

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شاخص کل بورس بیش از ۵ هزار واحد رشد کرد

واکنش مثبت و تاریخی بورس به بسته ارزی

فرصت امروز: بازار سرمایه این روزها به طور مداوم در حال شگفتی آفرینی است و دیروز، هشتمین روز متوالی بود که شاخص کل بورس بدون هیچ استراحتی...



۱۵ نکته از صحبت‌های رئیس کل بانک مرکزی درباره بسته ارزی جدید دولت

رمز گشایی بسته جدید ارزی

با تصویب هیات وزیران به‌طور رسمی از بسته جدید ارزی دولت رونمایی شد و این مصوبات ارزی به گفته رئیس کل جدید بانک مرکزی از امروز سه‌شنبه اجرا خواهد شد. بر این اساس، ارز رسمی فقط به کالاهای اساسی اختصاص می‌یابد و مابقی واردات باید ارز خود را از طریق سامانه نیما و با نرخ بازار تأمین کنند...

۳ اقتصاددان به رئیس جمهور نامه نوشتند

راهکارهای بیست‌گانه

برای عبور از مشکلات اقتصاد ایران

مدیریت و کسب‌وکار



تیم کوک دستیار به ارزش یک تریلیون دلاری را نقطه عطفی برای اپل می‌داند

- فشارهایی که رهبران با آن دست و پنجه نرم می‌کنند
- مهارت از تباطوی ضروری برای مدیران
- قوانین فعالیت در شبکه‌های اجتماعی
- جدیدترین روش برای برخورد با پرداخت به‌ازای هر کلیک
- درس‌هایی از ۷ کمپین برتر بازار یابی و تبلیغات
- تبلیغات یا بازار یابی محتوایی؛ کدام یک موثر تر است؟

۱ تا ۶



رئیس کل جدید بیمه مرکزی خبر داد بخشی از بیمه ایران واگذار می‌شود

یادداشت

توسعه‌ماندگار
در سایه صلح مثبت



از دیرباز بین متفکران سیاسی در خصوص «واقعیت سیاست» و «امر سیاسی» اختلاف نظر وجود داشته است. در حالی که واقع‌گرایانی مانند نیکولو ماکیاوولی و کارل اشمیت، قلمروی سیاسی را قلمروی منازعه و جنگ در نظر می‌گرفتند، اندیشمندانی از جمله اندیشمندان لیبرال، اصل را بر صلح گذاشته‌اند. از دیدگاه این اندیشمندان، می‌توان و باید شرایطی برای تحقق صلح فراهم آورد و وضعیت عادی و مطلوب، یعنی صلح، را تحقق بخشید. چه با گروه نخست هم‌عقیده باشیم و چه حق را به گروه دوم بدهیم، در این امر تردیدی نیست که برای دستیابی به توسعه، وجود صلح امری ضروری است. در واقع، تحقق صلح هنگامی اهمیت دارد که با مفهومی دیگر نیز پیوند یابد و آن امنیت است. به‌بیان‌دیگر، دولت‌های امروزی نیاز به صلح دارند تا بتوانند امنیت به وجود آورند و نیاز به امنیت دارند تا بتوانند توسعه، رفاه و اقتصاد پررونق ایجاد کنند.

ادامه در همین صفحه

توسعه ماندگار در سایه صلح مثبت

دولتی که بخواهد در مسیر صلح مثبت قدم بردارد باید بتواند روابط خود با شهروندان خویش و رابطه اجزای درونی نظام سیاسی خود را براساس عدالت بنا کند و روابط خود با دیگر کشورها را نیز به‌گونه‌ای سامان بخشد که نشانه‌های منازعه و جنگ‌طلبی از خود بروز ندهد. باید بتواند این تصویر را از خود ارائه دهد که من در عین قدرتمندی تمایلی به خشونت ندارم.

ادامه از همین صفحه در اینجا وضعیتی پارادوکسیکال تحقق می‌یابد. صلح برای امنیت و توسعه ضروری است. در عین حال برای داشتن صلحی همراه با امنیت، باید صلح مسلح به وجود آورد و در نتیجه همواره دچار رقابت تسلیحاتی هستیم که به صلح برسیم و همین رقابت تسلیحاتی نشانه‌هایی از تهدید را به کشورهای دیگر مخابره می‌کند. دولت‌های ماقبل مدرن وظیفه‌ای با عنوان توسعه‌بخشی برای خود قائل نبودند. در نتیجه حیات خود را در جنگ‌هایی، گاه طولانی‌مدت، تعریف می‌کردند. این جنگ‌ها می‌توانستند در کنار کشورگشایی، غنایم و ثروت‌های به‌دست‌آمده، اعتباری نیز برای کشور پیروز و فاتح به بار آورند. برای دولت‌های امروزی وضعیت به‌گونه‌ای دیگر است. این دولت‌ها نیاز دارند دست به توسعه بزنند و فاصله توسعه‌یافتگی خود را با جهان پیرامون کاهش دهند. نیاز دارند اقتصاد را در وضعیتی متعادل و تراز اقتصادی را در وضعیتی مثبت نگاه دارند. نیاز دارند و در واقع موظفند برای مردم و شهروندان خود رفاه ایجاد کنند. دستیابی به این اهداف نیازمند فراغت بالی است که تنها در حالت صلح تحقق می‌یابد.

دولتی که بخواهد در مسیر صلح مثبت قدم بردارد باید بتواند روابط خود با شهروندان خویش و رابطه اجزای درونی نظام سیاسی خود را براساس عدالت بنا کند و روابط خود با دیگر کشورها را نیز به‌گونه‌ای سامان بخشد که نشانه‌های منازعه و جنگ‌طلبی از خود بروز ندهد. باید بتواند این تصویر را از خود ارائه دهد که من در عین قدرتمندی تمایلی به خشونت ندارم.

پرسشی که مطرح می‌شود این است که صلح به چه معناست؟ در اینجا به دو تعریف کلی از صلح می‌رسیم که در واقع متمایزکننده صلح منفی از صلح مثبت است. اصطلاح صلح مثبت توسط جان گالتونگ، پدر مطالعات صلح، ابداع شد. از نظر وی، صلح منفی به معنای نبود خشونت، درگیری و جنگ است. برقراری آتش‌بس نمونه‌ای از ایجاد صلح منفی است، ولی این صلح همواره در معرض فروپاشی است. در نتیجه دولت‌ها همواره دچار نگرانی در خصوص فروپاشی این صلح شکننده هستند. فرق است بین دولتی که در وضعیت صلح به سر می‌برد و اندکی احتمال بروز جنگ می‌دهد با دولتی که همواره سایه شمشیر داموکلس جنگ را بر سر خود احساس می‌کند. وضعیت مطلوب آن است که این احساس اندک باشد. تحقق این احساس به میزان زیادی به شکل‌گیری سیاست‌ها، روابط و نهادهای صلح‌طلب بستگی دارد. صلح مثبت هنگامی تحقق می‌یابد که روابط انسانی به‌گونه‌ای سازنده برقرار باشد، نهادهای و نظام‌هایی در مسیر برقراری صلح به وجود آیند، و روابط انسانی آمیخته با عدالت باشد.

محسنی‌اژه‌ای خبر داد

۴۵ نفر از اخلاگران اقتصادی دستگیر شده‌اند

در خصوص مسائل مربوط به مناقصات و مشکلات بودجه‌ای بود که با توجه به گذشت چند ماه از سال و مسائلی که با آن مواجه بوده‌ایم و مشکلات جدی که داریم، مسائل خود را مطرح کردند که مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. وی اظهار کرد: در جلسه امروز توصیه‌ها و راهنمایی‌ها و دستوراتی که باید داده می‌شد، داده شد و مقرر گردید مسئولان ذی‌ربط پیگیری کنند که ان‌شاءالله به نتیجه برسد.

وی توضیح داد: اخیراً هم در جلسه سران قوا مطرح شده که هر میزبان از پروژه‌هایی که در اختیار دولت است و مشمول اصل ۴۴ می‌شود که قابلیت واگذاری دارند، با رعایت همه ضوابط و غبطه دولت و حکومت واگذار شود و عمدتاً به دست مردم برسد؛ یعنی اینطور نباشد که پروژه‌ای واگذار شود و فردا کارگران آن بیکار شوند و یا احیاناً پروژه نیمه‌کاره، نیمه‌کاره باقی بماند. معاون اول قوه قضاییه اظهار کرد: اگر پروژه‌های واگذاری به دست خود مردم و یا کنسند کار و بخش خصوصی برسد که می‌توانند اداره کنند و برای این کار اهلیت دارند، حتماً باید این کار را انجام دهیم و آن را توصیه کنیم و اصلاً مدیران را به این کار تشویق نمی‌ایم، اما در خصوص موردی که آقای سراج درباره واگذاری اخیر گزارشی دادند، دستور داده شد که پیگیری شود و چنانچه کشف فساد شد، حتماً گزارش کنند که طبق قانون اقدام شود.

معاون اول رئیس‌جمهور در جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی:

اولویت دولت واگذاری طرح‌های نیمه تمام به بخش خصوصی است

واگذاری مدنظر بوده لحاظ شده و دغدغه‌های مورد نظر بخش خصوصی و دستگاه‌های اجرایی در مصوبات مدنظر قرار گرفته است. معاون اول رئیس‌جمهور ادامه داد: دستگاه‌های اجرایی با توجه به مصوبات خوب اتخاذشده برای واگذاری طرح‌های نیمه‌تمام باید به سرعت این طرح‌ها را به بخش خصوصی واگذار کنند و از این پس هیچ‌گونه بهانه‌ای پذیرفته‌شده نیست. جهانگیری با اشاره به اینکه برخی ایرانیان مقیم خارج از کشور نیز اعلام آمادگی کرده‌اند که در تکمیل طرح‌های نیمه‌تمام مشارکت داشته باشند، از همه دستگاه‌های اجرایی و به‌خصوص سازمان برنامه و بودجه خواست زمینه و بسترهای لازم را برای مشارکت بخش خصوصی و نیز فعالیت ایرانیان مقیم خارج از کشور فراهم سازند.

معاون اول رئیس‌جمهور ضمن تأکید بر ضرورت هماهنگی کافی میان ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، ستاد مقابله با تحریم و شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا و اتخاذ تصمیمات هم‌جهت برای بی‌اثر کردن تحریم‌ها، تصریح کرد: تصمیم‌گیری‌ها و ساز و کارهایی که در دوران تحریم اتخاذ می‌شود باید در جهت افزایش اقتدار دولت در مدیریت کشور باشد و نباید روال عادی اداره کشور را بر هم بزند و لازم است دبیرخانه‌های این سه ستاد، هماهنگی‌های لازم را انجام دهند تا دچار اختلال در تصمیم‌گیری و موازی‌کاری نشویم. وی همچنین از رئیس سازمان امور اداری و استخدامی کشور خواست بررسی‌های لازم را به‌عمل آورد و ضمن هماهنگی با کمیسیون‌های ذی‌ربط دولت در خصوص ادامه کار و یا امکان ادغام برخی از شوراهای تصمیم‌گیری لازم

جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی ظهر دوشنبه به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور برگزار شد. اسحاق جهانگیری با تأکید بر اینکه واگذاری طرح‌های نیمه‌تمام به بخش خصوصی و مشارکت بخش خصوصی برای تکمیل این طرح‌ها گامی در جهت خدمت‌رسانی هرچه بیشتر به مردم است، گفت: سیاست دولت کاهش تصدیگری و افزایش نقش بخش خصوصی در کشور است و خوشبختانه در جلسات شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا تصمیمات خوبی در راستای اجرای این برنامه اتخاذ شده، ضمن آنکه این موضوع از مطالبات جدی مقام معظم رهبری نیز است.

معاون اول رئیس‌جمهور افزود: با توجه به اینکه برای تکمیل طرح‌های نیمه‌تمام در کشور بیش از ۴۵۰ هزار میلیارد تومان اعتبار لازم است و بودجه دولت امکان تأمین این حجم از نقدینگی را ندارد، باید راهی برای تأمین مالی اجرای این طرح‌ها پیدا کنیم که یکی از بهترین مسیرها واگذاری طرح‌ها به بخش خصوصی است. رئیس ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی با تأکید بر اینکه باید شرایطی فراهم شود تا بخش خصوصی انگیزه کافی برای مشارکت در اجرای طرح‌های نیمه‌تمام را داشته باشد، افزود: معایب‌ها و امتیازات خوبی برای بخش خصوصی در نظر گرفته شده و در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا نیز اختیارات کافی به کارگروه واگذاری طرح‌ها تفویض شده تا با شرایط سهل و آسان طرح‌های عمرانی نیمه‌تمام به بخش خصوصی واگذار شود. وی افزود: در برنامه‌ریزی برای واگذاری طرح‌ها به بخش خصوصی تمام ساز و کارهایی که برای تسهیل جریان

سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

دریچه



آینده احتمالی ما به روایت مجله فوربس

۳ پیش‌بینی درباره آدم‌ها در جوامع آینده

با سرعتی که جهان دارد در عرصه تولید اطلاعات پیش می‌رود، شکاف بین امسال و سال ۲۰۲۰ خیلی بیشتر از شکافی خواهد شد که مثلا بین دهه ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ میلادی وجود داشته، اما حتی در سال ۲۰۲۰ هم زندگی ما با آنچه که ری کورزویل درباره آینده پیش‌بینی کرده، تفاوت زیادی خواهد داشت. تئوری او این بوده که برای رقابت با هوش مصنوعی، انسان چاره‌ای جز همکاری خیلی نزدیک با ماشین نخواهد داشت و هیچ وقتی را هم در این راه نباید تلف کند.

کورزویل یکی از چهره‌های آینده‌شناس معروف دنیاست و در شرکت گوگل هم ریاست بخش مهندسی را به عهده دارد. او به خاطر درست از آب درآمدن تعداد زیادی از پیش‌بینی‌هایش شهرت زیادی دارد. از دهه ۹۰ میلادی تاکنون، ۱۵۰ مورد از پیش‌بینی‌های او محقق شده‌اند و بنابراین عجیب نیست که خیلی‌ها دنبال نظریات او درباره آینده باشند. او سال گذشته در کنفرانس اس‌ایکس‌اس‌دابلیو یک پیش‌بینی دیگر کرد که فکر خیلی‌ها را مشغول نگه داشته: «من پیش‌بینی می‌کنم که در سال ۲۰۲۹، هوش مصنوعی قادر شده باشد آزمون تورینگ را پشت سر بگذارد و در نتیجه خود را به سطح هوشی انسان‌ها برساند. همچنین سال ۲۰۴۵ در پیش‌بینی‌های من زمانی است که ما قادر خواهیم شد هوش خود را با هوش مصنوعی ترکیب کنیم و آن را میلیاردها برابر بیشتر و موثرتر کنیم.» تنها گذشت زمان است که می‌تواند به ما بگوید آیا این پیش‌بینی کورزویل درست از آب درمی‌آید یا نه، اما تا آن زمان قرار است ما انسان‌ها چه کار کنیم؟ یکی از مفیدترین کارهایی که از دست ما برمی‌آید این است که فعالیت کسب و کارهای مختلف و نوآور دنیا را به تدریج بررسی و تحلیل کنیم و ببینیم با همین هوش انسانی ما چه روندهایی را می‌توان در آینده آنها مشاهده کرد. به این سه پیش‌بینی درباره آینده جوامع ما و آدم‌هایش توجه کنید.

۱- جنبه انسانی از جوامع محو نخواهد شد

واقعیت این است که دنیای امروز باعث شده ما به سمت انزوای اجتماعی پیش برویم. از بانک گرفته تا خواربارفروشی، همه‌جا و همه‌کس در تلاشند تا کارهای ما را با سرعت هرچه بیشتر و با تعامل هرچه کمتر با آدم‌های دیگر راه بیندازند. در واقع بحث ماشینی‌شدن امور در دنیای امروز خیلی جدی است و حتی شغل بسیاری از مردم را از دست‌شان درخواهد آورد، اما بررسی روندهای یک دهه اخیر نشان می‌دهد که به این زودی‌ها جنبه انسانی از مصرف‌گرایی ما جدا نخواهد شد. در سال‌های اخیر، سرعت ماشینی‌شدن امور خیلی بالا بوده، اما برخی نهادهای محبوب و خاطرمساز - مثل خواربارفروشی‌های محلی - در نقاط مختلف دنیا از پا درنیامده‌اند. پیش‌بینی می‌شود محبوبیت این جنبه انسانی از مصرف‌گرایی در سال‌های آینده هم ادامه داشته باشد. این خبر جالبی برای کسانی است که مدعی‌اند آینده بشر صرفا ماشینی و تهی از هر ارتباط انسانی خواهد بود.

۲- نفوذ شرکت‌های بزرگ روی آدم‌ها بیشتر خواهد شد

پیشرفت تکنولوژی‌هایی که توسط شرکت‌های بزرگ دنیا توسعه می‌یابند، در آینده هم با سرعت ادامه خواهد داشت. معنی‌اش این است که آنها همیشه چند قدم از ما مردم عادی جلوتر خواهند بود و برای هر نیاز ما، محصولات مختلفی را به بازار خواهند فرستاد. این وضع احتمالا از سال ۲۰۲۰ به بعد تشدید هم خواهد شد و ما هم باید خودمان را آماده کنیم که خیلی از این کنترل متعجب نشویم.

۳- یکپارچگی محصولات زیاد خواهد شد

اگر نمی‌دانید منظور از یکپارچگی محصولات چیست، به این نکته فکر کنید که کدام برند تکنولوژیک را در سال‌های اخیر پشت هم استفاده کرده‌اید و سعی کرده‌اید همه دستگاه‌های‌تان را از همان برند تهیه کنید. احتمالش هست که بعضی از شما برند گوشی، لپ‌تاپ، ساعت و وسایل دیگر‌تان یکی باشد و همه آنها را به هم وصل کرده باشید تا تمام اطلاعات‌تان دائم در دسترس‌تان باشد. پیش‌بینی می‌شود که این وضع در آینده نزدیک خیلی شدیدتر هم بشود. تمایل به وصل‌بودن و یکپارچه‌بودن تمام دستگاه‌های الکترونیک ما در آینده به دلیل پیشرفت تکنولوژیک بالاتر خواهد رفت و شرکت‌ها در این زمینه با هم وارد رقابت‌های سنگینی خواهند شد. مثلا برند اپل یا گوگل را در نظر بگیرید. در حال حاضر، اپل در زمینه یکپارچگی محصولات بهتر عمل کرده، اما شرکت گوگل نیز چنان در عرصه‌های مختلف تکنولوژی پیش رفته که می‌تواند خیلی زود تمام دستگاه‌های الکترونیک ما حتی ریموت‌های خانه و وسایل الکترونیک دیگر را هم قبضه کند. پیش‌بینی می‌شود که در آینده، این یکپارچگی‌ها در زندگی ما به حدی برسد که دیگر خواهان وجود هیچ فاصله‌ای بین وسایل تکنولوژیک مورد استفاده‌مان نباشیم؛ دقیقا به همین دلیل که به اطلاعات مربوط به خودمان خیلی اهمیت می‌دهیم و تحمل شکاف بین آنها را نخواهیم داشت. این همان آینده‌ای است که تکنولوژی‌های هوشمند می‌خواهند برای ما بسازند.



فناوری و علوم جدید چگونه به کمک بانکداری می‌آید؟

کشف پولشویی با روش منطق فازی



پدیده پولشویی هستند، به‌صورت اگر و آن‌گاه (با تعریفی که در منطق فازی دارند) تعریف می‌شوند و در پایان نیز استنتاج فازی برای کشف پدیده پولشویی صورت می‌گیرد.

در مکانیسم پیشنهادی این مقاله، با توجه به قانون مبارزه با پولشویی مهم‌ترین معیارهای شناسایی پولشویی عدم رعایت سقف مقرر و سپرده‌گذاری به‌دفعات و برداشت یکجا و عمده است. همچنین معاملات نقدی کمتر از سقف مقرر به‌صورت مداوم و مستمر احتمالا به منظور ممانعت از گزارش دهی، یکی از شگردهای پولشویی است که تقریبا از معمول‌ترین و پر تکرارترین الگوهای پولشویی به حساب می‌آید و سیستم باید نسبت به آن حساس باشد و این‌گونه الگوها را تشخیص دهد.

در سیستم مد نظر این مقاله دو ورودی و یک خروجی وجود دارد. سقف برداشت از حساب بانکی براساس قانون پولشویی نباید از ۵۰ میلیون تومان و تراکنش بانکی نیز نباید از ۱۵ میلیون تومان در یک روز بیشتر باشد. یکی از ورودی‌های مدل، برداشت از سپرده بیش از سقف مقرر در نظر گرفته شده است. همچنین برای کم کردن برداشت و واریز مکرر در مدت‌زمان کوتاه، اگر فاصله واریز وجوه و برداشت وجوه کمتر از سه روز باشد، تراکنش به‌عنوان تراکنش مشکوک شناسایی می‌شود. خروجی نرم‌افزاری که برای این کار طراحی شده، احتمال رخداد پولشویی است. برای هر یک از ورودی‌ها و خروجی‌ها سه حالت کم، متوسط و زیاد در نظر گرفته شده است.

پس از فازی‌سازی و ورودی‌ها و تعیین درجه عضویت، ساختار قواعد سیستم فازی باید تعیین شود و مهم‌ترین قواعد نرم‌افزار این خواهد بود که اگر مبلغ برداشت از سپرده بین صفر تا ۱۵ میلیون تومان و دوره زمانی بیش از سه روز باشد، احتمال رخداد تقلب پولشویی بسیار کم است و از سوی دیگر، اگر مبلغ بیش از ۵۰ میلیون تومان و دوره یک تا دو روز باشد، احتمال رخداد پولشویی بسیار زیاد است. استنتاج فازی و معیارهای آزمایش این مکانیسم نیز نشان می‌دهند که این روش برای استفاده معتبر است.

