

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

تقویت ۱۹۷۴ واحدی شاخص کل بورس

صعود بورس در روز رکوردشکنی دلار و سکه

فرصت امروز: شاخص بورس در روزی که نرخ دلار در بازار آزاد از مرز ۱۰ هزار تومان عبور کرد و قیمت سکه نیز پرشی ۴۰۰ هزار تومانی داشت، برخلاف روند...



یادداشت

اقتصاد فراتر از مرزها



حمید آذرمند
کارشناس اقتصادی

بخش گردشگری اگرچه در طبقه‌بندی‌های متعارف به عنوان یک فعالیت یا بخش مستقل محسوب نمی‌شود ولی مشتمل بر طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و انواع صنایع و خدمات است که هر یک از آنها می‌تواند ارزش اقتصادی ایجاد کند. گزارش‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که بخش گردشگری یکی از بخش‌های پررونق و اشتغال‌زا در کشورهای گردشگرپذیر است تا جایی که حتی گردش مالی گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن، قابل مقایسه با ابعاد اقتصادی صادرات نفت و صادرات مواد غذایی در جهان است. درآمدهای حاصل از گردشگری، در سراسر جهان روندی فزاینده دارد. پنج کشور برتر از نظر تعداد گردشگر خارجی، شامل فرانسه، آمریکا، اسپانیا، چین و ایتالیا سالانه بیش از ۵۰ میلیون گردشگر خارجی جذب می‌کنند. به گزارش بانک جهانی، درآمد مستقیم گردشگری کشورهای آمریکا...

دلار نرخ تاریخی ۱۰ هزار تومان را ثبت کرد

دلار ۵ رقمی

دیروز قیمت دلار در بازار غیررسمی ارز، مرز ۱۰ هزار تومان را هم رد کرد و رکورد تازه‌ای از خود بر جای گذاشت. روز یکشنبه در ادامه نوسانات بازار ارز و قیمت‌هایی که مشخص نیست بر چه اساسی هر روز برای دلار ثبت و معامله می‌شود و در حالی که بازارهای جهانی تعطیل بود، دلار در بازار ارز ایران تا ۱۰ هزار تومان و حتی بیشتر قیمت خورد. به گزارش ایسنا، ماجرای پرحاشیه ارز حدود یک سال پیش شروع شده و تاکنون نیز بازار آرامشی به خود ندیده است. دلار از حدود ۳۸۰۰ تومان در شهریور ۱۳۹۶ تا بیش از ۱۰ هزار تومان تا به امروز افزایش قیمت داشته و پیش‌بینی هم برای زمان پیش رو وجود ندارد. این در حالی است که در سال جاری با...

۴

تحلیل تحولات اخیر اقتصاد ایران به روایت مرکز پژوهش‌ها

زنگ خطر بازگشت تورم

۲

مدیریت و کسب‌وکار



هاوای رکورد فروش تلفن‌های هوشمند چینی را شکست

- گوگل در تلاش برای شناسایی رفتارهای مدیران شایسته
- بهترین فیلم‌های مدیریتی که در سال جاری حتما باید ببینید
- راز بهره‌ور بودن به اندازه یک گروه کامل بازاربایی
- چگونه بازاربایان حرفه‌ای را بیابیم و استخدام کنیم
- ۵ تغییری که تبلیغات دیجیتال را به تلاطم درآورده است
- ۱۲ اصل برای ساخت برند ماندگار

۸ تا ۱۶

معافیت مالیاتی برای صاحب‌خانه‌هایی که قرارداد دوساله می‌بندند

پیشنهادات وزیر راه و شهرسازی برای بهبود وضع مستاجران

۲

سه پیشنهاد اتاق ایران به دستگاه دیپلماسی

ظریف: آمریکا معتاد به تحریم است

جدید و مشتریانی پیدا می‌شوند که قبلا فرصت همکاری با آنها نبود. بر همین اساس باید ابتکار به خرج دهیم. او با تاکید بر زمینه‌های پیش‌روی صادرات غیرنفتی بیان کرد: مطمئن هستم که امروز می‌توانیم شرایط را بهتر از قبل پیش ببریم، چون دنیا در کنار ماست. ضمن اینکه همه قوای کشور در این شرایط متحد هستند و منسجم‌تر شده‌اند. در این راستا همکاری بخش خصوصی بیش از هر زمان دیگری نیاز است. ما می‌توانیم فشارهای اقتصادی را به افزایش تولید ملی و افزایش صادرات غیرنفتی تبدیل کنیم و به آمریکایی‌ها نشان دهیم که باید اعتیادشان را ترک کنند چون دنیا هم به این نتیجه رسیده است. وی با بیان اینکه ما کشوری هستیم که به‌رغم فشارهای آمریکا از امنیت برخورداریم، افزود: متأسفانه امنیت و مشروعیت کشورهای همسایه ما به بیرون وابسته است، چنان که ما از این موضوع ناراحت هستیم که یک رئیس‌جمهور تازه به دوران رسیده خطاب به کشورهای همسایه ما می‌گوید که اگر ما دو هفته از شما حمایت نکنیم شما باقی نمی‌مانید. شما تصور کنید که یک نفر بیاید و به شما بگوید اگر من نباشم شما حتی دو هفته هم دوام نمی‌آورید، آیا حاضری این حرف را با تمام منابع دنیا عوض کنید؟ ظریف ادامه داد: آمریکا حدود ۴۰ سال است که ما را تحریم کرده و ما هر روز برخلاف این تحریم‌ها پیشرفت کردیم. اهل شمار نیستیم، اما با همراهی مردم توانستیم این سختی‌ها را تحمل کنیم. سربلندی امروز به راحتی به دست نیامده که بخواهیم به راحتی از دستش بدهیم. **دیپلماسی اقتصادی در دستور کار دولت و بخش خصوصی** سخنان دیگر این همایش، غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران بود. او در سخنانش سه پیشنهاد را مطرح کرد: ایجاد کمیته‌های مشترک بین کارشناسان اتاق ایران و نمایندگان وزارت امور خارجه به منظور تربیت نیروهای زبده برای پیشبرد مذاکرات بین‌المللی، زمینه‌سازی برقراری موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی و تجارت آزاد بین ایران و کشورهای هدف و همچنین تمرکز دیپلماسی اقتصادی بر دو موضوع تجارت و سرمایه‌گذاری. شافعی همچنین با اشاره به صحبت‌های محمدجواد ظریف در این همایش گفت: از دیدگاه‌های ایشان این‌گونه برمی‌آید که اتاق ایران از یک سو و دستگاه دیپلماسی کشور از سوی دیگر برای پیشبرد اهداف نظام، لازم و ملزوم یکدیگر هستند. به‌ساور رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور، یکی از موفقیت‌های مهم دولت دوازدهم، توجه به دیپلماسی اقتصادی است. این موضوع در دهه ۹۰ از سوی کشورهای نوظهور مورد توجه قرار گرفت و به ابزاری کارآمد برای حضور آنها در بازارهای جهانی تبدیل شد. شافعی ادامه داد: ترکیب بازار و دولت، برگرفته از مفهوم دیپلماسی

خصوصی هموار است. به‌رغم توان اقتصادی آمریکا، امروز این کشور خود را در انزوا احساس می‌کند و تصور می‌کند برای نمایش توان اقتصادی خود باید به تحریم‌ها متوسل شود. ظریف ادامه داد: همراهی شورای امنیت سازمان ملل در تحریم‌های آمریکا علیه ایران، چتری بود تا این تحریم‌ها مقبول جلوه کند. اما امروز شرایط به گونه‌ای دیگر است. امروز برای دنیا دشوار است که کشوری مانند آمریکا بخواهد مدعی نمایندگی نظام جهانی شود. مشکل امروز اروپا و آمریکا این است که آمریکا اکنون در برابر نظم لیبرال اقتصادی جهانی ایستاده؛ نظمی که ۷۰ سال برای ایجاد آن تلاش کرده است. به گفته ظریف، در گذشته وقتی آمریکا تحریمی را علیه ایران اعمال می‌کرد کشورهای دیگر از جمله کشورهای اروپایی نیز نه تنها بعضاً با او همراهی می‌کردند، بلکه خودشان نیز تحریم‌های جدیدی را اعمال می‌کردند. از سوی دیگر تحریم‌های شورای امنیت علیه ایران نیز بود که به نوعی به تحریم‌های غیرقانونی که علیه ایران وجود داشت مقبولیت جهانی می‌داد و آنها تحریم‌های غیرقانونی خود علیه ایران را در پرتو تحریم‌های شورای امنیت علیه ایران به پیش می‌بردند ولی امروز آمریکایی‌ها نه تنها امکان آن را ندارند که بقیه کشورها و شرکت‌های اقتصادی را مجبور کنند که با تحریم‌های آنها همراهی و به‌رغم مصوبه شورای امنیت عمل کنند، بلکه می‌بینیم قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت از کشورهای می‌خواهد که اقداماتی را انجام دهند که مانع اجرای قطعنامه ۲۲۳۱ شود. ظریف گفت: اروپا و فعالان اقتصادی اروپا باید امروز تصمیم بگیرند که آیا می‌خواهند دنباله‌رو منافع آمریکا و به عبارتی شخص ترامپ باشند یا می‌خواهند منافع اروپا را دنبال کنند. او در ادامه با تاکید بر این نکته که نباید دنیا را مجبور کنیم که بین ما و فشارهای اقتصادی آمریکا یکی را انتخاب کند، گفت: معتقدم شکافی که امروز میان آمریکا و اروپا شکل گرفته، فرصت جدیدی برای ماست. اما برخلاف سال‌های گذشته، درایت حکم می‌کند تا ما پل شکاف و پل حل اختلافات نباشیم. امروز از آفریقا تا آمریکای لاتین و آسیا می‌دانند که روندی که دولت آمریکا در پیش گرفته خطرناک است و میزان مقاومت ما نیز بستگی به راه‌هایی دارد که می‌خواهیم استفاده کنیم. ظریف گفت: یکی از این راه‌ها بهره‌مندی از فعالیت با شرکت‌های کوچک و متوسط اروپایی است که فرصتی فراهم خواهد کرد تا بخش خصوصی کشور رشد کند. باید بتوانیم از امکانات اروپایی‌ها استفاده کنیم. وزیر امور خارجه تاکید کرد: کار با شرکای سنتی قطعاً راحت‌تر است، اما در حوزه‌های جدید حتماً شرکای بهتری پیدا خواهد شد. باید با ابتکار و نوآوری از ظرفیت‌ها استفاده کنیم. برخی مواقع ظرفیت‌های

فرصت امروز: اتاق ایران دیروز میزبان نخستین همایش مشترک سفرا و رؤسای نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران با فعالان بخش خصوصی بود. در این همایش که با حضور محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه و غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران برگزار شد، سفرا و فعالان بخش خصوصی در قالب ۵۱ کارگروه به بررسی مسائل مرتبط با تجارت با ۵۱ کشور هدف پرداختند. در نشست‌های هر کارگروه علاوه بر سفیر ایران در کشور مربوطه، سرکنسول‌های ایران در شهرهای مختلف آن کشور نیز حضور داشتند. همچنین همزمان با نشست کارگروه‌ها، دو نشست تخصصی مربوط به کشورهای آفریقایی و قاره آمریکا با حضور سفرا این کشورها و نمایندگان بخش خصوصی برگزار شد. بررسی مشکلات بانکی و راهکارهای نقل و انتقال پول، مشکلات بیمه‌ای، مسائل گمرکی و حمل و نقل، فعالیت شرکت‌های کوچک و متوسط، شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌های تجاری، حل و فصل اختلافات تجاری میان تجار و پتانسیل‌های موجود برای انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی و تجارت آزاد از جمله مهم‌ترین محورهای دستور کار نشست کارگروه‌ها در این همایش بود. **اعتیاد آمریکا به تحریم** محمدجواد ظریف که دیروز برای سومین بار در چند هفته اخیر در جمع فعالان بخش خصوصی حضور یافته بود، آمریکا را معتاد به تحریم خواند و گفت: تاریخ روابط خارجی آمریکا نشان می‌دهد که این کشور به طور معمول بیشترین تحریم‌ها را علیه کشورهای جهان اعمال کرده و به عبارتی می‌توان گفت آمریکا معتاد به تحریم است. وزیر امور خارجه در این همایش با اشاره به برنامه دولت در تقویت مبادلات تجاری بخش خصوصی با کشورهای جهان گفت: باید در این جمع تاکید کنیم که وظیفه دولت تصدی‌گری در اقتصاد نیست، بلکه تسهیل‌کننده در این حوزه است. در طول مدت فعالیت دولت هم تلاش کردیم تا این واقعیت را نشان دهیم. ظریف، برگزاری چنین جلساتی را ابتکار مهمی دانست که موجب همراهی و همکاری جدی بخش خصوصی و نمایندگی‌های وزارت امور خارجه در کشورهای مختلف می‌شود و ادامه داد: مسیر ارتباط میان بخش خصوصی و نمایندگان ایران در کشورهای مختلف یک‌طرفه نیست. از یک سو ما به اطلاعات شما نیاز داریم تا بفهمیم در چه حوزه‌هایی امکان رقابت و فعالیت اقتصادی وجود دارد و از سوی دیگر شما به اطلاعات نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در کشورهای مختلف و پیگیری‌هایی که این نمایندگی‌ها می‌توانند انجام دهند، نیاز دارید. او با اشاره به تحریم‌های اعمال شده از سوی آمریکا گفت: اگر چه مسیر دشوار است، اما معتقدیم مسیر برای ارتقای فعالیت‌های بخش



یادداشت

اقتصاد فراتر از مرزها

حمید آدرمند
کارشناس اقتصادی

بخش گردشگری اگرچه در طبقه‌بندی‌های متعارف به عنوان یک فعالیت یا بخش مستقل محسوب نمی‌شود ولی مشتمل بر طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و انواع صنایع و خدمات است که هر یک از آنها می‌تواند ارزش اقتصادی ایجاد کند.

گزارش‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که بخش گردشگری یکی از بخش‌های پررونق و اشتغال‌زا در کشورهای گردشگرپذیر است تا جایی که حتی گردش مالی گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن، قابل مقایسه با ابعاد اقتصادی صادرات نفت و صادرات مواد غذایی در جهان است. درآمدهای حاصل از گردشگری، در سراسر جهان روندی فزاینده دارد. پنج کشور برتر از نظر تعداد گردشگر خارجی، شامل فرانسه، آمریکا، اسپانیا، چین و ایتالیا سالانه بیش از ۵۰ میلیون گردشگر خارجی جذب می‌کنند. به گزارش بانک جهانی، درآمد مستقیم گردشگری کشورهای آمریکا، اسپانیا و بریتانیا در سال ۲۰۱۶ به ترتیب برابر با ۶۱، ۲۴۵ و ۵۶ میلیارد دلار بوده است. در منطقه غرب آسیا، کشورهای ترکیه، امارات و قطر در سال ۲۰۱۶ به ترتیب ۱۹، ۲۷ و ۱۳ میلیارد دلار درآمد مستقیم از گردشگران خارجی کسب کردند. بر اساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد، تعداد گردشگران ورودی به ایران در سال ۲۰۱۷ برابر با ۵.۲ میلیون نفر و درآمد مستقیم حاصل از گردشگران خارجی ۳.۵ میلیارد دلار بوده است. در مجموع ارزش افزوده ایجادشده از فعالیت‌های مرتبط با گردشگری بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار و اشتغال مستقیم و غیرمستقیم آن فعالیت‌ها بیش از ۴۷۶ هزار شغل بوده است.

