

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بی توجهی بورس به التهاب بازار ارز و سکه

صعود تاریخی شاخص بورس

فرصت امروز: در حالی که این روزها وضعیت بازارهای موازی اعم از بازار ارز، سکه و طلا به شدت ملتهب شده و شاهد رشد بی‌مهابای قیمت‌ها در بازارهای مختلف هستیم، اما برخلاف گذشته نه تنها بورس دچار افت نشده، بلکه رکوردشکنی نیز می‌کند. بر این اساس، نماگر بازار...

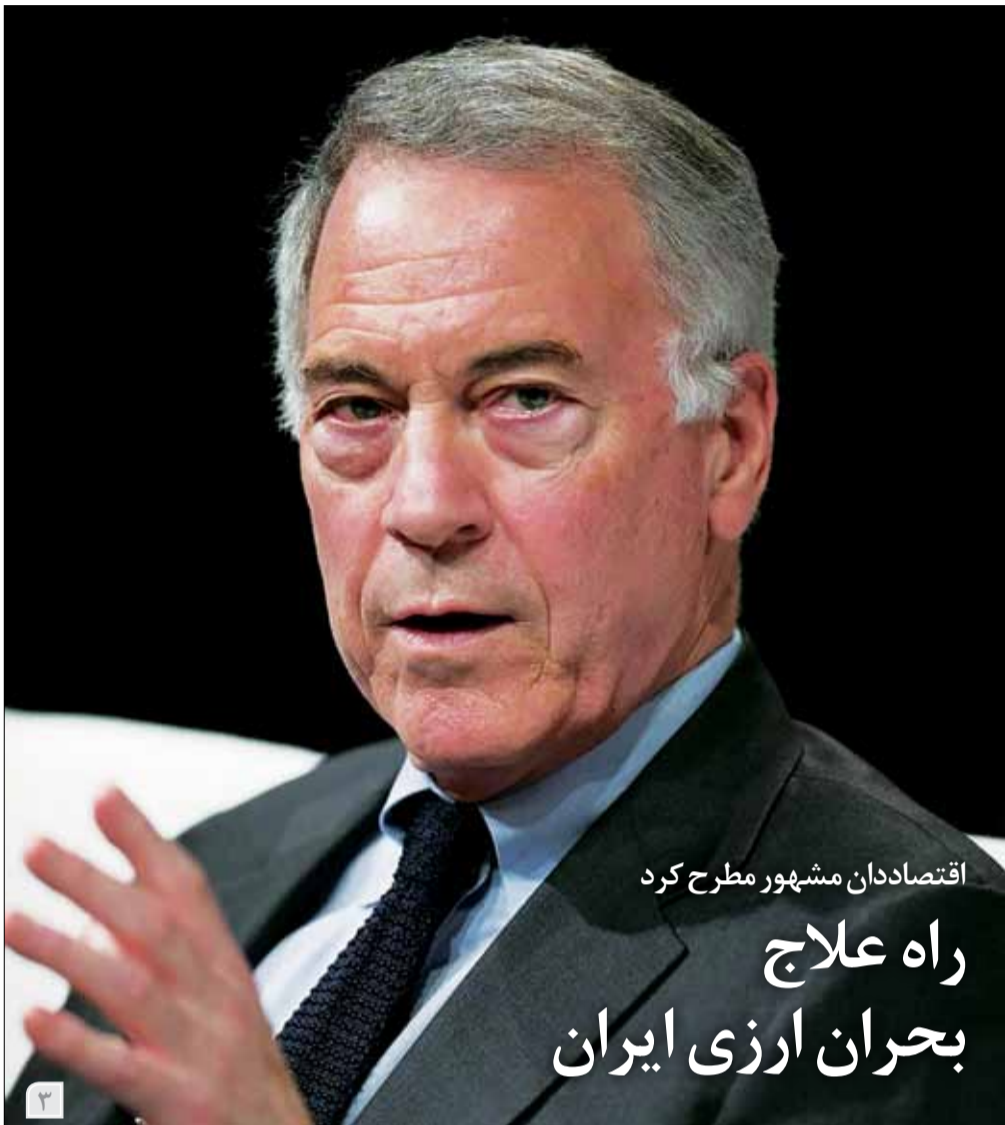
یادداشت

راهکارهای مقابله با تحریم‌ها و موانع اقتصادی



با توجه به نزدیک شدن موعد تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا، حفظ ثبات و آرامش سیاسی و اقتصادی کشور بیش از هر وقت دیگر ضروری است تا در یک فضای کم‌التهاب بتوان تصمیمات کارشناسی کارشناسانه در مقابل تحریم‌ها اتخاذ کرد. فضای اقتصادی کشور باید به سمتی پیش برود که تصور غلط دور زدن تحریم‌ها و راهکارها و ابتکار عمل‌های مربوط به آن، جای خود را به گزارش‌ها و پیشنهادها جهت کمک به دولت در راستای عبور از این مرحله دشوار اقتصادی کشور بدهد، چراکه دور زدن تحریم‌ها هزینه‌های زیادی را به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند. در این شرایط سلاح پیروزی کشور نه تهدید است نه جنگ گرم، بلکه تلاش برای برتری اقتصادی خواهد بود. نمونه بارز پیروزی سلاح اقتصادی در مقابل تمام سلاح‌های گرم، تسخیر امروز بازارهای جهان توسط کشور ژاپن است. این کشور که بعد از جنگ جهانی دوم ۹۰ درصد قدرت...

اقتصاددان مشهور مطرح کرد راه علاج بحران ارزی ایران



دلار ۵ رقیمی با اقتصاد ایران چه خواهد کرد؟

پیامدهای دلار گران

بازار ارز ایران روزهای ملتهبی را پشت سر می‌گذارد. دلار در دومین روز هفته در بازار تا بیش از ۱۱ هزار تومان قیمت خورد و یورو نیز تا ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان معامله شد. این شرایط نه تنها نگرانی کارشناسان را تشدید کرده بلکه موجب اضطراب در بین مردم از آینده اقتصادی شده است؛ شرایطی که کارشناسان معتقدند به مرور اثرات منفی خود را بروز داده و ادامه گرانی دلار سرانجام بازار کار و کالا را قفل کرده و ادامه آن به هرج و مرج اقتصادی می‌انجامد. در همین رابطه وحید شاقی، کارشناس اقتصادی معتقد است اگر روند افزایش قیمت دلار...

از کمبود اسکناس تا موج سواری کاسیان تحریم

متهم ردیف اول آشفتگی بازار ارز این بار کیست؟

دو نرخی شدن بنزین مطرح نیست

مدیریت و کسب و کار



آیا آمازون گوشی هوشمند جدیدی به بازار معرفی خواهد کرد

- بهترین فرصت‌های کسب و کار کوچک در ۲۰۱۸
- وقتی رئیس سخت‌گیر روز شما را خراب می‌کند
- چگونه از نوآوری جهانی برای رشد استفاده کنیم؟
- راه‌فروش بیشتر به مشتریانی که در اختیار دارید
- چگونگی تشکیل اجتماع در رسانه‌های اجتماعی
- ۱۴ توصیه برندسازی از سوی کارآفرینان مستقل

۸ تا ۱۶

CNN برای اولین بار در ۱۰۸ سال اخیر درآمدش را لو داد

رقابت تجاری غول‌های تلویزیونی برای جذب آگهی

تلویزیونی را مشاهده می‌کردند که نشان می‌دهد یا هزینه استفاده از تلویزیون‌های کابلی، یا ماهواره‌ای و یا هزینه مشاهده سی‌ان‌ان در اینترنت را پرداخت کرده بودند. در همین سال در بالغ بر ۸۹۰ هزار اتاق هتل در آمریکا این شبکه مشاهده شده بود. از طرف دیگر، حق پخش سی‌ان‌ان در فرودگاه‌ها یکی از مهم‌ترین منابع درآمدی این شبکه است و در سال‌های اخیر شمار بسیار زیادی از فرودگاه‌ها به پخش برنامه‌های سی‌ان‌ان روی آورده‌اند.

تبلیغات

یکی دیگر از راه‌های کسب درآمد توسط سی‌ان‌ان، تبلیغات است. طبق گزارش‌های رسمی، نیمی از درآمد سی‌ان‌ان از تبلیغات حاصل می‌شود و از آنجا که دامنه نفوذ این شبکه بسیار زیاد است، تبلیغات در سی‌ان‌ان هم بسیار پردرآمد است. البته رمز موفقیت این شبکه در جذب آگهی، نرخ پایین آگهی‌های پخش‌شده در سی‌ان‌ان است. یکی از مدیران ارشد این شبکه در مصاحبه‌ای اعلام کرد: «هدف ما جذب آگهی است. به خصوص آگهی‌های بین‌المللی زیرا می‌تواند حجم بیشتری از منابع مالی را در اختیار ما قرار دهد. ما برای اینکه مشتریان را جذب کنیم و درآمد بیشتری داشته باشیم تعرفه پخش آگهی در هر دقیقه را نسبت به رقبای خود کمتر کردیم.» از طرف دیگر دامنه تأثیرگذاری شبکه سی‌ان‌ان بسیار وسیع است و تبلیغات پخش‌شده در این شبکه، می‌تواند در سراسر دنیا مشاهده شود. باید در نظر داشت سی‌ان‌ان آمریکا و سی‌ان‌ان اینترنشنال مجزا از هم کار می‌کنند و حتی ممکن است تبلیغاتی که در این دو پخش می‌شود متفاوت باشد ولی نرخ‌ها یکسان و البته کمتر از دیگر رقبای است.

یک شبکه تلویزیونی برای اینکه بتواند فعالیت کند در درجه اول باید منابع مالی کافی در اختیار داشته باشد و در اغلب شبکه‌های تلویزیونی تامین این منبع مالی برعهده خود شبکه است. به عنوان نمونه، شبکه خبری سی‌ان‌ان یک شبکه ۲۴ ساعته خبری است که دفاتری در تمامی کشورهای دنیا دارد و بدون شک هزینه فعالیت‌های آن بسیار بالا است. حال سوال این است که این شبکه چگونه درآمد کسب می‌کند؟

به گزارش خبرآنلاین، در ابتدا باید گفت که در سال ۲۰۱۷ میلادی، این شبکه خبری درآمدی بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار داشت که نسبت به سال قبل از آن با افزایش ۹۳ درصدی همراه بود. این اولین بار طی ۱۰۸ سال اخیر است که شبکه خبری سی‌ان‌ان جزئیاتی در مورد میزان فروش و درآمدش ارائه داده است. به دنبال بالا گرفتن بحث درآمدزایی قابل توجه این شبکه خبری، فایننشال تایمز در گزارشی به نقل از شرکت مادر سی‌ان‌ان یعنی تایم وارنر اعلام کرد که در سال ۲۰۱۷ شبکه خبری سی‌ان‌ان توسط ۲۶۵ میلیون خانه در ۲۰۰ کشور دنیا مشاهده شده بود. البته در این آمار ارائه‌شده، شمار خانه‌ها در آمریکا و اتاق‌های هتل‌ها در دنیا لحاظ نشده است.

فروش حق پخش

اولین راه کسب درآمد توسط سی‌ان‌ان، فروش حق پخش برنامه‌های آن به شبکه‌های تلویزیونی خارجی است. فروش این حق به هتل‌های سراسر دنیا - حتی در مواردی که در آن کشور تلویزیون سی‌ان‌ان به طور رسمی فعالیت نداشته باشد - یکی دیگر از منابع درآمدی آن است. به عنوان مثال در سال گذشته بالغ بر ۱۰۰ میلیون خانوار آمریکایی این شبکه

دستوری به کار گرفته شود. لاریجانی تصریح کرد: به نظر بنده مجلس در قانون برنامه قیمت ارز را براساس سیاست شناور مدیریت‌شده مورد توجه قرار داده اینکه به خاطر شرایط اضطرار توقف بلاوجهی ایجاد شود، تصمیم نادرستی بود و باید اصلاح شود. رئیس مجلس افزود: براساس تدابیر انجام‌شده، مایحتاج موردنیاز مردم کشور، اعم از دارو و نیازهای بخش بهداشت و درمان با ارز دولتی تامین می‌شود و مابقی نیازهای ارزی باید براساس ساز و روال‌های طبیعی اقتصاد سامان یابد. در شورای هماهنگی سه قوه نیز مسائل را پیگیری می‌کنم.

مذاکره با اروپایی‌ها در حال انجام است

وی ادامه داد: مذاکره با اروپایی‌ها در حال انجام است و این موضوع را رد نکردیم تا فشاری به مردم وارد نشود، اما اینکه چقدر موضوع پیش برود، نمی‌توانم در این زمینه دقیق چیزی بیان کنم. رئیس مجلس افزود: به توجه به اینکه آمریکایی‌ها اصطلاحاً زدن زیر میز توافقات انجام‌شده، ایران حق داشت که از حقوق خود استفاده کند، اما برای اینکه به مردم فشار وارد نشود مذاکره با اروپایی‌ها همچنان در حال انجام است. وی ادامه داد: دشمنان در صدد هستند تا در فروش نفت و نقل و انتقالات بانکی ممانعت ایجاد کنند و در این راستا یک لشکر چریک کت و شلوار بی‌راه انداختند تا فشار به ایران وارد کنند.

سیاست‌های ارزی اشتباه می‌تواند مانع صادرات شود
لاریجانی تصریح کرد: دوره فعلی باید سپری شود، ممکن است فشارهای بیرونی در سطح بین‌المللی توسط آمریکایی‌ها و برخی کشورهای منطقه افزایش یابد، اما باید این فشارها تبدیل به فرصت شود و ظرفیت‌های بالقوه بالفعل شوند در این شرایط حتی می‌توان صادرات را افزایش داد، چراکه ایران با ۱۵ کشور همسایه است اما نباید فراموش کرد سیاست‌های ارزی اشتباه می‌تواند حتی مانع صادرات شود.

باید تمامی راه‌ها را رفت تا فشارها به فرصت تبدیل شود

رئیس مجلس افزود: می‌توان با اقدامات مناسب نوعی نوسازی در اقتصاد کشور ایجاد کرد و اشتغال جوانان را ارتقا داد، چراکه در حال حاضر برخی از اتباع خارجی مشغول در ایران با توجه به وضعیت ارزی کنونی، به کشور خودشان بازگشته‌اند. در هر صورت باید تمامی جوانب در نظر گرفته شود؛ البته بنده نمی‌گویم ما از این شرایط استقبال می‌کنیم، اما باید تمامی راه‌ها را رفت تا فشارها به فرصت تبدیل شود. انجام این مهم به ایران پایدارتر منتهی خواهد شد و در آینده کشور قوی‌تر می‌شود.

لاریجانی گفت: تلخی‌های موجود در مسیر اقتصادی با اکوی زیادی در داخل پخش شده، بنابراین رسانه‌ها توجه کنند که اعتبار برای حکومت و ایجاد امیدواری می‌تواند شگردهای دشمنان را از بین ببرد.

تاکید لاریجانی بر ساماندهی بازار ارز

سیاست‌های ارزی به‌زودی نهایی و اعلام می‌شود

کردند در حال حاضر نیز روی سایت حقوق و مزایای نمایندگان مجلس مشخص شده است و دیگر جنبه پنهانی وجود ندارد. وی افزود: تهمت‌ها و تخریب‌های زیادی بیان می‌شود، به طور مثال گفته می‌شود یک شخص ۴۰ میلیارد تومان پول دارد، بنده نمی‌شناسم و این موضوعات را باید هیات نظارت بر رفتار نمایندگان پیگیری کند، اما در این قضایا نباید افراط شود. وی ادامه داد: حجیم‌بودن دولت مانع کارکرد صحیح شده به نحوی که یک سرمایه‌گذار برای سرمایه‌گذاری باید به طور مثال به ۱۰ سازمان مراجعه کند در هر صورت لازم نیست که سرمایه‌گذار کفش آهنین به پا کند چرا که در حال حاضر قانون پنجره واحد تجارت وجود دارد، اما اینکه چرا اجرائی نمی‌شود باید پیگیری شود تا مانع فساد و بحث رشوه شود. لاریجانی اضافه کرد: رفتار ساختار حکومتی در دولت قدری قدیمی است، بنابراین باید آموزش‌های لازم ارائه شود و بحث دولت الکترونیک به سرانجام برسد چراکه می‌تواند حدود ۵۰ درصد فسادها را از بین ببرد.

بخشنامه‌های زائد در انجام کار ممانعت ایجاد می‌کند

رئیس مجلس تصریح کرد: بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های زائد در انجام کار ممانعت ایجاد می‌کند در حوزه سرمایه‌گذاری پولی و بانکی باید کارها با اولویت انجام شود و اینکه قانونگذاری مستند به آیین‌نامه شود کار درستی نیست، بنابراین نکات مهم در قانون لحاظ شود. وی افزود: در عالم خلأ زندگی نمی‌کنیم، بنابراین باید شرایط کشور مورد رسیدگی قرار بگیرد، مقداری از مشکلات مربوط به تصمیمات درونی است و مقداری دیگر از مسائل مربوط به کارکنی‌های دشمنان است حتی برخی از سرویس‌های اطلاعاتی دشمنان لعاب کار را چیز دیگری قرار داده‌اند، اما در اصل مطلب روی تخریب فضای اقتصادی کار می‌کنند و به دلیل اینکه می‌دانند تلاطم در بازار ارز و طلا به اقتصاد کشور ضربه وارد می‌کند روی این بخش بیشتر تمرکز کرده‌اند.

