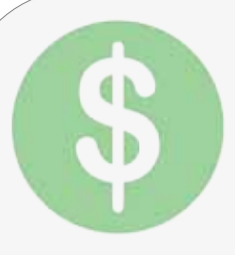


فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دور خوردن معاملات ارزی «نیما» بالن ارزی به جای حساب ارزی

شدت گرفتن نوسانات بازار ارز، موجب گلابه فعالان اقتصادی شده و ادامه کسب و کار برای شان دشوار شده است، چنانچه به گفته فرهاد احتشامزاد...



یادداشت

محبوبیت ها و محدودیت های
ارزهای رمزنگاری شده



علی سنگینیان
رئیس کمیسیون
بازار پول سرمایه
اتاق تهران

ارزهای دیجیتال یا رمزنگاری شده از ابتدا بیشتر به عنوان ذخیره ارزش در نظر گرفته می شدند. این ارزها بیشتر در سرمایه گذاری مورد توجه قرار گرفت و کمتر در معاملات کاربرد داشت. در ماه های اخیر اما امکانات لازم برای استفاده از این ارزها در معاملات مختلف در دنیا فراهم شده و می توان از ارزهای رمزنگاری شده برای پرداخت هزینه هایی مثل رزرو هتل یا تهیه بلیت استفاده کرد، بنابراین استفاده از ارزهای رمزنگاری شده برای مبادلات و تراکنش مالی یک پدیده تازه است. ارزهای رمزنگاری شده در ایران هم مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به محدودیت های مالی که اکنون در کشور وجود دارد ارزهای رمزنگاری شده این ظرفیت را دارد که در تسویه معاملات مالی یا شرکای خارجی مورد استفاده قرار بگیرد، اما با وجود همه ظرفیت های پیش بینی شده، محدودیت هایی هم در این باره وجود...

چراغ سبز به رئیس کل بانک مرکزی برای مداخله در بازار ارز

بانک مرکزی وارد می شود

در شرایطی که قیمت دلار در هفته گذشته به مرز ۲۰ هزار تومان رسید و از ابتدای همین هفته روی ۱۷ تا ۱۸ هزار تومان معامله می شود، عصر شنبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی که با حضور سران سه قوه تشکیل جلسه داده بود تلاش کرد تا راهکارهایی را برای برون رفت از شرایط کنونی مصوب و جلوی تلاطمها و موج بلند افزایش قیمت ارز را سد کند؛ سه گانه ای که شامل «افزایش اختیارات بانک مرکزی برای مدیریت بازار ارز»، «استفاده از ارز حاصل از صادرات غیرنفتی» و «آزادسازی واردات اسکناس ارز به هر میزان به کشور» می شود. البته این سه محور برای ساماندهی بازار در شرایطی به عنوان راهکارهایی جدید ارائه شد که پیش از این هم...

بورس در آستانه ورود به کانال ۲۰۰ هزار واحدی قرار گرفت

بورس شگفتی ساز شد

مدیریت و کسب و کار



ایلان ماسک از ریاست هیات مدیره تسلا برکنار شد

- ۱۰ گام برای برقراری فرهنگ صداقت توسط رهبران
- ۵ نکته مدیریتی فیلم ثور
- ایجاد دلهره منجر به فروش نمی شود
- ۵ نکته مهم بازاریابی بصری که باید بدانیم
- ۶ نشانه ای که یک شرکت نیاز به برندسازی مجدد دارد
- ۴ نکته در خصوص Pinterest

۱۶ تا ۸



ظریف: تهران در حال دستیابی به توافق نفتی با اروپا است

زنگها برای نجات برجام به صدا در آمد

پیوستن به FATF؛ نیاز ۱۰۰ درصدی نظام بانکی ایران

به تحریم های آمریکا با برجام ندارد؛ ایران چه تحریم باشد چه نباشد، لازم است وضعیت خود را در این گروه مشخص کند اما باید بپذیرد که اگر شرایط را نپذیرد و ارتباطات بانکی قطع شود، هزینه های زیادی به نظام بانکی و تجارت کشور تحمیل می شود. جمشیدی، مسائل مربوط به همکاری با اف ای تی اف را «فنی» توصیف کرد که متأسفانه در سال های اخیر به نگاهها و برداشتهای سیاسی آلوده شده است و به همین دلیل شاهدیم با وجود آنکه مهلت تعیین شده رو به پایان است، که لایحه مورد نظر دولت بین مجلس، شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام در رفت و آمد است. این کارشناس نظام بانکی گفت: بانک های خصوصی ایران امیدوارند با تصویب لایحه مرتبط با اف ای تی اف، موانع پیش روی آنها برای توسعه روابط با نظام بانکداری جهان برداشته شود و به راحتی بتوانند با بانک های دیگر مرادوات مالی داشته باشند. وی یکی از محاسن عضویت ایران در گروه ویژه اقدام مالی را استقرار شفافیت در نظام بانکی دانست و گفت: اگر ایران عضو اف ای تی اف نشود، بازرگانان مجبورند از مجاری غیررسمی و غیربانکی نسبت به نقل و انتقال های مالی اقدام کنند که هم ایمنی کافی ندارد و هم هزینه های زیادی را از نظر کارمزد متوجه بانکها و بازرگانان می کند.

بازرگانان خواهان الحاق به FATF

اواخر مردادماه امسال بود که اعضای هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با صدور بیانیه ای خواستار پیوستن کشورمان به گروه کاری اقدام مالی برای پولشویی (FATF) شدند و نوشتند: «پیوستن به گروه FATF موجب انزوای کشورها می شود و با توجه به شرایط اقتصادی کشور شوک جدیدی را به کشور وارد می کند که بنیه اقتصادی تحمل آن را نخواهد داشت.» «پایبندی به اصول گروه کاری اقدام مالی FATF و پذیرفته شدن در آن، این تضمین را به سایر کشورها می دهد که مرادوات مالی با ایران، پرخطر نیست. در صورت عدم پایبندی ایران به رعایت توصیه های چهل گانه، انزوای مالی کشور قطعی خواهد بود.»

اعضای هیات نمایندگان اتاق ایران بر این باورند «از آنجا که تحریم علیه ایران، تبادلات مالی بین المللی را برای کشورمان به شدت متاثر می سازد، ایجاد آمادگی برای پذیرفته شدن در قالب طرح دوفوریتی به عضویت محدوده های پیش رو را تعدیل کند. در این رابطه باید از تاثیر عوامل سیاسی بر این تصمیم اقتصادی پرهیز شود.»

مجلس برای مبارزه با فساد، FATF را بپذیرد

«مهدی باژوکی»، استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی نیز به ایرنا گفت: اگر نمایندگان مجلس شورای اسلامی خواهان مبارزه با رانت، فساد، قاچاق و شفافیت در اقتصاد هستند، در قالب طرح دوفوریتی به عضویت ایران در گروه ویژه اقدام مالی (FATF) رای دهند تا بازار ارز هم مسلمان یابد. وی تاکید کرد: با اطمینان می گویم که اگر مجلس چنین گامی را درباره اف ای تی اف بردارد، نرخ دلار در بازار به طور حتم کاهش می یابد. این کارشناس اقتصادی اظهار داشت: امروز آینده اقتصاد ایران در گرو سیاست خارجی است و باید تعامل با دنیا را در دستور کار قرار دهد. استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی گفت: پیش بینی من این است که در نهایت ایران مقررات FATF را می پذیرد، اما وقتی که هزینه های نپذیرفتن آن را داده است.

عمومی، اجرای ایند مورد انتظار از جمهوری اسلامی را خواستار شد که موضوع هایی همچون تعریف تروریسم، شناسایی و بلوکه کردن دارایی های تروریست هایی که در قطعنامه های شورای امنیت به آنها پرداخته می شود و دادن تضمین برای ارائه نظام مناسب و قابل اجرای مراقبت را در بر می گیرد. تضمین استقلال کامل واحد اطلاعات مالی برای بررسی فعالیت های مشکوک و تراکنش های آنها، شناسایی و تحریم خدمات دهندگان غیرمجاز انتقال پول و اوراق بهادار به وسیله مسئولان، تصویب معاهده های مربوط به تامین مالی تروریست ها (CFT) و پارلومو، تضمین انتقال پول با در اختیار داشتن مشخصات کامل گیرنده و فرستنده، سخت تر کردن مجازات های مربوط به جرایم پولشویی و وضع قوانین مناسب برای مصادره اموال مجرمان از دیگر خواسته های این گروه از ایران است.

به همین سبب دولت با هدف بهبود جایگاه ایران در این گروه ویژه که نهاد تصمیم گیر و مرجع برای مبارزه با تامین مالی تروریسم و مبارزه با پولشویی به شمار می رود، چهار لایحه «الحاق ایران به کنوانسیون مبارزه با جرائم سازمان یافته فراملی (پارلومو)»، «الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون بین المللی مقابله با تامین مالی تروریسم (CFT)»، «اصلاح قانون مبارزه با پولشویی» و «اصلاح قانون مبارزه با تامین مالی تروریسم» را به مجلس ارسال کرده است. از میان این لایحه، «اصلاح قانون مبارزه با تامین مالی تروریسم» تبدیل به قانون شده و مجلس دو لایحه «الحاق ایران به کنوانسیون مبارزه با جرائم سازمان یافته فراملی (پارلومو)» و «اصلاح قانون مبارزه با پولشویی» را به دلیل رد شدن در شورای نگهبان و اصرار مجلس بر نظر خود، به مجمع تشخیص مصلحت نظام ارسال کرده است.

«الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون بین المللی مقابله با تامین مالی تروریسم» نیز برای دو ماه مسکوت مانده بود که اکنون در دستور کار جلسه علنی مجلس قرار گرفته و این هفته بررسی می شود.

جناب آقای یونسی

ریاست محترم اداره امور مالیاتی شهرستان خلخال

بدینوسیله مراتب سپاس و قدردانی اهالی هنجین و بخش خورشورستم را از تلاش های مهربورانه و زحمات ارزشمند و حسن نیت صادقانه شما در دایر شدن اداره امور مالیاتی شهر هنجین که بوقاع از نیازهای مبرم و مهم بخش بوده خدمت جنابعالی تقدیم می داریم. از درگاه ایزد منان دوام عزت و توفیق خدمت مضاعف را برای شما آرزو مندیم. جمع کثیری از بازاریان، کسبه و اصناف شهر هنجین

جناب آقای حاج رسول نوع پرور

مدیر کل محترم اداره کل امور مالیاتی استان اردبیل

اندیشه و تلاش خدمتگزاران صدیق هیچگاه از یاد نخواهد رفت، بسی شایسته است به پاس درایت و موافقت در جهت دایر نمودن اداره امور مالیاتی شهر هنجین (بخش خورشورستم) که حکایت از تدبیر و تدبیرجناب عالی در راستای توسعه و پیشرفت و خدمت رسانی به مردم منطقه هنجین دارد. نهایت سپاس و قدردانی اهالی شریف را خدمت حضرتعالی ابراز داشته و بهروری و توفیق استمرار خدمتگزاری برای جنابعالی مسئلت داریم.

جمع کثیری از بازاریان - کسبه و اصناف هنجین

نگاهی به گزارش «مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال» درباره بازی‌های رایانه‌ای در ایران

محبوب‌ترین بازی رایانه‌ای ایرانی‌ها چیست؟

ایمان‌ولی‌پور
ایمیل:Ivankaramazof@yahoo.com

چندی پیش، گزارش «بازی‌خیزهای ۱۳۹۶» از سوی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال منتشر شد و حاوی اطلاعات جالبی درباره بازی‌های رایانه‌ای در ایران بود. در حالی که بازی‌های ویدئویی در سه پلتفرم موبایل، کنسول و رایانه‌های شخصی انجام می‌شود، گزارش مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال نشان می‌دهد که موبایل بیش‌ترین استفاده از بازی‌ها در ایران را به خود اختصاص داده و کاربران استان تهران، بیش‌ترین استفاده از بازی‌ها به‌شکل آنلاین را تجربه می‌کنند. در عین حال، کلش او کلتنز نیز محبوب‌ترین بازی در سال ۱۳۹۶ بوده است.

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال، گزارش «بازی‌خیزهای ۱۳۹۶» را براساس داده‌های یک پیمایش ملی با نمونه آماری ۸هزار نفری و روش نمونه‌گیری تلفیقی «طبقه‌ای خوشه‌ای چندمرحله‌ای» در ۵ استان تهران، اصفهان، خراسان رضوی، فارس و خوزستان انجام داده است که بیش‌ترین تعداد بازیکنان را در کشور دارند. این ۵استان اصطلاحاً بازی‌خیزتر و دارای تعداد بیشتری بازیکن نسبت به استان‌های دیگر بوده‌اند و به همین خاطر، سوژه اصلی این گزارش محسوب شده و مورد مطالعه خاص قرار گرفته‌اند. همچنین منظور از «بازیکن بازی دیجیتال» در این گزارش، فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از سه پلتفرم اصلی بازی‌های دیجیتال شامل موبایل، رایانه و کنسول بازی می‌کند.

این گزارش، چکیده نتایج مهم‌ترین پیمایش سراسری در حوزه مصرف بازی‌های دیجیتال در ایران است که وضعیت مصرف این بازی‌ها در سال ۱۳۹۶ را بیان می‌کند.

چه بازی‌هایی می‌کنند؟

در یکی از سرفصل‌های گزارش مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال به تفکیک مشخص شده است که کاربران در این پنج استان چه بازی‌هایی را با چه کیفیت و معیارهایی انتخاب می‌کنند. در هر استان، پنج بازی به عنوان پرتعدادترین بازی‌ها مشخص شده‌اند، گرچه پرتعدادترین بازی در بین همه استان‌ها مشترک بوده است و بازی موبایلی «کلش او کلتز (Clash Of Clans) مشترکاً محبوب‌ترین بازی در این پنج استان شناخته شد.

بازی فوتبالی PES در استان‌های تهران، خراسان رضوی و اصفهان، دومین بازی محبوب است و بازی GTA در استان‌های خوزستان و فارس دومین بازی محبوب به حساب می‌آید و در سه استان دیگر در رده‌های چهارم (اصفهان و خراسان رضوی) و پنجم (تهران) جای دارد. جالب آنکه این بازی در کشور ممنوع بوده و به صورت رسمی در کشور منتشر نمی‌شود.

بازی اکشن کاتر استرایک در استان‌های تهران، فارس، خراسان رضوی و اصفهان سومین بازی محبوب است و در استان خوزستان جزو پنج بازی محبوب هم قرار ندارد. بازی فوتبالی FIFA فقط در سه استان تهران، خوزستان و خراسان رضوی جزو پنج بازی برتر قرار دارد که در استان خوزستان در رده سوم، در استان تهران در رده چهارم رتبه نامی شود. بازی اکشن کاتر استرایک در استان‌های تهران، فارس، خراسان رضوی و اصفهان سومین بازی محبوب است و در استان خوزستان جزو پنج بازی محبوب هم قرار ندارد. بازی فوتبالی FIFA فقط در سه استان تهران، خوزستان و خراسان رضوی جزو پنج بازی برتر قرار دارد که در استان خوزستان در رده سوم، در استان تهران در رده چهارم رتبه نامی شود. صنعت بازی‌های رایانه‌ای، صنعتی به نسبت جدید است که طی این سال‌ها، در زمینه‌های مختلفی رشد کرده و امروزه یکی از سودآورترین صنعت‌ها محسوب می‌شود. چنین صنعتی مطمئناً دارای جایگاه‌های شغلی متعددی است که هر کدام از جایگاه‌ها و پست‌های شغلی در نوع خود دارای گرایش‌های متفاوتی هستند. اگر بخواهیم از لحاظ نوع و جنس کار، هر جایگاه و هر پست را نیز تقسیم‌بندی کنیم، می‌توان در کل تمامی شغل‌های صنعت بازی را در دو دسته قرار داد: دسته اول، شغل‌هایی که ارتباط مستقیم با تولید بازی و محتواهای آن دارند. دسته دوم، شغل‌هایی که متمرکز بر مدیریت تولید، بازرگانی و آزمایش کیفیت بازی هستند و به‌صورت غیرمستقیم با تولید بازی مرتبط هستند.

صنعت بازی و تولید یک محصول در این عرصه، کار بسیار پیچیده و زمان‌بری است که به خودی خود باعث می‌شود برای پیگیری روند تولید، تیم‌های کوچک و بزرگ تشکیل شوند و جایگاه‌های شغلی متفاوتی به‌وجود بیایند. به‌طور کلی، جایگاه‌های شغلی صنعت بازی‌های ویدئویی شامل طراح، نویسنده، برنامه‌نویس، طراح جلوه‌های دیداری، طراح محتوای شنیداری، مدیر، آزمایش‌کننده، بازرگان و روزنامه‌نگار است. «باشگاه خبرنگاران جوان» در گزارشی نگاهی کرده به مهم‌ترین پست‌های شغلی در صنعت بازی و هر کدام را به همراه میزان حقوق دریافتی معرفی و بررسی کرده است.

انیماتور (Animator)

انیماتور در صنعت بازی همیشه جایگاه ویژه‌ای داشته است. یک انیماتور که گرایشی از تقسیم‌بندی طراح جلوه‌های دیداری و در اولین دسته تقسیم‌بندی کلی نوع شغل‌های صنعت قرار می‌گیرد، وظیفه طراحی انیمیشن‌ها و چگونگی نمایش و پیاده‌سازی آنها را در بازی‌ها دارد. انیماتور مسئول پیاده‌سازی تمامی حرکات شخصیت‌ها و اشیا در بازی‌هاست و باید بتواند آنها را به بهترین شکل در بازی مورد نظر طراحی و پیاده‌سازی کند و در کنار این موارد، محدودیت‌ها و شاخص‌های موتور گرافیکی بازی را نیز به‌خوبی بشناسد.

کار بازی‌سازی در کل کاری گروهی است که کاملاً به‌صورت تیمی انجام می‌شود و انیماتور‌ها نیز با دیگر طراح‌ها و برنامه‌نویسان در تعامل هستند. یک انیماتور، مسئول پیاده‌سازی و طراحی تمامی عوامل حرکت‌کننده در فضا و محیط یک بازی است که گذشته از بحث فنی این جایگاه شغلی، کسی که می‌خواهد در این جایگاه فعالیت کند می‌بایست تمامی حرکات و تمامی عوامل حرکت را بشناسد تا به‌شکلی کاملاً طبیعی آنها را به اجرا در آورد.

تمامی جایگاه‌های شغلی در صنعت بازی دارای سطح‌بندی هستند، یعنی میزان درآمد تازه‌کاران با کسانی که تجربه زیادی دارند متفاوت است و پست انیماتوری نیز از این قاعده مستثنی نیست. هر انیماتور تازه‌کار

و در استان خراسان رضوی پنجم است. تنها بازی ایرانی این لیست بازی «باقلوا» است که در دو استان فارس و خوزستان در رده چهارم محبوب‌ترین بازی و در استان اصفهان پنجمین بازی محبوب است.

ژانرهای پرطرفدار در این پنج استان، بازه وسیعی دارند. مثلاً در تهران ژانر ورزشی محبوب‌ترین است و در فارس ژانر معمایی و در خوزستان ژانر سکوبازی/آونده و در دو استان خراسان رضوی و اصفهان بازی‌های آرکید بیش‌ترین محبوبیت را دارند.

اما در استان تهران بعد از ژانر ورزشی، ژانرهای رانندگی، معمایی، استراتژی و سکوبازی/آونده قرار می‌گیرند. در فارس بعد از ژانر معمایی، ژانرهای استراتژی، سکوبازی/آونده، آرکید و تیراندازی محبوب‌ترین هستند. در خوزستان بعد از ژانر سکوبازی/آونده، ژانرهای معمایی، استراتژی، ورزشی و رانندگی قرار می‌گیرند. در استان خراسان رضوی بعد از ژانر آرکید، ژانرهای سکوبازی/آونده، معمایی، استراتژی و رانندگی قرار دارند و سرانجام در استان اصفهان، بعد از ژانر آرکید، ژانرهای سکوبازی/آونده، معمایی، استراتژی و مدیریت/ شبیه‌سازی محبوب‌ترین هستند.

در گزارش بازی‌خیزهای ۱۳۹۶ زمانی که کاربران هر استان برای بازی کردن در یک روز صرف می‌کنند نیز مشخص شده است. بر این اساس، کاربران بازی در خراسان رضوی با صرف ۱۰۴دقیقه در روز برای بازی کردن در مقام نخست هستند، کاربران استان تهران با ۹۷ دقیقه در روز، خوزستانی‌ها با ۸۸ دقیقه در روز، کاربران استان فارس با ۸۴ دقیقه در روز و سرانجام کاربران استان اصفهان با ۸۰ دقیقه در روز در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

چگونه بازی می‌کنند؟

برترین برنده‌های سخت‌افزاری برای بازی کردن و خصوصاً بازی با گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها در این پنج استان به این شرح است که برند کره‌ای سامسونگ با بیش‌ترین کاربرد در هر پنج استان در رده نخست است. سونی در استان‌های تهران و خراسان رضوی در رده دوم محبوب‌ترین برند قرار دارد و هواوی در فارس، خوزستان و اصفهان دومین برند محبوب است. برند لنوو در چهار استان تهران، فارس،



خراسان رضوی و اصفهان چهارمین برند محبوب است. مایکروسافت در سه استان اصفهان، خراسان رضوی و فارس پنجمین برند محبوب به حساب می‌آید. برندهای اپل و LG نیز به ترتیب در استان‌های تهران و خوزستان، پنجمین برند محبوب کاربران برای بازی کردن هستند. **چه کسانی بازی می‌کنند؟**

توجه به نظام رده‌بندی بازی‌ها یکی از بخش‌هایی است که مورد تحقیق قرار گرفته و نشان می‌دهد کاربران بازی در استان اصفهان بیش از چهار استان دیگر به نظام رده‌بندی بازی توجه نشان می‌دهند. آن‌ها با ۳۵درصد توجه به نظام رده‌بندی در مقام نخست قرار دارند، تهرانی‌ها با ۳۳درصد در رده دوم هستند و خراسان رضوی، فارس و خوزستان به ترتیب با ۲۵، ۲۰ و ۷درصد در رده‌های بعدی جای می‌گیرند.