کمک‌گرفتن از منطق فازی برای تعیین احتمال پولشویی

سیستم فازی طراحی‌شده در این پژوهش می‌تواند تمام حساب‌های کاربران را پس از شناسایی، در قالب سه گروه کم، متوسط و زیاد دسته‌بندی کند. ادعای پولشویی که در گروه کم قرار می‌گیرد، می‌تواند مورد چشم‌پوشی قرار گیرد. مواردی که در گروه متوسط قرار می‌گیرند نیازمند بررسی مشخصات مشتری صاحب حساب در چارچوب مقررات شناسایی مشتریان هستند و آن دسته از مواردی که در گروه زیاد قرار می‌گیرند، نیازمند ارائه گزارش به واحد پولشویی برای رسیدگی بیشتر هستند. این سیستم نه تنها می‌تواند به‌طور مستقل پولشویی را تشخیص دهد، بلکه می‌تواند از محیط نیز آموزش ببیند و تغییرات محیطی را بپذیرد و تصمیم‌گیری کند. به‌طوری که تصمیمات به‌وسیله انسان قابل تفسیر باشد. به‌واسطه عامل کاربر، سیستم ضد پولشویی طراحی‌شده می‌تواند با برنامه مالی هماهنگ باشد. اضافه کردن و کم کردن و حذف کردن قواعد کسب‌وکار و سناریوهای پولشویی در آن راحت است. این روش می‌تواند برای کسب‌وکار مناسب باشد چون هزینه‌های کشف پولشویی را کاهش و بهره‌وری واحد کشف پولشویی

را افزایش می‌دهد. پیشنهاد می‌شود هر بانک سیستم ضد پولشویی هوشمندی طراحی کند که این سیستم قادر به دریافت اطلاعات مالی و تجزیه‌وتحلیل پروفایل مشتریان و تجزیه‌وتحلیل حساب‌های مشتریان بدون نیاز به هویت آنها باشد. کارکنان بانک‌ها نیز باید در انجام کارهای روزمره خود طبق دستورالعمل‌های بانکی به مواردی از قبیل شناخت هویت و ماهیت کار مشتری، تغییرات ناگهانی فعالیت مالی با توجه به شغل مشتریان و تحقیق از امور مشتری در صورت هر گونه شک و تردید، توجه و دقت لازم را داشته باشند.

موجود در زمینه کشف پولشویی، مکانیسم هوشمندی طراحی‌شده بود که البته صرفا احتمال رخداد پدیده پولشویی را نشان می‌دهد و در واقع یک مکانیسم هشدار برای کشف پولشویی است و دقت مدل طراحی‌شده به منزله وجود پولشویی در بانک مورد بررسی نیست.

چهار روش مقابله

بسیاری از نهادهای مالی در تلاش برای مبارزه با پولشویی، سیستم‌های ضد پولشویی را بسط داده‌اند و برای پیاده‌سازی آن برنامه‌ریزی کرده‌اند. چهار نوع سیستم ضد پولشویی در کشورهای مختلف در حال پیاده‌سازی است که عبارتند از: سیستم ضد پولشویی بر مبنای قاعده، سیستم ضد پولشویی چندعاملی، سیستم ضد پولشویی تحلیل جریان تراکنش و سیستم ضد پولشویی لینک. در سیستم ضد پولشویی بر مبنای قاعده کشورها براساس قوانین موجود در کشور خود و همچنین قواعد بین‌المللی معیارهایی را برای شناسایی تراکنش‌های مشکوک تعریف می‌کنند و سپس براساس آن معیارها به کشف پولشویی می‌پردازند. در سیستم ضد پولشویی چندعاملی، عامل‌ها در شناسایی پولشویی دخیلند و وظایف خاص خود را دارند. عامل‌ها در تعامل با یکدیگر و با تجزیه و تحلیل پروفایل مشتریان و اندازه‌گیری ریسک معاملات به کشف پولشویی می‌پردازند. در سیستم تحلیل جریان تراکنش، تراکنش‌های بانکی با به‌کارگیری روش داده‌کاوی به دو گروه سالم و مشکوک تقسیم می‌شوند و سپس با تجزیه‌وتحلیل تراکنش‌های مشکوک و پروفایل مشتریان مربوط به تراکنش‌های مشکوک، پولشویی کشف می‌شود، اما در سال‌های اخیر با به‌کارگیری روش کلان‌داده (Big Data) سیستم تحت عنوان سیستم لینک طراحی شده است که به‌صورت هم‌زمان به تجزیه‌وتحلیل تراکنش‌ها و پروفایل مشتریان می‌پردازد و براساس قواعد سیستم، پدیده پولشویی کشف می‌شود.

داده‌کاوی فازی

برای طراحی تکنیک داده‌کاوی کارا که قادر به کشف پولشویی باشد نیاز است متناسب با کشف پولشویی طراحی شود. در میان روش‌های مختلف داده‌کاوی، مهم‌ترین روش‌های موجود استفاده روش خوشه‌بندی، روش ماشین‌بردار و روش فازی است. در روش خوشه‌بندی، برای گروه‌بندی معاملات و حساب‌ها برحسب تشابهات آنها خوشه‌بندی صورت می‌گیرد. این تکنیک به شناسایی معاملات مشکوک و کشف ریسک مشتریان با ریسک حساب‌ها کمک می‌کند. روش ماشین‌بردار پشتیبان از جمله روش‌های آماری است که برای دسته‌بندی و رگرسیون استفاده می‌شود و این ابزار شامل کشف رفتار غیرمعمول همه موارد نظیر تراکنش‌ها، حساب‌ها و انواع خروجی‌ها است.

یکی از مهم‌ترین تکنیک‌های داده‌کاوی که در سال‌های اخیر برای کشف پولشویی به کار گرفته شده، تکنیک منطق فازی است. این تکنیک دارای دو کاربرد کنترل و کشف است. کنترل و بررسی داده‌ها نخستین گام در کشف پولشویی است. اگر موارد خاص در فرآیند نظارت و کنترل کشف شد، گام بعدی در منطق فازی اطمینان از وجود پدیده پولشویی است. در پایان نیز یک استراتژی کنترلی برای مدیریت مسائل مورد نیاز است.

در طراحی سیستم کشف پولشویی با استفاده از روش منطق فازی ابتدا باید از منافع مختلف داده‌های مورد نیاز را جمع‌آوری کرد. منابع اصلی که برای تحلیل داده‌ها مورد نیاز هستند عبارتند از: مدل‌های موجود برای کشف تقلب که داده‌های مشکوک به تقلب را از سایر داده‌ها متمایز می‌کنند، نمایشگرهای خدمات مشتری که حساب‌ها را نشان می‌دهند و در ارتباط با مشتری هستند، از طریق پروفایل مشتری و همچنین از طریق حسابی که مشتریان با آنها در ارتباط هستند. پس از جمع‌آوری داده، قواعد با استفاده از معیارهایی که مشخص‌کننده

امروزه با گسترش فناوری اطلاعات در شبکه بانکی دنیا، جرم در صنعت به‌صورت چشمگیری در حال افزایش است و هزینه‌های زیادی را به کسب‌وکارها تحمیل می‌کند. در نتیجه شناسایی جرم به مسئله بسیار مهمی تبدیل شده است. یکی از جرم‌هایی که منجر به ایجاد اختلال در عملکرد بانک‌ها می‌شود، جرم پولشویی است که تلاش‌های گسترده‌ای در سطح بین‌الملل برای کشف آن در حال انجام است. در همین راستا، طراحی مکانیسمی که قادر به شناسایی جرم پولشویی باشد دارای اهمیت است. تکنیک‌های شناسایی جرم پولشویی علاوه بر آنکه تقلب‌ها و کلاهبرداری‌های صورت‌گرفته در یک سازمان را شناسایی می‌کنند و مورد تجزیه‌وتحلیل قرار می‌دهد، به تدریج با شناخت رفتار کاربران یا مشتریان سعی در پیش‌بینی رفتار آتی آنها دارد و ریسک انجام پولشویی را کاهش می‌دهد.

اعظم احمدیان با توجه به اهمیت این موضوع در مقاله‌ای که با عنوان «پیشنهاد یک مدل‌ولوژی برای کشف پولشویی (با به‌کارگیری روش منطق فازی)» در آخرین شماره فصلنامه علمی - پژوهشی «سیاست‌های مالی و اقتصادی» در وزارت امور اقتصادی و دارایی منتشر کرده، سعی کرده است براساس ضوابط بین‌المللی مکانیسمی برای شناسایی جرم پولشویی در شبکه بانکی کشور طراحی کند. طراحی این مکانیسم بانک‌ها را قادر خواهد ساخت قبل از وقوع جرم احتمال وقوع آن را شناسایی کند و مانع از رخداد پدیده پولشویی شوند.

در پدیده پولشویی مجرم‌ان سعی می‌کنند پول‌هایی را که از فعالیت‌های مجرمانه به دست می‌آورند، با روش‌های قانونی به پول تمیز تبدیل کنند. امروزه پولشویی سومین و بزرگ‌ترین تجارت در جهان بعد از مبادله ارزی و صنعت خودرو است، بنابراین شناسایی و پیش‌بینی آن دارای اهمیت زیادی است. گسترش فناوری اطلاعات و توسعه ابزارهای الکترونیکی نقل‌وانتقال وجوه، رخداد پدیده پولشویی را برای مجرم‌ان سهل‌تر کرده است. همین امر موجب شده است که دولت‌ها نهادهای مالی را ملزم به شناسایی و کشف آن کنند. در این میان، طراحی سیستم ضد پولشویی می‌تواند کمک کشف پولشویی به ثبات مالی و امنیت بانک‌ها در سطح بین‌الملل کمک کند. برای کشف پدیده پولشویی می‌توان از روش سنتی یا روش هوشمند استفاده کرد. روش سنتی فرآیند ضد پولشویی یک روش مبتنی بر انسان است که در این روش پدیده پولشویی کشف و شناسایی و از رخداد آن جلوگیری می‌شود. در مقابل، ارزش داده‌های بانکی و تراکنش‌های بانکی با روش‌های مختلف افزایش یافته است و به‌کارگیری روش‌های سنتی برای کشف پولشویی زمان‌بر و پرهزینه و گاهی غیرممکن است، بنابراین روش‌هایی نیاز است که به‌صورت خودکار جرم پولشویی را کشف کند.

در برهه کنونی شبکه بانکی کشور در تلاش برای پیوستن به شبکه بانکی بین‌المللی است و بنابراین ضرورت دارد موانع موجود در این زمینه در شبکه بانکی شناسایی و قبل از هر نوع برقراری رابطه با بانک‌های بین‌المللی رفع شود. یکی از مهم‌ترین گزینه‌ها برای بانک‌های بین‌المللی نبود پدیده پولشویی در بانک‌های طرف ارتباط است. این موضوع ضرورت طراحی مکانیسمی را که بتواند پولشویی را کشف کند برجسته ساخته است. هدف از این تحقیق طراحی مکانیسمی است که هم به بانکداران و هم به سیاست‌گذاران و هم به نهادهای نظارت بر بانک‌ها کمک کند تا بتوانند بهتر فرآیند مالی موجود در بانک خود را کنترل کنند و هرگونه تراکنش مشکوک را با دقت بررسی کنند و در صورت وجود احتمال بالای پولشویی، از تحقق آن ممانعت به عمل آورند.

در این مقاله سعی شده است با توجه به ادبیات نظری و تجربی

رمز گشایی بسته جدید ارزی



سیاست‌های جدید ارزی؛ یک گام رو به جلو

عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس گفت که بسته ارزی پیشنهادی بانک مرکزی در شرایط کنونی می‌تواند بازار ارز ایران را به سمت عادی‌سازی وضعیت سوق دهد. مرتضی عزتی در گفت‌وگو با خبرنگاران، در این خصوص گفت: ارائه این بسته ارزی تا حدی بازار ارز ایران را تعدیل می‌کند، بی‌تردید در روزهای آتی شاهد بهبود وضعیت در بازار خواهیم بود. وی با اشاره به اینکه آزادسازی معاملات ارزی البته با ملاحظات اعلامی از سوی بانک مرکزی، خود اتفاقی مثبت در این فضا است، اضافه کرد: ارزی که در اختیار دولت نیست، باید در بازار آزاد خرید و فروش شود و این گام مثبتی برای شفاف‌سازی وضعیت و معاملات اقتصادی است. او با تأکید بر اینکه بخش‌هایی از این بسته نیز با توجه به شرایط ممکن است امکان اجرا نیابد، توضیح داد: فکر می‌کنم در صورتی که تنش‌های بازار بیش از حد معمول شود، بانک مرکزی نتواند برای مهار قیمت ارز وارد عمل شود، باید در نظر بگیریم که امروز قیمت ارز در اثر عرضه و تقاضا در بازار ایران تعیین نمی‌شود و تأثیر سیاست بر این بازار بسیار بالاست.

او با تأکید بر اینکه باید بستری برای تامین نیازهای عادی مردم فراهم کرد، ادامه داد: هرچند بسته ارائه‌شده از سوی بانک مرکزی را بسته خوبی می‌دانم، اما باید تأکید کنم این بسته‌ها برای شرایط اضطراری تدوین شده و بی‌تردید ما در سطح کلان نیازمند بازنگری در روش‌ها و شیوه‌های مدیریتی خود هستیم.

او در پاسخ به اینکه باز شدن بازار ارز، به افزایش شدید تقاضا در کوتاه‌مدت دامن نمی‌زند؟ گفت: بعید می‌دانم چنین اتفاقی رخ دهد. کسانی که هفته قبل دلار ۱۲ هزار تومانی خریدند به شدت متضرر شدند و این وضعیت احتمالاً ادامه‌دار خواهد بود. در ضمن باید توجه داشته باشیم که قیمت ارز در شرایط کنونی در حدی است که خود مانعی در برابر تقاضای بالا محسوب می‌شود. عزتی گفت: سفته‌بازان وقتی وارد بازار می‌شوند که حس می‌کنند قیمت کالایی غیرواقعی است، بی‌تردید با تصمیمات اتخاذشده قیمت ارز در نقطه بهینه‌ای می‌نشیند که دیگر سرمایه‌گذاری بر آن فاقد توجیه منطقی و اقتصادی باشد.

به گفته وی در تمام بازارهای ارز جهان اگر چنین وضعیتی ایجاد شود، سفته‌بازان وارد میدان خواهند شد.

عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس ادامه داد: به عبارت دیگر اگر در بازارهای جهانی نیز ارز به قیمت کمتر از قیمت واقعی عرضه شود، کسانی برای خرید وارد میدان می‌شوند.

همچنین حسین سلاجورزی، نایب‌رئیس اتاق ایران معتقد است باوجود اینکه در تدوین این بسته از بخش خصوصی نظرخواهی نشده، اما دربردارنده همان موضوعی است که بخش خصوصی اعلام کرده بود. به عقیده او اگر اجرای این بسته بتواند به تثبیت بازار منجر شود، می‌تواند یک گام روبه‌جلو برای حل مسائل ارزی باشد.

که از این پس ارز مسافرتی معنا نخواهد داشت.

۱۵- بانک مرکزی وظیفه دارد تا ارزش پول ملی را حفظ و تورم را کنترل کند. این در حالی است که بانک‌ها باید ضوابط جدی را رعایت کرده و از خلق پول جلوگیری کنند. پس از ساماندهی بازار ارز، به بانک‌ها خواهیم پرداخت.

کامل شکل نگرفت، اما غیر از کالاهای اساسی، اکنون همه کالاها باید از این بازار تامین ارز شوند، بر این اساس تمامی واردکنندگان براساس برنامه‌ریزی که وزارت صمت خواهد داشت و بر مبنای ثبت سفارشی که برای کشور و کارخانجات ضروری است، از این بازار تامین خواهد شد. ۵- پتروشیمی‌ها، فولادی‌ها، گاز، معینات گازی و فرآورده‌های نفتی مجموعاً به عنوان عرضه‌کنندگان ارز در بازار ثانویه عمل خواهند کرد و قیمت هم براساس عرضه و تقاضا است، البته عرضه و تقاضا این‌طور نیست که رها باشد، اگرچه معتقدیم که بازار بهترین کار را خواهد کرد، اما ما در نرخ دخالت نمی‌کنیم، اما ارز پر قدرت بانک مرکزی نیز حاضر خواهد شد و در مواقع ضروری، بازار را هدایت خواهد کرد، پس نرخ شناور مدیریت‌شده خواهد بود.

۶- صادرکنندگان اگر ارز خود را در مدت‌زمان تعیین‌شده به بازار ثانویه ارائه کرده باشند، باید مابه‌التفاوت را با نرخ بازار آزادی که شکل خواهد گرفت، به حساب خزانه واریز کنند.

۷- دولت راجع به نرخ دخالت نمی‌کند و این نرخ را اعلام نمی‌کند و نخواهد کرد، بنابراین بازار آزاد قیمت را شکل خواهد داد، ضمن اینکه مطمئن باشید که نرخ که در این بازار شکل می‌گیرد، به خاطر عمق زیاد بازار ثانویه جدید، حتماً نرخ بهینه‌ای خواهد داشت.

۸- آن دسته از کالاهایی که در وزارت صمت ثبت سفارش خواهند شد، از بازار ثانویه تامین ارز خواهند کرد؛ پس اولویت‌بندی دو و سه نیز خواهیم داشت.

۹- اگر از مصرف‌کنندگان حمایت کنیم، به طور خود به خودی تولیدکنندگان نیز حمایت خواهند شد. این در حالی است که نرخ ارز ۴۲۰۰ تومانی به دست تولیدکنندگان نمی‌رسد؛ این در حالی است که نرخ دستوری حتماً رانت و فساد خواهد داشت.

۱۰- تصمیم دولت بر این شد که خرید و فروش ارز در صرافی‌ها مجاز باشد، همه صرافی‌ها خرید و فروش ارز را خواهند داشت و برای سفر خارجی و خدمات نیز تامین اسکناس خواهند کرد. امیدواریم صرافی‌ها که مدتی است فعالیت‌شان تعطیل بوده است، به دولت و مردم کمک کنند تا این بازار شفاف شود و نیازهای واقعی مردم را با نرخ ارزی که در بازار ثانویه شکل گرفته است، تامین کنیم.

۱۱- بازار صرافی‌ها، خرید و فروش خرد انجام می‌دهند، خرید و فروش تا ۱۰ هزار دلار نیز مجاز است. باید در بازار ثانوی، تسویه ارز صرافی‌ها نیز صورت گیرد. در این میان صادرات غیرنفتی غیر از پتروشیمی‌ها و مواردی از این دست، می‌توانند تامین‌کنندگان ارز صرافی‌ها باشند. اگر این روند صادرات پتروشیمی پیش رود، به ۴۰ میلیارد دلار در سال جاری خواهیم رسید؛ چراکه در چهار ماهه ابتدای سال جاری، ۱۵ میلیارد دلار صادرات پتروشیمی داشتیم.

۱۲- اختلاف اسکناس و حواله در بازار تا حد معقولی قابل قبول است؛ نرخ بازار از ادغام بازار ثانویه و سامانه نیما به دست می‌آید.

۱۳- ما کنترل می‌کنیم که خواهیم داشت اجازه خروج سرمایه را نخواهیم داد، ما ورود ارز به کشور را از سوی صرافی‌ها مجاز اعلام کرده‌ایم که هم طلا و هم اسکناس می‌توانند وارد کنند. البته اشخاص حقیقی نیز می‌توانند ارز و طلا وارد کنند؛ این در حالی است که این کار البته در تخصص صرافی‌ها است.

۱۴- مسافرتی از این به بعد آزاد است و ارز مسافرتی به کسی داده نخواهد شد البته افرادی که بلیت تهیه کرده‌اند برای روزهای پیش رو، حتماً ارز خود را به نرخ قبلی دریافت خواهند کرد. این در حالی است

قابل توجه سرمایه‌گذاران محترم صندوق سرمایه‌گذاری اندیشه زرین پاسارگاد

طبق تصمیمات مجمع صندوق در تاریخ ۱۳۹۷/۰۵/۰۳ و تأییدیه سازمان بورس و اوراق بهادار، مفاد تبصره ۱ ماده ۱۷ و ۱۹ اساسنامه صندوق تغییر یافت. برای آگاهی از جزئیات بیشتر به وبسایت www.azpfund.com مراجعه فرمایید.

با تصویب هیات وزیران به‌طور رسمی از بسته جدید ارزی دولت رونمایی شد و این مصوبات ارزی به گفته رئیس کل جدید بانک مرکزی از امروز سه‌شنبه اجرا خواهد شد. بر این اساس، ارز رسمی فقط به کالاهای اساسی اختصاص می‌یابد و مابقی واردات باید ارز خود را از طریق سامانه نیما و با نرخ بازار تامین کنند. طبق مصوبه دولت: «ارز کلیه کالاهای اساسی و دارو به نرخ رسمی ۴۲۰۰ تومان تامین می‌شود و وزارت صمت، معدن و تجارت موظف شد فهرست کالاهای اساسی را بازنگری و به‌روز رسانی کند و نظارت لازم را به منظور حصول اطمینان از توزیع کالاهای اساسی و دارو بر مبنای نرخ رسمی از زمان ورود کالا تا عرضه آن در شبکه خرده‌فروشی (از تامین، پخش، توزیع و رسیدن به دست مصرف‌کننده) به عمل آورد.»

همچنین یکی دیگر از مصوبات هیات‌وزیران به فعالیت مجدد صرافی‌ها مرتبط بود. طبق سیاستگذاری قبلی دولت که روز ۲۰ فروردین ماه ابلاغ شده بود؛ خرید و فروش ارز اقدامی قاچاق محسوب می‌شد و صرافی‌ها اجازه هیچ‌گونه فعالیتی را در این زمینه نداشتند، اما طبق مصوبه جدید هیات وزیران: «کلیه صرافی‌های مجاز می‌توانند در چارچوب انجام معاملات خرد نسبت به خرید ارز به صورت اسکناس با رعایت مقررات ارزی، به ویژه مقررات مبارزه با پولشویی اقدام کنند. فروش ارز توسط صرافی‌های مجاز صرفاً بابت مصارف خدماتی و مسافرتی مطابق مقررات ارزی بانک مرکزی با ثبت مدارک و مستندات لازم امکان‌پذیر خواهد بود.»

علاوه بر اینها هیات وزیران مصوب کرده است: «ورود ارز به صورت اسکناس و طلا به داخل کشور بدون محدودیت مطابق با ضوابط و مقررات بانک مرکزی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی مجاز است و واردات طلا به صورت خام طبق ضوابط بانک مرکزی از کلیه حقوق، عوارض قانونی و مالیات بر ارزش افزوده معاف می‌شوند. تامین ارز برای واردات بقیه کالاها در بازار دوم ارز از محل ارز حاصل از صادرات کلیه کالاهای غیرنفتی (به ویژه فرآورده‌های نفتی، گاز طبیعی، پتروشیمی، محصولات فولادی و فلزات رنگی) و خدمات تامین می‌شود. معاملات در این بازار بین صادرکنندگان و واردکنندگان از طریق بانک‌ها و صرافی‌های مجاز صورت می‌گیرد و نرخ ارز در این بازار براساس عرضه و تقاضا به دست می‌آید. این نرخ، به نحو مناسب، به عنوان نرخ آزاد ارز اطلاع‌رسانی می‌شود. صادرکنندگان باید تعهد لازم را برای برگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور بپذیرند.» هیات وزیران تصویب کرد: «دریافت بسته جدید ارزی (به صورت اسکناس) از اشخاص حقیقی و حقوقی به واسطه بانک‌های عامل انجام شود.»

