

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

میانگین سه کارت بانکی برای هر شهروند

خدا حافظی پول نقد
با جیب ایرانی‌ها

مفهوم پول در ایران و جهان امروزه در حال تغییر است. اگر زمانی ضرورت انتشار اسکناس‌های درشت‌تر برای پاسخ به نیاز جامعه مطرح می‌شد، امروزه...

۴

نوبخت بر نامه اقتصادی دولت نسبت به مواضع آمریکا
درباره برجام را تشریح کردپیش‌بینی ۳ بودجه
برای شوک‌زدایی از اقتصاد

فرصت امروز: محمداقرب نوبخت، سخنگوی دولت روز سه‌شنبه در نشست خبری خود گفت ۶٫۳ میلیارد دلار معادل ۱۸ هزار میلیارد تومان از سال ۹۳ تاکنون به مگا پروژه‌های مرزی اختصاص یافته است. وی افزود: از نتایج این طرح بزرگ ذخیره ۵ میلیارد متر مکعب آب و بهره‌برداری از ۲۷ سد و آبیگری، ۱۵ سد و سامانه انتقال اصلی ۱۱ هزار کیلومتر و ۱۳۰ کیلومتر تونل به روش مکانیزه است. وی از دیگر نتایج آن را احداث...

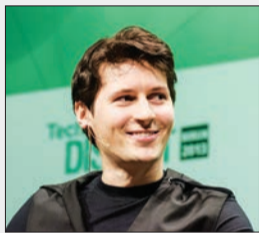
۳

طرحی برای کاهش نابرابری در دولت دوازدهم

اخذ مالیات تصاعدی بر ثروتمندان کلید می‌خورد؟

۳

مدیریت و کسب‌وکار

زبان فارسی به تلگرام
اضافه می‌شود

- مدیران موفق چه می‌کنند؟
- ۵ مهارت فنی که کسب‌وکار شما را نجات می‌دهد
- عادات مکالمه که افراد موفق تمرین می‌کنند
- قاب زیبای شرکت‌ها
- وقتی علائم راهنمایی و رانندگی تغییر می‌کنند
- استراتژی‌های تبلیغات آزمایش شده راه کارگیری

۸ تا ۱۶

نهادی سازی سیاست‌های کلی
اقتصاد مقاومتی به روایت
محمد جواد ابروانیاقتصاد مقاومتی
دکترین نظام
در حوزه اقتصاد است

۲

یادداشت

دوگانه مهارت‌سوداگری
در بازار ارز، تقویت
بنگاه‌های تولیدی و بورس

تقویت بنگاه‌های تولیدی و بورس به مهارت بازار سوداگری منتهی می‌شود. برای ارتقای ارزش پول ملی باید تولید ناخالص ملی با افزایش روه‌رو شود و برای رونق تولید باید جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در دستور کار باشد. باید تولید ملی کشور به لحاظ توجه به سهم بازار رشد کند، چرا که تولیدی که ...

یادداشت

برندسازی
رویکردی جامع‌نگر

فعالیت‌های برندسازی در سال‌های گذشته همواره مورد تأکید بسیاری از بنگاه‌ها و ...

مدیرعامل بوتیای ایرانیان اعلام کرد

پایبندی آمریکا به برجام تاثیر زیادی بر پروژه‌های ما و میدکو ندارد



احیای مستقیم که کار طراحی آن به پایان رسیده، دو سال است که منتظر تامین اعتبار خارجی این پروژه برای تکمیل آن هستیم اما با سرمایه داخلی میدکو کار اجرایی آن شروع شده است و ساخت ساختمان آن ۱۸ درصد پیشرفت داشته که واحد منحصربه‌فردی به لحاظ ظرفیت تولید دو و نیم میلیون تنی فولاد و تکنولوژی برتر تولید و صرفه‌جویی در مصرف انرژی است. مدیرعامل بوتیای ایرانیان افزود: واحد سوم ما، واحد ذوب و ریخته‌گری است که تاکنون ۳۹ درصد پیشرفت فیزیکی دارد و تمام تجهیزات لازم برای ساخت آن تامین شده، در شرایطی که اعتبار سرمایه‌گذاری خارجی آن هنوز تامین نشده اما ما تعهد داده‌ایم که این واحد را در اسفند ۹۷ به بهره‌برداری برسانیم، این تعهد با توجه به تامین‌نشدن اعتبار خارجی سنگین تلقی می‌شود اما ما باور داریم این تعهد انجام‌شدنی است زیرا سبیدی از محصولات را تولید می‌کند که علاوه بر رفع نیاز صنعت نورد کشور، قابلیت صادرات روان به دیگر کشورها را نیز دارند. خسروایراده داد: پروژه چهارم نیز نیروگاه برق سیکل ترکیبی تایپ F است؛ تاپی که در نیروگاه‌های سیکل ترکیبی تولید برق راندمانی بالای ۵۸ درصد دارد که قبل از برجام قابل اجرا در کشور نبود، اما بعد از برجام اجرایی شد. واحد پنجم نیز واحد تولید آهن و فولاد است که ظرفیتی معادل ۴۰۰ هزار تن تولید را دارد که تولیدی آن به مجتمع فولاد زرنده و مجتمع فولاد سیرجان ایرانیان ارسال می‌شود و تا پایان امسال به بهره‌برداری خواهد رسید. به گفته خسروایراده، تکنولوژی احیا و ریخته‌گری اروپایی مورد استفاده در مجتمع فولاد بوتیا و تکنولوژی تولید آهن و فولاد مستقیم چینی توسط مجتمع فولاد بوتیا خریداری شده و ۳۰ درصد تجهیزات آن از چین و اروپا وارد شده و باقیمانده تجهیزات آن ساخت داخل کشور است.

شرکت صنعتی فولاد بوتیای ایرانیان (سهامی خاص) در سال ۱۳۹۱ در بخش خصوصی و توسط هلدینگ میدکو در ۲۷ کیلومتری شهرستان کرمان احداث شد. موضوع فعالیت این شرکت، راه‌اندازی و بهره‌برداری از کارخانجات آهن و فولادسازی با روش‌های مختلف عملیاتی و تولید انواع مقاطع هندسی استاندارد در تکمیل زنجیره تولید مجموعه هلدینگ میدکو در استان کرمان است.

این شرکت زیرمجموعه میدکو به منظور احداث و بهره‌برداری از کارخانجات احیای مستقیم فولادسازی در کرمان است. این شرکت در سال ۱۳۹۱ در بخش خصوصی و توسط هلدینگ میدکو در ۲۷ کیلومتری شهرستان کرمان احداث شد. موضوع فعالیت این شرکت، راه‌اندازی و بهره‌برداری از کارخانجات آهن و فولادسازی با روش‌های مختلف عملیاتی و تولید انواع مقاطع هندسی استاندارد در تکمیل زنجیره تولید مجموعه هلدینگ میدکو در استان کرمان است. این شرکت زیرمجموعه میدکو به منظور احداث و بهره‌برداری از کارخانجات احیای مستقیم فولادسازی در کرمان است. این شرکت در سال ۱۳۹۱ در بخش خصوصی و توسط هلدینگ میدکو در ۲۷ کیلومتری شهرستان کرمان احداث شد. موضوع فعالیت این شرکت، راه‌اندازی و بهره‌برداری از کارخانجات آهن و فولادسازی با روش‌های مختلف عملیاتی و تولید انواع مقاطع هندسی استاندارد در تکمیل زنجیره تولید مجموعه هلدینگ میدکو در استان کرمان است.

شرکت صنعتی فولاد بوتیای ایرانیان (سهامی خاص) در سال ۱۳۹۱ در بخش خصوصی و توسط هلدینگ میدکو در ۲۷ کیلومتری شهرستان کرمان احداث شد. موضوع فعالیت این شرکت، راه‌اندازی و بهره‌برداری از کارخانجات آهن و فولادسازی با روش‌های مختلف عملیاتی و تولید انواع مقاطع هندسی استاندارد در تکمیل زنجیره تولید مجموعه هلدینگ میدکو در استان کرمان است. این شرکت زیرمجموعه میدکو به منظور احداث و بهره‌برداری از کارخانجات احیای مستقیم فولادسازی در کرمان است. این شرکت در سال ۱۳۹۱ در بخش خصوصی و توسط هلدینگ میدکو در ۲۷ کیلومتری شهرستان کرمان احداث شد. موضوع فعالیت این شرکت، راه‌اندازی و بهره‌برداری از کارخانجات آهن و فولادسازی با روش‌های مختلف عملیاتی و تولید انواع مقاطع هندسی استاندارد در تکمیل زنجیره تولید مجموعه هلدینگ میدکو در استان کرمان است.

جهانگیری در آیین روز جهانی استاندارد تأکید کرد

حرکت در مسیر استانداردسازی اقتصاد

مقاوم شده البته نه کامل، اما به سمت مقاوم شدن حرکت کرده است. جهانگیری همچنین گفت: چندین ماه است که درباره سخنرانی رئیس جمهوری آمریکا تبلیغ می‌شود و وقتی که نهایی نشده اعلام نخواهیم کرد. وی در ادامه به قرارداد ۵ میلیارد دلاری شرکت توتال در زمینه نفت و گاز و تبادل ۴۰ میلیارد دلاری فناوری میان ایران و شرکت‌های خارجی اشاره و اظهار کرد: رشد اقتصادی کشور براساس گزارش مرکز آمار ۹ درصد و براساس گزارش بانک مرکزی بیش از ۱۲ درصد بوده و اگر کسی به آمارهای مراکز رسمی کشور توجه ندارد براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول که در آمریکا است بیش از ۱۲ درصد بوده است که البته عده‌ای این میزان رشد در سال گذشته را به خاطر افزایش درآمدهای نفتی می‌دانند، اما در سه ماهه اول امسال نیز رشد اقتصادی به عدد ۷/۷ درصد رسیده است. جهانگیری همچنین گفت: رشد سرمایه‌گذاری خارجی که سال‌ها منفی بود در سه ماهه چهارم سال ۹۵ به بیش از ۶ درصد و در سه ماهه اول سال ۹۶ به بالای ۷ درصد رسید. تورم نیز که روند تک رقمی‌اش تداوم داشته و براساس آمارها بیش از ۷۰۳ هزار شغل در فصل بهار و ۷۹۵ هزار شغل در فصل تابستان ایجاد شده است. وی افزود: صاحب‌نظران در همه کشورها براساس آمارهای رسمی اقتصاد کشور را تحلیل می‌کنند و نباید براساس ذهنیات در مورد اقتصاد کشوری را داوری کرد. معاون اول رئیس جمهوری خاطرنشان کرد: ما برای حمایت از تولید داخلی کشور سال گذشته ۱۸ هزار میلیارد تومان و امسال ۳۰ هزار میلیارد تومان اختصاص دادیم تا واحدهای کوچک و متوسط و واحدهای نیمه تمام بخش خصوصی که بالای ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشته‌اند از تسهیلات استفاده کنند. جهانگیری تأکید کرد: مسأله‌ای جز این برای حمایت تولید داخلی نمی‌شناسیم راهی که منجر به اتصال تولیدکننده به بازار، دسترسی صنایع به منابع داخلی و حل مسائل درونی بنگاه‌ها می‌شود، بنابراین اگر کسی راه بهتری می‌شناسد بگوید. معاون اول رئیس جمهوری یادآور شد: ما شعار تولید و اشتغال را که شعار امسال بود سرلوحه کار دولت قرار داده‌ایم و معتقدیم در این زمینه اقدامات خوبی انجام داده‌ایم که توانسته اقتصاد ایران را مقاوم‌تر کند. جهانگیری همچنین گفت: در پنج سال گذشته دو شوک بزرگ به اقتصاد ایران وارد شد یکی شوک بهای نفت بود، ما نفت می‌فروختیم در همین دولت دکتر روحانی بشک‌های بالای ۱۰۰ دلار و در سال ۹۴ نفت را بشک‌های کمتر از ۳۰ دلار فروختیم. وی افزود: آنهایی که با عدد و رقم سر و کار دارند می‌دانند که منبع مهم درآمد کشور نفت است بنابراین وقتی که قیمت نفت این‌گونه شدت پیدا می‌کند و پایین می‌آید باید همه شاخص‌های اقتصادی مثل تورم قیمت ارز به هم بریزد، اما آیا کسی در سال گذشته یا بخشی از سال ۹۴ که چنین اتفاقی شدیدی در کشور افتاد آن را احساس کرد. معاون اول رئیس جمهوری تأکید کرد: اقتصاد کشور

جهانگیری در آیین روز جهانی استاندارد تأکید کرد

حرکت در مسیر استانداردسازی اقتصاد

اسحاق جهانگیری روز سه‌شنبه در آیین روز جهانی استاندارد که در سالن اجلاس سران برگزار شد با تأکید بر اینکه اقتصاد کشور در مسیر خوبی قرار گرفته است، گفت: با برنامه‌های درستی که در اقتصاد مقاومتی پیگیری کردیم، این سیاست‌ها اثر خود را گذاشته است. وی افزود: مهم‌ترین دستاورد اقتصادی کشور ثبات اقتصادی است که حاکم شده است. معاون اول رئیس جمهوری تصریح کرد: مهم‌ترین هدف‌گذاری ما از سال ۹۲ این بود که در مرحله اول اقتصاد کشور برای فعال اقتصادی قابل پیش‌بینی باشد و فعال اقتصادی نسبت به آینده خود دلواپس نباشد و ریسک بالایی پیش روی خود نبیند. جهانگیری اظهار کرد: در مقطعی در یکی از کشورهای دوست ۲۲ میلیارد دلار پول کشور را سپرده‌گذاری کردیم و به آنها اعلام کردیم ۱۸ میلیارد دلار به ما فاینانس دهید، در کجای دنیا این گونه است. وی همچنین گفت: امروز فاینانس‌هایی که گرفته می‌شود با یک برگه است که وزیر اقتصاد پای آن را امضا می‌کند، این بدین معنی است که من تضمین می‌کنم شما این پول را به ایران پرداخت کنید، دیگر پول را در جایی نمی‌گذاریم. معاون اول رئیس جمهوری افزود: طبق قراردادهایی که تاکنون امضا کردیم ۲۵ میلیارد دلار سطح فاینانس‌های است که دنیا به ایران داده است. جهانگیری یادآور شد: با برنامه‌های صحیحی که در زمینه اقتصاد مقاومتی پیگیری کردیم امروز می‌توانیم بگوییم اقتصاد ما در مسیر خوبی قرار گرفته است. وی ادامه داد: تراز تجاری کشور رو به مثبت است و باید به دوره ثبات تراز برسیم. معاون اول رئیس جمهوری همچنین گفت: بنگاه‌های تولیدی برای حضور قدرتمند در بازارهای داخلی کشور نیازمند تولید محصولاتی قابل رقابت هستند. زیرا بازار امروز کشور بازرای ایزوله و انحصاری نیست که بتوان هر کالایی را با هر قیمت و کیفیتی عرضه کرد و مردم مجبور به خرید آن باشند. جهانگیری با بیان اینکه شرایط اقتصادی کشور امروز در مسیر صحیحی قرار گرفته است، افزود: متأسفانه نقدها در فضای رسانه‌ای با بررسی وضعیت چند بنگاه ارائه شده و فضای اقتصادی کشور سیاه نشان داده می‌شود. وی ادامه داد: رسانه‌ها با درج چند خبر درباره چند بنگاه اقتصادی نتیجه‌گیری می‌کنند که وضع صنعت بهم ریخته یا اقتصاد کشور از بین رفته است، درحالی‌که در ایران چندصد هزار بنگاه صنعتی مشغول فعالیت هستند. وی یادآور شد: در همه کشورهای پیشرفته نیز شاهد ورشکستگی برخی بنگاه‌های اقتصادی هستیم، اما کسی نمی‌گوید که اقتصاد آنها از هم پاشیده و وضعیت نامطلوبی دارند. معاون اول رئیس جمهوری به جلسه روز دوشنبه اقتصاد مقاومتی و گزارش سازمان برنامه و بودجه کشور درباره مهم‌ترین شاخص‌های کلان اقتصادی اشاره کرد و گفت: مهم‌ترین دستاورد اقتصادی سال‌های اخیر بازگشت ثبات و آرامش به اقتصاد کشور بوده است. جهانگیری با ابراز تأسف از اظهارات کسانی که بدون توجه به این واقعیات میزان جذب فاینانس



گزارش نیویورک تایمز نشان می‌دهد چطور اقتصاد سالم می‌تواند طول عمر شما را کاهش دهد؟!