۳۲درصد کاربران استان فارس تا حدودی به نظام رده‌بندی توجه دارند، خراسان رضوی و اصفهان با ۳۱درصد و تهران با ۲۷درصد و خوزستان با ۱۷درصد در رده‌های بعدی جای دارند. بیش‌ترین میزان عدم توجه به رده‌بندی بازی‌ها نیز مربوط به استان خوزستان است؛ ۷۶درصد خوزستانی‌هایی که بازی می‌کنند، اعتقادی به رعایت نظام رده‌بندی ندارند. فارس با ۴۸درصد، خراسان رضوی با ۴۴درصد، تهران با ۴۰ و اصفهان ۳۴درصد در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند.

موبایل؛ محبوب‌ترین پلتفرم بازیکنان ایرانی

پلتفرم‌هایی که بازیکنان این پنج استان با آن‌ها به بازی کردن می‌پردازند، به حالت کلی به این شرح است که سه پلتفرم اصلی موبایل، کنسول و رایانه‌های شخصی مورد نظر بوده‌اند. آمار مشخص کرده که بیش‌ترین استفاده از یک پلتفرم مربوط به پلتفرم موبایل است. بیش‌ترین این استفاده نیز مربوط به استان اصفهان است با ۹۴درصد کاربرد. تهران با ۹۲، فارس با ۹۱، خراسان رضوی با ۹۰ و خوزستان با ۸۲درصد در رده‌های بعدی جای می‌گیرند.

کاربران کنسول‌های بازی نیز فقط در دو استان درصد بالاتری از کاربران رایانه‌های شخصی را به خود اختصاص داده‌اند؛ خوزستان با ۱۲درصد و تهران ۲۹درصد. در خراسان رضوی با ۲۲درصد، اصفهان با ۱۸درصد و فارس با ۱۴درصد، کاربران کنسولی در مقام سوم

فرصت‌های شغلی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای چگونه است؟

صنعت پرسود بازی‌های رایانه‌ای

پروژه، تولیدکننده ارشد و…

مدیر تولید یا دستیار تولید یک پروژه بازی‌سازی، مسئول نظم دادن به کار و نظارت بر پیش‌روی روند کار با کیفیت مطلوب است. کسی که وظیفه مدیریت ساخت یک بازی را برعهده می‌گیرد، می‌بایست حداقل آشنایی را با صنعت بازی‌های ویدئویی داشته باشد و از مهارت‌های اجتماعی خوبی برخوردار باشد تا بتواند اعضای تیم را به‌خوبی با یکدیگر هماهنگ کند، با ناشران ارتباط برقرار کند، با دیگر سازندگان و همکاران نیز بتواند در صورت نیاز همکاری کند و در جلب رضایت و قانع کردن افراد ماهر باشد.

کسی که در پست تولیدکننده (Producer) در یک تیم بازی‌سازی مشغول به کار می‌شود، بسته به میزان تجربه می‌تواند سالانه ۵۰ تا ۱۰۰ هزار دلار (۱۹۰ میلیون تا ۳۸۰ میلیون تومان) درآمد داشته باشد و بخشی از کار این جایگاه شغلی نیز مدیریت بودجه و مسائل مالی در روند ساخت بازی است.

برنامه‌نویس بازی (Game Programmer)

یک برنامه‌نویس بازی نقش اساسی در تولید محتوای یک بازی دارد و این مهم نشان‌دهنده ارتباط مستقیم برنامه‌نویسان در تولید یک بازی ویدئویی است. برنامه‌نویسان چگونگی کنترل بازی توسط مخاطب و روند گیم‌پلی آن را پیاده‌سازی می‌کنند.

برنامه‌نویسان باید به زبان‌های برنامه‌نویسی چون سی‌شارپ، جاوا و دیگر زبان‌ها مسلط باشند و درک درست و عمیقی از گیم‌پلی یک بازی ویدئویی داشته باشند. برنامه‌نویس‌های موفق، معمولاً در کدنویسی برای چند پلتفرم مختلف غیر از رایانه‌های شخصی مانند کنسول‌های خانگی بازی ماهر هستند؛ کدنویسی برای پلتفرم‌های مختلف، متفاوت است و هر کدام جزئیات خاص خود را دارد؛ علاوه بر این مهم، برنامه‌نویسی بازی نیز دارای چند گرایش مانند برنامه‌نویسی ابزار (Tools Programmer)، برنامه‌نویسی هوش مصنوعی (AI Prammer)، برنامه‌نویسی میان‌افزار (Middleware Programmer) است. درآمد هر برنامه‌نویس ماهر به‌صورت سالانه و میانگین می‌تواند ۱۱۰ هزار دلار (۴۱۸ میلیون تومان) باشد.

طراح روایت (Narrative Designer)

طراح روایت با عنوان دیگری چون نویسنده روایت (Narrative Copywriter) و عنوان ساده نویسنده (Writer) نیز شناخته می‌شود که می‌توان گفت در ارتباط مستقیم با روند ساخت و تولید بازی است. نویسنده یک بازی، فقط نویسنده داستان و روایت قصه آن نیست، بلکه به‌معنای واقعی نویسنده بازی است. نویسنده یک بازی ویدئویی، تمام جزئیات و اتفاقات درون و بیرون دنیای آن بازی را به‌قلم می‌آورد؛ از دیالوگ‌های شخصیت‌ها گرفته تا موانع روبه‌روی آنها در بازی و کوچک‌ترین جزئیات منوی بازی. یک بازی ویدئویی، قبل از

ایستاده‌اند. کاربران رایانه‌های شخصی بیش‌ترین کاربر را در استان خراسان رضوی دارند، با ۳۵درصد کاربر فعال. فارس با ۳۳، اصفهان با ۳۱، تهران با ۲۹ و خوزستان با ۱۱درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. پلتفرم‌ها به تفکیک از سه پلتفرم اصلی بالا، شامل گوشی‌های هوشمند، تبلت، رایانه‌های شخصی، لپ‌تاپ و کنسول‌های بازی هستند. در این آمار نیز گوشی‌های هوشمند در صدر میزان استفاده این پنج استان از یک دیوایس برای بازی کردن قرار دارند. بیش‌ترین میزان استفاده نیز مربوط به استان اصفهان است با ۸۶درصد و کم‌ترین مربوط به خوزستان با ۶۶درصد. ولی بیش‌ترین استفاده از تبلت‌ها مربوط به استان خوزستان است با ۳۸درصد کاربری برای بازی و کم‌ترین استان فارس با ۲۶درصد است.

در خراسان رضوی، رایانه‌های شخصی با ۳۰درصد کاربری برای بازی در صدر و در خوزستان با ۹درصد در رده آخر قرار دارند. کاربران استان فارس بیش از سایرین از لپ‌تاپ برای بازی کردن استفاده می‌کنند که رقم ۱۵درصد را نشان می‌دهد، کم‌ترین نیز مربوط به استان خوزستان است با تنها ۳درصد کاربری برای لپ‌تاپ. بیش‌ترین میزان کاربری از کنسول مربوط به تهران است با ۲۹درصد و کم‌ترین مربوط به خوزستان با ۱۲درصد کاربری.

۵۹درصد بازیکنان تهرانی آنلاین بازی می‌کنند

درصد کاربرانی که در این پنج استان بازی‌ها را به‌شکل آنلاین نیز تجربه می‌کنند به این ترتیب است که کاربران استان تهران با ۵۹درصد در رده اول هستند، فارس با ۵۴درصد کاربر آنلاین بازی دوم است، خوزستان با ۴۹درصد سوم، خراسان رضوی با ۴۴درصد چهارم و اصفهان با ۳۸درصد کاربر آنلاین بازی در رده پنجم قرار دارد.

ترخ اشاعه روش‌های مختلف دستیابی به بازی‌های دیجیتال با به اختصار تهیه و خرید این بازی‌ها براساس تقسیم‌بندی به سه شکل مختلف به‌دست آمده است؛ سفارش حضوری و دریافت حضوری (مثل خرید از یک فروشگاه) سفارش آنلاین و دریافت آنلاین و سفارش آنلاین و دریافت حضوری. بیش‌ترین میزان خرید از روش اول مربوط به استان اصفهان است با ۹۰درصد و کم‌ترین مربوط به استان خوزستان با ۶۱درصد سفارش حضوری و دریافت حضوری.

روش دوم در استان تهران طرفدار بیشتری دارد با ۸۴درصد و کم‌ترین طرفدار روش سفارش آنلاین و دریافت آنلاین مربوط به استان خوزستان است با ۷۱درصد. روش سفارش آنلاین و دریافت حضوری، کم‌ترین محبوبیت را در بین کاربران این سه استان دارد. ولی بیش‌ترین میزان استفاده از این روش در استان خراسان رضوی با ۱۸درصد و کم‌ترین نیز در استان اصفهان با ۱۰درصد بوده است. آمار و ارقام کلی این نظرسنجی نشان می‌دهد، بازار بازی در ایران بسیار متکی به بازی‌های موبایلی است. از طرفی، رشد روزافزون گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها در ایران توانسته در مدت‌های اخیر بازی را به‌شدت افزایش دهد و همین آشکار می‌کند که بهترین راه سرمایه‌گذاری در صنعت بازی در ایران تمرکز برروی ساخت بازی برای گوشی‌ها و تبلت‌ها است. وجود یک بازی ایرانی در لیست بازی‌های محبوب کاربران ایرانی نشان می‌دهد صنعت بازی‌سازی داخلی با کمی سرمایه‌گذاری بیش‌تر قابلیت این را دارد که از طریق فروش بازی‌های بومی نیز درآمدزایی کند.

اینکه به هر مرحله‌ای از تولید برسد، توسط نویسنده یا نویسنده‌هایی (در تیم‌های بزرگ‌تر) روی کاغذ با کامل‌ترین جزئیات نوشته می‌شود. این جایگاه شغلی به‌صورت متوسط نیز بیش از دیگر پست‌های موجود و رایج در این صنعت درآمد دارد، البته اگر بازی یک محصول موفق بشود. نحوه دریافت حقوق نویسندگان بازی‌ها با دیگر پست‌ها متفاوت است و آنها معمولاً بعد از انتشار بازی حق‌الزحمه خود را دریافت می‌کنند که بسته به مسفته در مدیریت و موفقیت بازی، مبلغ دریافتی نشان حساب می‌شود. نویسندگان بازی‌های موفق تا ۲۰۰هزار دلار (۷۶۰ میلیون دلار) و حتی بیشتر نیز درآمد داشته‌اند که این مهم به‌خودی خود نشان‌دهنده اهمیت این پست در صنعت بازی‌سازی است.

روزنامه‌نگاری بازی‌های ویدئویی (Journalism)

روزنامه‌نگاری، خبرنگاری و نویسندگی برای هر صنعت و هر رسانه‌ای یک شغل مناسب محسوب می‌شود که صنعت بازی‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیست. واضحاً این جایگاه شغلی ارتباطی مستقیم با تولید بازی‌ها ندارد و طبق تحقیقاتی که در تمام کشورهای دنیا انجام شده، وضعیت ساختاری شغلی مطبوعات و رسانه‌های بازی‌های ویدئویی تقریباً به یک شکل است، ولی وضعیت درآمدها و حیث مادی این جایگاه کمی متفاوت است. در تمامی کشورها و کشور ما، اکثر نویسندگان و فعالان این حوزه به‌صورت پاره وقت خبرنگاری و نویسندگی می‌کنند که استخدام رسمی نیز نیستند و درآمد آنها نیز براساس مهارت و بیشتر براساس تجربه آنها حساب می‌شود. درآمد هر نویسنده و خبرنگار پاره‌وقتی که استخدام رسمی نیست (به‌اصطلاح Freelancer) به‌صورت سالانه ۶۰ هزار دلار (۲۲۸ میلیون تومان) است که به خودی خود با احتساب کسر مالیات از آن و عدم وجود بیمه سلامت و بیمه کار مبلغ کمتری می‌شود. خبرنگاران و نویسندگان تمام وقت و استخدامی رسمی انواع خبرگزاری‌ها و مطبوعات بازی‌ها، در پایین‌ترین رده و سطح شغلی در تیم تحریریه، به‌صورت سالانه حدود ۳۰ هزار دلار (۱۱۴ میلیون تومان) درآمد دارند که این مبلغ برای نویسندگان و ویراستارهای باتجربه‌تری که در مقام‌های بالاتری در تیم‌های تحریریه خود قرار دارند تا ۱۰۰ هزار دلار (۳۸۰ میلیون تومان) نیز می‌رسد.

نتیجه‌گیری

برای صنعت نوپای بازی‌های ویدئویی که ارائه‌دهنده اصلی سرگرمی تعاملی مدرن است، این تعداد از فرصت‌های شغلی که روز به روز در حال افزایش و تغییر هستند و میانگین ۹۰ هزار دلاری (۳۴۲میلیون تومانی) درآمد هر فرد فعال در جایگاه‌های مطرح شغلی این صنعت، نشان‌دهنده رشد روزافزون صنعت بازی‌های ویدئویی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری بیشتر در آن است. نیاز است تا با تلاش بیشتر برای سازماندهی و بخشیدن نظم به جایگاه‌های شغلی و ساختارهای تیم‌های بازی‌سازی کشور، هر روز به روند صعودی، چه از حیث رشد معنوی و چه رشد مادی، صنعت بازی در دنیا نزدیک‌تر شویم.

یادداشت

محبوبیت‌ها و محدودیت‌های ارزهای
رمزنگاری شده

علی سنگینیان

رئیس کمیسیون بازار پول سرمایه اتاق تهران

ارزهای دیجیتال یا رمزنگاری‌شده از ابتدا بیشتر به عنوان ذخیره ارزش در نظر گرفته می‌شدند. این ارزها بیشتر در سرمایه‌گذاری مورد توجه قرار گرفت و کمتر در معاملات کاربرد داشت. در ماه‌های اخیر اما امکانات لازم برای استفاده از این ارزها در معاملات مختلف در دنیا فراهم شده و می‌توان از ارزهای رمزنگاری‌شده برای پرداخت هزینه‌هایی مثل رزرو هتل یا تهیه بلیت استفاده کرد، بنابراین استفاده از ارزهای رمزنگاری‌شده برای مبادلات و تراکنش مالی یک پدیده تازه است. ارزهای رمزنگاری‌شده در ایران هم مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به محدودیت‌های مالی که اکنون در کشور وجود دارد ارزهای رمزنگاری‌شده این ظرفیت را دارد که در تسویه معاملات مالی با شرکای خارجی مورد استفاده قرار بگیرد، اما با وجود همه ظرفیت‌های پیش‌بینی شده، محدودیت‌هایی هم در این باره وجود دارد. اولین محدودیت این که حجم ارزش بازار این ارزها به اندازه‌ای نیست که در معاملات بزرگ کاربرد داشته باشد. از سوی دیگر این استفاده از این ارزها فراگیر نیست. این محدودیت نه تنها در ایران بلکه در دیگر کشورها هم وجود دارد. بسیاری از طرف‌های تجاری ما با ارزهای رمزنگاری‌شده آشنایی ندارند تا بتوان از این ارزها به طور گسترده استفاده کرد. غیر از این در زمینه قانون، مقررات و زیرساخت‌های لازم که امکان استفاده از این ارزها به طور گسترده را ایجاد کند نیز محدودیت‌هایی وجود دارد.

با وجود این محدودیت‌ها اما جذابیت استفاده از ارزهای رمزنگاری‌شده بالاست. امکان استفاده از این ارزها برای فعالان اقتصادی با فراهم کردن زیرساخت‌های قانونی، اصلاح محدودیت‌های بانک مرکزی و آموزش تجار ممکن است. فعالان اقتصادی باید با ماهیت ارزهای رمزنگاری‌شده و ارتباط آن با کسب و کار آشنا شده و آن را بفهمند. پس از این می‌توان با ایجاد نرم‌افزارهای لازم برای استفاده و تبدیل ارزهای رمزنگاری‌شده از این ارزها در مبادله با شرکای خارجی استفاده کرد. بر این اساس پیش‌بینی می‌شود که در سال‌های آینده با تقویت زیرساخت‌های فنی و مقرراتی استفاده مبادلاتی از این ارزها به رشد قابل توجهی برسد. کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران با توجه به اهمیت این موضوع و کارکردهای پیش‌بینی شده برای ارزهای رمزنگاری‌شده، جلسه‌های متعددی را به بررسی شرایط، ظرفیت‌ها، مشکلات و ریسک‌های استفاده از این ارزها اختصاص داده است. در این جلسه‌ها موضوع ارزهای رمزنگاری‌شده با دعوت از کارشناسان مختلف بررسی و نظرات دریافت و جمع‌بندی شده است. براساس همین ارزیابی‌ها، با موافقت رئیس اتاق تهران مقرر شد که مرکز ارزهای رمزنگاری‌شده در این اتاق راه‌اندازی شود. برای این مرکز دو وظیفه اصلی در نظر گرفته شده است. وظیفه اول آشنایی کاربران با ارزهای رمزنگاری‌شده و آموزش فعالان اقتصادی درباره ادبیات و کارکردهای آن است. از سوی دیگر این مرکز وظیفه دارد برای ایجاد هم‌افزایی بین کارشناسان و متخصصانی که در حوزه توسعه نرم‌افزارهای مرتبط با ارزهای رمزنگاری‌شده فعالیت می‌کنند؛ یعنی ارزیابان سیستم معاملاتی و معدن‌کاوی این ارزها، تلاش کند.

تلاش اتاق تهران این است که کارشناسان این حوزه در یک مرکز با یکدیگر در ارتباط بوده و با همکاری یکدیگر به استفاده از ظرفیت‌های ارزهای رمزنگاری‌شده کمک کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تلاش متمرکز برای ساماندهی ارزهای رمزنگاری‌شده در کشور وجود ندارد و فعالان اقتصادی و کارشناسان به طور انفرادی در این حوزه فعالیت می‌کنند. در چنین شرایطی مرکز ارزهای رمزنگاری‌شده در اتاق تهران می‌تواند به تمرکز انرژی کارشناسانی که در این زمینه فعالیت می‌کنند کمک کند. موضوع دیگری که در مورد آن برنامه‌ریزی شده تدوین مقررات اجرایی درباره ارزهای رمزنگاری‌شده است. اکنون مقرراتی در این باره وجود ندارد اما مرکز می‌تواند به تدوین آیین‌نامه‌هایی که منافع بخش خصوصی در آن دیده می‌شود، کمک کند.

دستگاه ناظر بازار پول ابلاغ کرد

بانک‌ها باید اضافه‌برداشت از بانک مرکزی را
تسویه کنند

رئیس کل بانک مرکزی، با ابلاغ بخشنامه‌ای خطاب به بانک‌ها، آنها را ملزم به تسویه مانده اضافه‌برداشت از حساب جاری نزد این بانک کرد. عبدالناصر همتی، در این بخشنامه آورده است: در صورت عدم انجام اقدامات جدی در راستای کاهش و نهایتاً تسویه مانده اضافه‌برداشت از حساب جاری نزد بانک مرکزی، به دلیل در تضاد بودن آن با اهداف اقتصاد کلان سیاست‌گذاری پولی و برنامه جدی بانک مرکزی برای جلوگیری از آن می‌تواند منجر به برخورد انضباطی با بانک موردنظر شود. در ادامه این بخشنامه تصریح شده است: اعطای ایجاد هر گونه تسهیلات/تعهدات (به‌استثنای تسهیلات قرض‌الحسنه موضوع تکالیف و مقررات ابلاغی) یا مصرف منابع تجهیز شده در هر شکلی که به‌منزله مصرف منابع بانک مرکزی است، از سوی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری که دارای اضافه‌برداشت نزد این بانک است وجاهت نداشته و ضروری است بانک‌ها/مؤسسات اعتباری دارای مانده اضافه‌برداشت از حساب جاری نزد بانک مرکزی پیش از هر گونه مصرف منابع تجهیز شده، نسبت به تسویه مانده اضافه‌برداشت اقدام کرده و پس از تسویه مانده حساب یادشده نسبت به تخصیص منابع در قالب تسهیلات و ایجاد تعهد اقدام کنند. رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به برنامه‌های بانک مرکزی برای انضباط و تورم آورده است: عملکرد برخی از بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در ماه‌های اخیر نشانگر استمرار و بعضاً افزایش ناترازی در مدیریت منابع و مصارف بوده، به‌نحوی که مانده حساب جاری آنان نزد بانک مرکزی کاملاً منفی است، بدون شک این موضوع در تضاد آشکار با اهداف بانک مرکزی و سیاست‌های کنترل تورم است. وی تأکید کرده است: این امر موجب شد تا مسائل و مشکلات ناشی از عدم مدیریت صحیح منابع و مصارف بانک‌ها و مؤسسات اعتباری به ترازنامه بانک مرکزی تحمیل شود که علاوه بر اینکه آنها را ریسک نقدینگی بالایی مواجه کرده است در شرایط کنونی اقتصاد کشور، اثرات تورمی شدیدی را به همراه داشته که این مهم به‌هیچ‌وجه با مصالح کشور سازگار نبوده و از سوی بانک مرکزی قابل‌پذیرش نیست.



ظریف: تهران در حال دستیابی به توافق نفتی با اروپا است

زنگ‌ها برای نجات برجام به صدا در آمد

حضور نماینده اتحادیه اروپا هفته گذشته در نیویورک برگزار شد، با توجه به فوریت و ضرورت حصول به نتایج ملموس، وزرای خارجه از پیشنهادات عملی برای حفظ و توسعه کانال‌های پرداخت و به طور مشخص ابتکار تاسیس یک «سازوکار ویژه» برای تسهیل پرداخت‌های مربوط به صادرات (شامل نفت) و واردات ایران، که فعالان اقتصادی را در تعقیب تجارت مشروع با ایران مساعدت کرده و به آنها اطمینان مجدد می‌دهد، استقبال کردند.

آنها همچنین بر اراده قوی خود برای حمایت از فعالیت بیشتر برای عملیاتی کردن فوری این «سازوکار ویژه» در کنار تداوم تعامل با شرکای منطقه‌ای و بین‌المللی تصریح کردند. بنا بر این گزارش، این سازوکار ویژه شامل مباحث بانکی، نفت و انرژی، دعوت و تشویق شرکت‌ها و مؤسسات متوسط اروپایی و دیگر کشورها به تعامل با ایران، بانک سرمایه‌گذاری و قانون انسداد (قانون مقابله با تحریم‌های فرا سرزمینی ایالات متحده را از سر بگیرد) و ... است.

