میلیارد دلار بوده است. در این دوره ایران حتی روی درآمد نفتی ۹۹.۹ میلیارد دلاری در سال ۱۳۷۷ را نیز به خود دید. بالاترین درآمد نفتی در سال‌های تصدی این دولت در سال ۱۳۸۳ محقق شد. در این سال ایران ۲۶.۳ میلیارد دلار نفت فروخت.

بانک مرکزی با ارائه نتایج بررسی متوسط هزینه - درآمد خانوار در سال ۹۶، اعلام کرد: درآمد یک خانوار شهری در سال گذشته ۴۳ میلیون و ۹۲۷ هزار تومان و هزینه آن نیز ۴۲ میلیون و ۱۳۰ هزار تومان بود و به این ترتیب درآمد خانوار ایرانی از هزینه‌های پیشی گرفته است.

به گزارش خبرگزاری‌ها، گزارش رسمی بانک مرکزی نشان می‌دهد میزان درآمدها در سال گذشته ۱۲ درصد و مخارج نیز ۷.۲ درصد افزایش یافته است. در عین حال، ۳۵.۵ درصد از مخارج ۴۲۱ میلیون و ۳۰۸ هزار و ۵۲۴ ریالی خانوار در بخش مسکن به میزان ۱۴۹ میلیون و ۲۷۶ هزار و ۵۵۴ ریال بوده و پس از مسکن، بالاترین هزینه خانوار شهری در سال گذشته خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها به میزان ۹۹ میلیون و ۱۳۰ هزار ریال بوده است.

## وضعیت مخارج خانوار

بر پایه این گزارش، حمل و نقل با رقم ۴۴ میلیون و ۶۴۱ هزار و ۱۵۶ ریال ۱۰.۶ درصد و کالا و خدمات متفرقه نیز با ۳۴ میلیون و ۵۹۲ هزار ریال، ۸.۲ درصد مخارج سال گذشته یک خانوار شهری کشور را تشکیل داده است.

کمترین هزینه خانوار در سال گذشته مربوط به دخانیات با یک میلیون و ۳۸۸ هزار و ۶۶۶ ریال معادل ۰.۳ درصد و همچنین تحصیل به میزان ۷ میلیون و ۵۹۹ هزار و ۲۶۱ ریال معادل ۰.۱ درصد بود. بیشترین میزان رشد هزینه خانوار در سال گذشته مربوط به خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها با ۱۰.۲ درصد بوده و هزینه مسکن نیز ۷.۱ درصد رشد داشته است.

به صورت کلی، خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها، دخانیات، پوشاک و کفش، مسکن، آب، برق و گاز و سایر سوخت‌ها، لوازم و اثاث و خدمات مورد استفاده در خانه، بهداشت و درمان، حمل و نقل، ارتباطات، تفریح و امور فرهنگی، تحصیل، رستوران و هتل و کالا و خدمات متفرقه؛ ۱۲ قلم اصلی در سبد مخارج خانوار را تشکیل می‌دهند.

## وضعیت درآمد خانوار

در بخش درآمد خانوار در سال گذشته، کل درآمد ناخالص به میزان ۴۳۹ میلیون و ۲۷۵ هزار و ۵۰۲ ریال بوده که از این میزان ۳۰۹ میلیون و ۹۱۸ هزار و ۵۴۳ ریال درآمد پولی ناخالص با رشد ۱۳.۹ درصدی بوده است. درآمد غیرپولی خانوار در سال گذشته ۱۲۹

دولت حسن روحانی در حالی پنجمین سال فعالیت خود را پشت سر می‌گذارد که فراز و نشیب‌های نفتی فراوانی را از سر گذرانده است. با این‌همه، درآمد نفتی ایران از ابتدای استقرار دولت روحانی در سال ۱۳۹۲ تا پایان سال گذشته از ۲۷۳ میلیارد دلار فراتر رفته است. به گزارش خبرآنلاین، دولت یازدهم از ابتدای استقرار تاکنون ۲۷۳.۲ میلیارد دلار نفت فروخته است. استقرار دولت در شرایطی رخ داد که ایران با تحریم نفتی اتحادیه اروپا روبه‌رو بود و میزان صادرات نفت به پایین‌ترین سطح در سه دهه گذشته رسیده بود. تلاش برای احیای بازارهای از دست رفته از یک سو و برنامه‌ریزی برای افزایش میزان تولید و صادرات از سوی دیگر سبب شد دولت یازدهم خیره‌کننده‌ترین آمار رشد تولید و صادرات نفت را در کارنامه خود ثبت کند. با این حال شیب تازه‌ای که اقتصاد ایران در آن قرار گرفته است، می‌تواند بار دیگر آورده ارزی ایران از محل صادرات نفت را دستخوش تغییر کند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد میزان درآمد نفتی ایران در سال ۱۳۹۲ یعنی اولین سال استقرار دولت روحانی به ۶۴ میلیارد و ۵۴۰ میلیون دلار رسید. این رقم در سال پس از آن با کاهش قیمت نفت به ۵۵ میلیارد کاهش یافت. درآمد نفتی ایران در سال ۱۳۹۴ با حفظ روند کاهش به

## دریچه

والاستریت ژورنال پاسخ داد

## چرا دلار قوی برای بانک‌های بین‌المللی خوب نیست؟

با توجه به اهمیت غیرقابل‌انکار بانک‌های بین‌المللی در اقتصاد جهانی، افت قیمت سهام آنها به دنبال افزایش ارزش دلار در برابر سایر ارزهای معتبر را باید هشدار جدی تلقی کرد. در ماه‌های اخیر اوضاع سهام بانک‌های بین‌المللی در بازارهای بورس چندان مساعد نبوده است؛ اتفاقی که دلیلش را می‌توان در افزایش ارزش دلار آمریکا در برابر سایر ارزهای معتبر جست‌وجو کرد.

به گزارش اتاق ایران از وال‌استریت ژورنال، وقتی دلار آمریکا قوی‌تر می‌شود، اشتباهی بانک‌های تجاری غیرآمریکایی برای خرید دارایی‌های پرریسک کاهش می‌یابد و هم‌زمان ارزش سهام آنها نیز دچار افت می‌شود. این پدیده که تقریباً همه بانک‌های غیرآمریکایی فعال در عرصه‌های بین‌المللی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، در سال‌های اخیر از سوی اقتصاددانان بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی (BIS) که به‌نوعی می‌توان آن را بانک مرکزی بانک‌های مرکزی جهان دانست، به‌دقت رصد شده و وجود آن به تأیید رسیده است.

در همین راستا سرمایه‌گذاران بین‌المللی نیز باید به این نکته توجه داشته باشند که صعود ارزش دلار آمریکا در بازارهای جهانی فارکس نه‌تنها می‌تواند روند نزولی قیمت سهام بانک‌های بین‌المللی در ماه‌های اخیر را توجیه کند، بلکه نشانه‌ای از تداوم احتمالی این روند در ماه‌های آینده است.

البته دلایل دیگری نیز برای عملکرد پایین‌تر از حد انتظار بانک‌های بزرگ غیرآمریکایی وجود دارد که از مهم‌ترین آنها می‌توان به افزایش تردیدها در مورد چشم‌انداز اقتصاد جهانی و تعلل بانک مرکزی اروپا (ECB) به افزایش نرخ بهره در منطقه یورو اشاره کرد؛ اتفاقی که باعث شده است ارزش یورو در برابر دلار طی ماه‌های اخیر کاهش یابد و متعاقب آن از ارزش دلاری دارایی‌های بانک‌های اروپایی کاسته شود. در این میان مسائل دیگری مانند تجدید ساختار مالی دوپچه بانک آلمان، ریسک‌های مالی بانک‌های اسپانیایی که در اقتصادهای نوظهوری مانند برزیل، مکزیک و ترکیه سرمایه‌گذاری کرده‌اند و البته نااطمینانی‌های سیاسی در ایتالیا نیز بر مشکلات بانک‌های بزرگ اروپایی افزوده‌اند.

با این حال به نظر می‌رسد برای بانک‌های بین‌المللی اروپا، آسیا و سایر نقاط جهان هنوز هم مسئله افزایش ارزش دلار، در قیاس با سایر عوامل تأثیرگذار بر سودآوری آنها از اهمیت بیشتری برخوردار است. تداوم روند رو به رشد اقتصاد آمریکا و کاهش نرخ بیکاری در این کشور بدون معناست که سیر صعودی ارزش دلار در برابر سایر ارزهای معتبر می‌تواند کماکان ادامه پیدا کند.

اما قدرت گرفتن دلار آمریکا اساساً چه تأثیری بر بانک‌های غیرآمریکایی دارد؟ به‌طور ساده می‌توان گفت کاهش ارزش دلاری وثیقه‌های غیردلاری اولین تأثیر مستقیمی است که قوی‌تر شدن دلار آمریکا بر بانک‌های غیرآمریکایی می‌گذارد.

مثلاً اگر یک شخص حقیقی یا حقوقی در اوایل سال جاری میلادی وثیقه‌ای (اعم از ملک، ساختمان، ماشین‌آلات و...) به ارزش یک میلیون یورو به یک بانک اروپایی سپرده و در قبال آن وام گرفته باشد، ارزش آن وثیقه اکنون از حدود ۱.۲۵ میلیون دلار در ابتدای سال به ۱.۱۷ میلیون دلار رسیده است. کاهش ارزش وثیقه‌های در اختیار بانک‌ها از توان ریسک‌پذیری آنها در آینده می‌کاهد و در نتیجه موجب کاهش سود آنها می‌شود.

بسیاری از بانک‌های بین‌المللی غیرآمریکایی به مشتریان خود وام‌های دلاری می‌دهند و در قبال آن دارایی‌هایی را به‌عنوان وثیقه در اختیار می‌گیرند. وقتی دلار تقویت می‌شود، احتمال دارد ارزش وام از ارزش وثیقه پیشی بگیرد و در نتیجه ریسک بانک به میزان قابل‌توجهی افزایش یابد. این مسئله حتی در تعاملات بانک با شرکت‌هایی که درآمد دلاری دارند نیز صدق می‌کند؛ هرچند شدت مشکل در رابطه با شرکت‌هایی که معاملات‌شان براساس پول داخلی انجام می‌شود، بیشتر است.

به‌رغم کاهش میزان وام‌های دلاری اعطاشده به مشتریان بانک‌های بین‌المللی در کشورهای اروپایی و اقتصادهای نوظهور پس از بحران ۲۰۰۸، اخیراً بار دیگر شاهد از سر گرفته شدن رویه اعطای وام‌های دلاری کلان در این مناطق بوده‌ایم. براساس آمارهای بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی، در سال گذشته میلادی ۶۶ تریلیون دلار آمریکا وام به شرکت‌های فعال در حوزه‌های غیرمالی اعطا شده است که در نوع خود یک رکورد محسوب می‌شود.

از طرفی درآمد و حاشیه سود بانک‌های غیرآمریکایی نیز از افزایش ارزش دلار آمریکا در برابر سایر ارزهای معتبر تأثیر منفی خواهد پذیرفت. قوی‌تر شدن دلار احتمالاً باعث خواهد شد میزان وام‌های دلاری اعطاشده از سوی بانک‌های غیرآمریکایی رو به کاهش بگذارد و در نتیجه درآمد دلاری آنها کاهش یابد. علاوه بر این، هم‌زمان کاهش بازدهی اوراق قرضه دولتی در آمریکا بر اثر تقویت دلار نیز کاهش حاشیه سود عملیاتی بانک‌ها را در پی خواهد داشت.

با توجه به اهمیت غیرقابل‌انکار بانک‌های بین‌المللی در اقتصاد جهانی، افت ارزش سهام آنها را باید هشدار جدی تلقی کرد. براساس مطالعات موسسه تحقیقات اقتصاد کلان نرخ رشد حجم پول در جهان اکنون به کمترین میزان خود از سال ۲۰۰۹ رسیده و با توجه به کاهش توان وام‌دهی بانک‌های غیرآمریکایی، این رقم می‌تواند حتی کمتر هم بشود؛ اتفاقی که شاید به یک رکود جهانی دیگر بینجامد. در این شرایط باید به سرمایه‌گذاران بین‌المللی حق داد که نگران افت قیمت سهام بانک‌های بزرگ غیرآمریکایی باشند.

محسنی‌اژه‌ای از تقاضای بانک مرکزی برای آزادی برخی بازداشتی‌های بازار سکه و ارز خبر داد

## معرفی خریداران ۲ تن سکه



بسیار گسترده و عمده سکه خرید و فروش می‌کردند. برخی از اینها براساس تحقیقات میدانی که اواخر سال گذشته شروع شد، به افرادی برخوردند که دیدند اینها در بازار صرافان ندارند، اما مبالغ سنگینی را در طول شبانه‌روز و هفته خرید و فروش می‌کنند و در ورود و خروج ارز و سکه نقش دارند. برخی از اینها با حکم قضایی و توسط نیروی انتظامی دستگیر شدند.

سختگوی قوه قضاییه افزود: برخی از اینها ادعا می‌کنند با هماهنگی بانک مرکزی و برای کنترل بازار ارزها را خرید و فروش می‌کردند یا وارد یا خارج می‌کردند. اینکه این مسئله چقدر مورد تأیید است هنوز معلوم نیست؟

وی گفت: متأسفانه در سال‌های ۹۱ و ۹۲ هم افرادی دستگیر شدند. از جمله کسی که در همین موضوع هم دستگیر شده و نیروی انتظامی گفته دو تن سکه داشته است. این فرد حمید مظلومین و پسرش محمدرضا مظلومین نام دارد که آن موقع هم دستگیر شدند و حکم گرفتند و رسماً بانک مرکزی به دادسرا و دادگاه گفتند اینها با نظر و هماهنگی ما بوده است و ما این دلارها را در اختیارشان قرار دادیم. با آن توضیحی که آن زمان نماینده مرکزی و حراست دادند، دادگاه اعلام کرد که جرمی از این بابت مرتکب نشدند.

سختگوی قوه قضاییه ادامه داد: یکی از بحث‌ها این است که این مسئله مورد تأیید بانک مرکزی هست یا خیر. در ارتباط با یکی از افرادی که تا روز دستگیری به گفته خودش ۳۶ مورد هر دفعه بین ۴ تا ۷ میلیون دلار گرفته، یکی از افراد بانک مرکزی گفته که این امر با هماهنگی ما بوده است. از این فرد دو تن سکه گرفته نشده اما اسناد و مدارکی که به‌دست آمده مشخص شده، این فرد و پسرش بیش از دو تن خرید و فروش کرده‌اند.

وی تأکید کرد: در این پرونده پدر بازداشت و پسر آزاد است.

زمینه خودروهای لوکس و خسارت‌هایی که به بار آمده به آن اذعان کرده و در گزارش دولت منتشر شد و ما منتظریم. تا این لحظه از ناحیه وزارت صنعت و سایر دستگاه‌ها چیزی به قوه منعکس نشده است.

محسنی‌اژه‌ای یادآور شد: دولت اذعان دارد که از ناحیه برخی مسئولان دولتی و غیردولتی در زمینه واردکردن غیرقانونی خودروهای لوکس، تخلف صورت گرفته است.

**درباره تلفن همراه، افرادی بازداشت و برخی شرکت‌ها پلمب شدند**  
وی افزود: در خصوص تلفن‌های همراه نیز اقدام شده و افرادی احضار و افرادی بازداشت هستند و برخی شرکت‌ها پلمب شدند و اسناد و مدارک به‌دست آمده نشانگر چند تخلف بزرگ است.

محسنی‌اژه‌ای با بیان اینکه درخصوص ارز و سکه دو الی سه مشکل دیگر هم داریم، گفت: یک موضوع این است که از طرف بانک مرکزی یا وزارت صنعت یا دستگاه مربوطه دیگر، به برخی کالاهای غیرضرور این ارز تخصیص داده شده است. در این شرایط که باید از ذخیره ارزی صیانت کنیم، باید مراقب باشیم که افرادی که ثبت سفارش می‌کنند، چه کالاهایی را می‌خواهند وارد کنند.

**۲ شرکت بیش از ۲۰ میلیون یورو برای واردات کاغذ روزنامه گرفته‌اند**  
وی ادامه داد: در رابطه با بحث سکه و ارز کسانی که ثبت سفارش کردند، نسبت به ثبت سفارش خود، ارزی دریافت کردند، اما درخصوص موضوع ثبت سفارش خود هیچ‌گونه سابقه فعالیت نداشتند. مثل دو شرکت که دو برادر هستند، ۲۰ و چند میلیون یورو را برای واردکردن کاغذ روزنامه گرفتند در حالی که ربطی به آنها نداشته و اصلاً موضوع فعالیت‌شان نبوده است.

یک موضوع مهم‌تر این است که این مسئله را در سال ۹۱ و ۹۲ داشتیم و همین الان اتفاق افتاده که چگونگی آن قابل تحقیق است. افرادی در بازار که نه صرفاً هستند و نه کارشان این است، در خرید و فروش عمده ارز دخالت داشتند و به صورت

**فرصت امروز:** تازه‌ترین نشست خبری سختگوی قوه قضاییه بیش از نشست‌های قبلی، رنگ اقتصادی داشت و در این میان، موضوع تخلفات ارز، سکه و واردات برخی کالاهای از جمله تلفن همراه و خودرو در صدر صحبت‌های محسنی‌اژه‌ای قرار داشت. حجت‌الاسلام والمسلمین محسنی‌اژه‌ای دیروز در یکصد و هشتمین نشست سختگوی قوه قضاییه از تعیین شعب ویژه برخورد با تخلفات سکه، ارز و خودرو خبر داد و گفت: رئیس قوه قضاییه به دادستان تهران دستور داد تا چند شعبه ویژه با بازپرس‌های ویژه برای ارز، سکه و... اختصاص داده شود، همچنین به رئیس کل دادگستری دستور دادند به محض آمادگی در دادسرا بدون فوت وقت قضات شجاع، مطمئن و آشنا به مسائل ارزی و ثبت سفارش و در صورت لزوم توجیه مضاعف به کار گرفته شوند تا به موارد با سرعت و خارج از نوبت رسیدگی کنند.

سختگوی قوه قضاییه ادامه داد: دادسرای تهران در مورد ارز، سکه، خودرو ورود کرده و بازپرس ویژه اختصاص داده و پرونده خاص تشکیل داده است. همچنین قرار شده دادستان نظارت بیشتری داشته باشند و در این زمینه کمک کنند. از ادارات مختلف مانند وزارت دارایی، بانک مرکزی و سایر دستگاه‌هایی که در این موارد نقش دارند خواسته شده است که هرچه سریع‌تر با موضوعات مشخص در جمع‌آوری اطلاعات کمک کنند، نیروی انتظامی هم در کنار ضابطین مشغول هستند، امیدواریم به زودی برخی پرونده‌ها برای صدور حکم و به دادگاه ارسال شوند.

به گزارش ایسنا، محسنی‌اژه‌ای درخصوص وارد کردن ماشین‌های لوکس به صورت غیرقانونی گفت: اولین نهاد سازمان بازرسی بود که وارد شد و در گزارش اول آن را گفت و در گزارش دوم آن را تکمیل کرد و ابتدا برخی مسئولین منکر بودند و بعد از ورود رئیس‌جمهور مشخص شد و امروز دولت از ناحیه مسئولان دولتی و غیردولتی در

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مطرح کرد

## انتقاد از بانک مرکزی برای پنهان‌کاری ارزی سفرهای خارجی

مناسب و جامعی در این زمینه طراحی، تدوین و اجرا کنیم تا فرصت پیش‌آمده به نفع صنعت گردشگری و اقتصاد کشور تمام شود.