سلامت اقتصاد ملی به سلامت مردم آن متصل است، اما در این میان، نتایج تعجب‌آوری هم دیده می‌شود؛ به‌طور مثال، تحقیقات نشان می‌دهد زمانی که اقتصادی قوی و نرخ بیکاری در آن کم است، میزان مرگ و میر بالا می‌رود. این امر حداقل در کوتاه‌مدت صادق است، اما در بلندمدت، رشد اقتصادی برای سلامتی خوب است؛ با این همه، چه اتفاقی می‌افتد؟

در گزارش نیویورک‌تایمز آمده است: مطالعاتی در کشورهای اروپایی درست قبل و در طول دوره رکود انجام شده است که نشان می‌دهد هر یک درصد افزایش نرخ بیکاری باعث کاهش ۰.۵ درصدی میزان مرگ و میر شده است. مطالعات دیگری در اروپا در دوره‌های مختلف و همچنین در آمریکا نیز یک رابطه مشابه میان بیکاری و مرگ و میر را نشان می‌دهند.

این نتیجه مقداری به دور از عقل به نظر می‌رسد، چراکه رشد اقتصادی یکی از عوامل اصلی در بالابردن سطح رفاه زندگی است. هنگامی هم که اقتصاد مولدتر باشد، منابع بیشتری برای ارتقای سلامت و رفاه ایجاد می‌شود. یک اقتصاد رو به رشد درآمد بیشتری کسب می‌کند. اما یک اقتصاد صنعتی، آلودگی هوای بیشتری هم دارد، چون محصولات بیشتری هم تولید می‌کند. به نظر می‌رسد که هوای آلوده، یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در افزایش مرگ و میر ناشی از رونق اقتصادی است. دیوید کاتلر و وی هوانگ از دانشگاه هاروارد در تحلیل خود در مورد چگونگی تأثیر رشد اقتصادی در مرگ و میر دریافت‌اند که دو سوم این اثر را به تنهایی می‌توان به آلودگی هوا نسبت داد.

این داستان در اقتصادهای مبتنی بر کشاورزی، کمی متفاوت است. مطالعه کاتلر و هوانگ و لراس مانی، نشان می‌دهد که میزان مرگ و میر با رشد در اقتصادهای اینچنینی، کاهش می‌یابد. قبل از سال ۱۹۴۵، زمانی که کشاورزی بیشتر در اقتصاد ایالات متحده غالب بود، رشد اقتصادی با افزایش مرگ و میر همراه نبود.

سایر تحقیقات هم از فرضیه آلودگی هوا حمایت می‌کنند. خوزه تاپیا گراندوس از دانشگاه Drexel و ادوارد لونیس از دانشگاه میشیگان دریافت‌اند که افزایش یک درصدی نرخ بیکاری با کاهش یک درصدی مرگ و میر براساس بیماری‌های تنفسی و بیماری‌های قلبی و عروقی که به آلودگی هوا حساس هستند، در ارتباط است.

در کشورهای که رکود اقتصادی شدیدتر است، کشورهایی مانند بلیژ، اسپانیا، یونان و اسلوانی، مرگ و میر ناشی از بیماری‌های تنفسی طی سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰، حدود ۱۶ درصد کمتر بوده است در مقایسه با کاهش ۳.۲ درصد در چهار سال قبل از رکود اقتصادی بزرگ جهان.

عوامل دیگری هم باعث افزایش نرخ مرگ و میر می‌شوند؛ خطرات شغلی و استرس می‌تواند به‌طور مستقیم از طریق کار به سلامت آسیب برساند. برخی مطالعات نشان می‌دهد که مصرف الکل و دخانیات در طول روز هم در دوره رشد اقتصادی، افزایش پیدا می‌کند. هر دو این عوامل هم با نرخ مرگ و میر بالا در ارتباط هستند. همچنین افراد شاغل بیشتر رانندگی می‌کنند که تصادفات ناشی از رانندگی هم افزایش مرگ و میر را به دنبال دارد.

در طول زمان رکود اقتصادی، افراد بیکار ممکن است زمان بیشتری برای خواب و ورزش داشته باشند و ممکن است غذاهای سالم‌تری بخورند. یک مطالعه نشان می‌دهد که بیکاری با کاهش میزان چاقی، افزایش فعالیت بدنی و رژیم غذایی بهتر همراه است. اما از سوی دیگر، در طول رکود اقتصادی، خودکشی افزایش پیدا می‌کند.

بعضی از مطالعات اخیر نشان می‌دهد که رونق اقتصادی می‌تواند کمتر از رکود اقتصادی مرگبار باشد. یک نتیجه می‌تواند اقتصاد کمتر آلوده مدرن، اقتصاد در حال گسترش، مراقبت‌های پزشکی بهتر متناسب با شرایط حساس به آلودگی باشد. جاده‌ها و خودروهای امن‌تر، کاهش رانندگی تحت تأثیر الکل و مواد دیگر هم می‌تواند در این مورد نقش داشته باشند.

اگرچه تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهد که رونق اقتصادی باعث افزایش مرگ و میر شده است، اما رونق اقتصادی زاین در دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی طول عمر مردم این کشور را افزایش داد. رکود طولانی‌مدت و شدید با زندگی کوتاه‌تر در ارتباط است.

کشورهای ثروتمند، کشورهای سالم‌تری در سراسر نسل‌ها هستند. مردم در طول زندگی خود به خصوص به محیط اقتصادی حساس هستند. شرایط دوره جنبشی می‌تواند مهم باشد. فارغ‌التحصیلی از کالج طی دوره رکود اقتصادی می‌تواند درآمد یک نفر را برای یک دهه کاهش دهد. مردمی که در یک اقتصاد قوی رشد می‌کنند، به احتمال زیاد به منابع بیشتری دسترسی دارند و می‌توانند مهارت‌ها و فرصت‌های سلامتی خود را ارتقا دهند. این مزایا می‌تواند منجر به افزایش طول عمر شود.

در مجموع، تردیدهای کمتری برای رشد اقتصادی بلندمدت و تأثیر آن بر بهبود شرایط انسانی وجود دارد، اما هرکس به‌طور یکسان از این دستاوردها برخوردار نیست. در کوتاه‌مدت، رونق اقتصادی می‌تواند طول زندگی برخی افراد را کوتاه کند.

ایمان‌ولی‌پور

ivankaramazof@yahoo.com

محمدجواد ایروانی، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام و وزیر اسبق اقتصاد در سال‌های ۶۴ تا ۶۸ بوده است. او از جمله مدافعان اقتصاد مقاومتی در ایران است و اقتصاد مقاومتی را مکتبی اقتصادی و دکتترین نظام در حوزه اقتصاد می‌داند. در حقیقت، جایگاه اقتصاد مقاومتی در اندیشه‌ها و باورهای ایرانی چنان عمیق است که همه کلیت اقتصاد را با ظرف اقتصاد مقاومتی می‌سنجد. به‌عنوان نمونه، چندی پیش که لایحه تفکیک وزارت بازرگانی از وزارت صنعت، معدن و تجارت از سوی دولت یازدهم تدوین و به مجلس ارسال شد، او از جمله مخالفان احیای وزارت بازرگانی بود؛ به باور ایروانی، ساختار اقتصاد ایران به دلیل رانت‌هایی که در واردات و ارزش‌های چندرخی وجود دارد متأسفانه به واردات اشتیاق بیشتری داشته است. بنابراین عجیب نیست که با تهیه و تدوین لایحه تفکیک وزارت بازرگانی از وزارت صنعت، معدن و تجارت، ایروانی از مخالفان تشکیل دوباره وزارت بازرگانی باشد؛ او احیای دوباره بازرگانی را خلاف سیاست‌های اقتصاد مقاومتی می‌داند و بر این باور است که ادغام وزارت بازرگانی در وزارت صنایع و معادن اقدامی راهبردی در مسیر اقتصاد مقاومتی بوده است که البته بالفعل نشده و متأسفانه نیمه‌تمام رها شده است. به باور ایروانی، جان اقتصاد مقاومتی در تولید صادرات‌محور است و احیای دوباره وزارت بازرگانی یک عقب‌گرد کامل و خطای استراتژیک است، چراکه اقتصاد ایران اقتصادی نفتی است و برای اقتصاد نفتی، وزارت بازرگانی مستقل به معنای بلعیدن منابع ارزی حاصل از نفت و صرف آن در واردات بی‌رویه و نابودی تولید داخلی است.

نهادی‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

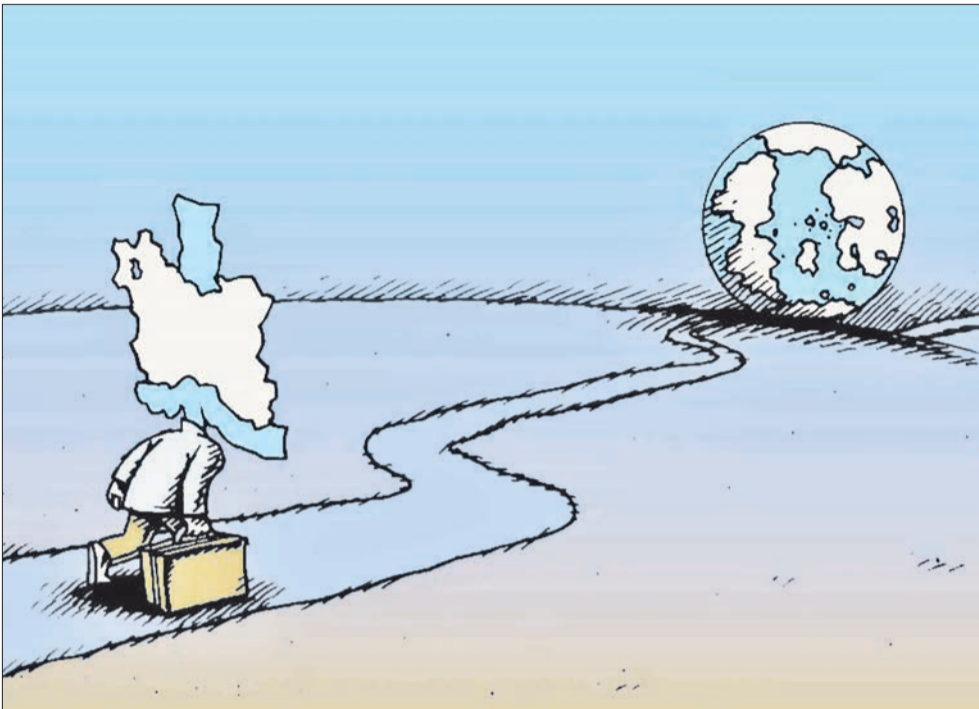
بیشتر از سه سال است که مفهوم اقتصاد مقاومتی وارد ادبیات و گفت‌وگوهای اقتصادی ایران شده است و به بیان دقیق‌تر، از انتهای سال ۹۲ بود که مجموعه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی مجمع تشخیص مصلحت نظام تدوین شد و سپس در ۲۴ بند از سوی رهبری به سراسر سه قوه و مجمع تشخیص ابلاغ شد. همچنین بیشتر از یک سال و نیم است که سلسله همایش‌های علمی، کاربردی اقتصاد مقاومتی به همت انجمن مدیریت ایران به صورت مستمر در دانشگاه خاتم برگزار شده و هجدهمین همایش آن نیز روز یکشنبه ۲۳ مهرماه به سخنرانی محمدجواد ایروانی با عنوان «نهادی‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی» برگزار شد.

ایروانی در هجدهمین همایش علمی، کاربردی اقتصاد مقاومتی به دفاع تمام‌قد از اقتصاد مقاومتی پرداخت و آن را تنها نسخه نجات اقتصاد ایران دانست؛ به باور او، اگر اقتصاد ایران را به بیماری تشبیه کنیم، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نسخه شفابخشی است که با مطالعه شرایط بیمار تجویز شده و شفای بیمار منوط به اجرای صحیح، دقیق و به‌موقع این سیاست‌ها است.

بنابراین وظیفه ناظر مسئول آن است که نظارت کند و مطمئن شود که آیا این نسخه شفابخش به‌درستی اجرا شده است یا نه. «نظارت» کلیدواژه‌ای بود که وزیر اسبق اقتصاد در سخنانش مدام به آن اشاره کرد و درنهایت به این جمع‌بندی رسید که چگونه و با چه شاخص‌هایی می‌توان به حسن‌نظارت بر اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی رسید. به گفته او، از زمان آغاز فرآیند تدوین سیاست‌های کلی این سوال در ذهن او وجود داشت که با چه مدلی می‌توان آن را نظارت کرد؟ او در این همایش ابتدا به بررسی فلسفه وجودی سیاست‌های کلی پرداخت و سپس

گریزی به پارادایم اقتصاد مقاومتی در ادبیات اقتصادی زد و در پایان، به ترسیم نقشه راه به‌عنوان سازوکاری برای نهادی‌سازی اقتصاد مقاومتی پرداخت. او درباره نقش سیاست‌های کلی گفت: «اقتصاد مقاومتی یک رویکرد انفعالی نیست، بلکه یک جهت‌گیری رو به آینده است و در واقع، پایه‌ریزی استمرار نظام‌سازی در حوزه اقتصاد مبتنی بر اصول و ارزش‌های انقلاب اسلامی است. نظام‌سازی سیاسی مبتنی بر حضور حداکثری و دین‌مدارانه مردم است که ما از آن با مردم‌سالاری دینی یاد می‌کنیم و نظام‌سازی اقتصادی هم مبتنی بر حضور حداکثری مردم است که با نام اقتصاد مقاومتی خوانده می‌شود. همان‌گونه که در حوزه سیاسی با حضور واقعی و فعال مردم، ساخت سیاسی

نهادی‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی به روایت محمدجواد ایروانی اقتصاد مقاومتی، دکتترین نظام در حوزه اقتصاد است



نظام بتن آرمه شده و به پایداری رسیده‌است، در حوزه اقتصادی هم با حضور واقعی و فعال مردم، ساخت اقتصادی از آنجنان استحکامی برخوردار خواهد شد که نوسانات بین‌المللی و عدم اطمینان‌های محیطی، حرکت رو به جلوی آن را مخدوش نخواهد ساخت، بنابراین، اقتصاد مقاومتی یک تاکتیک نیست که کوتاه‌مدت باشد و یک واکنش نیست که با تغییر شرایط محیطی مانند رفع تحریم‌ها فراموش شود، بلکه دکتترین نظام در حوزه اقتصاد است.»

اشاره کرد و گفت: «ایفا، حوزه دامنه تصدی حاکمیت است که طبق قانون اساسی و نظام حکومتی تعریف می‌شود. استیفا، حوزه کنترل و مطالبه حاکمیت است. دولت باید حقوق مردم را از کسانی که باید آن حقوق را ایفا کنند به طرفیت مردم مطالبه کند. همچنین دفاع، حوزه نظارت و دادرسی حاکمیت است که باید در برابر تجاوز دیگران به حقوق مردم، از مردم دفاع کند. برای مثال، به بند اول سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی توجه کنید که در آن تأمین شرایط و فعال‌سازی کلیه امکانات، منابع مالی و سرمایه‌های انسانی و علمی کشور به منظور توسعه کارآفرینی و حداکثر کردن مشارکت آحاد جامعه در فعالیتهای اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقای درآمد و نقش طبقات کم‌درآمد و متوسط ذکر شده است. در این بند، تأمین شرایط فعال‌سازی کلیه امکانات از جمله منابع مادی، انسانی و علمی کشور به‌منظور توسعه کارآفرینی با هدف ایفا، استیفا و دفاع و حداکثر کردن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت اقتصادی لحاظ شده است.»

ایروانی با اشاره به ۲۴ بند سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ادامه داد: «بند‌های سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی یک نظام‌واره هستند و با هم تعامل دارند و در تعامل با هم، یک مکتب و رویکرد جدید را تولید می‌کنند. بنابراین هر الگویی برای اجرایی کردن این سیاست‌ها باید این ظرفیت را داشته باشد که نگاهی سیستمی به همه بند‌های آن داشته و هیچ‌بندی فروگذار نکند.»

پاراادایم اقتصادمقاومتی در ادبیات اقتصادی او سپس به پارادایم اقتصاد مقاومتی در ادبیات اقتصادی پرداخت و گفت: «اقتصاد مقاوم، اقتصادی است که در برابر شوک‌های محیطی قدرت انعطاف دارد. این مقاومت از طریق سیاست‌ها ایجاد شده است تا اقتصاد آثار شوک‌ها را پوشش دهد. براساس این نگاه، در برگیرنده مواردی است که صرفاً به جنبه‌های تدبیری موضوع مرتبط است، اما نگاه جامع به مقوله حکمرانی نشان می‌دهد که سیاست کلی حتی می‌تواند شامل اقدامات تعیین‌کننده با اثرگذاری گسترده نیز باشد.»

ایروانی درباره ابعاد حکمرانی افزود: «بعد حکمرانی، شامل دو لایه است. در لایه اول، حکمرانی شامل تدبیر، تمهید (تسهیل‌گری) زیرساخت‌سازی و اقدام است و در لایه دوم، حاکمیت مسئولیت، ایفا، استیفا و دفاع را برعهده دارد.»