ساماندهی وضعیت بازار ارز بسیار مهم است

رئیس مجلس افزود: براساس اطلاعاتی که به ما رسیده سرویس‌های اطلاعاتی دشمن با پوشش‌های دیگر به دنبال این هستند که به اقتصاد آسیب وارد کنند در هر صورت انجام شهود و ظرف روزهای آینده باید مهم است. وی ادامه داد: نباید در اداره کشور بین سیستم میکرو و ماکرو خلط کرد، بنابراین اداره یک روستا یا یک کشور ۸۰ نفری تفاوت دارد و باید از علم اقتصاد در این راستا استفاده کرد، لزوماً با افزایش نظارت‌ها نمی‌توان مشکلات را حل کرد، بنابراین باید کارها روان‌تر انجام شود و ظرف روزهای آینده باید سیاست‌های جدید ارزی اعلام نشود تا آنجا که اطلاع دارم کارها نهایی شده، بنابراین باید ساختار اداره کشور براساس علم اقتصاد جلو برود نه اینکه سیاست‌های

فرصت امروز: مایحتاج مورد نیاز مردم اعم از دارو و اقلام خوراکی با ارز دولتی تامین می‌شود. این خبری بود که روز گذشته رئیس مجلس شورای اسلامی در نشست فراکسیون شفاف‌سازی، سالم‌سازی اقتصاد و انضباط مالی بیان کرد و در عین حال، از سیاست‌های جدید ارزی خبر داد که ظرف روزهای آینده اعلام می‌شود. علی لاریجانی در این نشست که با هدف بررسی پیامدها و راهکارهای مبارزه با فساد برگزار شد، بر لزوم ساماندهی بازار ارز تأکید کرد و گفت: باید ساختار اداره کشور براساس علم اقتصاد جلو برود نه اینکه سیاست‌های دستوری به کار گرفته شود.

رئیس مجلس شورای اسلامی ادامه داد: در مبارزه با فساد باید از رویکرد علمی استفاده شود. باید در این راستا اولویت‌بندی لحاظ شود، نباید بحث‌های مبارزه با فساد اقتصادی تبدیل به دست‌اندرکارهای سیاسی و تبلیغاتی شود، بنابراین باید توجه کرد که جار زدن در این مسائل خاصیتی ندارد.

فساد باعث فشار بیشتر به طبقات

پایین جامعه می‌شود

لاریجانی گفت: فساد باعث فشار بیشتر به طبقه‌های پایین جامعه از لحاظ درآمدی مانند کارگران می‌شود، اما باید دقت کرد گاهی نوع برخورد با فساد کارآمدی حکومت را کاهش می‌دهد چراکه امکان دارد برخورد غیرعلمی و تبلیغاتی در حل مسئله مؤثر نباشد. رئیس نهاد قانونگذاری با تأکید بر لزوم مبارزه همه‌جانبه با فساد، گفت: باید توجه کرد، فساد می‌تواند در بخش‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی باشد و نمی‌توان فساد اقتصادی را حل کرد در حالی که به سایر شئون توجه نشده است، بنابراین باید به تقویت زیرساخت‌های فرهنگی توجه شود تا بازده کار ارتقا یابد. به گزارش خانه ملت، لاریجانی ادامه داد: ریشه‌یابی فساد بسیار مهم است، فساد سیاسی نیز کمتر از فساد اقتصادی نیست، اگر مسئولی اقدام به دروغگویی و تهمت‌زدن می‌کند نباید در حکومت حضور یابد، بنابراین باید با دروغگویی به صورت جدی برخورد شود چراکه موضوع ساداه نیست، البته ممکن است یک شخص تلقی اشتباه کند، اما اینکه شخصی با صراحت دروغ بگوید فساد کوچکی را انجام نداده، بنابراین باید با فساد مبارزه همه‌جانبه شود چرا که غیر از این جواب نمی‌دهد.

تصویب چند قانون در راستای شفاف‌سازی

رئیس نهاد قانونگذاری افزود: نمایندگان مجلس مقدار زیادی از وظایف خود را انجام دادند و چند قانون علیه مبارزه با فساد تصویب شده که باید اجرای قوانین پیگیری شود. قوانین مرتبط با شفاف‌سازی اقتصادی و مبارزه با فساد یکی از نمونه‌های قوانین مذکور است، همان‌طور که از همکاران نماینده مجلس مطرح



سازمان آگهی‌ها ما ۸۸۹۳۶۶۵۱

مالیات‌ستانی از خریداران سکه به کجا رسید؟

گره مالیاتی خریداران سکه



در حالی سازمان مالیاتی و دستگاه قضایی بر دریافت مالیات از پیش‌خریدکنندگان عمده سکه تأکید دارند که عملاً این مالیات در زمان فروش سکه محاسبه می‌شود و رقم چندان بالایی هم نخواهد بود. در هفته‌های اخیر هر روز ابعاد جدیدی از داستان ۷ میلیون و ۶۵۰ هزار سکه پیش‌فروش شده توسط مسئولان دولتی و قضایی رسانه‌ای می‌شود؛ به‌تازگی نیز سیدکامل تقوی‌نژاد رئیس کل سازمان مالیاتی با اعلام اینکه بانک مرکزی فهرست ۵۰ نفر اول خریدار سکه را به این سازمان داده است، گفت: «همه اینها شناسایی شدند؛ بالاترین خریدار سکه به تعداد ۳۸ هزار و ۲۰۰ سکه، جوان متولد سال ۱۳۶۵ پادو و کارگر یک شرکت است که تنها اظهارنامه مالیاتی او بیمه‌نامه اتومبیل برآید بود.»

به گزارش ایرنا، اکنون این سوال در ذهن افکار عمومی مطرح است که دولت چگونه می‌تواند با ابزار مالیات، جلوی برهم‌زنندگان بازارهای پولی به‌ویژه سکه را بگیرد.

اصل ۵۱ قانون اساسی می‌گوید: «هیچ نوع مالیات وضع نمی‌شود، مگر به‌موجب قانون. موارد معافیت و بخشودگی و تخفیف مالیاتی (هم) به‌موجب قانون مشخص می‌شود.»

در همین پیوند، قانون مالیات‌های مستقیم که با اصلاحات اخیر از سال ۱۳۹۵ مبنای عمل سازمان مالیاتی است، روش دریافت مالیات را از اشخاص حقیقی و حقوقی و صاحبان مشاغل وضع کرده است. با توجه به اینکه در هنگام ثبت‌نام از متقاضیان خرید سکه، مالیات بر ارزش‌افزوده از آنها اخذ شده است، بنابراین خریداران به‌عنوان مصرف‌کننده نهایی شناسایی شده‌اند ضمن آنکه بانک مرکزی در هنگام پیش‌فروش، سقفی برای خریداران تعیین نکرده و افراد می‌توانستند به هر میزانی که بخواهند، سکه پیش‌خرید کنند.

برخی کارشناسان می‌گویند سازمان امور مالیاتی می‌تواند از نظر «درآمد اتفاقی» که فصل ششم قانون مالیات‌های مستقیم را به خود اختصاص داده، به این بحث ورود کند.

براساس ماده ۱۱۹ قانون مالیات‌های مستقیم، درآمد نقدی و یا غیرنقدی که شخص حقیقی یا حقوقی به‌صورت بلاعوض و یا از طریق معاملات محاسبه‌ای و یا به‌عنوان جایزه یا هر عنوان دیگر از این قبیل تحصیل می‌کند، مشمول مالیات اتفاقی به نرخ مقرر در ماده ۱۳۱ این قانون است.

در ماده ۱۳۱ نیز آمده است: نرخ مالیات بر درآمد اشخاص حقیقی به‌استثنای مواردی که نرخ جداگانه دارد، تا ۵۰۰ میلیون ریال درآمد سالانه ۱۵ درصد، نسبت به مازاد ۵۰۰ میلیون تا یک میلیارد ریال ۲۰ درصد و نسبت به مازاد یک میلیارد ریال ۲۵ درصد محاسبه می‌شود. باین‌حال، به اعتقاد کارشناسان مالیاتی، صاحبان مشاغل مشمول ماده ۱۳۱ هستند و نمی‌توان این ماده قانونی را به گروه‌های دیگر تعمیم داد.

سرکشی مالیاتی به حساب‌ها کارایی دارد؟

در دولت یازدهم، سرکشی مالیاتی به حساب‌های مودیان کلید خورد و

طبق آخرین تصمیم دولتمردان، حساب‌هایی با تراکنش بالای ۵ میلیارد تومان در سال مورد رسیدگی قرار می‌گیرند تا مشخص شود که آیا صاحبان آنها مالیات بر درآمد خود را پرداخته‌اند یا نه. این روش در دو سال اخیر سبب شناسایی شمار زیادی از فراریان مالیاتی شده است. اکنون برخی کارشناسان پیشنهاد می‌کنند، به‌حساب اشخاصی که این سکه‌ها را خریداری کرده‌اند، سرکشی مالیاتی انجام شود زیرا گمان می‌رود آنها از «منابع ناشناخته» درآمد کسب کرده باشند یا اینکه به‌عنوان عامل فرد دیگری عمل کرده‌اند.

در صورتی که افراد پشت پرده از طریق عوامل خود اقدام به خرید سکه کرده باشند، این کار مصداق پولشویی خواهد بود و جرائم و مجازات پیش‌بینی‌شده در قانون مبارزه با پولشویی باید اعمال شود نه ضرایب مالیاتی.

با این اوصاف ابتدا باید ثابت شود که جرم پولشویی اتفاق افتاده تا بتوان براساس آن مجازات تعیین کرد.

محاسبه مالیات چگونه خواهد بود؟

یک کارشناس مالیاتی توضیح داد: به نظر می‌رسد گره مالیاتی خریداران سکه با مالیات «علی‌الرأس» قابل باز شدن باشد که مبنای محاسبه آن به‌جای اسناد و مدارک مودی، قرائن و ضرایب مالیاتی است.

وی که خواست نامش در خبر ذکر نشود، افزود: البته باید اثبات شود کسانی که سکه خریدند، آن را فروخته‌اند تا براساس آن سود، مالیات دهند.

«برای نمونه فردی در زمان پیش‌خرید، سکه را به قیمت یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان خریداری کرده و اکنون به قیمت ۳ میلیون و ۵۰۰ میلیون هزار تومان فروخته است؛ برای این معامله سازمان مالیاتی ۱۵ درصد سود شناسایی می‌کند که ضریب مالیاتی آن ۲۵ درصد خواهد بود. یعنی اینکه فرد بابت ۲ میلیون تومان سودی که کسب کرده فقط ۳۰ هزار تومان سود شناسایی‌شده در سازمان مالیاتی دارد و باید ۷۵۰۰ تومان مالیات بدهد که رقم ناچیزی است.»

وی افزود: در گذشته اختلاف قیمت بین خریدوفروش سکه بسیار کم بود، اما اکنون که فاصله میلیونی شده است، باید هیات‌های حل اختلاف مالیاتی ضرایب مالیاتی را اصلاح کنند.

با این اوصاف، به راه افتادن جریان اخذ مالیات از خریداران سکه درحالی که رقم آن ناچیز است، نه‌تنها کمکی به بازار نکرده بلکه سبب شده تا آنهایی که سکه را خریده‌اند، از ترس مالیات، آن را به بازار عرضه نکنند و در خانه نگه دارند؛ روندی که خود بر تشدید قیمت‌ها در بازار افزوده است.

غفلت از دریافت مالیات از اموال راکد

به نظر می‌رسد، آنچه می‌تواند مشکل را حل کند، اخذ مالیات از درآمد‌ها و اموال راکد است که در قانون پیشین مالیات‌های مستقیم وجود داشت اما اصلاحات اخیر این قانون، حذف شد.

با مالیات بر عایدی سرمایه، دولت می‌تواند بابت دارایی‌های راکدی

دریچه

اقتصاددان مشهور مطرح کرد راه علاج بحران ارزی ایران

ریال این روزها بحران کم‌سابقه‌ای را تجربه می‌کند که از سپتامبر ۲۰۱۲ تاکنون بی‌سابقه بوده است، اما از دید استیو هنکه-اقتصاددان مشهور و جنجالی آمریکایی - راهکاری برای حل این بحران وجود دارد.

به گزارش ایسنا به نقل از فوربس، اختلاف بین قیمت دلار در بازار سیاه و رسمی ارزی ایران دیروز به ۱۵۴ درصد افزایش یافت و هر دلار به ازای ۱۱۲ هزار ریال مبادله شد. استیو هنکه که پیشتر با بیان اینکه تورم ایران بیش از اعلام مراجع رسمی است جنجال برپا کرده بود، اکنون به ارائه راهکارهایی برای حل بحران ارزی پرداخته است.

هنکه نوشته است: در شرایطی که اوضاع مخاطره‌آمیز شده است، راهی برای درمان بیمار وجود دارد که اتفاقاً راه علاج سریعی هم هست. من این راه دسته اول را از آنجا می‌شناسم که تاکنون با آن، کشورهای با تورم مرگبار را حمایت کرده‌ام. برای مثال در بلغارستان و هنگامی که مشاور نخست وزیر (پتر اسوانوف) در سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲ بودم.

در فوریه ۱۹۹۷ بلغارستان به پدیده ابرتورم دچار شده بود و نرخ تورم ماهانه آن به ۲۴۲ درصد رسیده بود. این نرخ تورم ماهانه بود و نه سالانه که بیشتر از برآورد من از تورم سالانه ایران است؛ ضمن اینکه نرخ تورم ایران هنوز خیلی پایین‌تر از آستانه تحمل این کشور است.

چه کردیم تا در چند ساعت ابرتورم بلغارستان را مهار کنیم؟ در یکم ژوئیه ۱۹۹۷ یک هیات ارزی تشکیل دادیم که اسکناس و سکه‌های قابل تبدیل به ارزهای دیگر را در نرخ ثابت منتشر می‌کرد. این اوراق مالی اوراق ذخیره‌ای با ریسک پایین بود که توسط ارزهای خارجی و به ویژه مارک آلمان حمایت می‌شد (آلمان در سال ۲۰۰۲ یورو را جایگزین مارک کرد). سود این اقدام از طریق اختلاف بین بهره دارایی‌های ذخیره و هزینه‌های بدهی به دست می‌آمد.

این اقدام نوعی سیاست ارزی و نه سیاست پولی بود. عملیات هیات‌های ارزی تأثیرپذیر و خودکار است و نفس عملکرد آن، تبدیل ارز داخلی به ارز لنگر (درخصوص بلغارستان مارک آلمان) با نرخ ثابت است. در نتیجه حجم پول در گردش ارز داخلی تنها توسط نیروهای بازار تعیین می‌شود که آن را تقاضای ارز داخلی می‌گوئیم. از آنجا که ارز منتشرشده توسط هیات ارزی مشابه ارز لنگر یا ثابت است، هیات ارزی آن کشور بخشی از منطقه ارزی ارز باثبات خواهد بود. به اذعان وی تجربه هیات ارزی بلغارستان تجربه بسیار موفقی بود، چراکه در سال ۱۹۹۷ ابرتورم این کشور که در فوریه ۱۹۹۷ به ۲۴۲ درصد رسیده متوقف شد و به بلغارستان اجازه داد تا از بحران‌های خارجی نظیر سقوط روبل روسیه در سال ۱۹۹۸ و رکود بزرگ سال ۲۰۰۹ جان سالم به در برد.

آسیاتیل

تلفن ثابت نسل نو!!!



دارنده مجوز FCC به شماره ۱۰۰۰۰۹۰۰۰۰۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

یادداشت

اولویت اصلی مبارزه با فساد چیست؟

کیوان کاشفی
<div>عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران</div>

در حال حاضر مهم‌ترین معضل و مشکل اقتصاد ایران از دید فعالان اقتصادی، فساد برشمرده می‌شود. نظرخواهی‌های فصلی اتاق بازرگانی ایران نیز این نگرش را نشان می‌دهد. فساد نه تنها مانع ورود سرمایه‌های خارجی به ایران و پایین آمدن رتبه ایران در رده‌بندی‌های جهانی در زمینه فساد یا شفافیت اقتصادی شده، بلکه باعث خروج سرمایه‌های زیادی که رقم‌های چشمگیری هستند، از ایران نیز می‌شود. علاوه بر این، بخش‌ها و افراد رانت‌خوار در کشور که به سرعت قارچ رشد پیدا کرده‌اند، از این امکان برخوردارند که ثروت خود را با اتفاق‌هایی همچون نوسان ارز، فروش سکه توسط دولت و نوسان قیمت طلا در بازار افزایش داده و در مدت کوتاهی منافع بزرگی به دست آورند. همچنین امکان ردیابی درآمدها از بین می‌رود؛ به طوری که نهادهای نظارتی یا قانونی دست‌اندرکار این بخش‌ها را برای کنترل این وضعیت دچار سردرگمی و کلافگی کرده است.

فساد در اقتصاد ایران ابعاد گوناگونی دارد. شرکت‌های سرمایه‌ای و صندوق‌های سرمایه‌گذاری که حتی فرآیند قانونی تشکیل برخی از آنها مخدوش است، موضوع دیگری برای فساد شده‌اند و از جذب پول مردم تا اعلام ورشکستگی، فرآیند مشکوک و فاسدی را شکل داده و تعهدات دولت را افزایش داده‌اند. عدم شفافیت خصوصی‌سازی و نحوه واگذاری موسسات دولتی به بخش خصوصی یکی دیگر از مظاهر فساد در اقتصاد است. حتی هر پروژه توسعه‌ای در مدت کوتاهی تبدیل به موضوعی برای رانت‌خواری یا فساد می‌شود.