موضوع سازوکار ویژه تسهیل پرداخت‌های مربوط به صادرات و واردات ایران، ابتدا از سوی فرانسوی‌ها پیشنهاد شد اما از آنجایی که این کشورها از واکنش آمریکا و تهدیدهای بعد از آن می‌ترسیدند نتوانستند به تنهایی جلو بیایند. در عین حال باید گفت چین و روسیه نیز در این زمینه بی‌تاثیر نبوده و در ارائه و پشتیبند پیشنهادات و ایده‌ها به خوبی عمل کرده‌اند.

به نظر می‌رسد اکنون سه کشور اروپایی با همراه کردن تعداد دیگری از کشورهای اروپایی ریسک ایجاد چنین سازوکاری که با انتقاد و عصبانیت مایک پمپئو وزیر امور خارجه و جان ولتون مشاور امنیت ملی آمریکا همراه شد را در میان خود تقسیم کنند.

علاوه بر این گفته می‌شود، بدنه بوروکراتیک و اقتصادی و تجاری و مالی اتحادیه اروپا که برخلاف بدنه سیاسی آن در پنج ماه گذشته، خاموش بوده اکنون وارد کار شده است و موضوع اجرایی شدن این سازوکار به جدیت در راهروهای وزارت اقتصاد و بانک مرکزی اتحادیه جریان یافته است.

همان‌طور که گفته شده است، سازوکار ویژه مالی اروپا برای ایران در گام نخست معاملات تجاری ایران و اروپا را شامل می‌شود اما در گام بعد که کمی زمان‌بر است، کشورهای دیگر به ویژه خریداران نفت

چند روز بعد از نشست وزیران خارجه ایران و ۴+۱ در نیویورک، محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه از رونمایی سازوکارهای تبادل بانکی و تجاری میان ایران و اروپا تا قبل از ۱۳ آبان خبر داد و روز گذشته نیز از دستیابی به توافق نفتی با اروپا سخن گفت. به گفته ظریف، ایران به بستن قرارداد نفتی جدید با کشورهای اروپایی نزدیک شده است.

براساس آنچه نیویورک تایمز گزارش داده است، وزیر امور خارجه در جمع خبرنگاران اعلام کرد که تهران علی‌رغم تحریم‌های آمریکا، در حال دستیابی به توافق نفتی با کشورهای اروپایی است. او همچنین در این گفت‌وگوی یک ساعته با خبرنگاران درباره مسائل دیگری از جمله «سیستم مالی جدید اتحادیه اروپا برای کمک به ایران» سخن گفت. به گفته او، این سیستم برای ماست تا نفت‌مان را به فروش برسانیم و پیشرفت کنیم.

به گزارش ایسنا، محمدجواد ظریف روز جمعه نیز از توافق ۷ بانک مرکزی اروپایی برای اجرایی شدن «سازوکار ویژه مالی» تا قبل از ۱۳ آبان خبر داده و گفته بود: حداقل ۷ بانک مرکزی اروپایی توافق کرده‌اند که یک راهکار ویژه مالی را برای ارتباط با ایران ایجاد کنند، راهکاری که قرار است در آینده به موسسات تبدیل شود که خود اروپایی‌ها را نجات دهد.

وی گفت: آنچه که به مساله ایران مربوط است، در آینده‌ای نزدیک انجام می‌شود، اما آنچه که آنها می‌خواهند که فراتر از ایران بتواند کار کند، ممکن است زمان بیشتری طول بکشد.

سید عباس عراقچی، معاون سیاسی وزارت امور خارجه نیز روز جمعه در نیویورک اعلام کرد که براساس مذاکراتی که با اروپایی‌ها انجام شده است، سازوکارهای تبادل بانکی و تجاری با ایران تا شروع دور دوم تحریم‌های آمریکا در ۱۳ آبان اجرایی خواهد شد.

فدریکا موگرنینی، رئیس سیاست خارجی اتحادیه اروپا نیز در گفت‌وگویی بعد از نشست وزیران خارجه ایران و ۴+۱ گفت: راهکار ویژه مالی فقط برای اروپا نیست، بلکه به گونه‌ای است که سایر کشورها و شرکت‌هایی که با ایران تعامل مالی دارند بتوانند پول را به این حساب واریز کنند و هزینه‌های صادرات را نیز از این حساب برداشت کنند. براساس بیانیه مشترک نشست وزیران خارجه ایران و ۴+۱ که با

وظایف دولت در مقابل تحریم‌های آمریکا چیست؟

تبعات تحریم‌های آبان‌ماه

اتفاق آن سال‌ها نمی‌افتد و اجماع جهانی فعلا علیه ما وجود ندارد و فقط آمریکا با ما طرف است و اتحادیه اروپا در حرف و عمل طرف ما را می‌گیرد و سازمان ملل نیز با کشور ما مشکلی ندارد، بنابراین آنچه که قرار است در آبان‌ماه اتفاق بیفتد یک اقدام یک جانبه آمریکایی علیه ما محسوب می‌شود.

پیامدهای تحریم‌های آبان‌ماه

این فعال بخش خصوصی تأکید کرد: بنده قصد ندارم این شرایط را کوچک نشان دهم و حتماً این تحریم‌ها تبعات دارد و به حتم شرکت‌ها و بانک‌های بزرگ با ما کار نمی‌کنند، حتماً محدودیت‌هایی برای ما ایجاد می‌شود اما حداکثر مانند دفعه قبل خواهد شد بنابراین میزان وحشت از نوع اتفاقی که قرار است بیفتد به نظرم بیشتر و بالاتر است. یکی از دلایل آن می‌تواند این باشد که دفعه قبل مردم نمی‌دانستند قرار است چه اتفاقی بیفتد در نهایت خیلی نترسیدند، اما اکنون نشاننده‌ها را دیده‌اند و شاید دچار ترس بیشتری شده‌اند و علت دیگر این است که دولت ظاهراً در صدد دادن آرامش به بازار و مردم نیست.

وظایف دولت در مقابل تحریم‌ها

وی ادامه داد: در این شرایط دولت باید اطمینان را به صورت عملی و نه فقط حرف به مردم دهد که قادر به تامین نیازهای اولیه مردم

یادداشت

۲ روی سکه نوسان ارزی

حسین محمودی اصل
کارشناس اقتصادی

نوسانات و التهاب غیرقابل تصویری در چند روز اخیر همه را شوکه کرد. پیش‌بینی اقتصاد از چند ماه به چند روز و چند ساعت تغییر یافته است. با این‌که همه مسئولان به جنگ روانی و مسائل روانی اعتقاد دارند، اما نه ستادی و نه کارگروه هماهنگی که عملیاتی باشد در دستور کار نیست. انسجام لازم نیست، دولت کاملا سردرگم است. خبرها، برنامه‌ها و... هر سازمان، وزارتخانه و نهادی بدون هماهنگی مرکزی در حال ایجاد التهاب هستند. مشکل اقتصاد کشور صرفا اقتصادی نیست که اقتصاددان‌ها توان برطرف کردن آن را داشته باشند. تحریم، مسائل روانی، سوداگران سازمان‌یافته، فرصت‌طلبی و... یک مدیریت چند وجهی می‌طلبد.

تصمیم اخیر و اشتباه در ملزم کردن صادرات به عراق و افغانستان به پیمان‌سپاری ارزی و انتقال ارز به بازار ثانویه، تزریق ارز صادرکنندگان به بازار ارز هرات و سلیمانیه و تهران را کاهش داده و خواهد داد. بی‌تردید صادرات کالا به بهای تمام‌شده با ارز آزاد و فروش آن در بازار ثانویه اصلا توجیه ندارد و باعث افت شدید صادرات به عراق و افغانستان خواهد شد. یعنی هم دست بخش خصوصی از ارز کوتاه خواهد شد، هم دست دولت. این اقدامات باعث افزایش فاصله قیمت ارز نیما و ارز آزاد، شده و صادرکنندگان را به واردکننده و متقاضی ارز رانتی بازار ثانویه تبدیل می‌کند.

در بحث روانی نیز مصوبات مربوط به افای‌تی‌اف در مجلس و بیانیه مشترک ۱۴۴ نیز نتوانست از فشار روانی بازار ارز بکاهد و در این بین سوداگران که با مهارت خاصی از کدهای قیمتی (پیش‌بینی قیمت دلار) توسط روزنامه رسالت و کیهان و برخی مثلا کارشناسان در رسانه‌ها استفاده می‌کنند، توانستند بر التهابات دامن زده و با فروش در سقف قیمتی بر سودهای میلیاردی خود بیفزایند. در این بین برخی از مردمان عادی نیز با این قیمت‌های پری‌ریسک به بازار وارد شده و شب و روز با استرس سر می‌کنند. به راستی سال ۹۰ و ۹۱ یادمان رفت. با وجود قطع‌نامه‌های سازمان ملل و اجماع کل کشورها قیمت ارز ۳ برابر شد و اینکه ۵ برابر، این طبیعی است؟ اگر اتفاقی رخ دهد مذاکراتی صورت گیرد یا بسته اروپایی مناسبی اجرایی شود و یا به عادت بازارها، اصلاح صورت گیرد، پیش از ۲۰ میلیارد دلار خانگی را که غالبا گران خریداری شده است به چه قیمتی خواهند فروخت؟ در سال ۹۱ دلار سقف قیمتی ۳۹۰۰ را زد و پس از ۳ سال نوسان تا ۲۶۰۰، به ۳۲۰۰ رسید.

اینک پس از آرامش در بازار چه خواهد شد؟ آیا دلار بازار آزاد که ۳درصد از مناسبات ارزی کشور را تشکیل می‌دهد بر کل قیمت‌ها تأثیر خواهد گذاشت؟ آیا کسی با دلار ۱۸ هزار تومانی مسافرت می‌رود یا کالایی وارد می‌کند؟ دلار بازار آزاد، اغلب مشتریانش تبدیل ریال هستند و مصرف‌کننده‌ای ندارد. شاید آنان که دلار دارند خوشحال باشند اما همین عزیزان نیز باید بدانند که همه بازنده‌ایم و برنده‌ای وجود ندارد. از التهابات خوشحال نشایم و بر آن دامن نزنیم. کدهای قیمتی و مانور بر روی این اعداد کار سوداگران است و اینان به دنبال کاهش ارزش دارایی من و شما هستند. بر دارایی خود آتش نزنیم.

ارائه بسته حمایتی ویژه بانک پاسارگاد، با هدف کمک به شکوفایی اقتصاد کشور

بانک پاسارگاد با هدف کمک به رشد و شکوفایی صنایع داخلی و چرخه اقتصاد کشور بسته حمایتی ویژه خدمات بانکی را ارائه کرد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، خسرو رفیعی، مشاور مدیرعامل و مدیر روابط عمومی بانک پاسارگاد با اعلام این خبر گفت: بسته حمایتی ویژه بانک پاسارگاد شامل اعطای تسهیلات ارزی، تسهیلات اعتبار اسنادی داخلی و صدور انواع ضمانت‌نامه بانکی است.

وی ضمن توضیح در خصوص اعطای تسهیلات ارزی، ارزش قیمت‌اندازه داد: بانک پاسارگاد با هدف کمک به رشد و شکوفایی چرخه اقتصاد کشور و افزایش دامنه خدمات بانکی، اقدام به اعطای تسهیلات ارزی، ارزش قیمت به اشخاص حقوقی، صاحبان مشاغل، فعالان اقتصادی و پذیرندگان فعال دستگاه‌های کارتخوان بانک (دارای مجوز فعالیت) می‌کند. وی اضافه کرد: براساس این طرح، مشتریان متناسب با ضریب امتیاز خود در بانک و با حداقل مانده در حساب‌های جاری و کوتاه‌مدت خود مشمول برخورداری از این تسهیلات می‌شوند. نرخ این تسهیلات ۹ الی ۱۸ درصد برای حساب‌های جاری و ۱۸ درصد برای حساب‌های کوتاه‌مدت عادی است. تسهیلات اعطایی برای اشخاص حقیقی و حقوقی که دارای فعالیت‌های اقتصادی هستند، تعلق می‌گیرد.

رفیعی در خصوص گشایش اعتبار اسنادی داخلی تصریح کرد: یکی از نیازهای موجود در فعالیت‌های تجاری و اقتصادی انجام معامله بین خریدار و فروشنده در فضای قابل اعتماد و بدون ریسک

چراغ سبز به رئیس کل بانک مرکزی برای مداخله در بازار ارز

بانک مرکزی وارد می‌شود



چند روز و هفته پایین بیاید و بعد به صورت ناگهانی جهش دوباره داشته باشد.

فروش ارز خدماتی با ساز و کار جدید در ۱۱ بانک

در همین حال، بانک مرکزی از فروش ارز خدماتی با ساز و کار جدید در ۱۱ بانک عامل خبر داد. مهدی کسرائی‌پور، مدیرکل سیاست‌ها و مقررات ارزی بانک مرکزی اعلام کرد که براساس بخشنامه‌ها و بخش سوم مجموعه مقررات ارزی بانک مرکزی مصارف ارز خدماتی (غیربازرگانی) احصا شده که برخی از این مصارف به‌صورت نقد (اسکناس) و برخی به‌صورت حواله قابل پرداخت هستند.

او درباره برنامه جدید بانک مرکزی برای تأمین ارزهای خدماتی توضیح داد: در ساز و کار جدید تعداد مصارفی که به‌صورت نقد قابل پرداخت هستند با توجه به محدودیت بانک‌ها در روابط کارگزاری و عدم امکان انجام حواله افزایش یافته و نکته قابل توجه این است که برای سهولت و سرعت در انجام پرداخت‌ها منابع ارزی لازم برای انجام این موضوع پیشاپیش به‌صورت تنخواه از طرف بانک مرکزی در اختیار بانک‌های عامل قرار می‌گیرد.

مدیرکل سیاست‌ها و مقررات ارزی بانک مرکزی افزود: سایر مصارف ارزی علاوه بر موارد احصا شده که در بخشنامه‌ها و مقررات ارزی بانک مرکزی مورد اشاره قرار نگرفته در صورت انعکاس موضوع به این بانک قابل بررسی بوده و در صورت تشخیص به عنوان یک نیاز واقعی قابل افزودن به سایر موارد احصا شده خواهد بود.

به گفته وی علاوه بر آنچه که از محل منابع بانک مرکزی تأمین می‌شود بانک‌های عامل نیز پیش از این اجازه یافته‌اند از محل منابع ارزی خود نسبت به فروش ارز خدماتی به مشتریان در چارچوب ضوابط و مقررات ابلاغی این بانک اقدام کنند.

اعلام کند که در بازار مداخله مستقیم نخواهد کرد و برای پایین آوردن قیمت‌ها ارز دولتی به بازار تزریق نمی‌کند و این موضوع را خط قرمز خود و حراج منابع ارزی کشور دانست ولی در مقابل این سیاست تلاش کرد تا با استفاده از ارز حاصل از صادرات غیرنفتی و اجبار شرکت‌ها به ارائه ارز خود در سامانه‌های راه‌اندازی‌شده همچون نیما، ارز مورد نیاز بازار را تأمین و قیمت را کنترل کند؛ اقدامی که در عمل شکست خورده است و نوسانات هر روز ارز و عدم تمایل فعالان اقتصادی به ارائه ارز حاصل از صادرات‌شان در این سامانه؛ نشانه این موضوع است.

ورود بانک مرکزی به تنظیم‌گری بازار ارز

البته در جلسه روز شنبه هم‌زمان با اینکه مقرر شد کلیه صادرکنندگان غیرنفتی موظف هستند ظرف سه ماه پس از صادرات، منابع حاصل از صادرات را یا در سامانه نیما عرضه کنند و یا با ترتیبی که بانک مرکزی اتخاذ می‌کند به چرخه اقتصادی کشور عرضه کنند؛ اعلام شد که مرکزی به منظور تسهیل ورود ارز حاصل از صادرات و تقویت جریان ورودی بازار ارز، سیاست‌های تشویقی را ابلاغ خواهد کرد. سیاست‌هایی که باید دید نتیجه‌بخش خواهد بود؟ علاوه بر این‌ها باتوجه به این شرایط حالا باید دید منظور از مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی در ارتباط با «ورود بانک مرکزی به تنظیم‌گری بازار ارز» و دادن اختیارات به رئیس کل بانک مرکزی برای «مدیریت و بازسازی ارزی» چیست و آیا راهگشا خواهد بود؟

هم‌زمان با این تحولات محمود واعظی، رئیس دفتر رئیس جمهور هم با حضور در برنامه گفت و گوی ویژه خبری اعلام کرد که «دولت دنبال پایین آوردن قیمت ارز است و قیمت ارز قطعاً پایین می‌آید». البته پایین آمدن قیمت بازار به همراه ثبات و مدیریت آن به اعتقاد کارشناسان مهم است و نه اینکه با اقدامات دستوری قیمت ارز برای

دور خوردن معاملات ارزی «نیما»

بالن ارزی به جای حساب ارزی

آخرین همتی - رئیس کل بانک مرکزی - اعلام کرد که در پنج ماهه ابتدایی سال جاری بیش از ۱۹ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی وجود داشته که حدود ۲ میلیارد یورو وارد سامانه نیما شده است و از این رقم تا ۸۰ درصد مربوط به پتروشیمی‌ها و ۲۰ درصد مربوط به سایر صادرکنندگان غیرنفتی بوده است. همتی خواستار آن شده بود که صادرکنندگان ارز خود را برای تأمین نیازهای وارداتی در سامانه نیما عرضه کنند. این در شرایطی است که بارها موضوع الزام صادرکنندگان به عرضه ارز در سامانه به ویژه در قالب بخشنامه‌های مختلف مورد تأکید قرار گرفته است و اخیراً هم در مصوبات شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا این موضوع مورد توجه بوده؛ به‌گونه‌ای که کلیه صادرکنندگان غیرنفتی موظف شدند ظرف سه ماه بعد از صادرات، ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه نیما عرضه و یا به ترتیبی که بانک مرکزی معین می‌کند ارز حاصل از صادرات خود را به چرخه اقتصادی برگردانند. صادرکنندگانی که در چارچوب دستورالعمل مربوطه عمل کنند، با تصویب دولت مشمول تسهیلات و تسهیلات صادراتی خواهند شد.

با وجود اینکه نرخ‌های بازار آزاد خود عاملی محرک برای صادرکنندگان به شمار رفته و ممکن است هر گروهی را ترغیب به فروش ارز در این بازار کند، اما به هر حال صادرکنندگان هم تحت حمایت دولت بوده‌اند؛ چه از نظر معافیت‌های مالیاتی، مشقوق‌های صادراتی و سایر حمایتی‌هایی که به نظر می‌رسد در شرایط نه‌چندان مناسب فعلی اقتصادی لازم باشد تا این گروه بزرگ ارزی کشور در کنار دولت و واردکنندگان قرار گرفته و در تأمین نیازهای موجود نقش خود را ایفا کنند، البته از سوی دیگر نمی‌توان مشکلات موجود در بازار ارز و برخی سیاست‌های اشتباه را در رقم خوردن وضعیت موجود بی‌تأثیر دانسته و آن را کتمان کرد.

هر حال تا پیش از این صادرکنندگان، ارز خود را در بازار و به نرخ آزاد می‌فروختند و سود خوبی هم دریافت می‌کردند، ولی اکنون باید ارز را در سامانه نیما با متوسط نرخ ۹۵۰۰ تومان برای هر یورو بفروشند، در حالی که این ارز در بازار آزاد تا بیش از ۲۰ هزار تومان هم قیمت می‌خورد.

آمارها نشان از آن دارد که صادرکنندگان غیرنفتی به میزان ارز دریافتی، در سامانه نیما و برای پاسخگویی به نیاز واردکنندگان ارزی عرضه نمی‌کنند. گفت‌وگو با برخی صرافان فعال در سامانه نیما با گله‌هایی در این زمینه همراه بوده و عنوان می‌کنند شرایط موجود خالی از رانت نیست. آنها می‌گویند برخی صادرکنندگان اصلا راضی به فروش ارز خود در بازار ثانویه نیستند و در مواردی هم اقدام به این کار می‌کنند. آنها در زمان معامله نرخ‌هایی تا دو برابر سامانه اعلام کرده که در صورت پذیرش باید مابه‌التفاوت را خارج از معامله به حساب آنها واریز کنند.

دریافت اختلاف نرخ تنها مشکل نیست، بلکه طرف‌های معامله صادرکنندگان از اینکه برخی از آنها ارز خریداری‌شده را با وجود دریافت پول، نزد خود نگه می‌دارند گله دارند و عنوان می‌کنند که پیش می‌آید که صادرکننده تا دو هفته و بیشتر پول فروش را نزد خود دارد، در حالی که تحویل ارز طول می‌کشد و در این بین در کنار سود فروش ارز از سود خواب پول خریدار هم بهره می‌برد. در کنار این موضوع واردکنندگان عنوان می‌کنند که در برخی روزها پیش می‌آید که برای تأمین ارز مورد نیاز خود در نیما با مشکل مواجه می‌شوند حال یا به دلیل نرخ‌های بالا و غیرمتمار اعلامی صادرکنندگان و یا کمبود عرضه. کم‌کاری صادرکنندگان برای عرضه ارز برای تأمین نیازهای وارداتی محدود به گفته‌های صرافان و واردکنندگان نیست و آمارهای اعلامی از سوی بانک مرکزی این موضوع را تأیید می‌کند.

در شرایطی که قیمت دلار در هفته گذشته به مرز ۲۰ هزار تومان رسید و از ابتدای همین هفته روی ۱۷ تا ۱۸ هزار تومان معامله می‌شود، عصر شنبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی کنه با حضور سران سه قوه تشکیل جلسه داده بود تلاش کرد تا راهکارهایی را برای برون‌رفت از شرایط کنونی مسوب و جلوی تلاطم‌ها و موج بلند افزایش قیمت ارز را بسد کند؛ سه‌گانه‌ای که شامل «افزایش اختیارات بانک مرکزی برای مدیریت بازار ارز»، «استفاده از ارز حاصل از صادرات غیرنفتی» و «آزادسازی واردات اسکناس ارز به هر میزان به کشور» می‌شود. البته این سه محور برای ساماندهی بازار در شرایطی به عنوان راهکارهایی جدید ارائه شد که پیش از این هم حداقل تلاش‌هایی برای کمک گرفتن از ارز حاصل از صادرات غیرنفتی در سامانه نیما صورت گرفته بود و دولت واردات ارز را آزاد کرده بود.