او سپس به تعاریف ایفا، استیفا و دفاع

او مطالعات انجام شده در این زمینه را تشریح کرد و گفت: «مؤسسه CLES (Center for Local Economic Strategies) در سال ۲۰۱۰ مطالعات وسیعی در مورد مقاومت و اقتصاد محلی داشت و شوک‌های منطقه‌ای را مورد بحث قرار داد و راه‌های مقاومت را بررسی کرد. اتحادیه اروپا نیز در سال ۲۰۱۲ مطالعه‌ای در خصوص نسبت بین پایداری در بخش‌های مختلف اقتصادی در کشورهای عضو اتحادیه اروپا با کل پایداری اقتصادی در اروپا انجام داده است که در آن به تفصیل وضعیت مقاومت اقتصادی هر کشور نسبت به کل اتحادیه اروپا بررسی شده است. مؤسسه IPPR نیز که یک مؤسسه مطالعات خط‌مشی‌گذاری عمومی است در سال ۲۰۱۴ مطالعه‌ای در خصوص پایداری در شمال انگلیس شامل نیوکاسل و منچستر انجام داده است.»

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام ادامه داد: «مترادف اقتصاد مقاومتی اقتصاد پایدار است و Sustainable Economy است و در این خصوص نیز مقالات متعددی منتشر شده است. این موضوع با بحث توسعه پایدار متفاوت است و پایداری اقتصاد یا اقتصاد پایدار بیانگر ظرفیت و توانایی یک اقتصاد در استمرار و مداومت در فعالیت یا یک فرآیند شناخته شده است. در پایداری بحث روزه، اثربخشی و کارایی مستمر است و ابعاد اجتماعی و عدالتی در این‌گونه مباحث رنگ بیشتری دارد؛ البته این واژه کمتر به کار برده شده‌است.»

ایروانی اضافه کرد: «مترادف اقتصاد مقاومتی-اقتصاد منسجم، Solidarity Economy است و این مفهوم در سال ۱۹۳۷ توسط فیلیپ آلز (Alaiz) در اسپانیا مطرح شد. بعدها این واژه در فرانسه، سپس آمریکا شمالی به‌ویژه کالیفرنیا و در اروپا بسط داده شد. این مفهوم بیان‌کننده رویکرد اقتصاد اجتماعی (Social Economy) است.» وی با اشاره به تحقیقات مؤسسه مطالعات توسعه اجتماعی سازمان ملل در سال ۲۰۱۳ تحت‌عنوان Towards an Epistemological Foundation for Social and Solidarity Economy گفت: «براساس این تحقیق، سرمایه‌داری قرن بیستم به شکست انجامیده است. یونسکو نیز در مطالعه‌ای در سال ۲۰۰۲ تحت عنوان The Social and Solidarity Economy Towards an Alternative Globalisation عنوان کرد که هدف شرکت‌های اقتصادی، اجتماعی سودآوری صرف نیست، بلکه به اعضای خود

یک قانون CSF موردنظر را حمایت و تأمین کند، معنای انطباق دارد درغیراین‌صورت انطباق وجود ندارد. برای مثال اگر CSF برای ذیل بند یک سیاست‌های کلی اقتصاد ملی توسعه کسب‌وکارهای خرد باشد، در آن صورت قانون بهبود تسهیل کسب‌وکار، موجب تسهیل این دسته از کسب‌وکارها می‌شود یا خیر؟ وی تأکید کرد: آنچه در نهایت در دستور کار دستگاه‌های اجرایی قرار می‌گیرد، آیین‌نامه‌هایی است که اغلب توسط دولت تهیه می‌شود. نیاز است انطباق آنها با قوانین (که انطباق آنها قبلاً احراز شده است) بررسی شود. در اینجا نیز باید دقت آثار مقررات KPI چیست؟ اگر مقررات KPI حمایت کرد، پس انطباق وجود دارد.»

نیز متعدد هستند، درون خود یک نظام تصمیم‌گیری دموکراتیک دارند و براساس اصول مشارکت همگانی، توانمندسازی و مسئولیت جمعی و فردی فعالیت می‌کنند.» او در جمع‌بندی سخنانش گفت: «اقتصاد مقاومتی در عین برخورداری از مزایای هر یک از رویکردهای گفته شده به‌عنوان یک پارادایم علمی دارای وجوه متمایز و تکمیلی نسبت به آنها به‌ویژه عدالت‌بنیانی و رشد به همراه عدالت است.»

نقشه راه نهادی‌سازی اقتصاد مقاومتی ایروانی سپس به نقشه راه، به‌عنوان ساز و کاری برای نهادی‌سازی اقتصاد مقاومتی پرداخت و گفت: «نهادی‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی به معنای غلبه این گفت‌وگو بر سایر گفت‌وگوها و نمود عینی آن در عرصه اجرایی است. باید به موقعیتی رسید که جامعه براساس این سیاست‌ها مطالبات خود را سامان دهد و ارزش‌گذاری عملکردها بر این اساس باشد و نظام پاسخگویی در سیستم اقتصادی براساس ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی تنظیم شود. برای رسیدن به این ظرفیت لازم است که براساس یک سازوکار علمی، ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی به صورت کامل مشخص و براساس آنها نظام برنامه‌ریزی راهبردی و توزیع نقش‌ها صورت پذیرد و در نهایت نظارت نیز بر همان اساس استوار شود.»

او سپس به مطلب خود که تحت عنوان بانکداری از منظر شبکه ثبات مالی که در سال ۱۳۹۳ تهیه شده بود، اشاره کرد و متذکر شد: «نظارت بر حسن اجرای سیاست‌های کلی نظام دارای دو مرحله است که لازم و ملزوم یکدیگرند. این موارد حصول اطمینان از وجود زیرساخت‌های حقوقی لازم برای اجرای سیاست‌های کلی و عدم وجود زیرساخت‌های مخالف و غیرهمراستا با سیاست‌های کلی، حصول اطمینان از اجرای صحیح، دقیق و به موقع تمامی بندهای سیاست‌های کلی هستند که در این میان نکته مهم و اساسی داشتن سازوکاری است که بتواند نشان دهد تمامی بندهای سیاست‌های کلی به صورت صحیح، دقیق و به موقع اجرا شده‌اند.»

ایروانی ادامه داد: «بر همین اساس، از زمان آغاز فرآیند تدوین سیاست‌های کلی این سوال در ذهن وجود داشت که با چه مدلی می‌توان آن را نظارت کرد. در این مدل در ابتدا هر یک از بندهای سیاست‌های کلی توسط گروه خبرگان و با مراجعه به سوابق موضوع بررسی شده و مفاهیم اصلی هر بند از سیاست استخراج می‌شود. سپس با در نظر گرفتن ماهیت و مفهوم هر بند از سیاست، مجموعه اقدامات راهبردی که انجام آنها برای تحقق آن بند الزامی است استخراج می‌شود. این اقدامات تحت عنوان عوامل حیاتی موفقیت (Critical Success Factors-CSFS) نامگذاری می‌شوند. پس از اجماع نسبی در جامعه عوامل حیاتی موفقیت، در مرحله دوم شاخص‌های کلیدی ذیل هر یک از این عوامل حیاتی شناسایی می‌شوند. این شاخص‌ها در واقع براساس این سوال استخراج می‌شوند که از کجا مطمئن شویم که این عامل حیاتی با موفقیت اجرا شده‌است؟»

او با بیان اینکه شاخص‌ها به خودی خود بهبود نمی‌یابند، بلکه بهبود آنها تابع برنامه‌های ما است، ادامه داد: «مجموعه این عوامل حیاتی و شاخص‌های ذیل آن، پس از اجماع نسبی مبنای کار برنامه‌ریزی قرار می‌گیرند. در این مرحله هر دستگاه مسئول باید اقدام کند برنامه اقدام برای بهبود شاخص کلیدی عملکرد چیست؟ پس از بررسی و تأیید برنامه‌های اقدام چیست؟ فاز بعدی نظارت می‌شود؛ یعنی در مرحله اول CSFها و KPIها طراحی شد و در این مرحله بر حسن اجرای آنها نظارت می‌شود. اگر ذیل هر بند سیاست کلی CSFها را استخراج کرده‌ایم، آنگاه با تحلیل محتوای قوانین باید آثار آن قوانین را بر آن CSF بررسی کرد. اگر یک قانون CSF موردنظر را حمایت و تأمین کند، معنای انطباق دارد درغیراین‌صورت انطباق وجود ندارد. برای مثال اگر CSF برای ذیل بند یک سیاست‌های کلی اقتصاد ملی توسعه کسب‌وکارهای خرد باشد، در آن صورت قانون بهبود تسهیل کسب‌وکار، موجب تسهیل این دسته از کسب‌وکارها می‌شود یا خیر؟ وی تأکید کرد: آنچه در نهایت در دستور کار دستگاه‌های اجرایی قرار می‌گیرد، آیین‌نامه‌هایی است که اغلب توسط دولت تهیه می‌شود. نیاز است انطباق آنها با قوانین (که انطباق آنها قبلاً احراز شده است) بررسی شود. در اینجا نیز باید دقت آثار مقررات KPI چیست؟ اگر مقررات KPI حمایت کرد، پس انطباق وجود دارد.»



دریچه

طرحی برای کاهش نابرابری در دولت دوازدهم
اخذ مالیات تصاعدی بر ثروتمندان
کلید می خورد؟

نتایج آخرین طرح ملی سنجش ارزش‌ها و نگرش ایرانیان که در سال ۱۳۹۴ انجام شده است نشان می‌دهد فقط ۱۷ درصد ایرانیان مخالف این هستند که بیشتر ثروتمندان ایرانی از راه‌های غیرقانونی، رانت، پارتی‌بازی به ثروت دست یافته‌اند. به بیان دیگر، ۸۳ درصد ایرانیان موافق این داور هستند که بیشتر ثروتمندان ایرانی از سه راه رانت، پارتی‌بازی و اقدام‌های غیرقانونی به ثروت دست یافته‌اند. به گزارش ساعت ۲۴، این نگاه ایرانیان به موضوع یادشده بخشی از نگاه ایران به مقوله بی‌عدالتی و عدالت است. براساس نتایج به دست آمده از همین پیمایش ۷۶ درصد مردم باور دارند شکاف میان تهیدستان و ثروتمندان در پنج سال منتهی به ۱۳۹۴ افزایش یافته است. اگر شهروندان ایرانی را به صددهک براساس میزان هزینه آنها تقسیم کنیم و صدک اول را شهروندان با کمترین هزینه و صدک صد را شهروندان با بیشترین هزینه در نظر بگیریم در سال ۱۳۹۴ صدک با بیشترین هزینه در ماه ۴ میلیون و ۳۸۰ هزار تومان و صدک اول یعنی فقیرترین گروه در ماه رقمی معادل ۲۶ هزار تومان هزینه کرده‌اند. یک محاسبه ساده نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۴ یک خانواده با بیشترین امکان برای هزینه ۱۶۸ برابر فقیرترین صدک جامعه هزینه کرده است. اعداد و ارقام ارائه شده در سطرهای بالا بخشی از طرحی است که در مقاله سیاستی «برنامه‌ریزی برای نظام جامع بازتوزیع درآمد» به کار گرفته شده است.

فرصت امروز: محمدباقر نوبخت،

سخنگوی دولت روز سه‌شنبه در نشست خبری خود گفت ۶.۳ میلیارد دلار معادل ۱۸ هزار میلیارد تومان از سال ۹۳ تاکنون به مگا پروژه مهار آب‌های مرزی اختصاص یافته است. وی افزود: از نتایج این طرح بزرگ ذخیره ۵ میلیارد متر مکعب آب و بهره‌برداری از ۲۷ سد و آبیگری ۱۵ سد و سامانه انتقال اصلی ۱۱ هزار کیلومتر و ۱۳۰ کیلومتر تونل به روش مکانیزه است. وی از دیگر نتایج آن را احداث ۱۴۰ هزار هکتار شبکه اصلی و تامین آب شرب ۴۶ شهر و هزار و ۳۶ روستا بیان کرد. رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور همچنین اظهار کرد: از نتایج این طرح افزایش ۳۷۰ مگاواتی انرژی برقی است و در این پروژه ۵۱ هزار نفر مشغول به کار هستند که با بهره‌برداری کامل طرح ۲۷۰ هزار نفر مشغول به کار شدند. نوبخت افزود: از سال ۹۳ تاکنون جمعا ۱۱.۶ میلیارد دلار از منابع صندوق توسعه ملی برای پنج طرح بزرگ زیربنایی آب اختصاص یافت. وی ادامه داد: از این میزان ۸ میلیارد دلار به مهار آب‌های مرزی و ۱.۵ میلیارد دلار برای احداث شبکه‌های احیای اراضی خوزستان و ایلام اختصاص یافت. سخنگوی دولت تصریح کرد: از این میزان همچنین ۸۰۰ میلیون دلار برای آبیاری نوین و ۵۰۰ میلیون دلار برای آب‌های سیستان و بلوچستان و ۱.۲ میلیارد دلار است که فرآیند تخصیص قرار دارند. نوبخت همچنین گفت: این میزان تخصیص به جز ۴۲ هزار میلیارد تومان سال گذشته و ۳۰ هزار میلیارد تومان در سال جاری برای طرح‌های عمرانی است.

منابع کشور اجازه می‌دهد مستقل روی پای خود بایستیم

سخنگوی دولت با بیان اینکه منابع صندوق توسعه ملی و منابع کشور در وضعیت خوبی قرار دارد، گفت: اینکه امروز با قاطعیت در برابر حرف‌های پوچ رئیس‌جمهوری آمریکا ایستاده‌ایم و مقاومت از همیشه هستیم بنا بر آنکه به مردم بزرگ و فهیم و منابع کشور است. نوبخت افزود: منابع کشور اجازه می‌دهد مستقل روی پای خود بایستیم ضمن اینکه تعامل سازنده با جهان را به عنوان یک سیاست ابلاغی مورد توجه داریم. سخنگوی دولت با بیان اینکه چرا عده‌ای می‌خواهند اینچنین لقا کنند که منابع کشور کافی نیست، خاطر نشان کرد: دولت توانست قبل از اجرای برنامه تورم را مهار کند که در شرایط تحریمی قرار داشت و رشد منفی اقتصادی را مثبت کرد، بنابراین این توانایی وجود دارد و باید باور کنیم. نوبخت در ادامه گفت: تا ۲۴مهرماه سال جاری ۸ میلیون و ۸۷۰ هزار تن به ارزش ۱۱ هزار و ۵۹۱ میلیارد تومان برای خرید تضمینی گندم در نظر گرفته شده که از این میزان ۸ هزار و ۵۲۵ میلیارد تومان پرداخت شده است. وی افزود: امیدوارم تا یک ماه دیگر شرایط به‌گونه‌ای شود که گزارش دهیم تمام پول کشاورزان پرداخت شده است. سخنگوی دولت اضافه کرد: همچنین تا ۲۳مهرماه سال جاری ۵۵ هزار و

نوبخت برنامه اقتصادی دولت نسبت به مواضع آمریکا درباره برجام را تشریح کرد
پیش‌بینی ۳ بودجه برای شوک‌زدایی از اقتصاد



فرصت

۵۱ دستگاه خودرو تاکسی فرسوده جایگزین شده است.

برای همه سناریوهای احتمالی برنامه و بودجه داریم

سخنگوی دولت در پاسخ به اینکه در شرایط فعلی دولت برای مقابله با شوک‌های اقتصادی چه اقداماتی را انجام داده است، گفت: درک درست مردم و فعالان اقتصادی در کنار اقدامات دولت منجر به قرار گرفتن در شرایط اقتصادی امروز است. نوبخت افزود: اگر برخی عوامل می‌توانستند مردم را تحریک کنند تا نقدینگی و تقاضا را به هر سمتی که بخواهند ببرند چنین ثباتی به‌وجود نمی‌آمد و این شرایط نشان داد که مردم به درستی شرایط را می‌فهمند. وی ادامه داد: مسئله بر خراشگری که با نام ترامپ گره خورده است مردم و فعالان اقتصادی فهمیدند که نباید تحت تاثیر قرار گیرند و همه این موضوعات سببی شد تا تصمیم عقلانی به جای احساسی از شوک‌های اقتصادی جلوگیری کند. سخنگوی دولت در پاسخ به اینکه دولت چه برنامه اقتصادی نسبت به موضوع کنگره نسبت به برجام را در دستور کار دارد، گفت: ما سه بودجه پیش‌بینی کردیم که یکی استمرار وضع موجود است و پس از آن شرایط بدبینانه و خوش‌بینانه. نوبخت افزود: می‌دانیم کدام شرکت‌ها در چه وضعیتی می‌توانند فعال باشند و مشخص شده در عرصه‌های مختلف اولویت‌ها در کجا قرار دارد و برای همه سناریوهای احتمالی برنامه بودجه داریم. سخنگوی دولت در پاسخ به اینکه آیا کسری بودجه را تأیید می‌کنید یا این عدم تحقق درآمد است، تصریح کرد: مسئله عدم تحقق درآمد است نه کسری بودجه، چراکه در شرایط موجود بودجه سال جاری را براساس نفت ۳۰ دلار در هر بشکه تنظیم کردیم که ۳۰۹ هزار میلیارد تومان شد. نوبخت ادامه داد: از طرفی پیش‌بینی می‌کردیم که شاید نفت تا بشکه‌ای ۵۵ دلار هم افزایش یابد که در روزهایی این اتفاق افتاد و برنامه‌ریزی کردیم در این صورت از محل افزایش پنج دلار به میزان ۱۰ هزار میلیارد تومان برای برخی طرح‌ها از قبیل آب و فاضلاب و ریل در جدولی خاص در نظر گرفته شود تا به دیگر طرح‌ها آسیبی نرسد. وی افزود: بودجه پیشنهادی دولت در مجلس شورای اسلامی به ۳۴۶ هزار میلیارد تومان افزایش یافته که دولت می‌داند قابل تحقق نیست و این تنها برای رسانه‌های دولت خوراکی بود که مدام بگویند دولت پولی برای پرداخت ندارد. سخنگوی دولت همچنین گفت: بنابراین ما از همان ابتدای دولت دوازدهم بودجه را بر مبنای ۳۰۶ هزار میلیارد تومان پیش بردیم و به وزرا و دستگاه‌های اجرایی هم اعلام کردیم.