او در خبری که به خبرگزاری ایسنا داده است، گفت: با توجه به رقم اعلامی اعطای ارز مسافرتی در سال جاری با احتساب تفاوت نرخ ارز مسافرتی با نرخ آزاد یورو، تاکنون بیش از ۴ هزار میلیارد تومان یارانه ارزی برای سفر به کشورهای خارجی اختصاص داده شده است و این حق افکار عمومی است که بدانند این ارقام به چه موضوعاتی اعم از گردشگری، سفرهای علمی و دانشجویی، سفرهای کاری و تجاری و... تخصیص داده شده است.

مونسان تأکید کرد: همان‌گونه که در بسیاری از زمینه‌های اقتصادی روشنگری ارزی صورت گرفته در زمینه ارز مسافرتی نیز این اتفاق ضروری است تا بتوان براساس آمارهای اعلامی، در این زمینه آسیب‌شناسی و برنامه‌ریزی کرد.

با وجود تکرار درخواست‌ها برای اعلام شفاف اسامی دریافت‌کنندگان ارزی دولتی، اما بانک مرکزی در دو اعلام خود فقط حدود ۳ میلیارد دلار از مجموع ۱۲ میلیارد دلار پرداختی را شفاف‌سازی عمومی کرده و ۹ میلیارد دیگر که بخشی از آن را ارز مسافرتی تشکیل می‌دهد همچنان در ابهام باقی مانده است.

کرد: «سازمان میراث فرهنگی از ابتدا با این روش ارائه ارز مسافرتی مخالف بود، چراکه ارزی که برای تسهیل سفر مردم در نظر گرفته شده زمینه‌ساز سودجویی برخی افراد شده است.»

علی‌اصغر مونسان پس از گذشت دو هفته از درخواست‌های مکرری که از بانک مرکزی داشت بار دیگر این پنهان‌کاری بانک مرکزی را به نقد کشید و خودداری از اعلام آمار جزئی ارز مسافرتی تخصیص‌یافته را قابل توجیه ندانست و تأکید کرد: در شرایطی که عزم دولت و نظام جمهوری اسلامی برای روشنگری مسائل ارزی جزم شده است، مردم و رسانه‌ها حق دارند بدانند اعطای یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون یورو ارز مسافرتی در سه ماه نخست امسال به چه نحو و به چه تعداد مسافر و به چه مقاصدی بوده است.

مونسان گفت: متأسفانه هنوز در قبال درخواست شفاف‌سازی ارز مسافرتی پاسخی دریافت نکرده‌ایم.

به اعتقاد او، شفاف‌سازی در این زمینه بی‌شک مانع سودجویی‌ها خواهد شد و کمک بزرگی به ساماندهی نظام ارزی کشور خواهد کرد. رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ادامه داد: با توجه به اینکه روند گردشگری ورودی و خروجی کشور بسیار متأثر از نظام ارزی است، از بانک مرکزی می‌خواهیم در تعامل با هم، برنامه

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با انتقاد از خودداری بانک مرکزی برای اعلام جزئیات آماری، بار دیگر از بانک مرکزی درخواست کرد تا «آمار تخصیص ارز مسافرتی را روشن و شفاف به تفکیک مقصد اعلام کند.»

به گزارش ایسنا، علی‌اصغر مونسان حدود دو هفته پیش در حالی که انتشار فهرست دریافت‌کنندگان ارز دولتی توسط بانک مرکزی با حواشی همراه بود، در توییتی اعلام کرد: «به‌منظور شفاف‌سازی و اطلاع عموم مردم از نحوه تخصیص ارز مسافرتی، از بانک مرکزی درخواست شده است میزان ارز تخصیص داده‌شده به مسافران و گردشگران را به تفکیک مقصد اعلام کند.»

به هفته بعد او در حاشیه مراسم امضای قرارداد با وزارت کار برای ایجاد ۵۰ هزار فرصت شغلی در حوزه گردشگری بار دیگر زبان به انتقاد گشود و گفت: «ما بارها از بانک مرکزی درخواست کردیم موضوع تبدیل ارز و تأمین منابع ارزی برای گردشگران ورودی و خروجی سامان پیدا کند و مدتی هم منتظر ماندیم، اما متأسفانه پاسخی در این زمینه دریافت نکردیم.»

معاون رئیس‌جمهور در ابتدای همین هفته نیز در مصاحبه دیگری در واکنش به حاشیه‌هایی که برای ارز مسافرتی ایجاد شده است، اظهار





با مشارکت شرکت تجارت الکترونیک پارسیان صورت گرفت

## رونمایی از نسل جدید کار تخوان‌های تاپ در جایگاه‌های سوخت

نسل جدید کار تخوان‌های عرضه سوخت با هدف استفاده از کارت سوخت خودروها، تسهیل در پرداخت هزینه از سوی مشتریان، رونمایی شد. به گزارش اخبار پولی مالی، مراسم رونمایی از نسل جدید کار تخوان‌های تاپ در جایگاه سوخت کشور، روز سه‌شنبه ۱۹ تیرماه با حضور مهندس پوررنجبر، مدیرعامل گروه داده‌پردازی بانک پارسیان قنبریان، مدیرعامل شرکت تاپ، موسوی‌خواه، مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران و فرقدانی، رئیس هیات‌مدیره پتروایریک در محل جایگاه سوخت میدان آزادی برگزار شد. پوررنجبر، مدیرعامل گروه داده‌پردازی بانک پارسیان در این مراسم از ایجاد رقابت با افزایش سرعت در پرداخت به وسیله این طرح خبر داد و یادآور شد: در آینده تکمیل پروژه اینگونه خواهد بود که با یک کلیک فرآیند انجام و یا حتی از قبل پرداخت صورت خواهد گرفت. این کار تخوان‌های جدید قابلیت پرداخت آبی هزینه سوخت از طریق کارت‌های بانکی عضو شبکه شتاب بدون دخالت نیروی انسانی را دارند و همچنین از طریق تلفن‌های همراه نیز می‌توان در لحظه اقدام به پرداخت برخط (آنلاین) هزینه سوخت کرد.

رونق واردات تجاری موبایل با استفاده از معافیت‌های مسافری

### رجیستری را دور زند

واردات موبایل از طریق مسافران ورودی بار دیگر رونق گرفته و این روش در قانونی‌ترین برداشت ممکن به مفری برای کاهش هزینه‌های ترخیص تبدیل شده است. به گزارش تسنیم، طرح رجیستری گوشی‌های تلفن همراه برای مقابله قاچاق گسترده موبایل در کشور از چند ماه قبل آغاز شده و نگاهی به آمارهای گمرک نشان می‌دهد، واردات قانونی گوشی رشد چشمگیری داشته و به دنبال آن درآمد‌های گمرکی هم افزایش یافته است. گفتنی است، در آمارهای ماهیانه گمرک تفکیک واردات گوشی به صورت تجاری و مسافری وجود ندارد. ظاهراً عدم اعلام آمار مسافری گوشی‌های مسافری از سوی گمرک به این موضوع برمی‌گردد که پس از ثبت این گوشی‌ها در سامانه مسافری مرحله اصلی راستی‌آزمایی اطلاعات و رجیستری که این بخش در اختیار گمرک نیست و فرآیند مذکور توسط سامانه همتا که در وزارت ارتباطات مستقر است انجام می‌گیرد. بر این اساس اگر واردکننده برای رجیستری شدن محموله گوشی تلفن همراه به‌دنبال ترخیص قانونی از گمرکات باشد، باید ۵ درصد حقوق ورودی، ۴ درصد مالیات علی‌الحساب و ۹ درصد ارزش کالا به عنوان مالیات ارزش افزوده در کنار ۱۵ درصد عوارض هلال احمر و در مجموع رقمی معادل ۱۹۵ درصد ارزش هر گوشی تلفن همراه عوارض پرداخت کند. مامور وصول این عوارض نیز گمرک ایران است و بعد از پرداخت این عوارض امکان رجیستری تلفن همراه در سامانه همتا وزارت ارتباطات ایجاد می‌شود. حالا اگر یک مسافر یک گوشی تلفن همراه، همراه خود داشته باشد علاوه بر معافیت ۸۰ دلاری به ازای هر پاسپورت باید عوارضی نزدیک به ۱۵ درصد ارزش گوشی تلفن همراه به گمرک اجرایی پرداخت کند. در این حالت مالیات علی‌الحساب از مسافر اخذ نشده و در نهایت مسافران رقم کمتری نسبت به واردات گوشی به صورت تجاری پرداخت می‌کنند.

این در حالی است که اخیراً اخباری از واردات تجاری (بیش از یک گوشی) تلفن همراه به وسیله مسافران شنیده می‌شود. این شیوه پیش از این در بخش کالای مسافری اجرا می‌شد و اشخاص با جمع‌کردن پاسپورت مسافران ورودی برای استفاده از معافیت‌های مسافری اصطلاحاً اقدام به چتربازی می‌کردند. سناریوهای مختلفی برای این تخلف مطرح شده که انتظار می‌رود مراجع نظارتی در خصوص آن پاسخگو باشند.

#### حای واردات رسمی و مسافری عوض شد؟

محبی، رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی در این خصوص گفته، هم‌اکنون به دلایلی که مشخص نیست، سیستم گمرک باز است و هر مسافر با یک گذرنامه می‌تواند تا ۵۰ هزار گوشی را به صورت مسافری وارد کشور کند. به همین دلیل بازرگانان با پرداخت عوارض گوشی مسافری، به واردات گوشی اقدام می‌کنند و دست از واردات رسمی تجاری کشیده‌اند. هرچند ثبت ۵ هزار گوشی کمی غیرواقعی به نظر می‌رسد، اما روایت‌های تازه از واردکنندگان موبایل وقوع این تخلف در سطوح محدودتر را تأیید می‌کند.

#### وزارت ارتباطات مسئول است

یک مقام مطلع در گمرک در این باره به خبرنگار تسنیم می‌گوید، هر مسافر می‌تواند بیش از یک گوشی تلفن را براساس تعداد و اطلاعات تفکیکی هر پاسپورت در سامانه مسافری گمرک اظهار کند و در صورت پرداخت حقوق و عوارض مشکلی برای ترخیص کالای خود ندارد، اما مرحله بعدی بحث رجیستری است که در سامانه همتا انجام می‌شود، در این سامانه باید به ازای هر پاسپورت مسافر و اطلاعات مسافران ورودی تنها یک گوشی رجیستری شود. در حال حاضر راستی‌آزمایی اطلاعات مسافرانی که گوشی تلفن همراه خود را در سامانه گمرک ثبت می‌کنند برعهده سامانه همتاست، در واقع اگر اطلاعات مربوط به پاسپورت و مسافران در سامانه گمرک موجود بود امکان رهگیری و تطابق‌گیری برای جلوگیری از تخلف وجود داشت، اما در حال حاضر این روند در وزارت ارتباطات انجام می‌شود و همان وزارتخانه بایستی در خصوص وقوع تخلف پاسخگو باشد.

#### دفاتر مخفی ثبت گوشی در یکی از فروشگاه‌های عمده

##### موبایل

اما یکی از واردکنندگان گوشی تلفن همراه جزئیات بیشتری از این تخلف را مطرح می‌کند. این واردکننده از فعال‌شدن برخی اشخاص در یکی از ساختمان‌های اصلی فروش گوشی تلفن در مرکز شهر خبر می‌دهد که به تعداد بالا رجیستری گوشی‌های واردشده از طریق مسافری را انجام می‌دهند. این واردکننده موضوعی که چندی قبل از سوی یکی از فعالان صنف موبایل‌فروشان در خصوص واردات ۵۰ موبایل توسط هر مسافر مطرح شده بود را تأیید می‌کند. در این حالت اگر این گوشی‌ها در گمرک اظهار شده باشند به ازای هر تلفن همراه، با توجه به معافیت‌های مسافری عوارض پرداخت‌شده نزدیک به ۵۵ درصد کمتر است.



معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه طی یک‌سال اخیر مشکلات در حوزه صنعت تغییر کرده است، بهترین راهکار فائق آمدن بر مشکلات را ایجاد شفافیت در مسیرهای اقتصادی دانست.

به گزارش ایسنا، محسن صالحی‌نیا روز شنبه ۲۲ تیر در آیین تجلیل از واحدهای صنعتی برتر استان فارس ایجاد شرایط نرمال اقتصادی را در بهبود شرایط و افزایش رضایت اقتصادی بسیار تأثیرگذار دانست و گفت: تمام تلاش دولت این است که با شناخت و درک مشکلات و حل مشکلات داخلی و بین‌المللی، حداکثر حمایت را از واحدها داشته باشد.

وی افزود: همه واحدهای تجاری از بانک‌ها تسهیلات گرفته‌اند، اما در شرایط فعلی باید موارد را به صورت خرد بررسی کرد و اگر نظام بانکی نیاز به اصلاح داشته باشد، توسط متخصصین و دست‌اندرکاران مورد بررسی و اصلاح قرار گیرد.

معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به مشکلات حادث شده در نظام ارزی، خاطرنشان کرد: منابع ارزی از جمله مشکلاتی است که این روزها واحدهای تولیدی با آن دست و پنجه نرم می‌کنند.

معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه همه صنعتگران مشکلاتی دارند که دل ما هم از این مشکلات به درد می‌آید، افزود: باید پرسید که چه کسی متولی و مسئول حل این مشکلات است؟ تا چه اندازه کارگروه‌های

صالحی‌نیا با تأکید بر ایجاد تعادل میان صادرات و واردات در شرایط فعلی، عنوان کرد: شاید این تعادل‌بخشی به بوروکراسی قلمداد شود، اما لازم به ذکر است که هیچ واحد تولیدی در هر گروه کالایی نباید محدودیتی برای تأمین مواد اولیه داشته باشد و اگر نیاز به واردات باشد، هیچ محدودیتی در نظر نخواهیم گرفت.

وی همچنین درخصوص ۴۰ واحد کوچک و متوسطی که در استان فارس دچار مشکل هستند نیز بیان کرد: قول نخواهم داد که طی ۱۰ روز مشکلات را حل کنم، اما نیاز این واحدها تا پایان سال را برطرف خواهیم کرد.

معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت یادآور شد: در حالی که باید حجم جذب نقدینگی ۴۰ درصد باشد اما تاکنون تنها ۲۲ درصد جذب نقدینگی داشته‌ایم.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت فارس نیز در این مراسم گفت: بار مشکلات آنقدر زیاد است که با جلسات رونق تولید و رفع موانع تولید نمی‌توان مشکلات موجود را حل و فصل کرد.

علی همتی با بیان اینکه همه صنعتگران مشکلاتی دارند که دل ما هم از این مشکلات به درد می‌آید، افزود: باید پرسید که چه کسی متولی و مسئول حل این مشکلات است؟ تا چه اندازه کارگروه‌های

## اشتباه گمرک گریبان لوازم بهداشتی و عطریات را گرفت!

بازرگانی می‌شوند اعلام شد. چند روز بعد و در اوایل خردادماه در نامه‌ای از سوی دفتر مقررات صادرات و واردات به مرکز واردات و امور مناطق آزاد و ویژه اقتصادی گمرک نگاشته شده، فهرستی از کالاهای مشمول درخصوص تکلیف دولت مبنی بر اضافه‌شدن ۱۰ درصدی به عوارض گمرک و سود بازرگانی لوازم آرایشی در سال ۱۳۹۷ از کالاهای مشمول ارسال شده است.

با این حال و به دلیل اشتباه پیش‌آمده یازدهم تیرماه سال جاری در نامه‌ای از سوی انجمن واردکنندگان فرآورده‌های بهداشتی، آرایشی و عطریات ایران به گمرک جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان عدم تطابق تعرفه کالاهای آرایشی که به اشتباه تعرفه محصولات بهداشتی نیز ذکر شده است خواستار اصلاح موضوع و ابلاغ آن به گمرکات کشور شد.

در عین حال اداره کل صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی وزارت صنعت، معدن و تجارت با توجه به نامه انجمن واردکنندگان فرآورده‌های بهداشتی، آرایشی و عطریات ایران در نامه‌ای به دفتر مقررات صادرات و واردات درخصوص اعلام فهرست کالایی مشمول

## عدم فروش کالا به شکایات مردم از اصناف اضافه شد

قابل قبول است و بیشتر از آن تأثیرات منفی زیادی در تولیدات نهایی دارد. رئیس اتاق اصناف ایران گفت: برای کنترل، تقویت و نظارت و تأمین بازار دو بسته پیشنهادی را به دولت ارائه دادیم. فاضلی در پاسخ به سوال خبرنگار تسنیم درباره آغاز به کار کارگروه مبارزه با گرانفروشی و احتکار گفت: این اتفاق باید همیشه در جریان باشد و در این ارتباط قوانینی نیز وجود دارد به طوری که در شش ماه گذشته به ۲۶ هزار پرونده در این باره رسیدگی شده است. وی گفت: عدم نصب اتیکت، قیمت و صدور فاکتور در صدر شکایات مردمی قرار دارند و گرانفروشی در رتبه چهارم است، اما اخیراً شکایاتی نیز توسط مردم مطرح می‌شود که کالا به آنها فروخته نمی‌شود که با این وضعیت فعلی نمی‌توانیم بگوییم آنها حق دارند.

رئیس اتاق اصناف ایران افزود: بنگاهی که سرمایه‌شاه ظرف مدت کوتاهی به ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش یافته است با مشکلاتی روبه‌رو می‌شود و منتظر آن می‌ماند تا دریابد که کالای خود را با چه قیمتی به فروش برساند تا روز آینده نیز بتواند همان کالا را خریداری کند. فاضلی در بخش دیگری از این جلسه به برخی اقدامات انجام‌شده اشاره و اظهار کرد: تمام مشکلات و مسائل اصناف را در جلسات شورای

افزایش ۱۰ درصدی عوارض گمرکی و سود بازرگانی از سوی مجلس شورای اسلامی صرفاً برای لوازم آرایشی وارداتی در نظر گرفته شده است، اما با اشتباه صورت‌گرفته این اتفاق در مورد فرآورده‌های بهداشتی و عطریات هم لحاظ شده است.

به گزارش ایسنا، بهمن‌ماه سال گذشته بود که نمایندگان مجلس شورای اسلامی در لایحه بودجه سال ۱۳۹۷ افزایش ۱۰ درصدی به عوارض گمرکی و سود بازرگانی برای واردات لوازم آرایشی را اتخاذ کردند تا رقم عوارض از ۲۶ به ۳۶ درصد افزایش یابد و اینگونه بخشی از هزینه‌های مربوط به سازمان بهزیستی تأمین شود.

با این حال اما با اشتباه صورت‌گرفته توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز گمرک جمهوری اسلامی ایران فرآورده‌های بهداشتی و عطریات نیز مشمول این افزایش عوارض شده و واردکنندگان را با مشکل روبه‌رو کرده که موجب عدم ترخیص کالا از گمرک شده است.