سه‌گانه‌ای برای مدیریت بازار ارز

محمدرضا پورابراهیمی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس که در جلسه عصر روز شنبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی حضور داشت؛ می‌گوید یکی از دلایل افزایش نوسانات نرخ ارز در هفته‌های اخیر رویکرد منفعلانه بانک مرکزی بوده است. به گفته او، «مقرر شد بانک مرکزی با بهره‌گیری از عملیات بازار باز ارزی، عنان بازار را در اختیار گیرد تا از میزان التهابات کاسته شود. این تصمیم باعث خواهد شد سطح قیمت‌های غیرواقعی در بازار فروکش کند».

منابع اصلی که بانک مرکزی برای آنچه به گفته او گرفتن «عنان بازار» محسوب می‌شود در واقع منابع ارزی در اختیار بانک مرکزی حاصل از فروش نفت و کمک گرفتن از ارز صادرات غیرنفتی فعالان اقتصادی است. در ماه‌های گذشته باوجود اینکه مشکلات ارزی اقتصاد ایران را با چالش‌های جدی رو به رو کرد، دولت همیشه تلاش کرد تا

شدت گرفتن نوسانات بازار ارز، موجب گلایه فعالان اقتصادی شده و ادامه کسب‌وکار برای‌شان دشوار شده است، چنانچه به گفته فرهاد احتشام‌زاده، رئیس فدراسیون واردات اتاق بازرگانی ایران، افزایش نرخ ارز فاقد منطق اقتصادی است و حساب ارز به بالن ارز تبدیل شده که عمده دلایل آن تابع جو روانی است بیش از آنکه تابع مسائل بین‌المللی باشد.

از سوی دیگر نیز عرضه ارز ناشی از صادرات توسط صادرکنندگان در سامانه نیما همچنان پرحاشیه بوده و هر بار ماجرای تازه‌ای پیش می‌آید. برخی صرافان و خریداران ارز در این سامانه می‌گویند در مواردی با صادرکنندگانی مواجه هستند که نرخ فروش آن‌ها گاهی تا دو برابر نرخ نیمایی است و باید مابه‌التفاوت را خارج از معامله به حساب آنها واریز کنند.

به گزارش ایسنا، حدود شش ماه از راه‌اندازی سامانه نظام یکپارچه مبادلات ارزی (نیما) و نزدیک به دو ماه از الزام صادرکنندگان غیرنفتی برای عرضه ارز ناشی از صادرات در این سامانه گذشته است، اما مسائلی خاص مبادلات آن پابرجاست. در ابتدای امر عمدتاً ارز نفتی وارد سامانه شده و با نرخ ۴۲۰۰ تومان در اختیار واردکنندگان قرار می‌گرفت، اما در ادامه قرار بر این شد تا با تعمیق بازار ثانویه، تمامی ارز ناشی از صادرات غیرنفتی وارد نیما شده و با نرخ توافقی بین صادرکننده و واردکننده مبادله شود. در این بین البته صرافان نیز حضور داشته و در کنار نقش واسطه بین دو گروه خود اقدام به خرید کرده و این مجوز را دارند که ارز خریداری‌شده را به صورت اسکناس وارد کشور کرده و به فروش برسانند.

با توجه به اختلاف نرخی که بین بازار ثانویه و بازار آزاد ارز وجود دارد، این موضوع به یکی از دلایل ناراضی‌تای صادرکنندگان از جریان عرضه ارز در نیما تبدیل شد و عدم استقبال آنها را به همراه داشت. به

قابل توجه مودیان محترم مالیات بر ارزش افزوده

مهلت ارائه الکترونیکی اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده دوره تابستان ۹۷

از طریق سامانه www.evaf.ir حداکثر تا ۱۵ مهرماه سالجاری می‌باشد.

روابط عمومی سازمان امور مالیاتی کشور

۱۵۲۶ مرکز ارتباط مردمی

۰۲۱-۳۵۰۱۹ ستاد خبری دفتر مرکزی حراست

سازمان امور مالیاتی کشور



نماگر بازار سهام

علی صحرایی مدیر عامل بورس تهران شد

همزمان با رشد بی‌سابقه شاخص بورس و در آستانه ورود شاخص بورس به کانال ۲۰۰ هزار واحدی، مدیرعامل شرکت بورس تهران تغییر کرد و علی صحرایی سکان هدایت بورس را در اختیار گرفت. با تصمیم هیات‌مدیره جدید شرکت بورس اوراق بهادار تهران، علی صحرایی به عنوان مدیرعامل جدید بورس تهران جانشین حسن قالیباف اصل شد. حسن قالیباف اصل پس از یک دهه حضور به عنوان مدیرعامل تالار شیشه‌ای، مسند خود را به علی صحرایی واگذار کرد. علی صحرایی مدرک کارشناسی حسابداری از دانشگاه صنعت نفت و کارشناسی ارشد را از دانشگاه علامه طباطبائی اخذ کرده است. وی دارای مدرک دکترای حرفه‌ای عالی مدیریت کسب و کار با گرایش حسابداری (DBA) است. صحرایی در مرداد ۷۷ در سازمان کارگزاران بورس در سمت کارشناسی مدیریت بررسی سهام و طرح‌ها و اردیبهشت ۸۱ در سمت کارشناس مسئول بازرسی و بازار قرار گرفت. پس از آن در مرداد ۸۳ در سمت کارشناس مسئول عملیات و نظارت بر بازار حضور یافت. پس از تصویب قانون جدید بازار اوراق بهادار و شکل‌گیری ساختار جدید بازار سرمایه، در اسفند ۸۵ با سمت مدیر بازار به فعالیت خود در بورس تهران ادامه داد. سپس از آذر ۹۰ تاکنون معاونت بازار را برعهده داشته است. وی همچنین از خرداد ۹۵ به عضویت هیات مدیره فرابورس در آمده است. پیش از این، حسن قالیباف اصل مسئولیت مدیرعاملی بورس تهران را برعهده داشت که در این مدت، بورس توانست رشد قابل توجهی را به ثبت برساند.

از ۱۰ مهر به صورت آزمایشی

سامانه مدیریت ریسک راهاندازی می‌شود

مدیریت نظارت بر کارگزاران سازمان بورس و اوراق بهادار، در خصوص راهاندازی آزمایشی سامانه مدیریت ریسک ابلاغیه‌ای صادر کرد. به گزارش سنا، براساس این ابلاغیه که مخاطبین آن کلیه شرکت‌های کارگزاری هستند، سامانه مزبور از ۱۰ مهر ۱۳۹۷ براساس اطلاعات واقعی ارسالی، به صورت آزمایشی راهاندازی و اجرا خواهد شد. در این مرحله صرفاً صحت اطلاعات ارسالی و عملکرد سامانه مورد آزمایش و کنترل قرار گرفته و هیچ‌گونه رد یا تأیید سفارشی بر مبنای اطلاعات مندرج در سامانه اعمال نخواهد شد. لذا اجرای آزمایشی سامانه مزبور تأثیری در تأیید یا رد معاملات نخواهد داشت. بر این اساس، قدرت خرید هر مشتری براساس جمع جبری میزان اعتبار تخصیصی به هر مشتری توسط شرکت کارگزاری - که فیلد آن از قبل در سامانه Back office شرکت کارگزاری ایجاد شده است - و مانده ریالی مشتری که از تراز سیستم حسابداری شرکت‌های کارگزاری دریافت می‌شود محاسبه شده و به صورت اتوماتیک توسط شرکت‌های نرم‌افزاری از Back office شرکت‌های کارگزاری دریافت و به سامانه ارسال می‌شود.



بورس شگفتی‌ساز شد

بورس در آستانه ورود به کانال ۲۰۰ هزار واحدی قرار گرفت

تومان مورد داد و ستد قرار گرفت. نفتی‌ها نیز یک‌دست رشد کردند و با افزایش قیمت مواجه شدند. نفتی‌ها با معامله ۲۱۵ میلیون سهم تا رقم ۲۵۸ میلیارد تومان ارزش معامله را ثبت کردند. حتی در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز در بحث قیمت به شدت افزایشی بود و در نمادهای شاخص‌ساز شاهد صف‌های خرید پایدار بودیم.

رکوردشکنی فرابورس

حجم معاملات بورس تهران رقم ۴۸ میلیارد سهم و اوراق مالی است و تعداد معاملات ۲۷۱ هزار نوبت را پشت سر گذاشت. در عین حال شاخص کل فرابورس ۷۷ واحد رشد کرد و به رقم ۲۲۲۸ واحد رسید. حجم معاملات این بازار رقم ۱۰۱ میلیارد سهم و اوراق مالی را رد کرد.

مستقیم با افزایش قیمت ارزهای خارجی از جمله دلار و یورو دارد، چرا که با افزایش قیمت دلار شرکت‌های صادرات‌محور سود بیشتری عایدشان می‌شود و انتظار سرمایه‌گذاران این است که این شرکت‌ها سود بیشتری را شناسایی کنند و در نتیجه طبیعی است که قیمت سهام‌ها افزایش یابد. از طرفی با رشد قیمت‌ها، شرکت‌ها دارای بیشتری را شناسایی می‌کنند چرا که به عنوان مثال طی شش ماه گذشته تا امروز قیمت زمین و ساختمان نیز افزایش پیدا کرده، همچنین در صورتی که شرکتی موجودی کالا داشت این موجودی کالا نیز با افزایش قیمت روبه‌رو شده است. همه این موضوعات می‌تواند به افزایش قیمت سهام شرکت‌ها دامن بزند. در نتیجه افزایش شاخص کل بازار سهام و رونق فعلی به هیچ‌وجه دلایل مدیریتی ندارد.

شناختن کل مهر، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، فولاد مبارکه اصفهان و معدنی و صنعتی چادرمو از نمادهایی بودند که بیشترین تاثیر مثبت را روی شاخص‌ها داشتند. هر یک از این نمادها به ترتیب ۶۴۳، ۶۵۶، ۶۴۳، ۵۵۲ و ۴۵۴ واحد تاثیر روی شاخص کل گذاشتند. در گروه استخراج کانه‌های فلزی سهام‌ها شاهد رشد قیمت تا سقف ۵۰ درصد بودند. حتی نمادهایی مثل گل‌گهر و چادرمو تا حدود ۱۰ درصد رشد کردند و شاهد صف خرید بودند.

صدرنشینی فلزات اساسی

معدنی و صنعتی گل‌گهر، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، فولاد مبارکه اصفهان و معدنی و صنعتی چادرمو از نمادهایی بودند که بیشترین تاثیر مثبت را روی شاخص‌ها داشتند. هر یک از این نمادها به ترتیب ۶۴۳، ۶۵۶، ۶۴۳، ۵۵۲ و ۴۵۴ واحد تاثیر روی شاخص کل گذاشتند. در گروه استخراج کانه‌های فلزی سهام‌ها شاهد رشد قیمت تا سقف ۵۰ درصد بودند. حتی نمادهایی مثل گل‌گهر و چادرمو تا حدود ۱۰ درصد رشد کردند و شاهد صف خرید بودند. در عین حال در گروه محصولات شیمیایی بسیاری از سهام‌ها تا سقف ۵۰ درصد رشد کرده‌اند. در این گروه نیز در تعدادی از سهام‌ها شاهد صف خرید بودیم. شرایط مشابهی را در گروه فلزات اساسی شاهد بودیم، به طوری که سهام‌های گروه فلزات اساسی نیز به شدت با افزایش قیمت روبه‌رو شده است. در این گروه ۶۱۳ میلیون سهم به ارزش ۳۳۱ میلیارد

این روزها رشد بی‌سابقه شاخص بورس که در سایه بازیگری دلار و ورود نقدینگی‌های جدید رخ داده، همچنان ادامه دارد، به طوری که نماگر بورس دیروز در آستانه ورود به کانال ۲۰۰ هزار واحدی قرار گرفت و معامله‌گران بازار سهام شاهد رشد شدید قیمت‌ها بوده‌اند، شاخص کل نیز بار دیگر شاهد رکوردشکنی‌های تازه بود و برخی معتقدند در این روزها نماگر اصلی بازار تراز ۲۰۰ هزار واحدی را هم رد خواهد کرد.

به گزارش ایسنا، بورس تهران مدتی است با افزایش شدید قیمت سهام‌ها مواجه شده، این افزایش قیمت‌ها شیب تندی دارد و معامله‌گران بازار و مخصوصاً نوسان‌گیران با تشکیل صف خرید تا پایان ساعات معاملات کفه تقاضا را به شدت سنگین می‌کنند، اما افزایش تقاضا نسبت به عرضه تنها یک ریشه دارد و آن افزایش قیمت ارزهای خارجی از جمله دلار و یورو است.

طی روزهای گذشته در بسیاری از سهام‌ها شاهد افزایش فزاینده قیمت‌ها بودیم و به این ترتیب شاخص کل بورس لحظه به لحظه شاهد ورود به تراز جدیدی بود. در پی رشد قیمت سهام‌ها، به طور متوسط شاخص کل هر روز بیش از ۴۰۰۰ واحد رشد کرد. روز یکشنبه نیز در پی معاملات معنای خود را از دست داده و برای فعالان بازار ورود ۷۶۹۷ واحدی بود و بدین ترتیب برای اولین بار در تاریخ بورس شاخص کل به رقم ۱۹۵ هزار و ۱۰۴ واحد رسید.

رکوردشکنی‌های شاخص‌ها

رشد قیمت‌ها و افزایش شاخص‌های بورس به حدی شده که هر لحظه شاهد رکورد جدیدی در شاخص‌ها هستیم. به طوری که دیگر رکوردشکنی معنای خود را از دست داده و برای فعالان بازار ورود شاخص بازار سهام به کانال جدید طبیعی شده، چند ماه پیش بود که شاخص کل در آستانه ۱۰۰ هزار واحدی قرار داشت، اما این روزها این شاخص در آستانه کانال ۲۰۰ هزار واحدی قرار گرفته و بسیاری را متعجب ساخته است.

رشد قیمت‌ها در بورس تهران و در نتیجه آن رشد شاخص ارتباط

ادامه کاهش قیمت در بازار طلا و سکه

دلار آزاد چند؟

اگر افراد غیرحرفه‌ای نتوانند در این وضعیت بازار عملکرد خوبی داشته باشند به طور حتم ضرر بزرگی خواهند داشت. آنچه در بازار ارز به وضوح مشاهده می‌شود، این است که این بازار دیگر مانند گذشته و شاید حدود شش ماه پیش کمتر محل معاملات ارزی واقعی بوده و به محلی برای دلالتی و سودآوری تبدیل شده که رخ دادن هر اتفاقی در آن عجیب نیست.

ادامه کاهش قیمت طلا و سکه

همچنین قیمت انواع طلا و سکه روز یکشنبه نسبت به روز قبل کاهش داشت و به روند کاهشی خود که از ابتدای هفته آغاز شده، ادامه داد. در حالی که هفته گذشته سکه تمام طرح جدید تا ۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان هم پیش رفته بود، از روز نخست این هفته قیمت‌ها در بازار ارز و طلا کاهشی شد و روز یکشنبه هم ادامه یافت. بدین ترتیب سکه تمام طرح جدید که روز شنبه ۵ میلیون و ۱۴۲ هزار تومان بود، با کاهش ۳۵ هزار تومانی قیمت، در روز یکشنبه ۵ میلیون و ۱۰۷ هزار تومان فروخته شد. سکه تمام طرح قدیم نیز دوباره به کانال ۵ میلیون تومان برگشت و ۴ میلیون و ۹۵۱ تومان قیمت خورد. نیم‌سکه و ربع سکه نیز هر کدام با اندکی کاهش قیمت، به ترتیب ۲ میلیون و ۵۷۱ هزار تومان و یک میلیون و ۴۱۱ هزار تومان داد و ستد شدند. همچنین طبق اعلام اتحادیه طلا و جواهر، هر اونس طلای جهانی با حفظ نسبی روند خود در مقایسه با روز گذشته، ۱۱۹۳ دلار و ۲۰ سنت قیمت دارد. هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز با ۲۳۰۰ تومان کاهش نسبت به روز گذشته ۴۹۱ هزار و ۳۰۰ تومان در طلافروشی‌ها معامله شد و هر مثقال طلای ۱۷ عیار نیز ۲ میلیون و ۱۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان فروخته می‌شود که نسبت به روز گذشته ۱۰ هزار تومان کاهش یافته است. براساس این گزارش، هر قطعه سکه یک گرمی با حفظ قیمت نسبت به روز قبل، ۷۰۱ هزار تومان است.

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای شماره ۹۷/۱۱

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان کهگیلویه و بویراحمد به آدرس یاسوج- خیابان ابن سینا ۱۱- تلفن ۰۳۵-۳۳۲۴۵۰۳۵-۰۷۴ شناسه ملی ۱۰۸۶۱۹۳۳۲۱۴ کد اقتصادی ۴۱۱۱۳۳۶۳۳۴۴۹ و کد پستی ۷۵۹۱۹۶۱۱۳۸ در نظر دارد بر اساس قانون برگزاری مناقصات پروژه‌های زیر را طبق مشخصات فنی و برآورد پیوست با شرایط عمومی و اختصاصی از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای به پیمانکار واجد صلاحیت که دارای کارت رتبه‌بندی معتبر در رشته آب پایه ۵ و بالاتر، ثبت درسامانه ساجار و دارای گواهی صلاحیت ایمنی کار از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی باشد واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد، مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

ردیف	موضوع مناقصه	شهرستان محل اجرا	تأمین اعتبار	مبلغ برآورد (ریال)	مبلغ تضمین معتبر شرکت در فراخوان (ریال)	مدت اجرا
۱	پروژه آبرسانی گناوه لری (شامل تهیه و اجرای لوله فولادی اتصال جوشی به قطر ۴ اینچ به طول ۳۵۰ متر - لوله پلی اتیلن ۹۰ بطول ۲۶۰۰ متر و لوله پلی اتیلن ۶۳ بطول ۷۰۰ متر لوله پلی اتیلن ۲۰ بطول ۶۰۰ متر و احداث حوضچه‌های شیر آلات و ... طبق برآورد و مشخصات فنی تهیه و تأمین بخشی از لوله پلی اتیلن ۹۰ به‌عده کارفرما می‌باشد)	گچساران	اعتبارات ملی و قانون استفاده متوازن با شماره طرح ۱۵۰۳۰۳۰۸۶ در قالب اسناد خزانه اسلامی و اوراق سررسید دو سال	۳۸۵۰۸۳۱۳۱۴	۱۹۳۰۰۰۰۰۰	۵ ماه

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۹ صبح مورخ ۹۷/۷/۱۱ تا ساعت ۱۹ مورخ ۹۷/۷/۱۶.
 (۲) آخرین مهلت زمانی ارائه پیشنهادها: ساعت ۱۴ مورخ ۹۷/۷/۲۸.
 (۳) زمان بازگشایی پاکتها: ساعت ۹ صبح مورخ ۹۷/۷/۲۹.
 (۴) مدت اعتبار پیشنهادها: ۹۰ روز از تاریخ آخرین مهلت ارائه پیشنهاد.
 (۵) بازگشایی پاکتهای مناقصه با هر تعداد شرکت‌کننده صورت می‌گیرد.
 (۶) هزینه درج آگهی و اصلاحات احتمالی و همچنین هزینه‌ی انتشار در سایت ستاد به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
 (۷) به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش، فاقد سرسید، سپرده‌های مخدوش، سپرده‌های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایران و پیشنهاداتی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
 (۸) سپرده تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت ضمانتنامه معتبر بانکی می‌باشد.
 (۹) متقاضیان شرکت در مناقصه که در حال حاضر با شرکت قرارداد دارند و تا آخرین روز مهلت تحویل پیشنهادها پیمان منعقد را تحویل موقت ننمایند حق شرکت در مناقصه را ندارند.
 (۱۰) سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است.
 (۱۱) اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۲۷۳۱۳۱۳۱
 دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ - ۸۵۱۹۳۷۶۸

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی استان کهگیلویه و بویراحمد



گندمکاران نگران اعلام نرخ خرید تضمینی گندم هستند

یک مقام مسئول گفت گندمکاران در ی به رهبر انقلاب خواستار اعلام به‌موقع و منصفانه نرخ خرید تضمینی گندم از سوی دولت شدند. علیقلی ایمانی، رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از عملکرد شورای اقتصاد در دو سال اخیر نسبت به تعیین نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی اظهار کرد: با توجه به نگرانی جامعه کشاورزی و عملکرد شورای عالی اقتصاد در دو سال اخیر، بنیاد توانمندسازی گندمکاران به سبب پل ارتباطی میان دولت و مردم بعد از اعلام پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی، جلسات متعددی با سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی برگزار کرده و خواستار اعلام به‌موقع نرخ خرید تضمینی گندم شده است. وی از ارسال نامه‌ای توسط گندمکاران به رهبر انقلاب خبر داد و گفت: گندمکاران در این نامه خواستار اجرای صحیح قانون خرید تضمینی از سوی دولت شده‌اند . به گفته ایمانی تعیین منصفانه و اعلام به موقع نرخ خرید تضمینی گندم در سال زراعی جدید خواست تمامی گندمکاران است که در نامه تولیدکنندگان به رهبر معظم انقلاب، به این موضوع اشاره شده است چرا که استمرار ضریب امنیت غذایی و پایداری تولید به حمایت‌های متوالی دولت بستگی دارد.