تخصیص اعتبار ۳۰هزار میلیارد تومان برای طرح‌های عمرانی سخنگوی دولت در پاسخ به اینکه شهردار تهران مدعی عدم تخصیص ردیف بودجه در قانون بودجه سال جاری برای

تسهیلات به واحدهای تولیدی که مشکل سرمایه در گردش داشتند مشکل آنها را حل کند ولی برخی واحدهای تولیدی به دلیل عدم کیفیت محصول یا واردات تلاش داریم تا با محدود کردن قاچاق از آنها حمایت کنیم. وی در پاسخ به اینکه برخی نسبت به بهبود وضعیت اشتغال در آینده نگرانی‌هایی دارند، دولت برای حل این مسئله چه برنامه‌ای دارد، خاطر نشان کرد: ۹۲۰ هزار نفر به‌عنوان جمعیت فعال وارد بازار کار شدند که در سال جاری از این میزان ۷۰۳ هزار نفر شغل پیدا کردند. سخنگوی دولت گفت: برای کاهش بیکاری دولت باید بیش از ۹۲۰ هزار نفر شغل ایجاد کند و به همین منظور قانون رفع موانع تولید و بهبود فضای کسب‌وکار به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. نوبخت ادامه داد: دولت تلاش دارد با برنامه‌های تنظیمی و سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته و ایجاد اشتغال فضای کسب‌وکار را بهبود بخشد تا بیکاری کاهش یابد. وی در پاسخ به اینکه برخی اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام از پیشرفت نکردن سیاست‌های تجاری اقتصاد مقاومتی گله داشتند، گفت: نسبت به عملکرد دولت هر فردی می‌تواند انتقاد یا اظهار نظر کند ولی به نظر نمی‌رسد در جمع چنین باشد، چرا که دولت سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی را در ۲۰۰ پروژه تعریف کرده است که هر یک از افراد دولت متولی یک پروژه هستند و به‌طور مستمر گزارش آن در جلسه ارائه می‌شود. سخنگوی دولت خاطر نشان کرد: در کشور مد شده است که گفته می‌شود باید فعالیت بیشتری صورت می‌گرفت البته دولت از پیشرفت کار در بخش اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی راضی است ولی هر چه بیشتر تلاش شود راضی‌تر هستیم.

برخی طرح‌های شهرداری شده است و دیگر شهرها نیز از عدم پرداخت سهم مترو سخن گفته‌اند نظر دولت چیست، گفت: در شش ماهه نخست سال جاری ۳۰ هزار میلیارد تومان برای طرح‌های عمرانی اعتبار تخصیص داده شده که بخشی از این به دستگاه‌ها رسیده است. نوبخت افزود: به جای طرح این موضوعات در رسانه می‌توانند به سازمان برنامه و بودجه مراجعه کنند که این در سنوات گذشته هم تخصیص مناسبی به طرح‌های عمرانی از قبیل متروی مشهد و دیگر شهرستان‌ها پرداخت شد. وی در پاسخ به اینکه دولت چه برنامه‌ای برای حل مشکل سپرده‌گذاران موسسات مالی دارد، گفت: این پرونده به محاکم قضایی محول شده است و چگونگی برخورد بانک مرکزی نیز مشخص شده تا سقف‌های پولی تعیین شده به افراد و سپرده‌گذاران پرداخت شود و تلاش دولت بر این است که اندوخته‌های مردم از دست نرود و تا آخر به آنان پرداخت شود.

رشد اقتصادی دلیل بر این نیست که واحدهای تولیدی مشکل ندارند

نوبخت در پاسخ به اینکه برخی کارخانجات در وضعیت تعطیلی قرار دارند و مشکلات رکودی هم بر این موضوعات اضافه شده دولت برای حل مشکل چه برنامه‌ای دارد، یادآور شد: رشد اقتصادی دلیل بر این نیست که واحدهای تولیدی مشکل ندارند ولی مشکلات آنها دلایل مختلفی دارد. وی ادامه داد: بخشی از مشکلات این واحدهای تولیدی به ترکیب هزینه‌ها و فرآیندهای مزاد، بخشی به نوع تکنولوژی در مقایسه با رقابت با محصولات وارداتی و بخشی دیگر به کمبود سرمایه بازمی‌گردد. سخنگوی دولت اضافه کرد: دولت تلاش کرد تا سال گذشته با ارائه

حمل‌ونقل ریلی

اساسنامه شرکت قطارهای حومه‌ای به دولت رفت

عضو هیات‌مدیره شرکت راه‌آهن ایران با بیان اینکه اساسنامه شرکت قطارهای حومه‌ای برای تصویب به دولت ارسال شده است، گفت: سهم ۱۰ درصدی راه‌آهن از فروش گازوئیل با تشکیل این شرکت به قطارهای حومه‌ای اختصاص می‌یابد. به گزارش «فرصت امروز» از روابط عمومی راه‌آهن ایران، سعید رسولی روز سه‌شنبه اظهار داشت: در برنامه ششم مصوب شده شرکت قطارهای حومه‌ای در زیرمجموعه شرکت راه‌آهن ایران تاسیس شود که پیش‌نویس اساسنامه آن تنظیم و به دولت ارسال شد و امیدواریم در زمان مقرر در قانون، اساسنامه تصویب و این شرکت تاسیس شود.

مزایای توسعه قطارهای حومه‌ای

رسولی گفت: قطار حومه‌ای در کنار کاهش مصرف سوخت، در کاهش تلفات رانندگی (بسیاری از تصادفات در حومه شهرها رخ می‌دهد) و همچنین کاهش آلایندگی‌های زیست محیطی نقش مهمی دارد زیرا روزانه حدود ۵۴۰ هزار خودرو از حومه تهران وارد تهران و همین تعداد نیز در بعدازظهر از تهران خارج می‌شود. عضو هیات‌مدیره راه‌آهن اظهار داشت: اگر امکان جابه‌جایی این تعداد مسافر خودروها از طریق شبکه ریلی فراهم شود و همین ۵۴۰ هزار دستگاه خودرو روزانه وارد تهران نشود، در کاهش آلودگی پایتخت، کاهش مصرف سوخت، کاهش تلفات رانندگی و کاهش ترافیک، به ارقام بزرگی دست خواهیم یافت.

وجود قطارهای حومه‌ای در ۱۹ مسیر ریلی

عضو هیات‌مدیره شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران با یادآوری اینکه راه‌آهن در بیش از ۱۹ مسیر قطار حومه‌ای فعال دارد، ابراز امیدواری کرد با تشکیل شرکت قطارهای حومه‌ای و طی مراحل قانونی تصویب اساسنامه آن، شرایطی فراهم شود تا سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی برای تأمین ناوگان حومه‌ای نظیر ریل‌باس، افزایش یافته و فواصل اعزام قطارها کاهش یابد تا بدین ترتیب شهروندان اطراف کلانشهرها به راحتی از قطارهای حومه استفاده کنند. رسولی گفت: در ایران سهم حمل‌ونقل حومه‌ای در جابه‌جایی‌ها ۲ درصد است، در حالی که در اروپا و کشوری مثل آلمان این رقم ۵۵ درصد است و ما امیدواریم با اقدامات صورت گرفته برای تحقق هدف سهم ۲۰ درصدی راه‌آهن در جابه‌جایی مسافر، از قطارهای حومه‌ای استفاده زیادی داشته باشیم.

معادن

معاون وزیر صنعت:

صادرات مواد معدنی کشور امسال ۲ برابر می‌شود

معاون امور معادن و صنایع معدنی وزیر صنعت، معدن و تجارت روز سه‌شنبه در آیین گشایش نمایشگاه بین‌المللی سنگ ایران در میلان گفت: دولت افزایش صادرات مواد معدنی و توانمندی در تولید کیفی محصولات این حوزه را تا دو برابر در سال جاری در دستور کار دارد. وی افزود: ارزش صادرات معادن سنگ و صنایع وابسته آن در سال گذشته حدود ۳۵۰ میلیون دلار بود که رشد دوبرابری در این حوزه برای سال جاری در دست پیگیری است. جعفر سرقینی اظهار کرد: ۳۸۰ هزار نفر در حوزه صنعت سنگ و فعالیت‌های وابسته آن اشتغال دارند و ۶ هزار و ۵۰۰ واحد فرآوری سنگ نیز در کشور فعال است که این مهم بیانگر ظرفیت‌های معدنی و جایگاه آن در توسعه است. وی افزود: ۶ میلیارد دلار مواد معدنی در سال گذشته از کشور صادر شد و این شاخص در برنامه‌های کلان تا یک و نیم میلیارد دلار دیده شده است.

اگهی

آقای احمد گودرزی کارمند بانک ملی ایران، به اطلاع میرساند به موجب رأی قابل پژوهش شماره ۱۹۵۶/۲ مورخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۱ هیأت بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارکنان به تغییر محل جغرافیایی خدمت به استان البرز محکوم گردیده‌اید. مقتضی است چنانچه نسبت به رأی صادره اعتراضی دارید موارد اعتراض کتبی خود را به طور مشروح و مستدل حداکثر ظرف مدت یک ماه از تاریخ درج این آگهی به اداره امور شعب شمال تهران تسلیم نمایید. بدیهی است در صورت عدم اعتراض، رأی صادره در مورد شما قطعی یافته و به مرحله اجرا درخواهد آمد. لذا مراتب طبق ماده (۷۳) قانون آیین دادرسی دادگاه‌های عمومی و انقلاب در امور مدنی، یک نوبت در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار برای اطلاع شما درج می‌گردد.

م الف ۲۳۶۵

بانک ملی ایران

نرخنامه

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۲۲,۳۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۲,۸۰۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۲۷۰,۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۲۰۶,۰۰۰	▼
نیم سکه	۶۵۸,۰۰۰	▼
ربع سکه	۳۷۵,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۲۵۲,۰۰۰	▼

نرخ سکه و طلا

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۰۱۲	▲
یورو اروپا	۴,۷۹۵	▼
پوند انگلیس	۵,۳۵۰	▼
درهم امارات	۱,۱۲۰	▲

نرخ ارز نقدی

بانکنامه

بیمه رایگان سپرده گذاران بانک آینده

بانک آینده در راستای توجه به نیازهای مشتریان و ارزش آفرینی هر چه بیشتر برای آنها، طرح بیمه رایگان سپرده گذاران را از تاریخ ۲۲ مهرماه امسال در شعب خود عملیاتی کرد. به گزارش روابط عمومی بانک آینده، طرح بیمه رایگان سپرده گذاران بانک آینده، خدمت نوبتی است که از سوی این بانک به پاس همراهی و وفاداری مشتریان به آنها عرضه می شود. در این طرح، سپرده گذاران بانک آینده، به صورت رایگان و با شرایط ویژه، تحت پوشش بیمه درمان تکمیلی (جبران هزینه های بستری در بیمارستان)، بیمه آتش سوزی منازل مسکونی، بیمه عمر و حوادث از طریق شرکت بیمه رازی قرار می گیرند. هر یک از مشتریان بانک آینده، در صورتی که دارای انواع سپرده بلندمدت یکساله با مجموع مبلغ ۵۰ میلیون ریال و بیشتر تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال باشند، به طور خودکار تحت پوشش بیمه آتش سوزی قرار خواهند گرفت.

میانگین سه کارت بانکی برای هر شهروند

خدا حافظی پول نقد با جیب ایرانی ها



گسترش استفاده از کارت های بانکی البته جدا از کاهش پول نقدی که در جیب ایرانی هاست ثمرات فراوانی برای اقتصاد به همراه داشته است؛ هزینه های سنگین ناشی از چاپ اسکناس در ایران با این روند مهار شده، چراکه تجربه نشان می دهد عمر متوسط اسکناس های ایرانی کمتر از عمر متوسط این اسکناس ها در سایر کشورهای جهان است.

هر برگ از اسکناسی که از چاپخانه بانک مرکزی بیرون می آید، به طور متوسط صد تومانی آب خورده است، به این ترتیب کاهش این هزینه خود فراغتی قابل توجه را برای اقتصاد ایجاد کرده است. حجم اسکناس و مسکوک در دست اشخاص نسبت به پایان اسفند ماه ۱۳۹۵ کاهشش برابر با ۱۳۶ درصد و در مقایسه با اسفند ماه سال ۱۳۹۴ کاهشش برابر با ۱۳ درصد را تجربه کرده است.

حالا سطره دستگاه های پوز از واحدهای صنفی فراتر رفته و کم کم ایجاد شرایط پرداخت موبایلی از یک سو و تجهیز تاکسی ها به دستگاه های پوز از سوی دیگر بساط اسکناس ها را از کیف ها و جیب ها جمع می کند. خبرهایی در خصوص تجمیع کارت های بانکی در کارت های شهروندی به گوش می رسد. این اتفاق را می توان عاملی برای گسترش استفاده از کارت های بانکی در آینده ای نزدیک دانست.

مفهوم پول در ایران و جهان امروزه در حال تغییر است. اگر زمانی ضرورت انتشار اسکناس های درشت تر برای پاسخ به نیاز جامعه مطرح می شد، امروزه استفاده از کارت های بانکی برای خرید های خرد و کلان این ضرورت را به حاشیه رانده است. بر همین اساس، کارت های بانکی به جزیی جدایی ناپذیر از زندگی ایرانی ها تبدیل شده است و دیگر خبری از پول نقد دسته شده در بخش مالی شرکت ها و ادارات نیست. پول نقد کم کم در حال تبدیل شدن به کالایی نایاب در ایران است و حتی برای خرید های خرد نیز دیگر کمتر شهروندی است که سراغ پول نقد برود، حتی برای خرید های هزار تومانی و دو حقوق ها سر ماه به حساب کارکنان می تواند با استفاده از کارت های بانکی خود روزانه ۲۰۰ هزار تومان از خود پردها پول نقد بگیرند و تا زمانی که موجودی شان یاری می کند، خرید کنند. اگر تهران و شهرهای بزرگ مدنظر باشند، اغلب واحدهای صنفی به دستگاه های پوز مجهزند و در شهرهای کوچک نیز افزایش محسوس شمار واحدهای صنفی مجهز به این دستگاه ها از یک سو و افزایش شمار استفاده کنندگان از کارت های

بانکی از سوی دیگر این نوبد را می دهد که پول نقد در حال خدا حافظی با جیب های ایرانی است. کارت ها دیگر جای پای خود را در اقتصاد ایران محکم کرده اند. حالا سه و نیم برابر جمعیت ایران کارت بانکی وجود دارد و در جیب اغلب ایرانی ها بیش از سه کارت بانکی یافت می شود.

چگونه بساط اسکناس از جیب ایرانی ها جمع شد؟ عمر کارت های بانکی در ایران به سه دهه می رسد اما فراگیر شدن استفاده از این کارت ها در خرید خرد و کلان، در برخی موارد حتی ناوایی ها ضرورت تهیه پول نقد را از بین برد. حالا آخرین آمارهای بانک مرکزی نشان می دهد با وجود افزایش حجم نقدینگی، اسکناس و مسکوک در دست اشخاص با کاهش روبه رو شده است. طبق آخرین آمار ارائه شده از سوی بانک مرکزی، حجم اسکناس کاهش آمار ارائه شده از سوی مسکوک در دست افراد به ۳۳ هزار و ۹۹۰ میلیارد تومان کاهش یافته است. این بدان معناست که سرانه پول نقد در ایران به ۴۲۴ هزار و ۴۸۷ تومان رسیده است.