رئیس کل بانک مرکزی درباره بسته توضیح می‌دهد

بعد از تصویب بسته ارزی جدید از سوی هیات وزیران که رئیس کل جدید بانک مرکزی، عبدالناصر همتی آن را پیشنهاد داده است؛ او با حضور در برنامه گفت و گوی ویژه خبری شبکه دو نکات مهمی را در توضیح این بسته ارائه داد:

۱- از نظر تراز ارزی، تراز مثبت است و مشکلی برای اقتصاد کشور پیش نیامده است، پس اکنون که تراز ارزی خوب است اشکالی ندارد که بازار ارز را باز کرده و اجازه دهیم که فعالان اقتصادی با هم آزادانه کار کرده و بازار ارز را عمیق بخشند و شفاف کنند.

۲- دغدغه عمومی مقام معظم رهبری و رئیس‌جمهور و سایر مسئولان نظام این است که کالاهای اساسی و ضروری و دارو، تجهیزات پزشکی به قیمت ثابت و بدون افزایش نرخ، به دست مردم برسد، بنابراین وزارتخانه‌های صمت، جهاد و بهداشت مکلف شده‌اند که فهرست کالاهای ضروری یعنی حتی بالاتر از کالاهای اساسی را بازنگری کرده و دارو و تجهیزات پزشکی نیز در گروه اول قرار گرفته‌اند. ۳- نرخ کالاهای اساسی تا پایان فروردین ۹۸ بدون تغییر باقی خواهد ماند و البته ارز هم تا همان زمان به نرخ ۴۲۰۰ تومانی در اختیار آنها قرار می‌گیرد.

۴- در گذشته قرار بر این بود که ۲۰ درصد از صادرکنندگان ارز حاصل از صادرات خود را به بازار ثانویه ارائه کنند، که البته این بازار به صورت

گرم‌های
بزرگ
حامیان
آب

همه‌باهم برای نجات آب تلاش کنیم
نجات آب، نجات زندگی

جمعه ۹ مرداد ۹۷ ساعت ۲۰:۳۰
ورزشگاه شهید حیدریان
منتظر توون هستیم

سازمان محیط زیست
سازمان آلودگی هوا
سازمان حفاظت محیط زیست
سازمان حفاظت منابع طبیعی
سازمان حفاظت منابع آبی
سازمان حفاظت منابع حیوانی
سازمان حفاظت منابع گیاهی
سازمان حفاظت منابع معدنی
سازمان حفاظت منابع انرژی
سازمان حفاظت منابع زمین

واکنش مثبت و تاریخی بورس به بسته ارزی



فرصت امروز: بازار سرمایه این روزها به طور مداوم در حال شگفتی آفرینی است و دیروز، هشتمین روز متوالی بود که شاخص کل بورس بدون هیچ استراحتی سبز پوش شد، اما روز دوشنبه بازار سرمایه ایران بیش از هر روز دیگری به خیرهای بازار ارز واکنش نشان داد. در حالی که در ۲۱ فروردین ماه امسال، معاون رئیس جمهور اعلام کرد که قیمت دلار تک‌نرخی شده و تنها دلار با قیمت ۴۲۰۰ تومان دادوستد می‌شود، قیمت ارز در بازار غیررسمی ایران، پنج رقمی شد و تاثیرات شدیدی روی معاملات بازار سهام داشت.

فلزات اساسی و پتروشیمی‌ها در صف خرید ایستادند. در واقع، پس از یک هفته انتظار، سرانجام بسته ارزی جدید دولت رونمایی شد و همانطور که انتظار می‌رفت، در این بسته ارزی، پتروشیمی‌ها، فولادی‌ها و فلزی‌ها امکان فروش ارز در بازار ثانویه را یافتند که سودآوری این شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. با توجه به اینکه بخش عمده فروش این شرکت‌ها صادرات بوده و یا فروش داخلی آنها نیز بر مبنای دلار انجام می‌شود، آزادسازی آنها در فروش ارز دریافتی به نرخ بازار ثانویه، با استقبال زیادی مواجه شد.

به گزارش ایرنا، بر این اساس، شاهد ایجاد صف‌های خرید سنگین در نمادهای مربوط به گروه‌های پتروشیمی، فولادی و فلزی بودیم که به تبع آن، شاخص نیز رشد بی‌سابقه‌ای را تجربه کرد. در واقع، اعلام جزئیات بسته ارزی جدید باعث استقبال گسترده از سهام شرکت‌های صادراتی شد، به طوری که شاخص بورس روز دوشنبه با رشد ۵ هزار و ۱۹۸ پله‌ای نسبت به روز قبل، در جایگاه ۱۳۳ هزار و ۶۴۶ واحدی قرار گرفت.

در معاملات دیروز، نمادهای صادراتی و ارزمحور مانند فارس (هلدینگ خلیج فارس)، فحاس (فولاد خراسان)، فولاد (فولاد مبارکه)، وبصادر (بانک صادرات)، فملی (ملی صنایع مس)، پارس (پتروشیمی پارس) و کگل (صنعتی و معدنی گل‌گهر) با رشد خود بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند.

تداوم رشد دسته جمعی شاخص‌های بورس

همچنین طی این معاملات، ۳ میلیارد و ۶۶۸ میلیون سهم، حق تقدم

و اوراق بهادار به ارزش ۱۴ هزار و ۲۶۸ میلیارد ریال در ۱۸۴ هزار و ۷۱۵ نوبت داد و ستد شد.

بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزن - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، یک هزار و ۵۲۴ واحد رشد کرد و شاخص کل (هم‌وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۷۳ واحد رشد کرد. شاخص قیمت (هم‌وزن) نیز ۵۲ واحد بالا رفت؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است.

شاخص آزاد شناور نیز ۴ هزار و ۹۰۲ واحد افزایش یافت؛ این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد. شاخص بازار اول (مربوط به شرکت‌های بهتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور) ۴ هزار و ۱۰۷ واحد کاهش و شاخص بازار دوم بورس نیز ۹ هزار و ۲۹ واحد افزایش یافت.

صدرنشینی گروه شیمیایی و پتروشیمی

گروه شیمیایی در معاملات روز دوشنبه، بورس صدرنشین شد؛ در این گروه ۶۳۳ میلیون سهم به ارزش ۴ هزار و ۵۶۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه فلزات اساسی به ارزش ۳ هزار و ۷۴۵ میلیارد ریال و فرآورده‌های نفتی به ارزش یک هزار و ۱۸۲ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. همچنین در رده چهارم، گروه تامین آب، برق و گاز با دادوستدی به ارزش یک هزار و ۳۱ میلیارد ریال قرار گرفت و گروه کانی‌های فلزی نیز با معامله به ارزش یک هزار و ۴ میلیارد ریال، رده پنجم را از آن خود کرد.

رکوردشکنی فرابورس

شاخص فرابورس (آیفکس) در معاملات دیروز ۵۳ پله رشد کرد و در جایگاه یک هزار و ۵۲۷ واحدی قرار گرفت. همچنین در بازار فرابورس، بیش از ۷۹۴ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش بیش از ۵ هزار و ۱۲۷ میلیارد ریال داد و ستد شد. در معاملات روز دوشنبه، نمادهای مارون (پتروشیمی مارون)، زاگرس (پتروشیمی زاگرس)، ذوب (ذوب‌آهن) و هرمز (فولاد هرمزگان جنوب) بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص داشتند.

رئیس سازمان بورس:

سرمایه‌گذاران دقت کنند ریسک استارت‌آپ‌ها بالاست

در حالی که برخی شرکت‌های استارت‌آپی در ارزش‌گذاری‌های خود رقم‌های بالایی را عنوان می‌کنند و برای تامین مالی درخواست پذیرش خود را به بورس و فرابورس داده‌اند، رئیس سازمان بورس اوراق بهادار می‌گوید «این شرکت‌ها ریسک بالایی در سرمایه‌گذاری دارند، خواهش من از سرمایه‌گذاران این است که به ماهیت این صنعت‌ها بیشتر توجه کنند.»

به گزارش ایسنا، تعدادی از استارت‌آپ‌ها در حوزه تجارت الکترونیک که منابع زیادی را صرف تبلیغات و معرفی خود کرده‌اند مدتی است با مشکلات مالی دست به گریبان هستند، مخصوصاً آنهایی که بیزینس مدل‌شان را بر مبنای تزریق سرمایه بنا کردند و سودده نیستند. این استارت‌آپ‌های حوزه تجارت الکترونیک برای تامین مالی سعی دارند از طرق عرضه قسمتی از سهام‌شان در بورس یا فرابورس ایران اقدام به جمع‌آوری منابع مالی و افزایش سرمایه کنند. آنها در حالی مدعی هستند که ارزش یک میلیارد دلاری دارند که رئیس سازمان بورس ارزش‌گذاری این استارت‌آپ‌ها را مورد تایید این سازمان نمی‌داند و بسیاری از کارشناسان تجارت الکترونیک نیز ارزش‌گذاری آنها را غیرواقعی عنوان می‌کنند.

ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها موضوعی است که چالش‌های زیادی را در بازار سرمایه و اکوسیستم استارت‌آپی به وجود آورده است. نکته مورد توجه اینکه این شرکت‌ها دارایی مشهود ندارند و حتی ایده‌ای هم نتوانستند به ثبت برسانند.

شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس درباره این موضوعات، گفت: شرکت‌های استارت‌آپی، فین‌تک، آی‌تی و آی‌سی‌تی در کشور ما جدید هستند و کارشناسان کشور باید دقیق‌تر در این حوزه‌ها تمرکز کنند تا ارزیابی دقیقی از ارزش آنها داشته باشند. این صنایع ماهیتا ریسک دارند و تغییرات سریع در آنها رخ می‌دهد در نتیجه خواهش ما از سرمایه‌گذاران این است که به ماهیت این صنعت‌ها بیشتر توجه کنند.

محمدی تاکید کرد: تحولات این صنایع نه تنها در ایران بلکه در دنیا بسیار سریع است و در این تحولات سریع، جابه‌جایی‌های بزرگ در سهم بازاری این شرکت‌ها اتفاق می‌افتد و این موضوع روی سودآوری اینها تاثیر می‌گذارد، بنابراین لازم است که حتما کسانی که در این صنایع وارد می‌شوند علاوه بر گزارش کارشناسان، خودشان صنعت را شناسایی کنند و با دقت زیادی در این صنعت سرمایه‌گذاری کنند، چراکه شرکت‌های سنتی دارای دارند و شرکت‌های جدید دارای چندانی ندارند. آنها عمدتاً قرارداد یا ایده دارند. این قراردادها می‌تواند تغییر کنند، بنابراین خوب است شما به عنوان رسانه که در این مورد می‌نویسید تفاوت اینها را برای عامه مردم باز کنید که صنعت IT، ICT و استارت‌آپی ریسک بالایی دارند.

رئیس سازمان بورس در پاسخ به اینکه آیا این شرکت‌ها با اعلام ارزش‌گذاری‌های بالا قصد تبلیغ و ششو ندارند؟ گفت: ما برای شرکت‌ها حکم کلی نمی‌توانیم بدهیم، باید همه دقت کنند که شرکت‌های خوب را از شرکت‌هایی که اطلاعات‌شان قابل تامل نیست جدا کنند. البته قاعده بر این است که همه شرکت‌ها سعی دارند که سودآور باشند، اما باید ما به عنوان نهاد ناظر و شما به عنوان رسانه و همچنین سرمایه‌گذاران به اطلاعات دقت کنند که درست باشند.



آگهی مزایده عمومی

شهرداری بندرعباس

سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس در نظر دارد نسبت به واگذاری سازه های تبلیغاتی مطابق با جدول ذیل از طریق مزایده عمومی به افراد حقیقی و حقوقی واحد شرایط به مدت یک سال صورت اجاره واکتاف نماید. از متقاضیان دعوت می گردد برای دریافت، خرید و شرایط اسناد مزایده از تاریخ طرح آگهی حداکثر به مدت هفت روز به واحد حقوقی سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری واقع در بندرعباس - میدان دفاع مقدس - ابتدای بلوار علی ابن ابیطالب (ع) مراجعه نماید.

(فروش اسناد از تاریخ ۹۷/۵/۱۴ لغایت ۹۷/۵/۲۴)

لازم به ذکر است:

- ۱- میزان سپرده شرکت بصورت ضمانت نامه بانکی دارای حداقل سه ماه اعتبار یا واریز نقدی به شماره حساب ۹۸۵۳-۵۱۱۱۲۸۲۰۰۰۰ نزد بانک قرض الحسنه مهر ایران شعبه سیدمظفر (ع) بندرعباس بنام سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس برابر جدول اعلامی ذیل؛
- ۲- چنانچه برندگان اول، دوم و سوم به ترتیب اولویت حاضر به انعقاد قرارداد در مهلت مقرر نگردد سبزه آن به نفع صندوق سازمان ضبط خواهد گردید.
- ۳- پیشنهاد دهندگان بایستی حداکثر تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۹۷/۵/۲۹ پیشنهاد خود را از حیث مبلغ مشخص، معین و بدون لطمه در پاکت‌های سر بسته بصورت لاک و مهر شده به واحد دبیر خانه سازمان تحویل و رسید دریافت نمایند.
- ۴- پیشنهادهایی که بخدوش، مشروط و خارج از این مهلت ارائه شود ترتیب اثر داده نمی شود.
- ۵- پیشنهادات رسیده در ساعت ۹ صبح روز سه شنبه مورخ ۹۷/۶/۲۰ در کمیسیون عالی معاملات که در ساختمان مرکزی سازمان در آدرس بندرعباس میدان دفاع مقدس ابتدای بلوار علی ابن ابیطالب (ع) تشکیل می گردد باز و فرات خواهد شد.
- ۶- ارائه کد اقتصادی برای اشخاص حقوقی الزامی است.
- ۷- اسناد و مدارک مزایده فقط به نماینده شرکت با ارائه معرفی نامه معتبر ملزم به مهر و امضاء مقام مجاز تحویل خواهد شد.
- ۸- ابارا بودن مجوز از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان هرمزگان برای اشخاص حقوقی الزامی است.
- ۹- حضور پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پاکت با نظر کمیسیون مجاز می باشد، بدیهی است عدم حضور مزایده گران مانع از تشکیل و تصمیم گیری کمیسیون نخواهد بود.
- ۱۰- شرکت در مزایده و ارائه پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف ابلاغی سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر می باشد.
- ۱۱- کلیه هزینه‌ها اعم از انتشار آگهی مزایده، کارشناسی، عوارض، مالیات، مالیات بر ارزش افزوده به عهده برنده مزایده است که مکلف است قبیل از انعقاد قرارداد پرداخت نماید.
- ۱۲- برنده مزایده هنگام عقد قرارداد می بایست ده درصد مبلغ کل قرارداد را به عنوان حسن انجام کار بصورت واریز نقدی یا ضمانت نامه معتبر بانکی در وجه شهرداری تودیع نماید.
- ۱۳- این آگهی بربر آیین نامه معاملات جدید شهرداری تهران می باشد و صرفاً یک نوبت منتشر می گردد.
- ۱۴- سازمان در رد یا قبول یک یا تمام پیشنهادات مختار است.
- ۱۵- سایر اطلاعات جزئیات مربوطه در اسناد مزایده مندرج و متقاضیان باید یک نسخه از آن را دریافت و با قید قبولی امضاء و پیشنهاد خود ضمیمه و تسلیم نمایند. رعایت قانون منع مداخله کارکنان دولت در معاملات دولتی در مزایده فوق الزامی است.

ردیف	نشانی محل استقرار	تعدادوجه	متر از (متر مربع)	نرخ پایه اجاره بهامایهانه (ریال)	ضمانت شرکت در مزایده (ریال)
۱	پل عابر پیاده شهرک نبوت وجه شرقی و غربی	۲	۱۰۸	۷۲/۰۰۰/۰۰۰	۲۵/۹۲۰/۰۰۰
۲	بلوار طالقانی - ضلع شمالی پارکینگ صدف	۶	۲۸۸	۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۴/۸۰۰/۰۰۰
۳	پایانه مسافربری خلیج فارس	۱	۴۸	۱۲۲/۵۰۰/۰۰۰	۴۴/۱۰۰/۰۰۰
	پایانه مسافربری خلیج فارس	۱	۴۸		
	پایانه مسافربری خلیج فارس	۱	۴۸		
	پایانه مسافربری خلیج فارس	۱	۴۸		
	پایانه مسافربری خلیج فارس	۱	۴۸		

روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری بندرعباس

آسیاتل

تلفن ثابت نسل نو!!!



۱۵۴۴

asiatech.ir



دارنده مجوز FSP به شماره ۱۶-۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی



شرایط ترخیص کالاهای اساسی و دارویی

کالاهای اساسی و اقلام دارویی بدون معطلی پس از ورود به گمرک با طی کردن مراحل اداری به کارخانجات و انبارهای مربوط فرستاده می‌شود. به گزارش ایسنا، براساس آمار ارائه‌شده توسط رئیس کل گمرک ایران در ۱۱ ماه اخیر، ۱۴ میلیون و ۵۲۵ هزار تن ترخیص کالا انجام شده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۲۳٫۲ درصد افزایش داشته است و از سوی دیگر درخصوص ترخیص کالا به‌ویژه مواد اولیه، تصمیمات خوبی اتخاذ شده است. همچنین برای کمک به بخش تولید و کالاهای اساسی تصمیماتی همچون ابلاغ بسته‌های حمایتی به منظور افزایش نقدینگی ابلاغ شده، به گونه‌ای که واردکنندگان می‌توانند کالاهای خود را شش ماهه به شرط ۷۰ درصد ترخیص و ۳۰ درصد پس از تسویه ترخیص کنند، گرفته شده که در حال اجراست. از سوی دیگر گمرک ایران برای کالاهای اساسی و دارویی تفاهم‌نامه‌ای با وزارت بهداشت امضا کرده است که بر اساس آن قرار بر این است که ترخیص چهار ماهه صورت پذیرد؛ یعنی اقلام دارویی بدون معطلی پس از ورود به گمرک با طی کردن مراحل اداری به کارخانجات و انبارهای مربوط فرستاده شود و تا چهار ماه فرصت برای ترخیص کالا وجود دارد.

هیچ کمک ارزی به شرکت نیشکر نشده است

مدیرعامل شرکت توسعه نیشکر و صنایع جانبی گفت: به شرکت توسعه نیشکر که یک شرکت تولید کننده است، هیچ کمکی در بحث ارز مورد نیاز برای ورود قطعات و ماشین‌آلات نمی‌شود و ما قطعات یدکی و همچنین ماشین‌آلات مورد نیاز خود را با ارز آزاد وارد و تامین می‌کنیم. به گزارش ایسنا، محمود شمیلی در حاشیه نشست با نخبگان اقتصادی خوزستان، اظهار کرد: شرکت توسعه نیشکر حدود ۴۰ درصد شکر کشور را تولید می‌کند و حدود ۷۰ درصد درآمد این شرکت از تولید شرکت است و ۳۰ درصد دیگر نیز از صنایع جانبی حاصل می‌شود. وی با بیان اینکه در دنیا نیشکر را با صنایع جانبی آن می‌شناسند، نه با شکر تولید شده افزود: در برنامه‌هایی که در شرکت توسعه نیشکر تعریف شده است، می‌توانیم ۶۰ محصول را از فرآورده‌های نیشکر داشته باشیم. خوشبختانه حدود یک سال است که اتاق فکری را در سه حوزه صنعت، کشاورزی و مدیریت منابع انسانی تشکیل داده‌ایم و در این بخش‌ها با کمک این اتاق فکرها به تصمیم‌گیری می‌پردازیم. مدیرعامل شرکت توسعه نیشکر و صنایع جانبی ادامه داد: یکی از کارهایی که اخیراً در شرکت توسعه نیشکر آغاز شده آن است که ضایعات تولیدی شرکت را به صفر برسانیم. در حال حاضر در حال حرکت به سمت این مسیر هستیم و در بحث استفاده از زه آب نیشکر، این زه آب را به یک فرصت تبدیل کرده‌ایم. شمیلی عنوان کرد: در حال حاضر در این زمینه از زه آب نیشکر توانسته‌ایم برای شیلات و همچنین کشت گیاهان مقاوم به شوری را در کانول‌های ریزگرد استفاده کنیم و این کار را نیز آغاز کرده‌ایم. این کار برای اولین بار در کشور در حال انجام است. وی با بیان اینکه انتظار داریم به مشکلات شرکت توسعه نیشکر توجه شود، عنوان کرد: شرکت توسعه نیشکر نسبت به سایر صنایع در استان یک شرکت نوپا است و حدود ۲۵ سال است که فعالیت خود را در خوزستان آغاز کرده است. در این زمینه در بحث قطعات و ماشین‌آلات وارداتی انجام می‌گیرد و این واردات نیز با ارز آزاد انجام می‌شود. مدیرعامل شرکت توسعه نیشکر و صنایع جانبی بیان کرد: به شرکت توسعه نیشکر که یک شرکت تولید کننده است، هیچ کمکی در بحث ارز مورد نیاز برای ورود قطعات و ماشین‌آلات نمی‌شود و ما قطعات یدکی و همچنین ماشین‌آلات مورد نیاز خود را با ارز آزاد وارد و تامین می‌کنیم.

دولت حمایت نکند، بازار منطقه را از دست

می‌دهیم

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران گفت: امروز در کشور موضوع جنگ اقتصادی مطرح است و در صورتی که دولت حمایت لازم را از فعالان اقتصادی و بازرگانان نداشته باشد، به‌زودی بازار اقتصادی منطقه را از دست خواهیم داد. به گزارش خبرگزاری تسنیم، سید احمد حسینی اقتصاد دان و عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران با اعلام مطلب فوق افزود: ابتکار رهبر معظم انقلاب در تشکیل اتاق جنگ اقتصادی برای حل مشکلات معیشتی و اقتصادی مردم در نوع خود بدیع و خلاقانه است و لازم است با انسجام هرچه بیشتر پیروز میدان باشیم. عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران اظهار داشت: در شرایط کنونی حمایت از بازرگانان و فعالان اقتصادی معتبر و منطبق به نظام در جامعه ضروری است. این در حالیست که بیش از ۱۵۰۰ هزار میلیارد تومان حجم نقدینگی در جامعه است، بنابراین حتی اگر کشور با التهابات ارزی مواجه نباشد، باید مدیریت نقدینگی و حمایت‌های ویژه از فعالان اقتصادی که صادرات و واردات انجام می‌دهند در کشور اتفاق بیفتد. لذا باید از سرمایه‌گذاری‌ها و توان عملیاتی این افراد در افزایش صادرات و بهبود کسب و کار حمایت‌های کامل صورت گیرد. حسینی خاطرنشان کرد: با اجرای اصل ۴۴ و کاهش حضور دولت در بخش خصوصی می‌توان گام موثری در تقویت بازار اقتصادی منطقه برداشت.