با وجود درآمد نسبتاً قابل توجه گردشگری در ایران، هنوز عملکرد اقتصادی این بخش متناسب با ظرفیت‌های موجود نیست. کشور ایران به رغم ظرفیت‌های بالقوه برای جذب گردشگر خارجی، هنوز نتوانسته است با کشورهای مطرح در زمینه گردشگری رقابت کند. مجمع جهانی اقتصاد شاخصی را برای مقایسه وضعیت رقابت‌پذیری ۱۳۶ کشور جهان در زمینه گردشگری منتشر می‌کند. بر اساس شاخص رقابت‌پذیری گردشگری و مسافرت، کشورهای اسپانیا، فرانسه، آلمان، ژاپن و بریتانیا به ترتیب حائز برترین رتبه‌ها در سال ۲۰۱۷ بودند. ایران با چهار پله بهبود نسبت به سال گذشته، به رتبه ۹۳ بین ۱۳۶ کشور جهان رسید. بالاترین رتبه بین کشورهای آسیایی به ترتیب مربوط به ژاپن، هنگ‌کنگ، سنگاپور، چین و کره است. در منطقه غرب آسیا نیز بالاترین رتبه‌ها به ترتیب مربوط به امارات، ترکیه، قطر و بحرین است.

مطالعات مختلفی انجام شده که نشان می‌دهد توسعه گردشگری می‌تواند تاثیر تعیین‌کننده‌ای در رشد اقتصادی و کاهش فقر داشته باشد. اهمیت گردشگری برای اقتصاد ایران از آن جهت بیشتر آشکار می‌شود که این بخش می‌تواند ظرفیت بالایی برای ایجاد اشتغال فراهم و به توسعه صادرات غیرنفتی کمک کند. علاوه بر آن، زیرساخت‌های مربوط به گردشگری ظرفیت مناسبی برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دارد.

کشور ایران به دلیل برخوردار بودن از تنوع اقلیمی و طبیعی و همچنین جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی، ظرفیت بالقوه مناسبی برای توسعه گردشگری دارد. برخی ظرفیت‌ها و مزیت‌های خاص موجود در اقتصاد ایران برای توسعه فعالیت‌های گردشگری عبارت است از:

- پایین بودن نسبی سطح قیمت‌ها
- وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی
- وجود جاذبه‌های طبیعی
- زیرساخت‌ها و امکانات پزشکی و درمانی مناسب (گردشگری سلامت)
- اماکن مذهبی (گردشگری مذهبی)
- وضعیت مناسب بهداشت عمومی

با وجود اینکه کشور ایران از مزیت‌های متعددی مانند آنچه گفته شد، برخوردار است ولی سهم ایران از گردشگران خارجی نسبت به کشورهای گردشگرپذیر، ناچیز است. علاوه بر آن گردشگری داخلی نیز ابعاد اقتصادی و گردش مالی نسبتاً محدودی دارد. بر اساس نتایج مطالعه، توسعه گردشگری در کشور با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه است. یکی از موانع اصلی توسعه گردشگری، ضعف شدید زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی و کیفیت پایین آن در مقایسه با سایر کشورهاست. علاوه بر ضعف زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی، ضعف زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی، هزینه بالای هتل‌ها و اقامتگاه‌ها و محدودیت‌های موجود در خدمات ارتباطات، فقدان برنامه‌های مستمر بازاریابی و تبلیغ جاذبه‌های گردشگری در جهان و پوشش ناکافی شبکه بزرگراهی نیز از موانع توسعه گردشگری در کشور محسوب می‌شود. در مجموع می‌توان مهم‌ترین مسائل و چالش‌های بخش گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن را به ترتیب زیر خلاصه کرد:

- عدم بهره‌گیری از تمام مزیت‌های گردشگری در کشور
- محیط کسب و کار نامساعد
- اولویت نداشتن گردشگری در سیاست‌گذاری‌ها
- ضعف ارتباطات بین‌المللی و بازاریابی
- ضعف در زیرساخت‌های اصلی مانند زیرساخت‌های حمل و نقل، هتل و ...
- فقدان تسهیلات و خدمات گردشگری
- فقدان برنامه‌های یکپارچه مدیریت پایدار محیط زیست
- برطرف کردن برخی از این مشکلات نیاز به اصلاح سیاست‌ها دارد و برخی دیگر مستلزم سرمایه‌گذاری‌های گسترده است. در مجموع می‌توان به منظور توسعه گردشگری کشور و بهره‌گیری از مزیت‌ها و فرصت‌هایی که توسعه گردشگری می‌تواند در جهت کمک به رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال برای کشور فراهم کند، اولویت‌هایی را در نظر گرفت: نخست لازم است جامعه در زمینه لزوم توسعه گردشگری در کشور به عنوان یک سیاست بلندمدت شکل بگیرد. دوم اینکه توسعه گردشگری به زیرساخت‌ها و تسهیلات گسترده‌ای از قبیل زیرساخت‌های حمل و نقل، امکانات اقامتی و رفاهی مناسب و نظایر آن نیاز دارد که لازم است زمینه سرمایه‌گذاری در آنها فراهم شود. سوم اینکه، توسعه گردشگری و ارتقا به درآمدهای آن، مستلزم مدیریت پایدار گردشگری، به لحاظ محیط‌زیست و ملاحظات فرهنگی است.

منبع: آینده‌نگر



تحلیل تحولات اخیر اقتصاد ایران به روایت مرکز پژوهش‌ها

زنگ خطر بازگشت تورم

دارد؛ اتفاقاتی که می‌تواند حتی تورم را در کشور به بالای ۲۰ درصد هم برساند.

به اعتقاد کارشناسان اقتصادی، شوک خروج آمریکا از برجام در کنار عوامل زمینه‌ای مثل حجم بالای نقدینگی، عدم تناسب رشد نقدینگی و نرخ تورم، مشکلات و شکنندگی سیستم بانکی و نرخ‌های بالای سود بانکی، رشد بالای بدهی‌های عمومی، وابستگی به نفت، وابستگی تولید به واردات واسطه‌ای و سرمایه‌ای، عدم تناسب روابط اقتصادی بین‌المللی و سیاست خارجی کشور، فساد، ضعف و تنزل سرمایه اجتماعی مهم‌ترین دلایل تحولات اخیر در بازارهای مختلف هستند. درواقع موارد فوق از کانال‌های انتظار افزایش تحریم‌ها و تکرار تجربه قبلی و تلاش برای حفظ ارزش دارایی‌ها ازسوی فعالان اقتصادی، افزایش خروج سرمایه از کشور، افزایش تقاضای سفته‌بازی ارز و کاهش همکاری بانک‌های خارجی با ایران موجب افزایش نرخ ارز و در ادامه افزایش التهاب در سایر بازارهای دارایی شده‌اند.

نرخ ارز از کانال‌های مختلفی می‌تواند بر تورم اثرگذار باشد که مهم‌ترین آنها افزایش قیمت کالاهای وارداتی مصرفی خانوار و افزایش قیمت کالاهای واسطه‌ای و در نتیجه افزایش هزینه‌های تولید است.

برآوردهای مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد به ازای هر ۱۰ درصد افزایش نرخ ارز، نرخ تورم ۲ درصد رشد خواهد داشت.

تحریم‌های اقتصادی از کانال‌های کاهش صادرات نفت، کاهش صادرات غیرنفتی و محدودیت واردات بر تولید و بخش حقیقی اقتصاد ایران اثرگذار خواهد بود. برآوردهای مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد در صورت کاهش ۵۰۰ هزار بشکه‌ای صادرات نفت، رشد

بخش‌های مزبور به‌ویژه بخش مسکن در پیش بگیرد، اثر کاهش صادرات نفت بر رشد اقتصادی کمتر خواهد بود و کشور می‌تواند آثار تحریم را خنثی کند.

بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد بخش‌هایی که بیشترین آسیب‌پذیری را در شرایط تحریم و محدودیت واردات دارند عبارتند از: «ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر»، «ساخت سایر تجهیزات حمل و نقل»، «ساخت مواد شیمیایی و محصولات شیمیایی»، «ساخت محصولات لاستیک و پلاستیک» و «ساخت منسوجات».

بخش‌هایی که وابستگی بالایی به واردات دارند، با اعمال تحریم و محدودیت واردات با کاهش توان تولید بیشتری در اقتصاد مواجه می‌شوند. در این خصوص آنچه اهمیت می‌یابد این است که بخش‌هایی در اولویت سیاست‌گذاری قرار گیرند که علاوه بر وابستگی کمتر به واردات، از پیوندهای قوی‌تر با سایر بخش‌های اقتصادی و لذا توانایی بیشتری در ایجاد تحرک در اقتصاد برخوردار باشند. در صورتی که امکان جایگزینی واردات و تخصیص ارز در شرایط تحریم میسر نباشد، باید بخش‌هایی در اولویت سیاست‌گذاری قرار گیرند که دو ویژگی مهم داشته باشند: نخست آنکه وابستگی کمتری به واردات داشته باشند. دوم آنکه از پیوندهای قوی و توانایی بالا در ایجاد تحرک در کل اقتصاد برخوردار باشند.

بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد بخش‌هایی که دارای دو مؤلفه فوق هستند به ترتیب عبارتند از: ساخت محصولات غذایی، کشاورزی، ساختمان، ساخت میلمان، دباغی و پرداخت چرم، فلزات اساسی، ساخت محصولات چوبی و ساخت سایر محصولات کانی غیرفلزی.

بدهی است اگر دولت سیاست‌های مناسبی را بر فعال ساختن بخش‌های مزبور به‌ویژه بخش مسکن در پیش بگیرد، اثر کاهش صادرات نفت بر رشد اقتصادی کمتر خواهد بود و کشور می‌تواند آثار تحریم را خنثی کند.

بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد به ازای هر ۱۰ درصد افزایش نرخ ارز، نرخ تورم ۲ درصد رشد خواهد داشت.

تحریم‌های اقتصادی از کانال‌های کاهش صادرات نفت، کاهش صادرات غیرنفتی و محدودیت واردات بر تولید و بخش حقیقی اقتصاد ایران اثرگذار خواهد بود. برآوردهای مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد در صورت کاهش ۵۰۰ هزار بشکه‌ای صادرات نفت، رشد

بخش‌های مزبور به‌ویژه بخش مسکن در پیش بگیرد، اثر کاهش صادرات نفت بر رشد اقتصادی کمتر خواهد بود و کشور می‌تواند آثار تحریم را خنثی کند.

معافیت مالیاتی برای صاحب‌خانه‌هایی که قرارداد دوساله می‌بندند

پیشنهادات وزیر راه و شهرسازی برای بهبود وضع مستاجران

در طول سال‌های گذشته از این طرح‌ها به‌شمار می‌رود. اما ما در شهری مانند پردیس همچنان با مشکلات انشعابات مواجهیم که این مسئله برای تکمیل این پروژه مهم مشکلاتی جداگانه به وجود آورده است.

تاثیر خروج آمریکا از برجام بر بازار مسکن

وی درباره تاثیر خروج آمریکا از برجام بر اقتصاد ایران تصریح کرد: من همواره اعلام کرده‌ام که باید مشکلات اقتصادی از دل اقتصاد حل شود. قطعاً مسئله‌ای مانند خروج آمریکا از برجام می‌تواند تاثیر زیادی داشته باشد که یکی از آنها خود را در حوزه مسکن یا کاهش علاقه سرمایه‌گذاران به حضور در پروژه‌های بلندمدت نشان می‌دهد.

وزیر راه و شهرسازی همچنین در بخشی از سخنرانی خود به پیگیری جدی مطالبات کامیون‌داران در وزارت راه و شهرسازی اشاره کرد و گفت: ما برای رانندگان کامیون حق اعتراض قائل هستیم. از این رو در طول این مدت جلسات مختلفی با نمایندگان آنها برگزار شده و مسائلی مانند بیمه، تامین لوازم یدکی و افزایش کرایه در دستور کار قرار گرفته است. آخوندی خاطرنشان کرد: ما برای آنکه سخن رانندگان را بدون تاخیر و واسطه دریافت کنیم، شرایطی را فراهم کرده‌ایم که آنها صحبت‌های خود را به طور مستقیم با ما در میان بگذارند و در حال حاضر زمان رسیدگی به شکایت‌های آنها کمتر از ۴۸ ساعت است و امیدواریم با پیگیری همین روند در آینده مشکلات رانندگان کامیون به طور کامل حل شود.

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه بخش قابل توجهی از افزایش قیمت‌ها در حوزه بازار مسکن به طرح مسکن مهر مربوط می‌شود، در برنامه نگاه یک تاکید کرد: بر اساس آمارها تورم ۸۰ درصدی مسکن در سال ۸۸، به مسکن مهر اختصاص دارد و این به خوبی نشان می‌دهد که هر جا دولت برای ساخت‌وساز واحد مسکونی جدید خود به طور مستقیم ورود کرده، با توجه به محدودیت‌های منابع اعتباری عملاً

نه تنها کارایی نداشته که حتی مشکلات جدی نیز به وجود آورده است. از این رو ما تلاش کردیم در طرحی مانند مسکن اجتماعی، از تجربه مسکن مهر استفاده کنیم. آخوندی افزود: البته هر چند ما مسکن مهر را مانند یک بیماری ممتدی می‌بینیم که در اقتصاد ایران به وجود آمده و علاجه است، اما به تمام خریداران مسکن مهر تعهد داریم که این واحدها را تکمیل کنیم و از امروز ساخت ۱۲۰ هزار واحد مسکن مهر

به گزارش ایسنا، آخوندی ادامه داد: در صورتی که مالکان قرارداد اجاره خود را به دوره طولانی‌تر تبدیل کنند، از طرح‌های تشویقی مانند معافیت مالیاتی بهره‌مند خواهند شد. در کنار آن ما طرح‌هایی را مانند سقف ۱۰ درصدی افزایش نرخ اجاره ارائه کرده‌ایم که معتقدیم می‌تواند هزینه‌های جابه‌جایی مستاجران را کاهش دهد.

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه ورود دولت به طور مستقیم در بازار اجاره مسکن می‌تواند به معاملات زیرزمینی و فساد منجر شود، اظهار کرد: ما در حال حاضر با معضل بالا بودن تعداد خانه‌های خالی در کشور مواجه هستیم که اگر چاره‌ای برای آن در نظر گرفته نشود، می‌تواند مشکل‌ساز شود.

۳۵ هزار خانه خالی در منطقه یک تهران
آخوندی با اشاره به آخرین آمارهای ارائه شده از وضعیت خانه‌های خالی در ایران اظهار کرد: طبق آخرین آمارها بیش از چهار میلیون

همه در انتظار اعلام برنامه دولت

احمد کیمیایی اسدی
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

قانون منع به کارگیری بازنشستگان چند سال پیش به تصویب رسید اما استثنائات این قانون به اندازه‌ای بود که در عمل بسیاری از بازنشستگان دستگاه‌های دولتی به پست‌های اداری بازگشتند. در اصلاحات جدید این استثنائات کم شده است. قانون منع به کارگیری بازنشستگان می‌تواند به افزایش انگیزه مدیران و جوانگرایی در ساختار حاکمیت بینجامد. اکنون افکار عمومی در انتظار اجرای صحیح این قانون است؛ قانونی که می‌تواند چابک‌سازی دولت را به همراه داشته باشد. به نظر من گام موثرتر اما در زمینه چابک‌سازی کاهش قوانین متعدد و مقابله با صدور مجوزهای زیادی است. پیامد جوانگرایی در بدنه مدیریت میانی دولت مثبت است، اما با توجه به وضع قوانین باید گفت مسیر چابک‌سازی از اصلاح خود مقررات می‌گذرد. بخش خصوصی امیدوار است در ادامه اصلاحاتی از این دست، دولت بیش از گذشته به مشاوره‌های بخش خصوصی اهمیت دهد. پس از اتفاقاتی که در چند ماه اخیر بازار و اقتصاد را درگیر کرد و با خروج ایالات متحده آمریکا از برجام تشدید شد، دولت از بخش خصوصی برای حل و فصل مشکلات نظرخواهی و مشورت کرد، اما در نهایت خود تصمیم گرفت. یک مثال روشن در این باره تعیین نرخ ۴ هزار و ۲۰۰ تومان برای ارز بود. بخش خصوصی بارها در نامه‌ها و تذکرات شفاهی اعلام کرد که ارز با این نرخ در شرایط بحرانی کنونی تنها باید در اختیار واردکننده کالاهای اساسی و دارو قرار بگیرد، اما رئیس جمهور و معاونان اقتصادی ایشان در تمام جلسه‌ها گفتند نگران نباشید و ارز به اندازه کافی داریم. تدابیر دولت اما در نهایت منجر به ثبت سفارش‌های عظیم و ۳۰ میلیارد دلاری در دو ماه اخیر شد و دولت را گرفتار کرد.