وزیر امور اقتصاد درباره سخنان ترامپ و حضور اظهارات ضد ایرانی ترامپ نه تنها تاثیر منفی برای همکاری های خارجی با ایران نداشت، بلکه عزم آنها را جدی تر کرد. مسعود کرباسیان در گفت و گو با ایرنا گفت: با ۹ وزیر اقتصاد کشورهای اروپایی و آسیایی دیدار داشتیم که همگی معتقد بودند ایران به اجرای تعهدات خود در برجام پایبند بوده است. آنها معتقد بودند جمهوری اسلامی ایران در اجرای تعهداتش در مسیر درستی قرار دارد.

وزیر امور اقتصاد اضافه کرد: همین فضایی که برای همکاری های آتی، سرمایه گذاری و تامین منابع مالی مطرح می کردند، نشان می داد که روند اجرای تعهدات ایران مورد قبول بود و تاکید داشتند که توسعه روابط ادامه یابد. راهبرد جدید آمریکا نه تنها تاثیر منفی در همکاری ها نداشت، بلکه عزم طرف های خارجی را جدی تر کرد، چون حرف مشخصی از سوی آمریکایی ها مطرح نشد و نشان داد که ایران از حقانیت برخوردار است.

وی با بیان اینکه اظهارات ترامپ در حد لفظ پراکنی هایی بود که جایگاه مناسبی نداشت، تصریح کرد: موضع گیری هایی که از طرف مقابل منعکس شد و فضای همکاری که ایجاد کردند، نشان داد که راهبرد جدید آمریکا به تقویت حضور و فضای همکاری با ایران کمک کرده است و جنبه منفی نداشت.

وزیر اقتصاد درباره دستاورد سفر به واشنگتن و حضور در اجلاس سالانه بانک جهانی و صندوق بین المللی پول گفت: این سفر فرصتی بود تا علاوه بر مشارکت در مباحث بانک جهانی که محورهای خاص خود را دنبال می کرد، بتوانیم با کشورهای مختلفی که حضور دارند، مباحث دوجانبه را مورد بررسی قرار دهیم.

آسیایی دیدار کردیم، افزود: با نهادهای مختلفی همچون رئیس بانک توسعه اسلامی صحبت کردیم و همکاران من هم با همتایان خود از کشورهای مختلف همچون ایتالیا، فرانسه، هند، روسیه، نروژ، دانمارک و الجزایر دیدار و گفت و گو کردند.

توانتخاب می کنی...

حجم و قیمت و سرعت ارتباطات تو
آسیاتک، اپراتور برتر ارتباطات ثابت کشور

۱۵۴۴
asiatech.ir
اینترنت یک، آسیاتک

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۴-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

آگهی مناقصه عمومی

یک مرحله ای شماره ۹۶/۷۸۹

موضوع: انجام خدمات نگهداشت و انبارش کالای شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

نام و نشانی مناقصه گزار	استان بوشهر - بندرعلویه - منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس - شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی - پالایشگاه دوم (فاز ۲ و ۳) - امور پیمانها
آخرین مهلت اعلام آمادگی و تسلیم رزومه مناقضیان شرکت در مناقصه	۱۳۹۶/۸/۱۳
مهلت تحویل اسناد مناقصه به شرکت های واجد صلاحیت	۱۳۹۶/۸/۳۰
مهلت تحویل پیشنهادات مالی توسط مناقصه گران	۱۳۹۶/۹/۱۳
تاریخ بازگشایی پیشنهادات مالی	۱۳۹۶/۹/۱۴

پس از اتمام مرحله ارزیابی صلاحیت به مبلغ ۴/۶۸۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال بصورت یکی از تضمین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین معاملات دولتی شماره ۱۳۳۴/۰۲/۱۳۳۴/۰۲/۰۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیات وزیران.

جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس های WWW.SPGC.IR مراجعه فرمایند.

مجموعه: ۱۳۹۶.۳۳۲۹ | روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۷/۳۱ | تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۷/۲۹

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای

شماره ۹۶/۳۳

شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد کنتور دیجیتالی مورد نیاز شبکه خود را به شرح اسناد از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید.

میزان سپرده شرکت در مناقصه به شرح اسناد می باشد، که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر، چک تضمین شده بانکی و یا وجه نقد به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ بنام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به مناقصه گزار تسلیم گردد.

زمان و محل و نحوه دریافت اسناد: از تاریخ درج آخرین آگهی بمدت ۵ روز با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب بانک صادرات شعبه فلکه اول کیهانپارس به شماره ۲۱۹۵۱۲۲۲۲۲۰۰۹ به آدرسهای زیر مراجعه نمایند:

پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز: WWW.AEPDCO.IR

پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز: WWW.TAVANIR.ORG.IR

پایگاه اینترنتی توانیر: www.iets.mporg.ir

تلفن تماس: ۰۶۱۳ ۴۴۹۰۷۰۰ - داخلی ۳۲۴۵

آخرین مهلت و محل تحویل و بازگشایی پاکت: حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۶/۸/۸ به دبیرخانه مرکزی شرکت اهواز - بلوار پاسداران جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد. بازگشایی راس ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۶/۸/۹ می باشد.

به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل می شود، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

هزینه آگهی مناقصه به عهده برنده مناقصه است.

سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است.

امور تدارکات

استاندارد خودروها کافی نیست

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت که در استاندارد خودرو قدم‌های مثبتی برداشته شده، اما کافی نبوده است.

محمد شریعتمداری، در آیین بزرگداشت روز جهانی استاندارد با بیان اینکه توجه به استاندارد، رشد و توسعه کشور را دربر دارد، اظهار کرد: دولت قدم‌های خوبی در حوزه ملی و فراملی استاندارد، آغاز کرده است.

وی افزود: براساس بند ۲۴ ابلاغیه مقام معظم رهبری باید اعتراف کرد که با این ابلاغیه فاصله داریم.

به گفته شریعتمداری، استاندارد کف مسئولیت است که باید برای پوشش استاندارد تمامی کالاها و خدمات ایرانی تلاش کنیم.

این مقام مسئول با بیان اینکه نداشتن کف مطلوبیت استاندارد به زبان مصرف‌کننده تمام می‌شود، افزود: بر این اساس در اولویت اول به استاندارد کالاهای اجباری می‌پردازیم، چراکه تمامی واحدهای تولیدی برای دستیابی به بازارهای جهانی به استاندارد باید به عنوان سرمایه آتی فکر کنند.

وزیر صنعت و معدن ادامه داد: کلیه واحدهای تولیدی در ارائه کالاهایی با استانداردهای اجباری موظف به رعایت آن هستند و با کسی رودربایستی نداریم.

وی در ادامه گفت: در استاندارد خودرو قدم‌های مثبتی برداشته شد، اما کافی نبود که البته برای دستیابی به حداقل استانداردها برنامه‌هایی در دستور کار دولت است.

وزیر صنعت تصریح کرد: با نظارت‌های دقیق واحدهای سی‌ان‌جی که از استاندارد کافی برخوردار نبودند، ۱۳۰ واحد سی‌ان‌جی برای داشتن حداقل استانداردها احاطار گرفته و کم‌کم بسته شدند.

شریعتمداری در خصوص اهمیت رعایت استاندارد در صنایع غذایی یادآور شد: در این صنعت به صادرات خوبی رسیده‌ایم اما هنوز برخی تولیدات غذایی ما از استاندارد مطلوبی برخوردار نیستند.

معافیت خودروهای هیبریدی و برقی از مالیات بر ارزش افزوده

مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت ایران گفت که به استناد تبصره ذیل ماده (۹) قانون هوای پاک؛ خودروهای برقی-بتزنی، موتورسیکلت و خودروهای الکتریکی تولید داخل از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف هستند.

به گزارش کارپرس، علی‌آبادی‌فراهانی، مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت ایران با ارسال نامه‌ای به معقولی مدیرکل مرکز واردات و امور مناطق آزاد و ویژه گمرک جمهوری اسلامی ایران نوشت: «ضمن ارسال تصویر نامه شماره ۶۱۵۹۹ مورخ ۱۳۹۶/۵/۲۳ ریاست محترم جمهوری به سازمان حفاظت محیط زیست موضوع ابلاغ قانون هوای پاک جهت اجرا، خواهشمند است دستور فرمایید مراتب را یادداشت و به گمرکات اجرایی ابلاغ گردد.

به استناد تبصره ذیل ماده (۹) قانون هوای پاک خودروهای برقی-بتزنی، موتورسیکلت و خودروهای الکتریکی تولید داخل از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف می‌باشند.»

مصوبه در آمدی دولت از خودرو محقق نشد



دولت از محل مالیات واردات و نقل و انتقال خودرو درآمد ۲ هزار و ۱۵۰ میلیارد تومانی را برای پنج ماهه نخست امسال پیش‌بینی کرده بود که از این میزان تنها ۸۵۰ میلیارد تومان محقق شده است.

به گزارش ایسنا، با توجه به اطلاعات بانک مرکزی دولت از محل مالیات واردات، نقل و انتقال و شماره‌گذاری خودرو برای پنج ماهه نخست سال جاری درآمد ۲ هزار و ۱۵۰ میلیارد تومانی را

پیش‌بینی کرده که تنها ۸۵۰ میلیارد تومان آن محقق شده است.

البته با درآمد ۵۱۰ میلیارد تومانی مالیات شماره‌گذاری، حدود ۴۰ میلیارد تومان بیشتر از پیش‌بینی‌ها درآمد به ثبت رسیده است. از محل درآمد مالیات واردات خودرو با وجود درآمد مصوب یک هزار و ۳۷۰ میلیارد تومانی، درآمد عملکردی از این محل ۱۱۰ میلیارد تومان بوده و این در حالی است که در مدت مشابه سال گذشته میزان درآمد

دولت از این محل حدود ۲۱۰ میلیارد تومان بوده است.

درآمد مالیاتی از محل نقل و انتقال خودرو
دولت در حالی از محل مالیات نقل و انتقال خودرو درآمد ۳۱۰ میلیارد تومانی را برای پنج ماهه نخست سال جاری پیش‌بینی کرده که میزان درآمد در این مدت ۲۳۰ میلیارد تومان بوده است.

در مدت مشابه سال گذشته درآمد دولت از این محل با میزان درآمد سال جاری

یکسان بوده است.

درآمد از محل مالیات بر شماره‌گذاری خودرو
همچنین دولت در حالی از محل مالیات شماره‌گذاری خودرو برای پنج ماهه نخست سال جاری درآمد ۴۷۰ میلیارد تومانی را مصوب کرده که در این مدت درآمد ۵۱۰ میلیارد تومانی به حساب دولت واریز شده است. از سوی دیگر دولت مصوب کرده طی سال جاری از این محل، درآمد یک هزار و ۱۱۰ میلیارد تومانی داشته باشد.

بررسی‌ها نشان از آن دارد که دولت در چهار ماهه ابتدایی سال ۷۰۰ میلیارد تومان درآمد داشته که با توجه به درآمد پنج ماهه، در مرداد ماه دولت از محل درآمد مالیات بر واردات، نقل و انتقال و شماره‌گذاری خودرو ۱۵۰ میلیارد تومان درآمد داشته که از این میزان سهم مالیات بر واردات خودرو ۲۰ میلیارد تومان، نقل و انتقال خودرو ۶۰ میلیارد تومان و شماره‌گذاری خودرو ۷۰ میلیارد تومان بوده است.

نگاهی به وضعیت قطعه‌سازان ایران و کره

مقایسه قطعه‌سازی کره با صنعت قطعه ایران نشان می‌دهد چشم‌بادامی‌ها نه‌تنها خود به‌واسطه سرمایه‌گذاری و تحقیق و توسعه، روندی رو به رشد را در پیش گرفته‌اند، بلکه سبب توسعه و رقابت‌پذیری خودروسازان کره‌ای نیز شده‌اند.

به گزارش کارپرس، این در شرایطی است که قطعه‌سازی ایران اگرچه به خودروسازی کشور در مسیر افزایش تیراژ کمک کرده، با این حال در این سال‌ها همواره به خودروسازان وابسته بوده و تقریباً نشانی از یک صنعت پویا و مستقل و رو به رشد نداشته است. طبق یک تحقیق دانشجویی که از سوی اندیشکده سیاست‌گذاری صنعتی امیرکبیر انجام و در آن به بررسی قطعه‌سازی کره و رابطه این صنعت با خودروسازی پرداخته شده است، مشخص می‌شود این دو صنعت توانسته‌اند با ایجاد یک رابطه تنگاتنگ، یکدیگر را در مسیر رشد و توسعه قرار دهند.

به عبارت بهتر، ارتباط میان قطعه‌سازان و خودروسازان کره‌ای با

یکدیگر به شکلی است که هر دو طرف در سود و زیان هم شریک هستند. در واقع ارتباط قطعه‌سازان و خودروسازان کره‌ای با این اصل مهم پیش رفته که اگر موفقیتی هست، برای هر دو صنعت است و شکست نیز سهم هر دو آنهاست. بنابر تحقیق انجام‌شده، قطعه‌سازان و خودروسازان کره‌ای به‌شدت به یکدیگر وابسته‌اند و دلیل این موضوع نیز جایگاه ویژه‌ای است که صنعت قطعه این کشور در زنجیره ارزش خودروسازی دارد.

تاریخ خودروسازی کره نشان می‌دهد قطعه‌سازان این کشور در دهه ۷۰ میلادی و پس از به تولید انبوه رسیدن نخستین خودروی کره‌ای، به داخلی‌سازی روی آورده‌اند. در آن دوران البته دولت کره نیز یک طرح الزام‌آور سه ساله را برای قطعه‌سازان در نظر گرفت تا صنعت قطعه این کشور در مسیری درست به سمت ساخت داخل برود. همچنین وزارت تجارت، صنعت و انرژی کره نیز مأمور ترویج برون‌سپاری و عقد قراردادهای همکاری میان خودروسازان و قطعه‌سازان بود تا یک رابطه همزیستی میان آنها ایجاد شود.

شرایط به شکلی پیش رفت که قطعه‌ساز فقط به یک خودروساز قطعه می‌فروخت و خودروساز نیز در عوض آن، ارتباط و خریدی بلندمدت را تضمین می‌کرد. این روش در کنار منفعتی که برای خودروساز داشت، به ترویج صنعت قطعه نیز کمک کرد و در نهایت سبب شد کارآمدی و رقابت‌پذیری صنعت خودرو تضمین شود. در واقع تجربه ارتباط بلندمدت بین خودروساز و یک قطعه‌ساز، برای تامین‌کننده قطعه، نوعی بیمه به‌شمار می‌رود. به عبارت بهتر، قطعه‌ساز می‌توانست با تکیه بر تضمین و بیمه‌ای که از ناحیه خودروساز احساس می‌کرد، یک درآمد تضمین‌شده به دست آورده و به‌واسطه آن، به سمت فرآیند بهبود مستمر فناوری حرکت کند.

ساده‌تر اینکه قطعه‌سازان کره‌ای قادر هستند بدون ترس از اینکه منبع درآمدشان (از ناحیه خودروساز) از دست برود، در تحقیق و توسعه هزینه کرده و خیر این ماجرا به خودروسازان نیز رسیده است. طبعاً وقتی قطعه‌سازان کره‌ای به سمت تحقیق و توسعه رفته و خود و

ماشین‌آلات‌شان را همواره به‌روز می‌کنند، باید هم خودروسازان این کشور با تکیه بر چنین پشتوانه قوی و محکمی، به یک برند قدرتمند در سطح دنیا تبدیل شوند.

البته طی این سال‌ها، با توجه به برخی مضرات روش موردنظر از جمله احتمال تنبیل بار آمدن قطعه‌سازان، سعی شده اصلاحاتی در آن صورت گیرد، اما نکته مهم دیگر در مورد ارتباط خودروسازان و قطعه‌سازان کره‌ای اینجاست که در این کشور، معمولاً یک قطعه‌ساز فقط به یک خودروساز قطعه می‌فروخت، حال آنکه خودروساز چندین قطعه‌ساز برای انتخاب داشت.

خوبی این نوع ارتباط اینجاست که قطعه‌سازان مجبورند استانداردهای کیفی را کاملاً رعایت کنند و این موضوع در نهایت به نفع کل صنعت خودروی کره تمام شده است. در نهایت اینکه از لحاظ مالکیت شرکت‌ها نیز خودروسازان و قطعه‌سازان به سمت ادغام عمودی حرکت کرده‌اند، بدین معنا که شرکت‌های خودروساز با خرید یا ایجاد قطعه‌سازان، مالکیت آنها را در اختیار گرفته‌اند.

تازه‌های خودرو



جیب رانگلر ۲۰۱۸

۸ خودروی داخلی همچنان در انتظار رفع ممنوعیت شماره‌گذاری

هیات‌وزیران در مصوبه ۱۹ مهرماه خود شرط اسقاط خودرو برای خودروسازان را لغو کرد، اما با گذشت پنج روز از آن تاریخ هنوز مشکل شماره‌گذاری خودروهای پرمصرف رفع نشده است. بیش از یک ماه از ممنوعیت شماره‌گذاری خودروهای تیگو ۵، آریزو ۵، ام‌وی‌ام X33، جک S5، لیفان ۸۲۰، سوزوکی گراند ویتارا، هایما S7 و BYD S6 به‌دلیل بالا بودن مصرف سوخت می‌گذرد و در این مدت شرکت‌های خودروسازی سکوت کرده و در نهایت برای رفع این موضوع به وزیر صنعت متوسل شدند.