اواخر اردیبهشت‌ماه سال جاری در نامه‌ای از سوی انجمن واردکنندگان فرآورده‌های بهداشتی، آرایشی و عطریات ایران به اداره کل صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی وزارت صنعت، معدن و تجارت لوازم آرایشی که مشمول افزایش ۱۰ درصدی عوارض گمرکی و سود

رئیس اتاق اصناف ایران گفت: عدم نصب اتیکت، قیمت و صدور فاکتور در صدر شکایات مردمی قرار دارند و گرانفروشی در رتبه چهارم است، اما اخیراً شکایاتی نیز توسط مردم مطرح می‌شود که کالا به آنها فروخته نمی‌شود که با این وضعیت فعلی نمی‌توانیم بگوییم آنها حق دارند.

رئیس اتاق اصناف ایران افزود: بنگاهی که سرمایه‌شاه ظرف مدت کوتاهی به ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش یافته است با مشکلاتی روبه‌رو می‌شود و منتظر آن می‌ماند تا دریابد که کالای خود را با چه قیمتی به فروش برساند تا روز آینده نیز بتواند همان کالا را خریداری کند. فاضلی در بخش دیگری از این جلسه به برخی اقدامات انجام‌شده اشاره و اظهار کرد: تمام مشکلات و مسائل اصناف را در جلسات شورای

## احتمال تجدیدنظر در ممنوعیت واردات خودرو

یک مقام مسئول از احتمال تجدیدنظر در ممنوعیت واردات خودرو خبر داد و گفت این تصمیم برای کوتاهمدت اتخاذ شده و به‌طور قطع تغییر می‌یابد، اما رفع ممنوعیت واردات خودروهای هیبریدی در اولویت است. به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، محمدرضا تابش با بیان اینکه ورود خودروهای هیبریدی به ناوگان حمل و نقل شهری، امری ضروری است، گفت: تصمیم ممنوعیت واردات خودرو برای عبور از شرایط حاد و سخت اقتصادی اتخاذ شده است و پس از عبور از بحران‌های به وجود آمده، تجدیدنظر در آن صورت می‌گیرد. وی با اشاره به اینکه در شرایط حاد و سخت اقتصادی قرار داریم، گفت: مشکلات حاد و اساسی که جدای از تحریم‌ها در عرصه اقتصادی در حال حاضر وجود دارد، بحث نقدینگی کارآمدی سیستم مدیریتی بانک‌ها است که باید تلاش شود این نقدینگی سرگردان به سمت تولید برود تا ما شاهد اتفاقات مثبتی در این بخش باشیم. این نماینده مجلس افزود: یکی از مولفه‌های اساسی کاهش ترافیک و آلودگی‌ها در کلانشهرها، استفاده از کم‌هزینه‌ترین، سالم‌ترین و راحت‌ترین وسایل نقلیه است که در این راستا، خودروی هیبریدی می‌تواند کمک بسزایی به کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی و آلودگی هوای کلانشهرها کند، اما باید اولویت برای مصارف ارزی کشور قائل شد. وی با بیان اینکه رفع ممنوعیت واردات خودروهای هیبریدی در اولویت است، ادامه داد: با نظام تعرفه‌ای، می‌توان کیفیت خودروهای داخلی را افزایش داد و شاهد ایجاد رقابت سالم و شفاف بود، اما شرایط اقتصادی کشور باعث شده است که تصمیم ممنوعیت واردات خودرو اتخاذ شود. تابش با بیان اینکه ورود خودروهای هیبریدی در کنار امتیاز ویژه‌ای که برای ناوگان حمل و نقل شهری دارند، می‌تواند ارزش افزوده بالایی برای جامعه ایجاد کند، تأکید کرد: تصمیم ممنوعیت واردات خودرو برای شرایط حال حاضر کشور است و پس از عبور از بحران‌های به وجود آمده در اقتصاد کشور در خصوص تصمیماتی که برای کوتاهمدت اتخاذ شده است، تجدیدنظر صورت می‌گیرد.

### واردات خودروی لوکس ضروری بود

عضو کمیسیون بودجه مجلس، از عدم شفاف‌سازی لیست ارزگیران دولتی انتقاد کرد. به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، حمیدرضا حاجی بابایی با اشاره به ارائه لیست ناقص ارزگیران دولتی، گفت: با توجه به تأکید و فرمایشات مقام معظم رهبری و پیگیری‌های مجلس برای نخستین بار بخشی از لیست ارزگیران ۴۲۰۰ تومانی اعلام شد، اما باید مشخص شود سرنوشت ارز دولتی چه شده و کجا هزینه شده است. این عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی، افزود: باید لیست ارزگیران دولتی شفاف شده و مشخص شود چه اجناسی و با چه قیمتی وارد کشور شده است و این اجناس با چه قیمتی فروخته شده‌اند. وی با طرح سؤالی مبنی بر اینکه آیا در شرایط کنونی به واردات خودروی خارجی آن هم خودروی لوکس نیاز بوده است، ادامه داد: آیا اختصاص ارز دولتی به برخی کالاها که مورد نیاز مردم نبوده یا کالای اولویت‌دار مردم نبوده ضروری است؟ نماینده مردم همدان و فامنین در مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه دولت و نهادهای نظارتی باید درباره تخصیص ارز دولتی گزارش دهند، یادآور شد: همه مردم منتظر گزارش دولت درباره قیمت ارز، دلار ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی، واردات و نوع واردات هستند و باید مشخص شود که این کالاها را چه شرکتی و چه فردی و چرا وارد کرده است. وی افزود: باید شفاف‌سازی شود که پشت پرده واردات کالاها غیرضرور با ارز دولتی چه کسی بوده، از چه کسی مجوز گرفته و مقام مسئول چرا مجوز داده است. این عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی، با بیان اینکه همه موارد فوق‌الذکر اما و اگرهایی است که باید پیگیری‌های لازم در این باره صورت گیرد، تصریح کرد: موضوع شفافیت ارز دولتی آزمون بزرگ برای مجلس است، بنابراین قوه مقننه و قوه قضاییه باید بحث ارز و سکه و پشت پرده‌ها را شفاف و روشن کنند.

### صنعت خودرو منابع کشور را هدر می‌دهد

یک عضو کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی گفت در بسیاری از علم‌های پیچیده دنیا جزو ۱۰ کشور برتر دنیا هستیم، اما در صنعت خودرو که زیاده علم پیچیده‌ای هم نیست به دلیل تبلیی در کار و ساختار معیوب دولتی خودروسازان هیچ رشدی نداشته‌ایم. ابوالفضل ابوترابی در گفت‌وگو با ایسنا در خصوص تحقیق و تفحص از صنعت خودرو تا اواسط مردادماه، اظهار کرد: هنوز تحقیق و تفحص انجام نشده است و هیأت رئیسه کمیته تحقیق و تفحص نیز مشخص نیست. اما چیزی که مسلم است این است که خودرو یک صنعت لووس شده که منابع کشور را هدر می‌دهد. کره جنوبی به فاصله کمی بعد از ایران خودروسازی را آغاز کرد و امروز می‌بینیم که یکی از قطب‌های بزرگ خودروسازی دنیا این کشور است. وی در همین خصوص افزود: به‌رغم اینکه در بسیاری از علم‌های پیچیده دنیا مانند صنعت هسته‌ای، بهداشت و درمان، هوافضا و نانو تکنولوژی جزو ۱۰ کشور برتر دنیا هستیم، اما در صنعت خودرو که زیاد علم پیچیده‌ای هم نیست به دلیل تبلیی و ساختار معیوب دولتی خودروسازان هیچ رشدی نداشته‌ایم و هم‌اکنون صنعت خودرو در حال بلعیدن منابع کشور است. نماینده مردم نجف‌آباد و تیران و کرون در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: هیچ‌جای دنیا این‌طور نیست که یک سال قبل پول خودرو را بدهند و بعد از یک سال با منت و کاهش کیفیت، خودرو را تحویل مشتری دهند. ابوترابی گفت: در دولت‌های چند مرکز وجود دارد که خانه خلوت دولت‌ها هستند و هر زمانی دولت کم بیاورد به سوی این خانه خلوت‌ها روی می‌آورد. در دولت‌های قبل و دولت فعلی این مشکل را داشته‌ایم. به همین دلایل شاهد رشد صنعت خودرو در ایران نبوده‌ایم چرا که همیشه از صنعت خودرو به شکل کاذب حمایت شده است و این صنعت را لووس کرده‌اند.

وی گفت: بحث تحقیق و تفحص از صنعت خودرو در مجلس نهم هم مطرح بود که به جای خاصی نرسید و در این مجلس هم هنوز هیأت رئیسه آن مشخص نشده است. باید یک تحقیق و تفحص جامع در زمینه صنعت خودرو با ارائه راهکار انجام شود. به احتمال قوی بحث‌های مادی، رانت‌خواری و انتصابات در صنعت خودرو مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این عضو کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی، افزود: صنعت خودرو در کره جنوبی لووس نبوده است که فقط حمایت نبود که کره‌ای‌ها سعی و تلاش کردند و صنعت خودروی‌شان دولتی نبود که رانت در آن باشد. بنابراین یکی از راهکارهای پیشرفت صنعت خودرو در ایران واگذار شدن آن به بخش خصوصی است.



در یکی از مهم‌ترین این دستورات حسن روحانی از وزیر صنعت، معدن و تجارت خواسته پرونده کارمندان این وزارتخانه را که در فساد واردات خودرو دخیل بوده‌اند به هیأت رسیدگی به تخلفات اداری ارجاع و با آنها برخورد شود. رئیس جمهوری همچنین به وزیر امور اقتصاد و دارایی هم دستور داده که «از ترخیص باقیمانده خودروهای موضوع این پرونده جلوگیری کرده و اطلاعات خودروهای ترخیص شده را جهت اقدامات قانونی در اختیار مراجع ذی‌ربط قرار دهد. همچنین پرونده مالیاتی افراد و شرکت‌های دخیل در این جریان با دقت مورد بازبینی قرار گرفته و مالیات و دیگر حقوق دولتی پرداخت نشده مربوط به فعالیت‌های اقتصادی و تجاری آنان در اسرع وقت وصول شود». وی همچنین به وزیر دادگستری نیز دستور داد «در رسیدگی به تخلفات تعزیراتی افراد و شرکت‌هایی که از طریق تقلب، گران‌فروشی، احتکار و اخلال در نظام عرضه و تقاضا به منافع نامشروع دست یافته‌اند، تسریع و نسبت به اعمال مجازات‌های مقرر اقدام شود». بدین ترتیب با دخالت رئیس جمهوری پرونده‌ای که در چند ماه اخیر باز مانده و اخبار پراکنده و گاه متضادی از آن به گوش می‌رسید به نتیجه رسیده و با شناسایی و معرفی متخلفان، دستورات لازم برای برخورد با مافیای شکل گرفته در فرآیند واردات خودرو صادر شد. پیش از این نیز رئیس جمهوری با صدور دستور انتشار عمومی نام شرکت‌های استفاده‌کننده از ارز ۴۲۰۰ تومانی دولتی برای واردات کالا، از دستگاه‌های مسئول خواسته بود از گران‌فروشی برخی شرکت‌ها و فروش کالاهاى وارد شده با نرخ ارز دولتی با نرخ ارز آزاد، جلوگیری کنند.

صنعت، معدن و تجارت و سازمان بازرسی کل کشور به عنوان دو دستگاه مسئول در گرفته و اطلاعات متفاوتی در این رابطه داده شد. در یکی از این موارد بود که سازمان بازرسی کل کشور واردات غیرقانونی خودرو را ناشی از هک شدن سایت ثبت سفارش وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد اما این وزارتخانه هک شدن سایت خود را در این فرآیند تکذیب کرد. در چنین شرایطی بود که حدود دو هفته پیش رئیس جمهوری شخصاً وارد عمل شده و به وزارت صنعت، معدن و تجارت دو هفته مهلت داد تا متخلفان در واردات غیرقانونی خودرو را شناسایی و به مردم و افکار عمومی معرفی کند. شب گذشته هم رئیس‌جمهوری پس از دریافت گزارش وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، اطلاعات، امور اقتصادی و دارایی و نیز بازرسی ریاست جمهوری در این زمینه، متخلفان سه‌گانه این پرونده را معرفی و دستورات لازم را برای برخورد با آنها صادر کرد. طبق اعلام رئیس‌جمهوری در گزارشی که در این رابطه خطاب به مردم منتشر کرد، گروه‌های اصلی درگیر در تخلفات ثبت سفارش واردات خودرو شامل برخی کارکنان وزارت صنعت، معدن و تجارت، تعدادی از واردکنندگان خودرو و چند نفر از کارشناسان شرکت رایانه‌ای طرف قرارداد برای پشتیبانی از سامانه ثبت سفارش واردات بوده‌اند. حسن روحانی در این زمینه دستوراتی به معاون حقوقی خود و وزرای صنعت، معدن و تجارت، دادگستری و اقتصاد و دارایی برای برخورد با متخلفان داده و از قوه قضاییه نیز خواسته است «با دقت و سرعت و خارج از نوبت به این پرونده رسیدگی شود، مجرمان و متخلفان به مجازات قانونی برسند و اموال و سودهای کلان نامشروع به بیت‌المال بازگردد».

## رنو و پژو سیتروئن در صورت ترک ایران باید به ایران غرامت دهند

نماینده مردم شهرریک در مجلس، بانک‌های متوسط و کوچک اروپایی را روزنه امید کوچکی برای حفظ قراردادهای دانست و افزود: براساس گزارش‌هایی که از مقامات اروپایی برای استمرار حضور در بازار خودرویی ایران به گوش می‌رسد، این احتمال وجود دارد که فرانسه و سایر کشورهای اروپایی بتوانند از طریق بانک‌های متوسط و کوچک تبادل‌ات بانکی خود با ایران را انجام دهند که این مسئله خود مانع فسخ یک‌جانبه قراردادهای خودرویی و ترک کردن ایران توسط رنو و پژو سیتروئن یا سایر برندهای خودروسازی خارجی است.

وی در عین حال خروج برندهای خودروسازی فرانسوی از بازار ایران را دارای آثار قیمتی دانست و افزود: وقتی به بازار خودرویی یک شرکت خودروسازی خارجی کالایی عرضه نشود لاجرم موجودی واردکنندگان و خودروسازان به‌تدریج به اتمام رسیده و کمبود عرضه به بازار و بالا بودن

یک عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت شرکت‌های خودروسازی اروپایی به ویژه رنو و پژو سیتروئن در صورتی که قراردادهای را فسخ و ایران را ترک کنند، باید به ایران غرامت بپردازند.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، علی اسدی کرم اظهار داشت: شرکت‌های خودروسازی خارجی موظفند براساس تعهداتی که به سازمان گسترش و نوسازی ایران یا شرکت‌های سایپا و ایران‌خودرو دارند عمل کنند و در صورتی که این خودروسازان یک‌جانبه، اجباری یا اختیاری ایران را ترک کنند، به منزله فسخ قراردادهای دوجانبه یا چندجانبه است و از نظر حقوقی در دادگاه‌های بین‌المللی برای جمهوری اسلامی ایران ایجاد حق کرده و شرکت‌های خودروسازی خارجی ملزم به پرداخت غرامت یا خسارت یا جبران خسارت به هر شیوه ممکن هستند.

## اقدامات ضربتی قطعه‌سازان با هدف جلوگیری از بحران آغاز شد

مذاکرات با دانشگاه‌های مختلف در این زمینه انجام شد و نخستین قرارداد با دانشگاه علم و صنعت با هدف همکاری‌های مشترک دوطرفه به امضا رسید. محیی‌نژاد یادآور شد: دوشرکت قطعه‌ساز نیز با دانشگاه برای طراحی قطعات و تقویت توان تحقیق و توسعه، قراردادی منعقد کردند که به زودی وارد فاز عملیاتی خواهد شد. دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان تأکید کرد: قطعه‌سازان روی خودرو انجام داده، این پتانسیل را دارد که در کوتاه‌ترین زمان و هزینه مناسب از قطعه‌سازان در این زمینه حمایت کند که امیدواریم در این راستا تحولی در راستای بومی‌سازی دانش فنی و فناوری و درون‌زا کردن حداقل طراحی و تحقیق و توسعه در قطعه‌سازی ایجاد شود.

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان گفت‌فاز نخست تحریم‌ها از ۱۵ مرداد آغاز می‌شود و تمام اقدامات انجام شده در زمینه استوک‌های صنعت خودرو و قطعه تنها تا سه یا چهار ماه دیگر پاسخگو خواهد بود که در این شرایط برآورد می‌شود اثرات مثبت امضای قرارداد این انجمن با دانشگاه علم و صنعت از همین زمان خود را نشان دهد. آرش محیی‌نژاد در گفت‌وگو با پایگاه خبری «عصر خودرو»، با اشاره به خروج شرکای خارجی صنعت خودرو و قطعه از ایران بعد از اعمال تحریم‌ها اظهار کرد: بعد از اعمال تحریم‌ها خودروسازان و قطعه‌سازان اروپایی‌ها در قالب عقد قرارداد جوینت ونچر از همکاری با ایران طفره می‌روند، در این شرایط لازم است نسبت به بومی‌سازی دانش فنی و فناوری تولید قطعه در کشور اقدام کنیم که بر این اساس

## برگزاری «رویداد خلق ایده»

اولین دوره از «رویداد خلق ایده» با رویکرد کارآفرینی در تاریخ ۴،۳ و ۵ مرداد ۱۳۹۷ در پردیس سینماگالری ملت برگزار می‌شود. به گزارش مهر به نقل از روابط عمومی بنیاد سینمایی فارابی، یک تیم استارت‌اپی متشکل از هنرمندان عرصه سینما و نیز جوانان متخصص در زمینه رویدادهای نوین از دانشگاه شریف و تهران اقدام به طراحی رویدادی کرده‌اند که در آن به موضوعاتی همچون کارآفرینی، آموزش و تجربه در محیط حرفه‌ای، توانمندسازی فیلمنامه‌نویسان و افزایش مهارت‌های حرفه‌ای و روزآمد، توجه شده است. «رویداد خلق ایده» از لحاظ ساختاری به شکل یک «استارت‌آپ ویکند» برگزار می‌شود؛ در این رویداد سینمایی، ایده‌های کوتاه و خلاقانه شرکت‌کنندگان به شکل کار گروهی با همراهی و راهنمایی نویسندگان کشور در مقام مربی به طرح‌هایی برای ساخت فیلم‌های سینمایی بدل شده و در انتها برای شتاب‌دهندگانی که همانا تهیه‌کنندگان، کارگردانان و مسئولان سینمایی هستند، ارائه می‌شود.



## دریچه

## قواعدی که به آرامی فرهنگ سازمانی را فاسد می‌کند

بعضی رفتارها و جریاناتی که هرگز در محیط کار مورد بحث قرار نمی‌گیرند، به عادت‌های مسمومی تبدیل می‌شوند که فرهنگ سازمانی را با خطری جدی مواجه می‌کنند.

شاید رهبران کسبوکار اقرار نکنند که فرهنگ سازمانی مسموم چه آسیب‌هایی در پی دارد و نه تنها بازدهی شرکت، بلکه سلامتی کارمندان را در معرض خطر قرار می‌دهد ولی تعداد رهبرانی که سعی می‌کنند از توسعه یک فرهنگ مخرب در شرکت خود جلوگیری کنند، روزبه‌روز افزایش می‌یابد.