تامین ۲۰۲ میلیون تن نهاده‌های دامی با ارز ارزان قیمت

مدیرکل دفتر بهبود تغذیه معاونت امور دام با بیان اینکه مشکلی بابت تامین نهاده‌های مورد نیاز تولیدکنندگان دام و طیور نداریم گفت: تامین ۲۰۲ میلیون تن انواع نهاده‌های دامی در دستسور کار قرار گرفته که بخشی از آن نیز تا به امروز ترخیص شده است. به گزارش خبرنگار کشاورزی خبرگزاری تسنیم، توج صارمی در نشست خبری چهارمین همایش بین‌المللی و نمایشگاه جهانی خوراک دام، طیور و آبزیان اظهار کرد: بالغ بر ۱۰ میلیون تن انواع خوراک دام، طیور و آبزیان در کشور تولید می‌شود که شرایط افزایش تولید این محصولات نیز در دستور کار قرار دارد. وی در ارتباط با دلایل افزایش قیمت نهاده‌های دام و طیور «خوراک دام» بازار گفت: بخش عمده‌ای از دلایل افزایش قیمت خوراک دام، طیور در بازار مصرف ناشی از افزایش جهانی قیمت‌ها است و جنگ تجاری آمریکا و چین در این ارتباط تاثیر گذاشته است.

آمار واردات مهم‌ترین کالاهای اساسی



وارداتی به کشور جای دارد که نسبت به مدت مشابه سال ۹۶ بیانگر افزایش ۹۳٫۶۱ درصدی از نظر وزنی و ۱۳۶٫۹۸ درصدی از حیث ارزش است و ۱۰۰۹ درصد از سهم ارزشی کل واردات را دارد. براساس آنچه گمرک ایران منتشر کرده است، سایر قطعات بی‌استخوان منجمد از نوع گاو از دیگر کالاهای اساسی است که بیشترین میزان واردات را طی چهار ماهه نخست سال جاری داشته است و رتبه یازدهم لیست اقلام عمده وارداتی را داراست. به طوری که به میزان ۲۴ هزار تن به ارزش ۱۴۸ میلیون دلار به کشور وارد شده است که نسبت به مدت مشابه سال ۹۶ افزایش ۲۰۵٫۷ درصدی از نظر وزن و ۷۶۹ درصد از حیث ارزش داشته است. براساس این گزارش، کنجاله و سایر آخال‌های جامد حتی خرد شده یا به هم فشرده در رتبه سیزدهم اقلام عمده کالاهای وارداتی طی چهار ماهه نخست سال جاری را قرار دارد و ۳۲۳ هزار تن به ارزش ۱۳۷ میلیون دلار وارد کشورمان شده است که بیانگر کاهش ۳۹٫۱۷ درصدی از نظر وزن و ۳۵۶۹ درصدی از نظر ارزش است.

سهم ارزشی واردات به کشور را به خود اختصاص داده است. برنج از دیگر کالاهای اساسی است که در رتبه سوم اقلام عمده وارداتی به کشور قرار دارد. طی چهار ماهه نخست سال جاری ۶۶۳ هزار تن برنج به ارزش ۶۷۵ میلیون دلار به کشور وارد شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته از نظر وزنی و ارزش به ترتیب ۲۰۷۹ درصد و ۱۱۰۹۵ درصد افزایش داشته است، این کالا در مجموع ۴۰۴ درصد از سهم ارزشی کل واردات را دارد.

لوبیای سنویا رتبه چهارم را در لیست اقلام عمده وارداتی به کشور دارند، به طوری که طی چهار ماهه نخست سال جاری ۹۹۹ هزار تن لوبیای سنویا به ارزش ۴۹۲ میلیون دلار به کشورمان وارد شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر وزن و ارزش به ترتیب ۴۱۰۸۷ و ۴۵۰۷۹ درصد افزایش داشته است و در مجموع لوبیای سنویا ۳۰۲۴ درصد از سهم ارزشی کل واردات را به خود اختصاص داده است. در ادامه این گزارش نشان می‌دهد که طی مدت مذکور، جو با میزان ۷۷۲ هزار تن به ارزش ۱۶۶ میلیون دلار در ردیف نهم اقلام

آمار گمرک از افزایش قابل توجه واردات بسیاری از کالاهای اساسی مهم کشور نشان داد. به گزارش ایسنا، براساس تازه‌ترین آمار گمرک ایران از تجارت خارجی کشور در چهار ماهه نخست سال جاری، ذرت دامی، برنج، لوبیای سنویا، جو، کنجاله و سایر قطعات بی‌استخوان منجمد گاو از جمله کالاهای اساسی هستند که بیش‌ترین میزان واردات را در این مدت داشته‌اند.

بنابراین گزارش، ذرت دامی از جمله کالاهای اساسی است که در لیست عمده کالاهای وارداتی به کشور طی چهار ماهه نخست سال ۹۷، رتبه دوم را به خود اختصاص داده است؛ به طوری که در این مدت ۳ میلیون و ۱۰۴ هزار تن ذرت دامی به کشورمان وارد شده که به لحاظ وزنی نسبت به سال ۹۶ رشد ۴۱۸۰ درصدی داشته است. ارزش دلاری ذرت دامی وارد شده به کشورمان طی این مدت ۷۱۱ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۴۶٫۹۴ درصد افزایش را نشان می‌دهد، واردات این کالا در مجموع ۴۶۸ درصد از

آیا زمان خداحافظی با طرح «خرید تضمینی» فرا رسیده است؟

متولیان امر به فکر این افتادند تا طرح و سیاست جدیدی را جایگزین «خرید تضمینی» کنند. بر این اساس «قیمت تضمینی» به عنوان جایگزینی مناسب برای خرید تضمینی محصولات کشاورزی تدبیر شد و رفته رفته، طرح جدید می‌رود تا جای خود را در بازار محصولات کشاورزی باز کند. به این منظور در سال ۱۳۹۴ طرح قیمت تضمینی بر روی دو محصول ذرت و جو اجرایی و در سال ۹۶ هم محصول گندم چهار استان مرکزی، اردبیل، خراسان رضوی و زنجان به‌صورت پایلوت در راستای اجرای طرح قیمت تضمینی در بورس کالای ایران عرضه شد. این در حالی است که اجرای طرح قیمت تضمینی به جای خرید تضمینی موجب می‌شود تا اگر قیمت کشف شده محصولات کشاورزی در بورس پایین‌تر از قیمت تضمینی اعلام شده از سوی دولت باشد، وجه حاصل از فروش محصولات کشاورزی در بورس در مدت چند روز به حساب کشاورزان واریز می‌شود و مابه‌التفاوت آن نیز از سوی دولت به تولیدکنندگان محصولات کشاورزی پرداخت شود. بنابراین اجرای این سیاست می‌تواند به افزایش انگیزه کشاورزان برای تولید بیشتر محصول، رشد کیفیت محصولات و همچنین استقرار نظام انبارداری کمک کند.

در این راستا در کشور ما نیز در سال ۱۳۶۸ قانونی با عنوان «خرید تضمینی محصولات کشاورزی» تصویب شد و برای حمایت از تولید محصولات اساسی کشاورزی و ایجاد تعادل در نظام تولید و جلوگیری از ضایعات محصولات کشاورزی و ضرر و زیان کشاورزان، دولت موظف شد همه ساله خرید محصولات اساسی کشاورزی را تضمین و بر اساس آن حداقل قیمت خرید تضمینی را اعلام و همچنین نسبت به خرید این محصولات از طریق واحدهای ذی‌ربط اقدام کند.

اما ضعف‌های این طرح که به نوبه خود در آن روزها تا حدودی در مسان موقتی برای دردهای حوزه کشاورزان و فعالان این صنعت بود، رفته رفته در مراحل مختلف اجرا، نمایان شد که از جمله این موارد می‌توان به مشکلات دولت در سیاست خرید تضمینی شامل مساله فسادپذیری محصولات کشاورزی، هزینه‌های بالای نگهداری محصولات، عدم توان دولت برای پرداخت بدهی کشاورزان با توجه به میزان بودجه سالانه، فشار بر سیستم بانکی، حضور دلالان و واسطه‌گران در این بازار و ... اشاره کرد. این مشکلات تا آنجا پیش رفته که این روزها در دنیا از این طرح به عنوان یکی از سیاست‌های منسوخ شده در راستای حمایت از کشاورزان و محصولات تولیدی آنها یاد می‌شود و به همین دلیل هم با گذر زمان

«قیمت خرید تضمینی ثابت ماند، تولید گندم ۱۴ درصد کاهش یافت»؛ رئیس کمیته اقتصاد مقاومتی مجلس تازگی‌ها این خبر را داده و گفته باید قیمت گندم در سال جاری حدود ۱۰ درصد افزایش پیدا می‌کرد که سازمان برنامه و بودجه با آن مخالفت کرد.

قیمت خرید تضمینی ثابت ماند، تولید گندم ۱۴ درصد کاهش یافت؛ رئیس کمیته اقتصاد مقاومتی مجلس تازگی‌ها این خبر را داده و گفته باید قیمت گندم در سال جاری حدود ۱۰ درصد افزایش پیدا می‌کرد که سازمان برنامه و بودجه با آن مخالفت کرد. بنابراین در سال جاری تاکنون حدود ۱۴ درصد میزان تولید گندم نسبت به سال قبل کاهش داشته است.

بر این اساس باید گفت در حالی بخش کشاورزی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی است که امنیت غذایی جامعه از این طریق تامین شده و از محصولات کشاورزی به‌ویژه «گندم» به عنوان یک کالای استراتژیک در دنیا یاد می‌شود که به نوعی تامین‌کننده امنیت سیاسی و اقتصادی کشورها نیز بشمار می‌آید.

به همین دلیل کشورهای مختلف تلاش می‌کنند با اتخاذ سیاست‌های مختلف اقدام به حمایت از کشاورزان در راستای کشت بیشتر و بهتر محصولات به‌ویژه گندم کنند.

گرانی مرغ به ماهی هم سرایت کرد!

زنده تحویل درب واحد مرغداری با ۹ درصد افزایش هر کیلوگرم ۵۱۵۵ تومان و حداکثر قیمت مصرف‌کننده گوشت مرغ با ۹ درصد افزایش معادل ۸۱۷۵ تومان تعیین کرده است. حال با توجه به اینکه این نرخ کمتر از معیار قابل قبول تولیدکنندگان و اتحادیه است و در کنار آن بازار قیمتی حدود ۱۱ هزار تومان را برای هر کیلو مرغ کشتار روز در نظر گرفته است، مهدی یوسف‌خانی، رئیس اتحادیه فروشندگان مرغ و ماهی تهران به ایسنا گفت: هر کیلو مرغ زنده باید حدود ۶۳۰۰ تومان قیمت‌گذاری شود تا هزینه‌های تولید مرغدار پوشش داده شود و اگر این رقم معیار مناسبی باشد هر کیلوگرم مرغ کشتار روز گرم برای مصرف‌کننده حدود ۹۴۰۰ تومان قیمت‌گذاری می‌شود. وی با اشاره به نرخ تعیین شده از سوی ستاد تنظیم بازار برای قیمت مرغ، ادامه داد: نرخ تعیین‌شده از سوی ستاد تنظیم بازار، درست نیست و جای سوال دارد که ستاد تنظیم بازار قیمت قابل محاسبه برای نهاده

را چه رقمی در نظر گرفته است. او بیان کرد: با وجود آنکه ستاد تنظیم بازار نرخ را تعیین کرده است اما مرغدار با توجه به هزینه‌های تولید نرخ منطقی خود را اعلام می‌کند که در چند روز گذشته اختلاف قیمت مرغدار و نرخ ستاد تنظیم بازار برای هر کیلو مرغ زنده در حدود ۱۰۰۰ تومان بوده است. یوسف‌خانی خاطرنشان کرد: سازمان‌های بازرسی و نظارتی تنها بر فعالیت حلقه انتهایی زنجیره تولید و توزیع نظارت دارند و به نظر می‌رسد باید نظارت‌های خود را بر حلقه‌های ابتدایی معطوف کنند، زمانی که هر کیلو مرغ زنده در حدود ۷۱۰۰ تومان عرضه می‌شود با قیمت بیش از ۱۰ هزار تومان به مشتری فروخته می‌شود. رئیس اتحادیه فروشندگان مرغ و ماهی تاکید کرد: در چند روز اخیر مرغ زنده با قیمت بیش از ۷۰۰۰ تومان به فروش رسیده و به نظر می‌رسد این روند ادامه نخواهد داشت، زیرا عرضه مرغ در چند وقت اخیر کاهش یافته و مرغدار به دنبال جبران ضررهای گذشته خود است.



آغاز تحریم خودرو سازی ایران از امروز صنعت خودرو آمادگی مقابله با بحران پیش رو را دارد؟

طبق اعلام دولت ایالات متحده آمریکا، دور نخست تحریم‌ها علیه ایران از امروز آغاز می‌شود و بر این اساس، خودرو سازی کشور با محدودیت‌های بین‌المللی به‌خصوص در حوزه تامین قطعات مواجه خواهد شد.

به گزارش پدال نیوز، طبق اعلام دولت ایالات متحده آمریکا، دور نخست تحریم‌ها علیه ایران از امروز آغاز می‌شود و بر این اساس، خودرو سازی کشور با محدودیت‌های بین‌المللی به‌خصوص در حوزه تامین قطعات مواجه خواهد شد. این در شرایطی است که به‌نظر می‌رسد وزارت صنعت، معدن و تجارت و زنجیره خودرو سازی کشور برنامه‌ای بلندمدت و دربرگیرنده راهکارهایی اجرایی برای کم‌اثر کردن تحریم‌ها تدوین نکرده و تنها به ذخیره سازی قطعات روی آورده‌اند.

این ذخیره سازی البته اقدامی منطقی به‌شمار می‌رود، با این حال ظاهراً تنها تا پایان امسال کفاف تولید را می‌دهد و مشخص نیست در سال‌های آتی قرار است چگونه با تحریم‌های صنعت خودرو مقابله کرد. به عبارت بهتر، ظاهراً وزارت صنعت و خودرو سازان برنامه‌ای جامع و کامل و بلندمدت که بتواند دومین صنعت بزرگ کشور را در برابر تحریم‌های آمریکا مقاوم کند، روی میز ندارد. گفته می‌شود تحریم‌های جدید بسیار سختگیرانه‌تر از قبل بوده به‌واسطه خروج شرکای خارجی، محدود کردن ارسال قطعات به ایران و کاهش شدید تولید و بیکاری کارگران است.

ذخیره سازی محدود قطعات

با خروج آمریکا از برجام، دونالد ترامپ رئیس جمهوری این کشور اعلام کرد که قصد دارد تحریم‌ها علیه ایران را دوباره فعال کند و با توجه به اهمیت بالای خودرو سازی در اشتغال و همچنین تولید ناخالص ملی و رشد اقتصادی، این صنعت بزرگ را در سر لیست تحریم‌ها قرار داد. از همین رو، تحریم‌های مربوط به خودرو سازی، از امروز رسماً آغاز می‌شود و در پی آن، چند اتفاق ناخوشایند و مخرب گریبان صنایع خودرو و قطعه کشور را خواهد گرفت.

یکی از تبعات ناگوار بازگشت تحریم‌ها، قطع ارتباطات خارجی در صنعت خودروی کشور است. بر این اساس، آمریکا به شرکت‌های خارجی به‌ویژه برندهای خودرو ساز هشدار داده که در صورت عدم ترک ایران، آنها را با جریمه مادی و معنوی سختی مواجه خواهد کرد. در پی این هشدار، بیشتر خودروسازان خارجی معتبر که پس از توافق هسته‌ای و برجام در ایران حضور پیدا کرده یا قصد آمدن داشتند، عطای آن را به لقایش بخشیده یا خروج کرده یا از حضور در ایران منصرف شده‌اند. بر این اساس، تا به امروز شرکت‌هایی مانند پژو، سمپرا، رنو، هیوندای، کیا و مزدا خروج‌شان از ایران قطعی شده و فعلاً تنها خودروسازان چینی ماندگار هستند.

جداً از خروج خودروسازان خارجی، مشکل دیگری که تحریم‌ها برای صنعت خودروی ایران پدید خواهد آورد، محدود شدن روند تامین قطعات خارجی است. با اعلام آمریکایی‌ها، از امروز هر گونه تجارت با خودروسازان ایران ممنوع و شرکت‌هایی که این ممنوعیت را رعایت نکنند، با جریمه و تحریم از سوی این کشور مواجه خواهند شد. با این حساب، خودروسازان کشور عملاً نمی‌توانند به قطعات اصلی دسترسی داشته باشند و تامین قطعه از منابع فرعی نیز با مشکلات و موانع بزرگی «به‌ویژه محدودیت نقل و انتقال پول» مواجه خواهد شد. این مشکلات، ضربه اصلی را به تولید خودرو در ایران زده و سبب افت شدید تیراژ در آینده‌ای نه‌چندان دور می‌شود. به جز خودروسازان، شرکت‌های قطعه‌ساز نیز حلقه تحریم را بر گردن خود احساس خواهند کرد؛ به‌نوعی که به احتمال فراوان نمی‌توانند مواد اولیه مورد نیاز خود را به راحتی تامین کنند. اثر مستقیم این ماجرا علاوه بر مختل کردن تولید واحدهای قطعه‌سازی، به تیراژ خودروسازان نیز خواهد رسید و این موضوع در کنار محدودیت تامین قطعات خارجی، عرصه را بر خودروسازان و البته قطعه‌سازان بسیار تنگ خواهد کرد.

۱۰۰ قطعه‌ساز در حالت تعلیق یا تعطیل

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازان کشور با بیان اینکه در حال حاضر ۱۰۰ قطعه‌ساز کشور در حالت تعلیق و یا تعطیلی هستند، گفت: در شرایط فعلی پیش‌بینی افزایش ۸۰ تا ۱۴۰ درصدی قیمت در قطعات خودرو مطرح است.

آرش محبی‌نژاد در گفت‌وگو با تسنیم، با اشاره به اینکه تولیدکنندگان از بسته سیاست ارزی دولت حمایت می‌کنند، اظهار داشت: البته دولت باید این نکته را هم مدنظر قرار دهد که تمام مشکلات ارزی و تورمی را در قالب یک سیاست‌های هماهنگ رفع کند و فقط تمرکز خود را به کاهش نرخ ارز و تورم نکند زیرا نه‌تنها مشکلات برطرف نمی‌شود بلکه نگرانی تولیدکنندگان از اوضاع بیشتر از گذشته خواهد شد.

وی با بیان اینکه در حال حاضر ۱۰۰ قطعه‌ساز کشور در حالت تعلیق و یا تعطیل هستند، افزود: همه ما منتظر این هستیم که ببینیم بسته جدید دولت چه معجزه‌ای را در بازار خواهد کرد، اما بساز تأکید می‌کنم فقط نباید به موضوعات ارزی پرداخته شود و سیاست‌ها باید هماهنگ و یکپارچه در بخش‌های اقتصادی کشور اجرایی شود.

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازان کشور تصریح کرد: هم‌اکنون کل مطالبات صنعت قطعه‌سازی بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان است که حدود ۵هزار میلیارد تومان از این مطالبات معوق است.

وی با اشاره به افزایش قیمت قطعه در سطح بازار گفت: متأسفانه سفته‌بازی و احتکار عملی شدت تا موج گرانی در بازار قطعه ایجاد شود، البته به اعتقاد ما تا پیش از اجرای بسته ارزی پیش‌بینی افزایش ۳۵ درصدی قیمت‌ها مطرح بود که به نظر می‌رسد با اجرا شدن سیاست‌های جدید افزایش ۸۰ تا ۱۴۰ درصدی قیمت در قطعات خودرو رخ دهد که دولت باید این موضوع را مورد توجه قرار داده و در قالب سیاست‌های کلی رفع مشکلات صنعت قطعه‌سازی را نیز مورد توجه قرار دهد تا افزایش قیمت‌ها رشد قابل توجهی پیدا نکند.

افزایش قیمت ارز و نهاده‌ها با صنعت خودرو چه می‌کند؟



قطعه‌سازان و بسیاری دیگر از موارد که در تولید دخیل هستند، به خارج از کشور بستگی دارد و افزایش قیمت ارز به‌طور غیرمستقیم منجر به افزایش قیمت تمام‌شده خودروها می‌شود. محمدرضا محمدی، کارشناس اقتصادی در گفت و گو با «فرصت امروز» می‌گوید: براساس برخی آمار غیررسمی ارزی هر خودروی سبک داخلی (خودروساز و قطعه‌ساز) حدود ۲۵۰۰ دلار است و اگر بپذیریم که در بازار ثانویه این دلار به قیمت ۷۰۰۰ تومان تامین شود، معنای آن این است که این بخش از هزینه تمام‌شده خودروهای داخلی نسبت به سال قبل در همین زمان حدود دوبرابر شده است. حال پرسش این است که این میزان چه سهمی از کل قیمت تمام‌شده یک خودرو را دارد.

وی می‌افزاید: با توجه به قیمت خودروهای مشابه در خارج و براساس آمار باز هم غیررسمی، قیمت تمام‌شده یک خودروی سبک حدود ۸۰۰۰ دلار است، بنابراین ۲۵۰۰ دلار حدود ۳۰ درصد قیمت تمام‌شده است. به عبارت دیگر از این بابت می‌توان گفت با یک حساب سرانگشتی و در مجموع، حداقل ۳۰ درصد افزایش قیمت در خودروهای تولید داخل نسبت به تابستان سال گذشته طبیعی است.

در تحلیل دقیق‌تر این آمار باید گفت که سهم قطعات وارداتی در خودرو سازی‌ها حدود ۱۵ درصد است، اما وقتی به نهاده‌های مورد استفاده در صنعت قطعه‌سازی نگاه می‌کنیم سهم واردات در خودرو سازی بیشتر می‌شود و تقریباً به همان ۳۰ درصد (به‌طور متوسط) نزدیک می‌شود. نهاده‌هایی مثل آلومینیوم، مس، فولاد، چدن، لاستیک و... طی دو سال گذشته افزایش قیمت زیادی داشته‌اند که بخشی از آن متأثر از افزایش نرخ ارز بوده است، بنابراین بدیهی است که در

صنایع بزرگ در تمام دنیا به ویژه صنعت خودرو سازی همه قطعات مورد نیاز خود را در داخل کشورشان تولید نمی‌کنند و به دلایل مختلف برخی از قطعات از سایر کشورها وارد می‌شوند. این امر می‌تواند به دلیل تکنولوژیکی و یا قیمت تمام‌شده قطعات باشد. در ایران این امر بیشتر به دلایل تکنولوژیکی است که ما بخشی از قطعات را وارد می‌کنیم. در خصوص خودروهای پساترجامی حدود ۸۰ درصد قطعات وارد می‌شوند و در زمینه خودروهای پرتیراژ داخلی این رقم بسیار کاهش یافته ولی هنوز به صفر نرسیده است، بنابراین افزایش قیمت دلار به‌طور قطع هزینه تمام‌شده خودروهای تولید داخل را افزایش می‌دهد. این موضوع را با مشاهده آنالیز قیمتی خودروهای تولید داخل که به شورای رقابت ارائه می‌شود می‌توان به وضوح مشاهده کرد.