وجود امضای طلایی، دو یا چند نرخ‌ی بودن ارز، امتیازهای خاص تجاری که در اختیار برخی افراد و شرکت‌ها قرار می‌گیرد و ناعدالتی مالیاتی، از دیگر مظاهر فساد در اقتصاد ایران است. به این ترتیب گویی چرخه اقتصادی به نفع فاسدان می‌چرخد و پیوسته فرصت‌های سوءاستفاده و افزایش پول و ثروت را در اختیار آنها می‌گذارد و در عوض، کشور را در چرخه ناکارآمدی و نابودی تولید و کاهش اشتغال گرفتار کرده است؛ به نحوی که مردم عادی که با حیرت به اتفاقات اخیر می‌نگرند از بهبود اوضاع ناامید هستند و کارشناسان و خبرگان در صورتی که وضع کنونی تداوم یابد، نگران ورشکستگی یا فروپاشی اقتصادی هستند.

در واقع فساد در ایران از حد مجاز به شدت بالاتر رفته است. به اعتقاد برخی صاحب‌نظران، فساد حدقلی در مواردی می‌تواند تسریع گردش کار در بوروکراسی تنبل، باعث افزایش کارایی شود. هرچند برخی دیگر از اقتصاددانان، فساد حدقلی را هم مضر می‌دانند، با این حال ما اکنون دچار فساد حداکثری شده‌ایم. در واقع فساد در ایران اکنون به حدی رسیده است که اقتصاد را کاملاً فلج کرده است، بنابراین اینکه فساد کنونی در ایران معلول و نتیجه چه عواملی است، پرسش مهمی است که نهادهای تصمیم‌ساز و بخش خصوصی، باید مستمر در خصوص آن گفت‌وگو و تبادل‌نظر کنند.

بسیاری از صاحب‌نظران، قوانین و مقررات و تودرتوی نهادی و گسترده‌گی و تعدد نهادهای نظارتی را یکی از عوامل فسادزا در اقتصاد ایران می‌دانند. نظریه نقطه بهینه تعداد کارکنان، در حوزه نظارت نیز صدق می‌کند. براساس این نظریه، تعداد کارکنان مطلوب در یک واحد تولیدی، حتی اگر دستمزد و هزینه‌های مرتبط با نیروی کار را نادیده بگیریم، از نقطه بهینه‌ای برخوردار است و افزایش بیش از آن مقدار، می‌تواند به تراجم نیروی کار و هدردهی انرژی آنها در رقابت‌های کاری ناسالم منجر شود. مشابه همین وضعیت را در تعدد نهادهای نظارتی اقتصاد ایران که بیش از ۱۷دستگاه هستند نیز می‌توان مشاهده کرد. این تعدد به جای آنکه مانع فساد و ناکارآمدی شود، عمدتاً به محافظه‌کاری مدیران دولتی منجر شده و رفتارهای احتیاطی آنها در صدور مجوزهای کسب و کار را به همراه دارد؛ به گونه‌ای که متقاضیان سرمایه‌گذاری یا توسعه کسب‌وکار را دچار خستگی و فرسودگی در دستگاه‌های اجرایی می‌کند که خود، مصداقی از فساد اداری است.

در گزارشی که پورتال مبارزه با فساد تجاری منتشر کرده و سایت سرپوش بخش‌هایی از آن را در ۲۱تیرماه منتشر کرده است، پرداخت‌ها و رشوه‌های نامعمول در ازای خدمات، مجوزها یا قراردادهای عمومی را از موانع بزرگ تجار و شرکت‌های خارجی برای کار در ایران برشمرده است.

در داخل نیز فعالان اقتصادی، یکی از عوامل گسترش فساد اقتصادی را قوانین و تعدد مقررات می‌دانند؛ مقرراتی که از انضباط نگارشی برخوردار نیستند و هر یک در فضایی هیجان‌زده تدوین شده‌اند، ولی نظام مقرراتی کشور را در عمل به لحاف ۴۰تکه تبدیل کرده‌اند.

اتاق ایران به عنوان پارلمان بخش خصوصی کشور، لازم است موارد فسادزا یا به اصطلاح تالی‌های فاسد قوانین و مقررات اقتصادی را مورد بررسی قرار دهد و از طریق مطالعه عملیاتی و پیمایشی اتفاقات اقتصادی که به رسوایی اقتصادی معروف هستند و نیز گفت و گو با صاحبان کسب و کار و صاحب‌نظران، موارد اشکالات را دقیقاً شناسایی کند تا بتواند راهکارهای مناسب برای رفع و بهبود این شرایط ارائه دهد.

مسئله بسیار مهم در مقابله با فساد از راه شناسایی و اصلاح قوانین و مقررات، به‌ویژه در دوران فساد گسترده و همه‌گیر، تغییرات تدریجی است. به نحوی که مبارزه با فساد، صاحبان کسب و کار و سرمایه‌ها را نترساند. سرعت عمل، هیجانی بودن و مبارزه غیرعملی با فساد، می‌تواند به تشدید آن کمک کرده و به جای فعالان فساد، فعالان اقتصادی را محدود کند. به همین دلیل شناسایی اولویت‌ها برای اصلاح قوانین بسیار اهمیت دارد. از همین رو یکی دیگر از موضوعاتی که اتاق باید به آن توجه کند، موضوع تعیین اولویت‌های اصلاحات قانون و سایر مقررات فسادزا است.

بازار ارز ایران روزهای ملتهبی را پشت سر می‌گذارد. دلار در دومین روز هفته در بازار تا بیش از ۱۱ هزار تومان قیمت خورد و بورو نیز تا ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان معامله شد. این شرایط نه تنها نگرانی کارشناسان را تشدید کرده بلکه موجب اضطراب در بین مردم از آینده اقتصادی شده است؛ شرایطی که کارشناسان معتقدند به مرور اثرات منفی خود را بروز داده و ادامه گرانی دلار سرانجام بازار کار و کالا را قفل کرده و ادامه آن به هرج و مرج اقتصادی می‌انجامد.

در همین رابطه وحید شقاقی، کارشناس اقتصادی معتقد است اگر روند افزایش قیمت دلار به همین روال پیش رود، به طور حتم به زودی اقتصاد ایران را از کار خواهد انداخت، چراکه به طور طبیعی این اقتصاد تا اندازه‌ای کشش و تحمل افزایش قیمت دلار را دارد و خواسته یا نخواسته تحت تاثیر آن قرار می‌گیرد.

فقل بازار کالا در مرحله اول

به گزارش ایسنا، وی با اشاره به اینکه دلار بیش از ۱۰ هزار تومانی، دو بازار را به مرور به طور کامل قفل خواهد کرد، توضیح داد: اولین بازار به طور حتم بازار کالا خواهد بود؛ زیرا با توجه به اینکه میانگین حقوق و دستمزد در بازار کار ایران حدود ۲.۵ میلیون تومان است، در نتیجه وقتی قیمت دلار به بیش از ۱۰ هزار تومان برسد، قدرت خرید مردم را به شدت کاهش خواهد داد. از سوی دیگر فروشنده‌ها نیز قادر به فروش کالا نخواهند بود؛ چراکه به طور قابل ملاحظه‌ای ضرر خواهند کرد؛ در این حالت نه خریداری وجود دارد و نه فروشنده‌ای.

بازار کار قربانی دوم دلار ۱۰ هزار تومانی

این اقتصاددان با اعتقاد به اینکه با ادامه این روند بازار کار در مرحله بعدی قفل می‌شود، گفت: باید توجه داشت که برخی مشاغل هزینه استهلاک بالایی برای مواد یا ابزار کار خود به طور روزانه پرداخت می‌کنند و این هزینه بیش از درآمد آنها در برخی موارد است. در این حالت وقتی مشاغل با هزینه‌های سرسام‌آور مواجه شوند، دیگر رغبتی برای ادامه فعالیت نداشته

دلار ۵ رقمی با اقتصاد ایران چه خواهد کرد؟

پیامدهای دلار گران



روی دولت باشد، این اقتصاددان پاسخ داد: مسئله اینجاست که دولت خیلی دیر حرکت کرد و می‌توانست پیش از این‌ و با هزینه کمتری وضعیت موجود را سامان دهد، اما متأسفانه سیاست اشتباهی را به مرحله اجرا درآورد و به شرایط موجود دامن زد، اما اگر اکنون بخواهد اوضاع را سامان دهد، چند راهکار پیش روی او قرار دارد. در مرحله اول باید اعتماد ملی و عمومی را با شفاف‌سازی به مردم بازگرداند؛ به گونه‌ای که درآمد و ثروت مسئولان کاملاً شفاف‌سازی شود.

وی همچنین به اصلاح نظام مالیاتی به عنوان یکی از مسائل اصلی اشاره کرد و گفت: این موضوع از نان شب هم برای دولت واجب‌تر است. دولت باید بتواند پایه‌های مالیاتی در سه بخش ثروت و درآمد، عایدی سرمایه و به ویژه ثروت مهاجرین را اجرایی کند، اما سومین نکته به این برمی‌گردد که دولت باید در اسرع وقت واردات کالاهای اساسی و ضروری را ساماندهی کرده و این کار را خودش انجام دهد و کالاها را توزیع کند تا دهک‌های پایین آسیب نبینند.

این کارشناس، آزادسازی نرخ ارز را نیز مورد توجه قرار داد و گفت: دولت باید اجازه دهد تا بازار آزاد به طور رسمی فعالیت کرده و صرفاً‌ها طی عملیاتی سازماندهی‌شده به امور ارزی بپردازند و بر فعالیت آنها کنترل داشته باشد.

به گزارش ایسنا، این روزها و در شرایطی که بازار ارز اوضاع خوبی ندارد، با تغییراتی که اخیراً در بانک مرکزی ایجاد شد، همتی -رئیس کل جدید بانک مرکزی- وعده ایجاد اصلاحاتی در بازار را داده و گفته که برنامه‌هایی برای تحول در آن دارد که به زودی اعلام خواهد کرد. اینکه او چه استراتژی برای ساماندهی این وضعیت اجرایی خواهد کرد، موضوعی است که باید به زودی مشخص و آشکار آن را در بازار دید. هرچند که وجود انتظارات و اثرگذاری فضای بین‌الملل و جو روانی که بر بازار حاکم شده را نمی‌توان در شکل‌گیری شرایط فعلی و انتظارات مردم و به دنبال آن افزایش تقاضا برای خرید نادیده گرفت.

ابراز نگرانی از حجم نقدینگی در اقتصاد ایران

خبرهای ناخوش از چاپ اسکناس

بانک مرکزی با هر دلیل همچون پرداخت بدهی‌های بانکی نسبت به چاپ اسکناس اقدام کند، برای اقتصاد کشور مضر است، زیرا قیمت کالاها را افزایش و همچنین ارزش پول ملی را کاهش خواهد داد. رئیس کنفدراسیون صادرات اتاق بازرگانی ایران اظهار کرد: منابع پولی در هر کجا به‌خصوص بازار ارز، سکه و … قرار گیرد، اقتصاد را تحت تاثیر جدی قرار می‌دهد و تهدیدکننده است، بنابراین به نظر می‌رسد از موضوعات مهم و حاد اقتصاد، بحث نقدینگی‌ها و هدایت آن است. بهترین مکان برای هدایت نقدینگی، تولید و ارائه سهام واحدهای تولیدی در بورس است اما در فضای کسب و کار حال حاضر، شرایط برای هدایت این دست منابع پولی به بخش تولید بسیار کم است. لاهوتی تأکید کرد: دولت باید تلاش کند شرایط محیط کسب وکار را بهبود ببخشد و جذابیت را در بخش تولید افزایش دهد.

طلافروشان دیگر سکه برای فروش ندارند!

آرامش در بازار طلافروشان

دیگر بازار مطلع نیستند. محمودلی تصریح کرد: در این شرایط فروشنندگان دغدغه و دلپره دارند اما تعطیل نکرده‌اند. باید برای دغدغه و مشکلات آنها گوش شنوایی باشد و امیدواریم بانک مرکزی سیاست خوبی در نظر گیرد که مشکلات این بخش برطرف و همچون سابق خرید و فروش طلا با فراغ بال انجام شود.

به گفته رئیس اتحادیه طلافروشان، با توجه به اینکه التهابات در بازار سکه بیشتر است و جو روانی در این بخش وجود دارد، بعضاً تقاضای خرید سکه داریم، اما طلافروشان دیگر سکه ندارند که عرضه کنند و جایی نیست که بتوانند سکه خریداری کنند و پول سکه‌های

کارگران، زخم‌خوردگان تحریم!

در حالی که بیش از ۵۰درصد جمعیت کشور را کارگران تشکیل می‌دهند، بخش اعظمی از آنها در شرایط اقتصادی و معیشتی پابینی به سر می‌برند. فعالان کارگری همواره بر لزوم تقویت معیشت خانوارهای کارگری تاکید داشته و ارائه سبب حمایتی را در کنار افزایش دستمزد مطرح کرده‌اند.

به گزارش ایسنا، با وجود افزایش ۱۹.۵درصدی حداقل مزد کارگران در شورای عالی کار، این شورا به توافقی در خصوص افزایش حق مسکن و بن خواربار دست نیافت. از آخرین باری که حق مسکن کارگران به ۴۰ هزار تومان افزایش یافت و بن خواربار ۱۱۰ هزار تومان تعیین شد، چند سالی می‌گذرد اما به گفته فعالان حوزه کار با شرایط امروز اقتصاد و نوسانات شدید نرخ ارز که بسیاری از بازارهای داخلی را تحت تاثیر قرار داده باید راهکار اساسی برای بالا بردن قدرت خرید و تقویت معیشت کارگران اندیشید.

در ماه‌های اخیر نوسانات نرخ ارز و طلا موجب شده تا بسیاری از بازارهای داخلی از جمله مسکن نیز دچار آشفتگی شود. افزایش هزینه اجاره‌بها در کنار اقلام خوراکی زندگی بسیاری از خانوارهای کارگری و مستمیری‌بگیر را با دشواری همراه کرده است.

مقامات کارگری از مدت‌ها قبل پیشنهاد بازنگری دستمزد را مطرح کرده و تشکیل جلسه شورای عالی کار را خواستار شده بودند؛ به اعتقاد آنها در شرایط فعلی اقتصاد و با توجه به در پیش بودن تحریم‌ها نمی‌توان خانوارهای کارگری را نادیده گرفت و برای افزایش توان و تامین معیشت آنها باید راهکارهای منطقی و اساسی پیش‌بینی کرد. حمید نجف - کارشناس اقتصادی، اختصاص بسته کمک‌های غیرنقدی را بهترین راه حمایت از معیشت خانوارهای کارگری و کارمندان در دوران تحریم می‌داند. او می‌گوید شاید افزایش حقوق باعث افزایش نقدینگی و رشد تورم شود، ولی می‌توان بسته‌های حمایتی را به عنوان راهکار دوم پیش‌بینی کرد. این کارشناس اقتصادی از دولت می‌خواهد موادغذایی و ملزوماتی را که با دلار ۴۲۰۰ تومان خریداری شده وارد بازار نکند تا ناخواسته به افزایش قیمت‌ها دامن نزنند بلکه مستقیما از کارخانه‌هایی که دلار ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند، کالا خریداری و به دست کارگران و کارمندان برساند تا جلوی سوءاستفاده‌ها در بازار گرفته شود. به اعتقاد نجف تامین بسته‌های حمایتی با قیمت مصوب و خرید مستقیم آن از در کارخانه به نفع دولت است، چون ضمن قطع دست واسطه‌ها و سودجویان، هزینه‌ها را برای دولت کاهش می‌دهد. اما رئیس کانون عالی انجمن‌های صنفی کارگران، می‌گوید: در هفته‌های اخیر به دلیل شرایط حاکم بر اقتصاد و نوسانات نرخ ارز موضوع بازنگری دستمزد را مطرح و تشکیل جلسه شورای عالی کار را درخواست کردیم که خوشبختانه این موضوع در دستور کار شورا قرار گرفت. ابوالفضل فتح‌اللهی می‌افزاید: با مطالعه و مقایسه‌ای که درباره قیمت اقلام اساسی در سال گذشته و امسال تا پایان تیرماه انجام دادیم، متوجه شدیم که لیست اقلامی که سال قبل تعیین قیمت کرده بودیم تغییر کرده بود.

او در پاسخ به این پرسش که آیا شورای عالی کار برنامه‌ای برای افزایش حداقل مزد کارگران دارد یا نه؟ گفت: هنوز در مرحله مذاکرات و گفت‌وگوهای اولیه هستیم و قرار است کار گروه‌هایی برای راهبری موضوع بازنگری مزد تعیین و فعال شود.

فروش قطره‌چکانی لوازم خانگی

هیچ کس پاسخگو نیست

در شرایطی که بازار لوازم خانگی میزان افزایش قیمت است کالاهای ایرانی تا ۴۰درصد افزایش قیمت را تجربه کرده‌اند، توزیع قطره‌چکانی و نفروختن کالا هم مزید بر علت شده و متقاضیان را سردرگم کرده است. در این میان دستگاه‌های نظارتی و اتحادیه‌های متولی سکوت کرده و پاسخگو نیستند، اما نایبرئیس اتاق اصناف ایران می‌گوید عوامل بسیاری در بروز چنین مشکلاتی دخیل بوده و کمترین تقصیر بر گردن واحدهای صنفی و فروشندگان است. به گزارش ایسنا، نه‌تنها در بازار لوازم خانگی شاهد افزایش قیمت ۳۵ تا ۴۰درصد طی هفته گذشته هستیم بلکه واحدهای فروش معتقدند که توزیع قطره‌چکانی این کالاها از نسوی تولیدکنندگان صورت می‌گیرد و چنین چالش‌هایی گویای بحرانی جدی در حوزه لوازم خانگی است، اما حالا به نظر می‌رسد پرده دیگری از مشکلات در این بازار به چشم می‌خورد و آن اینکه همان توزیع و فروش قطره‌چکانی هم در اغلب واحدها قطع شده و کسی حاضر نیست کالای خود را به مردم بفروشد، چراکه نمی‌توانند جایگزین آن را از تولیدکنندگان یا برندهای خارجی مونتاژکننده بخرند و اساسا کسی به آن جنسی نمی‌فروشد تا بفروشند!