دولت اکنون به حرف بخش خصوصی رسیده است و به تازگی در بخشنامه‌ای از اختصاص ارز با نرخ ۴ هزار و خرده‌ای تنها به دارو و کالاهای اساسی می‌گوید و اینکه دیگر واردکنندگان باید ارز مورد نیازشان را از بازار ثانویه تهیه کنند. بی‌توجهی دولت به حرف بخش خصوصی درباره ارز در چند ماه گذشته پیامدی جز از بین رفتن بیت‌المال و به باد رفتن منابع ارزی کشور در شرایط بحرانی نداشت. در واقع بهانه‌ای بی‌اساس به سرکوب نرخ ارز و عدم پذیرش نرخ بازار منجر شد. اکنون سوال این است که دولت برای شرایط پیش رو به ویژه در روزهای پس از نوامبر که درصد بالایی از تحریم‌ها شامل حال کشور می‌شود، چه برنامه‌ای دارد؟

معاون وزیر اقتصاد خبر داد

بزرگ‌ترین خریدار سکه، پادو یک شرکت بود



از ابزارهای مالیاتی مدرن است و زیرساخت‌های آن باید ایجاد شود و اکنون زیرساخت‌های لازم فراهم است و باید این موضوع مطرح شود.

وی درباره مالیات بر خانه‌های خالی هم گفت: در قانون حکمی وجود دارد مبنی بر اینکه وزارت مسکن باید سامانه اسکان و املاک را در کشور راه‌اندازی کند و نسبت به شناسایی خانه‌های خالی اقدام و به سازمان امور مالیاتی اعلام کند.

تقوی‌نژاد ادامه داد: بارها با وزارت راه و شهرسازی مکاتبه کردیم اقداماتی را انجام دادند اما کافی نیست و اکنون معطل این سامانه هستیم.

وی درباره صندوق‌های مکاتبه فروش هم گفت: دولت لایحه‌ای را در اسفند سال ۱۳۹۵ در این باره تهیه کرد و در اختیار مجلس گذاشت که بحث آن در کمیسیون به پایان رسید و در نوبت طرح در صحن علنی مجلس است.

می‌کردند و اطلاعات دقیق نمی‌دادند حدود ۳ هزار میلیارد تومان مطالبه مالیات و جریمه انجام دادیم.

وی افزود: از محل شناسایی کسانی که کارت‌های بازرگانی غیر را گرفته بودند با همکاری قوه قضاییه، وزارت اطلاعات و بقیه دستگاه‌ها ۶ هزار و ۲۴۸ نفر را شناسایی کردیم و نخستین بار از محل شناسایی افراد اصلی در این زمینه ۴ هزار میلیارد تومان مالیات گرفتیم.

تقوی‌نژاد اضافه کرد: حدود ۲۲ هزار میلیارد تومان در سال گذشته و سه ماه امسال از طریق فرار مالیاتی برگ تشخیص مالیات صادر کردیم و این رکورد تاریخی بود.

وی با بیان اینکه کار گروه ویژه تشکیل دادیم که هفته‌ای دو بار تشکیل جلسه می‌دهد، گفت: اطلاعات ۲۲ شرکت واردکننده خودرو را کسب کردیم که مجموع پرداخت مالیات آنها در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۴، ۵۵ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان بود اما تا الان ۸۳۰ میلیارد تومان از آنها مالیات گرفتیم.

تقوی‌نژاد تصریح کرد: پارسال و امسال نرخ‌های مالیاتی افزایش نیافته است زیرا بنا بر فشار آوردن بر مؤدیان مالیاتی نداریم و رویکردمان استفاده از منابعی است که تاکنون در خدمت نظام اقتصادی کشور نبود.

وی مالیات بر ارزش افزوده را کاملا شفاف و روشن دانست و افزود: در ۱۶۰ کشور دنیا همچون ایران مالیات بر ارزش افزوده از حلقه‌های مختلف و صورت‌حساب‌ها دریافت می‌شود.

کشف ۴ هزار شرکت صوری

رئیس سازمان امور مالیاتی گفت: ۴ هزار شرکت صوری را کشف کردیم و این نشان می‌دهد که عده‌ای در حال سوءاستفاده هستند. در عین حال، پارسال یک میلیون و ۳۰۰ هزار مؤدی جدید را شناسایی کردیم که از این تعداد تاکنون برای ۷۰۰ هزار نفر مؤدی، پرونده مالیاتی تشکیل شده است.

تقوی‌نژاد در ادامه سخنان خود با بیان اینکه تلاش ما بر این است که با مدیران، تعامل شود، افزود: در یک سال و نیم گذشته بیش از ۶۵ هزار مدیر را که مشکل و بدهی مالیاتی داشتند تعیین تکلیف و از آنها رفع محدودیت کردیم.

وی ادامه داد: از بنگاه واحدی که زیان کرده باشد مالیات دریافت نمی‌شود بلکه از بنگاهی که سود کرده مالیات دریافت می‌شود.

تقوی‌نژاد درباره سامانه طرح جامع مالیاتی با بیان اینکه این سامانه، بومی شده است، گفت: در پیشرفته‌ترین کشورها حداکثر ۹۸ درصد اظهارنامه مالیاتی، الکترونیکی دریافت می‌شود در حالی که در کشور ما، امسال در سامانه طرح جامع مالیاتی، ۱۰۰ درصد اظهارنامه‌ها الکترونیکی دریافت شد و این رکورد جهانی است.

تقوی‌نژاد درباره مالیات بر عایدی سرمایه گفت: این نوع مالیات یکی

معاون وزیر اقتصاد و رئیس سازمان امور مالیاتی گفت که فهرست ۵۰ نفر نخست خریدار سکه از بانک مرکزی نشان می‌دهد که نفر اول

خریدار سکه از بانک مرکزی، کارگر پادو یک شرکت بوده است.

سید کامل تقوی‌نژاد که در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری شب‌شب سخن می‌گفت، با اشاره به اینکه یکی از مقامات بانک مرکزی فهرست ۵۰ نفر اول خریدار سکه را به ما اعلام کرده است، گفت: همه اینها شناسایی شدند و بالاترین خریدار سکه به تعداد ۲۸ هزار و ۲۰۰ سکه، جوان متولد سال ۱۳۴۵ کارگر پادو یک شرکت است که تنها اظهارنامه مالیاتی او بیمه‌نامه اتومبیل پراید بود.

به گزارش پایگاه خبری صدا و سیما، تقوی‌نژاد در ادامه این برنامه تلویزیونی، جزئیات بیشتری از خریداران سکه و ارز و همچنین فرارهای مالیاتی ارائه داد و گفت: اطلاعات تمام کسانی که می‌توانستند به خرید ارز کردند توسط این سازمان دریافت شده است. سازمان امور مالیاتی برای ارز و سکه و خودرو کارگروه ویژه تشکیل داده و با همکاری دستگاه‌هایی مثل بانک مرکزی، دستگاه‌های امنیتی و وزارت صنعت ۶ میلیون و ۴۰۰ هزار رکورد اطلاعات از کسانی که فعالیت خرید و فروش ارز و سکه داشتند به دست آورده است.

به گفته تقوی‌نژاد، تاکنون با شناسایی ۶۰۵ نفر مؤدی در کشور که تراکنش‌های سنگین مشکوک داشتند ۸ هزار و ۱۵۰ میلیارد تومان مالیات مطالبه شده است.

عملکرد مالیاتی

او درباره مقدار مالیات دریافتی در چهار ماه ابتدایی امسال نیز گفت: ما در چهار ماهه اول سال ۱۳۹۷، ۳۰ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی کسب کردیم این آمار نسبت به مدت مشابه سال گذشته حدود ۱۰ درصد رشد را نشان می‌دهد در این زمینه هم در بخش مالیات بر عملکرد و هم در بخش مالیات بر ارزش افزوده شاهد رشد بودیم.

رئیس سازمان امور مالیاتی ادامه داد: با توجه به اینکه دوره‌های اخذ اظهارنامه از مؤدیان مالیاتی چهار دوره سه ماهه است، تلاش خواهیم کرد که عمده مالیات در این بخش با خوداظهاری انجام شود. ما توانستیم ۴ میلیون و ۸۶۳ هزار اظهارنامه را دریافت کنیم که از این تعداد ۴ میلیون و ۱۶۰ هزار تا در بخش مشاغل و خودرو بوده و بیش از ۲۸۰ هزار تا در بخش اشخاص حقوقی و حدود از ۴۳۰ هزار اظهارنامه در بخش املاک اجاره و مستغلات داشتیم که رشدی منطقی داشت.

تقوی‌نژاد افزود: از کسانی که اطلاعات ناقص دادند قبلاً ۴ هزار و ۲۴۰ میلیارد تومان مالیات ابراز کردند، اما از محل بررسی مجدد، رقم واقعی ۹ هزار و ۸۳۰ میلیارد تومان بود؛ یعنی حدود ۵ هزار و ۵۹۰ میلیارد تومان فرار مالیاتی اخذ شد. همچنین از برخی شرکتها به‌ویژه شرکت‌هایی که از طریق بورس کالا در مناطق آزاد خرید و فروش

رئیس مرکز آمار ایران اعلام کرد

جایگزینی سرشماری سنتی با مدرن تا ۸ سال دیگر

رئیس مرکز آمار ایران با بیان اینکه به دنبال اجرای مسیر سرشماری از مدل سنتی و ترکیبی سنتی و اینترنتی به سمت سرشماری مدرن هستیم، گفت: پیش‌بینی می‌کنیم تا هشت سال آینده به طور کلی سرشماری سنتی، اینترنتی ترکیبی و بر مبنای خوداظهاری مردم را کنار گذاشته و سرشماری مدرن را مبنای بر اطلاعات آماری ثبتی مبنایی محقق کنیم. به گزارش خبرگزاری‌ها، امیدعلی پارسا روز یکشنبه در بیست و چهارمین نمایشگاه کامپ در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران در نشست خبری همچنین از توقف اعتبار دستگاه‌هایی که اطلاعات به مرکز آمار ندهند خبر داد و گفت: دستگاه‌های اجرایی موظفند ریز اطلاعات خود را به مرکز آمار اعلام کنند، در غیر این صورت تا دو هفته دیگر این دستگاه‌ها به سازمان برنامه و بودجه معرفی و اعتبارات آنها اختصا نمی‌یابد.

رئیس مرکز آمار ایران درباره تطبیق نداشتن آمارهای این مرکز با سطح جامعه، به نرخ تورم اشاره کرد و گفت: مرکز آمار سه نرخ تورم اعلام می‌کند؛ یکی تورم ماهانه است که میانگین سبب مصرفی مردم برای کل استان‌هاست و این عدد متوسط افزایش برای کل مردم در دوره زمانی یک ماهه است. وی اظهار داشت: تورم دوم، «قطعه به قطعه سالانه» است که می‌گوید این ماه نسبت به ماه مشابه سال پیش، چقدر افزایش داشته

است و برای کل کشور بوده و میانگین آن به صورت دو رقمی است. پارسا بیان کرد: «تورم متوسط سالانه» نرخ دیگری که این مرکز ارائه می‌دهد و میانگین ۱۲ ماه اخیر است؛ به عبارتی میانگین کل ۱۲ ماه پیش است.

وی با بیان اینکه کل آمارهای مرکز آمار میانگین کشور یا استان است، افزود: قرار است واقعیت کف بازار را ببینیم؛ باید به طور ماهانه و متوسط قیمت کالاها را رصد کنیم زیرا برای نمونه نرخ تورم متوسط سالانه برای برنامه‌ریزی‌ها کاربرد دارد.

او تأکید کرد: برای قضاوت درست یا نادرست بودن نرخ تورم اعلامی، باید ببینیم نسبت به قبل تفاوت داشته و آن را با تورم گذشته و بعد مقایسه کنیم.

رئیس مرکز آمار ایران با بیان اینکه اولین سرشماری اینترنتی در سال ۹۵ انجام شد و ۴۸ درصد مردم به صورت اینترنتی، خوداظهاری داشتند که در دنیا رکوردی برجای گذاشت، افزود: هم‌اکنون سرشماری از مدل سنتی به سمت سرشماری مدرن در حرکت است و ما نیز مانند سایر کشورها به این سمت در حرکت هستیم و پیش‌بینی می‌کنیم تا هشت سال آینده به طور کلی سرشماری سنتی، اینترنتی ترکیبی و بر مبنای خوداظهاری مردم را کنار گذاشته و سرشماری مدرن را مبنای بر اطلاعات آماری ثبتی مبنایی محقق کنیم.

آسیاتیل

تلفن ثابت نسل نو!!!



اخبار

**تحقق ۱۰۰ درصدی تعهد پرداخت وام
قرض الحسنه ازدواج در بانک آینده**

بانک آینده، در راستای طرح اعطای تسهیلات قرض الحسنه ازدواج در کشور، در چهار ماه نخست سال جاری، ۱۰۰ درصد تعهدات خود را انجام داده است.

بانک آینده، در راستای اجرای ابلاغیه بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، درخصوص اعطای تسهیلات قرض الحسنه ازدواج و با هدف کاهش صف انتظار متقاضیان واجد شرایط برای دریافت این خدمت، موفق شد در چهار ماه نخست سال جاری، با اعطای ۳ هزار وام ازدواج، ۱۰۰ درصد تعهدات خود را در حیطه مصارف قرض الحسنه پس انداز، به بهترین شکل و با بالاترین سرعت، به انجام برساند.

بانک آینده، همواره می کوشد در این مسیر خیر، پیشتاز بوده و به همین منظور، سرمایه انسانی فعال در ۱۴۰ شعبه از ۲۰۴ شعبه بانک آینده در سراسر کشور، با همت عالی و عزم جدی خود، موفق شدند؛ به رغم فرصت ۴۵ روزه تعیین شده برای تکمیل مدارک، زودتر به نتایج این مهم، دست یابند.

ثبت سفارش واردات نهاده های دامی متوقف شد

افزایش ۵ درصدی قیمت ذرت در بازار

یک مقام مسئول گفت که طی ۲۰ روز اخیر، وزارت صمت، ثبت سفارش واردات نهاده های دامی، کنجاله سویا و ذرت را تا روشن شدن وضعیت وارد کنندگانی که ارز یارانه ای گرفتند، متوقف کرد. محمد یوسفی، رئیس انجمن پرورش دهندگان مرغ گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از ثبت سفارش واردات نهاده های دامی اظهار کرد: طی ۲۰ روز اخیر، وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، ثبت سفارش واردات نهاده های دامی کنجاله سویا و ذرت را تا روشن شدن وضعیت وارد کنندگانی که ارز یارانه ای گرفتند، متوقف کرد.

به گفته وی، توقف ثبت سفارش واردات نهاده های دامی به مرور اثر خود را تا یک ماه آینده بر بازار خواهد گذاشت چراکه بیش از ۹۰ درصد کنجاله سویا مورد نیاز واحدهای دامداری و مرغداری وارداتی است.

یوسفی از افزایش ۵ درصدی قیمت ذرت در بازار خبر داد و گفت: هم اکنون هر کیلو ذرت برزیل با نرخ ۱۱۸۰ تومان تحویل بنادر و ۱۳۸۰ تومان در اختیار مرغداری قرار می گیرد که به سبب کاهش عرضه در برابر تقاضای ناشی از توقف ثبت سفارش در چند روز اخیر به طور متوسط در بازار ۵ درصد افزایش داشته است.