همچنین نگاهی به آمار واردات قطعه به کشور گویای این واقعیت است که خودرو سازی ایران هنوز محتاج قطعات خارجی است و گذشته از آن، برخی قطعه‌سازان نیز با وجود توان تولید، رو به واردات آورده‌اند. حال با توجه به صعود نرخ ارز، هزینه تولید خودروسازان از ناحیه واردات قطعه بالا خواهد رفت و این موضوع روی قیمت تمام‌شده خودروها اثر افزایشی خواهد داشت. از آن سو براساس مقررات جدید ارز مبادله‌ای قطعه‌سازان برای واردات مواد اولیه حذف و آنها مجبورند با ارز آزاد اقدام به تامین مواد مورد نیاز خود کنند. با توجه به این موضوع، هزینه تولید قطعه‌سازان بالا خواهد رفت و این موضوع کم‌وبیش در آنالیز قیمتی قطعات و در نتیجه قیمت تمام‌شده خودروها تأثیری صعودی خواهد داشت.

لازم به ذکر است که کارشناسان معتقدند حتی اگر به فرض محال تمام قطعات یک خودرو هم در داخل کشور تولید شود، به هر حال تامین مواد اولیه، ماشین‌آلات، تجهیزات و نگهداری ماشین‌آلات

سود و زیان مصرف‌کنندگان از آزادسازی قیمت خودرو چیست؟

کم می‌تواند قیمت‌ها را در بازار به نفع خود کاهش یا افزایش دهد. با این حال کارشناسان دو راهکار برای حل معضلات قیمت‌گذاری دستوری و همچنین چالش آزادسازی خودرو ارائه می‌کنند. راهکار اول این است که در کنار آزادسازی قیمت‌ها، رقابت در صنعت خودرو نیز مدنظر قرار گیرد. راهکار دومی که این کارشناسان پیشنهاد می‌کنند این است که به جای دخالت در قیمت‌گذاری، بیشتر بر مدیریت طرف عرضه تمرکز شود و به خودروسازان اجازه ندهد تا از بازار انحصاری به نفع خود سوءاستفاده کنند و با کاهش عرضه در مقطعی قیمت را در بازار به قیمت دلخواه خود برسانند.

مصائب تولید از قیمت‌گذاری دستوری

در حال حاضر طرف تقاضا در بازار خودرو را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد. دسته اول مشتریان با دلالاتی هستند که به دلیل شرایط حاکم بر اقتصاد کشور، به‌دنبال تبدیل سرمایه ریالی خود به کالای با دوام هستند تا از این طریق سرمایه خود را حفظ کنند. در کنار آنها اما دسته دیگری قرار دارند که برنامه‌ای برای خرید خودرو در آینده داشتند اما با توجه به شرایط بازار، تقاضای خود را جلو انداخته‌اند و تلاش می‌کنند تا محصول مورد نظر خود را هر چه زودتر تهیه کنند. این در شرایطی است که هجوم تقاضا به بازار در کنار عرضه کم خودروسازان سبب شده است آنها نتوانند محصول مورد نظر خود را خریداری کنند. در این ارتباط حسن کریمی‌سنجری، کارشناس خودرو می‌گوید که در شرایط حاضر که میان قیمت بازار و کارخانه فاصله وجود دارد، مشتریان نمی‌توانند محصولات مورد نظر خود را با قیمت مناسب تهیه کنند. نکته‌ای که این کارشناس به آن اشاره می‌کند، این است که با وجود قیمت‌گذاری دستوری خودرو که به‌نظر می‌رسد با توجه به منافع مشتریان در نظر گرفته شده، بازهم نفعی برای مصرف‌کنندگان ندارد.

تنها با افزایش قیمت به حیات خود ادامه می‌دهد؛ بنابراین آزادسازی را تماماً به ضرر مصرف‌کننده کشور خوانده و آن را تنها به نفع خودروساز می‌داند. با این حال اما برخی دیگر از کارشناسان معتقدند که آزادسازی قیمت‌ها در شرایط فعلی هم به نفع طرف عرضه است و هم به نفع متقاضی. نکته‌ای که کارشناسان روی آن توافق دارند این است که آزادسازی قیمت‌ها در بازار سبب خروج دلالتان و واسطه‌ها از این بازار خواهد شد و خروج دلالتان و واسطه‌ها را به نفع مصرف‌کنندگان واقعی تفسیر می‌کنند. نکته دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد حفظ کیفیت فعلی محصولات تولید شده داخلی است.

چنانچه دولت از قیمت‌گذاری خودرو خارج شود و اجازه دهد تا خودروسازان در حاشیه بازار و براساس نظام عرضه و تقاضا اقدام به قیمت‌گذاری خودرو کنند، کیفیت محصولات‌شان حفظ خواهد شد. اما اگر اصرار به قیمت‌گذاری دستوری باشد آنچه اتفاق می‌افتد این است که تولیدکنندگان خودرو و قطعه، چندان تعهدی به حفظ کیفیت نخواهند داشت. در واقع آنچه مشخص است اگر چه کیفیت کنونی و عرضه خودرو را بر برخی تابع قیمت‌گذاری دستوری می‌خوانند، اما با آزادسازی نیز انحصار تولیدکنندگان در بازار بیشتر خواهد شد و آن وقت است که مصرف‌کنندگان باید تماماً تابع سیاست‌گذاری خودروسازان در عرضه و قیمت‌گذاری خودرو به بازار باشند.

در حال حاضر کنترل قیمت تنها در مبادی شناخته شده و رسمی مانند کارخانه‌ها و توزیع‌کننده‌های رسمی میسر است و بعد از خروج کالا از شبکه رسمی توزیع، امکان کنترل آن وجود ندارد و کالا در حاشیه بازار و شناور قیمت‌گذاری می‌شود و به دست مشتری می‌رسد. در این بین خودروساز با این شرایط نیز بر قیمت بازار کنترل دارد به‌طوری‌که با عرضه

موضوع آزادسازی قیمت خودرو، با نامه انجمن خودروسازان به وزیر صنعت، معدن و تجارت بار دیگر به صدر اخبار مرتبط با این صنعت بازگشت. به گزارش پدال نیوز در شرایطی که از چهار سال گذشته و هم‌زمان با حضور شورای رقابت در قیمت‌گذاری خودرو، دست‌اندرکاران این صنعت خواستار آزادسازی قیمت‌ها بوده و این اقدام را سبب حل مشکلات خودرو سازی کشور می‌خوانند این سوال مطرح می‌شود که سود و زیان مصرف‌کنندگان از آزادسازی قیمت‌ها چیست؟ و اینکه با احتمال اقدام شورای اقتصاد مبنی بر خروج خودرو از کالاهای انحصاری، چه سرنوشتی در انتظار طرف تقاضا یا مصرف‌کننده واقعی بازار خودرو خواهد بود؟ در شرایط کنونی که تحریم‌های بین‌المللی علیه کشورمان آغاز شده و نرخ ارز نیز روند صعودی به خود گرفته، تقاضا در بازار خودرو با بحرانی بی‌سابقه روبه‌رو است. مصرف‌کنندگان واقعی قادر به خرید محصول مورد نظر خود با قیمت مناسب نیستند و این در شرایطی است که دامنه نوسانات قیمتی در بازار از ماه به روز رسیده و شاهد هستیم که هر روز قیمت‌ها در بازار تغییر می‌کند.

دو روی سکه آزادسازی قیمت خودرو

در این زمینه فعالان بازار این ساله را ناشی از عدم‌عرضه کافی خودرو از سوی تولیدکنندگان می‌دانند این در حالی است که خودروسازان شرایط اقتصادی کشور را دلیل بحران کنونی می‌خوانند. آنها نوسانات ارزی و عدم تخصیص ارز دولتی به میزان کافی به زنجیره خودروسازی کشور را عواملی می‌دانند که تولید را در این بخش با چالش مواجه کرده است. از این رو تأکید آنها برای حل معضلات کنونی صنعت خودرو، آزادسازی قیمت‌ها است. در این بین اما برخی آزادسازی قیمت را به نفع تولیدکننده‌ای می‌خوانند که در نبود بهره‌وری و تکنولوژی ساخت



وضعیت خوداشتغالی در کدام کشورهای اروپایی بهتر است؟

مرکز آمار اتحادیه اروپا اعلام کرد اسلواکی بهترین کشور اروپایی برای داشتن کسب و کار است. به گزارش ایسنا، تا پایان سال ۲۰۱۷ حدود ۲۰۴ میلیون نفر بین سنین ۲۰ تا ۶۴ سال خوداشتغال بوده‌اند که از این میان ۲۶۹ میلیون نفر اتباع خود این کشورها و ۳۵ میلیون نفر نیز مهاجران خارجی بوده‌اند. از این میزان ۲۰۲ میلیون نفر متولد سایر کشورهای عضو اتحادیه اروپا و مابقی متولد کشورهای خارج اتحادیه بوده‌اند. به گفته مرکز آمار اتحادیه اروپا از کل جمعیت شاغل در اتحادیه اروپا، ۱۴۲ درصد اتباع و ۱۲۷ درصد مهاجران دارای کسب و کارهای خود بوده‌اند. در بین کشورهای عضو اتحادیه اروپا، ۳۶۵ درصد جمعیت کشور اسلواکی خوداشتغال بوده‌اند و بدین ترتیب این کشور بهترین وضعیت را برای افراد خوداشتغال در بین کشورهای اروپایی دارد.



دریچه

چرا کسب و کارهای خانگی موفق نمی‌شوند؟

وی عنوان کرد: در این طرح می‌توان به افرادی که در حوزه‌های مختلف مانند R&D (تحقیق و توسعه)، اتصال به بازار و برندسازی نیازمند مشاوره هستند، کمک کرد. البته پیشینه ما این است که همه این افراد در این حوزه تحت عنوان یک برند یا شبکه قرار گیرند و هر یک از این افراد مسئولیت یکی از بخش‌ها را به عهده بگیرد و در آن بخش تخصص یابند تا بتوان با کمک یکدیگر به سود مناسبی رسید. مدیر مرکز کارآفرینی و اشتغال جهاد دانشگاهی خراسان رضوی اظهار کرد: همچنین در زمینه مشکلاتی نظیر منابع مالی و تامین مواد اولیه که تولیدکنندگان با آن مواجه هستند، می‌توان با کمک ما آن را حل کرد. در واقع جهاد دانشگاهی نهادی برای توسعه در این حوزه بوده که مورد وثوق سایر ارگان‌هاست تا راهکاری برای مشکلات در حوزه مشاغل خانگی بیابد. وی افزود: شبکه بایستی دارای یک بخش بازاریابی باشد و آن نیز به R&D و تحقیق و توسعه متصل شود. همچنین شبکه بایستی زنجیره تامین مواد اولیه داشته باشد که ارزان قیمت باشد. سخدری خاطر نشان کرد: در دنیا مسئله‌ای تحت عنوان تمرکز وجود نداشته و در صنایعی مانند خودرو این مسئله به چشم می‌خورد و در واقع خود آنها سطوح رقابت را تعیین می‌کنند. زمانی که از استراتژی تمرکز استفاده می‌شود، تخصص در آن حرفه بیشتر و رقابت سخت‌تر می‌شود. این مسئله در شبکه‌سازی نکته کلیدی به شمار می‌رود.

فروش محصولات خانگی به هواپیمایی امارات و شرکت‌های خودروسازی در ادامه ندا کیوانی، یک بانوی کارآفرین در حوزه چرم، تصریح کرد: حدود سه سال است که کارم را در این حوزه آغاز کرده‌ام، به طوری که طی یک سال گذشته اقداماتی در حوزه ثبت برند چرم خود انجام دادم، اما تاکنون این برند به ثبت نرسیده است، تاکنون هزینه‌های بسیاری را متحمل شدم تا برندسازی کسب و کار خود را انجام دهم که این هزینه‌ها حدود ۴۰ میلیون تومان شده است. وی خاطر نشان کرد: کار من بیشتر در حوزه تولید ست اداری چرم مانند کیف، کیف جیبی و... است به طوری که محصولات در بازار عرضه نمی‌شوند و به صورت ویزیتری با کاتالوگ به فروش می‌رسانیم به طوری که می‌توان از این محصولات به عنوان هدیه نیز استفاده کرد. یکی از مشکلات ما افزایش قیمت ماشین‌آلات بوده که روز به روز به قیمت آنها افزوده می‌شود. از دیگر مشکلات ما نبود منابع مالی است به طوری که برای خرید مواد اولیه با مشکل مواجه هستیم. همچنین رضای اعتصامی دیگر بانوی کارآفرین استان، تصریح کرد: در منزل خود با خانواده‌ام کار می‌کنیم. حدود ۹۸ درصد تولیدات ما به امارات صادر می‌شود و مابقی آن نیز در نمایشگاه‌ها و سفارشات داخلی است. وی ادامه داد: همچنین از دیگر تولیدات ما برای کارخانه خودروسازی جنسیس بوده که مدارک خودرو را با همان چرم داخل خودرو برای این کارخانه تولید کردیم. سایر محصولاتی که ما تولید کردیم برای شرکت هواپیمایی امارات بود که به صورت کیفی برای نگهداری سکه مورد استفاده قرار می‌گرفت.

مدیر مرکز کارآفرینی و اشتغال جهاد دانشگاهی خراسان رضوی یکی از دلایلی را که باعث عدم موفقیت کسب و کارهای خانگی می‌شود هزینه‌های بالای تغییر و توسعه آنها دانست. به گزارش ایسنا، جواد سخدری در اولین جلسه برنامه‌ریزی ایجاد شبکه‌های دست‌دوزهای چرمی استان، اظهار کرد: طرحی در خصوص توسعه کسب و کار خانگی به دنبال شبکه‌سازی برای پشتیبانان و تولیدکنندگان کسب و کار واجد شرایط مزیت در سطح استان در نظر گرفته شده است. وی ادامه داد: قرار بر این شد که در فاز اول این طرح، در چند رشته این مسئله را ساماندهی کنیم، این رشته‌ها شامل «گل‌وگیاه»، «ویراستاری»، «انیمیشن» و «تولید اثر» است که در سطح کشوری هدایت می‌شود، همچنین این طرح دارای پشتیبانی بوده به طوری که به افرادی که ثبت‌نام کردند، آموزش داده و زنجیره تامین عملیات را به عهده می‌گیرند. مدیر مرکز کارآفرینی و اشتغال جهاد دانشگاهی خراسان رضوی تصریح کرد: در واقع می‌خواهیم در برخی از حوزه‌های کسب و کار مانند دست‌دوزهای چرمی طبیعی و مصنوعی و دست‌بافت‌های داری یک مدل، شبکه‌سازی اجرا کنیم تا میزان ارزش افزوده در این دسته کسب و کارها افزایش یابد. سخدری عنوان کرد: یکی از اقدامات ما در سطح استان، ایجاد نامی تحت عنوان دست‌بافت‌های داری بود. در واقع تمام حوزه‌های گلیم، فرد، فرش، تابلوفرش و... در حوزه دست‌بافت‌های داری قرار داده تا دامنه گسترده‌تری را شامل شود.

وی خاطر نشان کرد: اگر در محیط کسب و کاری شبکه‌هایی مناسب ایجاد شود که ارزش افزوده بیشتری را به وجود آورد، تمام افرادی که در این شبکه‌ها هستند، می‌توانند سود خوبی کسب کنند به طوری که آن شبکه نیز پایدار بماند. مدیر مرکز کارآفرینی و اشتغال جهاد دانشگاهی خراسان رضوی با اشاره به عدم موفقیت کسب و کارهای خانگی بیان کرد: یکی از دلایلی که کسب و کارهای خانگی موفق نمی‌شوند این است که هزینه‌های تغییر توسعه آن در محیط کسب و کار بسیار بالاست. این هزینه‌ها بیشتر در حوزه بازاریابی، مدیریت بازار و... بوده و هر کسی به تنهایی نمی‌تواند از عهده این مشکلات برآید. سخدری تصریح کرد: در حقیقت در حوزه کسب و کار به دنبال این هستیم که در حوزه‌های واجد مزیت برندسازی را آغاز کنیم به طوری که در هر حوزه‌ای یک عامل را مشخص کردیم که افراد را در این زمینه ساماندهی کنند، در برخی از حوزه‌ها بازاریابی در کشورهای خارجی در حال انجام بوده که اقدامات خوبی صورت گرفته است.

هیچ‌گاه سود فرش به دست تولیدکننده نمی‌رسد

مدیر مرکز کارآفرینی و اشتغال جهاد دانشگاهی خراسان رضوی با اشاره به اینکه یکی از دلایل رکود و مشکلات صنعت فرش، خود صاحبان این کسب و کار هستند، اظهار کرد: فرش ایرانی در بازارهای خارجی چندین برابر قیمت آن در بازارهای داخلی است اما این سود هیچ‌گاه به دست تولیدکننده نمی‌رسد چراکه پشتیبانی که در این صنعت شکل گرفتند، انصافی ندارند.

رشد تولید محتوای فارسی در فضای مجازی

قانون رسیدن به ۵۰ درصد ترافیک ارتباطات داخلی از جمله اهداف پیش‌بینی شده که این مسیر هم‌اکنون رو به رشد است. معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اضافه کرد: در زمینه افزایش صفحات وب فارسی اگرچه شاخصی پیش‌بینی نشده است، اما تلاش برای ارتقای وضعیت فعلی در دستور کار قرار دارد. سرانجام گفت: بررسی‌ها نشان می‌دهد که میزان صفحات وب فارسی طی دو سال اخیر رشد خوبی داشته و هم‌اکنون درصد صفحات وب فارسی به یک و ۹ دهم درصد از سهم کل فضای وب رسیده است. ۱۲ درصد و سال پیش از آن ۷ دهم درصد بوده است، خاطر نشان کرد: هم‌اکنون زبان فارسی با سهم ۱۰۹ درصدی در فضای وب از کشورهای چین و ترکیه و حتی کشورهای عربی نیز سبقت گرفته و مسیر رو به رشدی را با سرعت طی می‌کند.



رسول سرانجام، با اشاره به عدم توقف طرح ۱۰ برابر کردن محتوای فارسی مطابق با اهداف پروژه‌های اقتصاد مقاومتی و تداوم آن، اظهار داشت که پروژه‌های مرتبط با اقتصاد مقاومتی هر سال به‌روز می‌شود و امسال نیز مطابق با ابلاغیه معاون اول رئیس جمهور، موضوع افزایش سهم زبان فارسی در فضای مجازی و افزایش محتوای فارسی، در این ابلاغیه دیده می‌شود؛ با این تفاوت که عنوان ۱۰ برابر کردن برای آن وجود ندارد. به گزارش مهر، وی با بیان اینکه مطابق با این قانون موضوع بزرگ کردن محتوای الکترونیکی به عنوان وظایف همه دستگاه‌های اجرایی پیش‌بینی شده است، افزود: تمامی دستگاه‌های اجرایی موظف به الکترونیکی کردن محتوای قابل ارائه خود شده‌اند و در این زمینه سازمان فناوری اطلاعات ایران، نقش فراهم کردن زیرساخت‌ها و بستر مورد نیاز این سازمان‌ها را دارد. رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران ادامه داد: طبق این

پیشخوان مشاوره کسب و کار به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌شود

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری می‌تواند به‌صورت رایگان از خدمات مشاوره صادرات بهره‌مند شوند. سقف استفاده رایگان از خدمات پیشخوان مشاوره، برای هر حوزه دو جلسه مشاوره در ماه است. عنوان سرفصل‌ها ارجاع کار و معاملات دولتی (منافضات)، استراتژی و توسعه کسب و کار، بازاریابی و فروش، تأمین مالی و سرمایه‌پذیری حقوقی، گمرک و واردات، مالیاتی و مدیریت و ساختار سازمانی، منابع انسانی و آسیب‌شناسی، همچنین بیمه تأمین اجتماعی از عناوین سرفصل‌های پیشخوان مشاوره کسب و کار هستند که می‌توان به آن اشاره کرد. تحقیقات بازار، استقرار در مراکز رشد و پارک‌ها، مشاوره استقرار در فضاهای صنعتی و نیمه‌صنعتی استان تهران، مشاوره ورود به بورس و فرابورس، مشاوره قیمت‌گذاری محصول و طراحی صنعتی و بسته‌بندی محصولات همچنین پیشخوان مشاوره توسعه فنی محصولات در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و مشاوره مالکیت فکری از دیگر عنوان‌های این پیشخوان به شمار می‌روند که می‌توان به آن اشاره کرد.



با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مشاوره‌های لازم در حوزه کسب و کار و تحلیل ریسک در قالب پیشخوان‌های مشاوره تخصصی، به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌شود. مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی، به‌منظور برنامه‌ریزی استراتژیک و توسعه کسب و کار شرکت‌های دانش‌بنیان، اقدام به راه‌اندازی پیشخوان مشاوره در ۱۸ سرفصل با استفاده از مشاوران خبره کرده است. راه‌اندازی هر کسب و کار جدید، نیازمند تهیه طرح کسب و کار (Business Plan) جامعی است، که موری مانند مدل کسب و کار (Business Model Canvas)، تمرکز روی نقاط کلیدی موفقیت، کسب آمادگی برای برخورد با تهدیدها و بهره‌برداری از فرصت‌ها را مورد بررسی قرار دهد. طرح کسب و کار در واقع راهنمای مسیر تجاری‌سازی و بیان‌کننده نقاط ضعف و قوت طرح است. علاوه بر این می‌توان از طرح کسب و کار به‌عنوان ابزاری ارتباطی برای انتقال اطلاعات به طیف وسیعی از افراد مانند سرمایه‌گذاران، شرکای تجاری آینده، کارکنان و مدیران نیز استفاده کرد. براساس این گزارش، شرکت‌های دارای تأییدیه دانش‌بنیان از طرف



کنکور، کارآفرینی را در کشور به صفر می‌رساند

رئیس مجلس شورای اسلامی با تأکید بر لزوم حذف کنکور دانشگاه‌ها، گفت که پذیرش دانشجو باید برعهده دانشگاه‌ها باشد و با برگزاری کنکور، کارآمدی کاهش می‌یابد. به گزارش صدا و سیما، علی لاریجانی دیروز با حضور در نشست کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس شورای اسلامی، ضمن استماع دغدغه‌های اعضای این کمیسیون، نظرات خود را نیز در حوزه مسائل مربوط به بخش آموزش کشور ارائه کرد.

رئیس مجلس با تأکید بر لزوم حذف کنکور تصریح کرد: کنکور در حال رساندن کارآفرینی کشور به صفر است، چراکه مردم حتی از مقطع ابتدایی برای کنکور دغدغه دارند لذا بهتر است که پذیرش دانشجو برعهده دانشگاه‌ها باشد.