در این آشفتگی‌بازار، آنچه بیشتر از همه این مشکلات وضعیت نابسامان بازار لوازم خانگی را آشفته‌تر کرده این است که هیچ‌یک از مسئولان بخش دولتی مانند سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و اتحادیه‌های مرتبط با بازار و فروش لوازم خانگی حاضر به پاسخگویی درباره شرایط کنونی نیستند و کسی نمی‌داند چرا ناظران با متخلفان در این بازار برخورد نمی‌کنند.

تنها اظهاراتی که اخیرا از نسوی اتحادیه‌های بخش خصوصی منتشر شد، گفت و گوی تلویزیونی با دو رئیس اتحادیه فروشندگان و تولیدکنندگان لوازم خانگی بود که به منظره و سپس جنجال تبدیل شد یکی فروشندگان و واردکنندگان لوازم خانگی خارجی را که هنوز در بازار موجود بوده یا در داخل مونتاژ می‌شوند را مقصر این وضعیت دانست و دیگری تولیدکنندگانی که از ممنوعیت واردات لوازم خانگی بهره می‌برند اما کالای خود را قطره‌چکانی به بازار عرضه می‌کنند تا قیمت‌ها به نفع آنها افزایش یابد، متهم کرد!

سازمان حمایت موظف است به بازار ورود کند

در این باره رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تاکید دارد که سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان موظف است به صورت جدی در این رابطه ورود کند، این در حالی است که قیمت هیچ‌یک از لوازم خانگی در سامانه ۱۲۴ به‌روز نیست و از سوی دیگر تولیدکنندگان کالا را به صورت قطره‌چکانی به بازار عرضه می‌کنند و گویا شرایط به مذاق آنها خوش آمده است. حتی در بخش‌هایی شاهد هستیم که عوامل تولیدکنندگان لوازم خانگی را با قیمتی ۵۰درصد بالاتر به فروش می‌رسانند؛ با این حال فروشندگان برای فروش به تولیدکنندگان التماس می‌کنند اما آنها با صورت قطره‌چکانی کالا را در اختیار واحدهای فروش قرار می‌دهند.



مراحل پایانی بررسی و تصویب قرار دارد. لازم به ذکر است حدود ۶۰ منطقه ویژه دیگر توسط نمایندگان مجلس به این لایحه اضافه شده است.

به همین منظور اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنعتی و صنفی پوشاک طی دو نامه جداگانه به ریاست کمیسیون اقتصادی مجلس و دبیرخانه شورای عالی، به ترتیب به آثار سوء ادامه فعالیت و افزایش مناطق آزاد همچنین به راهکارهای پیشنهادی جهت اصلاح رویه‌های نادرست واردات و فروش اقلام مصرفی خارجی در مناطق آزاد اشاره نموده‌اند که این دو نامه به پیوست تقدیم می‌گردد.

به‌رغم پیگیری‌های مکرر به منظور اخذ نظرات و برگزاری جلسات حضوری جهت تبیین و عملیاتی نمودن پیشنهادهای، اما متأسفانه تاکنون هیچ پاسخی از سوی ایشان دریافت نگردیده است.

لذا خواهش‌مند است با توجه به اهمیت موضوع و لزوم اتخاذ مصالح نظام در افزایش دو برابری تعداد مناطق آزاد و ویژه کشور، تولیدکنندگان و بخش خصوصی را در سال «حمایت از کالای ایرانی» راهنمایی و یاری فرمایید.

واردات از طریق مناطق آزاد با ظاهری قانونی صورت می‌پذیرد که نتیجه‌ای جز تضعیف صنایع ملی و تولیدکننده داخلی را به همراه ندارد. این نوع عملکرد مناطق آزاد قطعاً با چهار هدف اصلی مندرج در بند ۱۱ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی یعنی (۱)انتقال فناوری‌های پیشرفته، (۲)گسترش و تسهیل تولید، (۳)صادرات کالا و خدمات و (۴) تأمین نیازهای ضروری و منابع مالی از خارج، مغایرت دارد؛ به‌گونه‌ای که مطابق آمار منتشرشده، به‌رغم اعطای انواع معافیت‌ها و امتیازات به این مناطق، واردات کالا به محدوده منطقه آزاد بیش از چهار برابر صادرات آنها می‌باشد، کمتر از ۵۲درصد صادرات کشور از طریق مناطق آزاد صورت می‌پذیرد، تنها حدود ۵درصد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در محدوده مناطق آزاد جذب گردیده، سالانه بیش از ۶۰۰ میلیون دلار کالای نهایی خارجی در پاساژها و غرفه‌های تجاری مناطق به فروش می‌رسد و متأسفانه آمار مشخص و شفاف از تولید و انتقال فناوری در این مناطق وجود ندارد.

از نسوی دیگر لایحه افزایش هشت منطقه آزاد و ۱۳ منطقه ویژه اقتصادی دیگر در کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در

اتحادیه پوشاک با تاکید بر اینکه مصالح نظام در افزایش دو برابری تعداد مناطق آزاد نیست در نامه به رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام اعلام کرد: تولیدکنندگان و بخش خصوصی را در سال «حمایت از کالای ایرانی» کمک کنید.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با ارسال نامه‌ای به رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام ضمن انتقاد از افزایش مناطق آزاد و ویژه کشور خواستار حمایت از تولیدکنندگان و بخش خصوصی در سال «حمایت از کالای ایرانی» شدند.

متن این نامه به شرح زیر است:

احتراما همانگونه که مستحضرید، صنعت پوشاک و زنجیره تأمین آن صدمات زیادی از ناحیه قاچاق و واردات بی‌رویه غیرقانونی متحمل شده است. واردات بی‌رویه پوشاک که عمدتاً بدون پرداخت عوارض ورودی و مالیات‌های مربوطه صورت می‌گیرد، موجب ایجاد شرایط نابرابر برای صنعت پوشاک کشور شده و عملاً امکان رقابت عادلانه و برابر را با رقبای خارجی دشوار نموده است. متأسفانه بخش قابل توجهی از این

امکان تجارت با ترکیه از طریق پول دیجیتال را هم داریم

(صکوک) رونمایی به عمل آمد. این سامانه جهت ارتقا و تسهیل تعاملات تجاری و خارجی در غرفه وزارت صنعت، معدن و تجارت رونمایی شد.

بنابراین گزارش از خدمات ویژه این سامانه ارائه راهکار مدرن مدیریت زنجیره تأمین، ارائه کارت اعتباری به منظور خرید از فروشگاه‌های صکوک، ارائه راهکارهای مدرن تأمین مالی زنجیره تأمین و مدیریت لجستیک و ارائه ابزارهای نوین، پرداخت اعتباری مدت‌دار، برای انجام معاملات تجاری و تسهیل در صدور ضمانت‌نامه‌های خرد تا سقف ۵۰میلیون تومان است.

طریق بانک‌های دو کشور نیز پیگیری می‌شود. وی افزود: هرچند که ممکن است برخی بانک‌های خصوصی به این موضوع تن ندهند، اما به هر حال راه‌های مختلفی برای تجارت دو کشور وجود دارد و شرکت‌ها و افرادی هستند که در این ارتباط راه را هموار می‌کنند.

نجفی در پاسخ به این سوال تسنیم که آیا در ایران زیرساخت‌های لازم برای تجارت از طریق پول الکترونیک وجود دارد یا خیر، گفت: در صورتی که زیرساخت‌های لازم برای تجارت از طریق پول الکترونیک فراهم شود امکان تجارت دو کشور با پول الکترونیک نیز فراهم است. بنابراین گزارش در این نمایشگاه از سامانه کشوری کسب و کار

معاون وزیر صنعت گفت که تبادل لیر با ریال مورد تصویب قرار گرفته است و از طریق بانک‌های دو کشور دنبال می‌شود و در صورت فراهم بودن زیرساخت‌ها امکان تجارت از طریق پول دیجیتال نیز وجود دارد.

به گزارش تسنیم، صادق نجفی روز گذشته در حاشیه نمایشگاه ال‌کامپ در پاسخ به سؤالی درباره اینکه ترکیه پیشنهاد داده که برای تجارت با ایران امکان مبادله پول از طریق لیر و ریال یا پول دیجیتال وجود دارد ایران در این ارتباط چه برنامه‌ای دارد، اظهار کرد: امکان تبادل لیر با ریال برای تجارت دو کشور مورد تصویب قرار گرفته و از

تخم‌مرغ گران شد

ضرورت اختصاص ارز کافی به واردات واکسن طیور

بیماری شدند که انتظار می‌رود هرچه سریع‌تر مسئولان ذی‌ربط ارز کافی به ترخیص واکسن‌های آنفلوآنزای موجود در گمرک اختصاص دهند تا شاهد اپیدمی بیماری همانند سال گذشته در کشور نباشیم.

نبی‌پور ادامه داد: اگرچه بنابر آمار سازمان دامپزشکی تاکنون ۳۰۰ هزار قطعه طیور ناشی از شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگاز در تیرماه معدوم شده است، اما اتحادیه نظر دیگری دارد.

به گفته رئیس هیات مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار، اگر امسال ارز کافی به واردات واکسن مورد نیاز تخصیص داده نشود، افزون بر تلفات بالای ۴۰میلیون طیور، قیمت تخم‌مرغ به‌شانه‌ای ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان خواهد رسید.

نبی‌پور گفت: با توجه به شرایط کنونی اقتصاد نمی‌توان پیش‌بینی خاصی برای بازار تخم‌مرغ داشت، اما به هر حال با کاهش قدرت خرید مردم و هجوم به سمت مصرف تخم‌مرغ، مجدداً قیمت دستخوش تغییر و تحولاتی قرار خواهد گرفت.

به گفته این مقام مسئول، مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) وجود ذرت و سویا در مرغداری‌ها را احتکار حساب کردند که این امر با انتقاد شدید تولیدکنندگان روبه‌رو شد، چراکه هر یک از واحدها برای یک ماه باید حداقل ذخیره داشته باشند.

وی درباره آخرین وضعیت آنفلوآنزای حاد پرندگان بیان کرد: با توجه به گرمای شدید در تیرماه، تعدادی از واحدهای بومی و صنعتی درگیر

یک مقام مسئول گفت که اگر ارز کافی به واردات واکسن مورد نیاز تخصیص داده نشود، قیمت تخم‌مرغ به‌شانه‌ای ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان خواهد رسید.

ناصر نبی‌پور، رئیس هیات مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش ۹۰۰ تومانی هر کیلو تخم‌مرغ در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون هر کیلو تخم‌مرغ درب مرغداری ۷ هزار و ۵۰۰ و شانه‌ای ۱۵هزار تومان است.

وی اعتراض کامیون‌داران مشهد برای حمل بار، کاهش قدرت خرید مردم برای گوشت قرمز و هجوم به سمت خرید تخم‌مرغ را دلیل اصلی افزایش قیمت در روزهای اخیر اعلام کرد.

رنو پارس در ایران می‌ماند

دبیر انجمن خودروسازان ایران در خصوص خروج رنو از بازار ایران اظهار داشت در حال حاضر آمریکا فشار بسیار زیادی را به اروپایی‌ها وارد می‌کند لذا قرارداد سازمان گسترش فعلاً در حال تعلیق است، البته خوشبختانه قطعه‌سازان داخلی قراردادهای آنچنانی با سازمان گسترش بابت این قرارداد منعقد نکرده‌اند که حالا متضرر شوند. احمد نعمت‌بخش در گفت‌وگو با خبر خودرو افزود: در حال حاضر شرکت رنو کاملاً از ایران خارج نشده است و شرکت رنو پارس با سابقه ۱۵ ساله همچنان در حال انجام فعالیت است و مدیران این شرکت سعی کرده‌اند به اندازه نیاز ۴ تا ۵ ماه آینده خریدهای خارجی خود را انجام دهند، لذا برای تولید محصولاتی مانند ال ۹۰ و ساندرو در چند ماه آینده مشکلی وجود ندارد. وی ادامه داد: فقط قطعه‌سازان داخلی باید قطعات مورد نیاز شرکت‌های پارس خودرو و ایران خودرو را به‌موقع به خط تولید آنها برسانند ولی متأسفانه مشکلات قطعه‌سازان برای تأمین مواد اولیه و وابستگی‌هایی که به خارج از کشور دارند و همچنین معضلات اخیر گشایش اعتبارات و خرید بدون انتقال ارز، موجب شده است که میزان تولید خودروسازان نسبت به زمان مشابه سال گذشته کاهش یابد. نعمت‌بخش در پایان تصریح کرد: در حال حاضر ایران خودرو و پارس خودرو، خودروهای ال ۹۰ و ساندرو را تولید می‌کنند و برای تولید این محصولات تا چند ماه آینده مشکلی وجود نخواهد داشت. وی افزود: در بحث تأمین قطعات در بخش خدمات پس از فروش نیز برای خودروهای ال ۹۰ و ساندرو مشکلی وجود ندارد و قطعات مورد نیاز برای این خودروها تا چند ماه آینده تأمین شده است.

راهکار مقابله با تحریم‌های داخلی صنعت خودرو و قطعه چیست؟

سختگوی کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی، در خصوص مقابله با تحریم‌ها اظهار داشت که چنانچه قرار باشد ما خود را با تحریم‌هایی که در حال تشدید است هماهنگ کنیم، قطعاً اولین گام شناسایی افرادی است که در بازار اختلال ایجاد می‌کنند و چنانچه این اقدام صورت نگیرد از آشفته‌بازار بوجود آمده افراد زیادی سواستفاده خواهند کرد. به گزارش پدال نیوز، سیدکاظم دلخوش ابتری در ادامه افزود: از سوی دیگر متأسفانه با وجود اینکه تحریم‌های بین‌المللی به‌زودی آغاز می‌شوند، تحریم‌های داخلی زودتر در حال انجام هستند از جمله اینکه بانک‌ها شرایط سختگیرانه‌ای برای گشایش اعتبار قرار داده‌اند و مشکلات زیادی را برای قطعه‌سازان و خودروسازان به وجود آورده‌اند لذا برای حفظ حقوق مردم و بیت‌المال در چنین شرایطی دولتمردان باید برنامه‌ریزی اصولی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت داشته باشند. نماینده مردم صومعه‌سرا در مجلس شورای اسلامی با بیان اهمیت حمایت از حقوق مردم گفت: قوانین کافی برای برخورد با سواستفاده‌گران وجود دارد لذا باید بدون تعارف کسانی که در حال سواستفاده از شرایط هستند به عنوان محکومان جنگ اقتصادی شناسایی شده و مورد برخورد جدی قرار گیرند.

وی در ادامه افزود: مدیران کشور نباید با پیشامد وضعیت‌های اینچنینی سریع مرعوب شوند، بلکه باید مدیریت شرایط بحرانی و خاص را بلد باشند نه اینکه خود مدیران به شرایط پیش‌آمده دامن بزنند و در چنین شرایطی باید مدیران، مسئولان، کارمندان و مردم جملگی اتحاد داشته باشند و نباید فقط به نقد یکدیگر بپردازند. وی تأکید کرد: درحال حاضر مشکل قطعه‌سازان عدم تأمین ارز مورد نیاز برای واردات قطعه است که اگر دولت ضرب‌الاجلی تعیین نکند تولید خودرو به شدت کاهش خواهد یافت و به دنبال آن افزایش قیمت خودرو و تعدیل نیرو خواهیم داشت. سختگوی کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در پایان تصریح کرد: متأسفانه در حال حاضر با وجود اینکه هنوز تحریم‌ها شروع نشده است شاهد بروز مشکلاتی در بازار خودرو، ارز و طلا هستیم که بخشی از این مشکلات به برنامه‌ریزی نادرست دست‌اندرکاران ذی‌ربط مربوط است و بخش دیگری نیز به عدم برخورد قاطع با متخلفان بازمی‌گردد.

واردکنندگان متخلف خودرو از مردم عذرخواهی کنند

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت خواستار عذرخواهی رسمی شرکت‌های واردکننده خودروی دخیل در پرونده فساد در ثبت سفارش و واردات غیرقانونی خودرو از مردم شد. به گزارش ایران اکونومیست، ابوالفضل خلخالی اظهار کرد: در تمام دنیا اگر تخلفی از سوی یک شرکت صورت گیرد مخصوصاً اگر آن شرکت برند باشد، برخورد شدیدتری نسبت به آن صورت می‌گیرد تا تخلفاتی که از سوی افراد حقیقی و عادی سر می‌زند. وی با بیان اینکه در پرونده واردات غیرمجاز خودرو شاهد تخلف چند برند اصلی واردکننده خودرو بوده‌ایم، خاطرنشان کرد: اولین گام برای جبران این تخلف این است که شرکت‌های واردکننده خودروی متخلف به دلیل اشتباه بزرگی که کرده‌اند، به صورت رسمی از مردم عذرخواهی کنند. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: علاوه بر این به گزارش ایران اکونومیست، ابوالفضل خلخالی اظهار کرد: در تمام دنیا اگر تخلفی از سوی یک شرکت صورت گیرد مخصوصاً اگر آن شرکت برند باشد، برخورد شدیدتری نسبت به آن صورت می‌گیرد تا تخلفاتی که از سوی افراد حقیقی و عادی سر می‌زند. وی با بیان اینکه در پرونده واردات غیرمجاز خودرو شاهد تخلف چند برند اصلی واردکننده خودرو بوده‌ایم، خاطرنشان کرد: اولین گام برای جبران این تخلف این است که شرکت‌های واردکننده خودروی متخلف به دلیل اشتباه بزرگی که کرده‌اند، به صورت رسمی از مردم عذرخواهی کنند. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: علاوه بر این به گزارش ایران اکونومیست، ابوالفضل خلخالی اظهار کرد: در تمام دنیا اگر تخلفی از سوی یک شرکت صورت گیرد مخصوصاً اگر آن شرکت برند باشد، برخورد شدیدتری نسبت به آن صورت می‌گیرد تا تخلفاتی که از سوی افراد حقیقی و عادی سر می‌زند. وی با بیان اینکه در پرونده واردات غیرمجاز خودرو شاهد تخلف چند برند اصلی واردکننده خودرو بوده‌ایم، خاطرنشان کرد: اولین گام برای جبران این تخلف این است که شرکت‌های واردکننده خودروی متخلف به دلیل اشتباه بزرگی که کرده‌اند، به صورت رسمی از مردم عذرخواهی کنند. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: علاوه بر این به گزارش ایران اکونومیست، ابوالفضل خلخالی اظهار کرد: در تمام دنیا اگر تخلفی از سوی یک شرکت صورت گیرد مخصوصاً اگر آن شرکت برند باشد، برخورد شدیدتری نسبت به آن صورت می‌گیرد تا تخلفاتی که از سوی افراد حقیقی و عادی سر می‌زند.