واقعیت این است که در کنار همه چالش‌های کسبوکار، آخرین چیزی که نیاز داریم مسائلی است که هرگز از آنها صحبتی به میان نمی‌آید، ولی به‌طور اجتناب‌ناپذیری به یک محیط کار بیمار ختم می‌شوند. متأسفانه در بسیاری از مواقع، رهبران ناخودآگاه و غیرعاملانه از کنار این مسائل عبور می‌کنند. به همین دلیل در این مطلب، پنج قاعده ویرانگری را که ممکن است در محیط کار در جریان باشند، به مدیران معرفی می‌کنیم:

**هیچ‌کس نمی‌تواند ذهنیات خود را با رئیس در میان بگذارد** یکی از جلسات اداری خود را تصور کنید. درحالی‌که همه شوالیه‌ها (کارمندان و سرپرستان) دور میز کنفرانس نشست‌اند و به رئیس بزرگ (مدیرعامل) توجه می‌کنند. به نظر می‌رسد که توافقنامه‌ای در سکوت کامل اجرا می‌شود. هیچ‌یک از شوالیه‌ها صحبتی نمی‌کنند، چراکه می‌ترسند از طرف رئیس ضربه‌ای به آنها وارد شود.

و سپس جلسه بعدی برگزار می‌شود. پس از آن نیز جلسات دیگر. همه حاضرین می‌دانند که نباید افکار خود را با صدای بلند بیان کنند، زیرا رئیس نمی‌خواهد چیزی بشنود.

**این یک محیط کار بیمار است.**

آیا کارمندان می‌توانند در مقابل شما قرار بگیرند؟ ممکن است خودتان شاه یا ملکه این سناریو باشید؟

اگر تاکنون حرف ناراحت‌کننده‌ای از طرف کارمندان نشنیده‌اید، باید متوجه باشید که این امر طبیعی نیست. آیا نحوه رفتار شما، دیگران را خاموش می‌کند؟ آیا هیچ اختلاف‌نظری را نمی‌پذیرید؟

آیا به‌جای استقبال از تنوع آراء، آن را محکوم می‌کنید؟ کارمندان پیش از هر اقدامی، شرایط موجود را بررسی می‌کنند.

اگر آنها نمی‌توانند به‌راحتی نظرات خود را با شما در میان بگذارند، پس شانس اینکه بهترین تصمیمات را اتخاذ کنید، صفر است.

سکوتی که در اطراف شما جریان دارد، یک سکوت طلایی نیست. پس بررسی کنید که آیا شما مسبب آن هستید؟ **فقط یک سبک عملکرد خاص مورد تشویق قرار می‌گیرد** به کارمندانی که تاکنون ترفیع گرفته‌اند نگاه کنید. آیا فقط یک سبک عملکرد خاص را ترویج می‌دهید و هرگونه تنوع اجرا را از بین می‌برید؟ آیا این کارمندان، شبیه به خود شما هستند؟

همیشه شایسته‌ترین کارمندان را تشویق کنید ولی درعین‌حال، به معیارهایی که برای ارزیابی کارمندان به کار می‌گیرید، توجه کنید و ببینید آیا این معیارها را به‌دور از هرگونه تعصبی انتخاب کرده‌اید؟

زمانی‌که یکی از کارمندان ترفیع می‌گیرد یا مورد تشویق واقع می‌شود، همه همکاران او از این ماجرا باخبر می‌شوند. آنها از



جف بزوس، مدیرعامل آمازون یکی دیگر از شخصیت‌هایی است که پا به پای ایلان ماسک تلاش دارد سفرهای فضایی تجاری را کلید بزند. جندی پیش خبر رسید که فروش بلیت‌های مربوط به سفرهای فضایی شرکت بلو اوریجین (شرکت خصوصی متعلق به بزوس) به زودی آغاز می‌شود و از آنجایی که خیلی‌ها علاقه‌مند بودند بدانند قیمت این بلیت‌ها چقدر است رویترز اطلاعات تازه‌ای را در این باره منتشر کرده؛ رقمی در حدود ۲۰۰ تا ۳۰۰هزار دلار.

به گزارش دیجیاتو، همانطور که در خبرها خواندید سال گذشته ارزش کل ثروت بزوس به رقم ۴۰میلیارد دلار رسید و حالا او تمام تلاشش را به خدمت گرفته تا این سرمایه را به بهترین شکل صرف کند. این مدیرعامل ۵۴ ساله در نظر دارد تا اواخر تابستان خبرهای جدیدی را در مورد طرح‌ها و برنامه‌های بشردوستانه‌اش به سمع و نظر مخاطبان برساند، اما هم‌زمان عمده تمرکزش را هم روی سفرهای فضایی قرار داده.

بزوس پیش‌تر اعلام کرده بود: هزینه حضور در این سفرها بسیار بالاست و من هم‌اکنون تلاش دارم برنامه سفرهای فضایی آمازون را که با قرع‌کشی انجام می‌شوند به سفرهای ارزان‌قیمت‌تری تبدیل نمایم تا امکان مشاهده منظومه خورشیدی برای افراد بیشتری فراهم شود.

در همین رابطه نیز رویترز به تازگی مصاحبه‌ای با دو تن از کارکنان بلو اوریجین انجام داده و در مورد هزینه‌های توربسم فضایی با آنها بیان داشته: یکی از کارکنان بلو اوریجین که اطلاعات دست اولی در این رابطه دارد گفته است شرکت متبوعش فرآیند فروش بلیت‌های مربوط به سفرهای فضایی را با رنج قیمتی ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار دلاری آغاز خواهد کرد و کارمند دیگر این شرکت نیز گفته که بلیت‌ها حداقل قیمتی در حدود ۲۰۰ هزار دلار دارند. هر دوی این افراد با شرط پنهان ماندن هویت‌شان با رویترز مصاحبه کرده‌اند.

اما این قیمت درست هم‌تراز با مبلغی است که ریچارد برنسون برای پروازهای زیرمرداری خود از متقاضیان در خواست می‌کرد. براساس اعلام نشریه وایرد برنسون تا به امروز ۷۰۰ بلیت مربوط به این پروازها را هر کدام به نرخ ۲۵۰ هزار دلار فروخته است. این را هم اضافه کنیم که در دست مانند ویرجین گالاتیک صرف فروش این بلیت‌ها را نمی‌توان به مثابه عملیاتی‌شدن پروژه پروازهای بلو‌اوریجین در سال ۲۰۱۹ دانست.

تا به امروز هیچ انسانی از طریق کپسول‌های نیوشپر در هشت پرواز آزمایشی بزوس حضور نداشته و آنطور که سه منبع آگاه به رویترز گفته‌اند نخستین مسافران این پروازها احتمالاً کارکنان بلو‌اوریجین خواهند بود.

درست است که تجهیزات سفرهای فضایی این شرکت به نقطه خوبی از پیشرفت دست پیدا کرده، اما روشن است که به یک مکاترم فرار ایمن و قابل اطمینان هم نیاز است تا در مواقع اضطراری به آن تکیه کرد. یکی از منابع آگاه به رویترز گفته است که بلو اوریجین به زودی نخستین آزمایش سیستم اضطراری خود را در فضا انجام می‌دهد. این سیستم در صورت بروز انفجار در شتاب‌دهنده راکت خدمه و سرنشینان کپسول‌های فضایی را به یک موقعیت ایمن انتقال می‌دهد.



## مشکلات ارزی علت حضور کمرنگ سخت‌افزاری‌ها در کامپ

کرد، اما امیدواریم در سال‌های آینده شکل بهتری داشته باشد. استارت‌آپ‌ها رشد قابل توجهی داشتند و تمام کسانی که سال گذشته به صورت یک نفره حاضر می‌شدند خود را به استتدها

و غرفه‌های ۱۲متری ارتقا دادند. مدیر اجرایی کامپ با اشاره به مساحت اختصاص‌یافته به کامپ گفت: کام استارتز، ترندز و گیم در سالن‌های ۸، ۹، ۱۰، ۱۱ و ۲۷ به مساحت ۷۵۰۰ مترمربع تشکیل می‌شود. از سال ۹۴ در برگزاری کامپ ۲۱ که ۷۰ شرکت استارت‌آپ وجود داشت، با رشد قابل توجهی به ۲۵۰ استارت‌آپ رسیده است و بسیاری از استارت‌آپ‌ها به لحاظ کمی رشد قابل توجهی داشته و از لحاظ کیفی هم جزو افتخارات محسوب می‌شوند.

حیدری با بیان اینکه شرکت‌های داخلی و خارجی در فضای ۲۵ هزار مترمربع حاضر هستند، گفت: حدود ۴۰۰ گروه نفر و شرکت در حوزه‌کام‌استارتز، گیم و ترندز حاضرند و ۳۰۰ شرکت در فضای ۲۵ هزار متر مربع وجود دارد.

مدیر اجرایی کامپ با بیان اینکه حضور شرکت‌های خارجی در نمایشگاه به برنامه‌ریزی بلندمدت نیاز دارد، علت حضور کمرنگ شرکت‌های سخت‌افزاری را مشکلات ارزی- ریالی و شرایط سخت

بازار اعلام کرد. به گزارش ایسنا، مهدی حیدری - مدیر اجرایی کامپ - در نشست خبری خود، با اشاره به برگزاری بیست و چهارمین دوره این نمایشگاه بین‌المللی اظهار کرد: با حمایت سازمان نظام صنفی رایانه‌ای، رویداد کامپ تاگز در سه نقطه از نمایشگاه برای استفاده از نخبگان صنفی درباره آینده فناوری اطلاعات و دغدغه‌های صنفی و یا رونمایی از یک محصول جدید تشکیل می‌شود. امیدواریم این نمایشگاه حلقه ارتباطی بین استارت‌آپ‌ها با مسئولان باشد،وی با بیان اینکه ایونت کامپ ترندز نیز در

سالن ۲۷ برپا می‌شود و به موضوعات هوش مصنوعی، بیگ دیتا و شهر هوشمند می‌پردازد، افزود: شاید این رویداد با موفقیت صد درصدی ایجاد نشود، مانند زمانی که الکام استارتز شروع به کار

## تجاری‌سازی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان در دانشگاه آزاد

هستند، اظهار داشت: این مراکز با تولید ثروت از علم به درآمدزایی واحد کمک می‌کنند. وی با تاکید بر روند رو به رشد مراکز رشد و شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس، گفت: تجاری‌سازی

محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان در دستور کار بوده و امروز بسیاری از این محصولات تجاری‌سازی شده‌اند.

کاوه پیشقدم با اشاره به محصولات دانش‌بنیان تجاری‌سازی‌شده دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس، گفت: نرم‌افزار آموزش مجازی ابنیه‌های تاریخی- با زبان‌های مختلف، پاک‌کننده شیشه خودرو، سیستم ضد جلبک، تویک آشنشانی، پرینتر سه‌بعدی و نرم‌افزارهای مختلف کاربردی از جمله این محصولات هستند.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس با تاکید بر لزوم توسعه کارآفرینی و حمایت

از محصولات دانش‌بنیان به عنوان اهداف دانشگاه، گفت: دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز بر برنامه‌ریزی برای توسعه هسته‌ها و واحدهای فناوری و تلاش در اخذ مجوز شرکت‌های دانش‌بنیان تاکید دارد.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس و واحد شیراز از برنامه‌ریزی برای توسعه هسته‌ها و واحدهای فناوری و تلاش در اخذ مجوز شرکت‌های دانش‌بنیان خبر داد.

به گزارش مهر، محمدکاظم کاوه پیشقدم، با بیان اینکه استان فارس به عنوان یکی از استان‌هایی که بیشترین تعداد واحد و مرکز دانشگاهی را دارد در رابطه با توسعه مراکز رشد و واحدهای فناوری تلاش‌های زیادی انجام داده است، گفت: در همین راستا مراکز رشد واحدهای شیراز، مرودشت و لار راه‌اندازی شده و در حال حاضر مشغول به فعالیت هستند

وی افزود: مراکز رشد واحدهای لامرد و ارسنجان در حال شروع فعالیت هستند و واحد جهرم نیز به عنوان یک مرکز رشد اقماری زیر نظر پارک علم و فناوری استان فارس مشغول به فعالیت است.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس با بیان اینکه در حال حاضر ۲۵ هسته و شرکت دانش‌محور در مرکز رشد واحد شیراز مشغول به فعالیت





## کار آفرینان این بار به سراغ مساجد می روند

دبیر اجرایی رویداد کار آفرینی هم‌ت برکت گفت: رویداد کار آفرینی با محوریت اداره و آموزش در مساجد با حضور کار آفرینان در اصفهان برگزار می‌شود. مرتضی ورشای در گفت و گو با خبرنگار مهر، اظهار داشت: رویداد کار آفرینی هم‌ت برکت با محوریت مساجد با همکاری بنیاد نخبگان استان اصفهان و امور مساجد منطقه رهنان اجرا خواهد شد. وی افزود: افراد در این رویداد سعی می‌کنند ایده‌های خود را به ارزش تبدیل کرده و طرح کسب و کار ارائه دهند که در نهایت این طرح‌ها به سرمایه‌گذاران معرفی شده و مدل اولیه کسب و کار به بنیاد سرمایه ارائه می‌شود. دبیر اجرایی رویداد کار آفرینی هم‌ت برکت در ارتباط با محورهای اصلی این رویداد گفت: این رویداد با محوریت مساجد، مشاغل خانگی، صندوق تأمین مالی، اداره و آموزش در مساجد و... توسط شبکه‌های جوانی که در مساجد مشغول فعالیت هستند، صورت می‌گیرد.



### یادداشت



## ۳ نمونه از تحولات کسب و کارها به وسیله واقعیت افزوده و هوش مصنوعی

را که احتمال انعقادشان بالاتر است شناسایی کند و شما از این طریق می‌توانید وقت فروشندگان خود را به نحوی اولویت‌بندی کنید که به فروش‌های قطعی‌تر رسیدگی شود.

زیا قادر است با تحلیل ایمیل‌های مشتریان، به احساسات آنها پی ببرد. در نتیجه بر فرض اگر مشتری احساس ناراضی دارد، فروشنده شما آگاه شده و فرصت دارد قبل از اینکه پیشنهاد خاصی بدهد، درصد دلجویی و کسب خرسندی او برآید. این دستیار حتی قادر است بهترین زمان برای تماس با مشتریان بالقوه را هم به شما خاطر نشان کند.

زیا همچنین ادعا می‌کند قادر است ناهنجاری‌های موجود در الگوی فروش شما را تشخیص داده و مثلاً اگر شتاب فروش تان رو به کاهش است، اخطار بدهد. هوش مصنوعی این ناهمگونی‌ها را شناسایی کرده و با هشدار شما را متوجه آنها می‌سازد.

امروزه کسب و کارهای زیرک برای جذب بیشتر مشتری به شیوه‌های مقرون به صرفه، روی برنامه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

### ۳- بهبود کمپین‌های بازاریابی به وسیله واقعیت افزوده

کسب و کارها به وسیله واقعیت افزوده قادر خواهند بود راهبردهای بازاریابی خود را به شکل حقیقی ارائه دهند. در نتیجه تجربه‌ای مشابه واقعیت از خدمات و محصولات شما برای مشتری مهیا خواهد بود. واقعیت افزوده در میان برندهای حرفه‌ای بخش خرده‌فروشی تبدیل به شکل کارآمدی از بازاریابی شده است. برای نمونه برند کفش تیمبرلند (Timberland) با سرمایه‌گذاری در فناوری اتاق پرو مجازی شرکت خدمات نرم‌افزاری لمون‌اند ارنج (Lemon&Orange)، امکان «امتحان کردن قبل از خرید» را برای مشتریان مهیا کرده است.



البته برای استفاده از این فناوری‌ها در کمپین‌های خود، حتماً لازم نیست بودجه آنچنانی خرج کنید. می‌توانید با شکل ساده‌تر آن شروع کنید. مثلاً هشتگ‌های استیکری اینستاگرام گزینه خوبی است. به کمک آنها می‌توانید هشتگ مارکدار مخصوص خود را بسازید و به تبلیغ محصولات خود بپردازید. هشتگ‌های خود را روی عکس‌هایتان درج کنید و مشتریانی را که از هشتگ‌های شما در عکس‌های اینستاگرام‌شان استفاده می‌کنند جلوی چشم سایرین قرار دهید.

یا اینکه با صرف کمی هزینه، فیلتر اسنپ‌چت سفارشی برای شرکت یا محصولی خاص بسازید و در منطقه محلی خود آن را تبلیغ کنید. اگرچه ایده ساده‌ای به نظر می‌آید، اما وجهه خوبی به کسب و کار شما می‌دهد. به این طریق کسب و کارتان همگام با ترند روز خواهد بود و نظر مشتریان بالقوه و حقیقی را در بستر اسنپ‌چت جلب خواهد کرد. بنابراین در ابتدای امر می‌توانید از همین روش‌های ساده استفاده کنید و کم‌کم که تجربه و موفقیت بیشتری کسب کردید، شکل‌های پیچیده‌تر هوش مصنوعی و واقعیت افزوده را در راهبرد بازاریابی خود بگنجانید. چشم بهم بزیند جزو حرفه‌ای‌های این حوزه شده‌اید.

منبع: inc

نویسنده: اینتا کمپلو مدیرعامل انتشارات آنلاین Small Business Trends  
مترجم: حمید برهام‌پور

بی‌شک فناوری گام بزرگ بعدی در دنیای کسب و کار خواهد بود. در ادامه سه کاربرد فناوری را برای ارتقای کسب و کار معرفی می‌کنیم. قابلیت‌های هوشمند فناوری هوش مصنوعی (AI) و واقعیت افزوده (AR) مزیت‌های فراوانی دارد، از ساماندهی بازاریابی گرفته تا بهبود خدمات مشتریان و افزایش فروش. کسب و کارها به لطف این قابلیت‌ها قادرند تعامل بهتری با مشتری برقرار کنند، سرنخها (Leads) را دقیق‌تر پیگیری کنند و فرصت‌های بازاریابی خود را به حداکثر برسانند.

امروزه کسب و کارهای آینده‌نگر مطرحی در صنایع مختلف با بهره‌گیری از فناوری‌های AI و AR، مشتریان بالقوه (Prospects) را به مشتریان واقعی (Customers) تبدیل می‌کنند. در ادامه سه نمونه از این کاربردها را می‌خوانیم.

### ۱- بهبود شیوه خرده‌فروشی به کمک واقعیت افزوده

فروشگاه‌های اینترنتی و خرده‌فروشی که خوره فناوری هستند با به‌کارگیری واقعیت افزوده، تجربه خرید پیشرفته‌ای برای مشتریان مهیا می‌کنند. آمار نشان می‌دهد ۶۱ درصد مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند از فروشگاه‌هایی خرید کنند که تجربه واقعیت افزوده را ارائه می‌دهند. لذا با ادغام واقعیت افزوده در فروشگاه خود، قطعاً تجربه بهتری از برند خودتان در اختیار مشتری قرار می‌دهید و مشتریان بالقوه بیشتری به مشتریان حقیقی تبدیل خواهند شد. یکی از برندهای موفق در به‌کارگیری واقعیت افزوده برای جذب مشتری، برند فشن لباس لاگوست (Lacoste) است.