رئیس انجمن پرورش دهندگان مرغ گوشتی، قیمت کنونی هر کیلو کنجاله سویا تحویل به مرغداران را همانند روزهای اخیر ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۲ هزار ۸۰۰ تومان اعلام کرد.

وی درباره آخرین وضعیت قیمت مرغ در بازار اظهار کرد: امروز نرخ هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۶ هزار، مرغ آماده به طبخ میدان بهمین ۷ هزار و ۸۰۰، غرقه های میدیان میوه و تیره بار ۷ هزار و ۵۰۰ و خرده فروشی های سطح شهر ۹ تا ۹ هزار و ۵۰۰ تومان است. یوسفی در پایان تصریح کرد: در شرایط کنونی قیمت واقعی هر کیلو مرغ زنده ۶ هزار و ۵۰۰ تا ۷ هزار و آماده به طبخ ۹ هزار و ۵۰۰ تا ۱۰ هزار تومان است که انتظار می رود در روزهای آتی به این نرخ برسیم.

آهن ۲۰ درصد گران شد

رئیس اتحادیه فروشندگان آهن با بیان اینکه آهن کالای داخلی بوده و هیچ معنایی در افزایش قیمت آن وجود ندارد، گفت: متأسفانه بورس کالا گوی سبقت را از بازار گرفته و عامل افزایش ۲۰ درصدی قیمت ها شده است.

محمد آزاد در گفت و گو با خبرنگار تسنیم، با اشاره به افزایش قیمت آهن در بازار که به واسطه قیمت گذاری بورس کالا انجام شده است، اظهار داشت: آهن کالای داخلی بوده و هیچ معنایی در افزایش قیمت آن وجود ندارد. برای ما نیز سوال است چرا بورس کالا شرایط را برای افزایش قیمت ها فراهم کرده و باعث گرانی شده است. وی با بیان اینکه هم اکنون قیمت هر کیلو میلگرد از ۲ هزار و ۶۰۰ تومان به ۴ هزار و ۲۰۰ تومان رسیده است، افزود: تیر آهن نیز به واسطه افزایش قیمت ها رشد ۲۰ درصدی را تجربه کرده و با قیمت هر کیلو ۴ هزار و ۳۰۰ تومان در بازار مورد معامله قرار می گیرد.

رئیس اتحادیه فروشندگان آهن با بیان اینکه افزایش قیمت ها عاملی شده تا فروشندگان دست از فروش محصول بردارند، گفت: متأسفانه بورس کالا گوی سبقت را از بازار گرفته و عامل افزایش قیمت ها شده است جالب اینجاست قبلا هر تریلی تیر آهن با قیمت ۴۰ میلیون معامله می شد، اما امروز با رشد دو برابری با قیمت ۸۵ میلیون تومان به فروش می رسد.

آزاد در ادامه صحبت های خود با تأکید بر اینکه ما در بخش آهن و فولاد حتی صادرات نیز انجام می دهیم، گفت: به اعتقاد فروشندگان این کالا نه ربطی به ارز و نه کالای وارداتی دارد و نباید با رشد قیمت مواجه شود.

صادرات صنایع رشد کرد؛ معادن افت!

میزان صادرات در بخش صنعت و معدن طی دو ماهه ابتدایی سال جاری از لحاظ ارزشی به ترتیب با رشد ۲۸.۱ درصدی و کاهش ۱۶ درصدی و از نظر وزنی با رشد ۱۴ درصدی و کاهش ۱۰.۸ درصدی روبه رو شده است.

به گزارش ایسنا، میزان صادرات در بخش صنعت طی دو ماهه ابتدای سال جاری معادل ۲۱۲۷ میلیون دلار بوده که در قیاس با صادرات ۲۴۴۲ میلیون دلاری این بخش نسبت به مدت مشابه سال گذشته با رشدی ۲۸.۱ درصدی روبه رو شده است.

همچنین میزان صادرات بخش معدن در دو ماهه ابتدایی سال جاری برابر ۱۹۸ میلیون دلار بود که در مقایسه با میزان صادرات ۲۳۶ میلیون دلاری مدت مشابه سال گذشته شاهد افت ۱۶ درصدی صادرات در بخش معدن هستیم.



به روز کاهش یافته، به گونه ای که ظرف یک ماه گذشته کسری دریافت شیر خام کارخانجات روزانه رشد کرده و به میزان ۲۰ تا ۳۰ درصد کل دریافتی کارخانجات رسیده است. جمع ظرفیت شیر خامی که توسط واحدهای تولیدی شیر خشک جذب می گردد حدوداً روزانه ۵۰۰۰ تن یعنی معادل ۲۵ درصد ظرفیت شیر خام فعلی کشور است که به دلیل تفاوت نرخ ارز رسمی ۴۲۰۰۰ ریال و نرخ ارز آزاد ۹۰۰۰۰ ریال عرضه شده در بازار هرات و سلیمانیه، صادرات شیر خشک جذابیت و سودآوری فوق العاده داشته که در نتیجه شیر خام را با قیمتی تا ۱۷۵۰۰ ریال نیز جذاب نموده است و بدین ترتیب قیمت چربی شیر خام نیز از هر یکدهم درصد ۱۵۰ ریال تا ۲۴۰ ریال رشد داشته است.

کاهش ۲۵ درصدی ورودی شیر خام صنایع لبنی موجب تخلیه آتی کالاهای لبنی و از بین رفتن ذخایر استراتژیک پنیر، شیر خشک و شیر استریل خواهد گردید. با واردات حداکثر ۲۵ هزار تن شیر خشک به کشور می توان این کسری را برطرف کرد که در اختیار انجمن جهت جبران کسری شیر خام ورودی کارخانجات لبنی کشور قرار گیرد و به تایش با اشاره به بازرسی و سرکشی مستمر از کارخانه ها و انبارها گفت: در حوزه تلفن همراه ۱۱۲ هزار گوشی احتکار شده شناسایی شده است. وی افزود: یک انبار لوازم خانگی هم در آذربایجان شرقی کشف شد. دبیر ستاد مبارزه با تشدید احتکار و اختفا از مردم خواست برای موفقیت در این طرح به ستاد کمک کنند.

وی افزود: مردم اگر جایی دیدند کالاهای هدف طرح انبار شده است با ۱۲۴ تماس بگیرند و اطلاع دهند. تایش گفت: یکی از مواردی که در طرح در نظر گرفته شده است، خرده فروشان هستند. وی افزود: از بانک مرکزی خواستیم ارز مسود نیاز را تأمین کند، از بازرگانان هم درخواست داریم سریع تر کالاها را وارد کنند.

دبیر ستاد مبارزه با تشدید احتکار و اختفا با اشاره به اینکه کار ستاد از زمان ترخیص کالا آغاز می شود گفت: گمرک پس از ترخیص کالاها را به انبارهای شناسایی شده ارسال می کند.

دبیر ستاد مبارزه با تشدید احتکار و اختفا گفت که هر کسی که مازاد بر نیاز خود کالایی را نگهداری می کند باید آن را ثبت کند تا قابل رهگیری باشد.

به گزارش تسنیم، عباس تایش دبیر ستاد مبارزه با تشدید احتکار و اختفا گفت: هر کسی که مازاد بر نیاز خود کالایی را نگهداری می کند باید آن را ثبت کند تا قابل رهگیری باشد.

وی با اشاره به اینکه ۱۰ گروه کالا مشمول طرح مبارزه با تشدید احتکار و اختفا هستند، افزود: این کالاها سهم بالایی در سبد خانوار دارند. تایش گفت: این کالاها از میدا تا مقصد رصد می شوند و دستورالعمل های کنترلر کالاهاای وارداتی و تولیدات داخلی تهیه و ابلاغ شده است.

وی با اشاره به اینکه ستاد جلسات هفتگی و منظم دارد، گفت: پای ثابت این جلسات، اصناف و اتحادیه های استانی هستند و اگر لازم باشد اعضای جدید هم به ستاد افزوده می شوند.

کالای مازاد بر نیاز باید ثبت شود تا قابل رهگیری باشد

دبیر ستاد مبارزه با تشدید احتکار و اختفا گفت که هر کسی که مازاد بر نیاز خود کالایی را نگهداری می کند باید آن را ثبت کند تا قابل رهگیری باشد.

فروشندگان احتکار و اختفا نکردند؛ کمبود گوشی داریم

نمی فروشند. البته بسیاری از فروشندگان مجازی و سایت های فعال در حوزه موبایل نیز طی هفته های گذشته فروش چندانی نداشتند و بسیاری از تلفن های همراه آنها از سبد فروش شان خارج شده است که مشخص نیست این مسائل ناشی از احتکار میان فروشندگان بوده یا وارد کنندگان.

ابراهیم درستی - رئیس اتحادیه فروشندگان دستگاه های صوتی، تصویری و تلفن همراه - در این باره به ایسنا، اظهار کرد: هیچ احتکار و اختفایی میان فروشندگان نیست و آنها اگر کالا داشته باشند قطعاً عرضه می کنند، اما طی روزهای گذشته با کمبود نسبی در بازار مواجه بودیم که به زودی با تعیین تکلیف و عرضه ۱۰۰ هزار دستگاه تلفن همراه، وضعیت بازار موبایل بهبود پیدا خواهد کرد.

وی با اشاره به اینکه عرضه نشدن موبایل در بازار ناشی از نوسانات نرخ ارز، عدم تأمین به موقع کالا یا احتکار یا اختفا میان شرکت های وارد کننده است و در این میان فروشندگان مقصر نیستند.

همچنین جلال الدین محمد شکریه - نایب رئیس اول اتاق اصناف ایران - در این باره به ایسنا، گفت: گرچه شاید برخی از واحدهای

چطور از بازی سازی در آمد میلیونی داشته باشیم؟

نخستین مسابقه بازی سازی موبایلی در ایران با همکاری مرکز شتابدهی و نوآوری معاونت علمی برگزار می شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با همکاری مرکز شتابدهی و نوآوری معاونت علمی، مسابقه «میلیونر بازی ساز» در تابستان ۹۷ برگزار می شود. این مسابقه برای افرادی که ایده های در زمینه بازی سازی دارند، در فکر انتشار بازی خود هستند و درباره بازاریابی و فروش بازی خود راهنمایی و مشاوره می خواهند، خواهد بود. همچنین برنامه ویژه ای در قالب رقابت و ارائه کارگاه های آموزشی در پارک فناوری پردیس معاونت علمی ترتیب داده شده است. برگزارندگان فرصت انتشار بازی و همکاری های بیشتر با شرکت ناین را پیدا خواهند کرد.



دریچه

منافع و مزیت های بلاک چین چه مواردی هستند؟



برنامه قادر به دنبال کردن و پیگیری اطلاعات از منابع اطلاعاتی خارجی (مثل قیمت سهام، پیش بینی وضعیت آب و هوا، عناوین خبری و هر چیز قابل تحلیل دیگری توسط کامپیوتر) است و می تواند به طور خودکار قراردادهایی را تنظیم کند که در آنها اگر دو طرف با شرایط خاصی موافق بودند، این قراردادها به طور خودکار اجرا شوند.

بلاک چین و قراردادهای هوشمند

این مکانیزم در این صنعت تحت عنوان «قراردادهای هوشمند» شناخته می شود و حوزه کاربری آنها نیز تقریباً بدون حد و حصر است. شما می توانید قراردادهای هوشمند را برای همه نوع موقعیت از مشتقات مالی گرفته تا حق بیمه و حتی اجاره املاک و مستغلات و تا فرآیندهای حقوقی و حتی جمع سیاری مورد استفاده قرار دهید. اجازه دهید فرض کنیم که می خواهید با استفاده از این قراردادهای هوشمند یک آپارتمان اجاره کنید. شما هزینه های مربوط به آن را از طریق ارز دیجیتال پرداخت و در یک تاریخ معین کلید دیجیتال دریافت می کنید. اگر کلید مربوطه در تاریخ معینی به دست شما نرسید، بلاک چین فرآیند بازپرداخت را به کار گرفته و به شما این اطمینان را می دهد که پول و سرمایه خود را از دست نمی دهید. کلید مورد نظر در تاریخ معین و مشخص شروع به کار کرده و پس از اتمام دوره قرارداد اجاره کارایی خود را از دست می دهد، بنابراین موجر هم در امنیت کامل قرار می گیرد. از آنجایی که این سیستم هم توسط هزاران نفر در سطح شبکه تحت نظارت قرار دارد، قابل هک شدن یا فریب داده شدن نیست. حتی مالکیت معنوی همین رویکرد می تواند برای کنترل مالکیت معنوی مورد استفاده قرار بگیرد که کاربردهای آن شامل این موارد می شود؛ مشخص کردن تعداد دفعاتی که یک کاربر می تواند از یک اثر استفاده کند، آن را به اشتراک

بگذارد یا از آن کپی تهیه کند. این سیستم همچنین می تواند برای طراحی و تهیه سیستم های رای گیری محافظت شده در برابر تحریف و فساد مورد استفاده قرار بگیرد و به مردم کمک کند تا به اطلاعات مختلف از منابع مختلف دسترسی داشته و اطلاعات مورد نیاز را بدون سانسور و ... دریافت کنند. البته در این رابطه چالش هایی هم وجود دارد؛ اینکه این فناوری هنوز در حال توسعه پیدا کردن است و وضعیت قانونی و حقوقی آن هم هنوز به طور کامل مشخص نشده است. دیگر نگرانی ها در این رابطه شامل ادغام و پذیرش جهانی آن است که به منظور اثربخشی کامل آن نیاز دارد که در همه صنایع به کار گرفته شده و مورد استفاده گسترده قرار بگیرد.

اما امکانات آن چنان گسترده و امیدوارکننده است که شکی در تبدیل شدن بلاک چین به بخش اصلی از زندگی شخصی هر یک از ما در آینده خیلی نزدیک باقی نمی گذارد و شاید اکنون بهترین زمان برای فراگیری و سود بردن از جنبه های مختلف آن باشد.

منبع: **ibazaryabi**



امروز، همه ما به نوعی عادت داریم که تقریباً حجم بالای از اطلاعات را از طریق یک زیرساخت تعاملی غیرمتمرکز انتقال داده و به اشتراک بگذاریم که همان اینترنت است، اما وقتی نوبت به انتقال پول می رسد، باز هم وابسته به همان خدمات قدیمی متمرکز موسسات مالی هستیم که تحت عنوان بانک شناخته می شوند. مطمئناً روش هایی برای پرداخت از طریق اینترنت وجود دارد (که مهم ترین شکل آن خدمات پی پال، وبمانی و ... است)، اما این روش های پرداخت معمولاً نیازمند دخالت و استفاده از یک حساب یا اعتبار بانکی است، که در واقع بدون این خدمات، از حساب های مذکور هم کاری ساخته نیست.

کاربرد بلاک چین در صنعت مالی

فناوری بلاک چین در این میان فرصتی جذاب را پیشنهاد می دهد تا به کمک آن از این لینک و واسطه اضافی خلاص شویم. در واقع این فناوری بدون نقض برای پر کردن و حذف سه نقش سنتی در حوزه خدمات مالی طراحی شده است که عبارتند از: ثبت و ضبط معاملات، تایید هویت و پذیرش مسئولیت پرداخت.

از آنجایی که صنعت خدمات مالی بزرگ ترین بازار از لحاظ نقدینگی در سراسر دنیاست، استفاده از این فناوری در آن امیدوارکننده به نظر می رسد. یعنی اگر بخشی از این خدمات مالی به استفاده از این فناوری روی بیاورند، به طور حتم کل این صنعت را آنچنان که ما آن را می شناسیم، دگرگون می کنند، اما در عین حال به طور قابل توجهی کارایی این خدمات را ارتقا می بخشند. از آنجایی که معاملات مالی به طور مستقیم بین طرف های درگیر در معامله یا تعامل بدون هیچ واسطه ای تکمیل می شود، در حالت دیجیتال حل و فصل و نهایی کردن یک تعامل از هر زمانی دیگر سرعت بیشتری به خود می گیرد. به این موضوع شفافیت بالا، قابلیت ردیابی و امنیت را اضافه کنید تا بهتر به موضوع و اهمیت آن پی ببرید.