دو نرخی شدن بنزین مطرح نیست



بنابراین دو نرخی شدن بنزین صحت ندارد و فعلاً افزایش قیمت بنزین هم مطرح نیست.

بختیار تصریح کرد: سهمیه‌بندی بنزین هم فعلاً مطرح نشده است و هیچ تغییری در ترتیبات قبلی در موضوع بنزین و حامل‌های انرژی نداشتیم. در زمینه تأمین بنزین با توجه به اینکه فاز دوم پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس هم به بهره‌برداری رسید حدود ۲۴۰ هزار بشکه بنزین از این پالایشگاه بزرگ استحصال می‌شود و تا انتهای امسال هم فاز سوم آن به بهره‌برداری می‌رسد. بنابراین مشکلی در تأمین بنزین نخواهیم داشت.

این عضو کمیسیون انرژی در مجلس شورای اسلامی، گفت: در رابطه با سایر حامل‌های انرژی مانند برق امسال با مشکل جدی خاموشی‌ها مواجه هستیم که ناشی از مصرف غیربینه است. حدود ۵۰۰۰ مگاوات از نیروگاه‌های برقی‌ابی را که برق را در زمان اوج مصرف تأمین می‌کردند به دلیل نبود بارش‌های مناسب نداریم و این ۵۰۰۰ مگاوات را کسری داریم.

وی افزود: از طرفی عدم بهینه مصرف کردن برق یکی دیگر از مشکلات است. به همین دلیل در مجلس بررسی می‌کنیم تا بتوانیم دهک‌های دهم، نهم و هشتم را که به صورت غیربینه برق مصرف

یک عضو کمیسیون انرژی در مجلس شورای اسلامی گفت دو نرخی شدن بنزین در کمیسیون انرژی طرح نشده و حداقل این است که در قانون بودجه ۹۷ که تصویب کردیم دو نرخی شدن بنزین و گران کردن آن را به دولت اجازه ندادیم.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، علی بختیار در خصوص احتمال دوبرخی شدن بنزین، اظهار کرد: تاکنون چنین موضوعی در کمیسیون انرژی طرح نشده است و حداقل این است که در قانون بودجه ۹۷ که تصویب کردیم دو نرخی شدن بنزین و گران کردن آن را به دولت اجازه ندادیم. دولت در لایحه خود بحث افزایش قیمت حامل‌های انرژی را در تبصره ۱۸ قانون بودجه ۹۷ و درآمد ۱۷ هزار میلیارد تومانی را پیش‌بینی کرده بود.

وی در همین خصوص افزود: اما کمیسیون انرژی مجلس در اولین گام رأی به حذف تبصره ۱۸ قانون بودجه داد. در کمیسیون تلفیق بودجه ۹۷ باز همین مسیر دنبال شد و هم‌اکنون موضوع افزایش قیمت بنزین و دو نرخی شدن آن تاکنون در این کمیسیون مطرح نشده است و اگر این کار بخواهد انجام شود باید دولت در این خصوص از مجلس اجازه بگیرد.

نماینده مردم گلپایگان و خوانسار در مجلس شورای اسلامی گفت:

تعیین عوارض سالانه پلکانی خودرو به جای ممنوعیت واردات

این مورد یکی از راه‌حل‌ها، تعیین عوارض سالانه و مالیات سالانه بر اساس قیمت خودرو و تولیدکننده خودرو است. در حال حاضر برخی به دلیل درآمدزایی به واردات خودرو روی می‌آورند که لازم است با تغییر در استراتژی سطح کلان نسبت به بهبود شرایط اقدام کرد. در سطح کلان بیشتر مسئولان در سخنرانی‌ها، همایش‌ها و کنگره‌ها بحث حمایت از تولید داخلی و اقتصاد مقاومتی را با آب و تاب و مخلصانه مطرح می‌کنند، اما ظاهراً تصمیم‌سازها که زیر نظر آنها کارهای اجرایی را سامان می‌دهند کار خود را می‌کنند و این مسئولان با توجه به مشغله زیاد فرصت نمی‌کنند از آنچه رخ می‌دهد به صورت موشکافانه باخبر شوند. این کارشناسان کهنه‌کار که در رده‌های دوم و سوم در سازمان‌های مهم تصمیم‌سازی می‌کنند راه خود را می‌روند و بدون توجه به منافع ملی، این بالاها را سر تولید داخل و اقتصاد کشور آورده‌اند. پس بهتر است به جای سخنرانی، اقدامات عملی و قانونی و اجرایی به نحوی باشد که خود به خود شرایط تولید فراهم شود. مدیریت‌های کلان که از شغلی به شغلی می‌چرخند و افرادی که در گذشته در سمت‌های مختلف بوده‌اند و نتوانسته‌اند کارایی خود را نشان دهند بهتر است جای خود را به ایده‌ها و افراد جدید دهند. بدین ترتیب با تزریق ایده‌های

در حالی صنعت خودرو و همچنین سایر صنایع کشور با مشکلات عدیده‌ای مواجه شده‌اند که در سال‌های گذشته ارز زیادی صرف واردات انواع خودرو شده و محدودیت‌های کمی در نظر گرفته شده بود. به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، حال با ممنوعیت واردات در تلاش برای حفظ و کنترل ارز موجود در کشور هستیم. درحالی‌که بر اساس اصول اقتصاد آزاد نباید به صورت قهری مانع از واردات خودرو شد، بلکه باید انگیزه واردات غیرضروری را خشکاند. به عبارت دیگر، لازم است شرایط را به نحوی مهیا کرد که نتیجه مطلوب فراهم شود. برای نمونه اگر شرایط رشد و نمو میکروپ فراهم شد نمی‌توانید انتظار داشته باشید محیط سالم و تمیز و بدون میکروپ داشته باشید. یعنی باید ریشه‌ها را درمان کرد تا میوه و ثمره آن سالم و مطلوب باشد. وقتی قرار است حمایت از تولید داخل مدنظر قرار گیرد، باید ارز دولتی به مواد اولیه و قطعات منفصله اختصاص یابد نه به یک خودروی کامل، اما دولت‌ها در این زمینه ضعیف عمل کرده‌اند و این تنها مربوط به شرایط پیش‌آمده اخیر نیز نیست.

در این شرایط بهترین تصمیم برای کنترل واردات خودرو، تحمیل هزینه‌هایی به واردکننده‌ها و مصرف‌کننده‌های کالای خارجی است. در

آیا تولید خودروی پاک در ایران عملی است؟

برقی‌ها با لغو معافیت تردد در مناطق طرح ترافیک، افزایش چشمگیر تعرفه واردات خودروها و انتقال اطلاعات اشتباه به ریاست‌جمهوری بالا گرفت و این خودروها رفته‌رفته اقبال خود را از دست دادند. تلاش‌های بسیار رسانه‌های تخصصی حوزه خودرو بالاخره جواب داد و هرچند نتیجه مثبت چندانی به همراه نداشت، حداقل باعث شد دولتمردان با پدیده پیچیده خودروهای هیبریدی و برقی بیشتر آشنا شوند و در بیانات خود پیرامون این موضوع احتیاط بیشتری به خرج دهند.

توافق‌نامه‌ای که دیر امضا شد

روز گذشته خبری مبنی بر امضا توافق‌نامه‌ای سه‌جانبه میان آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صمت، جهاد دانشگاهی و بخش خصوصی پیرامون تولید خودروهای برقی و هیبریدی منتشر شد که هرچند دیر اما خبر خوبی است.

در این راستا، حسن کریمی‌سنجری، کارشناس حوزه خودرو، در رابطه با این تاخیر در درک نیاز به حضور خودروهای پاک در سبب محصولات خودرویی کشور می‌گوید: «به نظر من برای انجام هر کار خوب و درست هیچ وقت دیر نیست. بحث آن است که تا سال ۲۰۳۰ بیش از ۳۰ تا ۲۵ درصد میل بازار خودرو جهانی به خودروهای پاک از جمله برقی و هیبریدی خواهد بود. شرکت‌های خودروساز جهان نیز همگی بر این پایه برنامه‌ریزی می‌کنند تا به شکل مشترک با مستقل بخشی از سبد محصول خود را به این نوع خودروها اختصاص دهند. با

این اوصاف اگر از وضعیت اقتصادی و سیاسی کشور چشم‌پوشی کنیم، دستیابی به این نتیجه و اقدام در راستای آن هنوز هم دیر نیست.»

اجرا، ضعف همیشگی صنعت

این کارشناس در رابطه با توان طراحی و تولید این دست خودروها در کشور می‌گوید: «بحث دانش فنی از بحث تکنولوژی ساخت جدا است. دانش فنی که بیشتر به تئوری و مبانی موضوع برمی‌گردد شاید تا حدودی در دانشکده‌ها و میان محققان ما وجود داشته باشد اما اگر قرار باشد این دانش فنی به سوره قابل تولید تبدیل شود بدون شک به مشکل برخوردیم خورد.» کریمی‌سنجری ادامه می‌دهد: «حتی خودروسازان مطرح چینی که در زمینه تولید خودروهای برقی موفق عمل کردند در ابتدای مسیر از بسیاری از خودروسازان مطرح و درجه یک جهانی کمک گرفته‌اند. هرچند میان ساختار فنی خودروهای برقی و هیبریدی با نمونه‌های رایج سوخت فسیلی تفاوت‌های بسیاری وجود دارد اما برای تجاری‌سازی و تولید انبوه کردن آن دانش فنی که در اختیار داریم به حضور، همکاری و مشارکت برخی شرکت‌های تحقیقاتی و خودروسازی معروف در این پروژه نیاز خواهیم داشت که این مهم هم در افزایش سرعت و چابکی پیشرفت موضوع و هم در انتقال تکنولوژی و تکنیک‌های به‌خصوص کمک می‌کند. طراحی مجدد چرخ از نقطه آغازین کار بهبودهای است، در نتیجه به منظور تسریع فرآیند باید از تجربه شرکت‌های پیشرو و متبحر بهره‌مند شد.»



رویداد «علوم داده و کار آفرینی» برگزار می‌شود

رویداد «علوم داده و کار آفرینی» در پژوهشگاه دانش‌های بنیادی شهر بورماه سال جاری برگزار می‌شود. به گزارش مهر به نقل از پژوهشگاه دانش‌های بنیادی، در راستای برگزاری سلسله رویدادهای «علوم داده»، رویداد «علوم داده و کار آفرینی» در سوم و چهارم شهریور در محل پژوهشگاه برگزار می‌شود. دکتر پژمان لطفی کامران، دبیر رویداد «علوم داده و کار آفرینی» گفت: با توجه به اهمیت علم داده و رشد روزافزون آن، پژوهشگاه دانش‌های بنیادی از سال گذشته اقدام به برگزاری رویدادهای مرتبط با «علوم داده» کرده است که نمونه اخیر آن مدرسه تابستانی مقدماتی «علم داده» بود که در تیرماه سال برگزار شد.

دریچه

نمایشگاه الکامپ ۲۴، عرصه رقابت برترین استارت‌آپ‌ها

۱۰ درصد استارت‌آپ‌های امسال در الکامپ چهار سال پیش هم حضور داشتند

وی اظهار داشت: ۱۰ درصد استارت‌آپ‌هایی که امسال در الکامپ شرکت کردند، در الکامپ‌های چهار سال پیش هم حضور داشتند و این مجموعه‌ها در طول این مدت دوام آوردند و در چهارمین دوره الکام استارز هم شرکت کردند. برهمند افزود: حضور آنها نشان‌دهنده تداوم کار این تعداد از شرکت‌های استارت‌آپی است. تداوم فعالیت ۱۰ درصد استارت‌آپ‌ها در این حوزه پرریسک، قابل توجه است. وی اظهار داشت: ۴۰ درصد استارت‌آپ‌هایی که امسال حضور دارند، سال پیش هم در این رویداد شرکت کرده بودند، اما امسال در فضای بزرگ‌تری شرکت کردند. این تعداد در سال قبل یک میز ساده داشتند و امسال از ۱۲ متر مربع به بالاتر فضا را به خود اختصاص دادند.

مسئول الکام استارز بیان داشت: این استارت‌آپ‌ها در سخت‌ترین شرایط کشور مشغول فعالیت هستند که این موضوع نشان‌دهنده ایده مناسب و اراده قوی آنان در این مسیر است.

وی ادامه داد: زمانی که الکام استارز راه‌اندازی شد، عده‌ای به عنوان بخش لوکس و انتزاعی نمایشگاه به آن نگاه می‌کردند، اما طرف این چهار سال در عمل مشاهده کردیم که علاوه بر اینکه این بخش لوکس نبوده، بلکه بخشی از نیازهای اساسی مردم را پاسخ داده‌اند.

به گفته برهمند، علاوه بر تبادل پول از طریق الکترونیک یا جابه‌جایی درون‌شهری مردم، شاهد فعالیت در زمینه‌هایی مانند تهیه غذا و تأمین خدمات منزل و خشکشویی و نانواپی آنلاین، شست‌وشوی خودرو با فناوری نانو هستیم که از دیگر خدمات قابل ارائه از سوی این مجموعه‌ها است.

وی افزود: این شرکت‌ها در تأمین نیازهای روزمره شهروندان نقش مؤثر دارند و استارت‌آپ دیگر یک مفهوم فناورانه صرف نیست زیرا این مجموعه‌ها در حال برطرف کردن نیازهای مردم هستند.

استارت‌آپ‌های ایرانی و توانایی ورود به بازارهای جهانی

وی افزود: برخی استارت‌آپ‌های ایرانی، توانایی ورود به بازارهای جهانی را دارند و باید زمینه حضور آنان فراهم شود تا با توانمندی لازم وارد این عرصه شوند. برهمند اظهار داشت: بدون شک برخی سدهای بین‌المللی به ناحق در برابر جوانان ایرانی قرار دارد که تحریم از جمله آنهاست و هدف ایجاد مانع برای حضور این جوانان در عرصه جهانی است.

وی بر لزوم ایجاد زیرساخت‌های لازم از سوی دولت در زمینه حضور مؤثر این شرکت‌ها تأکید کرد و گفت: تدابیری از جمله حذف بیمه و مالیات یا برداشتن قوانین، مقررات و ضوابط دست و پاگیر باید اتخاذ شود تا شرکت‌های استارت‌آپی با توانمندی بیشتر وارد بازارهای خارجی شوند.

برهمند ادامه داد: برآورد کارشناسان این حوزه این است که بدنه وزارت ارتباطات به‌شدت در این زمینه نوگرا بوده و در سال‌های اخیر فعالیت‌های خوبی در این زمینه انجام داده ولی همراه شدن سایر بخش‌های دولت هم خیلی مهم است که این کار باید انجام گیرد.

مسئول الکام استارز اظهار امیدواری کرد که نمایشگاه‌هایی مانند الکامپ کمک کند تا بقیه بدنه دولت هم همراه این شرکت‌ها شده و زمینه را برای فعالیت بهتر شرکت‌های استارت‌آپی فراهم آورد.

نمایشگاه الکامپ رویداد تجاری در عرصه تولید و عرضه محصولات و خدمات صنایع الکترونیک و رایانه است که همه‌ساله با حضور گسترده و چشمگیر دست‌اندرکاران این حوزه و مخاطبان آنها در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.

در این نمایشگاه آخرین دستاوردهای این صنعت اعم از سخت‌افزار و نرم‌افزار به علاقه‌مندان ارائه شده و فرصتی بی‌بدیل برای تبادل نظر و مذاکره در اختیار شرکت‌کنندگان قرار می‌گیرد.

بیست‌وچهارمین نمایشگاه الکامپ عرصه مناسبی برای رقابت و معرفی بهترین استارت‌آپ‌ها در این رویداد است. به گزارش ایرنا، بیست‌وچهارمین نمایشگاه الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ ۲۴) ۶ تا ۹ مرداد به همت سازمان نظام صنفی رایانه‌ای در محل دائم نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برپاست و نزدیک به ۴۰۰ استارت‌آپ در غرفه‌های ۸، ۱۰، ۱۱ و ۵ در بخشی به نام الکام استارز و استارت‌آپ استارز (startup stars) دستاوردهای خود را به نمایش می‌گذارند. استارت‌آپ‌ها، کسب‌وکارهای نوپا هستند که تکرارپذیر در بازارهای مختلف و مقیاس‌پذیر برای مخاطب هدف باشند و کار آفرینی در میان نسل جوان و تحصیلکرده را تسهیل می‌کنند. هم‌زمان با برگزاری این نمایشگاه، کمیته اجرایی با فراخوانی در پایگاه اطلاع‌رسانی نمایشگاه الکامپ زمینه رقابت استارت‌آپ‌های علاقه‌مند را در رویداد الکام پیچ (pitch) فراهم آورده است.