این برند برنامه‌ای مبتنی بر فناوری واقعیت افزوده برای گوشی همراه تولید کرده است که مشتریان از طریق آن می‌توانند به صورت مجازی کفش‌ها را بزنند.

این برنامه امکانات دیگری نیز دارد، از جمله کارت پستال‌های تبلیغاتی، تابلوهای راهنمای فروشگاه و ویتترین. در واقع یک «تجربه خرید تمام عیار را به دست مشتری می‌دهد». اقدامات لاگوست در حوزه بازاریابی واقعیت افزوده منجر به درگیر کردن بیش از ۳۰۰۰۰ کاربر با محصولات سه بعدی درون برنامه شده است.

### ۲- شناسایی و پیگیری سرنخ‌ها توسط هوش مصنوعی

فناوری هوش مصنوعی ظرفیتش را دارد که نقش یک دستیار فروش با تجربه را برای کسب و کارها ایفا کند. این دستیار هوشمند قادر است داده‌های مربوط به سرنخ‌ها را جمع‌آوری و تحلیل کرده و زمان مناسب برای پیگیری سرنخ‌ها را به شما یادآوری کند تا هیچ موردی از قلم‌تان نیفتد. حتی می‌تواند سرنخ‌های مستعدتر را شناسایی کند و هر زمان نیاز به اقدام خاصی باشد، شما را آگاه کند.

برای نمونه برنامه مدیریت روابط مشتری زوهو (Zoho CRM) یک دستیار هوشمند به نام زیا (Zia) دارد. زیا قادر است سرنخ‌هایی



## راهاندازی واحد تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانشجویان

توره‌های صنعت برای دانشجویان، درباره مشاغل خانگی نیز گفت: جهاد دانشگاهی مرکز طرح‌های اشتغال خانگی را به عنوان پایلوت در هشت استان اجرا کرده است که در صورت موفقیت به سایر استان‌ها نیز بسط داده خواهد شد.

وی خاطرنشان کرد: طرح‌هایی نیز در جهاد دانشگاهی استان همدان به منظور اشتغال روستایی و مشاغل خانگی در قالب پروپوزال تدوین و پیشنهاد شده است.

مسئول مرکز تجاری‌سازی جهاد دانشگاهی واحد همدان از انعقاد تفاهم‌نامه اداره کل فنی‌و حرفه‌ای استان و جهاد دانشگاهی واحد همدان در راستای اجرای دوره‌های مهارت‌افزایی خبر داد و گفت: دوره‌های مهارت‌افزایی کلیه رشته‌های موجود در جهاد دانشگاهی را پوشش داده و تفاهم‌نامه نیز به مرحله عملیاتی شدن رسیده است. وی افزود: برگزاری این دوره‌ها در راستای مهارت‌افزایی دانشجویان انجام می‌شود، چراکه در شرایط فعلی عدم توانایی فارغ‌التحصیلان و دانشجویان در بازار کار موجب عدم موفقیت آنها شده است.



مسئول مرکز تجاری‌سازی جهاد دانشگاهی واحد همدان از آغاز به‌کار واحد تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانشجویان در جهاد دانشگاهی خبر داد و گفت: در این واحد انگیزه لازم به دانشجویان داده و ایده آنها دریافت می‌شود و در راستای تجاری‌سازی ایده‌های دریافته‌ی برمی‌آیم البته متأسفانه تاکنون از ایده‌های دریافته‌ی به مرحله تجاری‌سازی نرسیده‌ایم.

محمد رضائیان‌پاکیزه در گفت‌وگو با ایسنا، همچنین متذکر شد: به‌زودی جهاد دانشگاهی اقدام به تأسیس یک مرکز نوآوری و شکوفایی خواهد کرد. وی شفاف‌سازی در انتخاب رشته دانشجویان، برگزاری کارگاه‌های مهارت‌افزایی و بازدید از کارخانه‌ها را از جمله اقدامات جهاد دانشگاهی در راستای اقتصاد مقاومتی و ایجاد اشتغال دانشجویان برشمرد و افزود: تاکنون ۱۳۰۰ دانشجوی دوره‌های کار آفرینی و ایده‌پردازی را در قالب واحد تجاری‌سازی و فناوری اشتغال سپری کرده‌اند.

رضائیان‌پاکیزه با اشاره به برگزاری دوره‌های کار آفرینی و کسب و کار و

## صدور بیش از ۱۰۰ هزار مجوز مشاغل خانگی در استان خراسان رضوی

استانداردسازی، فروش بازار و نداشتن آموزش و مشاوره‌های لازم در این زمینه می‌شود.

مدیر اشتغال و کار آفرینی اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان رضوی افزود: بر این اساس وزارتخانه طرح ملی الگوی نوین توسعه مشاغل خانگی را تدوین کرد که با همکاری سازمان جهاد دانشگاهی قرار است این طرح به صورت پایلوت در ۹ استان اجرایی شود که استان خراسان رضوی به عنوان اولین پایلوت طرح محسوب می‌شود.

بابایی خاطرنشان کرد: بیشترین ظرفیت استان ما با شناسایی ۴۰۰۰ نفر صورت گرفته، در این راستا برنامه‌ای که ما در نظر گرفته‌ایم این بوده که بتوانیم براساس شناسایی که همکاران ما در سازمان جهاد دانشگاهی انجام می‌دهند

در حوزه مشکلاتی که نام بردیم ورود پیدا کنیم و اقدامات ارزنده‌ای را انجام دهیم. همچنین با گام‌های خود قدم‌های مثبتی را در راستای ایجاد بازار فروش برای مشاغل خانگی برداریم.



مدیر اشتغال و کار آفرینی اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان رضوی گفت: اهمیت موضوع مشاغل خانگی بر هیچ‌کس پوشیده نیست، در حال حاضر در استان بیش از ۱۰۰ هزار مجوز مشاغل خانگی صادر شده است. به گزارش ایسنا،

محمدامین بابایی در نشست طرح ملی الگوی نوین توسعه مشاغل خانگی در سالن جلسات سازمان جهاد دانشگاهی خراسان رضوی، اظهار کرد: اهمیت موضوع مشاغل خانگی بر هیچ‌کس پوشیده نیست. در حال حاضر در استان بیش از ۱۰۰ هزار مجوز مشاغل خانگی صادر شده که این امر نماد آن بوده که ما یک ارتش خاموش را در حوزه مشاغل خانگی داریم. امید است با این الگو و برنامه‌ای که همکاران ما در سازمان جهاد دانشگاهی هماهنگ می‌کنند، بتوانند این ارتش را به درستی هدایت کنند.

وی ادامه داد: با بررسی مشکلاتی که طی گذشته در حوزه مشاغل خانگی داشته‌ایم به این دست پیدا کرده‌ایم که این بخش شامل چند مشکل عمده بوده که شامل مشکلاتی در حوزه تأمین مواد اولیه،

## عوامل تاثیرگذار در موفقیت شبکه‌های اجتماعی

تولید محتوای مناسب، همکاری با سایر برندهای مرتبط و درگیر کردن فالوئر با محتوا در موفقیت شبکه‌های اجتماعی به اندازه تمرکز بر افزایش تعداد فالوئر اهمیت دارد.

ارتباط میان شبکه‌های اجتماعی و محتوا اهمیت زیادی دارد و از آنجایی که چشم‌اندازهای اجتماعی مدام در حال تغییر است ما نیز باید به طور پیوسته در حال یاد گرفتن مسائل جدید باشیم. یاد گرفتن یعنی محتوای منتشر شده از سوی دیگران را تحلیل و از آنها استفاده کنیم. علاقه‌مند بودن به یادگیری بیشتر از تلاش برای مورد تایید قرار گرفتن اهمیت دارد. این یعنی می‌توان با مطالعه دقیق محتوای تولید شده توسط اینفلوئنسرها در جریان آخرین اخبار مرتبط با محتوا قرار گرفت و با تولید محتوای مشابه مخاطب بیشتری را جذب کرد.

## محتوا هنوز هم پادشاه است

امروزه بهترین استراتژی‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی روی جمع‌آوری داده بر پلتفرم خود تمرکز کرده‌اند. استراتژی‌ها به این صورت هستند که همکاری خود را با سایر برندها افزایش و در عین حال هزینه و پیچیدگی فرآیند تولید محتوا را نیز کاهش می‌دهند. یکی از راه‌های تسهیل اشتراک‌گذاری محتوا کمک گرفتن از مخاطبان است. هر قدر شهرت و اعتبار بیشتری در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید، کاربران بیشتری حاضرند بدون هیچ چشم‌داشتی با شما همکاری داشته باشند. این تکنیک بدون نیاز به فرآیند پیچیده و هزینه زیاد، محتوای ارزشمندی را برای اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی تولید می‌کند.

ترکیب کردن طنز و نظر شخصی در محتوا، به بست‌های شما شخصیت می‌دهد و مخاطبانی را جذب می‌کند که طرز تفکر مشابهی با برند شما دارند. هر برندی باید حقیقت و آگاه‌سازی را با محتوای خود ترکیب کند. انجام این کار برای تمام شخصیت‌های عمومی مخصوصا در شبکه‌های اجتماعی ضروری است. استفاده از خلاقیت در تولید محتوا را فراموش نکنید. محتوایی تولید کنید که مخاطب علاقه زیادی به دیدن یا خواندن آن دارد، نه محتوایی که براساس سلیقه شخصی شما تولید شده است.

## اصالت و احساسات رابطه خوبی با یکدیگر دارند

یکی از جنبه‌های مهم موفقیت در شبکه‌های اجتماعی داشتن رابطه قوی با بینندگان، خوانندگان و شنوندگان است. به همین دلیل پاسخ دادن به تمام مخاطبانی که با محتوای اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، توئیتر و یوتیوب درگیر شده‌اند، اهمیت زیادی دارد. متخصصان این حوزه معتقدند داشتن ارتباط قوی و همیشگی با مخاطب، از طریق اشتراک‌گذاری محتوایی حاصل می‌شود که صد درصد آن توسط خود برند تولید شده است. محتوای اورجینال دید بهتری از طرز تفکر شما به مخاطب داده و ارتباط قوی‌تری میان شما شکل می‌دهد.

احساس نیز یکی دیگر از ابزارهایی است که در استراتژی شبکه‌های اجتماعی بسیار پرکاربرد است. بهترین حساب‌های کاربری در شبکه‌های اجتماعی از کشش‌های احساسی برای توسعه ارتباطات میان خود و مخاطبان استفاده می‌کنند. به‌عنوان مثال برخی صفحه‌های پرطرفدار مشکل مشترک میان مخاطبان خود را شناسایی و با تولید محتوای مناسب نسبت به رفع آن اقدام می‌کنند. این روزها افکار و احساسات منفی بسیار زیاد شده است و برندهایی که طنز، هیجان و امید را در محتوای خود ترکیب کرده باشند، ارتباط بهتری با مخاطبان برقرار خواهند کرد.



## اهمیت همکاری

متخصصان تولید محتوا قادرند با استفاده از محبوبیت و موفقیت خود با سایر تولیدکنندگان محتوا ارتباط خوب و پایداری بسازند. همان‌قدر که تولید محتوای اورجینال در موفقیت برند نقش دارد، استفاده از محتوای تولید شده توسط سایر برندها نیز مهم است. استراتژی ترکیب کردن محتوای خاص و ارزشمند نه تنها مخاطبان بیشتری را جذب می‌کند، بلکه همکاری آنها با برند را نیز افزایش می‌دهد. ارتباط داشتن با سایر برندهای فعال در زمینه ورزش، کسب‌وکار و موضوعات الهام‌بخش در تولید محتوا مورد استقبال مخاطبان قرار خواهد گرفت. به‌عنوان مثال می‌توانید با افراد فعال در سایر زمینه‌های کاری مصاحبه کنید و به سوال مخاطبان خود از این طریق پاسخ دهید. این کار نه تنها وفاداری مخاطبان فعلی را افزایش می‌دهد بلکه، مخاطبان سایر برندها را نیز به سمت شما جذب می‌کند. ارزش دادن و ارزش گرفتن از دیگران معنی دقیق همکاری میان کسب‌وکارها است.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

## ۵ راهکار برای تبدیل کارمندان به سفیران برند

برای برندسازی نیاز به ستارگانی مانند مایکل جردن نداریم



## ۱- یافتن داوطلب‌های مناسب

به‌طور معمول کارمندانی که توانایی تاثیرگذاری بالایی روی مخاطب هدف شرکت دارند، همان‌هایی‌اند که داوطلب انجام مسئولیت سفیری هستند. آنها زمانی که فرصت کافی برای اظهارنظر پیدا کنند، به خوبی شروع به گفت‌وگو و بیان عقیده خواهند کرد. این دسته از کارمندان به خوبی آمادگی درک و هماهنگی با برنامه‌های جاه‌طلبانه شرکت را دارند. به طبع به منظور اثبات این ادعا به دنبال برقراری روابط پایدار با مشتریان نیز خواهند رفت. به طور کلی داوطلب مطلوب در اینجا باید ایمان و انگیزه کافی برای ورود به فرآیند دشوار را داشته باشد.

## ۲- فراهم‌سازی تمرین به منظور یافتن صدای مناسب

فرآیند تمرین به طور ویژه روی کمک به سفیرتان به منظور یادگیری چگونگی تاثیرگذاری روی مخاطب تمرکز دارد. بی‌تردید هر فردی ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد. با این حال شما باید همان ویژگی‌های متفاوت را به سطح مطلوبی ارتقا دهید. براین اساس می‌توان از کیفیت بالای سفیر برند اطمینان حاصل کرد. مهارت‌های اصلی که باید روی آن تمرکز کرد شامل نگارش، سازمان‌دهی افکار و نمایش مطلوب اشتیاق و علاقه است.

## ۳- توسعه برنامه‌های منسجم برای یافتن واژگان

مهارت تبدیل پیام به واژگان اهمیت اساسی دارد. براین اساس شاید نیاز به تمرینی هرچند کوتاه در راستای بهبود این توانایی داشته باشیم. به‌ویژه کارمندانی که به تازگی به دسته سفیرهای شرکت پیوسته‌اند باید این نوع تمرین‌ها را از سر بگذرانند. به منظور تاثیرگذاری صحیح روی مخاطب باید به خوبی از واژگان مورد علاقه و تاثیرگذار روی آنها اطلاع داشته باشیم.

## ۴- به آنها قدرت دهید

اجازه دهید سفیران برندتان کارهای خود را مطابق شیوه مطلوب‌شان ساماندهی کنند. در این زمینه حتی گاهی اوقات باید اجازه داد تا آنها مرتکب اشتباه شوند. در حقیقت بدون درس گرفتن از اشتباهات شخصی امکان رشد و تکامل برای هیچ کارمند یا سفیر برندی وجود نخواهد داشت. بر همین اساس نباید نسبت به واگذاری اختیار به سفیرهای برندمان احساس خطر یا بی‌اطمینانی داشته باشیم.

## ۵- اندازه‌گیری نتیجه سرمایه‌گذاری

هر استراتژی نیازمند سازوکار مشخصی به منظور اندازه‌گیری نتیجه‌اش است. آگاهی از نحوه فعالیت سفیرهای برندمان در کنار تعریف و درک روش‌های‌شان در تعریف ادامه راه کسب‌وکارمان نقش مهمی بازی می‌کند. به علاوه برای تربیت این سفیرها هزینه‌های مشخصی صرف شده است. از نظر اقتصادی هم باید نتیجه عینی سرمایه‌گذاری‌مان را مشاهده و اندازه‌گیری کنیم.

کلارک در این زمینه اعتقاد راسخی دارد: «حوزه عمومی و مردم کلیشه‌های حوزه روابط عمومی را بارها و بارها شنیده‌اند. آنچه آنها به دنبال هستند افراد واقعی است. کسانی که توانایی برقراری ارتباط به شیوه‌هایی خلاقانه را با دیگران داشته باشند. به این ترتیب سرمایه‌گذاری شما روی سفیران برندتان، به‌عنوان افرادی ماهر در برقراری ارتباط خلاقانه، توجیه مالی و تبلیغاتی خواهد داشت. در غیراین صورت اقدام شما نتیجه مفیدی در پی نداشته است.»

منبع: inc

اگرچه به موازات توسعه برند امکان تاثیرگذاری از طریق کنفرانس‌ها و مصاحبه‌های مطبوعاتی دیگر به موسس شرکت‌ها در زمینه تاثیرگذاری بر مخاطب فضای کافی را نخواهد داد. این بدان معناست که با رشد برند فضای موردنیاز برای تبلیغ بیشتر از طریق رسانه رشد نخواهد یافت. دقیقا به همین دلیل شرکت مایکروسافت سفیرهای متعددی دارد. یکی از این سفیرها کریستی اولسون است. وی در کنفرانس‌ها و مصاحبه‌های مطبوعاتی به‌عنوان سفیر مایکروسافت حضور پیدا می‌کند. به‌ویژه زمانی که بحث پیرامون پروژه بینگ مطرح باشد، حتما اولسون را آن اطراف خواهید یافت. در این مورد کریستی این‌گونه اظهارنظر می‌کند: «سفیر داخلی شرکت توانایی بهتری در زمینه پژوهش و کارشناسی پیرامون بازار مربوطه دارد. به این ترتیب وی پیام مورد نیاز و مطلوب برای تاثیرگذاری روی مخاطب را بهتر از هر کس دیگری خواهد یافت.»

به طور مشابه لودو اولرپج سفیر برند Salesforce، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌ها در زمینه تکنولوژی فضای ابری است. در مصاحبه‌ای که با وی



در پادکستم در زمینه رهبری تجاری داشتم، اولرپج پیرامون کسب‌وکار این‌گونه اظهارنظر کرد: «کار به طور کامل در توانایی داستان‌سرایی خلاصه می‌شود». براین اساس فرض کنید در شرکت‌تان فردی ماهر و دقیق‌تر از شما در زمینه داستان‌سرایی پیرامون شرکت و محصولات‌تان است. در چنین شرایطی اقدام منطقی استفاده از توانایی‌های این کارمند در زمینه برندسازی است. به این ترتیب آن فرد استعداد و توانایی لازم را برای فعالیت به‌عنوان سفیر برندتان خواهد داشت. علاوه بر این، در بیشتر مواقع کارمندانی که سفیر برند نیز می‌شوند، علاقه دوچندانی به شغل‌شان خواهند یافت. به این ترتیب ارتقای کارمندان به جایگاه سفیر بازی برد - برد به حساب می‌آید.

در بخش پایانی این مقاله به بررسی پنج مرحله‌ای که شرکت شما می‌تواند براساس آن کارمندان خود را بدل به سفیران برندش کند، خواهیم پرداخت.

به قلم: جین هیمت  
ترجمه: علی آل‌علی

اعتماد کالایی بسیار کمیاب در عرصه کسب‌وکار محسوب می‌شود. به‌عنوان مثال در نظر بگیرید که ۴۲ درصد پاسخ‌دهندگان به گزارش موسسه Edelman (فعال در زمینه روابط عمومی) در همایش Trust Barometer Global به طور روشن بر یک پاسخ پافشاری کرده‌اند: «من نمی‌دانم به کدام شرکت یا برند اعتماد کنم». باتوجه به وجود خیل عظیمی از برنامه‌های بازاریابی ناکارآمد در دنیای مدرن شاید زمان استفاده از سفیران برند به منظور توسعه کسب‌وکارمان رسیده باشد.