کاربردهای دیگر برای بلاک چین

علاوه بر این موضوع، بلاک چین نه تنها می تواند برای ارسال و انتقال پول الکترونیک مورد استفاده واقع شود، بلکه در عین حال می تواند برای ردیابی کالاهای فیزیکی در زنجیره عرضه مورد استفاده قرار گرفته و از این طریق به شرکت ها کمک کند تا در لحظه بر عرضه کنندگان خود نظارت داشته باشند.

اما اجازه دهید باز به مثال قبیل باز گردیم. این ویژگی به خصوص حتی می تواند خارج از صنعت خدمات مالی هم به شدت کاربردی باشد. حتماً پیش از این می دانستید که فناوری بلاک چین می تواند به منظور ذخیره سازی هر نوع اطلاعات و داده در قالب دیجیتال شامل کدهای کامپیوتری هم مورد استفاده قرار بگیرد.

با استفاده از بلاک چین، می توانید هر قرارداد بین دو طرف یک معامله را تبدیل به یک برنامه بکنید که توافق ضمن آن تنها تحت شرایطی اجرا می شود که هر دو طرف درگیر در آن کدهای خصوصی خودشان وارد کنند، به عبارتی با مفاد قرارداد موافقت کنند. همین

هوای رکورد فروش تلفن های هوشمند چینی را شکست

درست زمانی که بازار تلفن های هوشمند چینی با رکود قابل توجهی مواجه بود، هوای به موفقیت بزرگی دست یافت.

به گزارش زومیت، ظاهراً بازار تلفن هوشمند در چین، برخلاف فروش ناامیدکننده ای که در فصل اول امسال پشت سر گذاشت، روند رو به رشدی را در پیش گرفته است. در فصل اول سال ۲۰۱۸، شاهد کاهش ۲۱ درصدی فروش تلفن های هوشمند چینی بودیم، در حالی که این نرخ در فصل دوم ۲۰۱۸ به ۸ درصد رسید. درست زمانی که از هیچ یک از شرکت های سازنده چینی آبی گرم نشد، هوای دستاوردهای بزرگی را به ارمغان آورد که در ادامه به شرح آن خواهیم پرداخت.

غول فناوری چینی در فصل دوم سال جاری، ۲۷ درصد از سهام بازار تلفن های هوشمند معادل ۲۸.۵ میلیون دستگاه را از آن خود کرد که رکورد جدیدی در بازار چین محسوب می شود. این رقم نسبت به فصل دوم سال ۲۰۱۷ نیز با رشد ۲۲ درصدی مواجه بوده است. همان طور که در تصویر می بینید، مکان های دوم و سوم این جدول را به ترتیب برندهای اوپو و ویوو از شرکت BBK Electronics از آن خود کرده اند. برند Oppo تنها ۳ درصد رشد داشته، در حالی که Vivo حدود ۲۰ درصد از سهام بازار را از آن خود کرده و نسبت به سال های پیش ۳۰ درصد رشد کرده است.

مکان چهارم این جدول به برند شیائومی تعلق دارد که نسبت به سال گذشته هیچ رشدی نداشته و این در حالی است که اپل در رتبه پنجم قرار دارد و سهام بازار خود را به ۸ درصد رسانده است.

طبق اظهارات تحلیلگران، ۵۵ درصد از فروش تلفن های هوشمند در فصل دوم سال ۲۰۱۸ به آئر تعلق دارد که این میزان در سال گذشته ۳۳ درصد بود. این بدان معناست که در حال حاضر بزرگ ترین خط تولید در بین محصولات Huawei به آئر اختصاص دارد. زمانی که Honor نخستین پرچم دار مقرون به صرفه خود را با قیمت ۵۰۰ دلار روانه بازار کرد، به راحتی توانست Xiaomi را از حیث بودجه پشت سر بگذارد.

اما این تمام ماجرا نیست؛ ظاهراً تحلیلگران ادعا دارند که بازار تلفن های هوشمند چینی تا پایان سال جاری دوباره با شکست مواجه خواهد شد. احتمالاً شرکت های کوچک تر قادر به ماندن در این سطح از رتبه نبوده و شکست خواهند خورد.



دانشجویان کارآفرین حمایت می شوند

و مؤثر سوق بدهیم. وی در ادامه تصریح کرد: در شرایط فعلی که با محدودیت منابع دولتی مواجه هستیم، مدیریت درآمد را جایگزین مدیریت هزینه در صندوق رفاه دانشجویان وزارت علوم نمودیم و تمرکز بر درآمدزایی و جلب حمایت های



نهادهای عمومی و مردمی خیرین تلاش می کنیم تسهیلات خود را به جامعه هدف خود ارائه نماییم. رئیس صندوق رفاه دانشجویان وزارت علوم از افزایش ۲۵ تا ۵۰ درصدی تسهیلات این صندوق و پوشش ۱۰۰ درصدی بسیاری از خدمات ارائه شده به دانشجویان خبر داد و گفت: خوشبختانه ما به جز وام شهریه که در ردیف متفرقه قرار دارد، توانستیم بسیاری از تسهیلات ارائه شده به دانشجویان را پوشش ۱۰۰ درصدی داشته باشیم، اگرچه در حوزه وام شهریه نیز حدود ۴۵۰

مشاور وزیر علوم و رئیس صندوق رفاه دانشجویان از تصویب دو مصوبه حمایتی در راستای حمایت از دانشجویان کارآفرین و کارگاه های مهارت محور خبر داد و گفت در این راستا ۳۰ کارگاه

مهارت محور تولیدی در خوابگاه های دانشگاه فنی و حرفه ای با حمایت مالی صندوق رفاه دانشجویان راه اندازی خواهد شد. به گزارش ایسنا، مهندس ذوالفقار یزدان مهر در آیین امضای تفاه نامه همکاری حمایت از کارگاه های مهارت محور بین صندوق رفاه دانشجویان و دانشگاه فنی و حرفه ای که روز گذشته در ساختمان مرکزی این صندوق برگزار شد، ارتقای خدمت رسانی توأم با کرامت انسانی به دانشجویان را به عنوان مأموریت و شعار اصلی صندوق رفاه دانشجویان وزارت علوم عنوان کرد و گفت: تلاش می کنیم با رویکرد

مدیریت مشارکتی مبتنی بر دانایی با روحیه جهادی سعی کنیم به جامعه هدف که شریف ترین سرمایه اجتماعی یعنی دانشجویان هستند، کمک کنیم و تسهیلات خود را به سمت تسهیلات هدفمند

فرصت جذب سرمایه

در بستر فعالیت استارت آپ های حوزه «آی تی» فراهم می شود

استارت آپ ها را فراهم می کند.

همچنین براساس این اقدام نوین در نمایشگاه ال کامپ، ضمن شناسایی ایده های برتر در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، در پایان از آنها تقدیر خواهد شد. براساس این گزارش نمایشگاه ال کامپ بزرگ ترین رویداد تجاری در عرصه تولید و عرضه محصولات و خدمات صنایع الکترونیک و کامپیوتر کشور است که همه ساله با حضور گسترده و چشمگیر دست اندرکاران این حوزه و مخاطبان آنها در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار می شود. گفتنی

است بیست و چهارمین دوره از این نمایشگاه تا تاریخ ۹ مردادماه سال جاری در محل نمایشگاه بین المللی تهران در حال برگزاری است.



در پی برگزاری مراسم افتتاحیه بیست و چهارمین دوره از نمایشگاه ال کامپ، ستاد توسعه فناوری اطلاعات، ارتباطات و فضای

مجازی معاونت علمی، حامی آوردگاه سرمایه جهت حمایت از استارت آپ های فعال در حوزه «آی تی» می شود.

به گزارش مرکز ارتباطات، اطلاعات و فضای مجازی معاونت علمی، ستاد توسعه فناوری اطلاعات، ارتباطات و فضای مجازی معاونت علمی در نظر دارد در پی برگزاری بیست و چهارمین نمایشگاه ال کامپ، برگزارکننده و حامی آوردگاه سرمایه جهت حمایت از استارت آپ های فعال

در بخش «آی تی» باشد، لذا در پی این اقدام نوآورانه، ستاد با دعوت از سرمایه گذاران این حوزه، بستر ارائه ایده های فناورانه از سوی



«رویداد خلق ایده» برگزار شد

«رویداد خلق ایده» به منظور خلق، پرورش و ارائه ایده‌های سینمایی با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی برگزار شد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، «رویداد خلق ایده» یا آنچه استارت‌آپ ویکند نامیده شده است، نمونه‌ای از یک رویداد نوآورانه محسوب می‌شود که در آن با اتکا بر ساختار استارت‌آپ ویکندهایی که در حوزه فناوری اطلاعات است برگزار می‌شود. در این رویداد فرصتی متفاوت برای نویسندگان، فیلمنامه‌نویسان و صاحبان ایده در عرصه سینما فراهم می‌شود تا در محیطی پویا و خلاق، در قالب تیم‌های نویسندگی روی ایده‌های خود کار کنند. در نهایت می‌توانند با نگارش یک طرح چهار صفحه‌ای که از مشاوره اساتید متخصص و باتجربه نیز بهره برده است، در بستری رقابتی و هیجان‌انگیز به تهیه‌کنندگان، کارگردانان و مسئولان سینمایی ارائه کنند.

یادداشت

افزایش بهره‌وری جلسات کاری استارت‌آپ

نمی‌توانند موضوع مورد بحث را به خوبی پوشش دهند. نویسندگان کتابی با عنوان پنج گام برای افزایش بهره‌وری سازمان معتقدند حضور هفت نفر در جلسات تصمیم‌گیری شرکت ایده‌آل است. حضور افراد بیشتر از این تعداد میزان بهره‌وری و کیفیت تصمیم‌گیری را تا ۱۰ درصد کاهش می‌دهد. همچنین از طرف دیگر حضور افراد کمتر، خلاقیت و مشارکت جلسه را پایین می‌آورد. آنها همچنین معتقد هستند اگر یکی از افراد کلیدی به هر دلیل نتوانست در جلسه حضور داشته باشد از او بخواهید با استفاده از تکنولوژی ویدئو کنفرانس جلسه را دنبال کند.

۴- انعطاف‌پذیر باشید، اما روی هدف متمرکز بمانید
اهمیت بیش از اندازه به یک راه حل و عدم تغییر طرز تفکر سریع‌ترین راه بی‌اعتبار کردن یک جلسه است. اینکه شخصی ایده یا راه حل مورد نظر خود را از روی اسلاید ۵۰ صفحه‌ای توضیح دهد هیچ فایده‌ای ندارد. بهترین جلسات، جلساتی هستند که انعطاف‌پذیر بوده و هر شخص آزادانه نظرات خود را بیان می‌کند. معمولاً خلاقیت در چنین جلساتی بسیار بیشتر از جلسات خشک و رسمی است. ایده یا نظر خود را در ذهن داشته باشید اما نظرات دیگران را نیز بشنوید.

۵- ورود تلفن‌های همراه را به جلسه ممنوع کنید

هیچ چیز بیشتر از چک کردن تلفن همراه نظم و تمرکز جلسه را به هم نمی‌زند. تصور کنید شخصی در جلسه در حال صحبت کردن است، درحالی‌که یکی از حاضرین تلفن همراه را زیر میز گذاشته و مخفیانه به کارهای شخصی خود می‌پردازد. این کار تمرکز تمام افراد حاضر در جلسه را به هم می‌زند و جلسه را از موضوع اصلی دور می‌کند. بنابراین از شرکت‌کنندگان بخواهید در تمام مدت جلسه تلفن همراه خود را خاموش کنند. برخی شرکت‌ها در جلسات کاری خود کتاب‌های رنگ‌آمیزی در اختیار کارمندان قرار می‌دهند زیرا معتقدند این کار خلاقیت و تمرکز افراد را به میزان قابل توجهی مخصوصاً در جلسات توفان فکری افزایش می‌دهد.

۶- جلسات را به صورت ایستاده برگزار کنید
این روزها جلسات کاری در بسیاری از شرکت‌ها و مخصوصاً استارت‌آپ‌ها به صورت ایستاده برگزار می‌شود. حداکثر مدت زمان این جلسات ۱۰ الی ۱۵ دقیقه است و در بسیاری از شرکت‌ها تبدیل به یک برنامه ثابت روزانه شده است. این جلسات تضمین می‌کند تمام افراد تیم درک یکسانی از روند کار داشته و اهداف مشخصی در طول روز دارند. در این جلسات تمام افراد ایستاده هستند و با تمرکز کامل و بدون حواس‌پرتی به صحبت‌های یکدیگر گوش می‌دهند. از آنجایی که استفاده از موبایل یا تبلت در حالت ایستاده سخت‌تر است در نتیجه تمرکز، بهره‌وری و خلاقیت افراد بسیار بیشتر است.

منبع: FORBES/zoomit



۱- جلسات باید هدف مشخصی داشته باشند

مدیران ارشد اجرایی در جلسات بزرگ بیش از دو روز در هفته را به شرکت در جلسات کاری اختصاص می‌دهند. با این حال طبق نظر سنجی‌های انجام شده اعلام شده است بسیاری از این جلسات بی‌هدف بوده و حتی شرکت کردن در آنها ضرورتی ندارد. در استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک جلسات نباید بدون هماهنگی قبلی و تنها با ارسال یک ایمیل یا پیغام برگزار شوند. جلساتی که توجیه واقعی برای برنامه‌ریزی ندارند باید کنسل شوند. جلسات بدون برنامه‌ریزی که معلوم نیست از شرکت‌کنندگان آن چه انتظاری می‌رود تنها تلف کردن وقت بوده و هیچ فایده دیگری ندارند.

۲- جلسات باید زمان‌بندی دقیق داشته باشند

مدت زمان جلسه را براساس رسیدن به نتیجه مورد نظر تعیین کنید. به عبارت دیگر اگر فکر می‌کنید نیم ساعت برای بررسی دقیق موضوع کافی است، طول جلسه را یک ساعت عنوان نکنید. زیرا ممکن است ۳۰ دقیقه اضافه با موضوع‌های خارج از بحث پر شود. گاهی اوقات جلسات به منظور ارزیابی تیم و شناخت دقیق‌تر افراد برگزار می‌شود که در این حالت نیز طول جلسات باید حداکثر سه ساعت باشد.

۳- شرکت‌کنندگان جلسه باید با دقت انتخاب شوند

حضور افراد کلیدی و مناسب، کیفیت و نتیجه جلسه را افزایش می‌دهد. زمانی که موضوع جلسه مشخص باشد و افراد کلیدی حضور داشته باشند مطمئناً کیفیت جلسه بهتر خواهد شد. جلسات شلوغی که افراد غیرمرتبط در آن حضور دارند، کیفیت مطلوبی نداشته و



تحقیق و توسعه، مهم‌ترین پیشران نوآوری است

شده است. ظاهرپور ادامه داد: از اهداف ملی و مهم هر کشور می‌تواند رسیدن به قله‌های پیشتازی در علم و فناوری باشد. این مهم با اولویت سرمایه‌گذاری

در تحقیق و توسعه (Research and Development) امکان‌پذیر است. برخی کشورها در دهه‌های گذشته تا به امروز با سرمایه‌گذاری گسترده در این بخش و با در نظر گرفتن آن به عنوان اولویت اصلی، به پیشتازی در علم و فناوری رسیده‌اند.

رئیس بنیاد نخبگان استان کرمانشاه اظهار داشت: اروپای غربی و ژاپن با تأمین بودجه کافی برای تحقیق و توسعه از قدرت نسبی برخوردار شدند و برای دهه‌ها سال، جهانی با سه قطب یا مرکزیت را در علم و فناوری تشکیل دادند. در حقیقت می‌توان دهه گذشته را دهه خیزش علم و فناوری جدید در منطقه قاره آسیا نامید. کشورهای مانند چین و کره جنوبی در این مورد قابل توجه هستند.