این مقام مسئول افزایش نرخ خرید تضمینی گندم متناسب با شرایط اقتصاد و تورم را یکی از حمایت‌های دولت تلقی کرد و افزود: با توجه به آنکه در دو سال گذشته دولت در اجرای قانون خرید تضمینی کوتاهی کرده است؛ بنابراین اگر امسال قیمت متناسب با هزینه‌های تولید اعلام نشود، کشاورزان اقدام به کشت این محصول راهبردی نخواهند کرد. وی ادامه داد: اگر شورای عالی اقتصاد، قانون خرید تضمینی را خطاب قرار دهد، می‌بایست براساس هزینه‌های تولید، شرایط اقتصاد و تورم اعلامی از سوی بانک مرکزی اقدام به افزایش نرخ خرید تمامی محصولات مشمول قانون کند و به پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی به عنوان متولی تولید اهمیت دهد. رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران با اشاره به اینکه نرخ پیشنهادی ما برای خرید تضمینی گندم در سال زراعی جدید ۱۶۰۰ تومان بوده است، بیان کرد: این درحالی است که پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی به این نرخ نزدیک بوده است. ایمانی با اشاره به اینکه گندمکاران مناطق سردسیری در حال آماده‌سازی اراضی خود برای کشت سال زراعی جدید هستند، اظهار کرد: با توجه به شرایط فعلی و ثبات نرخ گندم در دو سال اخیر حداقل باید ۲۵درصد به نرخ خرید گندم افزوده شود تا عقب‌افتادگی دو سال گذشته جبران شود. وی ادامه داد: اگر دولت نرخ خرید تضمینی گندم را کمتر از ۱۶۰۰ تومان برای سال زراعی ۹۸-۹۷ اعلام کند، تولید گندم برای کشاورز سودی نخواهد داشت که درنهایت آنها به کشت محصولات دیگر همچون هندوانه، برنج، گوجه فرنگی و... روی خواهند آورد تا قیمت‌های فروش جوابگوی معیشت آنها باشد.

افزایش توزیع پوشک به بازار

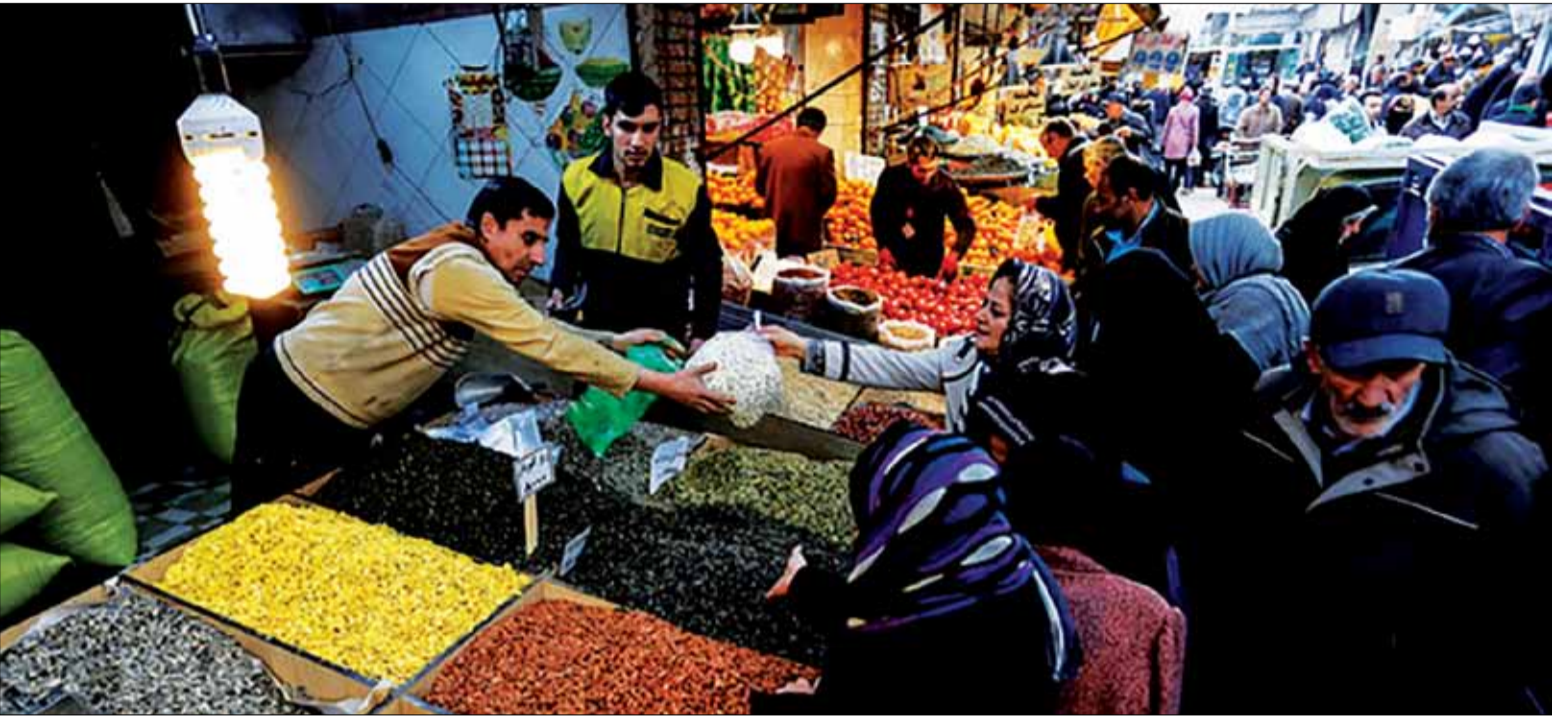
دست سودجویان از بازار قطع می‌شود

رئیس انجمن صنایع سلولوزی بهداشتی ایران با بیان اینکه برای مدیریت تقاضای مردم در سطح بازار افزایش تولید در دستور کار خانجات قرار گرفته است، گفت: با این تصمیم دست سودجویان از بازار قطع می‌شود. عباس فصیح خوشگرد در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، با اشاره به اینکه در طول هفته‌های گذشته تأمین و توزیع محصولات سلولوزی با مشکل روبه‌رو شده بود، اظهار داشت: خوشبختانه با تعاملات وزیر صنعت و همکاری سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان این مشکلات برطرف شده است. وی با بیان اینکه برای مدیریت تقاضای مردم در سطح بازار افزایش تولید محصولات سلولوزی در دستور کار خانجات قرار گرفته است، افزود: متأسفانه هجوم مردم برای خرید محصولات سلولوزی باعث شد تا سودجویان از این شرایط سوءاستفاده کرده و به فروش محصولات آن‌هم به قیمت‌های بالا اقدام کنند. فصیح خوشگرد تصریح کرد: سرانه مصرف سالانه محصولات سلولوزی هر ایرانی ۲ کیلو و ۵۰۰ گرم است که کارخانجات بیش از این میزان را تولید خواهند کرد. حتی روند صادرات محصولات سلولوزی متوقف شده تا نخست نیاز بازار داخلی تأمین و سپس صادرات این محصولات انجام شود. رئیس انجمن صنایع سلولوزی بهداشتی ایران اضافه کرد: کارخانجات محصولات سلولوزی در صددن با افزایش حجم تولید دست سودجویان را از بازار قطع نمایند. البته مردم هم باید به حد نیاز خود محصولات سلولوزی خریداری و از هجوم و انبار کالا جلوگیری کنند.

امکان رصد آنلاین انبارها از طریق سامانه جامع تجارت فراهم شد

مدیرعامل نمایشگاه‌های بین‌المللی با اشاره به فراهم شدن رصد آنلاین انبارها از طریق سامانه جامع تجارت گفت از این طریق از احتضار کالا تا حد زیادی جلوگیری می‌شود و وضعیت صادرات و واردات بازرگانان به طور شفاف مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

به گزارش تسنیم به نقل از روابطعمومی و امور بین‌الملل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، عباس قبادی روز گذشته در مراسم رونمایی از سامانه جامع تجارت با بیان اینکه سامانه جامع تجارت به عنوان ابزار و زیرساخت در رصد آنلاین تجارت خارجی کشور و انبارها عمل می‌کند، گفت: از این طریق از احتضار کالا تا حد زیادی جلوگیری می‌شود و وضعیت صادرات و واردات بازرگانان به طور شفاف مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. او افزود: براساس اعلام وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات قرار است که میان سامانه‌های آماری دستگاه‌های مختلف ارتباطی صورت گیرد و به یکدیگر وصل شود که تاکنون سامانه‌های جامع تجارت، سامانه شناسه کالا، سامانه یکپارچه‌سازی انبارها و مراکز نگهداری کالا و همچنین سامانه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی فعالیت داشتند، اما یکپارچه نبودند که این یکپارچه‌سازی صورت گرفت و در آینده ادامه خواهد داشت. بنابر این گزارش دیروز از سامانه جامعه تجارت با حضور مسئولان رونمایی شد.



می‌کنند که این بدترین کاری است که می‌توان در این شرایط انجام داد. ما که مسلمان هستیم باید در جامعه به فکر هم بودن، با هم بودن، متحد و منسجم بودن و همراهی کردن را بیاموزیم. باید بیشترین حمایت را از اقشار آسیب‌پذیر و کم‌درآمد داشته باشیم. در شرایط بهم ریختگی اقتصادی عده‌ای سودجو به فکر منافع شخصی خود هستند.

وی با بیان اینکه ضرورت نظارت بسیار مهم است، عنوان کرد: در این رابطه همکاری‌های بین دستگاه‌های دولتی نقش بسیار خوبی دارد. رسانه‌ها و دستگاه‌های فرهنگی باید در این ایام به بحث روحیه، همراهی، اتحاد و همدلی بیشتر بپردازند. اگر مردم ما خسارت تهاجم اقتصادی دشمن را متوجه شوند، با خریدهای کلان حرص خرید مقابله جدی خواهند کرد. بانک مرکزی اعلام کرده که بیش از ۲۲ میلیارد دلار ارز در دست مردم است. باید این ارزها به بانک‌ها بازگردانده شده و در فعالیت‌های اقتصادی استفاده شوند. به هر میزان که از این ارز استفاده شود، به نفع کشور و صاحبان آن خواهد بود.

رشدیدیان بیان کرد: ما در بحث ضرورت تداوم تولید، اشتغال و صادرات در استان در ۵ ماهه اول سال موفقیت‌های خوبی را داشتیم. استاندار خراسان رضوی تصریح کرد: این روزها ما دستخوش مسائل و مشکلاتی بودیم. در هفته گذشته بحث مشکلات حمل و نقل مطرح بود که رانندگان فهیم خراسانی با درک شرایط و به رغم فعالیت‌های تخریبی در فضای مجازی به فعالیت خود ادامه دادند و مردم ما با کمبود سوخت و اقلام مصرفی مواجه نشدند، تأمین نیازهای رانندگان در جمله لاستیک با اتخاذ سیاست‌های وارداتی جدید و تسهیل‌کننده در گمرکات در حال پیگیری و رفع است. باید برای امنیت حمل و نقل و رفع مشکلات این قشر تلاش کنیم. مجوزی برای ورود لاستیک‌های سنگین داده شد و عوارض آن به ۵۵درصد کاهش پیدا کرد.

وی خاطرنشان کرد: ما نباید با مردم در دوسوی جبهه بایستیم، بلکه در کنار هم قرار داریم و بناست که بر مشکلات فائق آییم که رشدیدیان گفت: ما هشت سال سابقه جنگ را داریم که با جان خود دفاع کردیم، اکنون نیز ضرورت دارد که از این جنگ اقتصادی با ایثار، فداکاری، همکاری و گذشت بیرون آییم. شرایط به گونه‌ای نیست که ملت، کشور و دولت نتوانند بر آن فائق آیند. ما باید اقداماتی را انجام می‌دایم که انجام شده همچون تأمین مایحتاج عمومی که به صورت گسترده صورت گرفته است. ما در ضرورت توزیع عادلانه و متناسب مایحتاج و کالاهای عمومی نیز مشکلاتی داریم که باید با همکاری و همراهی برطرف شود. باید از حرص اضافه خریدن جلوگیری شود.

استاندار خراسان رضوی ادامه داد: برخی از تبلیغات بیگانه مردم را از شرایط آینده می‌ترسانند و آن‌ها را به خرید و ذخیره‌سازی وادار

استاندار خراسان رضوی این موضوع را در حوزه اقتصادی جامعه ما ایجاد کرده و تدابیر و اقداماتی در این زمینه در حال پیگیری است تا بتوانیم بر این شرایط فائق آییم که زمان‌بر است. به هر میزان که ما بتوانیم در این شرایط همراهی و همکاری بین گروه‌های مختلف اجتماعی، دستگاه‌های مختلف اجرایی، قوای مختلف و فعالان بخش خصوصی و مدنی را در کنار هم داشته باشیم، این شرایط فشار و نابسامان سریع‌تر برطرف خواهد شد. با همکاری، افزایش بهره‌وری و ارتقای کیفیت و نیز با همداندیشی، می‌توانیم تصمیماتی را اتخاذ کنیم که شرایط بهتری را برای مردم ایجاد کند.

رشدیدیان گفت: ما هشت سال سابقه جنگ را داریم که با جان خود دفاع کردیم، اکنون نیز ضرورت دارد که از این جنگ اقتصادی با ایثار، فداکاری، همکاری و گذشت بیرون آییم. شرایط به گونه‌ای نیست که ملت، کشور و دولت نتوانند بر آن فائق آیند. ما باید اقداماتی را انجام می‌دایم که انجام شده همچون تأمین مایحتاج عمومی که به صورت گسترده صورت گرفته است. ما در ضرورت توزیع عادلانه و متناسب مایحتاج و کالاهای عمومی نیز مشکلاتی داریم که باید با همکاری و همراهی برطرف شود. باید از حرص اضافه خریدن جلوگیری شود.

استاندار خراسان رضوی با اشاره به قیمت رب گوجه فرنگی، گفت: تولیدکنندگان این محصول در استان، ۸۰ تن رب را با قیمت ۹۸۰۰ تومان توزیع کردند که امیدواریم با این اقدام، افزایش جهشی قیمت کنترل شود. با اقداماتی که صورت گرفته نیز قیمت گوجه‌فرنگی و سیب‌زمینی کنترل خواهد شد. در رابطه با حمایت از تولیدکنندگان گوشت و مرغ نیز اقداماتی صورت گرفته است.

رشدیدیان تصریح کرد: ۸ نمایشگاه ارائه کالا در سطح استان برگزار شد که بیشتر مناطق کمتر برخوردار را هدف گرفت.

استاندار خراسان رضوی با اشاره به قیمت رب گوجه فرنگی، گفت: تولیدکنندگان این محصول در استان، ۸۰ تن رب را با قیمت ۹۸۰۰ تومان توزیع کردند که امیدواریم با این اقدام، افزایش جهشی قیمت کنترل شود. با اقداماتی که صورت گرفته نیز قیمت گوجه‌فرنگی و سیب‌زمینی کنترل خواهد شد. در رابطه با حمایت از تولیدکنندگان گوشت و مرغ نیز اقداماتی صورت گرفته است.

وی در پایان تصریح کرد: سال گذشته به سبب شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان در مرغداری‌های استان‌های پرخطر، تعداد قابل توجهی طیور معدوم شد که این امر در افزایش قیمت پایه تأثیر بسزایی داشت و از آنجا که طی ای اخیر، دولت تدابیری از نظر اختصاص یارانه برای صادرات به کار گرفته است، بنابراین صنعت تخم مرغ مزیت قیمتی برای رقابت با دیگر کشورها ندارد.

استاندار خراسان رضوی تصریح کرد: سال گذشته به سبب شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان در مرغداری‌های استان‌های پرخطر، تعداد قابل توجهی طیور معدوم شد که این امر در افزایش قیمت پایه تأثیر بسزایی داشت و از آنجا که طی ای اخیر، دولت تدابیری از نظر اختصاص یارانه برای صادرات به کار گرفته است، بنابراین صنعت تخم مرغ مزیت قیمتی برای رقابت با دیگر کشورها ندارد.

پیش‌بینی تولید ۵۰۰ هزار تن کلزا در سال زراعی جدید

نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی داشته باشد چرا که در غیر این صورت پیش‌بینی تولید محقق نخواهد شد.

وی در پاسخ به سوال دیگر مبنی بر آنکه چه میزان بذر برای سال زراعی جدید تدارک دیده شده است، افزود: در سال زراعی جدید برای ۳۵۰ هزار هکتار بذر تهیه شده است که انتظار می‌رود حداقل در ۲۸۰ هزار هکتار کشت کلزا صورت گیرد. مهاجر از آغاز کشت کلزا در مناطق سرد شامل استان‌های مرکزی و غربی کشور خبر داد و گفت: هم‌اکنون کشت کلزا در استان‌های آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی، مرکزی، قزوین، همدان، شمال ایلام، زنجان، اردبیل، خراسان رضوی و خراسان شمالی آغاز شده است. مجری طرح دانه‌های روغنی در پایان تصریح کرد: در سال زراعی ۹۸-۹۷ پیش‌بینی می‌شود که ۵۰۰هزارتن کلزا تولید شود که از این میزان حداقل ۲۰۰ هزارتن روغن استحصال خواهد شد که جوابگوی ۲۰درصد نیاز کشور است.

استاندار خراسان رضوی گفت برخی از تبلیغات بیگانه مردم را از شرایط آینده می‌ترساند و آن‌ها را به خرید و ذخیره‌سازی وادار می‌کند که این بدترین کاری است که می‌توان در این شرایط انجام داد. به گزارش ایسنا، علیرضا رشدیدیان در جلسه شورای اداری استان در استانداری خراسان رضوی، اظهار کرد: ما درگیر یک جنگ اقتصادی تمام‌عیار هستیم. از سال گذشته که مقام معظم رهبری اشاره فرمودند که اتاق جنگ آمریکا در وزارت خزانه‌داری آن تشکیل شده، این جنگ تمام‌عیار در حوزه‌های مختلف شکل گرفته است.

وی افزود: این جنگ اقتصادی تکانه‌ای را در حوزه اقتصادی جامعه ما ایجاد کرده و تدابیر و اقداماتی در این زمینه در حال پیگیری است تا بتوانیم بر این شرایط فائق آییم که زمان‌بر است. به هر میزان که ما بتوانیم در این شرایط همراهی و همکاری بین گروه‌های مختلف اجتماعی، دستگاه‌های مختلف اجرایی، قوای مختلف و فعالان بخش خصوصی و مدنی را در کنار هم داشته باشیم، این شرایط فشار و نابسامان سریع‌تر برطرف خواهد شد. با همکاری، افزایش بهره‌وری و ارتقای کیفیت و نیز با همداندیشی، می‌توانیم تصمیماتی را اتخاذ کنیم که شرایط بهتری را برای مردم ایجاد کند.

رشدیدیان گفت: ما هشت سال سابقه جنگ را داریم که با جان خود دفاع کردیم، اکنون نیز ضرورت دارد که از این جنگ اقتصادی با ایثار، فداکاری، همکاری و گذشت بیرون آییم. شرایط به گونه‌ای نیست که ملت، کشور و دولت نتوانند بر آن فائق آیند. ما باید اقداماتی را انجام می‌دایم که انجام شده همچون تأمین مایحتاج عمومی که به صورت گسترده صورت گرفته است. ما در ضرورت توزیع عادلانه و متناسب مایحتاج و کالاهای عمومی نیز مشکلاتی داریم که باید با همکاری و همراهی برطرف شود. باید از حرص اضافه خریدن جلوگیری شود.

استاندار خراسان رضوی ادامه داد: برخی از تبلیغات بیگانه مردم را از شرایط آینده می‌ترسانند و آن‌ها را به خرید و ذخیره‌سازی وادار

استاندار خراسان رضوی تصریح کرد: این روزها ما دستخوش مسائل و مشکلاتی بودیم. در هفته گذشته بحث مشکلات حمل و نقل مطرح بود که رانندگان فهیم خراسانی با درک شرایط و به رغم فعالیت‌های تخریبی در فضای مجازی به فعالیت خود ادامه دادند و مردم ما با کمبود سوخت و اقلام مصرفی مواجه نشدند، تأمین نیازهای رانندگان در جمله لاستیک با اتخاذ سیاست‌های وارداتی جدید و تسهیل‌کننده در گمرکات در حال پیگیری و رفع است. باید برای امنیت حمل و نقل و رفع مشکلات این قشر تلاش کنیم. مجوزی برای ورود لاستیک‌های سنگین داده شد و عوارض آن به ۵۵درصد کاهش پیدا کرد.

وی خاطرنشان کرد: ما نباید با مردم در دوسوی جبهه بایستیم، بلکه در کنار هم قرار داریم و بناست که بر مشکلات فائق آییم که رشدیدیان گفت: ما هشت سال سابقه جنگ را داریم که با جان خود دفاع کردیم، اکنون نیز ضرورت دارد که از این جنگ اقتصادی با ایثار، فداکاری، همکاری و گذشت بیرون آییم. شرایط به گونه‌ای نیست که ملت، کشور و دولت نتوانند بر آن فائق آیند. ما باید اقداماتی را انجام می‌دایم که انجام شده همچون تأمین مایحتاج عمومی که به صورت گسترده صورت گرفته است. ما در ضرورت توزیع عادلانه و متناسب مایحتاج و کالاهای عمومی نیز مشکلاتی داریم که باید با همکاری و همراهی برطرف شود. باید از حرص اضافه خریدن جلوگیری شود.

استاندار خراسان رضوی ادامه داد: برخی از تبلیغات بیگانه مردم را از شرایط آینده می‌ترسانند و آن‌ها را به خرید و ذخیره‌سازی وادار

استاندار خراسان رضوی تصریح کرد: سال گذشته به سبب شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان در مرغداری‌های استان‌های پرخطر، تعداد قابل توجهی طیور معدوم شد که این امر در افزایش قیمت پایه تأثیر بسزایی داشت و از آنجا که طی ای اخیر، دولت تدابیری از نظر اختصاص یارانه برای صادرات به کار گرفته است، بنابراین صنعت تخم مرغ مزیت قیمتی برای رقابت با دیگر کشورها ندارد.

استاندار خراسان رضوی تصریح کرد: سال گذشته به سبب شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان در مرغداری‌های استان‌های پرخطر، تعداد قابل توجهی طیور معدوم شد که این امر در افزایش قیمت پایه تأثیر بسزایی داشت و از آنجا که طی ای اخیر، دولت تدابیری از نظر اختصاص یارانه برای صادرات به کار گرفته است، بنابراین صنعت تخم مرغ مزیت قیمتی برای رقابت با دیگر کشورها ندارد.

رشدیدیان تصریح کرد: ۸ نمایشگاه ارائه کالا در سطح استان برگزار شد که بیشتر مناطق کمتر برخوردار را هدف گرفت.