به گفته فرید خواهشی از ستاد اجرایی نمایشگاه، نمایندگان استارت‌آپ‌های مایل به حضور در این رویداد علمی باید در ۳ دقیقه خود را رونق فعالیت‌شان را توضیح دهند و ۳ دقیقه نیز وقت دارند به سؤالات ۱۰ داور حاضر پاسخ دهند. این رویداد از روز اول نمایشگاه در دو نوبت صبح و عصر در فرصتی حدوداً سه ساعته در انتهای غرفه ۹ برگزار شده و در مجموع ۷۸ تیم استارت‌آپی در آن به ارائه دستاوردهای خود می‌پردازند. برندگان بر اساس امتیازات داوران که خود نیز از کار آفرینان و چهره‌های مطرح و دانشگاهی هستند، از جوایز نقدی، کمک هزینه شرکت در نمایشگاه‌ها و عنوان شرکت خلاق بهره‌مند خواهند شد.

الکام استارز بزرگ‌ترین گروه‌های استارت‌آپی کشور

مسئول بخش الکام استارز نمایشگاه الکامپ نیز در گفت‌وگو با ایرنا اظهار داشت: استارت‌آپ‌ها یکی از موتورهای اصلی و قلب تپنده الکامپ و حتی موتورهای اصلی بازار فناوری ایران هستند. این رویداد نیز از لحاظ وسعت، بزرگ‌ترین گروه‌هایی استارت‌آپ‌ها در ایران به حساب می‌آید. آرش برهمند افزود: امسال چهارمین دوره حضور شرکت‌های استارت‌آپی در نمایشگاه الکامپ است و جوانان خلاق ایرانی با حضور در این رویداد بزرگ فناورانه، دستاوردهای خود را در معرض نمایش می‌گذارند. وی اظهار داشت: سعی شده الکامپ امسال به یک زیرساخت مناسب برای تعامل بیشتر بین بخش‌های مختلف تبدیل و بوم‌زیست استارت‌آپ‌ها کشور شود. مسئول الکام استارز افزود: هرچند در حال حاضر در برخی زمینه‌ها، وضعیت مطلوبی برای کسب‌وکارها نیست، اما همچنان این بخش از نمایشگاه پرشور و با هیجان در حال برگزاری است. برهمند الکام پیچ را یکی از برنامه‌های اصلی الکام استارز اعلام کرد و گفت: حدود ۸۰ استارت‌آپ به مدت چهار روز برگزاری نمایشگاه، فعالیت‌های خود را ارائه داده و دستاوردهای خود را در معرض داوری قرار می‌دهند. وی، الکام تاکز، به‌عنوان تریبون آزاد برای بیان برنامه‌ها، نظرات و انتقادات استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده، را از دیگر بخش‌های الکام استارز اعلام کرد و گفت: در الکام استارز، استارت‌آپ‌ها مشاوره کسب‌وکار دریافت می‌کنند.

تعداد شرکت‌های استارت‌آپی در الکامپ ۲۴

به ۴۲۰ شرکت رسید

برهمند به افزایش چشمگیر تعداد و فضای فیزیکی شرکت‌های استارت‌آپی حاضر در نمایشگاه الکامپ ۲۴ اشاره کرد و گفت: در نمایشگاه امسال ۴۲۰ شرکت استارت‌آپی حضور دارند که در پنج سالن این نمایشگاه جایابی شدند.

وی با اشاره به اینکه الکام استارز امسال دوره چهارم را سپری می‌کند و یکی از زیرمجموعه‌های نمایشگاه الکامپ است، افزود: الکام استارز چهار سال پیش به منظور معرفی ایده‌های نوآورانه و آشنایی بیشتر مردم و مسئولان با این ایده‌ها در این حوزه آغاز به کار کرد تا فضای حمایتی مناسبی برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان فراهم شود. مسئول الکام استارز ادامه داد: در سال اول ۶۰ استارت‌آپ در این نمایشگاه شرکت کرده بودند، در سال دوم این تعداد به ۱۲۰ استارت‌آپ رسید، در سال سوم با افزایش چشمگیر شاهد حضور ۲۶۰ شرکت استارت‌آپ بودیم که امسال این تعداد به ۴۲۰ شرکت رسیده است.

افزایش رشته‌های دانشگاه آزاد براساس آینده پژوهشی در تولید ثروت

محصولات دانش‌بنیان امکان‌پذیر است. رهبر تأکید کرد: در بسیاری از واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی محصولات مشابه دانش‌بنیان تولید می‌شود که باید برای تجاری‌سازی و فروش مطلوب محصولات با سازوکاری مشخص جمع شوند.

وی تجاری‌سازی محصولات را منوط به معرفی صحیح محصول به بازار و مصرف‌کننده عنوان کرد و افزود: کاهش هزینه‌های تولید، تضمین صرفه اقتصادی و افت درصد خطرپذیری از ضرورت‌های تجاری‌سازی محصولات است.

رئیس دانشگاه آزاد برنامه‌ریزی برای شناخت پژوهش‌های ثروت‌آفرین دانش‌بنیان را از استراتژی‌های این دانشگاه عنوان کرد و گفت: فعالیت دانشگاه در ۳۰ سال گذشته منحصر به

حوزه توسعه آموزش بوده، اما ۳۰ ساله دوم فعالیت‌های این دانشگاه بر حسب نیازهای تاریخی و حیاتی کشور به حوزه پژوهش و فناوری اختصاص دارد.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی گفت که واحدهای این دانشگاه برای افزایش رشته‌ها با توجه به آینده‌پژوهشی و گسترش علم در حوزه تولید ثروت اقدام کنند.

به گزارش مهر به نقل از دانشگاه آزاد اسلامی، فرهاد رهبر در بیست و یکمین شورای دانشگاه آزاد اسلامی استان کردستان گفت: برنامه‌ریزی برای توسعه محصولات دانش‌بنیان و فعالیت‌های پژوهشی از ضرورت‌های ادامه حیات و رسالت دانشگاه است.

وی افزود: باتوجه به کاهش جمعیت دانش‌آموزی کشور، طبیعی است تعداد دانش‌جویان نیز کم شود، اما در سال‌های آینده شاهد افزایش دانشجو خواهیم بود، چراکه خروجی آموزش و پرورش متقاضی تحصیل در دانشگاه‌ها هستند.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی با تأکید بر افزایش منابع مالی غیرشهریه‌ای و کاهش وابستگی به شهریه دانش‌جویان خاطر نشان کرد: این امر تنها با انجام فعالیت‌های پژوهشی، کار آفرینی و تجاری‌سازی



توسعه شرکت‌های نوآور با برات الکترونیکی

یک خدمت ارزشمند در زمینه ارائه خدمات الکترونیکی محسوب می‌شود، چراکه می‌تواند فرآیندها را با کاهش حجم و زمان برای کاغذبازی به منظور درخواست تأمین وام تسهیل کند که این مسئله برای کسب و کارهای نوپا

با توجه به ضرورت تأمین مالی‌های پرسرعت یک مزیت محسوب می‌شود. آذری‌چهرمی با اشاره به خصوصیات برات الکترونیکی، گفت: یکی از مسائل مهم در زمینه برات الکترونیک شفاف‌سازی در مسائل مالی و کاهش اثرات گردش پول نقد در سیستم کشور است؛ در حقیقت اگر یک کسب و کار در پرورده خود نقص و مشکلاتی داشته باشد با توجه به الکترونیکی بودن سیستم قابلیت پذیرش کسب و کار برای صدور برات وجود ندارد و تخلف در این حوزه صفر می‌شود. وی افزود: از سوی دیگر با توجه به اینکه گردش پول نقد باعث افزایش حجم نقدینگی و مشکلات

بزرگ در سیستم اقتصادی و بانکی کشور می‌شود، سیستمی مانند برات الکترونیک می‌تواند علاوه بر کاهش مشکلات شرکت‌ها و بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد نیز مثبت عمل کند.

یک عضو کابینه دوازدهم گفت که با توجه به اهمیت تأمین مالی برای کسب و کارهای نوآور، برات الکترونیکی می‌تواند بستری برای رشد اکوسیستم و توسعه شرکت‌های نوآور و در نهایت شکوفایی اقتصادی ایجاد

کند. به گزارش مهر به نقل از پژوهشکده پولی و بانکی، محمدجواد آذری‌چهرمی درباره استفاده از برات الکترونیکی برای کسب و کارها، اظهار داشت: بسیاری از کسب و کارها و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط از جمله استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان جامعه‌ای شامل کسب و کارهای کوچک و بزرگ با نیاز تأمین مالی پرسرعت در زمینه خرید اعتباری یا تأمین منابع مالی مشکلاتی دارند و ابزار مالی تحت عنوان برات که البته قبلاً نیز در سیستم بانکی بوده حالا به صورت الکترونیکی به عنوان یک بستر ملی با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی درآمده است و می‌تواند

مشکلات را کاهش دهد. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با بیان اینکه برات الکترونیک باعث رشد و شکوفایی اقتصاد کشور و کاهش رانت‌ها خواهد شد، گفت: در صورتی که سامانه برات به صورت کامل الکترونیکی باشد، واقعا



چگونه نام تجاری خود را مانند نامهای تجاری بزرگ پررنگ نشان دهیم



۱۴ توصیه برندسازی از سوی کارآفرینان مستقل (بخش اول)

ترجمه: علی آل علی

امروزه بازار فعالیت آزاد برای شرکت‌های مختلف بیش از هر زمان دیگری داغ است. با توجه به حضور کارآفرینان حرفه‌ای در کسب‌وکارهای مختلف که تمایلی برای فعالیت مداوم در یک شرکت خاص ندارند، مسئله برندسازی شخصی بدل به معمای عجیب می‌شود. در حقیقت این افراد برخلاف کارمندان سنتی علاقه‌ای به فعالیت طولانی مدت برای شرکتی خاص ندارند. بنابراین آنها چگونه با استفاده از برند شخصی‌شان توجه شرکت‌های مختلف را جلب می‌کنند؟ در حقیقت باید پرسید آنها چگونه برندسازی شخصی را در چنین شرایطی انجام می‌دهند. خوشبختانه پرسش‌های فوق از سوی انجمن کارآفرینان جوان (YEC)، به‌عنوان موسسه‌ای بین‌المللی که با برترین کارآفرینان جوان همکاری دارد، پاسخ داده شده است. به علاوه این انجمن برنامه ویژه BusinessCollective را هم در راستای کمک به میلیون‌ها کارآفرین در جهت شروع و توسعه کسب‌وکارشان دنبال می‌کند. در ادامه به بررسی توصیه‌های برترین کارآفرینان جوان در زمینه برندسازی شخصی خواهیم پرداخت.

۱- داستان شخصی‌تان را بیان کنید

اندرو شرزای یکی از مهم‌ترین مشاوران در زمینه امور مالی شخصی است. توصیه وی در زمینه برندسازی بسیار ساده است: «سعی کنید زندگی شخصی‌تان را وارد برند شخصی خود کنید. به‌عنوان مثال، دلیل ورودتان به کسب‌وکار فعلی خود را بیان کنید. همچنین ماجرای دستیابی به جایگاه شخصی‌تان در کسب‌وکار را نیز در قالب داستانی مهیج در آورید. هدف اصلی از چنین فعالیت‌هایی متمایزسازی خود از دیگر رقباست. در حقیقت شما باید از دریچه برند شخصی‌تان خود را فردی خلاق و خاص نشان دهید.»

۲- ایجاد وبسایت شخصی برای مخاطب هدف

دن سن یکی از کارآفرینان حوزه تکنولوژی است که در سنین پایین وارد کسب‌وکار شده است. وی وقتی فقط ۱۹ سال داشت نخستین تجربه‌های خود را در زمینه تکنولوژی به دست آورد. گفته‌های وی در زمینه برندسازی شخصی ارتباط زیادی با بحث تکنولوژی دارد: «افراد زیادی هستند که به‌صورت غیرمتمرکز فعالیت می‌کنند. با این حال از میان آنها افراد بسیار کمی اقدام به ایجاد وبسایت شخصی کرده‌اند. آمار کسانی که در وبسایت شخصی‌شان به بیان مطالب مرتبط با کسب‌وکار خود می‌پردازند، از این هم کمتر است. در واقع فراهم‌سازی مطالب مرتبط با مهارت‌مان یکی از راه‌های آشنایی با شرکت‌ها و موسسه‌های مختلف محسوب می‌شود. به‌عنوان مثال اگر کسی یک گرافیکست مستقل است، داشتن وبسایتی مرتبط با طراحی گرافیکی در شهر محل سکونتش موقعیت‌های شغلی فراوانی را در اختیارش قرار می‌دهد. به این ترتیب شما نقش یک کارشناس حرفه‌ای در زمینه کسب‌وکاران را بر عهده خواهید گرفت.»

۳- هر آنچه برای دیگران می‌کنید برای خود نیز انجام دهید
براندون هریس یکی دیگر از کارآفرینان جوان این مقاله است. وی بنیانگذار موسسه بازاریابی Nu Media به حساب می‌آید. اجازه دهید به طور مستقیم به صحبت‌های وی توجه کنیم: «اغلب افراد حرفه‌ای آنچه برای دیگران می‌کنند برای خود نیز انجام می‌دهند. براین اساس طراح‌های وب به طور معمول سایت‌های شخصی بسیار حرفه‌ای دارند. همچنین کارشناس‌های شبکه‌های اجتماعی فعالیت وسیعی در پلتفرم‌های اجتماعی مختلف صورت می‌دهند. در واقع یکی از راهکارهای متمایز بودن صحبت و پژوهش پیرامون آنچه انجام می‌دهیم است. براین اساس برند شخصی‌تان را بر محور توضیح دقیق آنچه برای دیگران انجام می‌دهید، بنا کنید.»

۴- تعیین قیمت‌های بالاتر

بریس ولکر به‌عنوان یکی از حساب‌دارهای حرفه‌ای شهرت فراوانی در سطح بین‌المللی دارد: «توصیه من شاید در نگاه نخست عجیب و غریب به نظر برسد. با این حال قرار دادن سطح قیمت خدمات‌تان به‌عنوان سرویس‌های حرفه‌ای دیگران را ترجیح به حرفه‌ای قلمداد کردن شما خواهد کرد. به این ترتیب آنها شما را افرادی با توانایی ارائه عملکرد باکیفیت تصور خواهند کرد. متأسفانه امروزه بسیاری از کارآفرینان مستقل قیمت خدمات‌شان را بسیار پایین قرار می‌دهند. بر همین اساس دیگران ترجیح به شناسایی آنها به‌عنوان نیروی کار بی‌کیفیت می‌شوند. ارائه قیمت‌های واقعی یا حتی اندکی به بالاتر به بهبود جایگاه شما در بازار کمک شایانی خواهد کرد.»

۵- سرویس‌دهی به مشتریان پیش از فروش

سوئا پاتل به‌عنوان خالق استارت‌آپ سسیلیکون ولی (موسسه ارائه مشاوره بازاریابی) توصیه‌های جالبی در مورد ارائه خدمات پیش از فروش دارد: «دنیای کسب‌وکار مستقل به ما امکان کار روی پیش‌زمینه‌های یک پروژه را داده است. در دنیای کسب‌وکار به طور معمول هزینه خدمات پیش از تحویل آنها دریافت می‌شود. با این حال به‌عنوان یک کارآفرین مستقل تمرکز من روی رفع نیازهای مشتری در وهله اول است. البته این به معنای بی‌توجهی یا عدم علاقه من به درآمدزایی نیست. در حقیقت به این ترتیب من پیش از هر چیزی اعتماد طرف مقابل خود را جلب می‌کنم. سرمایه‌گذاری من روی ارائه خدمات به مشتری به نوعی منجر به تبلیغات رایگان نیز خواهد شد. به این ترتیب مشتریان فعلی‌ام با تعریف از کیفیت خدمات من شمار بیشتری مراجعه‌کننده ایجاد می‌کنند. به طور خلاصه، زمانی که توجه شما معطوف به مشتری باشد، کسب‌وکارتان به مانند راکت توسعه پیدا خواهد کرد.»

۶- صرف زمان برای ایجاد روابط و توسعه شهرت

زوی بند به‌عنوان یک کارشناس حوزه روابط مشتریان از همین چشم‌انداز عرصه برندسازی شخصی را نگاه می‌کند: «شهرت مانند نزد مشتریان فعلی و سابق‌مان هرگز قابل خریدوفروش نیست. از نظر من سرمایه‌گذاری برای همکاری چندباره با مشتریان تفاوت اصلی را در کسب‌وکار و به‌ویژه کسب‌وکار مستقل رقم می‌زند. درست از چنین نقطه‌هایی بهترین برندهای شخصی سر بر می‌آورند. در اینجا باید به یک پرسش اساسی به‌عنوان کارآفرینی مستقل پاسخ دهیم: شما برای حفظ یا توسعه شهرت‌تان نزد مشتریان چه فعالیت‌هایی انجام داده‌اید؟ اگر هنوز دست به کار نشده‌اید، زمان برای شما به سرعت در حال سپری شدن است. توصیه من توجه به ایجاد روابط پایدار و بهبود شهرت برندان است.»

ادامه دارد...