وزیر صنعت برای حل شماره‌گذاری این تعداد خودرو در نیمه مهرماه امسال اعلام کرد که شماره‌گذاری خودروهایی با مصرف سوخت بیش از ۸.۵ لیتر در ۱۰۰ کیلومتر که روزهای گذشته متوقف شده بود، به روال گذشته بازمی‌گردد بر همین اساس خریداران این خودروها نگران شماره‌گذاری نباشند. بعد از درخواست شریعتمداری در ۱۹ مهرماه به دستور هیات‌وزیران اسقاط خودرو برای خودروسازان لغو شد و براساس آن مقرر شده بود شرکت‌های تولیدکننده و مونتاژکننده از ۲۰ مهرماه بدون هیچ‌گونه مشکلی مجدداً خودروهای خود را شماره‌گذاری کنند که این امر تاکنون محقق نشده است.

افزایش صادرات قطعات گروه سایپا به بازارهای اروپایی و آسیایی

گروه خودروسازی سایپا در زمینه صادرات صنعت خودروی کشور همواره پیش‌تاز بوده و براساس برنامه‌ریزی صورت‌گرفته شاهد افزایش صادرات قطعات این گروه به کشورهای اروپایی هستیم. به گزارش سایپا نیوز، براساس سیاست‌های جدید گروه خودروسازی سایپا جهت تمرکز بر صادرات قطعات OEM و OES با تاکید بر حوزه‌های مزیت‌دار کشور ایران در زمینه تولید قطعات خودرو، طی سال‌های اخیر صادرات قطعات از این شرکت به بازارهای اروپایی به‌طور میانگین سالانه ۱۴ درصد افزایش یافته است. براساس این گزارش، بازارهای هدف قطعات صادراتی سایپا شامل ایتالیا، اسپانیا، ترکیه، آلمان، روسیه، اوکراین، آذربایجان، یونان و... است که در این میان سهم دو کشور ایتالیا و روسیه بیشتر از سایر کشورهاست. در حال حاضر و پس از سه سال روند افزایشی قطعات و مجموعه‌های صادراتی سایپا به بازارهای اروپایی، سهم این بازارها از کل صادرات قطعه گروه سایپا به ۵۰ درصد رسیده است و ۵۰ درصد دیگر به بازارهای آسیایی و آفریقایی از جمله مصر، عراق، سوریه، الجزایر، افغانستان و... صادر می‌شود. همچنین براساس گزارش منتشرشده روی سایت گمرک، گروه خودروسازی سایپا در شش ماه اول سال ۹۶ توانسته سهم ۶۹ درصدی صادرات خودرو و قطعات یدکی از ایران به خارج از کشور را به خود اختصاص دهد و سایر شرکت‌های خودروساز در این مدت مشابه، تنها ۳۱ درصد صادرات خودرو به خارج از کشور را به خود اختصاص داده‌اند. گفتنی است گروه خودروسازی سایپا همانند سال‌های گذشته که هشت دوره به‌عنوان صادرکننده نمونه و دو دوره صادرکننده ممتاز معرفی شده بود، در شش ماه نخست سال جاری نیز بیش‌تاز خود را در عرصه صادرات خودرو و قطعات یدکی به خارج از کشور با سهم ۶۹ درصدی حفظ کرده است. شایان ذکر است در سبد قطعات و مجموعه‌های صادراتی گروه سایپا علاوه‌بر قطعات یدکی مربوط به خودروهای تحت برند سایپا در بازارهای هدف، سایر قطعات OEM و OES از جمله رادیاتور، رینگ، رینگ، قطعات ریخته‌گری، شیشه، قطعات بدنه و... قرار دارند

که عمده این قطعات حوزه‌های مزیت‌دار صنعت خودرو و قطعه جمهوری اسلامی ایران را شامل می‌شوند. با توجه به پتانسیل‌های بسیار بالای صنعت قطعه ایران به‌طور عام و به خصوص قطعه‌سازان همکار با گروه سایپا و نیز با عنایت به قراردادهای جدید خودروسازی با کشورهای خارجی، مذاکرات جدی با زنجیره تامین خودروسازان جهانی در گروه سایپا در حال انجام است که نوید روزهای بسیار خوب را برای صادرات قطعات گروه سایپا می‌دهد.

حضور قطعه‌سازان در کمیته عقد قراردادهای خارجی خودروسازان

عدم اطلاع از جزئیات قراردادهای خودروسازی موضوعی است که همچنان جزو گلایه‌های قطعه‌سازان است. این در حالی است که تعهد شرکای خارجی در تامین قطعات از داخل از شروط قطعی قراردادهای خودروسازان با طرف‌های خارجی است. به گزارش خبر خودرو، در همین راستا دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودروی ایران ضمن انتقاد از عدم ارائه متن کلی قراردادهای به قطعه‌سازان، بر لزوم شفاف‌سازی جزئیات قراردادهای تاکید کرده و می‌گوید: نقاط ابهامی در مذاکرات و قراردادهای به قطعه‌سازان وجود دارد که باید در این زمینه شفاف‌سازی شود.

مازایر بیگلر در گفت‌وگو با خبر خودرو، ضمن اشاره به لزوم تبیین جایگاه قطعه‌سازان داخلی در قراردادهای خودروسازی به پیشنهاد انجمن قطعه‌سازان در این راستا پرداخت و گفت: برای تبیین جایگاه قطعه‌سازان در قراردادهای خارجی، انجمن قطعه‌سازان پیشنهاد کرده تا در کمیته عقد قراردادهای خارجی، نماینده‌ای از انجمن حضور داشته باشد.

وی با اشاره به تاکید وزیر صنعت و معدن مبنی بر اینکه باید قراردادهای قطعه‌سازی به سمتی برود که از ابتدا جایگاه قطعه‌سازان داخل در آنها مشخص باشد، تصریح کرد: انجمن قطعه‌سازان پیشنهاد حضور نماینده قطعه‌سازان در کمیته عقد قرارداد را به خودروسازان ارائه کرده که در این زمینه طبعاً مشکلی نیز وجود ندارد. وی تصریح کرد: از حقوق قطعه‌سازان است که در کمیته عقد قراردادهای خارجی خودروسازان حضور داشته باشند، از این رو انجمن موظف است از این حق دفاع کند تا به نتیجه مورد نظر دست یابد.

وی موضوع مهم در روند حرکت قراردادهای خودروسازی را کسب‌وکار این جریان دانست و گفت: باز خوردی که از خودروسازان دریافت می‌شود حکایت از کندی حرکت جریان قراردادهای دارد که البته دلایل این کندی در عقد قراردادهای چندین روشن نیست. وی علت بخشی از جریان کندی قراردادهای را مربوط به تعطیلات فصلی شرکت‌های داخلی و اروپایی عنوان کرد و افزود: در صورتی که این روند ادامه یابد، جلساتی را در این زمینه خواهیم داشت تا اطلاعات در این زمینه به‌روز آوری شود. دبیر انجمن قطعه‌سازان همچنین به آخرین وضعیت قرارداد با قطعه‌سازان اشاره کرد و افزود: براساس آخرین آمارها تاکنون ۲۶ قرارداد قطعی با قطعه‌سازان منعقد شده و به امضا رسیده که عموماً در خصوص قطعات تزئینات داخلی و بدنه است.



پنجمین جلسه هم‌اندیشی در مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار برگزار می‌شود

پنجمین جلسه هم‌اندیشی در مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار روز ۲۷ مهرماه به میزبانی دانشکده صنایع دانشگاه صنعتی امیرکبیر برگزار می‌شود. به گزارش فارس، پنجمین جلسه هم‌اندیشی در مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار به همت نماینده انحصاری انجمن بین‌المللی مدیریت فرآیندهای کسب و کار در ایران برگزار می‌شود. این سلسله جلسات که با هدف تبادل تجربیات در حوزه مدیریت فرآیندهای کسب و کار منعقد شده است روز ۲۷ مهرماه به میزبانی دانشکده صنایع دانشگاه صنعتی امیرکبیر برگزار می‌شود.

یادداشت

چگونه دانشگاه می‌تواند از شما کار آفرینی موثر بسازد؟

ماوال مختارزاده
<div>گزارشگرآرشدکارآفرینی</div>

تحقیقات انجام‌شده توسط بانک سلطنتی اسکاتلند در سال ۲۰۱۳ نشان می‌دهد روحیه کارآفرینی در بین جوانان بریتانیا رو به رشد است. براساس این تحقیق، ۳۰درصد جوانان بر این باورند که در آینده کسب‌وکار خودشان خواهند داشت. انتظار می‌رود که در پنج سال آینده، حداقل از هر چهار نفر یک نفر رئیس خود باشد.

به گزارش مدیرانفو، اگر شما هم دانشجویی هستید که روی کسب‌وکارش را در سر دارد، باور داشته باشید دانشگاه می‌تواند فرصتی عالی برای پرورش مهارت‌های کارآفرینی‌تان باشد. در اینجا به پنج نکته‌ای که می‌توانید در دانشگاه انجام دهید و به شما در تبدیل شدن به یک کارآفرین کمک می‌کند، اشاره می‌کنیم:

دانشگاه محل فوق‌العاده‌ای برای تقویت مهارت‌های سازمانی و رهبری است. سعی کنید برای حضور در فعالیت‌های تیمی و باشگاه‌های ورزشی داوطلب شوید. اینکه در کار تیمی چه مسئولیتی داشته باشید، اهمیتی ندارد. حتی اگر مسئولیت فروش بلیت مسابقات را برعهده شما گذاشتند، بی‌تفاوت نباشید. توجه داشته باشید که این فرصت خوبی برای یادگیری چیزهایی است که در مسیر کسب‌وکار خودتان به آنها نیاز خواهید داشت.

به جامعه کارآفرینان ملحق شوید

تقریباً می‌توان گفت که در دانشگاه یکی جامعه کارآفرین دارد (برای مثال می‌توان به مراکز رشد اشاره کرد)، بیوستن به چنین گروهی نتایج بی‌ظفیری پدیدال خواهد داشت.

در چنین موقعیتی شما برای شرکت در انواع جلسات مذاکره، رویدادها، کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی دعوت خواهید شد. علاوه بر این، فرصتی عالی برای ملاقات و مبادله ایده‌ها با دیگر کارآفرینان مشتاق، به‌دست خواهید آورد.

دکترین نوین مدیریت؛ جهانی‌سازی کسب‌وکار

دکترین نوین مدیریت، مجموعه‌ای فراثر از استراتژی‌ها و سیاست‌ها و

خط مشی‌ها است و ریشه در باورها و نگرش‌ها به توسعه اقتصاد در مقیاس جهانی و ثروت‌آفرینی در ابعاد گسترده جغرافیایی و تاریخی دارد. در میان دکترین‌های نوینی که تحول‌گسترده‌ای را در دنیا رقم زده‌اند، تاثیر شگرفی بر رشد فزاینده اقتصادی در هزاره جدید داشته‌اند، می‌توان از دکترین موفق «جهانی‌سازی کسب‌وکار» نام برد. دکترین کسب‌وکار جهانی به معنای بهره‌گیری از نظام نوین مدیریت مدرن در پیود بهره‌گیری از منابع حیاتی بوده و تعامل با نهادهای دولتی و اقتصادی دنیا پس از تحول سازمانی تحت دکترین نوین مدیریت اتفاق می‌افتد.

هر ساله با حضور جمعی از سران اقتصادی و سیاسی و رهبران کسب و کار از کشورهای پیشرو و مجمع جهانی اقتصاد، دکترین مدیریت برای تعیین اهداف آینده کسب‌وکار و تحلیل چالش‌های

کسب‌وکار امروز

به‌زودی

زبان فارسی به تلگرام اضافه می‌شود

مدیرعامل تلگرام، پاول دوروف در رابطه با انتشار جدیدترین

آپدیت پیام‌رسان تلگرام از قابلیت‌های نسخه جدید و اضافه شدن زبان فارسی در آپدیت ۴.۴ تلگرام هم‌اکنون می‌توانید

به گزارش ایلتا، در نسخه ۴.۴ تلگرام هم‌اکنون می‌توانید موقعیت مکانی خود را به صورت زنده و برای مدت‌زمان‌های ۱۵ دقیقه، یک و هشت ساعت به اشتراک بگذارید.

در مدیاپلیئر تلگرام به منظور ارتقای رابط کاربری تغییراتی ایجاد شده و تجربه استفاده از تلگرام برای بخش موزیک را بهتر کرده است. همچنین در آپدیت ۴.۴ تلگرام تشخیص مدیران از طریق نشانه ویژه آدمین آسان‌تر شده است.

ممکن است شگفت‌زده شوید که چقدر از خدمات کسب‌وکاران در دانشگاه پشتیبانی می‌شود. آنها اختلاا می‌توانند به شما کمک کنند تا ترتیبی برای کارهای مربوطه لحاظ کنید. همچنین ممکن است شرکت دوره‌های تجاری رایگان را به شما پیشنهاد دهند. به این ترتیب می‌توانید مفاهیم زیادی را از مدیریت جریان نقدینگی گرفته تا طراحی وبسایت یادگیرید.

با مردم دیدار کنید

اگر آموزی انجام دهید تا تجربه کاری پیدا کنید، نوعی چالش کسب‌وکار برای خود تنظیم کنید. فروش کالاها در خیابان می‌تواند نمونه‌ای از این چالش‌ها باشد. راه‌های بسیاری برای تقویت مهارت‌های کارآفرینی‌تان در طول تعطیلات تابستانی وجود دارد. در تعطیلات تابستانی می‌توانید برای چیزهایی که مفید و مرتبط هستند وقت بگذارید و هیچ فرصتی را از دست ندهید. کارآفرینی یکی از ویژگی‌های کلیدی است که باید در دانشگاه‌ها فراغ‌تحصیل ایجاد شود. به دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی پیشنهاد می‌شود که برنامه کارآموزی برای دانشجویان داشته باشند و در مورد چالش‌ها و فرصت‌هایی که می‌توان در آینده به دانشجویان ارائه داد، دیدار داشته‌باشند.

مدیرعامل تلگرام، پاول دوروف در رابطه با انتشار جدیدترین آپدیت پیام‌رسان تلگرام از قابلیت‌های نسخه جدید و اضافه شدن زبان فارسی در آپدیت ۴.۴ تلگرام هم‌اکنون می‌توانید به گزارش ایلتا، در نسخه ۴.۴ تلگرام هم‌اکنون می‌توانید موقعیت مکانی خود را به صورت زنده و برای مدت‌زمان‌های ۱۵ دقیقه، یک و هشت ساعت به اشتراک بگذارید.

اقتصادی پیش رو و ارائه راهبردهای توسعه و پیشرفت مورد تحلیل و بازنگری قرار می‌گیرد.
بین‌المللی و ملی مطالعاتی در حوزه مدیریت جهانی در تاریخ ۲۷ آبان‌ماه ۱۳۹۶، گردهمایی با عنوان «دکترین مدیریت: جهانی‌سازی کسب‌وکار» در مشهد برگزار می‌شود که به پدیده درم تنیدی روابط بین افراد، مصرف‌کنندگان و بنگاه‌ها و شهروندان و دولت‌ها در جهان پس از سال ۲۰۰۰ پرداخته و فرصت‌های جدیدی را که برای تحول کسب و تولد استرات‌آب‌های جدید برای کارآفرینان و سرمایه‌گذاران وجود دارد، مورد بررسی قرار می‌دهند. در پایان نیز از مدیرانی که در مقایسه با ۲۴ شاخص نظام مدیریت جهانی، روند روبه رشدی را در رهبری کسب‌وکار دنبال کرده‌اند، با اعطای «جایزه دکترین مدیریت جهانی» تقدیر به عمل خواهد آمد.

دکترین نوین مدیریت، مجموعه‌ای فراثر از استراتژی‌ها و سیاست‌ها و

خط مشی‌ها است و ریشه در باورها و نگرش‌ها به توسعه اقتصاد در مقیاس جهانی و ثروت‌آفرینی در ابعاد گسترده جغرافیایی و تاریخی دارد. در میان دکترین‌های نوینی که تحول‌گسترده‌ای را در دنیا رقم زده‌اند، تاثیر شگرفی بر رشد فزاینده اقتصادی در هزاره جدید داشته‌اند، می‌توان از دکترین موفق «جهانی‌سازی کسب‌وکار» نام برد. دکترین کسب‌وکار جهانی به معنای بهره‌گیری از نظام نوین مدیریت مدرن در پیود بهره‌گیری از منابع حیاتی بوده و تعامل با نهادهای دولتی و اقتصادی دنیا پس از تحول سازمانی تحت دکترین نوین مدیریت اتفاق می‌افتد.