استاندار خراسان رضوی با اشاره به قیمت رب گوجه فرنگی، گفت: تولیدکنندگان این محصول در استان، ۸۰ تن رب را با قیمت ۹۸۰۰ تومان توزیع کردند که امیدواریم با این اقدام، افزایش جهشی قیمت کنترل شود. با اقداماتی که صورت گرفته نیز قیمت گوجه‌فرنگی و سیب‌زمینی کنترل خواهد شد. در رابطه با حمایت از تولیدکنندگان گوشت و مرغ نیز اقداماتی صورت گرفته است.

رشدیدیان تصریح کرد: ۸ نمایشگاه ارائه کالا در سطح استان برگزار شد که بیشتر مناطق کمتر برخوردار را هدف گرفت.

استاندار خراسان رضوی تصریح کرد: سال گذشته به سبب شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان در مرغداری‌های استان‌های پرخطر، تعداد قابل توجهی طیور معدوم شد که این امر در افزایش قیمت پایه تأثیر بسزایی داشت و از آنجا که طی ای اخیر، دولت تدابیری از نظر اختصاص یارانه برای صادرات به کار گرفته است، بنابراین صنعت تخم مرغ مزیت قیمتی برای رقابت با دیگر کشورها ندارد.

نرخ منطقی هر عدد تخم مرغ ۶۵۰ تومان

نرخ‌های ۶۰۰ تا ۸۰۰ تومان در خرده‌فروشی‌ها منطقی است، بیان کرد: با احتساب هزینه‌های حمل و سود مغازه‌دار فروش تخم مرغ تا نرخ ۶۵۰ تومان به مصرف‌کننده منطقی است و بالاتر از این رقم ناشی از سوءاستفاده عوامل توزیع و واسطه‌هاست.

دبیرکل کانون پرورش‌دهندگان مرغ تخم‌گذار درباره آخرین وضعیت آنفلوآنزای حاد پرندگان بیان کرد: اگرچه بیماری آنفلوآنزای حاد پرندگان هیچ وقت در کشور قطع نشده است، اما در شش ماهه اول سال گزارش اپیدمی بیماری را نداشتیم و تنها مواردی جزئی در برخی استان‌ها گزارش شد.

وی در پاسخ به سوال دیگر که آیا میزان واردات واکسن جوابگوی نیاز مرغداران است، گفت: پیش‌بینی‌های سازمان دامپزشکی برای توزیع واکسن میان مرغداران به سبب نوسان نرخ ارز و تأمین نیاز کشور از ذخایر واکسن دنیا به درستی انجام نشد و همین موضوع موجب شد تا واکسن به میزان نیاز مرغداران در استان‌های مختلف توزیع نشود.

یک مقام مسئول گفت روزانه ۲۵۰۰ تن تخم مرغ در کشور تولید می‌شود که این میزان با نیاز کشور کاملا تطابق دارد.

فرزاد طلاکش، دبیرکل کانون پرورش‌دهندگان مرغ تخم‌گذار در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت بازار تخم‌مرغ اظهار کرد: طی ۱۰ روز گذشته قیمت تخم مرغ به سبب کاهش تقاضا در ایام محرم به شدت افت کرد که در چند روز گذشته هم‌زمان با بازگشایی مدارس و افزایش تقاضا، بخشی از کاهش قیمت روزهای اخیر جبران شد.

وی نرخ هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری را ۶ هزار و ۸۰۰ تا ۷ هزار تومان اعلام کرد و افزود: با توجه به شرایط مساعد تولید و ثبات قیمت نهاده‌ها در سه هفته اخیر پیش‌بینی می‌شود که اگر با مشکل بیماری آنفلوآنزا در مرغداری‌ها روبه‌رو نشویم، قیمت تخم مرغ افزایش چندانی در بازار نخواهد داشت.

طلاکش در پاسخ به این سوال که عرضه هر عدد تخم مرغ با یک مقام مسئول گفت روزانه ۲۵۰۰ تن تخم مرغ در کشور تولید می‌شود که این میزان با نیاز کشور کاملا تطابق دارد. فرزاد طلاکش، دبیرکل کانون پرورش‌دهندگان مرغ تخم‌گذار در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از تأخیر در اعلام نرخ خرید تضمینی دانه‌های روغنی اظهار کرد: براساس قانون خرید تضمینی، وزارت جهاد کشاورزی پیشنهاد نرخ خرید تضمینی محصولات مختلف کشاورزی را به شورای اقتصاد داده است و هم‌اکنون منتظر اعلام نرخ نهایی هستیم چرا که اعلام به‌موقع نرخ خرید تأثیر زیادی در تصمیم‌گیری کشاورزان دارد.

وی افزود: از دولت انتظار می‌رود که این بحث قانونی را که قبل از شروع کشت باید نرخ محصولات مختلف را اعلام کند، به اجرا در

اخبار

چرخ گرانی لاستیک بی دلیل می چرخد

در هر محفلی که حاضر می‌شوید موضوعی که مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد قیمت است. یک روز بحث از قیمت سیب زمینی، گوجه فرنگی، یک روز گوشت، حبوبات و نان است. هر کسی تا قیمتی می‌شوند برای آنکه اوضاع را وخیم‌تر جلوه دهد چند هزار تومانی روی قیمت قبلی می‌گذارد و می‌گوید قیمت جدید خیلی گران‌تر است. موقع خرید هم قیمت قبل، حال و فردا هم تفاوت‌های زیادی کرده است و تمام فروشندگان مشوق مردم در خرید شدند و برخی دیگر با منت جنس‌شان را به فروش می‌رسانند و می‌گویند خدا را شکر کنید که با قیمت جدید قیمت‌گذاری نکردم.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» همین امر ولع خرید را بین مردم افزایش داده است و همه به فکر این هستند که لیست خرید خود را پر و پیمان‌تر کنند تا شاید هفته‌های آینده در قیاس قیمتی خیال‌شان راحت باشد که به‌موقع خرید کردند. در این میان شاخک‌های افراد سودجو هم فعال‌تر شده است و از هر حوزه‌ای برای سود و درآمد بیشتر بهره می‌برند.

اما نکته‌ای که طی این مدت خلأ آن احساس می‌شود، نظارت است. در خیلی از حوزه‌ها دولت هیچ‌گونه نظارتی ندارد و حتی فراموش کرده که صنعتی وجود دارد. قیمت‌ها براساس قدرت خرید مردم است و اگر در منطقه‌ای کشتش قیمتی نباشد فروشنده قیمت‌های خود را کاهش می‌دهد، اما در خیلی از مناطق قیمت‌ها از کشت اقتصادی آن منطقه فراتر رفته است و این امر نبود نظارت را دو برابر مشهود کرده است.



گرانی تایر خودروهای سواری بی دلیل است

این روزها سطح گلاهی‌ها به حوزه تایر خودروهای سبک و سنگین هم رسیده است. دارندگان خودروهای سنگین از نبود تایر صحبت می‌کنند و دارندگان خودروهای سواری از گرانی که دامنگیر این حوزه شده، حرف به میان می‌آورند. در مورد تایرهای سنگین واردات صورت گرفت و از طرفی سازمان اموال تملیکی هم می‌خواهد انبار لاستیک خود را (۳۲ هزار حلقه لاستیک) برای ورود به بازار خالی کند. بر این اساس ۶۰ کانتینر انواع لاستیک خودروهای سنگین با تعرفه ۵۰ درصدی از گمرک شهید رجایی بندرعباس ترخیص شد و عملیات گمرکی ترخیص ۱۵۰ کانتینر لاستیک خودروهای سبک و سنگین هم صورت می‌گیرد.

آنگونه که محمدرضا گنجی، رئیس انجمن صنفی صنعت تایر می‌گوید: تولیدکنندگان تاییر ارز دولتی می‌گیرند لذا هیچ‌کدام قیمت‌های خود را بالا نبرند. حتی طی ۵ سال گذشته قیمت‌ها کلاً ۹ درصد گران شده است. متأسفانه توزیع کنندگان باعث افزایش قیمت در این حوزه شدند.

ضعف خدمات از ناهماهنگی در واردات
نشأت می‌گیرد

وقتی دولت بدون مشورت با انجمن‌ها و فعالان یک بخش، تصمیمات عجیب و غریب می‌گیرد، نتیجه آن می‌شود کمبود قطعه و نارسانی در خدمت‌رسانی به مشتریان که این روزها در شرکت‌های واردکننده خودرو نیز دیده می‌شود. فرهاد احتشام‌زاده، رئیس سابق انجمن واردکنندگان خودرو در گفت‌وگو با خبرنگار پرسین خودرو با بیان این مطلب گفت: مشکل کمبود قطعه برای بحث خدمات پس از فروش تنها مختص خودرو نیست بلکه سایر کالاهایی که نیاز به خدمات و تعویض قطعه دارند نیز مشابه این مشکل را داشته و متأسفانه این مشکل در آینده بیشتر به چشم خواهد آمد.

وی ادامه داد: شرکت‌ها، کالاها و قطعات مورد نیاز خود را ثبت سفارش و وارد کرده‌اند، اما این کالاها به دلیل مشکل ترخیص و قیمت ارز در گمرکات کشور خاک می‌خورد.

احتشام‌زاده تصریح کرد: نبود هماهنگی لازم میان دستگاه‌های

درگیر در موضوع واردات مانند گمرک، وزارت صمت، دفتر مقررات و بانک مرکزی دلیل این نابسامانی در حوزه واردات قطعات و لوازم

مورد نیاز است.

وی با اشاره به این مطلب که یکسری از تصمیمات کلان باید برای رفع مشکلات اخیر گرفته شود، گفت: برای سیاستگذاری‌های

کلی و یکسری تصمیمات باید کارشناسی توسط افراد خبره انجام شود اما در بدنه عملیاتی دولت این‌چنین اتفاقی رخ نمی‌دهد.

این عضو اتاق بازرگانی ایران بیان کرد: شرکت‌ها، قطعات را وارد کرده‌اند اما نمی‌دانند برای ترخیص باید ارز ۴۲۰۰ تومانی

پرداخت کنند یا براساس نرخ سامانه نیما، بازار ثانویه و بازار آزاد این محاسبه برای ایشان انجام می‌شود. همین پلاتیکلفی موجب

بروز مشکلاتی در خدمات‌رسانی به‌بینه به مشتریان شرکت‌های واردکننده شده و ایشان باید پاسخگوی مشتریان خود باشند.

وی افزود: بخش عمده هزینه خدمات خودرو مربوط به قطعه هست، شاید در حدود ۹۰ درصد، بنابراین تا زمانی که قطعه برای

ارائه وجود نداشته باشد، شرکت‌ها زبان خواهند داد و مشتریان نیز ناراضی‌تر می‌شوند.

احتشام‌زاده در پایان خاطرنشان کرد: در همان روزی که دوستان

تصمیم گرفتند برخی کالاها از جمله قطعات را در گروه ۲ و ۳ تخصیص ارز قرار داده و اهمیت این کالاها را درک نکردند، این

پیش‌بینی را کرده بودیم که در آینده‌ای نزدیک برای موضوع

آیا شاهد رشد واردات قطعات منفصله برای تولید خودرو به کشور هستیم؟



یکجانبه ایالات‌متحده آمریکا، محقق نشد و شاهد کاهش تدریجی تیراژ تولید خودروسازان از خردادماه سال جاری بودیم، اما در شرایطی روند نزولی تولید به واسطه تحریم‌های همه‌جانبه ایالات‌متحده آمریکا آغاز شده که خودروسازان بخش خصوصی با تولید محصولات مونتاژی چینی روزهای پررونی را طی می‌کنند. به این ترتیب رونق این بخش بر واردات قطعات منفصله نیز تاثیرگذار بوده؛ به‌طوری‌که ورود قطعات به کشور روند صعودی به خود گرفته است. این در شرایطی است که صنعت خودروی کشور از اواسط مردادماه بار دیگر دیوار تحریم را در مقابل خود می‌بیند، اما طبق آمار تجارت خارجی که روز گذشته از سوی گمرک منتشر شد، قطعات منفصله خودرو با ساخت ۱۴ درصدی و کمتر از ۵۳۰ درصد در شش ماه ابتدایی سال ۹۷، همواره در بین سه کالای کثیرالورود به کشور قرار دارد و این روند از اردیبهشت‌ماه سال‌جاری به دنبال اعلام رسمی ایالات‌متحده مبنی‌بسر خروج از توافق‌نامه برجام، کلید خورده است. به طوری که قطعات منفصله برای مونتاژ خودرو از خرداد تا شهریور امسال در سر لیست کالاهای وارداتی قرار داشته است. حال سوال اینجاست که چطور در شرایطی که صنعت خودروی کشور در تحریم قرار دارد، شاهد رشد واردات قطعات منفصله برای تولید خودروی سواری به کشور هستیم؟

همان‌طور که اشاره شد در شش ماه ابتدایی امسال به ۹۷۸ میلیون دلار رسیده است. دلیل این میزان کاهش به نسبت مدت مشابه سال قبل را باید در آغاز تحریم‌های خودرو از یک طرف و خروج شرکای زنجیره خودروسازی کشور از طرف دیگر جست‌وجو کرد. سال گذشته را همراه با اجرای برجام و لغو تحریم‌ها می‌توان استنارتی برای شکوفایی دوباره صنعت خودرو در سال‌جاری دانست. تولید خودروهای پسابرجامی و همچنین اعلام آمادگی برخی از شرکت‌های معتبر خودروسازی برای ورود به ایران به نوعی روزهای متفاوتی را برای این صنعت رقم زد، حال آنکه بازگشت تحریم‌ها به نوعی بازگشت یأس و ناامیدی در این صنعت را کلید زد.

اما طبق برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته و براساس فعالیت شرکت‌های خارجی در ایران، تولید یک میلیون و ۷۵۰ هزار دستگاه خودرو در سال‌جاری هدف‌گذاری شده بود. خودروسازان تلاش می‌کردند تا در سال‌جاری به ظرفیت اسمی موجود در این صنعت، که ۲ میلیون دستگاه در سال است، نزدیک شوند و در این میان مونتاژ خودروهای پسابرجامی در دو شرکت خودروساز بزرگ کشور در کنار خودروهای مونتاژی در خطوط مونتاژ شرکت‌های خصوصی نقش مهمی برای رسیدن به این هدف را ایفا می‌کردند. اتفاقی که البته با آغاز تحریم‌های

براساس آمار منتشرشده توسط گمرک در شش ماه ابتدایی سال‌جاری، قطعات منفصله برای تولید خودروهای سواری همچنان در سر لیست واردات به کشور قرار داشته است. طی این مدت در مجموع ۹۷۸ میلیون دلار انواع قطعات منفصله برای تولید خودروی سواری با حجم موتور ۲۰۰۰ سی‌سی و با ساخت داخل ۱۴ درصد و کمتر از ۳۰ درصد به کشور وارد شده است.

به گزارش پدال نیوز، این میزان در حالی در شش ماه ابتدایی سال‌جاری ثبت شده است که در پنج ماه گذشته، در مجموع ۸۸۲ میلیون دلار انواع قطعات منفصله به کشور وارد شد و این نشان‌دهنده رشد ۸/۱۰ درصدی نسبت به آمار ارائه‌شده در پنج ماه ابتدایی سال است. اما در شش ماه ابتدای امسال به نسبت پنج ماه ابتدایی سال‌جاری در مجموع ۹۶ میلیون دلار بیشتر برای واردات قطعات منفصله خودرو هزینه شده است. این در حالی است که چنانچه آمار شش‌ماه ابتدایی سال‌جاری را با مدت مشابه سال قبل مقایسه کنیم مشاهده می‌شود که واردات قطعات منفصله برای تولید خودروی سواری با کاهش همراه بوده و رشد منفی ۳۲ درصدی را تجربه کرده است. در شش ماه سال گذشته در مجموع یک میلیارد و ۴۳۸ میلیون دلار انواع قطعات منفصله به کشور وارد شد درحالی‌که این میزان با کاهش ۴۶۰ میلیون دلاری،

تکمیل طرح ساماندهی بازار خودرو با اخذ مالیات از سوداگران

معدن و تجارت و سازمان استاندارد در نظر گرفته شده است که عبارتند از:

- فراهم کردن بستر لازم به منظور حقوق فناوری‌های جدید و مستقل تولید خودرو با همکاری شرکت‌های معتبر خودروسازی جهان توسط وزارت صمت
- اجرای استانداردهای حداقلی هشتادوپنج‌گانه تولید خودرو تا پایان

سال ۹۷ توسط سازمان ملی استاندارد
به دلیل اینکه هدف اصلی این طرح تسهیل واردات خودرو و کاهش حقوق ورودی محصولات خارجی بود و با توجه به افزایش نرخ ارز و شرایط ویژه‌ای که برای کشور به وجود آمد، با تصمیم اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی این طرح به مدت شش ماه مسکوت ماند.

بازگشت طرح ساماندهی بازار خودرو

اما هفته گذشته، مسکوت ماندن طرح ساماندهی بازار خودرو در مجلس شورای اسلامی به رای گذاشته شد و با کسب ۱۳۹ رای مخالف، بار دیگر به کمیسیون برگشت تا اعضای کمیسیون صنایع در ارتباط با آن اظهارنظر کنند. هدف اصلی این طرح برطرف کردن چالش‌های فعلی صنعت خودرو است. در واقع اعضای کمیسیون صنایع مجلس به دنبال این هستند تا اصلاحاتی بر روی طرح مذکور انجام دهند.

مالیات بر عایدی سرمایه مسئله مغفول در طرح ساماندهی بازار خودرو

یکی از چالش‌های فعلی صنعت خودرو، افزایش قیمت افسارگسیخته خودروهای داخلی است. در حال حاضر یکی از عوامل اختلاف فاحش قیمت خودروهای داخلی در بازار تا کارخانه، افزایش تقاضاهای

هفته گذشته نمایندگان مجلس شورای اسلامی با مسکوت نگه داشتن طرح ساماندهی بازار خودرو مخالفت کردند؛ لذا این طرح بار دیگر به کمیسیون صنایع برگشت تا نمایندگان در ارتباط با آن اظهار نظر کنند. از آنجا که قرار است طرح ساماندهی بازار خودرو با اصلاحاتی به جریان بیفتد، ضروری است مباحث مغفول از جمله اخذ مالیات از سوداگران بازار خودرو به آن اضافه شود.

به گزارش مقاومتی نیوز، نمایندگان مجلس شورای اسلامی سوم اردیبهشت ماه یک فوریت طرح ساماندهی بازار خودرو را به تصویب رساندند؛ طرحی که ضمن توجه نسبی به ارتقای کیفی خودروهای داخلی، بر کاهش تعرفه واردات خودرو به کشور تاکید داشت. طرح موردنظر با نام کامل «تعیین ضوابط حقوق ورودی خودروهای سواری وارداتی و ساماندهی بازار خودرو» به اعضای ۲۱۷ نفر از نمایندگان مجلس شورای اسلامی رسیده بود، اما دو فوریت آن در جلسه سوم اردیبهشت ماه رای نیاورد.

توقف طرح ساماندهی بازار خودرو

اما پس از آن در تاریخ ۲۲ خردادماه یکی از اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس تصریح کرد: در نشست این کمیسیون مجلس با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت که در خردادماه برگزار شد، طرح ساماندهی بازار خودرو در دستور کار کمیسیون قرار گرفت که تعدادی از موافقین و مخالفین این طرح نقطه نظرات خود را بیان کردند. نجفی گفت: پس از مطرح شدن نظرات موافقان و مخالفان ۱۲ نفر از اعضای کمیسیون صنایع، تقاضای مسکوت ماندن این طرح به مدت شش ماه ارائه کردند که در نهایت این پیشنهاد به تصویب رسید.

در طرح ساماندهی بازار خودرو وظایف مشخصی برای وزارت صنعت،

چرا قاچاق سوخت از ایران افزایش یافته است؟

همین اختلاف قیمت باعث شده قاچاق سوخت از ایران به کشورهای نظیر پاکستان بالا رود. نرخ دلار در بازار آزاد در اوایل سال گذشته (۱۳۹۶) حدود ۲۷۵۰ تومان بود که طی ماه‌های اخیر و به خصوص بعد از خروج آمریکا از توافق هسته‌ای با قدرتهای بزرگ جهانی، افزایش نرخ ارزهای خارجی شدت یافت.

هفته گذشته و پس از صحبت‌های دونالد ترامپ، رئیس جمهور آمریکا در هفته اخیر؛ به این صورت که کارت سوخت غیر استانی از استان‌های دیگر وارد مناطق مرزی نظیر سیستان و بلوچستان می‌شود. کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا در استان سیستان و بلوچستان البته اعلام کرده تا نیمه شهریور بیش از ۶۴ هزار «کارت مهاجر متخلف» در این استان باطل شده است. هم‌زمان با بدیده قاچاق، گزارش‌هایی هم درباره افزایش مصرف سوخت در ماه‌های اخیر منتشر شده است. ایسنا به نقل از شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی به آخرین آمار موجود اشاره کرده است. بر این اساس مصرف بنزین در تیرماه به مرز ۲ میلیارد لیتر رسیده است.

بیژن نامدار زنگنه، وزیر نفت اخیراً تشدید روند قاچاق سوخت از ایران به کشورهای دیگر را مرتبط با نوسانات ارزی دانست.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، او هفته پیش گفته بود: «بانوجه به اینکه میزان قابل توجهی از قاچاق از طریق مهاجرت کارت‌های سوخت مناطق مرکزی با استان‌های مرزی صورت می‌پذیرد، تمهیداتی برای کنترل این موضوع و جلوگیری از ادامه روند سوءاستفاده از کارت‌های سوخت در دستور کار قرار گرفته است.»
زنگنه تنها کسی نبوده که اخیراً به این موضوع اشاره کرده و سازمان تعزیرات حکومتی و سایر نهادهای انتظامی هم در گزارش‌های خود به افزایش کشفیات سوخت قاچاق در پی تشدید این روند اشاره کرده‌اند. فقط در یک مورد؛ هفته گذشته ۳ ناخدا به اتهام قاچاق سوخت در استان هرمزگان ۴ میلیارد جریمه شدند؛ که اتهام آنها قاچاق ۱۸ هزار و ۵۰۰ لیتر گازوئیل بود.
قیمت بنزین در حال حاضر در ایران ۱۰۰۰ تومان است و با افزایش نرخ ارز در ماه‌های اخیر فاصله قیمت سوخت در ایران با کشورهای همسایه افزایش یافته است.