مترجم: حسین علی‌پور فلاح پسند

شما روی صفحات رسانه‌های اجتماعی خود پستی قرار دهند. استفاده از اشخاص نامدار برای تبلیغات یکی از بهترین راه‌های ایجاد مدرکی اجتماعی از این است که افراد از محصول شما استفاده کرده و آن را می‌پسندند.

نمونه یک نام تجاری بزرگ که از اشخاص نامدار بهره می‌برد نایک است. شرکت نایک واقع در بورتون، ایالت اورگون، در فروش پوشاک و کفش‌های ورزشی فعالیت دارد. اکثر افراد این را نمی‌دانند اما نایک لوازم ورزشی تولید می‌کند. شاید بتوان بیشترین شهرت شرکت نایک را به استفاده راهبردی آن از ورزشکاران نامدار برای حمایت از محصولاتش نسبت داد. از میان تمامی اشخاص نامداری که در طول سالیان از نایک حمایت کرده‌اند، شاید معروف‌ترین آنها را بتوان قهرمان سابق NBA، مایکل جردن دانست. آیا می‌توانید کفشی ورزشی که بیش از ایر جوردن شهرت داشته باشد نام ببرید؟

وعده نام تجاری خود را عملی سازید

داشتن صداقت نام تجاری برای کسب‌وکار حیاتی است. عمل کردن به وعده‌های نام تجاری به شما در کسب وفاداری از جانب مخاطب مورد نظر کمک خواهد کرد. زمانی که بدانید می‌خواهید از چه جهت شناخته شوید، باید به مخاطب خود بگویید که چه انتظاراتی می‌تواند از شما داشته باشد و آن انتظارات را برآورده کنید. به‌عنوان مثال، لو، نام تجاری بزرگی است که به وعده‌های نام تجاری خود به خوبی عمل می‌کند. لو، یک شرکت زنجیره‌ای واقع در ایالات متحده است که در زمینه ارتقای منزل فعالیت داشته و ارائه‌دهنده لوازم خانگی، ابزارآلات، لوازم باغبانی و ... است.

اخیراً Think with Google به لو، برای عمل به وعده نام تجاری خود در جهت اینکه هیچوقت محصولاتش «ناموجود» نباشند، به‌عنوان راهی برای ایجاد ارتباط با اجتماع در زمان‌های بحرانی اشاره کرد. زمانی که توفان‌ها و آتش‌های کالیفرنیا خانه‌های بسیاری از خانواده‌ها را از بین بردند، لو، ماسک‌هایی را ارائه کرد تا به پاسخگویان به این فاجعات در جهت حفاظت از خودشان در حالی که پسماندهای این رخدادها را جمع می‌کردند کمک کند.

به طور خلاصه، ساخت نام تجاری راهی است برای تشریح کسب‌وکار شما به خودتان، مشتریان‌تان و بازار. اگر شما فقط یک یا دو عهده از راهبردهایی را که در بالا ذکر شدند به کار ببرید، در مسیر پررنگ شدن در بازاری پرآزحام قرار خواهید گرفت، درست مثل نام‌های تجاری فعال در صنعت خرده‌فروشی. در حالی که مشغول ساخت نام تجاری خود هستید، حائز اهمیت است که راه‌های ویژه‌ای را برای پررنگ‌تر شدن پیدا کنید تا بتوانید توجه‌ها را به خود جلب کرده، مشتری جذب کنید و کسب‌وکار خود را رشد دهید.

تصوراتی که راجع به نام تجاری و تیم شما ایجاد می‌شود از اهمیت بالایی برخوردار است زیرا به ایجاد اعتبار نام تجاری کمک خواهد کرد. نمونه یک نام تجاری بزرگ که مراقب تصویر ارائه شده از خودش است، مردس بسز است. زمانی که به یک نمایندگی مردس بسز می‌روید، همه، از مسئول پذیرش گرفته تا فروشنده‌ها، لباس‌های خوبی می‌پوشند. مهم‌تر از آن این است که همه با احترام از شما استقبال می‌کنند. شعار اخیر مردس بسز خود گویای همه چیز است: «بهترین یا هیچ.»

ارزش ارائه دهید

چه در حال خرید یک محصول باشید یا دریافت خدمات، بهترین حس دنیا این است که خرید به صرفه‌ای داشته‌اید. مشتریان شما هم این حس را می‌خواهند. راه‌هایی برای اضافه کردن ارزش به تجربه مشتری از نام تجاری خود پیدا کنید. تنها برآورده ساختن و پیشی گرفتن از انتظارات مشتری راهی فوق‌العاده برای پررنگ کردن خودتان است. داشتن ذهنیتی بر مبنای ارائه ارزش اضافه کمک شایانی به حصول اطمینان از این موضوع که مشتریان از شما راضی هستند به شما خواهد کرد. به علاوه، زمانی که شما به زندگی کسی ارزشی اضافه می‌کنید، فشار کمتری برای فروش به آنها وجود خواهد داشت. نمونه یک نام تجاری بزرگ که به مشتریان ارزش اضافه ارائه می‌دهد، آمازون است. پلتفرم وب بنیان آمازون به فروش لوازم الکترونیکی، کتاب، پوشاک، رایانه و ... می‌پردازد. ارائه ارزش به مشتریان کاری است که آمازون در آن خیره است. آمازون با ارائه برنامه‌هایی مانند آمازون پرایم، یک برنامه که با عضویت در آن می‌توانید از انتقال کالا به‌صورت سریع و بدون محدودیت بهره‌مند شوید و آمازون اسمایل، بنیادی که درصدی از خرید شما را به سازمان‌های غیرانتفاعی در مشارکت با آنها می‌دهد، به مشتریان خود ارزش ارائه می‌دهد.

از نفوذ اشخاص نامدار استفاده کنید

ایجاد آگاهی از نام تجاری از طریق دهان به دهان شدن اطلاعات راهی فوق‌العاده است. اگر به جای این فقط خود شما راجع به نام تجاری خود اطلاعات ارائه دهید، دیگران هم در حال صحبت درباره آن باشند، تاثیر این اطلاعات بیشتر خواهد شد. همسوسازی یک نام تجاری با شخصی نامدار راهکاری رایج در کسب‌وکار است. هرچند این کار می‌تواند مخاطره‌آمیز باشد، اما در اکثر موارد منافع موجود بر ریسک‌ها سنگینی می‌کنند. اشخاص نامدار بر میلیون‌ها نفر نفوذ دارند. با رشد چشمگیر رسانه‌های اجتماعی، استفاده از اشخاص نامدار در جهت تبلیغ نام تجاری شما بسیار ساده‌تر از گذشته است. حال به جای اینکه از یک شخص نامدار در تبلیغ تلویزیونی یا رادیویی خود استفاده کنید، می‌توانید از آنها بخواهید که فقط در خصوص نام تجاری

نام‌های تجاری متعددی در بازار وجود دارند. هرچه هم که بفروشید، فردی وجود خواهد داشت که در حال فروش دقیقاً همان چیز یا چیز مشابهی خواهد بود. حقیقت این است که هرچقدر هم که محصولات یا خدمات شما خاص باشند، باز هم با رقابتی تنگاتنگ مواجه خواهید بود. با توجه به پرآزدام بودن تمامی صنایع، سوال اصلی این خواهد بود که چگونه در بازاری پرآزدام خود را پررنگ نشان دهیم؟

موفقیت در کسب‌وکار در گرو نامی تجاری است که علاوه بر رقابت، خود را از جمع اطراف خود مجرزا نیز می‌کند. به پنج راهبردی برای مجزا سازی نام تجاری خود همانند نام‌های تجاری بزرگ می‌پردازیم.

خلاق باشید

پیدا کردن چیزی جدید و متفاوت راهی فوق‌العاده برای مجزا سازی است. راهکارهایی مانند استفاده از نرم‌افزارهای تلفن همراه، فناوری‌های ویدئویی و پردازش‌های هوشمند به شما کمک می‌کند تا راه‌هایی برای پیشگام بودن هستید. دریابید که جای چه چیزی در صنعت شما خالی است و حفره‌ها را پر کنید. خلاقیت به خرج دهید تا چیزهایی را به مشتری خود ارائه دهید که رقبای شما در حال ارائه آن نیستند. الگوی تمام عیار خلاقیت در یک نام تجاری بزرگ شرکت اپل است. با قرار داشتن در خط مقدم رایانه، لوازم الکترونیک، نرم‌افزار و خدمات آنلاین، شرکت اپل یکی از تولیدکنندگان پیشگام دنیا است. به نقل از استاتیس‌تا، در سال ۲۰۱۷ اپل بیش از ۲۲۹ میلیارد دلار سودآوری داشت. شرکت اپل به طور مداوم دنیای فناوری را با محصولات ویژه‌ای مانند آیفون، اپل واچ، اپل پی و پخش‌کننده رسانه‌های اپل تی وی تحت سلطه خود درآورده است.

مراقب تصویری که از خود ارائه می‌دهید باشید

داشتن تصویری فوق‌العاده به معنای آگاه بودن از این حقیقت است که همه چیز نشانگر نام تجاری شما خواهد بود و بر تصویر که بازار هدف شما از نام تجاری شما دارد تاثیر خواهد گذاشت. در راستای مراقبت از تصویر ارائه شده از خود، مهم‌تر از یک بروشور رنگارنگ یا یک بسته شرح مطبوعاتی این است که کارکنان شما هوادار نام تجاری شما باشند. پرسنل شما باید حرفه‌ای باشند و بتوانند هدف نام تجاری شما را مجسم کنند. داشتن نامی تجاری که مجزا از دیگر نام‌های تجاری باشد لازم‌هاش این است که شما و کارکنان‌تان باید نقش‌های خود را درست ایفا کنید. به یاد داشته باشید، تاثیری را که در برخورد اول گذاشته می‌شود نمی‌توان تغییر داد. افراد معمولاً شما را بر مبنای هفت تا ۱۰ ثانیه اولی که با شما ملاقات دارند خواهند سنجید.

کارگاه فروش



۵ راه فروش بیشتر به مشتریانی که همین حالا در اختیار دارید

به قلم مارک امیر
مترجم: مراد بد فیض

این پنج نکته به شما کمک خواهد کرد تا فروش خود را افزایش داده و سود خالص خود را بیشتر کنید و همزمان ارزش بیشتری را به مشتریان کنونی خود ارائه دهید. خریداران تنبل هستند و بازاربانان زیرک با فروش خدمات جانبی پرسود به مشتریان کنونی خود، سرمایه کسب می‌کنند. شما نه تنها می‌توانید خدمات جانبی را با سود بیشتری به فروش رسانید بلکه همین‌طور می‌توانید بدون هزینه خرید یا تولید محصول، پیشنهاد دلخواه‌تری ایجاد کنید. از قضا خریداران ترجیح خواهند داد که از یک فروشنده معروف خرید کنند تا با خرید از شخصی جدید خود را به خطر اندازند. آنها منتظر به فروش رسیدن هستند.

با این همه شرکت‌های معدودی فروش خدمات جانبی را به‌خوبی انجام می‌دهند. شرکت‌ها همه ساله میلیاردها دلار پول را به دلیل فروش و پیشنهادات بازاریابی غیرمولد هدر می‌دهند، به جای اینکه از فروش بیشتر به مشتریان کنونی آگاهی داشته باشند. تصور کنید: شما همیشه سری خودروهای بام دلبیو ۵ می‌خواستید. شما به‌صورت آنلاین در مورد هزینه فروش تحقیق می‌کنید، از سه نمایندگی بازدید می‌کنید و باعث می‌شوید که فروشنده خوشبخت زانو بزند. شما احساسی عالی در مورد خود دارید تا اینکه سال بعد، کاپوس هر دارنده ماشین‌های آلمانی را تجربه می‌کنید: تایر پنجر. شما که صبر و حوصله خرید رفتن را ندارید، ۷۰۰ دلار می‌پردازید و امیدوارید که این اتفاق دوباره قبل از اتمام قراردادتان رخ ندهد. در اینجا پنج روش برای تعمیم عرضه محصول یا خدمت خود به مشتریان کنونی آمده است.

۱- به آنها تأمین مالی بفروشید

اسکوئر (Square) و آمازون (Amazon) تمام زور خود را برای تأمین مالی زده‌اند، چون کاری بسیار سودآور است. آنها که از حربه داده‌های مربوط به تاجرانی برخوردارند که کنترل می‌کنند، می‌توانند فرصت‌های تأمین بودجه شرکت‌های دارای ریسک کمتر را تشخیص دهند. طبق تحقیق ماتلی فول (Motley Fool)، آمازون حتی در حال گفت‌وگو با بانک‌ها برای ارائه خدمات چک بانکی است. یکی از کارفرمایان ما، که تأمین‌کننده اصلی پرینترها است، شروع به ارائه دستگاه‌های چاپ کرد تا عرضه خود را تکمیل کند. آنها به‌زودی آموختند که فروش تأمین مالی سودآورتر از خود دستگاه‌هاست. یافتن شرکای بانکی که ممکن است همزمان با پرداخت کمیسیون کلان مایل به قرض دادن به مشتریان شما باشند، دشوار نیست.

۲- فروش جانبی (cross-sell) را هدفمند انجام دهید

با اینکه فروش اقلام بیشتر به مشتریان به‌ظاهر آسان است، بسیاری از شرکت‌ها برای افزایش معاملات عادی خود با اشکال مواجه می‌شوند. فناوری‌های نوظهور در مراکز تماس تلفنی سبب می‌شوند که نمایندگان، اقلام مکمل محصولات روی صفحه نمایش‌شان را ارائه دهند. نظر به اینکه سیستم‌ها تاریخچه خرید کارفرمایان و داده‌های جغرافیایی را در زمان واقعی مشخص می‌کنند، هوش مصنوعی تنها چنین فرصت‌هایی را بیشتر می‌کند. ارائه‌دهندگان زیرک تجارت الکترونیک در اینترنت از ارائه گزینه‌های متعدد برای عرضه هر محصول یا خدمت (مثلاً خوب، بهتر یا بهترین) آگاهی دارند که مخصوصاً برای وادار کردن مشتری به خرید جنس گران‌تر طراحی شده‌اند. آنها اغلب این رفتار را هنگام مغازه‌گردی (shopping cart) تکرار می‌کنند که فرصت‌های بیشتری برای تبلیغ لوازم یدکی موجود است. شرکت‌هایی که به فروش جانبی اتکا می‌کنند دارای سیستم‌هایی هستند که پیشرفت‌شان را با روش‌های متفاوت صورت‌تجاسب سود و زیان، شاخص‌های اصلی عملکرد و طرح‌های تشویقی مخصوص این‌گونه فعالیت‌ها پیگیری می‌کنند.

سرانجام برای فروش جانبی موثرتر، از گزارش‌گیری مخصوص (exemption reporting) استفاده کنید تا کالاهای خریداری شده یا نشده مشتریان‌تان را مشخص کنید.

۳- حمایت یا پیکربندی (configuration) ارائه دهید

ما در سال ۲۰۱۸ در دنیای جدیدی قرار داریم. شرکت‌ها نه راحل‌های بسیار سفارشی و دشوار که راحل‌های چاپک یا پیکربندی آسان را می‌خرند. در نظرسنجی اخیر ویستاج (Vistage) از صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بازار (من در نقش همکار مرکز تحقیقات ویستاج، به ایجاد این نظرسنجی کمک کردم)، آن نرم‌افزار کاربردی که آنها احتمالاً در سال ۲۰۱۸ پیاده‌سازی می‌کنند، مدیریت روابط مشتریان (CRM) بود.

این ابزارهای قابل تنظیم، نشان‌دهنده انواع راه حل‌هایی هستند که شرکت‌ها ارائه خواهند داد. راحل‌هایی کم هزینه، با قابلیت ذخیره اطلاعات در کلاود (cloud) و پیاده‌سازی آسان. با این همه مصرف‌کنندگان نیاز به کمک ادغام‌گران خواهند داشت که به‌جای ایجاد محصول سفارشی می‌توانند این ابزارها را متناسب با هر کاری تنظیم کنند.

۴- آموزش آنلاین ارائه دهید

کارفرماها عاشق دسترسی به متخصصانی هستند که قادرند مشکلات را حل کنند. محبوبیت ایجاد دوره‌های آموزشی به‌صورت آنلاین در آرزای بودن آن است. ایجاد ویدئوهای خودآموز هیچ‌گاه آسان‌تر نبوده است. شرکت‌ها دستورالعمل‌های گام به گام را به‌صورت رایگان ارائه می‌دهند تنها بدین خاطر که می‌توانند آنها را پس از افزودن محتوای ارزشمندتر، با قیمت گران‌تری بفروشند. مثلاً حمایت قانونی آنلاین برای مشتریان و کسب‌وکارها که ممکن است خدماتی مثل طلاق یا ورشکستگی را با دسترسی محدود به یک وکیل ارائه دهند، رشد سریعی داشته است. یکی از کارفرماهای ما یک ورودگاه (portal) خلق کرد تا یک محصول خدمات مالی را همزمان با رقابت خود بفروشد (و بدین وسیله به فروشندگان خود پول قرض دهد). آنگاه آنها یک «گواهینامه» را به فروش رساندند تا فروشندگان از اعتبار بیشتری در بازار برخوردار شوند. این گواهینامه‌های مورد تصدیق شخص ثالث راحت به فروش می‌رسند.