جلسه تبیین اولویت‌های پژوهشی حوزه فناوری سلامت در دانشکده داروسازی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه با حضور رئیس بنیاد نخبگان استان برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در این نشست، آوات طاهرپور، رئیس بنیاد نخبگان استان کرمانشاه گفت: این اندیشه که «دانش قدرت است» سرلوحه رشد و توسعه بسیاری از کشورها قرار گرفته است و همان است که در مراجع و متون غربی به Knowledge is power ترجمه شده است. وی افزود: گروهی علم را انتخاب می‌کنند که بتوانند جهان را تبیین کنند و بفهمند و از آن برای زندگی خود و دیگران برداشته‌هایی کارآمد و سازنده داشته باشند و رویکرد دگردیسی شده دیگر که محمل الهی در آنجا مانده، علم را با رویکرد تغییر جهان و کسب قدرت در مسیر تملک طبیعت خواسته و آموخته است. نتیجه این رویکرد اخیر منجر به بحران‌های زیست‌محیطی و پنجه بر رخ طبیعت کشیدن

کشف انگلی که افراد را کارآفرین می‌کند!

است که به فعالیت‌های کارآفرینان کمک می‌کند. بخشی از این مطالعه تحقیق روی ۱۹۷ فرد حرفه‌ای بود که در رویدادهای تجاری کارآفرینی شرکت می‌کنند. این تحقیق نشان داد اگر آنها مبتلا به T.gondii باشند

۱۸ درصد احتمال بیشتری وجود دارد که کسب و کار خود را راه بیندازند. همچنین ارزیابی ۱۴۹۵ دانشجو آمریکایی نیز نشان داد، افراد مبتلا به این انگل ۱.۴ بار بیشتر از دیگران در رشته بازرگانی ادامه تحصیل می‌دادند. علاوه بر آن ۱۰.۷ درصد احتمال بیشتری وجود داشت که آنها روی گرایش «مدیریت و کارآفرینی» تمرکز کنند. نتایج این تحقیق در ژورنال Prosee - ing of the Royal Society B منتشر شده است.

هرچند نتایج این تحقیق چندان قابل توجه نیست، اما محققان هنگام مطالعه آمار مربوط به ۴۲ کشور طی ۲۵ سال گذشته متوجه شدند عفونت مذکور یک نشانگر مثبت و متداوم از فعالیت کارآفرینی در آن کشورها است.

تحقیقاتی جدید نشان می‌دهد ابتلا مغز به نوعی انگل، تغییراتی شخصیتی از جمله خطرپذیری را در افراد به وجود می‌آورد، این ویژگی به کارآفرینان کمک می‌کند. به گزارش مهر، طبق تحقیقی

جدید یک پارازیت تک سلولی که وارد مغز می‌شود، احتمالاً دلیل انگیزش کارآفرینان سراسر جهان است. استفانی جانسون از دانشگاه کلرادو در آمریکا و همکارانش این تحقیق را انجام داده‌اند. این کشف نشان می‌دهد ابتلا به این انگل عجیب به نام Toxoplasma gondii در افراد نوعی مزیت به حساب می‌آید. انگل مذکور که به وسیله گربه منتقل می‌شود، پس از ورود به مغز تغییرات شخصیتی مرتبط با خطرپذیری در فرد ایجاد می‌کند. اصولاً علامت ورود انگل به بدن، ابتلا فرد به بیماری شبیه آنفلوآنزای ملایم است. از سوی دیگر تحقیقات پیشین عفونت T.gondii را با خودکشی و روان رنجوری مرتبط دانسته است. در همین راستا آخرین تحقیق در این باره نشان می‌دهد یکی دیگر از عوارض این انگل انگیزش برای خطرپذیری



۵ تغییری که تبلیغات دیجیتال را به تلاطم در آورده است



دارد وجود دارد و جاست دو یکی از نخستین برنامه‌هایی است که به این شکاف پرداخته است». «این هدف مستقل از شبکه‌های دیگر و در سطح بالایی از کیفیت محقق شده است. انتظار می‌رود شاهد افزایش تعداد تبلیغ‌کنندگانی باشیم که به تولید محتوای با کیفیتی که از شکل تبلیغات سنتی به سوی تولیدات با کیفیت و با معنا که به خوبی با ویژگی‌های جمعیتی مخاطبان همخوانی دارند فاصله گرفته‌اند، می‌پردازند.»

۵- امروزه اینفلوئنسرها (influencers) ابتکار عمل را در دست گرفته‌اند.

با توجه به آنکه فیس‌بوک از کاهش میزان محتوای ویژه کسب‌وکار که در خوراک کاربران (users' feeds) نشان داده می‌شود خبر داده است، بازاریابی تاثیرگذار (Influencer marketing) قوت گرفته است. بازاریابی تاثیرگذار این امکان را برای برندها فراهم می‌آورد که محتوای مدنظر خود را به شیوه‌ای که ماهیت تبلیغاتی ندارد به مخاطبان ارائه دهند. مشتریان با اینفلوئنسرهای ارتباط برقرار کرده و به سخنان آنها اعتماد می‌کنند، البته در صورتی که اینفلوئنسر صادق بوده و دارای لحنی صریح باشد. برند نایک اخیراً به واسطه آنکه اینفلوئنسرهای هوشیار و یک گروه بازاریابی با استفاده از کفش نایک به‌عنوان موضوع اصلی آگهی تبلیغاتی خود ویدیویی را تهیه کردند، با فردی به نام چارلی جابالی (Charlie Jabaley) آشنا شد. جابالی شرح می‌دهد که چگونه این برند مشوق او در ورزشکار شدن بوده و از این شرکت درخواست کرده است تا تبلیغات تهیه شده توسط او را حمایت مالی کنند به نحوی که پس از منتشر کردن نوشته‌های زیر و به سبب پست فیس‌بوکی اینفلوئنسری به نام کیسی آدامز (Casey Adams)، ویدیوی وی بیش از یک میلیون بازدید داشته است.

جابالی در نهایت توجه نایک را جلب کرد و پروازی او را به ساختمان نایک در پورت‌لند برد و این در حالی‌است که پیش‌بینی تصورات مخاطبان داستان دائمی او با نایک خواهد بود. همچنان که برندها امروزه رویکردی را برای ایجاد خلاقیت بیشتر در اینفلوئنسرهای برای رهبری کمپین‌ها به شیوه‌هایی کاملاً صادقانه پیش گرفته‌اند، این مسئله سبب ایجاد تغییر در چشم‌انداز تبلیغات شده است.

لازم نیست بودجه یک کارخانه جهانی تولیدکننده ماشین را در اختیار داشته باشید تا بتوانید از تغییرات حوزه تبلیغات استقبال کنید. برای ساخت ویدیوهای سرمایه‌گذاری کنید، از ویژگی‌های مخاطبان خود آگاهی یابید، در مورد کانال‌های مورد استفاده آنها و نوع محتوایی که مشاهده می‌کنند تحقیق کنید و این موضوعات را در کمپین‌های خود نیز بازتاب دهید. آدامز دسترسی پیدا کرد به اینفلوئنسرهای با گوش سپردن به اینفلوئنسرهایی را که به شما دسترسی پیدا می‌کنند داشته باشند. سپس، خود را برای تغییرات بعدی که در انتظار شما هستند آماده کنید.

منبع: entrepreneur

تویوتا همزمان با کمپین بازاریابی برای مدل جدید کمری، تبلیغات متفاوتی را برای قومیت‌های گوناگون در نظر گرفت. نسخه آفریقایی-آمریکایی این تبلیغات در شبکه ABC که مخاطبان بیشتری از این گروه داشت به نمایش درآمد، در صورتی که نسخه اسپانیایی این تبلیغات در شبکه اسپانیایی زبان آن‌بی‌سی یونیورسو (NBC Universo) پخش شد. پس از آن، این تبلیغات مناسب با مخاطبان شبکه‌های عمومی تغییر داده شد.

تویوتا به تدریج از طریق به تصویر کشیدن مشتریان خود در ویدیوهای تبلیغاتی ولی در عین حال، پرهیز از کلیشه‌سازی یا تلاش افراطی برای مجاب کردن افراد، اثرات تحت تاثیر قرار دادن مشتریان را دریافت. جک هولیس (Jack Hollis) نائب رئیس و مدیرکل برند تویوتا اظهار داشت: «افراد علاقه دارند افرادی از قومیت‌های گوناگون را در برنامه‌ها مشاهده کنند، چراکه امروزه زندگی آنها در مناطق زیادی از آمریکا دقیقاً به همین شکل است.»

۳- کانال‌های توزیع (distribution channels) جدید

تغییرات حوزه تبلیغات تنها توسط به کارگیری ویدیوها و ویژگی‌های جمعیتی مخاطبان احاطه نشده است، وفور یافتن کانال‌های توزیع جدید ویژه سرگرمی نیز به نوبه خود تاثیرگذار بوده است. پلتفرم‌هایی همچون فیس‌بوک واچ (Face Watch) فرصت ایجاد محتوایی را برای تهیه‌کنندگان فراهم آورده‌اند که دیگر نیاز نیست مورد علاقه توده‌های مردمی باشد. آنها می‌توانند از مخاطبان فیس‌بوک استفاده کنند و افراد مورد نظر را براساس قومیت، جنسیت، علائق و اولویت‌ها هدف قرار دهند. تبلیغ‌کنندگان نیز این قابلیت را یافته‌اند که محتوایی را که بیش از همه بیاتر پیام آنهاست ایجاد کنند.

۴- محتوایی که به ارزش مشتری اشاره دارد

تبلیغ‌کنندگان امروزه بیش از پیش از ارزش محتوایی که به ارزش مشتریان اشاره دارد سخن می‌گویند. برنامه‌های مختص اقلیت‌های جامعه همچون جاست دو (Just Doug) به سبب قابلیت‌هایی که در جلب توجه مخاطبان محروم از خدمات گوناگون دارند، محبوبیت کسب کرده‌اند. جاست دو برداشتی سینمایی است که بخشی از آن به زندگی‌نامه یک بازیکن حرفه‌ای بوکر اهل آسیا می‌پردازد که در حال تلاش برای راه یافتن به هالیوود است.

این برنامه به شیکه د ورج (The Verge) از آن به‌عنوان یکی از بهترین برنامه‌های کنونی فیس‌بوک واچ نام برده است، از یک مدل توزیع چند پلتفرمی پیروی کرده و به نیازهای آسیایی آمریکایی‌هایی که همواره در رسانه‌ها بد یا غلط جلوه داده شده‌اند، پاسخ می‌دهد. به علاوه، این برنامه توجه تبلیغ‌کنندگان را نیز به خود جلب کرده است.

به اعتقاد راون اریکسون (Rawn Erickson)، بنیانگذار سابق شبکه میکرو استودیوز (Maker Studios) که اکنون توسط شرکت دیزنی خریداری شده و مدیرعامل کنونی شرکت د ماشین (The Machine) که در حوزه مدیریت، تبلیغات و تولیدات در لس آنجلس فعال است، «فضایی خالی در محتوایی که به ارزش مشتریان اشاره

کانستنس آگویلار (Constance Aguilar)

مترجم: رضوان دریس‌پور

در ساخت ویدیوها سرمایه‌گذاری کنید، نسبت به مخاطبان خود آگاهی کسب کنید و در مورد کانال‌های مورد استفاده آنها تحقیق کنید. نقطه نظرات مطرح شده توسط کارآفرینان مشارکت‌کننده متعلق به خود آنهاست.

درست مانند هر صنعت دیگر حاضر در این عصر دیجیتال، تبلیغات تحت فشار است، با وجود سازمان‌های همگانی که از کاهش سود خود خبر می‌دهند، این دسته سازمان‌هایی که خود را با چشم‌انداز رسانه‌های در حال تغییر تطبیق می‌دهند، میان خود و دیگران تمایز ایجاد می‌کنند. شیوه‌های بازاریابی سنتی از زمانی که بیلبوردها پیام‌های مشابهی را به جمعیت‌های یکپارچه ارسال کرده‌اند، پیشرفت شایانی را تجربه کرده است.

به لطف موتورهای جست‌وجو و نرم‌افزار بینش بازاریابی، در حال حاضر قابلیت آن را یافته‌ایم که بازاریابی مجدد را با هدف برقراری ارتباط با مخاطبانی یکپارچه به کار گیریم، با این حال، با توجه به اینکه پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۱۹، ۸۰ درصد از ترافیک اینترنتی به ویدیوها اختصاص یابد، تبلیغ‌کنندگان باید تصاویر با کیفیت را در کنار آگاهی نسبت به اولویت‌های خرید و برخی عوامل دیگر سرلوحه کار خود قرار دهند.

۱- افزایش استفاده از ویدیوها

در این لینک، آماری را مطرح می‌کنیم که از شنیدن آن سرتان سوت خواهد کشید. روزانه بیش از ۵۰۰ میلیون ساعت ویدئو در یوتیوب مشاهده می‌شود که در واقع بیش از یک میلیارد کاربر مشاهده کننده آنها هستند. ۸۷ درصد از تمامی بازاریابان محتوای ویدیویی را به کار می‌گیرند و یک سوم از تمامی زمان افراد در اینترنت صرف تماشای ویدیوها می‌شود.

با توجه به الگوهای در حال تغییر مصرف مشتریان، لازم است تبلیغ‌کنندگان به اهمیت نوع ابزاری که برای انتقال پیام خود به کار می‌گیرند، توجه داشته باشند. نیمی از نسل زد (Gen Z) معتقدند که بدون یوتیوب «قادر به ادامه زندگی نیستند». اگر محصولات خود را به شکلی صحیح و از طریق پلتفرم صحیح رونمایی نکنید، طولی نمی‌کشد که رقبا از شما پیشی می‌گیرند.

۲- جمعیت‌شناسی مخاطبان

به لطف شرکت‌هایی همچون فیس‌بوک و گوگل، امروزه نسبت به هر زمان دیگری اطلاعات بیشتری درباره مخاطبان در اختیار داریم و به این نتیجه رسیده‌ایم که آنها بسیار متفاوت‌تر از قبل و بیش از پیش معرف فرهنگ ما هستند. برندهایی همچون تویوتا با درک آنکه تبلیغات واحد دیگر موثر نیستند، ویژگی‌های جمعیتی مخاطبان را در سطح کاملاً جدیدی به کار گرفته‌اند.

۱۲ اصل برای ساخت برند ماندگار

برند ماندگار برای پیروزی می‌جنگد و تمام تخصص و امکانات خود را به موقعیتی که در آن قرار گرفته است، افرادی که درگیر ساخت برند ماندگار هستند و نحوه ارائه ارزش به مشتریان اختصاص می‌دهد. برندهای ماندگار به خاطر بهتر بودن‌شان همواره انتخاب اول مشتریان هستند. یک برند ماندگار مانند شرکت‌های بی‌نام‌ونشان رفتار نمی‌کند. این برندها دیده می‌شوند، چراکه شخصیت خود را نمایان و روابط واقعی با مشتریان ایجاد می‌کنند و نظرات‌شان را به اشتراک می‌گذارند.

برندان را آن‌قدر نمایان و درگیرکننده کنید که نادیده گرفتنشان برای رقبای مشکل باشد. برندهای ماندگار در حوزه کاری‌شان خودنمایی می‌کنند، چراکه از رقابت هراسی نداشته و در محیط رقابتی بزرگان را به چالش می‌کشند. برندهای ماندگار نسبت به محصولی که ارائه می‌کنند به‌شدت متعهدند و فراتر از وظیفه خود عمل می‌کنند. در ادامه به بیان ۱۲ اصل برای ساخت یک برند ماندگار به قلم جرمی میلر می‌پردازیم. ۱- شفافیت برند: شفافیت به زبان ساده چیزی نیست جز توانایی توصیف ساده و خلاصه کسب‌وکارتان. یعنی اینکه چه چیزی کسب‌وکارتان را منحصربه‌فرد می‌سازد و به چه افرادی خدمت ارائه می‌دهد. شفافیت برند در ساده‌ترین شکل خود پایه و اساس یک ساخت برند ماندگار است. با این شفافیت است که کسب‌وکارتان راحت‌تر دیده‌شده و مراجعان شما بیشتر خواهد شد.