برپایی جشنواره ملی رسانه‌های دیجیتال سلامت به تعویق افتاد

برگزاری نخستین جشنواره ملی رسانه‌های دیجیتال سلامت به روزهای ۲۵ و ۲۶ مهرماه موکول شد. به گزارش ایسنا، زمان برگزاری نخستین جشنواره ملی رسانه‌های دیجیتال سلامت که قرار بود در روزهای ۱۵ و ۱۶ مهرماه سال جاری برگزار شود، به روزهای ۲۵ و ۲۶ مهرماه موکول شد. این جشنواره در ۸ محور «بازی‌های رایانه‌ای، تلفن همراه، نرم‌افزارهای رایانه‌ای، وب‌سایت و وبلاگ اطلاع‌رسانی-آموزشی، سرویس‌ها و خدمات الکترونیک سلامت، شبکه‌های اجتماعی، سامانه‌های هوشمند سلامت و هنرهای دیجیتال» برگزار خواهد شد. معرفی شتاب‌دهنده‌های سلامت، دانشگاه‌ها و دستگاه‌های برتر در حوزه تولید محتوای دیجیتال، شرکت‌های برتر در حوزه تولید محتوای دیجیتال، استارت‌آپ برتر سلامت، مقالات و پژوهش‌های مرتبط با رسانه‌های دیجیتال، کتاب و بسترهای فرهنگ‌سازی توسعه کاربری رسانه‌های دیجیتال، بخش بین‌الملل و انتخاب چهره‌های شاخص سلامت از برنامه‌های جانبی این جشنواره به شمار می‌رود.



دریچه

۳ روش موفقیت بیشتر کارگزاری‌ها در جلسات ارائه با هدف جذب مشتری

مترجم: امید گوهری

چه چیزی؟ به‌دست‌آوردن مشتریان جدید برای موفقیت هر کارگزاری اهمیت بسیاری دارد، اما ممکن است هزینه زیادی نیز در بر داشته باشد.

بنابراین چه؟ ایجاد همکاری و شناخت بهتر مخاطبان دو روش جهت جذب مشتریان جدید است.

حال چه؟ روش خودکار AYTМ راه‌حلی برای انجام مطالعات همه‌جانبه و سواده در پلتفرم شماس، برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت AYTМ مراجعه کنید.

با توجه به خیل عظیم مشتریان جدیدی که از دست می‌روند، شرکت‌ها به پیدا کردن راهایی برای در امان ماندن از شکست نیاز دارند. جذب مشتریان جدید برای موفقیت کارگزاری‌ها بسیار ضروری است، اما این امر در عین حال می‌تواند بسیار دشوار و هزینه‌بر باشد. شرکت‌ها ساعات بسیاری، حتی در تعطیلات و شب‌ها، صرف تهیه یک طرح پیشنهادی می‌کنند تا شاید بتوانند مشتری جدید جذب کنند. در یک آمارگیری توسط Cubeyou در اواخر سال ۲۰۱۵، نتیجه زیر برای یک آگهی بازرگانی توسط یک کارگزاری منتشر شد:

• انتشار این آگهی براساس ۱۰۰-۱۵۰ ساعت کاری حدود ۱۵۰۰۰ دلار برای کارگزاری‌ها هزینه داشت.

• در حالی که این هزینه‌ها بسیار متفاوت هستند، شرکت‌هایی که این کار را به پایان می‌رسانند هزینه‌ای حدود ۴۵۰۰۰ دلار به صورت مازاد خرج می‌کنند و به طور متوسط نزدیک به دو سوم کل هزینه‌ها را برای تحقیقات و برنامه‌ریزی‌های استراتژیک تخصیص می‌دهند.

• غالب کارگزاری‌ها تنها ۴۳ درصد مواقع موفق می‌شوند و این در حالی است که ۱۰ درصد کارگزاری‌های برتر ۸۵ درصد مواقع به پیروزی می‌رسند.

برخی در صنعت تبلیغات در پی پیدا کردن راه‌های کمک به کارگزاری‌هایی هستند که هزینه‌ها را خودشان برعهده دارند، اما یک مسئله کاملاً واضح وجود دارد؛ توانایی پیروزی در رقابت جذب مشتری یکی از مهم‌ترین راه‌های موفقیت یک کارگزاری است. اما چگونه می‌توانید در این شرایط بحرانی و در رقابت با شرکت‌های متعدد رقیب، پیروز شوید؟

در اینجا سه راه متفاوت برای جذب مشتری بیشتر به شما پیشنهاد می‌شود.

۱- تسلط‌باشید

یکی از معمول‌ترین شکایات در میان مشتریانی که شرکت‌های خارجی را برای ارائه خدمات انتخاب می‌کنند، عدم آگاهی کافی آنها در خدمت‌رسانی کار و سریع است. این درست است که شما یک شرکت خارجی هستید و مشتریان بسیاری از کشورهای مختلف را مدیریت می‌کنید، اما داشتن تسلط، نیازی به دانش تخصصی ندارد. برای مسلط‌بودن در وهله اول احتیاج دارید کاملاً مطلع باشید.

این آگاهی با تحقیق بر جزئیات بازار به سادگی حاصل می‌شود. با این حال بسیاری از کارگزاری‌ها تنها به کسب اطلاعات بسیار جزئی و کیفی اکتفا می‌کنند. مشارکت در انجمن‌ها و مراکز تبلیغاتی و این قبیل امور، برای افزایش دانش تئوری بسیار مفید است، اما برای بارور کردن دانش تئوری، احتیاج به اطلاعات دقیق و کمی از بازار

ایلان ماسک از ریاست هیات مدیره تسلا برکنار شد

ایلان ماسک، بنیانگذار تسلا چندی پیش اعلام کرد که قصد دارد این شرکت خودروسازی را به صورت خصوصی در بیورد و بخشی از سهام آن را به عربستان سعودی می‌فروشد. در ادامه کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا اعلام کرد که از ماسک به خاطر این تصمیم شکایت می‌کند و فرآیند خصوصی‌سازی تسلا متوقف شد. حالا ماسک خبر داده که با این کمیسیون به توافق رسیده و پرونده شکایت از او مختومه شده است.

به گزارش ورج، براساس این توافق قرار شده که ماسک ظرف ۴۵ روز آینده از سمت ریاست هیات‌مدیره تسلا کناره‌گیری کند و برای مدت سه سال نیز قادر به تصدی این پست نخواهد بود. با این حال اما این کار آفرین نابغه همچنان می‌تواند در پست مدیرعاملی تسلا به ایفای نقش بپردازد. در کنار این توافق کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا تسلا را به خاطر «نا توانی در کنترل توییت‌های ماسک» متهم شناخت. بر این اساس هم ماسک و هم شرکت تحت مدیریت وی به صورت جداگانه جریمه‌هایی به مبلغ ۲۰ میلیون دلار را پرداخت می‌کنند و این مبلغ طی یک فرآیند دادگاهی میان سرمایه‌گذاران خسارت‌دیده تسلا تقسیم می‌شود.

از آن سو تسلا نیز موظف شده که دو مدیر مستقل را برای هیات‌مدیره این شرکت معرفی نماید. این شرکت همچنین یک وکیل را به استخدام در خواهد آورد تا بر ارتباطات ماسک از جمله توییت‌هایش نظارت کند.

گفتنی است سازمان بورس و اوراق بهادار آمریکا بررسی‌هایش در مورد پرونده ماسک و تسلا را اوایل ماه اوت یعنی کمی بعد از آنکه ماسک طی توییتی از تصمیم خود برای خصوصی‌سازی این شرکت خبر داد) آغاز کرد. ماسک در آن زمان اعلام کرده بود که برای عملیاتی‌سازی این طرح خود بودجه لازم را تأمین کرده و سرمایه‌گذاران شرکت نیز حمایت خود از این مسأله را اعلام کردند.

در ادامه ماسک ملاقات‌های متعددی را با صندوق سرمایه‌گذاری عربستان سعودی انجام داد تا از این کشور برای خصوصی‌سازی تسلا کمک بگیرد، اما استدلال سازمان بورس آمریکا این بود که ماسک در زمان اعلام خبر قراردادی را با هیچ موجودیت دیگری انجام نداده و در نتیجه توییت‌هایش برای سرمایه‌گذاران «نادرست و گمراه‌کننده» بوده‌اند.



مرورگر دسکتاپ اپرا مبتنی بر اتریوم منتشر شد

حاضر تنها برخی به این نسخه دسترسی دارند؛ این افراد به نسخه جدید دسکتاپ دسترسی دارند و می‌توانند کیف پول دسکتاپ خود را با مرورگر گوشی هوشمند اندرویدی اپرا همگام‌سازی کنند. این بدان معنی است

که هر زمان کاربر در پی انجام یک تراکنش یا ارسال پیمانی در اتریوم باشد، گوشی هوشمند این معامله را با دریافت اثر انگشت تأیید می‌کند. اپرا معتقد است که رمزهای خصوصی کیف پول در سخت‌افزار گوشی هوشمند ذخیره می‌شوند و هرگز انتقال نمی‌یابند. به همین دلیل، این روشی نسبتاً امن برای ذخیره‌سازی ارز رمزنگاری‌شده است؛ هرچند راه‌های بهتری برای حفظ امنیت ارزهای رمزنگاری‌شده نسبت به مدیریت آن‌ها در گوشی هوشمند وجود دارد. مرورگر Opera Labs، از ارزهای رمزنگاری شده و اپلیکیشن‌های مبتنی بر

اتریوم پشتیبانی می‌کند. یکی از سخنگویان اپرا در این باره به هارد فورک گفت که اپرا علاقمند به توسعه‌ی ویژگی‌های مبتنی بر ارز رمزنگاری‌شده در سایر شبکه‌های بلاک‌چین است.

اپرا پس از وعده‌های اولیه برای انتشار نسخه‌ای جدید از مرورگر خود، حال این مرورگر را منتشر کرده که یک کیف الکترونیک مخصوص ارزهای رمزنگاری شده به همراه دارد. به گزارش زومیت، اپرا تجربه بهتر و جدیدتری

در اختیار علاقه‌مندان به ارز رمزنگاری‌شده قرار می‌دهد. در ماه اگوست (مردادماه)، اپرا وعده داده بود که به‌زودی نسخه دسکتاپ مرورگر تخصصی خود را به‌همراه کیف پول داخلی برای ارز رمزنگاری‌شده معرفی خواهد کرد. براساس آخرین خبرها، اپرا وعده خود را عملی کرده است و نسخه دسکتاپ مرورگر اپرا را منتشر کرده که در اختیار شمار محدودی از بتا تسترها قرار داده است. کاربران می‌توانند با استفاده از این مرورگر، منابع مالی خودشان را در اتریوم مدیریت کنند و در عین حال، از اپلیکیشن‌های غیرمتمرکز (dApps) در آن شبکه استفاده کنند. اپرا، نام این مرورگر

مبتنی بر ارز رمزنگاری‌شده را مرورگر Opera Labs نامگذاری کرده است تا آن را از پرچمدار معرفی‌شده قبلی متمایز کند. کاربران عادی باید منتظر انتشار رسمی نسخه مرورگر دسکتاپ اپرا باشند. در حال

کارهای خلاق که شامل؛ خدمات مدیریت مالکیت فکری، خدمات رهبری و توسعه سرمایه انسانی اعم از تیم‌سازی و ارتقای توانمندی‌های شغلی، تدوین و انتشار گزارش‌های سیاستی در حوزه صنایع خلاق، همکاری با

معاونت علمی و فناوری برای اخذ تأییدیه همکاری به عنوان کارگزار معاونت، ارائه خدمات حقوقی و ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها و خدمات منتورینگ و مشاوره تأسیس و توسعه استارت‌آپ و معرفی به مرکز رشد، می‌شود، اقدام به تأسیس «مرکز مطالعات نوآوری صنایع خلاق» کرده است.

در همین راستا این مرکز از زمستان گذشته برنامه‌های آموزشی و ترویجی خود را در حوزه نوآوری با عنوان «کافه دانشجو» آغاز کرد که با استقبال دانشجویان همراه شد. از همین رو، با هماهنگی بیشتر با مدیریت فناوری دانشگاه علم و صنعت

به‌گسترش فعالیت‌های خود در سال تحصیلی جاری پرداخته است تا علاوه بر برنامه‌های ترویجی-آموزشی، رویدادهای استارت‌آپی حوزه فنی-مهندسی را نیز برگزار کند.

جهاددانشگاهی واحد علم و صنعت اقدام به تأسیس «مرکز مطالعات نوآوری صنایع خلاق» کرده است. به گزارش ایسنا، در زیست بوم کارآفرینی، مراکز نوآوری برای ایجاد، توسعه و رشد کسب‌وکارهای کوچک

و دانش‌بنیان تأسیس می‌شوند. از آنجایی که توسعه فضای نوآوری و ایجاد درک مناسبی از مفاهیمی همچون تولید ایده، غربالگری ایده، ایده‌پروری، توسعه مفهومی و تست محصول اولیه، تیم‌سازی، استراتژی توسعه و بازاریابی جزو گام‌های اولیه برای تولید زیست بوم کارآفرینی محسوب می‌شود مراکز نوآوری به‌عنوان متولیان شبکه‌سازی و ارائه برخی خدمات جانبی برای هسته‌های فن‌آور و کارآفرینان شرکت‌های کوچک معرفی می‌شوند. بر همین اساس معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی واحد علم و صنعت ایران به‌عنوان بازوی دانشجویی واحد، با توجه به

اهمیت اشتغال و کارآفرینی دانشجویان و با همکاری معاونت علمی ریاست جمهوری و سازمان تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی و به منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای مربوط به توسعه کسب و



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران برگزار می کند

رویداد گردشگری و تحول دیجیتال

معاونت کسب و کار اتاق بازرگانی تهران، سومین رویداد نوآفرین خود را با عنوان گردشگری و تحول دیجیتال دهم مهرماه جاری برگزار می کند. به مناسبت نامگذاری روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۸ با عنوان «گردشگری و تحول دیجیتال»، معاونت کسب و کار اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در راستای مأموریت های خود در توانمندسازی نوآورانه و فنآورانه جامعه اقتصادی کشور و با هدف گسترش دانش فعالان اقتصادی در حوزه گردشگری، سومین رویداد نوآفرین را با موضوع «گردشگری و تحول دیجیتال» برگزار می کند. در این رویداد سخنرانان مدعو به تشریح «پارادایم شیفت و نقش مدیریت نوآوری در اقتصاد جدید»، «تحول دیجیتال و چشم انداز آن در سفر و گردشگری»، «بهرمندی کسب و کارها از تحول دیجیتال در صنعت گردشگری» و «تأثیرات مثبت ابزارهای دیجیتال در سفرهای تجربه محور برای انواع مسافران خواهند پرداخت.



یادداشت

مدیریت جانبی و تغییر تیم های بازاریابی دیجیتال

است. این آزمایش ها دقیقاً سبب خواهند شد استراتژی محتوایی برنده را پیدا کنید. به یاد داشته باشید، حذف یک محتوا، مقاله، صفحه ورودی و یا عایدی، به سادگی منتشر کردن آن است. آیا امکان شکست وجود خواهد داشت؟ البته، هدف اصلی کاهش ریسک پذیری سازمانی است، بنابراین باید روش های موفقیت آمیز را فرا بگیرید.

رهبران جانبی باید گزارش هایی ساده ارائه دهند

در این جهان، دو نوع داشبورد بازاریابی وجود دارد: یک دسته که به تیم های اجرایی برای درک فعالیت های داخلی بازاریابی کمک می کند و دسته دیگر که در واقع فعالیت های بازاریابی را اطلاع رسانی می کند. تیم های بازاریابی از گروه اول متفرند و همواره طرفدار گروه دوم هستند. در این صورت چرا کسی باید به دنبال ساخت گروه اول باشد؟ به این دلیل که رهبری سلسله مراتبی عموماً خواهان «وضوح» است. من بسیاری از تیم ها را مشاهده کرده ام که ساعت های بسیاری را صرف ایده پردازی یک داشبورد می کنند و در نهایت متوجه می شوند که هیچ کس از آن برای اطلاع رسانی فعالیت های بازاریابی استفاده نمی کند. این سبک از «متریک های دفاعی» باعث هدر رفتن بسیاری از زمان و منابع می شوند. تیم ها باید مسئول نتایج باشند و نه متریک ها و این دقیقاً چیزی است که در میان بازاریابانی که مدیریت جانبی دارند، مشاهده می کنید. آنها نگران اعدادی هستند که تصمیم گیری های روزانه ایشان به آنها وابسته است. پیشنهاد من این است که تیم های بازاریابی هیچ گاه بیش از چهار شاخص عملکرد را گزارش ندهند. این گزارش شامل نشانه هایی مانند حالت ها، موقعیت کلیدواژه ها، ترافیک کانال و در نهایت مباحثه می شود. هر مطلبی بیشتر از آن یقیناً مزاح خواهد بود.

رهبران جانبی «برای شتاب بیشتر، ابتدا آهسته حرکت می کنند»
رهبران عمومی به برنامه ریزی، زمان بندی و واگذاری مسئولیت های دشوار به تیم خود علاقه دارند. من کاملاً دلیل این کار را درک می کنم، اما عموماً این اتفاق سبب خواهد شد صاهایی که در آینده مهم تلقی خواهند شد، نادیده گرفته شوند. به گفته جی کانگر (Jay Conger)، پروفیسور رفتار تشکیلاتی در دانشکده تجاری لندن، بهترین روش «تعهد و حمایت از نتیجه دلخواه و دعوت برای مشارکت افراد در تعریف فرآیند، به منظور رسیدن به آن هدف» است. این روش جانبی به تیم های بازاریابی اجازه خواهد داد در ابتدای کار سخنان تمامی سهامداران و همکاران را بشنوند. با وجود اینکه بیشتر این تلاش ها در ابتدا بسیار بی نظم و سطحی به نظر می رسند، اما در بلندمدت اکثراً بسیار سریع تر عمل خواهند کرد، زیرا اعتراضات پیشتر شنیده شده و توافق های لازم به دست آمده اند. به عبارتی دیگر، یکپارچه سازی نیروهای محرک در یک ائتلاف قدرتمند و چندمنظوره، شکل گرفته است. اگر شما از حرکت با سرعت پایین نگران هستید، به شما پیشنهاد می کنم یک لیست از کارهایی که حتماً باید صورت پذیرند را جمع آوری، از سندیکاشدن آنها اطمینان پیدا کنید و سپس آنها را کنار بگذارید. این روش به تیم شما اجازه خواهد داد به جای قرار گرفتن در یک چارچوب فشار و تقاضای سریع، خلاقانه تر فکر کنند.

رهبری جانبی، سود نهایی

مدیریت جانبی یک روش تحلیل شده سلسله مراتبی تشکیلاتی است که برای هر قسمت از تشکیلات شما سودمند خواهد بود. البته اهمیت آن در زمینه رشد بازاریابی، که نیازمند سرعت، بازده، ارتباطات واضح و همکاری است، بیشتر از سایر زمینه ها است. در تجربه من، رهبری جانبی معمولاً تفاوت میان برنامه های بازاریابی موفق و شکست خورده است.

منبع: forbes

مترجم: اشکان کوشش

ایده مدیریت جانبی موضوع جدیدی نیست. برای چندین دهه، مجله های تجاری و روانشناسان تشکیلاتی از آن به عنوان راه آینده یاد کرده اند. تحقیق اخیر در McKinsey نشان می دهد مدیریت جانبی می تواند «تجارت و زندگی حرفه ای شما را بهبود بخشد». مدیریت جانبی ایده ای برای همگانی کردن یک تئوری است. هر مدیرعاملی به شما خواهد گفت که چارت های هرمی تشکیلاتی در حال منسوخ شدن هستند و در عین حال، شبکه سازی و ایجاد یکپارچگی مهارت های مهمی به حساب می آیند. احتمالاً شما خواهید گفت، «همه انسانها یک رهبر هستند». اما به حرف من گوش کنید؛ مدیریت جانبی تنها تکرار مکررات نیست، بلکه تعریفی دقیق است از اینکه چگونه می توان به تأثیرات موفق بازاریابی رسید. اگر تیم شما از این روش استفاده نمی کند، به شما اطمینان می دهم تلاش های شما در زمینه های بازاریابی از جمله بهینه سازی موتور جستجو، بازاریابی محتوا و بازاریابی رشد، بازده کامل را نخواهد داشت. به عبارتی دیگر، بازاریابان عموماً به این دلیل به اهداف خود نمی رسند که تیم آنها پویایی لازم را ندارد. من به صورت روزانه شاهد از دست رفتن فرصت های بزرگ هستم و شخصاً بیشتر و بیشتر بر روش های مدیریت و چگونگی موفقیت تلاش تیم بازاریابی کار می کنم. در ادامه به چهار روش که در بازاریابی دیجیتال و به وسیله مدیریت جانبی به موفقیت می رسند، اشاره خواهم کرد. امیدوارم این موارد در ایجاد تغییرات در تیم های بازرگانی تأثیر گذار باشند.

رهبران جانبی به صورت مستقیم از تباط برقرار می کنند

رهبران سنتی به وسیله مدیران سطح پایین تر اطلاعات را منتقل می کنند و وظیفه این افراد برقراری ارتباط با رهبران تیم های دیگر و انتقال دستورات است. این روش از برقراری ارتباط باعث خواهد شد همکاری های فردی کاهش یابند و ایده های خوب نیز از دست بروند. این اتفاق در تشکیلات بزرگ و همچنین استارت آپ ها نیز اتفاق می افتد. در تمامی شرایط ممکن، بازاریابان باید برای همکاری مستقیم با تیم های دیگر تشویق شوند. این روش سبب خواهد شد ایده های جدید رشد و پیشرفت کنند و مشکلات احتمالی نیز به سرعت نمایان شوند. شما از تعداد اشتباهاتی که به وسیله همکاری تیم ها از آنها جلوگیری می شود، شگفت زده خواهید شد. به طور کلی، ارتباط با پهنای باند بیشتر به دلایلی واضح، پربازده است.