اصطلاح ترکیبی «سفیر برند» به‌طور معمول می‌تواند به فردی خارج از شرکت‌مان با توانایی تاثیرگذاری روی مخاطب‌ها اشاره داشته باشد. به طور معمول چنین سفیرهایی شامل سلبریتی‌ها هستند. به‌عنوان مثال اسطوره ورزش بسکتبال، مایکل جردن یکی از آنهاست. جردن از سال ۱۹۸۴ به‌عنوان فردی خارج از شرکت نایک سفیر این برند به حساب می‌آید. نکته جالب سود بالای چنین همکاری‌هایی برای سلبریتی‌هاست. مایکل جردن در طول تمام دوران حرفه‌ای خود موفق به کسب ۹۴ میلیون دلار از قراردادهای ورزشی‌اش شد. با این حال در سال ۲۰۱۴ همکاری وی با برند نایک چیزی حدود ۱۰۰ میلیون دلار ارزش‌گذاری شد.

در قراردادهای فرد خارج از شرکت که سفیر برند محسوب می‌شود، یکی از کارمندان شرکت تلقی خواهد شد. این کارمند وظیفه انتشار و انتقال بهینه پیام شرکت با استفاده از شهرت و نفوذ خود روی مخاطب‌ها را دارد. در این راستا کانال‌های ارتباطی نظیر سخنرانی عمومی، نگارش مقاله، رسانه‌ها و دیگر پلتفرم‌های ارتباط جمعی به کمک سلبریتی‌ها خواهد آمد. بی‌تردید سفیر شرکت امکان استفاده از راهکارهای ارتباطی را به جز آنچه در قرارداد ذکر شده، خواهد داشت. در این زمینه دیگر خلاقیت شخصی آن ستاره حرف اول را می‌زند. با این حال آمارهای رسمی بیانگر نکته جالبی پیرامون همکاری با ستاره‌ای خارج از شرکت به منظور تبلیغ محصولات است. براین اساس مشتریان به صحبت‌های فردی که درون شرکت فعالیت دارد، بیشتر از ستاره‌ای خارج از آن کسب‌وکار اعنا خواهند کرد. در این زمینه پروفیسور دوری کلارک، استاد دانشکده کسب‌وکار دانشگاه دوک نویسنده اثر مشهور «ایستادگی کن» نظر جالبی دارد: «مشتریان در طول زمان یادگرفته‌اند که با عینک بدبینی به تبلیغات مختلف نگاه کنند. با این حال اگر یکی از کارمندان داخلی شرکت نسبت به محصولات یا کیفیت ساخت آنها با اطلاعات دقیق و علاقه وافر صحبت کند، میزان تاثیرگذاری روی مخاطب افزایش خواهد یافت.»

در بسیاری از مواقع شرکت‌ها روی موسس‌شان به منظور ایفای نقش سفیر برند حساب می‌کنند. بی‌تردید این یک حرکت هوشمندانه از نقطه نظر بازاریابی به منظور جذب مشتری محسوب می‌شود. به این ترتیب فرد ارشد برند به طور شخصی نسبت به متقاعدسازی مخاطب هدف اقدام خواهد کرد. به‌عنوان مثال به ریچارد برانسون، جف بزوس و استیو جابز نگاه کنید. شاید این دقیقا همان چیزی باشد که شما نیاز به بنای آن در برندتان دارید.

## بازاریابی نوین

## اینستاگرام پست‌های قابل خرید را تهدیدی برای برندها نمی‌داند

نویسنده: شارلوت راجرز

مترجم: حمید پورام‌پور

یکی از اولویت‌های اصلی اینستاگرام، استوری‌ها هستند. لذا این غول شبکه‌های اجتماعی مصمم است برندها را متوجه مزایا و اهمیت ویدئوهای عمودی بکند.

## خرید از طریق استوری‌های اینستاگرام

اینستاگرام ماه گذشته با هدف همگانی کردن ساخت برند و سوق دادن مصرف‌کنندگان از ویرترین گردی به خرید، قابلیت خرید را به استوری‌ها اضافه کرد. جیم اسکویرز (Jim Squires)، رئیس بخش تجاری اینستاگرام اذعان می‌کند: «بلا تعامل با استوری‌ها مشکل بود. اگر چیز الهام‌بخشی در یک استوری می‌دیدید و دل‌تان می‌خواست محصول مورد نظر را خریداری کنید، باید به صفحه پروفایل کسبوکار مربوط مراجعه می‌کردید و به دنبال لینکی می‌گشتید تا بتوانید در اینترنت جست‌وجو کنید؛ راه آسانی برای این منظور وجود نداشت. با اضافه شدن قابلیت خرید، امکان گشت‌وگذار برای کاربر مهیا شده است. وقتی چیزی چشم‌تان را می‌گیرد، می‌توانید جزئیات بیشتری در خصوص آن محصول ببینید و علاوه بر آن محصولات مرتبط دیگر را نیز دید بزنید.» برندها می‌توانند در هر استوری تا سقف سه استیکر اضافه کنند که هر کدام نمایانگر یک محصول باشد. در پست‌های فید اصلی هم می‌توان تا پنج محصول تگ کرد. وقتی قابلیت خرید در یک استوری فعال باشد، کاربر می‌تواند از طریق استیکرها اطلاعات بیشتری کسب کند و راحت‌تر به صفحه خرید دسترسی یابد. به عقیده اسکویرز، به این طریق میدان همواری پیش پای کسبوکارهای کوچک و «کارآفرینان» (Ins tapreneurs) قرار می‌گیرد. این کارآفرینان کسبوکارشان را از اینستاگرام آغاز کرده‌اند و به لطف این قابلیت نیازی به راه‌اندازی وبسایت جداگانه ندارند، در عوض از اینستاگرام به‌عنوان بستری برای فروش استفاده می‌کنند. اما برندهای بزرگ‌تر باید علاوه بر فروش اینستاگرامی، حواس‌شان به بستر فروش خودشان نیز باشد. نیک بیتون (Nick Beighton)، مدیرعامل ایس‌اس (ASOS)، در ماه آوریل در نقد قابلیت خرید اینستاگرام سوالی مطرح کرده بود که آیا این قابلیت باعث «توربوشارژ» برندها خواهد شد یا تهدیدی خواهد بود برای مدل کسبوکار آنان؟

به استدلال اسکویرز، اینستاگرام نه تنها تهدیدی برای برندها نیست، بلکه تعامل میان برندها و مشتریان را بهبود می‌بخشد. او طی گفت‌وگویی که در جریان فستیوال خلاقیت کن لاینز (Cannes Lions Festival of Creativity) با مارکتینگ ویک داشت عنوان کرد: «تجربه خریدی که در حال حاضر در اینستاگرام مهیا شده به این صورت است که مشتری ویرترین‌گردی را در اینستاگرام انجام می‌دهد و وقتی دورهایش را زد و تصمیم برای خرید قطعی شد، مستقیماً به وبسایت فروشنده هدایت می‌شود و خریدهایش را انجام می‌دهد. کسبوکارها در انتخاب شیوه تعامل با مخاطبان‌شان مختار هستند که از اینستاگرام استفاده کنند یا شیوه دیگری. ما به قابلیت خرید به دید یک فرصت بزرگ نگاه می‌کنیم و همچنان در این حوزه سرمایه‌گذاری خواهیم کرد.»

## خرید در فید اینستاگرام

اینستاگرام وقتی مشاهده کرد تقریباً یک سوم استوری‌های پربازدید توسط کسبوکارها تولید شده است، قابلیت خرید را به استوری‌ها آورد. اسکویرز استوری‌ها را به مثابه تغییری جدید در الگوهای رفتاری می‌داند، چیزی شبیه تغییری که با رواج گوشی‌های همراه به جای کامپیوترهای شخصی با ویدئوهای دیجیتال به جای تلویزیون اتفاق افتاد. استوری‌ها از زمان راه‌اندازی این سرویس در سال ۲۰۱۶ تاکنون روزانه بیش از ۳۰۰ میلیون کاربر را به خود مشغول داشته‌اند. گرایش کاربران اینستاگرام از فید اصلی این برنامه به استوری‌ها سوق یافته است. استوری‌ها برای کاربران نقش یک «شیر اطمینان فشار» را دارند که از طریق آن می‌توانند به‌صورت آنی چیزی را به اشتراک بگذارند. نیکی از محتوای مصرفی در استوری‌ها در قالب ویدئو است که معمولاً هم به‌صورت تمام صفحه و با صدای باز پخش می‌شوند. به استدلال اسکویرز، موفق‌ترین برندهای اینستاگرام آنهایی هستند که رویکردی «همه جانبه» اتخاذ می‌کنند و ترکیبی از پست‌ها، استوری‌ها، پروفایل و پیام‌های مستقیم را به کار می‌بندند. به عقیده اسکویرز، محتوای متنوعی را می‌توان در استوری‌ها استفاده کرد، از ویدئوهای فرخ و خودجوش پشت صحنه گرفته تا محتواهای ویرایش شده و حرفه‌ای. فقط باید به دور از «دوز و کلک» و متناسب با لحن برند شما باشد. اسکویرز برند لویی ویتون (Louis Vuitton) را مثال می‌زند. این برند با استفاده از ارتفاع ویدئوهای عمودی، مدل‌های مجموعه مردانه بهاری/تابستانه ۲۰۱۷ خود را به نمایش گذاشت. یک نمونه دیگر شرکت مرسدس است که پشت صحنه‌های فیلمبرداری یک کمپین تبلیغاتی را از لحظه‌ای که دست اندرکاران تولید از خواب صبح بیدار می‌شوند تا ویدئویی نهایی به اشتراک گذاشت.

## آینده عمودی است

استوری‌ها همچنان اولویت اول اینستاگرام خواهند بود، لذا این شرکت در کنار آن اهمیت ساخت ویدئوهای عمودی ۹ در ۱۶ را به بازار خواهد آموخت، چرا که به عقیده اسکویرز، برندهایی که ویدئوهای کوتاه عمودی تولید می‌کنند در اینستاگرام موفق ظاهر می‌شوند. او توضیح می‌دهد: «به عقیده ما آینده تصاویر و ویدئو در گوشی‌های همراه، عمودی خواهد بود. لذا برندهایی که زودتر با این نوع محتوایی ویدئویی کوتاه خود را همگام کنند و در آن خبره شوند موفقیت بیشتری در اینستاگرام به‌دست خواهند آورد.»

## استوری‌های اینستاگرام

اینستاگرام اخیراً به منظور تسهیل کوچ به ویدئوهای عمودی، قابلیت جدیدی معرفی کرده که ویدئوهای افقی را به طور خودکار به ویدئوهای ۹ در ۱۶ تمام صفحه تبدیل می‌کند. طبق توضیح اسکویرز، هدف از این کار کمک به برندهایی است که شاید بودجه تولیدی لازم را در اختیار ندارند یا قصد دارند محتوایی را از یک شبکه دیگر در استوری خود منتشر کنند. او می‌گوید: «اگر در کمپین خود از استوری‌ها بهره نمی‌گیرید، در واقع دارید بخش ارزش‌آوری از اینستاگرام را از دست می‌دهد. ما ۹۰ درصد اوقات گوشی‌های‌مان را در حالت عمودی استفاده می‌کنیم و صفحه گوشی برای تماشای تلویزیون ساخته نشده است.»

پیام‌رسانی مستقیم اینستاگرام نیز یکی از حوزه‌های حائز اهمیت برای کسبوکار است. اسکویرز در این خصوص می‌گوید: «لایرکت اینستاگرام با شمار بالای مخاطبان خود، پنجمین سرویس پیام‌رسانی بزرگ جهان است. حجم عظیمی از مکالمات میان افراد و کسبوکارها از این طریق رد و بدل می‌شود که درصد بالایی از آنها به واسطه استوری‌ها است. لذا ما ابزارهای جدیدی برای کسبوکارها معرفی می‌کنیم تا مدیریت بهتری روی ارتباطات‌شان با افراد داشته باشند.»

منبع: marketingweek

## اهمیت خرید و مهندسی آن



وقتی قصد خرید کالایی را دارید که هیچ اطلاعاتی در مورد آن در اختیار‌تان نیست، کافی است به محل بورس آن کالا مراجعه کنید. وقتی حداقل از پنج یا شش فروشگاه دیدن و از فروشنده در مورد آن کالا کسب اطلاع کنید به راحتی می‌توانید از اطلاعات به‌دست آمده و صورت تجزیه و تحلیل آنها به یک جمع‌بندی مشخص برسید و بتوانید تصمیم و انتخاب درستی داشته باشید. در این بین بعضی از فروشندگان در یک رقابت ناسالم یکدیگر را تخریب می‌کنند تا کالای خود را به فروش برسانند. این کار آنها باعث می‌شود که ماهیت خیلی از چیزها برای شما روشن شود و چیز مهمی دیگر برایتان باقی نمی‌ماند و با آسودگی انتخاب می‌کنید. چند عامل بسیار مهم در خرید مورد توجه است: قیمت کالا ۲- کیفیت کالا یا محصول ۳- ضمانت کالا و خدمات پس از فروش ۴- کشور یا کارخانه سازنده ۵- نوع استفاده و مصرف آن کالا ۶- برند یا غیربرند بودن کالا.

کالاها به طور کلی یا داخلی یا خارجی هستند. در مورد کالاهای داخلی می‌توان تمام عوامل بالا را هنگام خرید کالا لحاظ کرد و



اینکه با مقایسه و تجزیه و تحلیل موارد فوق می‌توان کالای مناسب را انتخاب کرد. اما در مورد کالای خارجی شرایط پیچیده‌تر است. کالاهای وارداتی به دو صورت وارد کشور می‌شوند یا بصورت قانونی یا غیرقانونی و غیررسمی. کالایی که غیرقانونی وارد شود نمی‌تواند هیچگونه ضمانتی داشته باشد مگر کالایی که مسافری و شخصی باشد. کالای وارداتی می‌تواند به صورت انحصاری توسط شخصی در قالب شرکت با مجوز قانونی وارد شود یا می‌تواند به صورت رسمی توسط چندین شخص یا شرکت وارد شود که در این صورت قیمت و ضمانت و شرایط دیگر تفاوت خواهد داشت و شرایط رقابتی ایجاد می‌شود. یکی از راه‌های اطمینان از اینکه کالا توسط چه کشوری ساخته شده است از طریق یک کدینگ بین‌المللی است که به صورت بارکد یک عدد ۱۲ یا ۱۳ رقمی در روی کالاها و بسته‌بندی‌ها مشخص است. از روی سه رقم و گاهی دو رقم سمت چپ می‌توان فهمید که کالا متعلق به چه

نویسنده: مجتبی غلامی

مدیر و مشاور فروش و بازاریابی

در این مقاله سعی شده است به‌طور خلاصه و کاربردی در مورد اهمیت خرید و مهندسی آن بپردازیم. تاکنون بیشتر آنچه خوانده یا شنیده‌ایم از بازاریابی و فروش و تکنیک‌های آن بوده است و کتاب‌ها و مقالات زیادی در این باره نوشته شده است، اما در مورد خرید کمتر صحبتی به میان آمده است. به نظر می‌رسد برای اینکه خریدار خوبی باشیم باید اطلاعاتی در مورد فروش و فروشنده‌گی و تکنیک‌های آن داشته باشیم که شرح آن در این مقاله نمی‌گنجد. از آن طرف چنانچه بخواهیم فروشنده خوبی باشیم باید ابتدا خریدار خوبی باشیم و این دو لازم و ملزوم یکدیگرند. خرید کردن فرآیندی است که در همه ابعاد زندگی کاربرد دارد. از خرید کالای معمولی در زندگی شخصی تا کالای تخصصی در شرکت یا سازمان که شامل می‌شود. وقتی واژه مهندسی خرید را به‌کار می‌بریم،

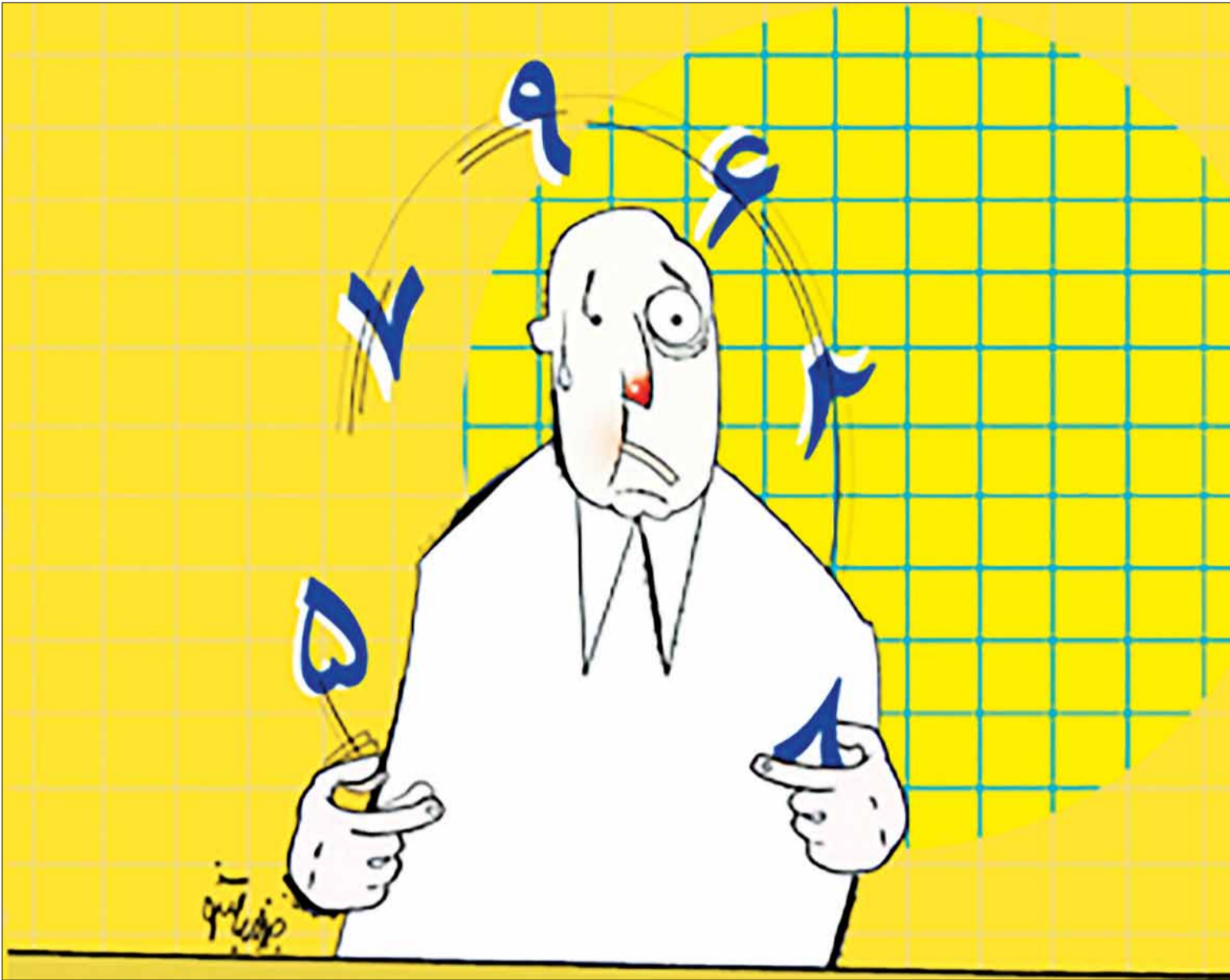
در واقع بطور خاص به کالاهایی ورود پیدا می‌کنیم که جنبه سرمایه‌ای و تخصصی دارند. همه ما در زندگی تجربه خرید کردن را داریم اگر چنانچه نتوانیم خرید را مدیریت کنیم هم به اقتصاد خانواده و هم به اقتصاد جامعه آسیب رسانده‌ایم. با مهندسی و اداره کردن در خرید می‌توان از خیلی از ضررهای احتمالی جلوگیری کرد. این امر خود منجر به بخشی از اقتصاد مقاومتی می‌شود. در مهندسی خرید ایجاد تعادل در دخل و خرج که همراه با دانش مالی است منجر به نوعی سرمایه‌گذاری می‌شود.