هر ساله با حضور جمعی از سران اقتصادی و سیاسی و رهبران کسب و کار از کشورهای پیشرو و مجمع جهانی اقتصاد، دکترین مدیریت برای تعیین اهداف آینده کسب‌وکار و تحلیل چالش‌های

رویدادی برای جذب سرمایه‌گذار طرح‌های دانش‌بنیان برگزار می‌شود

رویداد فناوری‌ها در راستای جذب سرمایه‌گذار برای شرکت‌های فناوری‌بنیان ۲۶ مهرماه (امروز) در اتاق بازرگانی برگزار می‌شود. به گزارش مهر، رویدادهای جذب سرمایه‌گذار نقش مهمی در توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان فناوری‌های پیشرفته مثل نانوفناوری

و زیست‌فناوری ایفا می‌کنند و با جلب حمایت صاحبان سرمایه، زمینه تولید و تجاری‌سازی یک محصول یا خدمت فناورانه را فراهم می‌کنند. اگرچه شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان از تولید و ارائه خدمات فناورانه کاری مهم و سرنوشت‌ساز انجام می‌دهند، اما نقش آفرینی این شرکت‌ها نیز فراهم نمی‌شود و بنگاه‌های اقتصادی با ایجاد زمینه تجاری‌سازی است. عرضه محصولات و خدمات به بازار تجاری نیازمند حلقه واسطی میان صاحبان سرمایه و شرکت‌های فناور است و رویدادهای فناورانه به تحقق این ارتباط کمک می‌کنند. رویدادهای جذب سرمایه‌گذار گوناگونی برای جلب حمایت سرمایه‌گذارها به شرکت‌های فناور و رفع نیاز صنایع برگزار می‌کنند. همچنین فناوری‌ها و کسب‌وکارهای دانش‌بنیان حوزه کاری خود که توسط فعالان فناور، خلاق و نوآور بومی ایجاد شده‌اند آشنا می‌شوند.



اعتبار ۹ میلیاردی برای صندوق‌های حمایتی از زنان روستایی

مشاور مدیرعامل صندوق کارآفرینی کشور در امور بانوان گفت که حدود ۹ میلیارد تومان اعتبار برای صندوق‌های حمایتی زنان روستایی در نظر گرفته شده است.

به گزارش ایسنا، ناهید کشاورز روز گذشته در نشست خبری اجرای تفاهم‌نامه ملی با صندوق کارآفرینی امید و تشکیل صندوق اعتبارات خرد محلی و روستایی در سالن اجتماعات فنی و حرفه‌ای مشهد اظهار کرد: تاکنون ۶۰۰ صندوق اعتباری خرد محلی به کمک صندوق کارآفرینی امید در ۱۵ استان طی دو سال ۹۴ و ۹۵ به اجرا درآمده که با پرداخت نزدیک به ۹ میلیارد تومان به این صندوق می‌توانیم منابع مالی را به صورت آسان و سریع در اختیار زنان روستایی قرار دهیم.

دریچه

۵ اقدام ضروری در راستای کسب ثروت بیشتر

در سال ۲۰۱۷

متوجه: امیر آل علی

بسیاری از برنامه‌ریزان مالی معتقدند که کسب ثروت، فرآیندی است که از بسیاری از فعالیت‌های کوچک و در گذر زمان شکل می‌گیرد. با این حال بسیاری در اندیشه دستیابی به ثروت‌های کلان صرف مدت بسیار کوتاه هستند که بیشتر به رویا شباهت دارد تا خواسته‌ای که امکان عملی‌شده آن وجود داشته باشد. با نگاهی به زندگی افراد موفق در سراسر جهان نیز به این واقعیت پی خواهید برد که موفقیت هیچ‌یک از آنها یک‌کشه اتفاق نیفتاده است. به همین خاطر لازم است این پیشش را در خود شکل دهید که این مسیر راهی کوتاه نبوده و اقدامات‌تان به مرور زمان نتیجه خود را نشان خواهد داد. تام کورلی، حسابدار و برنامه‌ریز مالی، طی سال‌ها تحقیق و مصاحبه با افراد ثروتمند به نتایج جالبی دست پیدا کرده است که آن را در کتاب خود تحت عنوان «با تغییر عادت‌ها زندگی خود را متحول سازید» به‌طور مفصل بیان کرده است. در این مقاله قصد معرفی پنج مورد از موارد ذکرشده در این کتاب را داریم.

۱-منابع درآمدی خود را متنوع ساخته و سیستمی خودکار برای پس‌انداز داشته باشید

در جهان حال حاضر که تکنولوژی به شکل روزافزون در حال پیشرفت است، دیگر زندگی کردن به طریق سنتی خصوصا در زمینه اقتصاد چندان هوشمندانه به نظر نمی‌رسد. با نگاهی به زندگی افراد موفق نیز به این نکته پی خواهید برد که یکی از اصول موفقیت این است که از امکاناتی که تکنولوژی در اختیارتان قرار می‌دهد به درستی استفاده کنید. یکی از این موارد سیستم اینترنتی بانک‌ها است. به این طریق شما می‌توانید مشخص کنید که ماهانه مبلغی مشخص از درآمذتان ذخیره شود. این امر در حالی است که اگر بخواهید خودتان این کار را انجام دهید، همواره این امکان وجود دارد که مبلغی را کم کنید. با این حال در این رابطه توجه داشته باشید که رقم مشخص‌شده باید به نحوی واقع‌بینانه باشد تا امکان استمرار آن مهیا شود. بدون شک هنگامی که مبلغ محدودتری را در اختیار داشته باشید، به مقدار کمتری نیز خرج خواهید کرد و در خریدهای خود هوشمندانه‌تر عمل خواهید کرد.

۲- با فردی موفق ارتباط برقرار کنید

اگر خواهان پیشرفت هستید لازم است با افرادی که مسیر موفقیت را پیموده‌اند در ارتباط باشید. در این رابطه الزامی وجود ندارد که دایره ارتباط بسیار گسترده‌ای داشته باشید. با این حال وجود حداقل یک نفر کاملا ضروری است. با این اقدام شما نیز قادر خواهید بود با رفتارهای افراد موفق آشنا شده و از تجربیات گرانبهای‌شان استفاده کنید. از این امر به‌عنوان اثر همنشین یاد می‌شود. در واقع اگر با افراد به‌یامر در ارتباط باشید، سیستم دفاعی بدن شما نیز به‌زودی تحلیل خواهد رفت. در این رابطه درست عکس قضیه نیز اتفاق افتاد. بدون تردید اگر با افراد مثبت‌اندیشی و با روحیه در رفت‌وآمد باشید شما نیز به‌زودی به یکی از آنها تبدیل خواهید شد.

۵-حساب دخل و خرج خود را داشته باشید

همواره درآمدهای خود و همچنین هزینه‌های روزانه خود را در جایی یادداشت کنید. در صورتی که کمی خلاصیت داشته باشید با وارد کردن این اطلاعات در نرم‌افزارهایی نظیر اکسل، خواهید توانست نموداری را شکل دهید که عملکرد اقتصادی ماهانه شما را مشخص خواهد کرد.

این امر به شما کمک خواهد کرد با مقایسه عملکرد ماهانه خود در صورتی که به نحوی نادرست عمل می‌کنید، امکان تغییر به‌موقع آن را داشته باشید.بهترین زمان برای یازبینی نوشته‌های خود هر ۲۰روز یکبار است. در بسیاری از موارد افراد به اطلاعات و نتایج فوق‌العاده‌ای از این طریق دست پیدا کرده‌اند که زندگی آنها را متحول ساخته و وضعیت اقتصادی آنها را به نحو چشمگیری بهبود بخشیده است.

Kindle سرانجام به این‌ها باور افراد پاسخ داد که هیچ‌چیز آرمش‌بخش‌تر از کتاب‌خواندن در حمام نیست. اما شما هم از آن دسته افرادی هستید که از افتادن کتاب یا گوشی خود در وان یا استخر حین مطالعه یک متن مفیدترند؟
تبلت کتابخوان «Kindle Oasis» می‌تواند به مدت یک ساعت تا عمق دومتری آب را تحمل کند. بنابراین شما می‌توانید سرانجام با کتاب‌های از شکل افتاده خود خداقافلی کنید و در حالی از زندگی لذت ببرید که از فرآیند دریافت آن نیز بی‌سراسر راحت است. رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی تأکید کرد: حمایت‌های صندوق نوآوری و شکوفایی صرفا از شرکت‌های دانش‌بنیان تأیید صلاحیت‌شده است. سوزی صندوق نوآوری و شکوفایی اضافه کرد در مجموع در این دوره از نمایشگاه جیتکس، ۲۵میلیون تومان بلاعوض از تسهیلات دریافت‌نشده‌ای که شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور بیش از ۴هزار ۲۰۰میلیارد کلمه بیشتر از قبل با کیفیت بهتر و به شکل لیزری بخوانید.

فرم و شکل آن با کف دست شما هماهنگ است و رابط به شما اجازه می‌دهد تا فقط با یک تماس کوچک صفحات را ورق بزنید.

رئیس صندوق نوآوری اعلام کرد

تسهیلات ۳۰میلیونی به دانش‌بنیان‌ها برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی

رئیس هیأت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی از ارائه تسهیلات به پرمهندت صندوق نوآوری و شکوفایی در این دوره از نمایشگاه جیتکس، ۲۵میلیون تومان بلاعوض از تسهیلات دریافت‌نشده‌ای که شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور بیش از ۴هزار ۲۰۰میلیارد کلمه بیشتر از قبل با کیفیت بهتر و به شکل لیزری بخوانید.

تا سقف ۳۰میلیون تومان می‌تواند از تسهیلات صندوق نوآوری و شکوفایی بهره‌مند شود. گفت: این تسهیلات تنها مشمول خود فناوری اطلاعات و ارتباطات نمی‌شود و شرکت‌های دانش‌بنیان در سایر حوزه‌ها نیز برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و داخلی می‌توانند از این تسهیلات بهره‌مند شوند. وی هدف عمده ارائه تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان در راستای حضور در رویدادها و نمایشگاه‌های بین‌المللی در نظر گرفته است. وی با اشاره به تسهیلات ارائه‌شده به شرکت‌های دانش‌بنیان حاضر در جیتکس ۲۰۱۷ افزود: اسمال برای نخستین‌بار به شرکت‌های دانش‌بنیان حاضر در پایوبن ایران در نمایشگاه جیتکس، ۱۰ میلیون تومان رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی و ۱۵ میلیون تومان نیز از طرف معاونت علمی فناوری و ریاست جمهوری پرداخت شده است. از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی اضافه کرد در مجموع در این دوره از نمایشگاه جیتکس، ۲۵میلیون تومان بلاعوض از تسهیلات دریافت‌نشده‌ای که شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور بیش از ۴هزار ۲۰۰میلیارد کلمه بیشتر از قبل با کیفیت بهتر و به شکل لیزری بخوانید.



فرم و شکل آن با کف دست شما هماهنگ است و رابط به شما اجازه می‌دهد تا فقط با یک تماس کوچک صفحات را ورق بزنید.

تبلیغات مؤثر چگونه است؟

سودای بزرگی از مطالعات دانشگاهی در مورد تبلیغات وجود دارد. تبلیغات ما را به انجام کاری ترغیب می‌کنند. به گزارش هورموند، زندگی تشویق است. مردان و زنان به هم اظهار عشق می‌کنند و در فرآیندی آن را به هم نشان می‌دهند. متقاضی کار، در مصاحبه خود را به بهترین شکل نشان می‌دهد. افراد قبل از فروش خانه‌شان آن را تمیز می‌کنند، رنگ می‌زنند و وقتی خریدار می‌آید بوی خوش چای در آن راه می‌اندازند و این کار کاملا طبیعی و قابل قبول است. عدم صداقت قابل قبول نیست و این درمورد تبلیغات نیز صدق می‌کند. تبلیغات باید قانونی، مناسب و معقول، واقعی و حقیقی باشند. در غیر این صورت ابزاری برای شکایت است و گاهی از تبلیغات باید صرف نظر کرد.

تبلیغات با درک مردم در دو سطح، طرف است؛ عقلانی و احساسی؛ سمت چپ و راست مغز. افرادی که می‌گویند تبلیغات مؤثر نیست عقلانی‌اند و از سمت چپ مغز خود بیشتر استفاده می‌کنند و در برابر یک تبلیغ که جذبه احساسی دارد مقاومت می‌کنند. تبلیغات بزرگ هر دو امر را انجام می‌دهند. برای مثال تبلیغاتی توسط ابود مید ویکرز برای رستوران سینس بری که می‌گفت غذای خوب سینس بری قیمت کمی دارد. این گفته ساده، هم عنصر احساسی و هم عقلانی را داراست. غذای خوب ایده احساسی است. در مورد حس عقلانی هم همه می‌دانیم چه منظوری دارد. بخش بسیار هوشمندانه تبلیغ این بود که تبلیغات در دو نیمه انجام می‌شد؛ غذای خوب در مجله‌ای نشان داده می‌شد که عکسش رنگی بود. عکس‌های زیبایی از دیوید ابوت نیز در آن بود. بخش هزینه کمتر در قسمت سیاه و سفید روزنامه و با جزئیات غذای هر هفته آمده بود. مسئله عقلانی و حسی بودن تبلیغات، مسئله زمان را هم شامل می‌شود زیرا یکی ممکن است از دیگری پیشی بگیرد. برای نمونه می‌توان به بانته شکلات نارگیلی شرکت مارس اشاره کرد. خواننده‌ها مطمئنا تبلیغات طولانی بانته را به یاد دارند. طعم بهشت که تصاویر جزایر دریای جنوب و دختران سیاه‌پوست را به همراه داشت. بانته برای حضور در بازار شیلی به این نتیجه رسید که مردم شیلی دریای جنوب را دوست دارند و تاهیتی یکی از جاهایی است که دوست دارند بینند. بانته از قبیل سواحل گرمسیری را نشان داده بود و ۱۰ سال دربار نارگیل و شکلات صحبت کرده بود. نکته اینجاست که در ابتدا توضیحات عقلانی بیان شد و بعد احساسات درگیر شد. نقل دلیلی برای خرید ارائه می‌دهد و احساس باعث می‌شود از خرید محصول حس خوبی داشته باشید. همانطور که اسکات بدبری، متخصص برندآفرینی و معلم اسبق مارکتینگ در شرکت نایک و استارباکس می‌گوید: «داشتن کالا یا خدمتی عالی، کافی نیست. دنیا پر از کالاها و خدماتی است که به کار می‌آیند. باید کاری کنید که محصولتان حس مشتری را برانگیزد.»

نویسنده: تبلیغات و مارکتینگ موفق
آیا می‌خواهید نوشتن‌تان عالی باشد؟ سرراست و ساده بنویسید. کاری کنید که با خواننده ارتباط برقرار کند و او را تسخیر سازد. نوشته‌های عالی همیشه واضح هستند، اما اغلب نوشته‌های مربوط به مارکتینگ دچار مشکلات زیر است چون نویسنده:
- از رفتن سر اصل مطلب ناتوان است.
- از جملات مبهم استفاده می‌کند. (فاعل کارها معلوم نیست)

- بی آنکه واقعا نیازی باشد از واژگان دشوار استفاده می‌کند، به عبارتی استفاده‌های بی‌مورد از کلمات پیچیده و مبهم.
- به جای زمان حال، از افعالی با زمان‌های دشوار استفاده می‌کند.
در نتیجه چنین نوشته‌هایی خوانندگان را خسته یا سردگم می‌کنند.

اگر می‌توانید راه جدیدی برای رساندن منظور خود بیابید، همین کار را بکنید. از یاد نبرید که اگر می‌خواهید نوشته شما دارای قدرت متوقف‌سازی باشد، باید اصالت و شگفتی داشته باشد، اما از همه مهم‌تر، مطمئن شوید که ساده و واضح می‌نویسید. وقتی مدیر روابط مشتریان شرکت **insights for training** تصمیم گرفت اطلاعاتی درباره موارد جدید موجود در سایت شرکت برای مشتریان بفرستد، شرکت دو هفته پیش از فرستادن ایمیل‌ها شروع به کار و تبادل نظر کرد. در ابتدا این اطلاعاتی صفحه‌ای دراز بود با بسیاری از اطلاعات و تصاویر جالب، اما چه کسی ایمیلی یک صفحه‌ای را می‌خواند؟ در آخر آنقدر آن را خلاصه کرد که به دو جمله تبدیل شد که صرفا می‌گفت چه تغییراتی صورت گرفته و چرا دانستنش برای مردم جالب است. واضح و ساده بود و بسیار احتمال داشت که مشتریان بالقوه آن را واقعا بخوانند، بفهمند و براساس آن عمل کنند. شرکت نمی‌خواست جایزه ادبی پولیتزر را ببرد؛ صرفا می‌خواست ارتباط برقرار کند. فقط با نوشتن و سپس بازنویسی و بازنویسی مجدد آن می‌توانید به اصل و جوهر ارتباط دست یابید. دوباره کار کنید، مجدداً به تفکر بنشینید و نوشته‌های‌تان را مکرراً خلاصه کنید؛ تا آنجا که آنچه به دست می‌آید با وضوحی خیره‌کننده منظور شما را انتقال دهد و پس از آنکه منظورتان را بیان کردید سخن اضافی ننویسید.