۲- تغییر شرایط به نفع خود: برند ماندگار در همه‌جا حضور ندارد و خودشان انتخاب می‌کنند که در کجا حضور داشته باشند. این برندها با تمرکز روی بازارهای خاصی، با استفاده از مزیت رقابتی خود شرایط را به نفع خود تغییر می‌دهند.

۳- ارائه محصولی مناسب مشتریان: باید بدانید که مشتریان‌تان دقیقاً چه چیزی می‌خواهند و به این بیندیشید که چگونه می‌توانید خدمات‌تان را کامل‌تر کنید. این اصل به دنبال ارائه خدماتی با ارزش‌افزوده است که موردنیاز مشتریان است. باید توجه داشت که مشتریان محتوا و اصل موضوع را به‌ظاهر و رنگ و لعاب ترجیح می‌دهند و جذب شرکت‌هایی خواهند شد که به نیازهای واقعی‌شان پاسخ می‌دهند.

۴- برند چشم‌نواز: برند ماندگار برندی بصری است، بینایی مهم‌ترین حس بشر برای ارزیابی برندها و تصمیم به خرید است. برای برندان هویت بصری قوی بسازید و حس بینایی مشتری را برانگیخته و به مشتریان بقبولانید که کسب‌وکارتان منحصربه‌فرد است. مشتریان براساس آنچه می‌بینند قضاوت می‌کنند.

۵- تجربه مشتری: برندهای ماندگار براساس مجموعه‌ای از تجربه‌ها ساخته می‌شوند. تجربه مشتری درک از برند را شکل می‌دهد. برند ماندگار تجارب جذابی را برای مشتریان فراهم می‌کند که موجب می‌شود آنها دوباره به سمت کسب‌وکارتان بازگردند. توصیه می‌شود چیزی را که موجب منحصربه‌فرد شدن کسب‌وکارتان می‌شود پیدا کنید و به بهترین شکل ممکن در تجربه مشتری به کار بندید.

۶- داستان برند: برندهای ماندگار فضای شلوغ تبلیغاتی بازارشان را کنار زده و مشتریان خود را درگیر داستان برندشان می‌کنند، داستان‌هایی که موجب ایجاد روابط خواهند شد. اگر بتوانید مشتریان را مجبور به گفتن عباراتی همچون «برایم جالب است، بیشتر بگویید» توجه‌شان را جلب کرده‌اید و آنها به صحبت‌های‌تان گوش خواهند کرد.

۷- ذهن مشتری: برندهای ماندگار نخستین گزینه‌های مشتریان در زمان خرید هستند که به ذهن‌شان می‌رسند. این موقعیت بهترین جایگاه برای فروش است. در این مورد به دیگرنی می‌شود که با مشتریان بالقوه و کسانی که شما را به دیگران معرفی می‌کنند از سه سال قبیل ارتباط برقرار کنید. این ویژگی که در ذهن مشتری نخستین گزینه باشید انتظارات مشتریان را تعیین و برای حل نیازهای‌شان قبل از خرید از جای دیگر ایجاد فرصت می‌کند.

۸- حضور در همه‌جا: برندهای ماندگار همه‌جا حضور دارند و همیشه با هیاهوی بسیار فعالیت می‌کنند، اما آنها برخلاف بزرگان کسب‌وکار پول زیادی هم برای تبلیغات خرج نمی‌کنند. آنها به ایجاد جامعه‌ای از مشتریان‌شان می‌پردازند و روابط شکل گرفته را درجه‌بندی می‌کنند.

۹- تعیین اولویت برند: شرکت‌های کوچک تا متوسط بودجه و منابع نامحدود مارکتینگ ندارند تا بتوانند به‌راحتی در میزان فروش تغییر ایجاد کنند. برندهای ماندگار فروش سریع‌تر و بیشتری دارند اگر به شکل مناسبی از منابع خود بهره ببرند. برای فروش بیشتر و دستیابی به برندی ماندگار بهتر است در هر مرحله روی یک اولویت همچون حجم فروش، سرعت یا ارزش تمرکز کنید.

۱۰- برندینگ همه‌جانبه: افراد، فرهنگ و ارزش‌های شرکت به‌مانند چسبی هستند که تاروپود برند را به هم متصل می‌کنند. این‌ها دست‌به‌دست یکدیگر می‌دهند تا نوآوری رشد کرده و بتوان تجربه‌های شگفت‌انگیزی برای مشتریان رقم زد. این پیوندهای قوی به شرکت اجزاء می‌دهد تا کارمندان مناسب را جذب کرده و خدمات بهتری به مشتریان ارائه شود.

۱۱- اصل خدمت‌رسانی: افرادی که به ساخت برندهای ماندگار می‌پردازند به کسب‌وکارشان (کارشان، مشتریان‌شان و خدماتی که ارائه می‌دهند) افتخار می‌کنند. در نتیجه این رویکرد و تعهد بسیار به کارشان، مشتریانی را به سمت خود جذب می‌کنند که همواره به تحسین شرکت می‌پردازند. افتخار کردن قدرت زیادی دارد که شرکت را به‌سوی نوآوری و ارائه خدمات استثنایی سوق می‌دهد.

۱۲- اصل اهداف بزرگ: برندهای ماندگار اهداف بزرگی دارند که این اهداف به برندان انرژی می‌دهد. هیجان در کسب‌وکارشان ایجادشده که قابل‌انتقال و ویروسی است. مردم دوست دارند به دلیل دستاوردهای شرکت با هم گفت‌وگو کنند و به معرفی به یکدیگر بپردازند.

منبع: hormond

دریچه

بهترین فیلم‌های مدیریتی که در سال جاری
حتما باید ببینید

به قلم: امیلی دلبرید نویسنده حوزه مدیریت و کارآفرینی
مترجم: امیر آل علی

افراد به دلایل مختلفی تصمیم به کارآفرینی می‌گیرند. با این حال همواره باید یک محرک جدی وجود داشته باشد تا آنها را به این امر مشتاق کند. در همین راستا گاهی حتی مشاهده یک فیلم نیز فرد را وارد دنیایی جدید می‌کند. با این حال این امر حتی برای کارآفرینان نیز می‌تواند از اهمیت بسیار بالایی برخوردار باشد. بدون شک امروزه فیلم‌ها از جذابیت بیشتری به نسبت کتاب برخوردار هستند و به همین خاطر شما قادر خواهید بود تا با مشاهده یک فیلم دو ساعته، به سطح اطلاعات یک کتاب که ممکن است چند روز شما را درگیر نماید، برسید. با این حال به علت تنوع تعداد بسیار زیاد فیلم‌های تولیدی، اینکه چه فیلمی را نگاه کنید نیز خود از اهمیت بسیار بالایی برخوردار خواهد بود. در همین راستا و در ادامه به بررسی شش فیلم منتخب خواهیم پرداخت.

Startup.com

بهترین فیلم برای روحیه بخشی و ارتقای سطح کاری
شرکت‌ها، خصوصا شرکت‌های فعال در حوزه رسانه

این فیلم در چند قسمت در سال ۲۰۰۱ ساخته شده است. فضای حاکم کاملا به شکل مستند بوده و در تلاش برای نشان دادن مشکلات پیش روی کارآفرینی است. این فیلم از آن جهت حائز اهمیت است که شما را با تمامی موارد درگیرکننده یک کارآفرین آشنا می‌سازد و به همین دلیل شما می‌توانید به شکلی واقعی‌تر نسبت به مقوله کارآفرینی اطلاعات کسب کنید. این فیلم در واقع به علت راهکارهایی که ارائه می‌دهد، لازم است چند بار دیده شده و در حین تماشای آن نکات مفید در جایی نوشته شود. در نگاه اول این فیلم تنها تگایی به روند شکل‌گیری و سقوط شرکت تازه تاسیس govWorks دارد، با این حال در این رابطه به نحوی عمل کرده است که مشاهده آن برای هر کارآفرینی می‌تواند راهکارهای مناسبی داشته باشد.

Pirates of Silicon Valley

بهترین فیلم در حوزه تکنولوژی

این فیلم تگایی به تاریخچه شکل‌گیری دو برند اپل و مایکروسافت دارد. بدون شک در حال حاضر استیو جابز و بیل گیتس دو اسطوره کارآفرینی محسوب شده و صاحب دو برند بی‌نظیرند که هر یک انقلابی را در صنعت تکنولوژی ایجاد کرده است. همواره مشاهده شده است که افراد در برابر افراد موفق تنها توجه خود را به حال حاضر آنها معطوف کرده و تصور می‌کنند که مسیر موفقیت آنها کاملا آسان بوده است. با این حال با مشاهده این فیلم به درک بهتری از سختی‌های این کار آشنا خواهید شد.

The Pursuit Of Happyness

بهترین فیلم انگیزشی

در جست‌وجوی خوشبختی، نام فیلمی در رابطه با زندگی کریس گاردنر و محصول ۲۰۰۶ سینمای هالیوود است. بدون شک این فیلم بنا به دلایلی نظیر حضور بازیگر معروف ویل اسمیت به همراه فرزند خود، شناخته‌شده‌ترین است. کریس گاردنر از جمله موفق‌ترین کارآفرینان خودساخته محسوب می‌شود که مسیر موفقیت بسیار سختی را داشته است. جالب است بدانید که این فیلم براساس کتاب پرفروش خود او تولید شده است که بسیار مورد توجه منتقدین و مخاطبان قرار گرفته است.

The Aviator

بهترین فیلم برای تحلیل شخصیت

هوانورد از جمله دیگر فیلم‌های شاخص این لیست به علت داستان جذاب و حضور بازیگر معروف، دی کاپریو است. این فیلم تگایی به زندگی هوانورد هیوز کارگردان و خلبان پرواز آمریکایی دارد که از اختلال وسواس رنج برده و در تلاش برای شکستن رکوردهای سرعت و فاصله پرواز بوده است. حضور کارگردان صاحب سبک سینما مارتین اسکورسیزی نیز به شما اطمینان یک فیلم کاملا با کیفیت را خواهد داد. این فیلم تنها به بخش‌های مهم زندگی فرد مذکور پرداخته و تلاش کرده تا بدون خسته کردن مخاطب خود، علت و چگونگی موفقیت آقای هیوز را تشریح کند. اینکه با وجود مشکلات روحی، بتوانید خود را به موفقیت برسانید، بدون شک برای هر کارآفرینی می‌تواند به یک الگو و قهرمان تبدیل شود. اگرچه وی در طول زندگی خود کارهای بسیاری را انجام داده است، با این حال علت اصلی مطرح شدن نام وی را باید در فعالیت سینمایی وی بین سال‌های ۱۹۲۰ تا ۱۹۴۰ پیگیری کرد که امروزه به‌عنوان آثار برجسته سینمای کلاسیک به شمار می‌روند.

Twelve Angry Men

بهترین فیلم درام

دوازده مرد خشمگین از جمله ۱۰ فیلم برتر به انتخاب IMDb محسوب می‌شود. در این فیلم به خوبی نشان داده می‌شود که چگونه باید با دیگران حتی در زمانی که همگان مخالف شما هستند، رفتار کرد. داستان آن نیز در رابطه با یک هیأت منصفه است که در آن همگان بر قاتل بودن فرد متهم اطمینان دارند. با این حال تنها یک نفر در تلاش برای اثبات حرف خود و بی‌گناهی متهم است که در نهایت موفق می‌شود تمامی افراد را با دلایل و نوع درست رفتار خود، به بی‌گناهی متهم متقاعد سازد. بدون شک شما نیز در طول زندگی خود با نظرات مخالف بسیاری مواجه خواهید شد که این فیلم می‌تواند راهکار درستی را در این شرایط برای شما ارائه دهد.

Office Space

بهترین فیلم کمدی

این فیلم با نگاهی طنز به داستان کارمندانی پرداخته است که از کار خود خسته شده و در تلاش برای مقابله با رئیس خود، اقداماتی را صورت می‌دهند. بدون شک برخی از افراد تمایل بیشتری به فیلم‌های کمدی داشته و اگر شما نیز از جمله این افراد هستید، این فیلم بهترین گزینه محسوب می‌شود که به مقوله کارآفرینی نیز پرداخته است. این فیلم حاوی نکات طلایی مدیریتی و تبیین نحوه درست ایجاد انگیزه بین کارمندان است.

منبع: thebalancesmb



دارای مهارت‌های تکنیکی مهم برای مشورت دادن به تیم است رفتارهایی که گوگل در نخستین لیست خود معرفی کرده بود، بسیار غافلگیرکننده بودند. لاسلو بوک، معاون ارشد منابع انسانی این شرکت در سال ۲۰۱۱ به نیویورک تایمز گفت: نخستین واکنش من این بود: تمامش همین است؟

تیم تحت رهبری بوک با بررسی لیست و اولویت‌گذاری رفتارها متوجه شدند که وجود موارد ابتدایی لیست بسیار بدیهی بودند، اما اهمیت نسبی آنها مشخص نبود. او می‌گوید: در محیط شرکت، ما همیشه اعتقاد داشتیم که جایگاه مدیریت، به‌خصوص در بخش مهندسی نیاز به داشتن تخصص بالا در اندازه یا بیشتر از یک متخصص فنی نسبت به کارمندان دیگر شرکت دارد. در نهایت با بررسی رفتارهای لیست‌شده دریافته‌ایم که این ویژگی، دارای کمترین میزان اهمیت است. این مورد اهمیت دارد، اما در مقایسه از اولویت کمتری برخوردار است.

بنابراین اگر افرادی را مدیریت می‌کنید که اطلاعات بیشتری نسبت به شما دارند، نیازی به نگرانی نیست.

در پیش بردن کارها در سرتاسر شرکت همکاری می‌کند

گوگل اخیرا دو ویژگی رفتاری دیگر را به لیست پیشین خود اضافه کرده است. این موضوع پس از انجام یک نظرسنجی میان کارمندان اتفاق افتاده است؛ در این نظرسنجی مشخص شد که همکاری متقابل درون‌سازمانی و قدرت تصمیم‌گیری بیشتر برای کارمندان گوگل دارای اهمیت است.

تفاوتی ندارد که در یک شرکت بزرگ، استارت‌آپی تازه راه‌اندازی شده یا یک سازمان غیرانتفاعی مشغول به کار باشید؛ مدیریت تیم و هدایت آن به‌سمت موفقیت تا حدودی به همکاری شما با تیم‌های دیگر نیازمند است. ربکا اندروسکا، مشارکت‌کننده The Muse برای بهبود ارتباط یا بخش‌های دیگر شرکت به هدف بهبود جمعی شرکت به نکاتی اشاره کرده است.

تصمیم‌های قاطعی می‌گیرد

آخرین مورد جدیدا اضافه‌شده به لیست گوگل، بیانگر اهمیت گوش‌سپاری برای مدیر و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات است. کارمندان نیز یک مدیر قاطع در تصمیم‌گیری‌ها را تحسین می‌کنند. الکس کاوولاکوس، بنیان‌گذار و مدیر ارشد The Muse از دیگر مدیران خود خواست تا قدمی فراتر گذاشته و با اعضای تیم خود در مورد تصمیم‌ها و دلیل اتخاذ آنها صحبت کنند. این تلاش فراتر به تیم کمک می‌کند تا در جریان امور و اولویت‌ها قرار بگیرند، تصمیم‌گیری‌های آتی خود را بهبود بخشیده، در کار مشارکت کنند و از اخبار مربوطه مطلع باشند.

یکی از دلایل موفقیت این پژوهش، استفاده از داده‌های داخلی سازمان برای اثبات دلایل موفقیت مدیرها در گوگل بود. نتایج این پژوهش همچنین برای افراد و شرکت‌های خارج از گوگل نیز سودمند است، چرا که این غول جست‌وجو توانسته به پیشرفت بسیاری بالایی در جهان دست پیدا کند. نگاه به آن، اکنون مانند یک الگو در نوآوری و همچنین رویکرد مدیریت است.