دانش مالی خود بحث مفصلی است که در این مقاله نمی‌گنجد، اما به‌صورت خیلی خلاصه و مهم یعنی توانایی حفظ پول به علاوه توانایی رشد پول که به سرمایه‌گذاری منتهی می‌شود. وقتی قصد خرید کالایی را داریم باید بتوانیم در سریع‌ترین زمان هم تصمیم درست و هم عملکرد خوبی داشته باشیم. به‌دست آوردن اطلاعات و تحقیق در مورد کالایی که قصد خرید آن را داریم.

شرط اصلی ورود به خریداست، اما باید مشخص کنیم آیا خرید ما براساس نیاز و ضرورت است یا قرار است جنبه تفریحی و از روی احساس باشد؟ تفاوتی هم نمی‌کند که کالای ما از نوع سرمایه‌ای و مصرفی است یا کالای لوکس است. در درجه اول مهم نیازسنجی است. نکته بعد اینکه قرار است چه میزان بودجه و برای چه نوع مصرف یا نیازی کالا را تهیه کنیم؟

و دیگر اینکه چطور از اصل بودن کالا اطمینان حاصل کنیم؟ واقعیت این است در شرایط فعلی اقتصاد و جامعه که متأسفانه خیلی از فروشندگان با اصول حرفه‌ای فروشنده‌گی فاصله دارند و تمرکزشان فقط روی سود و فروش کالا است و در کلام صداقت ندارند یا اطلاعات درستی در مورد کالا ندارند یا در اختیار خریدار قرار نمی‌دهند پی می‌بریم که خرید کردن می‌تواند از فروختن سخت‌تر باشد. از طرفی امروزه در کشور ما متأسفانه کنار هر کالای اصلی یک کالای تقلبی یا غیراصولی وجود دارد و گاهی نیز در کالای اصلی دست برده می‌شود.

# ۸ نکته در زمینه مدیریت مالی کسب و کارهای کوچک



## میل چیمپ چگونه بر چالش‌های رشد خود غلبه کرد

میل چیمپ، پلتفرم بازاریابی کسب و کارهای کوچک، در دوران رشد خود با چالش‌های سختی مواجه شده بود که به کمک تغییر سبک رهبری بر آنها غلبه کرد.

سال‌ها پیش، زمانی که میل چیمپ (MailChimp) هنوز یک استارت‌آپ کوچک بود، همه کارکنان برای صرف قهوه دور یک میز جمع می‌شدند. اما سال ۲۰۱۴ تعداد پرسنل این شرکت به ۳۰۰ نفر افزایش یافته بود. در یکی از مراسم میهمانی شرکت، بن چستنت مدیرعامل و هم‌بنیانگذار میل چیمپ به اطراف خود نگاه کرد و متوجه شد که بسیاری از کارکنان را نمی‌شناسد. به همین دلیل همه پرسنل را به یک جلسه کاری دعوت کرد. او امیدوار بود که صمیمیت روزهای اولیه میل چیمپ را دوباره برقرار کند.

جلسه مذکور با حضور صدها نفر تشکیل شد. هنگامی که زمان پرسش و پاسخ فرارسید، یکی از کارکنان دستش را بالا برد و از برنامه‌های آینده شرکت پرسید. مدیرعامل شانه‌هایش را بالا انداخت و پاسخ داد: «ما به هیچ استراتژی سرسختانه‌ای نیاز نداریم، زمانی که با مشکلی مواجه شویم، راهی برای آن پیدا می‌کنیم و از موانع رد می‌شویم.»

چستنت به یاد می‌آورد که این جمله، فلسفه همیشگی زندگی او بوده است: این شرکت هم بسیار اتفاقی تاسیس شده بود و از آن زمان کارش را به خوبی پیش برده بود. در واقع همه چیز عالی پیش رفته بود، اما حالا، تنها نیمی از کارکنان با او هم‌عقیده بودند و به نظر می‌رسید نیم دیگر، به نوعی مضطرب‌اند. زمانی که یکی از کارمندان دستش را بالا برد و از چستنت پرسید: «چرا پنهان کاری می‌کنید؟»، جلسه به تنش کشیده شد. مدتی بعد یکی دیگر از کارمندان به او گفت که همه کارآفرینانی که به مرحله مقیاس‌پذیری کسب و کار می‌رسند، با چنین لحظاتی مواجه می‌شوند. درست وقتی که متوجه می‌شوند همان رهبری نیستند که انتظار می‌رود. آینده شرکت به اتفاقاتی بستگی دارد که بعد از آن رخ می‌دهد و اینکه یک کارآفرین موفق می‌شود مثل چستنت، نیازهای شرکت خود را محقق کند یا خیر. اما در هر صورت، دوران سختی است. بن چستنت می‌گوید: «من موفق شدم، اما پس از چندین ماه تحمل درد و رنج‌های سخت. پس از آن هم چند ماه سخت دیگر در انتظارم بود.»

مانند اغلب دردهایی که در زندگی تجربه می‌کنیم، چستنت کار را با ارزیابی خودش شروع کرد: او چه نوع رهبری بود؟ برای پاسخ به این سوال به روزهای اولیه راهاندازی میل چیمپ برگشت، زمانی که می‌خواست استعدادهای بیشتری را به شرکت خود جذب کند. افرادی که آن قدر جسور هستند که به یک استارت‌آپ ملحق شوند، استارت‌آپی که با چالش‌ها و ریسک‌های زیادی روبه‌رو است. این افراد به «ساختار» نیازی نداشتند. به همین دلیل چستنت یابی‌ترین افراد را استخدام و آنها را تشویق کرد که با همه انرژی خود به جلو حرکت کنند.

اما زمانی که میل چیمپ به رشد و مقیاس‌پذیری رسید، صدها کارمند به آن ملحق شدند که اغلب آنها با چستنت در ارتباط نبودند. همه چیزی که این کارمندان می‌دیدند، رهبری بود که چشم‌انداز منسجمی نداشت و آنها را ناامید و سردرگم رها کرده بود. این همان چیزی بود که جلسه کاری را به تنش کشیده بود. کارکنان قدیمی، نگرش «ضدساختارگرایی» او را دوست داشتند، اما پرسنل جدید با این سبک رهبری کنار نمی‌آمدند. چستنت باید یکی از این دو سمت را انتخاب می‌کرد و زمانی که خوب فکر کرد، متوجه شد که در سمت اشتباهی ایستاده است. زمان آن رسیده بود که میل چیمپ مانند یک شرکت بزرگ عمل کند.

بن چستنت برای شروع، چند مشاور را از دانشگاه اموری استخدام کرد تا به او در تدوین مأموریت شرکت کمک کنند. بسیاری از رهبران نمی‌توانند به‌سادگی تصدیق کنند که برای شناسایی نیازهای شرکت خود، به کمک نیاز دارند. اما چستنت می‌دانست که این اقدام تا چه حد ضروری است. مشاورین یک برنامه آموزشی با نام «MailChimp University» را برگزار کردند که کارکنان شرکت تا به امروز از آن استفاده می‌کنند. در مرحله بعد چستنت گروهی از مدیران سابقه‌دار را استخدام کرد تا در بخش‌های نیازهای شرکت، مسئولیت رهبری کارمندان را به عهده بگیرند و مأموریت شرکت را در سراسر سازمان گسترش دهند.



هنگامی که چستنت با نقش رهبری خود خو گرفت، شروع به تکرار یک عبارت کرد: «مرحله رشد». او می‌خواست هم خودش و هم کارمندان، اهمیت دوران گذار یک استارت‌آپ به یک شرکت را درک کنند. آنها باید از دوران نوجوانی یک شرکت عبور می‌کردند و این کار ساده‌ای نبود. البته چستنت می‌دانست که سختی دوران تحول، مانند سازگار شدن با هر تغییرات دیگری، کاملاً طبیعی است.

میل چیمپ با موفقیت این چالش را پشت سر گذاشت. این شرکت امروزه ۸۰۰ کارمند و بیش از ۱۰ میلیون کاربر دارد و درآمد سالانه آن به ۵۲۵ میلیون دلار می‌رسد. البته تغییرات جدید برای همه کارمندان خوشایند نبود. برخی از کارمندان اولیه، یعنی افرادی که تمایلی به پذیرش ساختارها نداشتند، شرکت را ترک کردند. میل چیمپ ستاره‌های جدیدی را جذب کرد که خواهان برنامه و ساختار بودند و می‌توانستند در کنار رهبر خود، در راه رسیدن به اهداف شرکت حرکت کنند.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

### مترجم: زهره محمدی

مدیریت امور مالی برای صاحبان برخی کسب و کارهای کوچک چالش برانگیز است و اغلب علت موفقیت این قبیل کسب و کارها مهارت‌هایی است که صاحبان آن برای تولید محصول یا خدمت‌رسانی از آنها استفاده می‌کنند. اگر تجربه زیادی در زمینه مدیریت امور مالی کسب و کارها نداشته باشید این فرآیند برای‌تان خسته‌کننده خواهد بود و ممکن است دچار عادات مالی بدی شوید که شاید روزی به کسب و کارتان ضرر برسانند.

مهم‌ترین اقدامی که صاحبان کسب و کارهای باید انجام دهند آموزش دیدن است، زیرا درک مهارت‌های ابتدایی مورد نیاز برای اداره یک کسب و کار کوچک (مانند انجام کارهای حسابداری ساده، درخواست وام یا تهیه صورت‌های مالی) به صاحبان کسب و کارها امکان می‌دهد آینده مالی پایداری را برای خود رقم بزنند. علاوه بر آموزش در این زمینه، سازماندهی پایدار نیز مولفه اصلی مدیریت صحیح مالی است. رایان واتسون، یکی از بنیانگذاران و اعضای اصلی شرکت حسابداری «آپ سورسد» می‌گوید: هیچ چیز ترسناک‌تر، هزینه برتر و خطرناک‌تر از این نیست که پایان سال با یک جعبه رسید و ۹ مورد از ۱۲ صورت مالی بانکی اخیر خود به دفتر حسابدارتان بروید! هرچه از اهمیت و فواید پیگیری مستمر اطلاعات مالی در طول سال برای‌تان بگویم کم گفته‌ایم.

در ادامه به مواردی اشاره می‌کنیم که بهتر است صاحبان کسب و کارها برای در دست داشتن کنترل امور مالی خود به آنها توجه کنند.

#### ۱- دستمزد خودتان را بپردازید

اگر صاحب کسب و کار کوچکی هستید، انجام امور به‌صورت روزانه برای‌تان آسان خواهد بود و به این ترتیب از سرمایه خرج نشده‌تان می‌توانید در جهت رشد کسب و کارتان استفاده کنید. الکساندر لوری، استاد دانشگاه و مدیر برنامه تحلیل مالی دوره کارشناسی ارشد در کالج گوردون، می‌گوید صاحبان کسب و کارهای کوچک نباید نقش خود را در شرکت‌شان نادیده بگیرند و نباید در پرداخت دستمزد به خودشان کوتاهی کنند. باید مطمئن شوید که امور مالی شخصی و تجاری‌تان در وضعیت مناسبی قرار دارند.

وی می‌گوید: بسیاری از صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط مخصوصاً در ابتدای امر از نقش و وظیفه خود غفلت می‌کنند، زیرا فکر می‌کنند رشد و پیشرفت کسب و کارشان و پرداخت دستمزد سایرین ارجحیت دارد. اما اگر کسب و کارتان شکست بخورد، هیچ وقت دستمزد و پاداشی به خودتان پرداخت نکرده‌اید. به یاد داشته باشید که شما نیز جزئی از این کسب و کار هستید و باید همانقدر که به دیگران دستمزد پرداخت می‌کنید به دستمزد خودتان نیز توجه کنید.

#### ۲- سرمایه‌گذاری در رشد

علاوه بر پرداخت دستمزد خودتان، باید مقداری پول را هم پس‌انداز کنید و به دنبال فرصت‌های رشد باشید. به این ترتیب کسب و کارتان رشد می‌کند و در جهت مالی صحیحی حرکت می‌کند. ادگار کولادو، مدیر ارشد مالی شرکت مشاوران مالی توبیاس، می‌گوید که صاحبان کسب و کارها همیشه باید به آینده توجه کنند.

«کسب و کار کوچکی که مایل به رشد، نوآوری و جذب بهترین کارکنان است باید ثابت کند که مایل به سرمایه‌گذاری در آینده است.» وی افزود: مشتریان از بهبود کیفیت خدمات استقبال خواهند کرد و کارکنان از سرمایه‌گذاری شما در شرکت و شغل خود خرسند خواهند شد. در نهایت در این حالت در مقایسه با حالتی که تمام سودتان را صرف مسائل شخصی‌تان کنید ارزش بیشتری برای کسب و کارتان خلق خواهید کرد.

۳- استراتژی مناسبی برای صدور صورت حساب داشته باشید  
تمام صاحبان کسب و کارها مشتریانی دارند که همیشه فاکتورهای‌شان را دیر پرداخت می‌کنند. مدیریت تمام امور مالی کسب و کارهای کوچک به معنی مدیریت جریان نقدینگی و تضمین عملکرد روزانه صحیح کسب و کار است. اگر دریافت وجه از برخی مشتریان برای‌تان دشوار است شاید وقت آن رسیده باشد که روش خلاقانه‌ای برای صدور صورت حساب ابداع کنید.

جیمز سفوراک، مدیر مسئول مجله راهنمای صدور صورت حساب



می‌گوید: مبالغ بالای فاکتورهای پرداخت نشده منجر به بروز مشکل در زمینه جریان نقدینگی می‌شوند و این مسئله یکی از عوامل اصلی شکست کسب و کارهاست. به علاوه، اگر با مشتریانی سروکار دارید که همیشه فاکتورهای‌شان را دیرتر از موعد پرداخت می‌کنند (که معمولاً هم چنین است)، به جای اذیت کردن آنها با صدور مکرر صورتحساب و تماس‌های تلفنی از رویکرد دیگری استفاده کنید! مثلاً مدت زمان پرداخت را به روش «Net ۱۰/۲» تغییر دهید. در این روش، اگر مشتری فاکتور صادر شده را ظرف مدت ۱۰ روز بپردازد، ۲ درصد از مبلغ صورتحساب را تخفیف می‌گیرد؛ در غیراین صورت، باید تمام مبلغ را ظرف مدت ۳۰ روز بپردازد.

#### ۴- پرداخت مرحله‌ای مالیات

میشل ازل، مالک شرکت خدمات حسابداری پیاسید می‌گوید: اگر نمی‌توانید مبلغ لازم را برای مالیات‌های باورودی خود پس‌انداز کنید، ماهانه این مبلغ را بپردازید. به این ترتیب مالیات‌های‌تان را مانند سایر هزینه‌های اجرائی ماهانه‌تان می‌پردازید.

#### ۵- نظارت بر دفاتر

این اقدام باید همیشه انجام شود، اما باید توجه کنید که از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. تمام سعی‌تان را بکنید تا هر روز یا هر ماه زمانی را به بررسی و نظارت بر دفاتر شرکت اختصاص دهید، حتی اگر دفترداری را از قبل مسئول انجام این کار کرده‌اید. به این ترتیب با امور مالی کسب و کارتان بیشتر آشنا می‌شوید و دریچه‌ای به سوی جرایم مالی احتمالی به روی‌تان گشوده خواهد شد.

ترنس چانون، مدیر کمیته‌ای با مسئولیت محدود نیولید می‌گوید: از صورت‌های مغایرت بانکی غفلت نکنید و هر ماه زمانی را صرف بررسی فاکتورهای مهم خود کنید. عدم انجام این کار مخصوصاً در صورت استخدام دفتردار سبب هدررفت هزینه‌های کسب و کار یا حتی اختلاس خواهد شد.

۶- روی هزینه‌ها و همچنین نرخ بازگشت سرمایه تمرکز کنید  
سنجش هزینه‌ها و نرخ بازگشت سرمایه (ROI) تصویر شفافی را از اهداف سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری‌هایی که باید متوقف شوند در اختیارتان قرار می‌دهند. دیورا سونینی، مدیرعامل کمیته‌ای شرکت من می‌گوید: صاحبان کسب و کارهای کوچک باید سرمایه خود را به دقت مصرف کنند.

وی افزود: بر نرخ بازگشت سرمایه حاصل از تک تک هزینه‌های‌تان تمرکز کنید. عدم انجام این کار به معنی احتمال هدر رفت سرمایه در حوزه‌های نامربوط یا نامناسب است. باید بدانید که پولی را که به سختی به دست آورده‌اید کجا خرج می‌کنید و این سرمایه‌گذاری‌ها چقدر سودآور بوده است. اگر سرمایه‌گذاری انجام شده سودآور نباشد باید آن را متوقف کنید و بیشتر روی اقداماتی سرمایه‌گذاری کنید که برای شما و کسب و کارتان سودآور هستند.

#### ۷- تعریف عادت مالی صحیح

تعریف پروتکل‌های مالی درون سازمانی حتی اگر صرفاً به معنی صرف زمان برای بررسی و به روزرسانی اطلاعات مالی‌تان باشد تاثیر زیادی در حفظ سلامت مالی کسب و کارتان خواهد داشت. به علاوه، پیگیری امور مالی مربوطه نیز از احتمال کلاهبرداری یا خطرات بالقوه می‌کاهد.

کولادو گفت: ما به‌عنوان کسب و کاری کوچک اغلب دچار کمبود وقت و پول هستیم و قابلیت‌های تکنولوژیکی بسیار ضعیفی نیز داریم، اما این محدودیت‌ها نباید صاحبان کسب و کارها را از کنترل و نظارت داخلی بازدارد. اگر کسب و کارتان کارمند دارد اهمیت این مسئله دوچندان می‌شود. ضعف نظارت و کنترل داخلی می‌تواند سبب کلاهبرداری یا دزدی از سوی کارکنان شود و اگر شما یا کارکنان‌تان از قوانین حاکم پیروی نکنید مشکلات حقوقی برای‌تان به وجود خواهد آمد.

#### ۸- از قبل برنامه‌ریزی کنید

همیشه مسائل و مشکلاتی در کسب و کارتان وجود دارند که باید امروز حل شوند، اما در زمینه امور مالی باید از قبل برای آینده برنامه‌ریزی کنید.