یادداشت



هنگامی که با یک بحران مواجه می‌شوید، چند قدم جلوتر را ببینید

شرایط لحظه‌ای را تحت کنترل در آورید. همه مسائلی هستند که در حوزه کنترل شما بوده و اگر روی آنها تمرکز کنید مسائل دیگری نیز آشکار می‌شوند. پس تمام توجه و تمرکز خود را به مقوله‌های در دسترس معطوف کنید.

قانون شماره ۲: اگر درون چاله‌ای افتادید، از کندن دست بکشید. وقتی که شرایط در منزل یا محیط کار سخت می‌شوند، تعجب‌زده نشوید، اما وقتی این اتفاق می‌افتد، خودتان به شرایط دامن زنید. ریشه اصلی کلمه اشتیاق، رنج کشیدن است. برای کارآفرینان پرنانژی و مشتاق چندان غیرمعمول نیست که هر چند ماه با یک سری بحران مواجه شوند. حال فرقی نمی‌کند که این بحران استعغای یکی از مدیران شرکت، افزایش هزینه‌های جاری و یا اتمام قرارداد با یک مشتری کلیدی و تعیین‌کننده باشد. گاهی اوقات تمام چیزی که نیاز دارید یک بازنشانی است. با یک قدم به عقب رفته و اولویت‌های اصلی‌تان را شناسایی کنید و روی کارهایی که می‌کنید تمرکز داشته باشید. اوضاع را وخیم‌تر نکنید.

این رویکرد در مورد تنش‌های محیط کار و منزل نیز کارکردی است، چراکه در این موقعیت‌ها هم اوضاع پیش از بهتر شدن، بدتر و بدتر می‌شوند. اگر من ساعات زیادی را صرف کار می‌کردم، همسر من احساس فشار می‌کرد و این می‌توانست به جر و بحث در خانه منجر شود. آن هم هنگامی که من در سخت‌ترین شرایط کاری‌ام به سر می‌بردم. همین طور که فرزندم بزرگ می‌شوند، گاهی به خاطر می‌آورند که من در سنین رشدشان سخت مشغول کار کردن بودم، اما این را هم به خاطر دارند که من به‌رغم تمام مشکلات و گرفتاری‌های شغلی، وقتی به خانه برمی‌گشتم تماماً وقتم را به خانواده اختصاص می‌دادم.

قانون شماره ۳: حرکت را با پیشرفت اشتباه نگیرید!

اگر تمام روز را مشغول کار هستید و سرتان حسابی شلوغ است، این لزوماً بدان معنا نیست که در حال پیشرفت هستید و گامی در جهت رسیدن به اهداف بلندمدت‌تان برمی‌دارید. صرفاً محض مشغول بودن برای خودتان مشغله نتراشید. مطمئن شوید که قدم بعدی‌تان حرکت صحیحی است و به‌جای استراتژی‌هایی که اهداف‌تان را پیش می‌برند، موثر است.

وقتی اوضاع زندگی‌ام پیچیده و سخت شد، می‌توانستم به خودم این اجازه را بدهم که مسائل پیش رو را حل کنم، چراکه می‌دانستم با این شرایط، اهداف و مسیر بلندمدت به خودی خود از دست رفته است. کارآفرینان خوب نیز مانند صخره‌نوردانی که از ابتدای مسیر برای درنوردیدن و فتح قله طرح و نقشه دارند، برای اهداف خود یک برنامه راهبردی طراحی می‌کنند. با این کار، وقتی تحت فشار قرار می‌گیرید، می‌توانید اطمینان داشته باشید که نقشه بلندمدت‌تان به قوت خود باقی است و بعد از فائق آمدن بر مشکلات، آن را پیگیری خواهید کرد. اگر حس می‌کنید که از مسیر خارج شده‌اید و یا به مشورت نیاز دارید، هیچ اشکالی ندارد که از یک دوست یا راهنما کمک بخواهید.

لزوماً هیچ‌یک از این کارها آسان نیست، اما تک‌تک آنها به پیشرفت‌تان کمک می‌کنند. به بیان ساده‌تر، جهان سه قدمی شما را از تسلیم‌شدن دور می‌کند.

منبع: entrepreneur

مترجم: علی اکبری

من و همسر من لطفی‌های برای سال ۲۰۱۷ ساخته‌ایم و آن را سال آزمایش و محاکمه نام‌گذاری کردیم. در سال گذشته به‌خاطر کاهش نقدینگی‌مان رشد بسیار کمی داشتیم و مقیاس کسب و کارمان کوچک‌تر شد و علاوه بر آن چندین ماه را با استرس بسیار زیاد صرف نوسازی و تجهیز مکان جدیدمان کردیم. در ماه ژانویه، خانه تازه‌تعمیرمان گرفتار مشکلات تازه‌ای شد، لوله فاضلاب ترکید و آب تمام زیرزمین ساختمان را برداشت. به اضافه تمام اینها اتومبیلی که برای یک سفر تابستانی اجاره کرده بودیم خراب شد و در همان ابتدای سال، همسر من دچار سرطان سینه شد. تمام کاری که از دست ما برمی‌آید این بود که کنترل اوضاع را به دست بگیریم. فرزندمان سلامت هستند و تمام‌شان مشاغل بسیار خوبی دارند و سرطان همسر من راحتی درمان شد و سرعت بهبودی‌اش بسیار خوب است. موفقیت در هر زمینه‌ای وابسته به نقطه نظر خودتان است: آیا توان لازم را برای مقابله با چالش‌ها دارید یا اینکه اجازه می‌دهید این مشکلات و مسائل شما را مدفون کنند؟

در صخره‌نوردی اصطلاحی با عنوان «جهان سه قدمی» وجود دارد، که براساس این دیدگاه، صخره‌نورد به ابعاد و ارتفاع کلی صخره‌ای که قصد نوردیدن آن را دارد فکر نمی‌کند، بلکه تمرکز وی روی مسائل پیش روی‌اش است. هرگاه این مسائل برطرف شدند او برای مواجهه با چالش‌های سه قدم بعدی آماده است. این طرز فکر موجب شده است تا صخره‌نوردان بتوانند بلندترین قلعه‌ها را فتح کنند و البته در زندگی و کسب و کار به کمک من هم آمد.

من این جهان سه قدمی را به سه قاعده برای دوام استارت‌آپ‌ها بدل کرده‌ام، این قوانین در ذیل اشاره شده‌اند:

قانون شماره ۱: وحشت نکنید

گاهی اوقات که همه چیز بر طبق روال به‌نظر می‌رسد و استارت‌آپ‌تان مسیر موفقیت را طی می‌کند، به ناگاه با خبرهای بدی مواجه می‌شوید. شاید یکی از افراد کلیدی‌تان، فردی که از آغاز همراه‌تان بوده است، بخواهد به خاطر مسائل خانوادگی شرکت شما را ترک کند یا اینکه بازار دچار چرخش‌ها و نوسان‌های ناگهانی شده و همه چیز بهم می‌ریزد. هنگامی که من در شرکت Share This کار می‌کردم، یکی از رقبای ما که منابع بیشتری در اختیار داشت سعی کرد تا شرکت ما را از کار بیندازد و من این خبر را نیمه شب از طریق یک ایمیل دریافت کردم. در ابتدا وحشت‌زده شدم، اما کمی بعد فهمیدم که این یک نکته مثبت است: ما توجه آنها را به خودمان جلب کرده‌ایم و آنها ما را به حساب آورده‌اند. من بلافاصله بعد از خواندن آن پیام هیچ کاری نکردم، بلکه استراحت کرده و به خودم زمان بیشتری دادم، روز بعد با تیمی متشکل از افراد شرکت جلسه‌ای را برقرار و طرح‌ریزی نمودیم.

در نهایت مشخص شد که ما بحث‌مان بر سر تهدیدات آنها است و می‌توانستیم همه‌چیز را با چند تماس تلفنی حل کنیم. کارآفرینان باید توانایی حفظ خونسردی خود را داشته باشند و در شرایط نامطمئن آرام بمانند. عجله نکنید، قطعاً راهی خواهید یافت. به‌جای اینکه شرایط را بدتر کنید، با تیم خود جلسه‌ای گذاشته و سعی کنید

تیم کوک دستیابی به ارزش یک تریلیون دلاری را نقطه عطفی برای اپل می‌داند

تیم کوک در یادداشتی جدید، دستیابی به ارزش یک تریلیون دلاری را نقطه عطفی برای اپل عنوان کرده است، اما آن را معیاری برای سنجش موفقیت نمی‌داند.

پس از اینکه اپل گزارش عملکرد مالی خود در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۸ را منتشر کرد، این شرکت با رشد ارزش هر سهم مواجه شد که دستیابی به ارزش یک تریلیون دلاری را برای اپل به ارمغان داشت. دستیابی به این مهم باعث شد تا اپل نام خود را به‌عنوان نخستین شرکت عمومی آمریکا که به ارزش تریلیون دلاری دست یافته است، در تاریخ ثبت کند.

حال مدیرعامل کوپرتینوشین‌ها، تیم کوک به همین مناسبت یادداشتی را به کارکنان خود نوشته که نقطه‌نظرات خود را درباره این امر به‌اشتراک می‌گذارد.

کوک در این یادداشت، دستیابی به این ارزش را نقطه عطفی برای شرکت تحت رهبری‌اش عنوان کرد است؛ با این وجود، وی این اتفاق را مهم‌ترین معیار برای سنجش موفقیت Apple نمی‌داند.

تیم کوک در یادداشت خود این چنین می‌گوید:

امروز اپل نقطه عطفی قابل توجه را پشت‌سر گذاشت. زمانی که ارزش هر سهم ما به ۲۰۷.۳۹ دلار رسید، بازار بورس ارزش اپل را بیش از یک تریلیون دلار عنوان کرد. در حالی که باید به این دستاورد افتخار کنیم، اما این اتفاق مهم‌ترین معیار برای سنجش موفقیت ما نیست. نتایج مالی، بازده نوآوری‌های اپل است که به‌واسطه‌ی قرار دادن محصولات و مشترکات در اولویت و پایبند ماندن به ارزش‌های‌مان محقق شده است.

این مربوط به شما است؛ مربوط به تیمی است که اپل را عالی ساخته‌اند و موفقیت ما نیز از تلاش‌های سخت، تعهد و اشتیاق شما به بار نشسته است. به‌شخصه بابت کارهایی که انجام می‌دهید سر تعظیم فرود می‌آورم و کار کردن در کنار شما امتیاز زندگی من شمرده می‌شود. می‌خواهم از شما بابت تمام کارهایی که تا دیروز مشغول به انجام‌دانش بودید و سفرهای اضافی‌ای که انجام دادید، قلباً تشکر کنم.

اجازه دهید این لحظه را به تشکر از مشتریان، تأمین‌کنندگان، شرکای تجاری، جامعه توسعه‌دهندگان اپل، همکاران‌مان و تمام کسانی که تا پیش از این به ما در دستیابی به این شرکت قابل توجه کمک کردند نیز اختصاص دهیم.

استیو جابز، اپل را با این ذهنیت که نیروی خلاقیت انسان قادر به حل‌وفصل بزرگ‌ترین چالش‌ها است و افراد پرجسارتی که فکر می‌کنند توانایی تغییر دنیا را دارند، بنیان گذاشت. در دنیای کنونی، مأموریت ما از هر زمان دیگری مهم‌تر است. اکنون محصولات ما نه‌تنها لحظه‌های لذت و شگفتی می‌آفرینند؛ بلکه به انسان‌های سراسر دنیا این قدرت را می‌دهند تا زندگی خود و دیگران را غنی سازند.

به رسم کاری که استیو در لحظات این چنینی انجام می‌داد، ما باید به پیش‌رو و آینده روشن اپل و کارهایی که قرار است با یکدیگر انجام دهیم، نگاه کنیم.

قرار است در ماه سپتامبر Apple از آیفون‌های ۲۰۱۸ رونمایی کند که مسلماً عملکرد آنها می‌تواند تأثیر بسزایی در ارزش این برند بزرگ داشته باشد.

نخستین Fund of funds بازار سرمایه در فرابورس ایران

معاون پذیرش و ناشران فرابورس ایران از تصویب امیدنامه و اساسنامه صندوق Fund of funds در هیات‌مدیره سازمان بورس خبر داد و اعلام کرد که نخستین درخواست راه‌اندازی این نوع از صندوق‌ها در فرابورس

مطرح شده و بر این اساس شاهد تشکیل نخستین Fund of funds بازار سرمایه که در واحدهای سایر صندوق‌ها سرمایه‌گذاری می‌کند، در فرابورس خواهیم بود. به گزارش سنا، سید مهدی علم‌الهدی که در پل «بقای استارت‌آپ‌ها در قحطی سرمایه» در آخرین روز از نمایشگاه ال‌کمپ سخن می‌گفت، درخصوص این صندوق‌ها بیان کرد: Fund of funds به صورت مشارکت محدود (Limited Partnership) و نه برای مدیریت در واحدهای سایر صندوق‌ها، اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کند و درخواستی نیز که به فرابورس برای راه‌اندازی این

صندوق ارائه شده به منظور سرمایه‌گذاری در صندوق‌های جسورانه است. وی با بیان اینکه نتیجه بررسی‌های متقاضی این صندوق در قالب یک اساسنامه و امیدنامه پیشنهادی به سازمان بورس و اوراق بهادار

ارائه شد، ادامه داد: پس از مطالعات کمیته تدوین و مقررات سازمان بورس، امیدنامه و اساسنامه این صندوق برای طرح در هیات‌مدیره سازمان ارجاع شد و سوم مردادماه جاری به تصویب رسید. به گفته علم‌الهدی پس از تصویب تغییرات نهایی در اساسنامه و امیدنامه این صندوق، نسخه نهایی آن به ارکان بازار سرمایه ابلاغ خواهد شد و با توجه به اینکه نخستین درخواست تأسیس Fund of Funds توسط فرابورس ایران مطرح شده، این صندوق برای اولین بار در فرابورس تشکیل خواهد شد. وی در بخش دیگری از این پل، مراحل تأمین مالی نوآوری از طریق ظرفیت‌های فرابورس ایران را به این ترتیب تشریح کرد که اگر ایده، تکنولوژی، اختراع، طرح صنعتی و... قابل ثبت باشد و در فهرست عرضه‌های بازار دارای فکری فرابورس قرار گیرد، امکان تأمین مالی آن از طریق این بازار فراهم است و نوع تأمین مالی آن نیز بستگی به مذاکراتی که صورت می‌گیرد، دارد.



استارت‌آپ‌ها در دوره «نونه‌الی» از پرداخت مالیات معاف می‌شوند

در دو دوره سید و تری سید به عنوان دوره اولیه یا نونهالی است و استارت‌آپ‌هایی که در این مرحله قرار می‌گیرند از مالیات معاف خواهند شد.

طرح نوآفرین صرفاً برای حمایت از کسب و کارها در دوره نونهالی به منظور گسترش حجم بازار و سرمایه شرکت‌ها تا زمان تبدیل شدن به یک کسب و کار مستقل و تنومند است. کسب و کاری مثل دیجی کالا و اسنپ در این طرح قرار نمی‌گیرد و هیچ دلیلی ندارد که مالیات بر درآمد و ارزش افزوده را پرداخت نکند، چرا که آنها کسب و کارهای استارت‌آپی گذشته بودند و حالا یک شرکت مستقل و تنومند اینترنتی به شمار می‌روند.

نکته قابل توجه در خصوص بحث پرداخت مالیات از سوی استارت‌آپ‌ها، نحوه درآمدزایی آنهاست که متفاوت از روندهای سنتی است و یک کسب‌وکار نوپای اینترنتی ممکن است برای بازه زمانی طولانی به درآمدزایی نرسد.



طرح نوآفرین، استارت‌آپ‌های کوچک را از پرداخت مالیات معاف می‌کند. به گفته وزیر ارتباطات این طرح در جهت رفع موانع مالیاتی، بیمه و زیرساخت‌های حقوقی استارت‌آپ‌ها در یک دوره زمانی سه الی پنج ساله طراحی شده و هم‌اکنون نیز در دولت مطرح است.

به گزارش دیجیاتو، آذری جهرمی اظهار امیدواری کرده که این طرح با بازنگری در برخی پارامترها به زودی در هیات دولت تصویب شود. وی عنوان می‌کند که سازمان امور مالیاتی کل کشور نیز طرح را قبول و امضا کرده است. جهرمی البته در پایان اردیبهشت‌ماه و هم‌زمان با روز جهانی ارتباطات نیز گفته بود که این طرح به زودی تصویب خواهد شد.

وزیر ارتباطات در گفت‌وگو با ایبنا، اشاره کرده است که معافیت مالیاتی البته صرفاً برای کسب‌وکارهایی است که در دوره‌های اولیه فعالیت خود یا «نونه‌الی» هستند و نه شرکت‌های بزرگی مانند اسنپ یا دیجی کالا؛ «آنچه در طرح نوآفرین آمده است، مشوق‌هایی برای کسب‌وکارها

کارگاه برندینگ



درس‌هایی از ۷ کمپین برتر بازاریابی و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی بخش اول

تبلیغات یا بازاریابی محتوایی؛ کدام یک موثرتر است؟

دنیای بازاریابی آنلاین یک دنیای غنی و متنوع است و در آن کسب‌وکارها می‌توانند از ده‌ها روش و استراتژی برای جذب افراد و افزایش نرخ تبدیل استفاده کنند. البته با وجود این تنوع، بیشترین استراتژی‌ها را می‌توان در دو نوع اصلی دسته‌بندی کرد: بازاریابی رایجی و برون‌گرا.

بازاریابی برون‌گرا شیوه سنتی‌تر تبلیغات است که در آن از تبلیغات خارجی برای جلب توجه کاربران جهت خرید یک محصول استفاده می‌شود. برای مثال، تبلیغات در نتایج جست‌وجو می‌تواند یک کاربر را تشویق کند تا کتابی را مستقیماً از صفحه نتایج موتورهای جست‌وجو خریداری کند، اما بازاریابی رایجی به معنای این است که کاربران را به صورت طبیعی به سایت هدایت کنید. منظور از این روش‌های طبیعی استفاده از روش‌هایی مانند بازاریابی محتوایی و سنو است.

البته استراتژی‌های زیادی وجود دارد که زیرمجموعه هر کدام از دو مورد گفته شده در بالا قرار می‌گیرند. اما بازاریابی محتوایی و تبلیغات دو مورد از جدی‌ترین استراتژی‌هایی هستند که توسط کسب‌وکارها مورد استفاده قرار می‌گیرند. حال سوال این است که کدام یک از این دو موثرتر است؟ در این مطلب مشخص خواهیم کرد.

تعریف «اثرگذاری»

ما در این مطلب می‌خواهیم بدانیم که اثرگذاری بازاریابی محتوایی بیشتر است یا تبلیغات. اما در ابتدا باید دقیقاً مشخص کنیم که منظور ما از اثرگذاری چیست. چگونه می‌توانیم اثرگذاری یک کمپین بازاریابی را اندازه‌گیری کنیم؟ آیا اثرگذاری یک کمپین را میزان درآمد حاصله از آن تعیین می‌کند؟ این کمپین باید به چه اهداف خاصی دست پیدا کند که به عنوان یک کمپین موثر شناخته شود؟

در این مقاله ما تمرکز خود را روی بازگشت سرمایه قرار داده‌ایم. یعنی هزینه صرف شده برای اجرای هر استراتژی و میزان سودی که از طریق این استراتژی به کسب‌وکار می‌رسد.

مزایای بازاریابی محتوایی و تبلیغات

بیباید در ابتدا به مزایای این دو رویکرد نگاهی داشته باشیم. تبلیغات روشی ساده‌تر است و می‌توانید آن را به راحتی به سمت هدف نهایی هدایت کنید، اما طیف مزایای آن نیز محدودتر است. به عنوان مثال، اگر شما یکسری محصول را تبلیغ کنید، در واقع روی کسب بالاترین نرخ تبدیل تمرکز خواهید کرد و مزایای دیگری در انتظار شما نخواهد بود. اما در همین یک مورد می‌توانید مزایای خود را به حداکثر برسانید.

اما بازاریابی محتوایی از طرف دیگر میزان مجموعه وسیعی از مزایا است. با استفاده از بهترین شیوه‌ها و استراتژی‌ها در بازاریابی محتوایی می‌توانید شاهد مزایایی مانند افزایش بازدید از برند، بهبود شهرت برند، افزایش ترافیک از منابع خارجی مانند موتورهای جست‌وجو و شبکه‌های اجتماعی و نرخ تبدیل بهتر باشید.

هزینه‌ها

اتخاذ هر رویکرد در کنار مزایا، قطعاً هزینه‌های خاص خود را نیز دارد. مدل تعیین هزینه‌های تبلیغات معمولاً ساده‌تر است و در آن شما به ازای هر کلیک مبلغی را می‌پردازید و این مدلی نسبتاً قابل پیش‌بینی و ساده برای اندازه‌گیری کمپین‌ها است. پلتفرم‌های مختلف هزینه‌های مختلفی نیز دارند و در اینجا ما نمی‌توانیم به صورت کلی تخمین هزینه داشته باشیم.

اما در حوزه محتوا کمی کار پیچیده‌تر می‌شود؛ زیرا لزوماً نباید هزینه‌ای برای اتخاذ این استراتژی کنید. در عوض، بازاریابی محتوایی به صورت حجم زیادی از زمان برای توسعه و انتشار محتوا نیاز دارد.

البته از آن جایی که هر کدام از این استراتژی‌ها در واقعیت با آن چیزی که ما در اینجا به صورت تئوری می‌گوییم متفاوت هستند نمی‌توان به صورت قطعی در مورد هزینه‌های هر کدام نظر قطعی داد.

دستاوردهای کوتاه و بلندمدت

دستاوردی که تبلیغات و بازاریابی محتوایی می‌توانند در کوتاه و بلندمدت به دست دهند در واقع بزرگ‌ترین نقطه تمایز بین این دو استراتژی است. بزرگ‌ترین نقطه قوت بازاریابی محتوایی در واقع بزرگ‌ترین نقطه ضعف آن نیز هست: بازاریابی محتوایی برای با گرفتن به زمان زیادی نیاز دارد. در ماه‌های اولیه اجرای کمپین بازاریابی محتوایی به‌ندرت می‌توانید شاهد یک جهش باشید. اما بعد از چند ماه نشانه‌های بازدید و بازگشت سرمایه آشکار می‌شود.

از طرف دیگر، تبلیغات می‌تواند در مدت‌زمان کوتاه‌تری به نتیجه برسد، اما میزان رشد و اثرگذاری آن ممکن است از بازاریابی محتوایی کمتر باشد.