رهبران جانبی ریسک پذیر تر هستند

همه از ایده «شکست سریع» استقبال می کنند، اما من در تجارت های دنیای واقعی شاهد تیم هایی هستم که به صورت ناموفق تاکتیک های جدید بازاریابی را پیاده سازی می کنند؛ حتی بدتر از آن، از بهترین و مهیج ترین ایده های خود استفاده نمی کنند. این سبک از محافظه کاری در مدل های رهبری عمومی منطقی به نظر می آید. چرا مدیران هنگامی که مسئول تمامی شکست های آینده تیم شان هستند، باید دست به ریسک های بزرگ بزنند؟ هیچ کس نمی خواهد شهرت خود را به خصوص در زمینه مغفلی به خطر بیندازد. در بیشتر تشکیلات بوروکراتیک که لایه های زیاد مدیریت در تمامی تصمیم گیری ها دخیل هستند، اغلب تأیید از جانب سهامدارانی که درک صحیحی از فعالیت های محرک و روبه جلو ندارند، مورد نیاز است. راه حل بسیار ساده است: بازاریابان دیجیتالی به خودمختاری بیشتری نیاز دارند. تیم ها باید سهامداران را شناسایی و با آنها مذاکره کنند و به صورت سنتی از پروتکل های بالا به پایین استفاده نکنند. این امر در میان ایده هایی که به پیشبرد تاریخچه یک برند کمک می کنند، از اهمیت ویژه ای برخوردار



خرید دین بانک ملی ایران، فرصتی ویژه برای صاحبان کسب و کار و بنگاه ها

اعتباری سالانه صورت می گیرد که همه مشتریان بانک در همه بخش ها می توانند از این تسهیلات استفاده کنند.

پرداخت تسهیلات خرید دین بابت اسناد تجاری حاصل از فروش محصولات بنگاه های تولیدی پس از بررسی صورت های مالی حسابرسی شده و با رعایت آیین نامه ها و دستورالعمل های مربوط به تسهیلات سرمایه در گردش تا سقف ۷۰ درصد فروش سال گذشته بنگاه های تولیدی قابل پرداخت است.

ملاک تعیین سقف پرداخت تسهیلات خرید دین در واحدهای اقتصادی غیرتولیدی نیز روند عملیات خرید و فروش با در نظر گرفتن حجم حسابها و اسناد دریافتی اعم از تجاری یا غیرتجاری هر بنگاه در صورت های مالی حسابرسی شده و یا اظهارنامه های مالیاتی خواهد بود.

خرید دین اسناد تجاری هم بر پایه روش ارزش فعلی اسناد با سررسید آتی صورت می گیرد و در محاسبات مربوط به سود، اصل تسهیلات ملاک عمل خواهد بود.

با تسهیلات خرید دین بانک ملی ایران، صاحبان کسب و کار و بنگاه های اقتصادی می توانند نقدینگی اوراق و اسناد تجاری خود را پیش از سررسید دریافت کنند.

به گزارش روابط عمومی بانک ملی ایران، تسهیلات خرید دین خدمتی به اشخاص حقیقی و حقوقی است که نیازمند نقدینگی هستند، اما اوراق و اسناد تجاری آنها دارای مهلت پرداخت دیرتری نسبت به زمان مورد نیازشان است. در این روش بانک، دین مدت دار بدهکار را به کمتر از مبلغ اسمی و درج شده در متن اسناد و اوراق تجاری مانند چک و سفته به صورت نقدی از داین و مشتری خریداری می کند بدین ترتیب مشتری می تواند زودتر از موعد مقرر نقدینگی مورد نیاز خود را به دست آورد.

خرید دین به منظور ایجاد تسهیلات لازم برای تمامی بخش های اقتصادی قابل انجام است و در چارچوب ضوابط و مقررات و با رعایت دستورالعمل ها و آیین نامه های بخش اعتباری از جمله آیین نامه تسهیلات و تعهدات کلان، اشخاص مرتبط و همچنین سیاست

شبکه سازی استار تاپ های فرهنگ، مهم ترین برنامه بخش استار تاپ نمایشگاه

استار تاپ ها برای حضور در دوازدهمین نمایشگاه بین المللی رسانه های دیجیتال چیست؟ یکی از مهم ترین برنامه های ما در بخش استار تاپ های نمایشگاه، شبکه سازی و اتصال بین اجزای اکوسیستم استار تاپ های

حوزه فرهنگ و هنر با یکدیگر است که در این بخش انتقال تجربه و اتصال بین موسسین استار تاپ ها با یکدیگر و با شبکه سرمایه گذارهای خطرپذیر این حوزه خواهیم داشت. همچنین در نشست های غیررسمی تخصصی بین آنها و مسئولین دستگاه های اجرایی دولتی برای حل مساله های آنها تلاش هایی خواهیم داشت. امسال در کمیته شما چه نوآوری و خلاقیتی نسبت به سال گذشته وجود دارد؟ برای دوره دوازدهم نمایشگاه رسانه های دیجیتال سعی کردیم فضای متفاوتی در بخش استار تاپ ها داشته باشیم و واقع یکی از نوآوری های ما در این بخش کافه کارآفرینی است که باتوق و بستری برای شبکه سازی استار تاپ ها است که فکر می کنم در نوع خود از لحاظ چیدمان و کارکرد منحصر به فرد باشد.

رحیم سرهنگی گفت یکی از مهم ترین برنامه های ما در بخش استار تاپ های نمایشگاه، شبکه سازی و اتصال بین اجزای اکوسیستم استار تاپ های حوزه فرهنگ و هنر با یکدیگر است. به گزارش خبرگزاری

مهر به نقل از روابط عمومی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال، دوازدهمین نمایشگاه بین المللی رسانه های دیجیتال از نهم تا پانزدهم آبان ماه در مصلی برگزار می شود اما این نمایشگاه در بخش ها و کمیته های مختلفی تقسیم شده است که هر بخش و کمیته مربوطه تدابیر جدیدی را برای نمایشگاه این دوره اتخاذ کرده است. از این رو با مدیران هر بخش گفت و گویی در زمینه اقدامات جدید این دوره و راه های ارتباط موثر با کشورها و جذب سرمایه گذاران خواهیم داشت. در همین راستا با رحیم سرهنگی مدیر کمیته استار تاپ ها در دوازدهمین نمایشگاه بین المللی رسانه های دیجیتال که مدیرکل توسعه کارآفرینی و بهره وری نیروی کار، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی را نیز برعهده دارد هم کلام شدیم. مهم ترین برنامه های شما در کمیته



ایستگاه بازاریابی

ایجاد دلهره منجر به فروش نمی‌شود

مترجم: امید گوهری

۶۰ درصد از مالکان سوپارو (Subaru) سگ دارند؛ بنابراین زمانی که در سال ۲۰۰۸ این شرکت تصمیم گرفت اسپانسر شرکت انیمال پلنت (Animal Planet) شود، تبلیغات بسیار متفاوتی ارائه داد. به طور مثال یکی از آنها نشان می‌داد رانندگان با دیگر خودروها در برف سنگینی گیر کرده‌اند.

همراه با تعهد تخصیص ۲۵۰ دلار به ازای هر ماشین فروخته شده به خیریه، کمپانی متوجه شد چگونه برای مخاطب اصلی خود به واسطه علائق شخصی آنجا جذابیت ایجاد و چگونه میان آنها و سوپارو ارتباط برقرار کند.

از سال ۲۰۰۸ کمپانی کمپینی به نام «عشق» راه‌اندازی کرد که تمام ویژگی‌هایی که سوپارو با آنها شناخته می‌شود از جمله امنیت و قابلیت اعتماد بودن را گرد هم آورده بود. به جای بیان تمامی اتفاقات بدی که با نداشتن سوپارو برای مشتریان پیش می‌آید، مانند گیر کردن در برف، کمپانی شروع به صحبت از ویژگی‌های مثبتی چون همراهی حیوانات کرد.

برای بسیاری افراد رویکرد بازاریابی بر این اساس است که به مشتریان بگویند چرا باید محصول آنها را خریداری کنند، اگر محصول آنها را نخرند اتفاقات بدی می‌افتد و محصول آنها بهترین است. مشکل اینجاست که آنها متوجه تأثیر تصویر برند در بازاریابی محصول نمی‌شوند. قطعاً شما بدون استفاده از سوپارو در برف گیر می‌کنید اما اگر بخواهید محصول یک شرکت را برانید، باید راجع به آن شرکت حس مثبتی داشته باشید.

به این مسئله این‌گونه نگاه کنید: وقتی در ژانویه گذشته مشغول به گشت و گذار در یوتیوب بودید، احتمالاً آگهی‌های پراکتل اند گمبل (Procter & Gamble) را راجع به مادرنی که فعالیت‌های ورزشی کودکان خود را در رشته اسکی روی یخ از پیش‌دبستانی تا المپیک پیگیری کرده‌اند، دیده‌اید. بعد از این تبلیغ در مورد کمپانی چه فکری می‌کنید؟ این تبلیغ هیچ یک از محصولات اصلی شرکت مانند مایع دستشویی یا تنقلات بعد از مدرسه را مطرح نمی‌کند، اما احتمالاً بعد از مشاهده آن نظر بهتری نسبت به این مجموعه دارید. این تبلیغ از مادران حمایت و حس خوبی القا می‌کند. شما احساس بهتری نسبت به کمپانی پیدا می‌کنید و اکنون تمایل بیشتری به خرید از آن دارید.

یکی از مثال‌های ساده برند داو (Dove) است. کمپین «زیبایی واقعی» این شرکت نشان‌دهنده زنان با خصوصیات مختلف از جمله ظاهر، سبزی، رنگ پوست و هنرمندی است که آنان را آنطور که خود می‌گویند، تصویر می‌کند. هیچ کدام از آن تبلیغات به صابون مرتبط نیست و صرفاً بر روی برند تمرکز دارد. داو بیشتر تمایل دارد مخاطبانش پیام عشق و پذیرش را دریافت کنند؛ البته با این باور که فروش به دنبال آن خواهد آمد.

در بخش فناوری، پیام اسلک (Slack) بابت فضای مثبت‌تر شناخته شده و به طور غیرمنتظره‌ای در رتبه اول شرکت‌های حوزه نرم‌افزار کشور آمریکا قرار گرفته است.

عکس این مثال‌ها چیست؟ نگاهی به لایفلاک (Lifelock) ببیندیم. تمامی مدل حفاظتی شرکت بر پایه ترس است؛ ترس اینکه هویت مصرف‌کنندگان در صورت عدم پرداخت حق عضویت ۴۰ دلاری در ماه درزیده می‌شود. این تصور پس از تخلف اکویفکس (Equifax) در سال ۲۰۱۷ و فضای دلهره‌آور موجود در تبلیغات به وجود آمد. این ترس در اواخر سال ۲۰۱۵ و جریمه ۱۰۰ میلیون دلاری شرکت از جانب کمیته تجارت فدرال (FTC) به دلیل محتوای مجرمانه تبلیغات شرکت، نمود پیدا کرد؛ جریمه‌ای که ۶۸ میلیون دلار آن از طرف مشتریان و عکس‌العمل مقتضی آنها در برابر محتوای تبلیغات صورت گرفت.

شرکت‌های فعال در حوزه امنیت خانه بهترین مثال برای فروش براساس ایجاد علاقه و یا فروش براساس ایجاد دلهره در کاربران هستند. به این دو تبلیغ از نست (Nest) و برینکس (Brinks) توجه کنید. هر دو شرکت محصولی مشابه را به فروش می‌رسانند، اما تفاوت موجود میان تبلیغاتشان به شیوه‌ای آزاردهنده مشهود است. حال که این دو تبلیغ را مشاهده کردید، تمایل دارید از کدام یک خرید کنید؟

درست است که فروش براساس ایجاد علاقه در اغلب شرایط ثمربخش است، اما وضعیت متفاوتی نیز وجود دارد. در برخی تبلیغات، هدف اصلی دور کردن کاربران از یک مورد خاص است که ایجاد دلهره به این امر کمک می‌کند. به شرکت‌های فعال در حوزه دوری از اعتیاد دقت کنید. تصاویر موجود بر روی پاکت‌های سیگار محلی از بحث‌های طولانی است، اما مطالعات مربوطه نشان می‌دهند تصاویر موجود، به دوری مردم از خرید سیگار کمک می‌کنند.

اگر می‌خواهید کاربران اقدام به کاری کنند، از ایجاد علاقه و اگر می‌خواهید از چیزی دوری کنند، از ایجاد ترس و دلهره استفاده کنید.

در نهایت تمام این مباحث به چه چیزی ختم می‌شوند؟ هدف تبلیغات همان قدر که به تحکیم جایگاه یک برند مربوط می‌شود، فروش محصول و خدمات نیز است. جان، مدیر تبلیغات برند جدید اوبر (Uber) در ۲۰۱۷ Hubspot's INBOUND گفت، هدف از ایجاد حس مثبت در کاربران، تبدیل آنان به مشتریان است. برای بسیاری کسب و کارها حفظ یک مشتری از به دست آوردن مشتری جدید ساده‌تر است. در نتیجه باید در میان مشتریان حسی بر مبنای علاقه و نه ترس، ایجاد کرد.

به بیان ساده‌تر بازاریابی برند یک کلید است. خصیصه‌های مختلف مهم هستند اما نگاه‌داشتن مشتریان به شدت به تصویر آنها از برند شما بستگی دارد. باید مطمئن باشید مشتریان برند شما را در یک نقطه امن قرار داده‌اند و در هنگام نیاز و در آینده به آن مراجعه می‌کنند. این اتفاق در شرایطی می‌افتد که آنها ذهنیت دقیقی از خصیصه‌های گنجانده شده در تبلیغات شما به یاد نمی‌آورند. تصویرسازی این مسئله که خرید خودرو از شرکت رقیب شما منجر به حادثه رانندگی ناشی از لیز خوردن در برف می‌شود، احتمالاً دستاورد چندانی برای شما نخواهد داشت، اما اگر تصویری بسازید مبنی بر اینکه می‌توانید یک توله سگ را در آخر هفته به آفرود ببرید، ثمربخش خواهد بود.

منبع: entrepreneur

۵ نکته مهم بازاریابی بصری که باید بدانیم



به دلیل توسعه سریع و روز به روز بازاریابی مبتنی بر محتوای بصری باید در این زمینه کاملاً سریع و با دقت عمل کنیم. توجه داشته باشید که هر محتوای بصری بیانگر داستان ویژه برندتان است. به این ترتیب اشتباه در طراحی حتی یکی از آنها تا مدت نسبتاً طولانی تأثیر منفی بر روی مخاطب خواهد داشت.

۲. کمپین بازاریابی شما نیاز به راهنمای محتوای بصری دارد

به منظور خلق یک کمپین بازاریابی تأثیرگذار نقطه شروع‌تان باید ایجاد راهنمای تصاویرتان باشد. این راهنما نه تنها شامل چگونگی تولید محتوای بصری در شرکت‌تان است، بلکه محل قرارگیری هر محتوای ویژه‌ای را هم مشخص می‌کند.

براساس عقیده لازار راهنمای برند تجربه مطلوب و لذت‌بخش مشتریان را تضمین خواهد کرد. به این ترتیب شما از بازنمایی تصویر دلخواه برندتان در نزد مشتریان مطمئن خواهید شد. در بسیاری از مواقع ناآگاهی مخاطب نسبت به ویژگی‌های محتوای بصری ما موجب بی‌علاقگی آنها می‌شود. تجربه مشترک همه ما در زمینه تکراری خواندن بسیاری از تبلیغات و کمپین‌ها به خوبی گویای این حقیقت است. توصیه لازار در اینجا بر روی آگاه‌سازی مشتریان نسبت به محتوای بصری‌مان است. همچنین این اطلاعات راهنما باید در اختیار اعضای جدید تیم طراحی تصاویر و جلوه‌های گرافیکی نیز قرار گیرد. به طور معمول برای مخاطب افزودن متنی کوتاه در حکم راهنما عمل خواهد کرد.

به عقیده لازار سه ویژگی اصلی برندسازی مبتنی بر محتوای بصری دقت، تداوم و خلاقیت است. هرگاه یکی از این سه اصل دچار مشکل شود، چالشی در زمینه بازاریابی و تبلیغات ما به وجود خواهد آمد.

۳. کمپین بازاریابی‌تان را شلوغ نکنید

وقتی محصول جدید یا داستان تازه و جذابی دارید، تمایل به اشتراک‌گذاری حد اکثر اطلاعات ممکن طبیعی است. با این حال حساسیت بر روی محتوای کمپین‌های‌مان رمز موفقیت در زمینه بازاریابی و تبلیغات است. به این ترتیب باید با دقت تمام و پس از بررسی‌های چندباره هر محتوا آن را در کمپین‌مان قرار دهیم.

لازار در زمینه مشکلات کمپین‌های شلوغ به نکات جالبی اشاره دارد: «مشتریان همیشه به دنبال راهکارهای ساده برای کسب اطلاعات مفید هستند. اشتباه رایج بسیاری از برندها نیز در حوزه تبلیغات انتخاب طرح‌های شلوغ برای کمپین‌ها و مطالب سایت‌شان است. به این ترتیب بخش زیادی از مطالب مورد بی‌توجهی مخاطب قرار می‌گیرد.» در اینجا راه‌حل تمرکز بر روی نیازهای مشتریان و پرداختن به مهم‌ترین آنهاست.

مزیت محتوای بصری در اینجا نیز مشهود است. در حقیقت محتوای بصری دشواری و پیچیدگی‌های سایر فرمت‌ها را ندارد. مخاطب فقط با یک نگاه ساده قادر به فهم نکات اصلی یک بنر تبلیغاتی است. بی‌شک این امر در مورد یک مقاله نسبتاً کوتاه صدق نمی‌کند.

۴. تمام فرآیندهای بازاریابی‌تان نیاز به اندازه‌گیری دارند

درست به مانند هر المان دیگری از فرآیند بازاریابی شما، بخش بصری کمپین بازاریابی و تبلیغاتی شما نیز باید به دقت مورد ارزیابی و اندازه‌گیری قرار گیرد. به طور معمول سیستم A/B برای فهم میزان موفقیت هر کدام از بخش‌های کمپین بسیار موثر است. در مورد کمپین‌های فیزیکی که دارای المان‌های چاپی هستند، پرسش

کاترین پالچوگ تولیدکننده مستقل محتوا و برادرزاده‌ی زمینه‌کسب‌کارهای کوچک ترجمه: علی آل‌علی

هر برندی در تمام مدت فعالیتش در تعامل کامل با تصاویر گوناگون است. برند شما نیز از تصاویر مختلفی برای تقویت جلوه حرفه‌ای خود استفاده می‌کند. از رنگ و فونت گرفته تا لوگو و تصویر اصلی بردمان، همگی محل تلاقی جلوه‌های بصری و کسب‌کار است. در حوزه بازاریابی همین المان‌های بصری نقش مهمی در کمپین‌های شما خواهند داشت، بنابراین باید نگاه دقیق‌تری به آنها داشته باشیم.

اریک لازار، رئیس شرکت SpeedPro Chicago Loop (فعال در زمینه گرافیک و تصویرسازی که هم با برندهای بزرگ و هم با افراد خصوصی همکاری دارد)، نظر جالبی در مورد اهمیت جلوه‌های بصری در بازاریابی دارد: «برندسازی مبتنی بر جلوه‌های بصری تمام جلوه‌های یک برند را به مرحله‌ای بالاتر از سطح فعلی‌شان منتقل می‌کند». برند اریک در زمینه جلب رضایت مشتریان استراتژی خلاقانه‌ای دارد. به این ترتیب به جای تأکید بر روی سابقه موفق در زمینه همکاری با برندهای بزرگ، طراحی بنرهای مختلف و اضافه‌کاری‌های پر دردسر آنها به ارائه ضمانت به مشتریان اکتفا می‌کنند. ماهیت این ضمانت بر روی تأثیرگذاری تمام المان‌های هر طرح SpeedPro است. دلیل این تضمین نیز اعتماد شرکت به کارمندان‌اش است. به خاطر سنخ فعالیت‌های نوآورانه برند اریک لازار نام وی با خلاقیت و ایده‌پردازی نوین در زمینه بازاریابی گره خورده است: «در زمینه برندسازی ما باید احساس‌های مختلفی همانند مزه، صدا، بو و حتی احساس استفاده محصولات‌مان را به مخاطب عرضه کنیم. گاهی اوقات یک تصویر به گونه‌ای کاملاً رضایت‌بخش این کار را برای ما انجام می‌دهد. در واقع یک تصویر توانایی بیان هزاران کلمه را دارد».

بی‌شک استفاده از توصیه‌های فردی مانند لازار برای توسعه کسب‌کار بسیاری از ما در زمینه برندسازی و بازاریابی حیاتی خواهد بود. به همین خاطر در این مقاله من به گفت‌وگو و مصاحبه با اریک لازار پرداخته‌ام. نتیجه این گفت‌وگو در پنج بخش کاربردی در اختیار شما قرار می‌گیرد. اجازه دهید به هر کدام از این بخش‌ها بپردازیم.

۱. طراحی بصری بخشی از برندتان است

نشانه‌های بصری شاید یکی از مهم‌ترین فاکتورها در زمینه بازاریابی و تبلیغات باشد. به گفته لازار محتوای بصری ترکیبی از رنگ، فونت، گرافیک، عمق و متن است، به گونه‌ای که توان جلب توجه مخاطب و اقتناع وی را داشته باشد. در حقیقت یک طرح بصری ایده‌آل باید توانایی برانگیختن احساسات مخاطب را دارا باشد.

مزیت اصلی طرح‌های گرافیکی موفق تأثیرگذاری سریع بر روی مخاطب است. بر این اساس شاید کاربران امروزی علاقه چندانی به مطالعه مقالات یا شنیدن پادکستی صوتی نداشته باشند، با این حال همیشه زمان کافی برای مشاهده گذاری یک طرح گرافیکی را دارند. اجازه دهید به نظر اریک در این زمینه توجه کنیم: «۹۰ درصد فرآیندهای خرید از طریق فوران احساسات صورت می‌گیرد. بر این اساس تأثیرگذاری احساسی و عاطفی بر روی مخاطب در درجه نخست اهمیت قرار دارد. برای بسیاری از مخاطب‌ها با تحویل‌ات معمولی جلوه‌های بصری تنها منبع ارتباط‌شان با برندهای بزرگ و کوچک است».