تینا گاسنالد، بنیانگذار شرکت تخصصی «حسابداری بت فری» (زیرمجموعه کمیته‌ای کوئیک بوکس) می‌گوید: اگر برای پنج یا ۱۰ روز آینده‌تان برنامه‌ریزی نکنید از قافله رقابت عقب هستید.

منبع: businessnewsdaily









### درس‌هایی که باید از استارت‌آپ شکست خورده آموخت

گفته می‌شود که شکست پیش‌نیاز موفقیت است. ولی تفاوت کارآفرینان بزرگ که خود را از نابودی شکست نجات می‌دهند و افراد عادی که از بین می‌روند در چیست؟ هیچ کارآفرینی تمایل ندارد در کسب‌وکار رو به نابودی فعالیت کند. متأسفانه خطر شکست در کمین همه استارت‌آپ‌ها است. مدیران باید با کسب آگاهی از نشانه‌های زوال کسب‌وکار و اشتباهات متداول کارآفرینان، در موقعیت‌های مشابه تصمیم‌های خردمندانه‌تری بگیرند.

افت شاخص‌های کسب‌وکار به معنای تمام شدن کار نیست. در چنین شرایطی باید تمرکز کنید و دنبال دلایل اصلی آن بگردید. اگر نتوانید با ذهن باز ریشه‌های اصلی مشکلات را شناسایی کنید، تلاش‌های شما مانند دست و پا زدن بی‌هدف شناگران مبتدی بی‌نتیجه خواهد بود. در صحبت از کسب‌وکار همواره ظاهر خوش آن نمایش داده می‌شود و کمتر کسی تمایل دارد از مشکلات پیش‌رو سخنی به میان آورد. در ادامه به مواردی از مهم‌ترین درس‌هایی که باید از استارت‌آپ‌های شکست خورده گرفت اشاره می‌کنیم.

#### ۱- از افراد مناسب مشورت بگریزید

کسب مشورت از نخستین لحظات تصمیم‌گیری برای فعالیت آغاز می‌شود. با تقلید کورکورانه نمی‌توان راه به جایی برد، ولی ضمن پیروی از مسیر خود، باید از افراد صالح و معتبر مشورت بگیرید. مشورت در همه مراحل فعالیت از راه‌اندازی تا اداره آن، حتی در کسب‌وکارهای موفق نیز ضروری است. برای این کار بهتر است ابتدا به مشاوران مالی، وکلا و فعالان تجاری مراجعه کنید.

به کمک مشاوران مالی می‌توانید وضعیت اقتصادی کسب‌وکار خود را بهتر تحلیل کنید. وکیل‌ها به شما کمک می‌کنند چارچوب‌های فعالیت خود را استوارتر بنا کنید و در آینده با مشکلات حقوقی مواجه نشوید. بدون شک تجربه افراد فعال در فضای کارآفرینی نیز بسیار ارزشمند است.

#### ۲- برای بدترین شرایط آماده باشید

تقریباً هیچ فعالیتی دقیقاً طبق برنامه‌ریزی نظری پیش نمی‌رود. کارآفرینان همواره با مشکلات پیش‌بینی‌نشده‌ای مانند عادت‌های غلط مشتریان، سرقت، بلایای طبیعی، خرابی تجهیزات و... مواجه هستند.

از آنجا که نمی‌توان همه چیز را تحت کنترل گرفت، باید برای رویارویی با بدترین اتفاقات آماده شد. آیا در صورت از کار افتادن تجهیزات سیستم جایگزینی در نظر دارید؟ اگر تامین‌کنندگان مواد اولیه دست به اعتصاب بزنند، چرخ تولید شما در گروی شغقت آنان خواهد بود؟

کارآفرینان باید در مراحل راه‌اندازی کسب‌وکار همواره به گردش سرمایه اهمیت بدهند. اگر دچار بحران مالی شدید، پس‌انداز یا حساب معتبری برای مرفوع کردن مشکل دارید؟ گاهی اوقات اگر سرمایه به موقع وجود نداشته باشد، ضررهای جبران‌ناپذیری به کسب‌وکار وارد می‌شود.

در بعضی موارد کالا یا خدماتی که ارائه می‌دهید از رده خارج می‌شوند یا استراتژی‌های بازاریابی که استفاده می‌کنید دیگر مشتری جدیدی جذب نمی‌کنند. برای چنین شرایطی باید طرح کسب‌وکار مناسبی داشت و با استراتژی مناسب تهدیدها را به فرصت تبدیل کرد.

#### ۳- انکار واقعیت باعث بدتر شدن شرایط می‌شود

در مواقعی که شاخص‌های کسب‌وکار روند نزولی طی می‌کنند، انکار بحران نه‌تنها مشکلی را حل نمی‌کند، بلکه باعث از دست رفتن فرصت‌های جبران می‌شود. باید واقعیت را قبول کنید و بدون تعصب دنبال دلایل اصلی و راه‌حل‌های در دسترس باشید. هر چه سریع‌تر به رفع مشکلات اقدام کنید؛ شانس بیشتری برای نجات کسب‌وکار تان خواهید داشت.

#### ۴- اشتباهات خود را تکرار نکنید

شاید زمانی ایده‌های شکست‌خورده بسیاری را دنبال کرده باشید. زودتر از موعد فعالیت خود را گسترش داده و با شکست مواجه شده‌اید یا بخشی از حوزه‌های فعالیت را از دست داده‌اید. برای بازگشت به دوران سابق باید با روی غرور تان بگذارید و از کارهای کوچک‌تر شروع کنید.

تا زمانی که به اشتباهات خود معترف نباشید، همواره آنها را در شکل‌های مختلف تکرار خواهید کرد. اگر به مرز ورشکستگی رسیده‌اید ناامید نشوید. به قول معروف «در بن‌بست هم راه آسمان باز است». فرآیندهای غیرضروری و دست‌وپاگیر را حذف کنید. لیستی از نقاط قوت خود تهیه کنید و از هر کسی که می‌تواند کمکی به شما بکند کمک بگیرید.

#### ۵- امید خود را از دست ندهید

مهم‌ترین درسی که از فعالیت‌های شکست‌خورده می‌توان گرفت امیدواری است. اگر به زندگی هر یک از بزرگان کسب‌وکار نگاهی بیندازید، همه آنها با انواع شکست‌ها و مشکلات بزرگ روبرو بوده‌اند. اگر آنها با نخستین شکست ناامید می‌شدند، امروز شاهد بسیاری از برنده‌های بزرگ نبودیم.

اجازه ندهید شایعات مربوط به تحریم و رکود اراده شما را سست کند. اگر کارمندی را کنار گذاشته و به مسیر کارآفرینی روی آورده‌اید، پس حتماً به قدرت خودتان ایمان داشته‌اید. هیچ طاووسی بدون جور هندوستان به دست نیامده است.

منبع: FORBES/zoomit



## فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| دوشنبه | ۲۵ تیر ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۲ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۴۲ - ۸۸۸۹۵۳۴۱

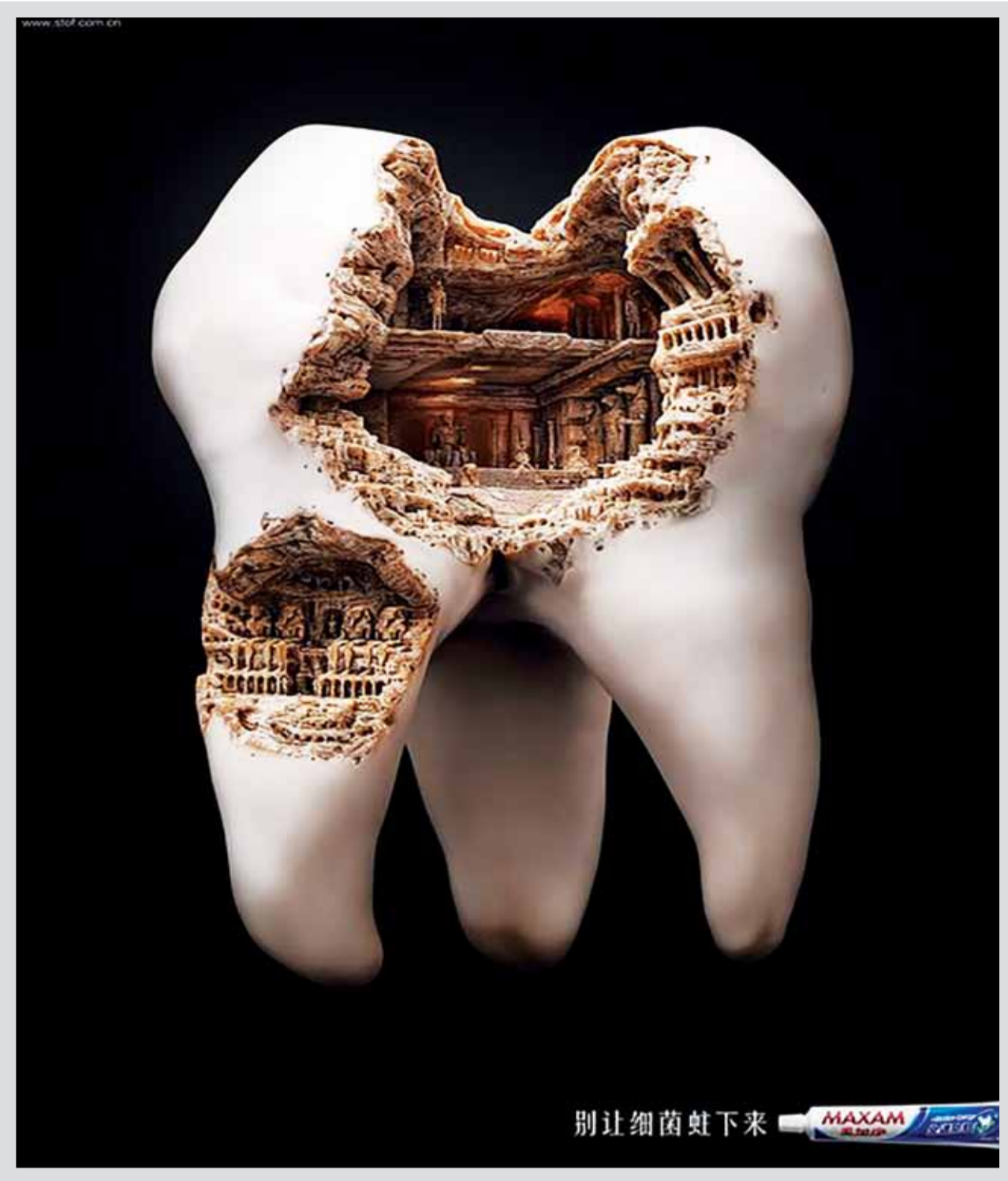
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



## چگونه در مصاحبه شغلی، شخصیت حقیقی خود را به نمایش بگذاریم

برخی داوطلبان برخلاف مورد بالا نسبت به دستاوردهای خود اغراق می‌کنند و آنها را بزرگ جلوه می‌دهند. این اغراق ممکن است در مورد حوزه، اقدامات یا تاثیر آنها باشد. باید در نظر داشت که دستاوردهای هر داوطلب مربوط به جایگاه شغلی او در شرکت پیشین خود است، بنابراین بیان این اظهارات در فضای کاری متفاوت، نتیجه‌ای برای شما نخواهد داشت. بسیاری از مصاحبه‌گراها، نگاهی فرای داستان‌های اغراق آمیز دارند و این کار ممکن است شما را از مانور دادن روی بهترین بخش‌های مربوط به دلایل اصلی داوطلب شدن تان بازدارد؛ به این ترتیب نمی‌توانید توضیحات روشنی در مورد نقش خود در فضای کاری ارائه دهید و مصاحبه‌گر نیز نمی‌تواند موقعیت مناسب شما در شرکت جدید را با توانایی‌های تان تطبیق دهد.

#### ۵. عدم قطعیت را بپذیرید

داوطلبان در زمان پاسخ دادن به یکی از هشت سوال رایج مصاحبه در مورد چشم‌انداز آنها از جایگاه شغلی‌شان در آینده، بسیار جزئی هستند و اهدافی بزرگ‌تر از اهداف حقیقی خود را بیان می‌کنند. برای مثال چشم‌انداز یک مدیر مالی در مورد جایگاه آینده خود، کسب مقام معاونت ریاست مالی در شرکتی است که برای آن مصاحبه می‌دهد؛ او با بیان این چشم‌انداز در نظر دارد جاه‌طلبی خود را نشان دهد. اگر این هدف، هدف حقیقی داوطلب نباشد ممکن است از نظر دیگران نیز واقعی به نظر نرسد. بهتر است تنها ویژگی‌هایی از نقش شغلی را بیان کنید که حقیقتاً به آن علاقه دارید و سعی نکنید پاسخی ارائه دهید که به آن اعتقاد ندارید.

#### ۶. زمینه‌هایی را که در آنها امکان پیشرفت دارید بیان کنید

یکی از دشوارترین سوال‌های مصاحبه، این سوال است: «از بزرگ‌ترین نقطه‌ضعف‌های خود بگویید». دو اشتباه بزرگ برای پاسخ دادن به این سوال از سمت داوطلبان این است که پاسخ بازگوشانه‌ای ارائه دهند، مانند: «پیش از شروع کار در صبح نیاز به نوشیدن پنج فنجان قهوه دارم»، «شوهر دیگر، بیان نقاط قوت بالقوه به‌عنوان نقاط ضعف است.

کارفرماها انتظار دارند که داوطلبان شغلی دارای نقاط ضعفی باشند و هدف از طرح این سوال نیز این است که با نمایش حقیقت رفتاری خود، پاسخی صادقانه ارائه دهید. پاسخ یک داوطلب، بیان‌کننده روحیه آینده‌نگر و ذهنیت رو به رشد و کارفرمایانه، خودآگاهی و صداقت است.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

را به نمایش بگذارند؛ به این ترتیب، مکالمه گرم‌تر پیش خواهد رفت.

#### ۲. در مورد احساس مثبت خود به شرکت و نقش شغلی تان دقیق باشید

یکی از رایج‌ترین سوال‌ها در مصاحبه از داوطلبان این است که چرا به این فرصت کاری علاقه‌مند هستید. پاسخ متقاضیان اغلب به تحسین روند کار شرکت مورد نظر به‌شيوه‌ای مبهم محدود می‌شود. برای مثال، داوطلب می‌گوید: «به‌نظر من شرکت شما، اقدامات موثری را در عرصه صنعت انجام داده است». چنین پاسخ‌های غیردقیقی عاری از اندیشه‌ورزی هستند و شما را به‌عنوان شخصی غیرقابل اعتماد معرفی می‌کنند. در عوض تلاش کنید دلایل واضحی برای علت علاقه خود به این فرصت شغلی ارائه کنید؛ این پاسخ باید دربردارنده جنبه‌های به‌خصوص فرهنگ شرکت، تاثیر آن روی دیگران و مشکلات مشخصی باشد که در حل آنها در حوزه تخصصی شماست.

علاوه‌بر این، داوطلبان نباید در انتظار شنیدن این سوال برای پاسخ دادن باشند، بلکه باید خود در پی پاسخ دادن به آن به‌صورت خلاصه و در انتهای پاسخ به سوال از خودتان بگویید باشند. این روش همچنین برای نشان دادن تفاوت میان شما و دیگران در روند مصاحبه بسیار موثر است؛ چرا که اکثر متقاضیان کاری، برخورد منفعل داشته و دلیل مشخصی را برای علاقه خود به این فرصت شغلی اظهار نمی‌کنند.

#### ۳. در بیان فروتنی، روحیه خودسرنش‌گری نشان دهید

یک رفتار رایج میان داوطلبان، تمایل به سرزنش خود و اشاره به نقص‌ها است. برای مثال ممکن است عملکرد خود در دستیابی به موفقیت‌های داخلی رزومه را زیرسوال برده یا ارزش نقش شغلی پیشین را تقلیل دهند. این ویژگی، یک تمایل شایع میان داوطلبان برای دفاع از خود در مقابل سوال‌های پی‌درپی و ناتمام است. اما نتیجه آن، برعکس انتظار آنها است. این کار باعث ایجاد اختلال در روند پیشبرد مصاحبه شغلی و زیرسوال بردن شواهدی است که پشتوانه داوطلب شدن شما هستند.

بنابراین بهتر است پیش از انجام مصاحبه، به‌سراغ رزومه شغلی خود بروید و مطمئن شوید که می‌توانید با اطمینان از موارد موجود در آن دفاع کنید.

#### ۴. ارزش خود را بدون اغراق و به‌روشنی بیان کنید

در موقعیت‌های غیرمعمول مانند مصاحبه شغلی، تمایل به خودنمایی بالا است، اما اگر سعی کنید شخصیت حقیقی خود را به نمایش بگذارید، تاثیر بیشتری خواهید گذاشت.

یکی از رایج‌ترین سوال‌های داوطلبان مری‌گری مصاحبه این است که آنها چگونه می‌توانند شخصیت حقیقی خود را طی یک موقعیت غیرمعمول مانند مصاحبه شغلی نشان دهند. داوطلبان اغلب اوقات بابت ارائه یک نمایش از خود و جست‌وجوی یک پاسخ بی‌نقص احساس فشار می‌کنند؛ آنها بسیار تلاش می‌کنند تا پاسخ مورد علاقه مصاحبه‌کننده را حدس بزنند.

این کار نه تنها بی‌فایده است، بلکه در دستیابی به هدف مصاحبه یعنی نشان دادن بهترین روحیه و شخصیت حقیقی‌تان نیز اختلال ایجاد می‌کند. یک مصاحبه‌گر به بی‌نقص بودن پاسخ اهمیت نمی‌دهد؛ او بیشتر به درک سه جنبه اساسی در مورد متقاضی علاقه‌مند است:

- آیا از کار کردن با آنها لذت می‌برند؟

- آیا حقیقتاً از فراهم شدن این موقعیت هیجان‌زده هستند؟

- آیا دارای توانایی‌های اساسی برای برعهده گرفتن شغل مورد نظر هستند؟

بهترین روش برای پاسخ به این سوال‌های مصاحبه‌گر این است که شخصیت حقیقی خود را ارائه دهید. در ادامه به تکنیک‌هایی برای نشان دادن این وجه شخصیتی اشاره می‌کنیم.

#### ۱. روی جنبه‌های مورد علاقه خود از کار مانور بدهید

یکی از رایج‌ترین اشتباهات داوطلبان در زمان پاسخ دادن به سوال از خودتان بگویید پیش می‌آید؛ آنها برای پاسخ دادن، لیستی از نقش‌های شغلی و دستاوردهای پیشین خود را مانند مجموعه‌ای از معاملات ردیف می‌کنند. با انجام این روش، یک موقعیت مناسب برای صحبت کردن از دلایل دنبال کردن فرصت‌های مشخص و عواملی که در آن نقش شغلی شما را به وجد می‌آورد از دست می‌دهید. برای مثال، توضیحات یک بازاریاب در مورد لذت بردن او از مشارکت با مشتریان در زمان ایجاد استراتژی‌هایی برای یک کمپین مشخص از بیان کردن شمار کمپین‌هایی که با آنها همکاری کرده‌اند، متقاعدکننده‌تر و گیراتر است.

علاوه‌بر این، صحبت از جنبه‌های مورد علاقه خود در مورد کار به‌طور طبیعی باعث می‌شود هیجان درونی تان بروز کند، لیختندی را بر لبان تان بنشانند و زبان بدن مثبتی