منبع: Inc/zoomit

نیست، رهبران و مدیران شایسته، هر روزه سعی در ایجاد محیطی مشارکت‌آمیز دارند.

پربازده و هدفمند است

کارمندان رغبت به کار کردن برای یک رئیس تنبل ندارند. آنها ترجیح می‌دهند در یک تیم پربازده و موفق حضور داشته باشند. فراهم کردن چنین محیطی نیاز به یک مدیریت قوی دارد. به‌گفته آدریان گرانزا لارسن، ویراستار سابق The Muse رئیس بودن به معنی پیروی از یک مدل رفتاری مشخص است. او می‌گوید: شما در نقش مدیر، به‌عنوان الگو دیده می‌شوید. اگر بهترین عملکرد را نشان ندهید، نمی‌توانید از کارمندان نیز انتظار داشته باشید که بهترین عملکرد خود را نشان دهند؛ این تنها مسیر برای کسب نتایج مورد نظرتان است.

به‌خوبی ارتباط برقرار می‌کند

برقراری ارتباط به‌صورت موثر، یکی از اساسی‌ترین ویژگی‌های مدیران (یا کارمندان) شایسته است. مدیران نمونه، همچنین برای گوش‌سپردن اهمیت قائل می‌شوند.

کارمندان نیاز به مدیری دارند که زمانی را برای پرورش و به‌چالش کشیدن آنها اختصاص دهد؛ آنها مدیری را تحسین می‌کنند که همیشه و نه تنها زمانی که به او نیاز داشته باشند، در دسترس باشد.

آوری آگوستین، نویسنده وب‌سایت The Muse می‌گوید: «هر کارمندی نیازی به راهنمایی‌های یک مدیر قایل دارد. کارمند بدون دریافت بازخورد یا راهنمایی از سمت مدیر، در رشد کاری بازمی‌ماند.»

به اعضای تیم، آزادی عمل می‌دهد

مدیریت میکرو یا خرد به سبکی از مدیریت در کسب و کار گفته می‌شود که به موجب آن، مدیر اقدام به کنترل و نظارت بر فعالیت کارکنان زیرمجموعه خود می‌کند. این سبک مدیریت، یکی از روش‌های رایج و اشتباه مدیران است که اغلب بدون اطلاع به‌کار برده می‌شود. این روش، کارمندان را دل‌سرد و دلزده می‌کند. پژوهش گوگل نشان داد که بهترین مدیرها از مدیریت خرد اجتناب می‌کنند. این پژوهش که در سال ۲۰۱۳ در یک مقاله بررسی کسب‌وکار توسط دانشگاه هاروارد منتشر شد نشان داد که مدیران در عوض اعمال این سبک از مدیریت، حد مناسب آزادی عمل و توصیه کردن را انتخاب می‌کنند و به کارمندان نشان می‌دهند که به گزارش‌های مستقیم آنها اعتماد دارند و از آنها حمایت می‌کنند.

یک محیط تیمی مشارکت‌آمیز ایجاد می‌کند

این مورد در نخستین نسخه این مقاله، تحت عنوان «براز توجه و اهمیت به موفقیت و رفاه شخصی اعضای تیم» معرفی شده بود. گوگل پس از چند سال با منعکس کردن نتایج پژوهش در مورد امنیت روان‌شناختی که موجب ریسک‌پذیری و تعصب نداشتن می‌شود، بررسی خود را به‌روز کرد. تعصب نداشتن، در واقع فرآیند کسب آگاهی و مقابله با تعصب‌های ناخودآگاه است. این دو ویژگی، از مهم‌ترین موارد معرفی‌شده توسط گوگل برای اعضای موثر تیم کاری هستند.

در اختیار داشتن تیمی با اعضای مختلف به‌تنهایی کارساز



چگونه به کودکان ۳ تا ۶ ساله بودجه‌بندی را بیاموزیم؟

مترجم: علی اکبری

فارغ از اینکه کودکان تان چه سنی دارند، آموزش مدیریت پول به آنها هرگز زود نیست. در اینجا اصولی ارائه شده است که با کمک آنها می‌توانید به کودکان ۳ تا ۶ ساله خود، بودجه‌بندی را آموزش دهید:

سه ظرف ترتیب دهید

سه ظرف در نظر داشته باشید؛ ظروف فیزیکی که قابل دیدن و لمس کردن باشند و بگذارید کودکان تان پول توجیبی شان را در آنها ذخیره کنند. روی هر کدام از ظرف‌ها برچسبی بزنید و به ترتیب آنها را نام‌گذاری کنید: «پس‌انداز»، «مخارج» و «تسهیم». می‌توانید یک بعدازظهر تان را صرف تزیین این ظرف‌ها کنید تا کودکان بیش از پیش به این پروژه علاقه‌مند شود. هر روز از هفته که کودک تان پول توجیبی‌اش را دریافت می‌کند، به او در تصمیم‌گیری برای اینکه چه مبلغی را در هر ظرف بگذارد، کمک کنید. به او توضیح دهید که پول داخل ظرف «مخارج» برای چیزهای ضروری است. مثلا خرید شکلات یا آب‌نبات از سوپرمارکت. (مثلا وقتی با کودک خود به مغازه می‌روید و از شما می‌خواهد برایش آب‌نبات بخرد، از او بپرسید که آیا پول کافی برای خریدن آن را دارد. به او بفهمانید که تنها با استفاده از پول‌های درون ظرف «مخارج» می‌تواند آب‌نبات یا اسباب‌بازی مورد علاقه‌اش را بخرد.)

برای خریدن چیزهایی مثل عروسک و اسباب‌بازی هدف پس‌انداز مالی بگذارید

به کودکان تان توضیح دهید که ظرف پس‌انداز برای خریدن چیزهایی است که می‌خواهد در آینده داشته باشد، چیزهایی که قیمت‌شان از مبلغ پول هفتگی‌اش بیشتر است. اگر کودکان تان هدف خاصی دارد، مثلا می‌خواهد یک بازی ویدئویی بخرد، می‌توانید تصویری از آن را روی ظرف بچسبانید. این کار به کودک شما در تصویرسازی هدف پس‌انداز کمک می‌کند.

بهترین مثال‌های هدف‌گذاری برای کودکی به این سن و سال، بازی‌های فکری، پازل و عروسک‌های مختلف است. اکثر این چیزها قیمتی پایین دارند و این بدان معناست که کودک می‌تواند طی مدت چند هفته یا یک ماه با پس‌انداز به هدف خود برسد.

به خاطر داشته باشید که در این سن یک هفته برابر با یک عمر است. پس اهداف بلندمدت تعیین نکنید. شش ماه برای یک فرد بزرگسال زمان زیادی نیست، اما برای بچه‌ها همچون ابد است. مدت زمان یک تا سه ماه برای کودکان منطقی است.

شما می‌توانید چند ظرف پس‌انداز داشته باشید که هر کدام زمان‌بندی خاص خود را داشته باشد. یک چیز کوچک مثلا ست لگو ۱۰ دلاری در ظرف دو هفته‌ای قرار می‌گیرد و چیزی که گران‌تر است، مثلا یک بازی الکترونیکی ممکن است در ظرف دو ماهه باشد.

اگر چند ظرف پس‌انداز در نظر می‌گیرید، توجه داشته باشید که تصویری از آیتام مورد انتظار روی آن بچسبانید. از این طریق فرزند شما رویه رسیدن به این اسباب‌بازی را در ذهن خود تصویر می‌کند. علاوه بر این کودک شما مفهوم مبادله میان اهداف را هم متوجه می‌شود: هر یک دلاری که در ظرف لگو پس‌انداز می‌کند، باعث می‌شود یک دلار کمتر برای بازی الکترونیکی کنار بگذارد.

اگر کودکان تان شکایت کرد که «هیچ‌گاه پول کافی برای خریدن تمام چیزها نیست»، او را به اولویت‌بندی لیست خریدش تشویق کنید. برای این کار می‌توانید از او بپرسید که چه چیز را بیشتر دوست دارد؟ چه چیزی را بعد از آن دوست دارد؟

علاوه بر این می‌توانید فرزندتان را به انجام کارهای ساده خانه و دریافت پول اضافه بر مبلغ هفتگی، تشویق کنید. با این کار کودکان متوجه رابطه میان کار و درآمد می‌شود.

سهیم شدن با دیگران را فراموش نکنید

در نهایت، بیایید ظرف «عانه» را فراموش نکنیم. از کودکان تان راجع به مردم، حیوانات و مسائلی که می‌خواهد از آنها حمایت کند، بپرسید. ایده‌هایی پیشنهاد کنید که با علایق طبیعی او سازگار هستند. برای مثال، اگر فرزندتان حیوانات را دوست دارد، او را به پناهگاه حیوانات خیابانی ببرید و از او بپرسید که آیا حاضر است برای غذا دادن به سگ‌ها و گربه‌ها مبلغی بپردازد.

بسیاری از متخصصان بر این باورند که هرگز نباید بچه‌ها را به اشتراک‌گذاری پول‌شان مجبور کرد؛ این میل باید از درون تراوش کند. کودکان را به اشتراک‌گذاری پولش تشویق کنید، اما اجازه دهید خودش تصمیم‌گیرنده نهایی باشد.

منبع: thebalance



ساعات کاری کمتر باعث بهره‌وری بیشتر می‌شوند

بیماری کمتر شد.

این دو آزمایش نشان می‌دهند که ماهیت کار در مقرون‌به‌صرفه بودن یا نبودن کاهش زمان کاری، موثر است. حضور دائمی کارکنان شیفتی مانند پرستاران و نگهبانان لازم است، یعنی در صورت کاهش ساعت کاری، کارفرما باید فرد دیگری را برای انجام کار پیدا کند. اما در مورد کارمندان دفتری می‌توان قانون پارکینسون را اعمال کرد. این قانون می‌گوید: «کار آن قدر کش می‌آید تا تمام زمان موجود برای انجامش را دربرگیرد». به بیان دیگر، اگر زمان برای انجام کار محدودتر باشد، کارمندان بازدهی بیشتری پیدا می‌کنند.

با این‌حال، کارکنان پاره‌وقت معمولا حقوق کمتری نسبت به همکاران تمام‌وقت خود دریافت می‌کنند؛ هرچند بسیاری از والدین شاغل، خود به این حقیقت واقفند که در چهار روز می‌توانند کاری را به پایان برسانند که دیگران در پنج روز انجام می‌دهند.

در جست‌وجوی تعادل بین زندگی و کار

هلن دلانی، استاد ارشد دانشکده بازرگانی دانشگاه اوکلند معتقد است که موفقیت آزمایش شرکت پرپچوال گاردین در نیوزیلند وابسته به مشارکت کارکنان در برنامه‌ریزی آن بوده است. وی به روزنامه‌گردین گفت: این کارمندان، ابتکارات و نوآوری‌هایی را برای کار کردن به روشی برابرتر و کارآمدتر ابداع کردند، مانند اتوماتیک کردن فرآیندهایی که به‌صورت دستی انجام می‌شدند و کاهش یا حذف استفاده غیرمرتبط با کار از اینترنت.

مدیر اجرایی شرکت هم‌اکنون قصد دارد دائمی کردن هفته کاری چهار روزه را با هیات‌مدیره خود مطرح کند. سیاست‌گذاران دولت نیز در زمان جست‌وجوی روش‌هایی برای افزایش بهره‌وری کاری و همچنین بهبود تعادل بین زندگی و کار مردم کشور باید نگاهی به این نتایج داشته باشند. منبع: WEFORUM/zoomit

ساعات مختلف با هم برابر نیستند

تا اینجا متوجه شدیم که طولانی‌تر کار کردن لزوماً برابر با بهره‌وری بیشتر نیست. برای مثال کره جنوبی که دارای ساعات بسیار طولانی کاری است در رده‌بندی کشورهای عضو سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD) در زمینه بهره‌وری کاری نزدیک به انتهای لیست قرار دارد. هفته‌های کاری یونان نیز یکی از طولانی‌ترین هفته‌ها در اروپا است، اما این کشور بر طبق سنجش OECD، تولید ناخالص ملی پایینی در هر ساعت دارد.

نمی‌توان گفت که تمام ساعات کاری به افزایش تولید ناخالص ملی کمک می‌کنند. ژاپن مثالی دیگر از کشوری است که ساعات طولانی کاری‌اش باعث افزایش بهره‌وری نشده است. این کشور هم‌اکنون در تلاش است تا با روش‌هایی، تعمداً اضافه‌کاری‌های کارمندان را کم کند، مثلاً لامپ‌ها را در انتهای روز کاری خاموش می‌کنند تا این فرهنگ را از بین ببرند.

یک روز طولانی کاری

آزمایش‌های دیگری نیز تلاش کرده‌اند تا بهره‌وری را با کوتاه کردن روز کاری به‌جای هفته کاری افزایش دهند. برای مثال، دولت سوئد اجازه داد تا کارکنان یک خانه سالمندان تنها شش ساعت در روز کار کنند. اگرچه کارکنان گزارش کردند که کیفیت زندگی‌شان بهبود یافته و استرس کمتر و وقت بیشتری برای گذراندن با خانواده‌شان داشته‌اند، اما این آزمایش برای مدیران بسیار گران تمام شد، زیرا مجبور بودند کارکنان بیشتری را استخدام کنند تا کار ساعات باقی‌مانده را جبران کنند. ایسلند نیز آزمایش مشابهی انجام داد که در آن به تعدادی از کارمندان اهل شهر ریکیاویک (پایتخت ایسلند) اجازه داده شد تا هفته کاری خود را به مدت چهار تا پنج ساعت کاهش دهند. در این آزمایش، بهره‌وری به همان اندازه سابق ماند، یعنی هزینه‌ها تغییری نکردند و کارکنان نیز رضایت کاری بیشتری داشتند و غیبت از کار به‌علت

ممکن است تصور کنید که الزاما ساعات کار طولانی‌تر باعث موفقیت و عملکرد بالاتر می‌شود، اما در حقیقت، بازده کاری کاهش پیدا می‌کند.

اغلب شرکت‌ها مایلند کارمندان شاد، متعهد و پربازده داشته باشند، ولی تعداد معدودی از آنها حاضرند با تعطیل کردن یک روز در هفته برای کارکنان خود به این هدف برسند.

اما شرکت پرپچوال گاردین در نیوزیلند از این تمهید استفاده کرد. این شرکت یک دوره آزمایشی هشت هفته‌ای را به تمام رسانیده و طی آن هر هفته به کارکنان خود که حدود ۲۰۰ نفر هستند، یک روز تعطیل اضافه داده اما حقوق و شرایط استخدام آنها را تغییری نداده است.

نتایج کاملا واضح بودند: اگرچه ساعات کاری کم شده بودند اما کارکنان به میزان ۲۰ درصد بهره‌وری بیشتری داشتند و شادمان‌تر نیز بودند. اندرو بارنرز مدیر اجرایی شرکت، این آزمایش را موفقیتی بی‌نظیر خواند.

چارود هار، استاد مدیریت منابع انسانی در دانشگاه فناوری اوکلند وظیفه سنجش نتایج آزمایش را برعهده داشت. او متوجه شد که رضایت شغلی و شخصی در تمام زمینه‌ها هم در محیط کار و هم در خانه افزایش یافته است و کارکنان بهتر کار کرده و نسبت به قبل از اجرای آزمایش از شغل خود لذت بیشتری می‌برند.

یافته‌های آزمایش مطابق با پیش‌بینی اندرو بارنرز، مدیر اجرایی شرکت بودند. او پس از بررسی گزارش‌های جهانی متعدد در رابطه با بهره‌وری اعتقاد داشت که امتحان این شیوه جدید کار، تصمیم درستی است.

این آزمایش معانی ضمنی بسیاری را در خود دارد و سوالاتی درباره بهره‌وری و فرهنگ ساعات کاری طولانی مطرح می‌کند؛ همچنین باعث می‌شود تا نگاهی دوباره به کارکنان پاره‌وقت و ارزش و پاداشی که به آنها داده می‌شود داشته باشیم.