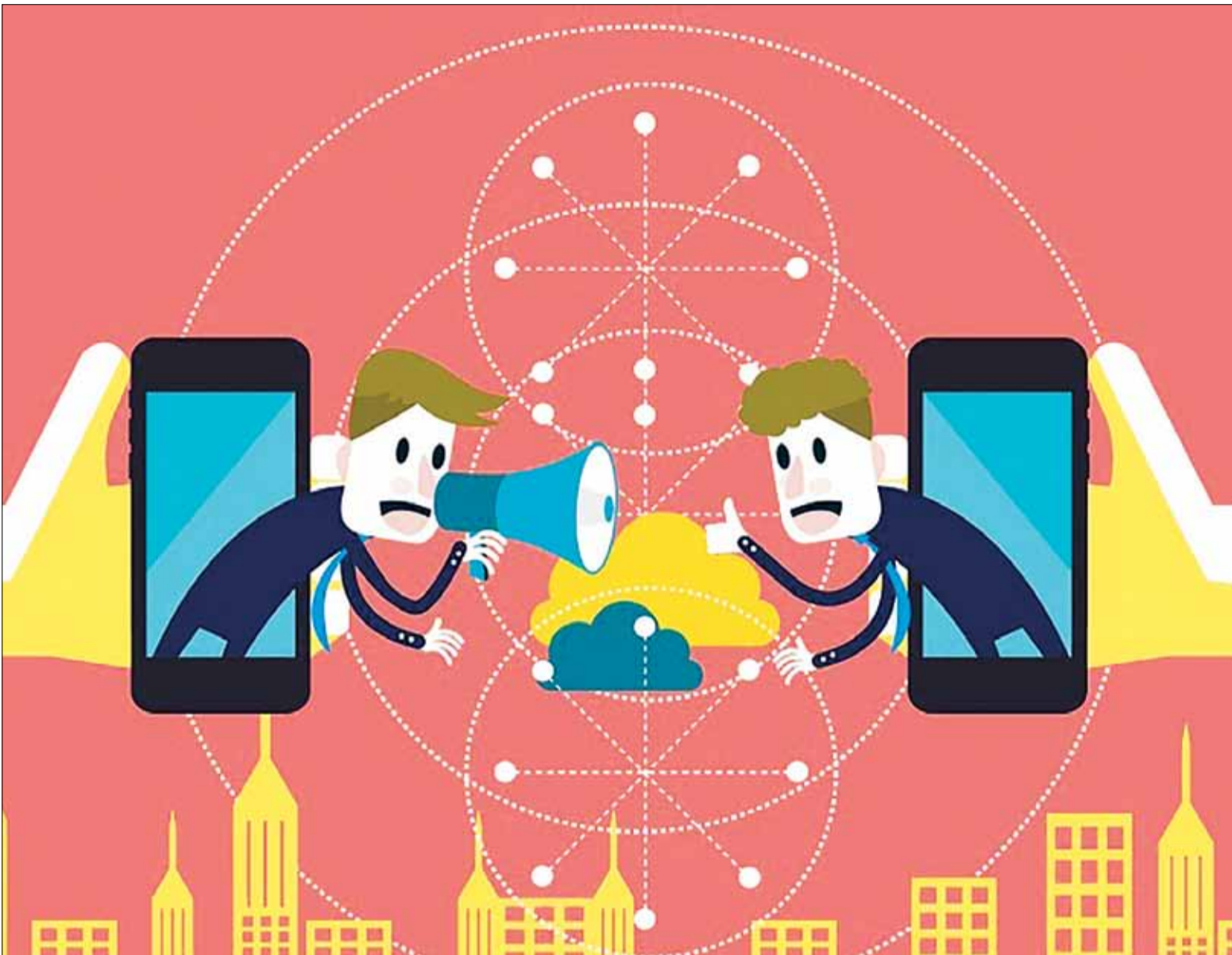
ملاحظات صنعتی

شما باید دقیقاً بدانید که کدام استراتژی می‌تواند برایان موثرتر باشد. برای مثال، یک بازاریابی محتوایی برای برخی کسب‌وکارها ممکن است بهتر از تبلیغات جواب بدهد. کسب‌وکارهای B2B بیشتر تمایل به استفاده از بازاریابی محتوایی دارند و انواع B2C نیز معمولاً به سرعت تبلیغات می‌روند. به دقت باید برای خود مشخص کنید که کسب‌وکاران به کدام استراتژی نیاز دارند.

کلام آخر

هر کدام از دو استراتژی بازاریابی محتوایی و تبلیغات اگر به درستی اجرا شوند در جایگاه خود موثر هستند و شما باید هر کدام که برای سازمانتان مناسب‌تر است را انتخاب کنید. بزرگ‌ترین نقطه تمایز بین این دو زمان لازم برای نتیجه دادن و مزیت‌ها است. با استفاده از بازاریابی محتوایی، مزیت‌های بلندمدت بهتری در انتظار شما است. تبلیغات نیز می‌تواند در مدت‌زمان کمتری مزایایی را برایتان داشته باشد. برای بیشتر شرکت‌ها، یک مدل ترکیبی از این دو می‌تواند سودمند باشد. اما به صورت خلاصه، اگر به اندازه کافی صبر دارید توصیه ما این است که بازاریابی محتوایی را انتخاب کنید و ما نیز برای‌تان صبر ایوب را درخواست می‌کنیم.

منبع: daartagency



شبکه‌های اجتماعی از دیواری پر از لوگو شرکت در پس زمینه استفاده کرد. در نهایت نیز فیلم مصاحبه‌ها در اینترنت و شبکه‌های مختلف تیلوژیونی به نمایش در آمد.

نکته جالب در مورد کمپین Wealthsimple مصاحبه آنها با مردم عادی بود. در اینجا هیچ خبری از سلبریتی‌ها نیست. در میان مصاحبه‌های برخی از مردم کاملاً غافلگیر شدند که بهترین صحنه‌ها را به نمایش درآورد.

تمرکز اصلی سازنده فیلم بر روی بیان احساسات مردم بود. در حقیقت شرکت به دنبال اظهارنظرهای کاملاً تکنیکی پیرامون مسائل مالی نرفت. با این حال همچنان از دل نظرات ساده مردم هم می‌توان پیام ویژه شرکت را شنید: «در مورد پول تان احمقانه عمل نکنید. با آن عملکرد گذاری کنید. هیچ زمانی برای از دست دادن وجود ندارد. بیایید دیگر چنین مشکلات مالی را تجربه نکنی.»

خوشبختانه در مورد عدم تکرار مشکلات مالی برند Wealthsimple آماده ارائه خدمات وسیع به علاقه‌مندان است.

نتایج کمپین فقط یکی از ویدئوهای شرت در یوتیوب بیش از ۱.۸ میلیون بازدید داشته است.

هزاران بازدید منحصراً در فرد در اینستاگرام که به طور کامل از سوی کاربران واقعی بوده است.

نکات مهم

- در کمپین تان از زبان ساده و همه فهم استفاده کنید.
- شما نیازی به فروش محصول تان از طریق کمپین خود ندارید. به جای آن می‌توانید ایده‌تان را به فروش برسانید. بی‌تردید ایده شما در نهایت به فروش محصول تان منجر خواهد شد.
- در مورد ساخت کمپین خلاقانه عمل کنید. در واقع تلاش شما باید نمایش خلاقانه هنجارهای و قواعد موجود در کسب‌وکار تان باشد.
- از ویدئو آنلاین استفاده کنید. در این زمینه از افراد ماهر به منظور افزایش کیفیت کارتان کمک بگیرید.
- یوتیوب تنها مکان مناسب برای آپلود ویدئوها نیست. به یوتیوب، اینستاگرام و فیس‌بوک نیز توجه کنید.
- پرداخت هزینه تبلیغات داخلی در شبکه‌های اجتماعی برای جلب بازدید بهتر یکی از بهترین گزینه‌های ممکن است.

۲- iHeartDogs: تخفیف ۱۰٪

برند iHeartDogs یکی از معدود برندهای بسیار موفق در زمینه فعالیت اینترنتی است. بی‌شک همه ما این برند را با اختصاص بخشی از سود هر خرید مشتریان برای کمک به سگ‌های ولگرد و بی‌خانمان می‌شناسیم. محصولات این شرکت علاوه بر خوراکی‌های سگ‌ها شامل محصولات تزئینی مانند تیشرت و جواهرات نیز هستند. با این حال وبسایت رسمی آنها فقط یک فروشگاه آنلاین نیست، بلکه یک وبسایت سبک زندگی به حساب می‌آید. با مراجعه به این سایت شما امکان مطالعه مقالات گوناگون در مورد نحوه نگهداری از حیوانات خانگی و غذاهای مناسب آنها را خواهید داشت.

بی‌تردید همه ما علاقه‌مند به آگاهی از منبع ایده‌های iHear Dogs در زمینه طراحی کمپین‌های‌اش در شبکه‌های اجتماعی هستیم، اجازه دهید با کمپین «عشق به سگ» شروع کنیم.

پلتفرم مورد استفاده: فیس‌بوک

آنها دقیقاً چه کاری کردند؟

به طور معمول شرکت‌ها به دنبال افزایش فروش از طریق ارائه

به قلم: جويس گريس

ترجمه: علی آل‌علی

اگرچه راه‌اندازی و مدیریت یک برنامه معمولی در شبکه‌های اجتماعی گامی بسیار موثر در جهت توسعه بخش بازاریابی و تبلیغاتی کسب‌وکارمان است، با این حال برای موفقیت بیشتر برندها باید به سوی کمپین‌های هدفمند و حرفه‌ای در پلتفرم‌های اجتماعی حرکت کنند. کمپین‌ها در شبکه‌های اجتماعی دارای ماهیت ویژه‌ای هستند. براین اساس آنها با یک استراتژی معمولی در شبکه‌های اجتماعی تفاوتی آشکار دارند. آنها اهداف خاص به همراه نتایجی که باید بدان‌ها دست یافت و همچنین بخش اندازه‌گیری و بازآفرینی برای پیشرفت عملکرد دارند. به طور معمول کمپین‌ها در شبکه‌های اجتماعی بر روی یک بخش از کسب‌وکار شرکت‌ها متمرکز می‌شوند. توسعه جایگاه برند یا معرفی محصول جدید شرکت نمونه‌های مناسبی در این زمینه هستند.

در این مقاله ما به شما برخی نمونه‌های موفق کمپین‌ها در شبکه‌های اجتماعی را نشان خواهیم داد. همچنین نکات مهم آنها را نیز مورد بررسی قرار می‌دهیم.

هفت ایده کمپین شبکه‌های اجتماعی از برندهای برتر

۱- Wealthsimple: سرمایه‌گذاری برای انسان‌ها

آیا تا به حال اصطلاح «رویات‌های مشاور» به گوش تان خورده؟ در مورد نحوه عملکرد آنها چیزی می‌دانید؟ به نظرم نیازی به آگاهی در این زمینه نیست.

Wealthsimple برندی فعال در زمینه مدیریت سرمایه‌گذاری آنلاین است. این شرکت کانادایی دفتر مرکزی خود را در شهر تورنتو بنا کرده است. آنها در زمینه استفاده از تکنولوژی‌های هوشمند و رویت‌های مشاور سرمایه‌گذاری فراوانی کرده‌اند. با این حال استراتژی شرکت تأثیرگذاری بر روی مخاطب با تأکید بر سرمایه‌گذاری‌اش نیست، در عوض Wealthsimple برنامه‌ای کاملاً معمولی را برای تبلیغ خدمات‌اش در نظر دارد. نکته مهم در مورد این برنامه انطباق آن با شرایط سنی مشتریان شرکت است. براین اساس اغلب مشتریان این برند کانادایی را افراد بالای ۲۹ سال تشکیل می‌دهد. بی‌تردید این افراد علاقه به تبلیغات پر سر و صدا ندارند. همچنین براساس مطالعات Wealthsimple اغلب مشتریان آنها علاقه‌مند به دریافت اطلاعات از طریق شبکه‌های اجتماعی هستند. سادگی نمودارها و اطلاعات نیز برای مشتریان اهمیت ویژه‌ای دارد.

کارشناس‌های حوزه بازاریابی و تبلیغات بسیاری از کمپین‌های Wealthsimple را ستایش کرده‌اند. باین حال در اینجا هدف ما بررسی نقاط مثبت کمپین #سرمایه‌گذاری برای انسان‌ها خواهد بود. پلتفرم مورد استفاده: فیس‌بوک، اینستاگرام، یوتیوب و توییتر.

آنها دقیقاً چه کاری کردند؟

در ابتدا شرکت مصاحبه‌ای با صدها فرد واقعی در مورد مشکلات مالی انجام داد. البته آنها این کار را به صورت رایگان انجام دادند. در حقیقت Wealthsimple از برترین مصاحبه‌کننده‌های موجود استفاده کرد. بی‌شک این همکاری هزینه بالایی را روی دست آنها گذاشت. همچنین آنها یکی از با استعدادترین فیلم‌سازان را نیز برای ترغیب مصاحبه‌شوندگان به بیان حقیقت پیرامون مشکلات‌شان استخدام کردند.

تیم فنی شرکت به منظور طراحی دکوراسیونی مطابق حال و هوای

۵ مهارت ارتباطی ضروری برای مدیران

مترجم: امیر آل علی

از جمله نشانه‌های مهم یک مدیر موفق را می‌توان در مهارت ارتباطی وی با سایرین خلاصه کرد. در واقع شما در راستای مدیریت سایرین نیاز به برقراری ارتباط با آن‌ها دارید و این امر از جمله عواملی است که بسیاری از مدیران در رابطه با آن با مشکلاتی جدی مواجه هستند. در این رابطه توجه به این نکته ضروری است که این امر یک مهارت محسوب شده و هر فردی می‌تواند با تمرین به سطح بالایی از آن دست پیدا کند. با این حال برخی از افراد در این رابطه از استعداد بالاتری برخوردار بوده و این امر نیاز به تمرین بیش‌تر را کاهش می‌دهد. به همین خاطر گام نخست در این رابطه این است که خود را با هیچ مدیری مقایسه نکرده و تنها بر روی افزایش سطح توانایی خود متمرکز باشید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۵ مهارت ارتباطی ضروری برای مدیران خواهیم پرداخت.

۱- زبان بدن را به عنوان یک هنر مهم بیاموزید

زبان بدن یک نشانه درست و راهکاری دیگر برای انتقال احساسات افراد محسوب می‌شود. در موارد متعددی مشاهده شده است که عدم ارتباط لازم میان کلام و زبان بدن فرد باعث شده است تا از میزان تاثیر جملات وی به شدت کاسته شود. به همین خاطر لازم است تا اصوا و قواعد آن را فرا گرفته و در موقعیت‌های مختلف نظیر جلسات و گردهمایی‌ها، از آن استفاده نمایید. نکته دیگری که باید در این رابطه مورد توجه قرار دهید این است که لحن شما در موقعیت‌های مختلف تفاوت‌هایی را دارد و این امر دقیقا نکته‌ای است که رد رابطه با زبان بدن نیز باید رعایت گردد.

۲- موضوعات روز را مدنظر قرار دهید

همواره مشاهده شده است که برخی از مدیران در گفت‌وگوهای خود موضوعات قدیمی را مطرح می‌نمایند که این امر می‌تواند نارضایتی کارمندان را به همراه داشته باشد. توجه داشته باشید که تمامی مواردی که در گذشته اتفاق افتاده است، مربوط به گذشته بوده و تاکید بیش از حد بر روی آن، وجهه شما را به شدت خدشه‌دار خواهد نمود. نکته دیگری که در این رابطه باید مدنظر قرار دهید این است که در هنگام گوش دادن به حرف سایرین لازم است تا توجه کافی را از خود نشان دهید. برای مثال ممکن است ذهن شما درگیر مسائل قدیمی متعددی باشد، با این حال ضروری است تا آن‌ها را در جایی یادداشت کرده و تنها بر روی کاری که در حال حاضر مشغول آن هستید، متمرکز بمانید. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا کارمندان با تمایل بیش‌تری به صحبت با شما بپردازند که این خود پایه گذار یک ارتباط عالی خواهد بود.

۳- به جزئیات توجه کافی داشته باشید

از جمله مهارت‌های گوش دادن به حرف دیگران این است که تمرکز خود را نسبت به جزئیات افزایش دهید. این امر شما را در درک بهتر پیام گفته‌ها کمک خواهد کرد و بیانگر میزان علاقه‌مندی شما به صحبت‌های دیگران خواهد بود. برای مثال این امر که موارد مهم را همواره در جایی یادداشت کرده و در گفت‌وگوی بعدی خود با فرد مذکور از آن‌ها استفاده کنید، از جمله عواملی محسوب می‌شود که از تکرارهای بی‌جا جلوگیری خواهد نمود. همچنین این امر به شما کمک خواهد کرد تا پاسخ‌های دقیق‌تری را داده و کمتر دچار مشکل شوید.

۴- در مکالمات خود هوشمند باشید

منظور از هوشمندی در این بخش این است که همواره روش‌های نوین و کارآمدتری را امتحان نموده و همواره به دنبال راهکارهای جدیدی باشید. برای مثال ممکن است تشکیل جلسه امری زمان‌بر و پرهزینه باشد و این امر در حالی است که وجود یک گروه در یک شبکه ارتباطی نیز می‌تواند به خوبی نیاز شما را برطرف کند. همچنین توصیه می‌شود تا مشورت گرفتن از تیم کاری را به عادت رفتاری خود تبدیل کرده و از تصمیم‌گیری تک‌نفره فاصله بگیرید.

۵- به احساسات خود و دیگران بها دهید

اگرچه فضای کاری یک محیط رسمی محسوب می‌شود، با این حال این امر نباید منجر به ارتباطات رسمی و خشک شود. توجه داشته باشید که افراد زمان زیادی را در محل کار خود سپری می‌کنند و این امر در صورتی که برای آن‌ها با احساس راحتی همراه نباشد، می‌تواند خود فشار زیادی را وارد سازد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا در رفتار با سایرین کاملا انسانی و بر پایه احساسات رفتار کرده و مهربان بودن با تیم کاری خود را فراموش نکنید. این اقدام با توجه به این امر که شما الگوی سایر کارمندان محسوب می‌شوید، در نهایت به فرهنگی در شرکت تبدیل خواهد شد.

منبع: bonnievie



فشارها و مسائلی که رهبران با آن دست و پنجه نرم می‌کنند

دانش رهبری خوب - قسمت هفتم



هیچ محدودیتی برای علم ندارند.

۴- خطای قادر مطلق بودن: باور به اینکه از همه قدرتمندتر هستند و هر چیزی که بخواهند مستحقش هستند.

۵- خطای شکست‌ناپذیری: باور به اینکه آنها می‌توانند از پس هر کاری برآیند؛ چون آنها خیلی زیرکند و گیر نمی‌افتند، حتی اگر گیر هم بیفتند، باور دارند که تنبیهی در کار نیست، چون آنها خیلی مهم هستند.

خصوصیات رهبری هم زمان با تغییرات در سطوح مدیریتی تغییر می‌کند و فشارها و مسائل هم تغییر می‌کند؛ به گونه‌ای که سرپرستان صف نسبت به مجریان مشاغل سخت‌تری دارند، با این حال آن‌ها در مورد نحوه مدیریت کردن دیگران آموزش‌های کمی می‌بینند. در حقیقت، ممکن است که سرپرستان هیچ آموزشی را دریافت نکنند و آنها به دقتی که صرف انتخاب افراد با سطح بالاتر می‌شود انتخاب نشوند. اغلب، بدون آنکه از توانایی بالقوه رهبری کارکنان ارزیابی به عمل آید، برای سرپرستی انتخاب می‌شوند. سرپرستی که از طبقات مختلف سازمانی ارتقا می‌یابد با تقاضاها و تعهدات متعارضی مواجه می‌شوند. قبل از آنکه ارتقا یابند، آنها توسط همکاران خودشان پذیرفته می‌شوند و نگرش‌ها و ارزش‌هایی مشترک حاصل می‌آید. آنها در فضای خارج از کار احتمالا اجتماعی شده‌اند. کارگروه آنها یک حس یکسان بودن و به هم مرتبط بودن را ابراز می‌دارد که این کار یک امنیت عاطفی ایجاد می‌کند. بعد از اینکه آنها سرپرست شدند، دیگر نمی‌توانند از ارتباطات با همکاران و دوستان لذت ببرند، حتی اگر تلاش کنند تا عضوی از گروه باقی بمانند، همکاران سابق آنها دیگر مثل گذشته به آنها پاسخگو نیستند؛ چون روابط تغییر کرده‌اند. این هزینه‌های سرپرستان ارتقایافته در امنیت عاطفی است که ناشی از تعلق گروهی و یکسان بینی است. سرپرستان نقطه ارتباطی بین مدیران و کارکنان هستند؛ آنها تلاش می‌کنند تا نیازهای متعارض هر دو طرف را بسنجند. اگر سرپرستان انتظار داشته باشند، تثبیت شوند و وفاداری و همکاری کارکنان را هم به دست بیاورند، باید نیازها و تصمیم‌های مدیران را به کارکنان ابراز کنند و باید از سویی دیگر نیازهای کارکنان را هم به مدیران منتقل کنند. بدین وسیله به مانند یک سپر کار می‌کنند و همچون یک کانال ارتباطی باز هستند. در واقع، اغلب سرپرستان اگر بخواهند شغل‌شان را حفظ کنند باید به تقاضاهای روسای‌شان بیشتر پاسخگو بشوند. روند رو به رشد مشارکت کارکنان، کار سرپرستان صف را پیچیده‌تر ساخته است. آنها بخشی از خودمختاری را به خاطر مشارکت زیردستان در تصمیم‌گیری‌ها و به اشتراک گذاشتن رهبری از دست داده‌اند. گروه‌های کاری خود مدیریت، تهدیدی دیگر برای قدرت سرپرستی و خودمختاری آنها هستند. در این طرح‌ها، به جای اشتراک گذاشتن قدرت، سرپرستان باید مسئولیت‌های سنتی را ترک کنند و به مانند افرادی با تدبیر عمل کنند و نه رهبران. اگر کارگروه به اندازه‌ای که انتظار می‌رفت اثر بخش نباشد، سرپرست مقصر دانسته می‌شود. اگر کارگروه اثر بخش باشد، مدیران عالی معمولا نتایج مطلوب را به کارکنان استناد می‌دهند و نه سرپرست. مطالعه‌ای روی ۱۰۲ گروه مدیریتی در یک هتل زنجیره‌ای در ایالات متحده انجام شده بود، هر کدام از گروه‌ها یک مدیر و دست کم دو کارمند را شامل می‌شد. باور بر این بود که رفتارهای توانمند ساز رهبران (همچون هدایت بر مبنای مثال (Leading by example) ، مربی‌گری، اظهار نگرانی بابت گروه (Expressing concern for the team) و تصمیم‌گیری مشارکتی (Participative decision) فراهم می‌آورد.