۵- موجودی انبار ارائه‌دهنده اصلی را مدیریت کنید

ارائه‌دهندگان اصلی محصولات جدید اغلب پس از فهمیدن اینکه خرده‌فروشان فروشگاه‌های بزرگ از آنها انتظار مدیریت موجودی انبار را دارند، شوکه می‌شوند، اما فروشندگان زیرک کارآمدی خود را در مدیریت موجودی انبار نشان می‌دهند و سپس این سیستم‌ها را به خرده‌فروشان کوچک‌تر قرض می‌دهند که به کمک نیاز دارند. این استراتژی را می‌توان در مورد تجارت بین کسب‌وکارها (B2B) هم اجرا کرد. شرکت‌هایی که موجودی انبار را اداره می‌کنند ممکن است قادر به مطالبه قیمت اضافی نباشند، اما می‌توانند محصولات پرسود را به مکان‌های مناسب در و زمان مناسب برانند و از این طریق سود خود را بهینه کنند.

منبع: inc

چگونگی تشکیل اجتماع در رسانه‌های اجتماعی: محتوا و مشارکت



مترجم: حسین علی‌پور فلاح پسند

وقتی بحث از رسانه‌های اجتماعی و محتوا در میان باشد، من دوست دارم که کاملاً به روز باشم. با وجود تغییر روزافزون فضای اجتماعی، لازم است که به طور مداوم نقش دانش‌آموز را ایفا کرده و به دنبال یافتن افرادی باشیم که محتوای آنها از دیگران متفاوت است تا از آنها آموخته و پیروی کنیم. «علاقه‌مند بودن به جای جالب بودن» به این معناست که من از فرصت‌های موجود در جهت یادگیری از افراد پرنفوذ رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم که این کار به من اجازه می‌دهد از اصولی که آنها در رسانه‌های اجتماعی به کار می‌برند بهره‌مند شوم تا حضور آنلاین خود را تقویت کنم.

من معمولاً به اعضای تیم خود درباره محتوای رسانه‌های اجتماعی که بیش از همه از آنها لذت می‌برند مشاوره می‌دهم. این گونه بود که با لیوت رابینسون، کارآفرین جوان و ابراتور حساب کاربری dunk که بیش از ۲ میلیون فالوور در اینستاگرام دارد آشنا شدم. لیوت اجتماع عظیمی را بر مبنای نوع خاص محتوای بسکتبالی خود ایجاد کرده است. استعداد او در ایجاد چنین اجتماعاتی حتی توجه گری واینبراک را که ستاره‌ای در حوضه کارآفرینی است جلب کرد و او از رابینسون خواست که در گسترش حساب‌های رسانه‌های اجتماعی او به او یاری رساند و نتیجه کار این بود که بیش از یک میلیون فالوور جدید در سطح پلتفرم‌های واینبراک حضور پیدا کردند.

من خواهان این بودم که بدانم چه چیزی اجتماع dunk را اینقدر ویژه می‌سازد. بنابراین با رابینسون تماس گرفتم تا نظر او را درباره دو شاخص کلیدی که از نظر من برای ایجاد یک اجتماع فعال روی رسانه‌های اجتماعی ضروری هستند بیروم: محتوا و مشارکت.

محتوا هنوز هم حرف اول را می‌زند

امروزه بهترین استراتژیست‌های رسانه‌های اجتماعی بر متمرکزسازی محتوا روی پلتفرم‌های خود تمرکز دارند. آنها نام‌های تجاری خود را از طریق مشارکت با دیگران و استفاده از محتوای خود ارتقا می‌دهند در عین اینکه سعی می‌کنند هزینه‌های عملیاتی و تولیدی را به حداقل ممکن برسانند. هرچه در رسانه‌های اجتماعی نام شما به برتری

نزدیک‌تر شود، در ازای تقریباً هیچ هزینه‌ای قادر خواهید بود کاربرانی را پیدا کنید که حاضر هستند با یکدیگر به فعالیت بپردازند. این ترفند به شما این امکان را می‌دهد که محتوای ارزشمند را روی پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی خود متمرکزسازی کنید و از فرآیندهای ایجاد محتوا که به هدررفت زمان و پول می‌انجامد اجتناب به عمل آورید. به گفته رابینسون، اضافه کردن شوخ طبعی و تغییر محتوای دیگران به صورتی که به آن رنگ و بوی متفاوتی دهد، به پست‌های شما هویت داده و فرصت نمایانگر ساختن هویت شخص شما را می‌دهد که این خود مخاطب را به سمت شما خواهد کشاند. شما باید یک فرکانس خاص، یعنی ترکیبی از حقیقت و آگاهی را پیدا کنید که دیگران با آن احساس همخوانی داشته باشند. این موضوع برای هر شخصیت عمومی نکته‌ای کلیدی است که به‌طور خاص در زمینه رسانه‌های اجتماعی صدق می‌کند.

وقتی صحبت از محتوا در میان است، حتماً نیروی خلاقیت خود را به کار بیندازید. همان‌طور که رابینسون راهنمایی می‌کند، «چیزهایی را روی صفحه خود قرار دهید که مخاطب خواهند دیدن آنهاست به جای اینکه سعی در ارضای ترجیحات شخصی خود داشته باشید.»

اصالت و احساسات موجب ایجاد ارتباطات بهتری خواهند شد یک جنبه مهم از موفقیت در زمینه رسانه‌های اجتماعی این است که با افرادی که محتوای شما را تماشا کرده، می‌خوانند و به آن گوش می‌دهند، روابطی قوی داشته باشید. به همین دلیل است که من سعی می‌کنم تقریباً به هرکسی که با محتوای من کنشی دارد پاسخگو باشم، چه روی فیس‌بوک، اینستاگرام، توئیتر یا یوتیوب. متخصصان این زمینه، مانند رابینسون، پیشنهاد می‌کنند که از طریق ایجاد پست‌های مداوم که ۱۰۰ درصد به خود شما تعلق دارند، با مخاطبان خود روابطی طولانی مدت ایجاد کنید. محتوای با اصالت به مخاطبان بینشی به درون زندگی (و ذهن) شما می‌دهد که این خود در ایجاد ارتباطی قوی‌تر به شما یاری خواهد رساند.

احساسات ابزار دیگری است که بسیاری از استراتژیست‌های رسانه‌های اجتماعی از آن بهره‌مند می‌شوند. بهترین صفحات موجود در رسانه‌های اجتماعی از کنش احساسی برای ایجاد ارتباط میان خود و مخاطب استفاده می‌کنند. من در محتوای خودم تمام تلاش‌م

منبع: entrepreneur

۵ روش هوشمندانه برای انجام کار بیشتر در زمانی کمتر

مترجم: علی اکبری

عموما، افراد پرانرژی از مزیتی رقابتی برخوردار هستند، اما اگر تنها یک چیز از تحقیق و نگارش نخستین کتابم یاد گرفته باشم، آن هم این است که چگونه کار بیشتری را در زمانی کمتر انجام دهیم. پنج سال اولی که به‌عنوان یک نویسنده مستقل شروع به کار کردم، مشتاقانه دود چراغ خوردم و فکر می‌کردم این کار باعث پیشرفتم خواهد شد. این کار باعث شد تا قلق‌ها را سریع‌تر یاد بگیرم و درک سریع‌تری از این مهارت داشته باشم، اما عمده این نتایج زمانی برایم حاصل شد که بیشتر اوقات سرم پایین بود. در واقعیت، من در گل گیر کرده بودم و نمی‌توانستم فرصت‌های بزرگ‌تر و ایده‌های بهتر را ببینم.

همه چیز به همان شکل پیش رفت تا اینکه لحظه سرنوشت‌ساز من اتفاق افتاد. این اتفاق که در تعطیلاتی در بیگ اسکای کانتری واقع شد، جنبه‌های مختلفی از روابط و کار مرا متحول کرد. پس از آن هفته رویایی، من از رکوردهای شخصی و رشد اجتماعی و حرفه‌ای خویش لذت بردم و به‌شدت رویکردها و انگیزه‌های شغلی‌ام دستخوش تغییر شد.

با دنبال کردن پنج نکته زیر شما هم می‌توانید این کار را انجام دهید.

۱- از مزاحمت‌های تلفنی جلوگیری کنید

من تمام هشدارهای صوتی و تصویری گوشی همراهم را غیرفعال می‌کنم، مگر اینکه این هشدارها از طرف همسر و فرزندانم باشند. این مسئله شامل ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، پیام‌های کوتاه و هر نرم‌افزار دیگری که قصد جلب کردن توجه من را داشته باشد، می‌شود. البته من مشکلی با تماس‌های صوتی ندارم و از آنجایی که این تماس‌ها در مواقع اضطراری اتفاق می‌افتند، عمده مسائل را به‌جز این تماس‌ها، محدود می‌کنم. این کار باعث می‌شود تا شخصا زمانم را برنامه‌ریزی کنم.

۲- حدود تکنولوژیک سخت‌گیرانه‌ای در نظر داشته باشید

من همواره برای ابزارهای ارتباطی حدود کاربری سخت‌گیرانه و بخش‌های کنترلی در نظر می‌گیرم. برای مثال من هرروز از ساعت ۹ شب تا ۷ صبح، حالت مزاحم نشوید را فعال می‌کنم. تلفن همراه من تنها در صورتی که یک شماره تلفن سه بار متوالی تماس بگیرد، هشدار می‌دهد. علاوه بر این همیشه سعی می‌کنم گوشی همراه، مسائل کاری و سایر قضایایی که کیفیت خوابم را خراب می‌کنند، با خود به رختخواب نبرم. در نظر من تمام نرم‌افزارهای جدید، و ابزارها و گجت‌ها غیرسودمندند مگر اینکه خلاف آن ثابت شود و در نهایت، من شب‌ها آخر هفته‌ها و در تعطیلات سمت کار نمی‌روم. این کار باعث می‌شود تا از اوقات استراحتم به بهترین نحو استفاده کنم و با انرژی بیشتری کار کنم و از لحاظ روحی تقویت شوم.

۳- تعهدات رسانه‌ای غیرضروری را محدود کنید

شما احتمالا تاثیر رسانه‌های مجازی و پیام‌های دوره‌ای آنها را روی روان‌تان دست کم می‌گیرید. حتی اگر لزوما محتوا را دوست نداشته باشید، بمباران رسانه‌ای حس تعهد ناخودآگاهی را بیدار می‌کند. این مسئله در مورد تازه‌ترین برنامه‌های تلویزیونی، بازی‌های ویدئویی، خبرنامه‌های بی‌پایان رسانه‌های اجتماعی و خدمات مشترکان که فشار همکاران و دوستان‌تان شما را ملزم به استفاده از آنها می‌کند، نیز صدق می‌کند. روی منابع اطلاعاتی که به واقع دوست دارید، به خاطر ارزشی که برای‌تان به ارمغان می‌آورند، تمرکز کنید.

۴- به قرارهای ملاقات صبح، «نه» بگویید

مطالعات نشان می‌دهد که اکثر انسان‌ها به هنگام صبح خلاق‌تر و مولدتر هستند، چراکه موقع صبح، بدن و ذهن آنها سرحال‌تر بوده و خوب استراحت کرده‌اند. محققان بر این باورند که باید زمان صبح را صرف برنامه‌ها و چالش‌های فردی و فکری کرد. هیچ قرار ملاقاتی را موقع صبح فیکس نکنید. این جلسات را موقع عصر برگزار کنید. جف بزوس، نوآور، میلیاردر و مؤسس آمازون در بین بهترین کسانی است که از این قانون پیروی می‌کند. دفعه بعد که یک نفر درخواست قرار ملاقاتی را برای صبح دارد، مودبانه درخواستش را رد کنید. «من آن موقع سرم شلوغ است؛ بیا بعد از زمان دیگری را پیدا کنیم» پاسخ مناسبی است.

۵- ناخودآگاه خود را به کار ببندید

در اوایل کارم، چندین کتاب ارتقای شخصی و حوزه بازرگانی خواندم تا مشکلاتم را حل کنم. وقتی دو تا سه مورد از این کتاب‌ها به کار آمدند، باقی آثار را به کل فراموش کردم. تحقیقات جدید موسسه Carnegie Mellon دلیل این مسئله را توضیح می‌دهد: هنگام حل مسئله، افکار ناخودآگاه نسبت به افکار خودآگاه کارکرد بهتری دارند. چرا این افکار رویکردهای حل مسئله دقیق‌تری را ارائه می‌کنند. به ذهن و مغز خود استراحت بدهید تا پتانسیل پس زمینه‌ای آن فعال شده و راه‌حل کارکردی ارائه شود. تا وقتی که این مسئله را امتحان نکنید، به قدرت آن پی نخواهید برد.

منبع: entrepreneur



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| سه‌شنبه | ۹ مرداد ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۲۵ | صفحه ۱۶ |

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت‌سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاقی حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



افراد آینده‌نگر و چالش‌های کاری آنها

صداق است. مثلا تصمیم در مورد اخراج کردن فردی در شرکت که دیگران هنوز متوجه ناکارآمد بودنش نشده‌اند. ممکن است در آن هنگام چیزی را در آن فرد دیده باشید، مانند نوعی بی‌انگیزگی یا مهارت‌هایی که مناسب با نیازهای شرکت نیستند. مواردی از این قبیل شما را به این باور رسانده‌اند که بهتر است همین الان راه‌تان را از آن فرد جدا کنید. اما اگر دیگر افراد تیم‌تان فقط میزان فروش بالای آن فرد یا موفقیت پروژه اخیرش را ببینند چه تصمیمی خواهید داشت؟ تصمیم شما مبنی بر اخراج آن فرد ممکن است به بقیه شوک وارد کند و باعث ایجاد بی‌اعتمادی شود.

همین الگو بر تصمیمات استراتژیک‌تر نیز قابل انطباق است. به‌طور مثال، سال‌ها پیش وقتی شرکت اکسپریشن پارتنرز هنوز در ابتدای راه بود، من بازار کار را بررسی کردم و به این نتیجه رسیدم که می‌توانیم وارد بازار جهانی شویم. اما مشاوران بسیاری با من مخالف بودند. آنها می‌پرسیدند که با وجود کوچک بودن شرکت و بزرگ بودن بازار آمریکا، چرا باید وارد بازار جهانی شویم؟ اگر چه آنها عقب کشیدند، اما من محکم روی حرف خود باقی ماندم، زیرا واقعا حس می‌کردم که می‌توانم برخلاف دیگران به‌وضوح آینده را ببینم.

افراد آینده‌نگر باید علت تصمیمات‌شان را برای

دیگران مشخص کنند

از آن‌جا که آینده‌نگرها به سال‌ها جلوتر از زمان حال می‌اندیشند، اشخاصی که بیشتر بر فعالیت‌های روزانه تمرکز دارند، با تصمیمات آینده‌نگرها مخالفت می‌کنند؛ زیرا این ایده‌های جدید بسیار دور از موقعیتی هستند که آنان در پیش‌روی خود می‌بینند. این امر در واقع باعث ایجاد نوعی کنترل و تعادل در امور می‌شود. برای جلب‌نظر افراد باید پیش از اقدام، استدلال‌های‌تان را به‌وضوح و با رعایت ادب توضیح دهید.

به افراد تیم خود، اطلاعات مربوط به تصمیم‌تان را نشان دهید. گرایش‌هایی را که در بازار شناسایی کرده‌اید و منجر به نتیجه‌گیری شده است، ارائه دهید. پس از انجام این کار می‌توانید به مباحث هدف‌دارتر درباره تغییر در استراتژی



شرکت بپردازید.

اگر تیم خوبی داشته باشید، منطق شانس بالایی برای پیروزی دارد. ما در شرکت AP در نهایت تصمیم گرفتیم که وارد بازار جهانی شویم و توانستیم دقیقا در زمانی که برایمان سودآور بود، پیشنهادی بین‌المللی ارائه دهیم.

اهمیت زمان‌بندی

آینده‌نگرها گاه برای حرکت به‌سوی آینده روشنی که در پیش‌رو می‌بینند بسیار پرانگیزه هستند، اما افرادی که به اهداف بلندمدت می‌اندیشند لازم است به این حقیقت نیز آگاه باشند که گاه بهتر است کمی به عقب برگردند و صبر کنند تا اعضای تیم‌شان برای قبول حرکت بعدی آماده‌تر شوند.

در حقیقت اگر بخواهید سریعاً در جهت تمام امور به‌ظاهر مهم برای شرکت اقدام کنید (چه گزاشی خاص در بازار باشد یا مشکلی درباره یکی از کارمندان، این روش اثری مخرب خواهد داشت. به بیان دیگر ممکن است اعضای تیم‌تان شما را فردی غیرمنطقی تصور کنند.

این وضعیت، نوعی برقراری تعادل بسیار ظریف است. گاه برخلاف ضرورتی که فرد آینده‌نگر احساس می‌کند، بهتر است صبر کرد تا دیگران نیز متوجه اندکی از هشدارهای اولیه یا نشانه‌های فرصت‌های جدید شوند. در این مواقع ترغیب کردن افراد به‌صورت ضمنی و زیرکانه تاثیر بیشتری نسبت به دستور دادن مستقیم دارد.

با این حال نمی‌توانید بیش از حد نیز صبر کنید؛ چالش واقعی در همین امر نهفته است. برخی از بزرگ‌ترین اشتباهاتی که من مرتکب شده‌ام مربوط به صبر کردن بیش از اندازه برای تغییر پرسنل بوده است. من می‌دیدم که شخصی برای حفظ سرعت در حال تقلا است و نیازهای شرکت را نیز می‌دانستم، اما نمی‌خواستم تشنج ایجاد کنم، با این حال صبر کردن انتخاب اشتباهی بود.

در آخر، مورد مهم برای مدیران آینده‌نگر این است که همیشه در تصمیم‌گیری‌های خود منطق، همدلی و شکیبایی به‌خرج دهند. آینده‌نگری هم یک موهبت است و هم یک نفرین؛ قدرش را بدانید و درست از آن بهره بگیرید.

منبع: INC/zoomit