(making)) با عملکرد گروه به طور مثبتی همبستگی دارد. هر چه مدیران رفتارهای توانمندساز را به زیردستان بیشتر ابراز می‌داشتند، گروه به طور اثر بخش‌تری وظیفه‌اش را انجام می‌داد. رئیس یک شعبه سازمانی یا بخش با استرس‌هایی مواجه می‌شود که با استرس‌های یک مدیر اجرایی ارشد شرکت، تفاوت‌هایی دارد. مدیران سطح میانی، با وجود حقوق مناسب و منافع جانبی دیگر، نوعا ناخشنودی قابل ملاحظه‌ای را اظهار می‌دارند. یکی از مشکلات که به صورت مکرر، ابراز می‌شود، مقدار نفوذ در تدوین سیاست شرکت است و اینکه توقع دارند که آنها بدون اینکه پرسشی بپرسند، سیاست‌ها را اجرا کنند. مدیران میانی درباره اینکه اختیار و منابع کافی برای اجرای سیاست شرکت ندارند، شکایت می‌کنند. آنها باید برای مورد توجه قرار گرفتن از جانب سرپرستان تلاش کنند و از نظرات و طرح‌های‌شان حمایت کنند. در نتیجه، مدیران میانی اغلب با ناکامی‌های بیشتری مواجهند و باید برای نفوذ در میان مدیران ارشد در سلسله مراتب سازمانی به رقابت بایکدیگر بپردازند. منبع دیگر نارضایتی احساس منسوخ‌شدن است که بر مدیران سطح میانی در سنین اواخر ۳۰ و آغاز ۴۰سالگی غالب می‌شود. اکثر آنها مدت‌های طولانی ثابت می‌مانند و هیچ ارتقایی نمی‌یابند. این حقیقت اغلب به بخشی از بحران عمومی تبدیل می‌شود که در اواسط زندگی مدیران میانی، دوره زمانی که در آن مدیران میانی که به واسطه زیردستان جوان از طریق تغییر ارزش‌های فرهنگی و از طریق اهداف جدید سازمانی احساس تهدیدشدن می‌کنند و از خود، ارزیابی انجام می‌دهند. بهره‌وری، خلاقیت و انگیزه آنها ممکن است کاهش یابد و احتمالا به خاطر بازنسنجستگی از شغلشان در سازمان کمتر مشارکت داشته باشند. مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری، منبع دیگر نارضایتی برای مدیران میانی است. با این حال که مدیران میانی نفوذی بر تصمیم‌دهی موثر بر مشاغلشان ندارند، می‌بینند که کارمندان و کارگران خط تولید و مونتاژکار این حق را به دست می‌آورند که در تصمیم‌گیری‌ها و طراحی شغل مشارکت کنند. دموکراسی مشارکتی به تغییرات بزرگ در روش‌هایی که مدیران می‌توانند بر کارکنانشان اقتدار، شنان و قدرت مدیریتی می‌شود. برقراری دموکراسی می‌تواند منجر به حذف پیش‌نیازهای سنتی مدیریت همچون فضای پارک اختصاصی، اتاق‌های ناهار خوری واحد و دفاتر کار خصوصی شود. یکی از منابع استرس که در میان مدیران عالی متداول است، تعهد زیاد به سازمان از لحاظ زمانی و انرژی است. ۶۰ تا ۸۰ ساعت کار در هر هفته یا بردن کارها به خانه در عصرها یا آخر هفته برای مجریان نامتعارف نیست. مجریان می‌توانند از طریق تلفن‌های هوشمند، هشدار دهنده‌ها و لپ‌تاپ‌ها، کارها را در خانه و یا در حین مسافرت انجام دهند. پس آنها به ندرت می‌توانند از زیر تقاضاهای اداره فرار کنند. این شرایط سبب ایجاد توازن در زندگی شخصی آنها می‌شود؛ چرا که برای خواسته‌های خانواده‌شان زمان اندکی دارند. پادشاه‌های بالقوه جایگاه مجری، یعنی قدرت، پول، شان اجتماعی، چالش و کامیابی فراوانند، ولی درخواست‌ها هم زیادند. با این حال، جنبه‌های مثبت‌تری برای زندگی در سطوح عالی سلسله‌مراتب سازمانی وجود دارد. مدیران عالی، رضایت شغلی بالایی دارند. نظرسنجی‌ها نشان داده‌اند که اکثر مجریان سطوح بالاتر، حتی اگر از نظر مالی مستقل هم باشند، باز هم در آن شغل باقی می‌مانند. شغل آنها چیزی فراتر از رضایتمندی مالی فراهم می‌آورد.

ادامه دارد...



سیستم تاکسیرانی دویی هوشمند می شود

سیستم هوشمند حمل و نقل دویی امکان برآورد تعداد مسافران حاضر در یک رویداد خاص و ارسال ناوگان تاکسی متناسب به آن منطقه را فراهم می کند.

به گزارش دیجیاتو، دویی به عنوان یکی از توسعه یافته ترین شهرهای منطقه سالانه میزبان بیش از ۵۰۰ رویداد بزرگ است که شرکت کنندگان بسیاری را از سراسر جهان به خود جلب می کند. از سوی دیگر شرکت های بزرگی در دنیا دفاتر منطقه ای خود را در این شهر دایر کرده اند که در کنار شمار بالای توریست ها بار ترافیکی سنگینی را به این شهر تحمیل می کند.

مدیریت صحیح حمل و نقل این تعداد از مسافران نیازمند سیستم های پیشرفته ای است. اخیراً «مطار الطایر» مدیرکل «سازمان حمل و نقل جاده ای دویی» (RTA) از برنامه ریزی برای راه اندازی سیستم مدیریت زمان هوشمند (STMS) خبر داده است.

این سیستم با ارائه داده های بلادرنگ از تعداد شرکت کنندگان در یک رویداد به RTA اجازه می دهد تاکسی های مورد نیاز را به محل اعزام کند. علاوه بر این تعداد ماشین های در دسترس و زمان انتظار را هم به مسافران ارائه می کند.

مسئولان پروژه برای پیاده سازی این سیستم ابتدا بازدهایی میدانی را از مکان برگزاری رویدادها صورت داده و میزان تقاضای شرکت کنندگان برای تاکسی را برآورد کرده اند. آنها سپس مطالعه ای جامع به منظور تعیین چالش های حین رزرو تاکسی را در دستور کار قرار داده اند. در مرحله نهایی نیز سیستم مورد نیاز بر اساس داده های قبلی طراحی شده و در «دویی مال» تست شده است.

راه اندازی چنین سامانه ای در کنار پروژه «هایپرلوپ وان» برای پیاده سازی پاد شناوری که مسافران را با سرعت ۱۲۰۰ کیلومتر بر ساعت بین ابوظبی و دویی جا به جا می کند، حاکی از اهمیت سیستم حمل و نقل برای حاکمان دویی است. به لطف این پاد شناور طی مسافت ۱۴۰ کیلومتری بین این دو شهر از ۹۰ دقیقه به ۱۲ دقیقه کاهش پیدا می کند.

الطایر راهکار RTA برای دستیابی به اهداف مورد نظر را ارائه سرویس هایی با استانداردهای فراتر از حد انتظار، بهبود پیوسته سرویس ها و کاهش زمان انتظار مسافران عنوان می کند.

مدرسه مدیریت



بزرگ ترین اشتباه در مصاحبه با مشتریان چیست؟

مترجم: طاهره منیری شریف
کارشناس ارشد MBA

مصاحبه با مشتریان، تکنیک خوبی است برای اینکه بتوانیم به شیوه های ارزان و سریع، دید اولیه ای نسبت به مشتریان و نیازهای شان پیدا کنیم. با این حال اکثر مدیران اجرایی خطای خطرناکی مرتکب می شوند. بسیاری از آنها تفسیر درستی از نظرات مشتریان در مورد حقایق انکارناپذیر ندارند و دچار سوء برداشت می شوند.

اگر به تفاوت های بین نظر مشتریان و حقایق موجود توجه نداشته باشید، مصاحبه های شما با مشتریان به راحتی در مسیر اشتباه پیش خواهد رفت. کسانی که به خوبی برای کشف مشتری آموزش ندیده اند، احتمالاً چنین سوالاتی را در مصاحبه با مشتریان خواهند پرسید: «آیا این ایده را دوست دارید؟»، «شما کدام راه حل را ترجیح می دهید؟»، «آیا این محصول را می خرید؟». با این سوالات از مشتری خواسته می شود نظرش را بیان کند. اما تجربه نشان می دهد، افراد به ندرت آنچه را که می گویند، انجام می دهند. آنچه باید مورد تمرکز و بررسی قرار گیرد سوالات شما در مورد حقایق انکارناپذیر است. برای مثال به جای اینکه از مشتریان بپرسید: «به نظر شما چالش چیست؟»، چنین سوالاتی را مطرح کنید: «آخرین باری که با این چالش خاص مواجه شدید چه زمانی بود؟» یا «آخرین باری که برای این مشکل خاص به دنبال یک راه حل بودید چه زمانی بود؟»

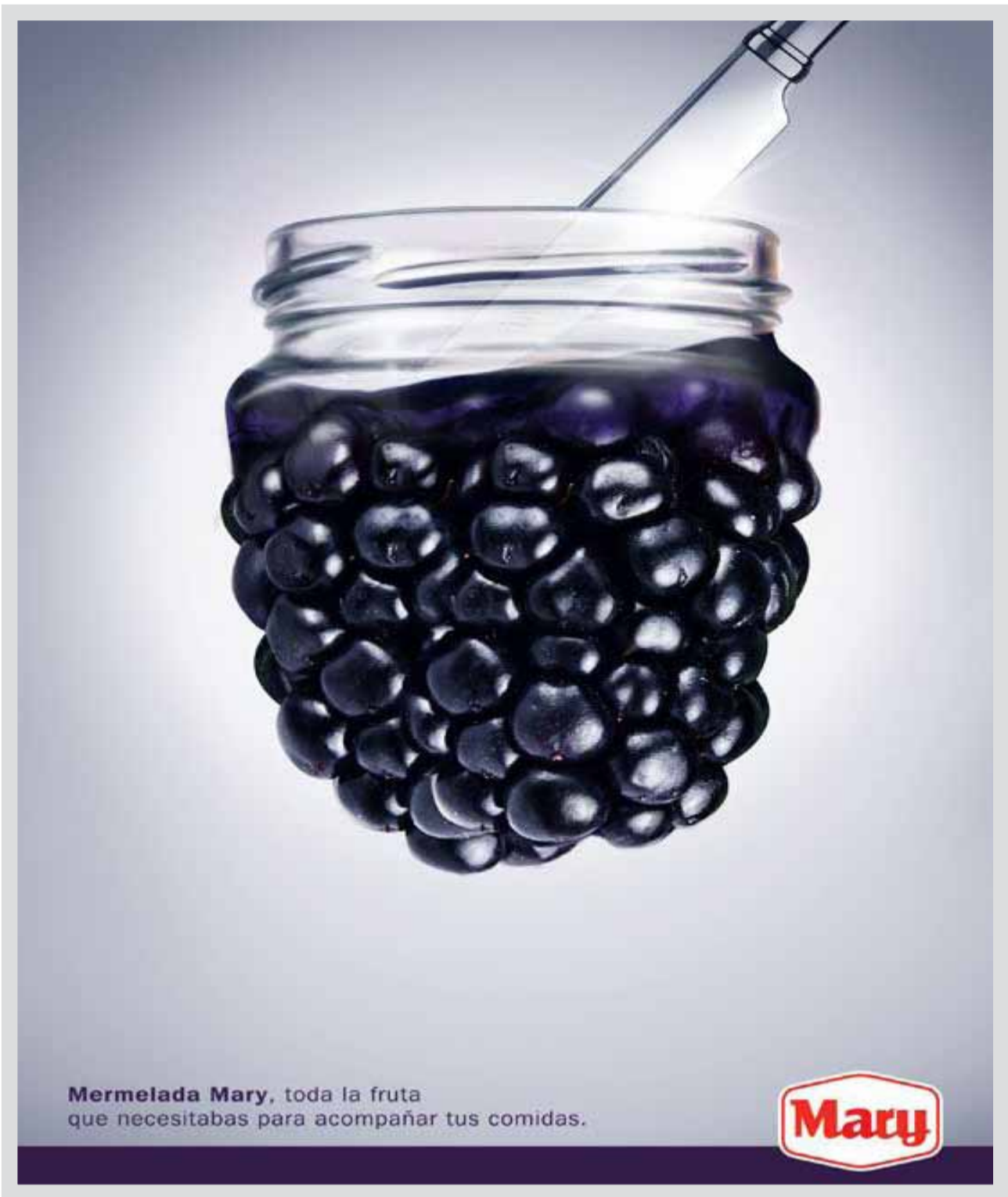
مشکل رایج دیگر در مصاحبه با مشتریان این است که، مصاحبه کنندگان وقتی در مورد حقایق سوال می پرسند با شوهری ظاهری «کیفی» قانع می شوند. وظیفه شما هنگام انجام مصاحبه این است که با کاوشی عمیق، موارد خاص نهان را کشف کنید. حتی الامکان شواهد کمی را کاوش کنید. مثلاً بپرسید: «چرا این مسئله برای شما تبدیل به چالش شده است؟»، «چگونه موفقیت یا شکست مربوط به این چالش را ارزیابی می کنید؟» وقتی مصاحبه شونده در پاسخ می گوید: «من به راه حل سریع تر نیاز دارم»، فوراً بپرسید: «چقدر سریع تر؟». اگر راه حل تان برای مشتری ارزش ایجاد کند و نتوانید به درستی نحوه سنجش میزان موفقیت و شکست تان را توسط مشتریان تان کمی سازی کنید، چگونه می توانید قضاوت و نتیجه گیری درستی داشته باشید؟

اگر فکر می کنید مطرح کردن سوالات در مورد معیارهای کمی چندان منطقی به نظر نمی رسد، برای سنجش موفقیت یا شکست به سراغ نمونه های واقعی بروید.

«یادم می آید یکبار به یک آژانس گردشگری کمک کردم مصاحبه های کشف مشتری انجام دهد. آنها برای اینکه درک کنند بازدید کنندگان چطور می توانند تجربه ای منحصر به فردی داشته باشند، این سوالات را پرسیدند: در مورد آخرین تجربه منحصر به فردتان برای ما بگویید و دقیقاً چه چیزی باعث شد آن تجربه منحصر به فرد شود؟ یا این سوالات می توانید شواهد قوی تری به دست آورید.»

بزرگ ترین خطا در مصاحبه های کشف مشتری این است که به جای اینکه از مشتری در مورد حقایق بپرسیم، نظر خودشان را جویا شویم. این کار به این دلیل مشکل ایجاد می کند که پیاده سازی ایده های جدید براساس نظرات افراد، معمولاً مسیر خطرناکی است و ریسک ایده جدید را به اندازه ای بررسی حقایق کاهش نمی دهد. پیگیری آنچه که براساس شواهد گذشته به دست آمده، بسیار بهتر است، حتی اگر راه حل شما چیز جدیدی باشد. وظیفه شما این است که رفتار جدید را به شواهد گذشته مرتبط سازید. شواهد گذشته، بیانگر رفتار آینده هستند.

منبع: strategyzer/modirinfo



مسیر موفقیت



چرا افراد دارای وسواس فکری موفق تر هستند

مقصر نمی دانند. این افراد به انتخاب خودشان کسب و کاری را راه اندازی کرده اند اما نتوانسته اند با شرایط بازار تطبیق پیدا کنند. از همه مهم تر اینکه آن ها شکست را تجربه ای آموزنده می دانند و مطمئن هستند تجربه ای بعدی شان در دنیای کسب و کار به موفقیت خواهد رسید.

۷- افراد دارای وسواس فکری دنبال مربی هستند
خواندن کتاب و مقالات مفید است اما راهنمایی های کلی ارائه می دهد. هر کارآفرینی به یک راهنما در زندگی احتیاج دارد تا مطالبی که از کتاب ها یاد گرفته است را در دنیای کسب و کار پیاده سازی کند. به طور متوسط حدود ۱۰ هزار ساعت طول می کشد تا یک شخص در مهارتی حرفه ای شود. در صورتی که می توان از دیگران کمک گرفت و این زمان را به حداقل کاهش داد. افراد موفق پیوسته دنبال مربی و راهنما هستند. فرقی نمی کند این راهنما نویسنده کتاب، استاد دانشگاه یا صاحب کسب و کار باشد مهم این است که این فرد بتواند مسیر درست را به شخص نشان دهد تا او بتواند به بهترین نسخه خودش تبدیل شود.

۸- افراد دارای وسواس فکری لزوماً با استعداد نیستند

تام بریدی بازیکن معروف فوتبال آمریکایی است که به عنوان یکی از چهره های موفق این ورزش شناخته می شود. او استعداد کافی برای ورود به تیم فوتبال آمریکایی را داشته و بعد از آن با تلاش های بی وقفه خود توانسته به یکی از بهترین بازیکن ها تبدیل شود. او در مستندی در مورد خود گفته شده است:

وسواس دلیل موفقیت من است. چیزی به نام استعداد وجود ندارد و همه انسان ها با هم برابر هستند. شما می توانید هر شخصی که می خواهید باشید؛ فقط کافی است برای آن زمان بگذارید. من وسواس فکری دارم و با استعداد نیستم.

کلمه ای وسواس طوری در زندگی ما جا افتاده است که همیشه از آن فرار می کنیم و جنبه های مفید آن را در نظر نمی گیریم. از وسواس فکری به عنوان سوخت و انرژی لازم برای کارآفرینی یاد می شود و انسان را در مسیر درست قرار می دهد. افرادی که در مورد کسب و کار خود وسواس دارند، معمولاً عملکرد بهتر و تصمیم گیری های موفق تری نسبت به سایر هموعان خود دارند.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

۳- وسواس، تفکر سازنده و نوآوری را افزایش می دهد

وسواس فکری موجب می شود شخص هر روز هفته و هر ۲۴ ساعت حریص باشد و فکر موفقیت از سرش بیرون نرود. افراد دارای وسواس فکری دائماً به فرصت های جدید فکر می کنند و راه های خلاقانه ای برای محصول و خدمات خود ارائه می دهند. در واقع به همین دلیل است که افراد موفق به طور پیوسته نظر دیگران را جویا می شوند و از تکنیک های جدید برای بازخورد گرفتن استفاده می کنند. افسردگی مانند ایلان ماسک گفته اند بازخورد گرفتن از دیگران آن ها را در جریان کار حفظ می کند و طرز تفکرشان را به چالش می کشد.

۴- وسواس میزان تمرکز و انرژی را مهار می کند
تصور کنید روز جمعه از خواب بیدار شده اید و حوس کرده اید برای صبحانه حلیم بخورید. این تمام چیزی است که در آن لحظه به آن فکر می کنید و در نهایت تصمیم می گیرید به نزدیک ترین حلیم فروشی بروید و صبحانه ای مورد علاقه خود را تهیه کنید. افراد موفق این احساس را در مورد تمام کارهای روزانه ای خود دارند. زمانی که چیزی را می خواهند تمام تمرکز و انرژی خود را برای به دست آوردن آن به کار می گیرند و تا زمانی که به هدف خود نرسد روی هیچ موضوع دیگری تمرکز نخواهند کرد.

۵- افراد دارای وسواس فکری عاشق «نه» گفتن هستند

اگر دقت کرده باشید متوجه می شوید تمام بچه ها در یک دوران خاص عاشق «نه» گفتن هستند و البته این موضوع میان افراد موفق نیز صدق می کند.

وارن بافت، کارآفرین و سرمایه گذار معروف آمریکایی گفته است:

افراد موفق تقریباً به همه چیز «نه» می گویند. حال این سوال پیش می آید چرا این افراد چنین دنیایی با نگرش منفی دارند؟ به این دلیل که اگر همیشه پاسخ مثبت بدهند نه تنها حواس شان پرت می شود بلکه از رسیدن به اهداف و رویاهای خود نیز باز می مانند.

۶- افراد دارای وسواس فکری تصمیمات آگاهانه می گیرند

افراد موفق هیچ موقع دنبال مقصر نیستند و مسئولیت کارهای خود را بر عهده می گیرند. به عنوان مثال اگر کسب و کارشان با شکست مواجه شود، دولت یا مشتری ها را

وسواس فکری عبارتی است که به اشتباه با معانی منفی تدبیر می شود در صورتی که مانند سوخت و انرژی برای کارآفرینی است و موفقیت را تضمین می کند.

آیا تا به حال به شخصیت افرادی که در زندگی الگو قرار می دهید فکر کرده اید؟ فرقی نمی کند این افراد رهبر کسب و کار، ورزشکار یا موسیقی دان باشند. مهم این است که تمام این افراد به دلیل وسواس فکری به این درجه از موفقیت رسیده اند. معمولاً همه ما بعد از شنیدن عبارت «وسواس فکری» احساس خوبی پیدا نمی کنیم. در صورتی که داشتن وسواس فکری تنها روی موضوع های ناسالم اثرات منفی دارد و توصیه نمی شود. افراد دارای وسواس فکری اگر در مسیر درست قرار بگیرند نه تنها به موفقیت خواهند رسید بلکه با حفظ موفقیت رو به جلو حرکت خواهند کرد. در ادامه ای این مقاله به بررسی دقیق تر دلایل این موضوع می پردازیم.

۱- وسواس، شجاعت را افزایش می دهد

زمانی که شخصی وسواس فکر دارد به طور ناخودآگاه و بدون اینکه متوجه باشد کارهایی انجام می دهد که شاید افراد دیگر جرات انجام آن را نداشته باشند. این افراد از هیچ چیز نمی ترسند، بعد از زمین خوردن بلند می شوند و برای شروعی دوباره تلاش می کنند. به عنوان مثال مایکل جردن، ستاره بسکتبال در دوران دبیرستان از تیم بسکتبال مدرسه کنار گذاشته شد اما او با جرات به بازی کردن ادامه داد و امروزه در تمام دنیا به عنوان ورزشکاری موفق از او یاد می شود. امروز ردمون، نویسنده معروف گفته است:

جرات به معنای کمبود ترس نیست. بلکه به این معنا است که چیزهای مهم تری از ترس وجود دارند.

۲- وسواس مهارت های زمان بندی را افزایش می دهد
همه ی کارآفرینان موفق باید نسبت به برنامه ریزی روزانه ای خود وسواس داشته باشند. بدون پایبندی به برنامه ریزی و انجام کارهای روزانه نمی توان به اهداف و برنامه های بلندمدت دست پیدا کرد. پایبندی به برنامه ریزی روزانه یعنی شخص زمان ارزشمند خود را روی فعالیت های سازنده و مفید سپری کرده است. اگر می بینید شرکت در جلسه ای هیچ مزیتی برایتان ندارند آن را از تقویم کاری حذف کنید. همچنین اگر می بینید مهلت انجام پروژه رو به اتمام است کارهایی مانند کتاب خواندن و ورزش کردن را به زمان دیگری موکول کنید.