استراتژی‌های تبلیغات آزمایش شده را به کار گیرید



گروه کسب و کار فرصت امروز: آیا استفاده از یک خط عنوان طولانی بهتر از یک عنوان کوتاه است؟ آیا پاکت‌های سبز نزدیک به زمان کریسمس کارایی بهتری دارند؟ آیا یک نسخه از پست کارت کافی است؟ هیچ دلیلی جهت حدس زدن وجود ندارد؟ در عوض شما می‌توانید اصول آزمایش شده جهت آماده‌سازی پیام‌های تبلیغاتی خود را که باعث افزایش کارایی آنها شده به کار ببرید، شخصی مشهور در زمینه تبلیغات به نام رابرت کولیر از آن به‌عنوان «حدس زدن از طریق تبلیغات» یاد می‌کند.

کولیر پی برد که نوشتن یک نسخه از تبلیغات (یا هر شکل از پیام‌های متقاعد کننده، برای آن محصول) باید به‌صورت علمی انجام بگیرد. او تمایل به بازگشت به کاربرد مؤسسه فروش آزمایش شده و آزمایشگاه ورد داشته که کلمات و عبارات مورد استفاده فروشنده جهت متقاعد کردن مشتریان به‌منظور خرید را شناسایی کرده است.

«جملات فروش آزمایش شده» باید در تعامل یک به یک مورد استفاده با مشتریان به‌خاطر سپرده شود. به عقیده کولیر، به‌کارگیری چنین شیوه‌ای در فروش زمانی مؤثر واقع می‌شود که در کلمه چاپ شده به کار برود. مثلا، پژوهش او نشان داد که در نوشتن قطعات فروش، موقعیت‌های آزمایش شده‌ای برای نامه‌هایی که به‌طور قطع نظر خوانندگان را جلب می‌کند وجود داشته که البته نخستین گام جهت فروش به حساب می‌آید. از میان همه این موقعیت‌ها، کلمه «چگونه» بهترین کارایی را دارد. در برخی از موارد استفاده از کلمه «چگونه» در قسمت عنوان توانست به‌طور چشمگیری فروش قطعه را افزایش دهد. این قانون امروزه به‌طور گسترده تحت عنوان اینکه کلمه «چگونه» در سر صفحه، عناوین مقاله و پست‌های وبلاگ به‌کار رفته است. این کلمه جادویی برای هر نوع محصول جهت فروش به‌کار برده می‌شود.

افراد به‌دنبال راه‌حل‌های کاربردی برای مشکلات خود هستند و کلمه «چگونه» یک سیگنال سریع بوده است؛ اگر آنها تنها چند دقیقه را صرف خواندن مورد وب یا قطعه فروش کنند، مطمئنا چیزهایی خواهند آموخت که زندگی آنها را بهبود می‌بخشد. به گفته کولیر، کلمات جادویی دیگر نیز وجود دارد که مردم را مجبور به توجه و در نهایت خرید محصول می‌کند که عبارتند از:

- ۱ - حقیقت
- ۲ - زندگی
- ۳ - عشق
- ۴ - بالاخره
- ۵ - جدید
- ۶ - نصیحت
- ۷ - عواملی که باید از آن اطلاع داشته باشید و ...

اگر امروز مشغول خواندن مجله شوید یا در اینترنت جست‌وجوی انجام دهید، به دفعات شاهد این‌گونه کلمات خواهید بود. این کلمات همیشه تأثیرگذار و قدرتمند هستند.

ارزش تقویت خودبینی
جذاب بودن برای غرور خوانندگان اصل دیگری بود که کولیر آن را دنبال می‌کرد. برای مثال، انتخاب خواننده‌ای که به‌دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد جهت دریافت یک پیشنهاد انتخاب شده منجر به واکنش عظیم می‌شود. این شیوه کلمه «انحصاری» همه‌جا قابل مشاهده است و مردم واکنش مثبتی نسبت به آن دارند. اظهاراتی مانند «تنها در صورتی که جدی و مضمم هستند بخوانید» باعث می‌شود خواننده از آنها تعریف و تمجید کرده، درحالی‌که چشم‌اندازهای نه چندان مناسب را در نظر نمی‌گیرد.

آیا روش‌هایی جهت اطمینان دادن به ضمیر خوانندگان خود دارید؟ اگر هدف شما به ثبات رساندن فروش، متقاعد کردن آنها جهت امضای خبرنامه یا پیوستن آنها به وبسایت است، این یک استراتژی مؤثر به حساب می‌آید. احساسات آنها را طوری برانگیخته کنید که تنها افراد بصیر، بلندهمت یا با ذوق ارزش این پیشنهاد را درک می‌کنند؛ آنها به وسیله انجام آنچه از آنها خواسته شده ثابت خواهند کرد که از کیفیت‌های مورد نظر برخوردار هستند.

گشایش‌های نامه موفقیت‌آمیز
کولیر نمونه‌هایی از روش‌ها جهت شروع نامه‌ها ارائه داد که بسیار مؤثر واقع شد. دو نمونه در زیر آورده شده است.

در حق اینجانب لطفی کنید
به گفته او، شرکتی که نامه‌هایش با جمله «اگر ممکن است لطفی در حق اینجانب بکنید؟» آغاز شد با واکنش بسیار خوبی مواجه شد. این جمله چنان تأثیرگذار بود که همه نامه‌ها را با این جمله آغاز می‌کردند.

«..... را به من بدهید، را به شما بدهید»
کولیر موفقیت بزرگ را در تغییر ایده «پنج دقیقه به من فرصت بده، در عوض به شما این را می‌دهم» مثلاً «دو دقیقه فرصت به من بده، راز یک سود خوب را بدون سرمایه‌گذاری به شما نشان می‌دهم.» شروع موفقیت‌آمیز دیگر در نامه فروش این جمله است «پنج روز فرصت به من بدهید تا رمز یادگیری هر موضوعی را به شما بگویم.» مشاهده می‌کنید که به‌کارگیری یک ایده مناسب مانند ایده فوق آسان بوده و می‌توانید آن را با موضوعات مختلف تطبیق دهید. استفاده از این رویکرد باید ادامه یابد تا از میزان مؤثر بودن آن اطمینان حاصل شود. هدف، یافتن راهنامه‌هایی است که با استفاده از تبلیغات می‌توان حدس زد و آن را در مورد هر نوع محصول که قصد فروش آن را داشته به‌کار برد. راهنامه‌ها بیشتر مربوط به طبیعت بشر بوده تا اینکه مربوط به تجارت باشد، به همین دلیل از کارایی لازم برخوردار هستند. شما باید چشم‌انداز، آرزوها و انگیزه‌های مخفی آنها را درک کنید، سپس تبلیغات خود را جهت جذب جنبه‌های فطرت بشر آماده کنید. هنگامی که از کارایی چیزی اطمینان حاصل کردید، به تعدیل، تطبیق و آزمایش آنچه انجام می‌دهید ادامه داده تا از فعالیت جدید نتایج بهتری حاصل شود.

زیبا جلوه دادن موضوع
علاوه بر استفاده از واژه‌های صحیح، روش دیگر جهت حدس زدن از طریق

تبلیغات زیبا جلوه دادن پیشنهاد به وسیله ارائه پاداش یا جایزه است. زمانی که یک هدیه خاص در معامله گنجانده شود، هضم هزینه آسان می‌شود. این شیوه در هر مورد که جنسی به فروش می‌رسد از جمله اشتراک مجله تا ایمپلنت‌های دندان‌کاری کاربرد دارد. همیشه یک پاداش ویژه ارائه دهید، در این‌صورت شاهد افزایش چشمگیر در میزان پاسخ خواهید بود. فرض کنید شما قصد متقاعد کردن افراد به‌منظور متعدد شدن به پیش‌بینی‌های مالی در وبلاگ خود را دارید. احتمالا یک هزینه سالانه وجود دارد و شما می‌خواهید بدانید که آیا مشتریان احتمالی به‌خاطر هزینه از آن انصراف می‌دهند. شما می‌توانید این مسئله را به وسیله ارائه یک کتاب مجانی به مشتریان جدید حل و فصل کنید. حتماً تأکید شود که آنها به وسیله خواندن و استفاده از اطلاعات موجود در کتاب بهره بسیاری می‌برند.

احتمالا شاهد افزایش ثبت نام‌ها خواهید بود. اما به اینجا بسنده نکنید؛ سعی کنید یک کتاب مختلف ارائه داده و نتایج را مقایسه کنید. اگر موفق شده‌اید مشتریان خود را به سمت جایگاه آنلاین سوق دهید، تفاوت بین ارائه کتاب کاغذی و کتاب الکترونیکی را بررسی کنید. فراهم کردن کتاب الکترونیکی هزینه بسیار کمتری داشته، به‌رحال به‌دلیل اینکه افراد آن را سریع‌تر دریافت کرده، آن را ترجیح می‌دهند. راه‌های مختلف را آزمایش کرده تا بهترین گزینه را در مورد مخاطبان مورد هدف به‌کار ببرید. از طرفی دیگر، اگر اقدام به بازاریابی آنلاین می‌کنید، ارزش مشاهده شده یک «پاداش سخت» (غیر از دیجیتال) را جهت افزایش رونق پیشنهاد دست کم نگیرید. حتی افرادی که تمام روز با کامپیوتر سر و کار دارند، دارای صندوق پستی هستند. اگر آدرس فیزیکی آنها قابل دست‌یابی باشد، راه‌های ارتباط با آنها را می‌توان گسترش داد و اطلاعات کیفیت و محصولات را منتقل کرد. به گفته کولیر، طبیعت بشری تغییر نمی‌کند. شیوه‌های معینی وجود دارد که شما می‌توانید به افرادی نزدیک شوید که با استفاده از تبلیغات حدس می‌زنند.

ایستگاه تبلیغات



وقتی علائم راهنمایی و رانندگی تغییر می‌کنند



«Prototype» نام جدیدترین نوآوری، حاصل همکاری آژانس تبلیغاتی Saatchi & Saatchi و شرکت بیمه Direct Line است که جان‌های بیشتری را حفظ می‌کند.

به گزارش ام بی‌ای نیوز، شرکت بیمه انگلیسی Direct Line امسال چندین جایزه مختلف را به دست آورد که شامل یک شیر طلا در جشنواره کن می‌شود. این جایزه به خاطر نرم‌افزار Fleetlight Direct Line داده شد. نرم‌افزار فوق با استفاده از هواپیماهای بدون سرنشین روشنایی خیابان‌های مناطق روستایی را تأمین می‌کند. حالا این برند در قالب کمپینی جدید و ادامه روند مأموریت قبلی خود یک گذرگاه عابر پیاده هوشمندتر از حالت معمولی مأموریتش ساخته است.

یک بار دیگر آژانس تبلیغاتی Saatchi & Saatchi لندن اقدام به طراحی این گذرگاه عابر پیاده کرد. نمونه اولیه «گذرگاه عابر پیاده هوشمند» به‌طور خودکار میان وسایل نقلیه، عابران پیاده و دوچرخه‌سواران تفاوت قائل می‌شود و مطابق وضعیت هر کدام پاسخی درخورد از خود نشان می‌دهد. این آژانس با کمک فناوری دید کامپیوتری وقایع محیط را به دقت بررسی و سپس از یک سطح جاده ال‌ای دی برای تطابق لحظه به لحظه علامت‌ها بدون ورودی دستی استفاده می‌کند.

برای مثال، این فرآیند تغییر علامت‌ها می‌تواند در راستای مطابقت با جمعیت زیاد، برای مثال هنگام تعطیل شدن مدرسه توسعه یابد یا وضعیت علامت‌های محل مخصوص عبور عابر پیاده به‌طور اضطراری حین عبور یک کودک از خیابان تغییر کند. در ادامه همچنین می‌توان از رنگ‌ها برای جلب توجه عابران غرق در گوشی‌های موبایل خود بهره برد و با روشن کردن فقط در سطح یک نمونه تشخیص خودروهای اطراف عابر پیاده پرداخت.

این فناوری با استفاده از تحقیق آزمایشگاه تحقیقاتی Transport و همکاری شرکت دیزاین شهری Umberllium گسترش یافت. درحالی‌که در این مرحله فناوری فوق فقط در سطح یک نمونه اولیه است، Direct Line امید دارد که مانند Fleetlights که توسط یک شرکت خدمات قایق نجات محلی در جزیره نورفولک لندن پذیرفته شد، فناوری open source آن نیز احتمالاً در زندگی واقعی انتخاب شود و برای مثال به وسیله یک انجمن مردم استفاده قرار گیرد. در عین حال، فناوری فوق به‌عنوان کانونی برای یک کمپین دیجیتال محور به کار برده می‌شود که میدا آن یک فیلم تیزر است. یک نسخه آگهی تبلیغاتی داستانی طولانی‌تر و فیلم کمپین مخصوص سینماها اوایل ماه جاری میلادی اکران خواهد شد.

به گفته سام وایز، مدیر برنامه‌ریزی در Saatchi & Saatchi لندن، برای مردم آسان است که بیمه را صرفا مخصوص مشکلات خودرو یا خانه‌شان بدانند و فقط هر سال یک بار به فکر آن بیفتند. یک شرکت بیمه عالی و تمام عیار در حقیقت چیزی فراتر از آن است. این شریک به ما اجازه می‌دهد با تردیدهای آینده با اعتماد به نفس فراوان روبه‌رو شویم. با این قبیل اقدامات، ما به مردم یادآوری می‌کنیم که یک شرکت بیمه عالی و با کیفیت چه احساس خوبی را می‌تواند به آنها هدیه بدهد. در ادامه آنها بار دیگر به این فکر می‌افتند که یک شرکت بیمه می‌تواند چه نقشی را در دنیای در حال تغییر کنونی ایفا کند.



تبلیغات خلاق



احمد رضا معماریان
کارشناس ارشد بازاریابی

فعالیت‌های برندسازی در سال‌های گذشته همواره مورد تأکید بسیاری از بنگاه‌ها و مدیران بازاریابی بوده است، ولی متأسفانه فاقد رویکردی مشخص جهت اجرا، حمایت و تقویت از آن به صورت یکپارچه شده بوده و همواره بر حسب نگرش و رویکرد مدیریت به جنبه‌ای که مورد تأیید و حمایتش قرار داشته، اجرا شده است. اگر بتوان برندسازی را مخرج مشترک دیدگاه‌هایی که برای موفقیت و انعکاس بولرها و ارزش‌ها در یک سطح کلی است در نظر بگیریم، باید شاهد تناسب و اجرای متوازن و همزمان باشیم.

چهار جنبه، برندسازی که در مفهوم با یکدیگر در ارتباط هستند عمدتاً شامل موارد زیر است.

۱- برندسازی استراتژیک

در برندسازی استراتژیک توجه روی ارزشی است که قرار است پیشنهاد شود؛ ارزشی که قرار است نسبت به آن پاسخگو باشیم، چرا این کسب و کار وجود دارد و چه ارزشی برای صاحبان / سهامداران ایجاد کرده و از آن طریق استراتژی کسب و کار خود را توسعه می‌دهد.

۲- برندسازی بازاریابی

برندسازی بازاریابی مبین آن است که چگونه یک شرکت خود را نه صرفاً به واسطه محصولات، بلکه از طریق داستان‌ها، روایت‌ها و تداعیاتی که خلق و در یک بازار متمایز کرده، از دیگران متفاوت می‌کند.

۳- برندسازی کارکنان

مدیریت و کارکنان شرکت باید بدانند که چه نقش و مسئولیتی برعهده دارند و چگونه در کسب‌وکار خود زندگی می‌کنند. درک نقشی که مدیریت و کارکنان در کسب و کار خود ایفا می‌کنند، زمینه‌ای برای قرار گرفتن در حرکت مؤثر در برندسازی استراتژیک است.

۴- برندسازی ذی‌نفعان

شرکت باید با ذی‌نفعان خود در ارتباط باشد و با آنها درباره جامعه، مسئولیت‌پذیری و موقعیت شرکت گفت‌وگو کند. اقدامات صورت گرفته در برندسازی ذی‌نفعان، منجر به تقویت وفاداری و رابطه پویاتر می‌شود.

یک جنبه قابل ملاحظه از رویکرد یکپارچه شده در برندسازی بنگاه این است که اصولاً برندسازی یک فعالیت فعالانه است که عمیقاً ریشه در مدیریت دارد، اما با وجود این، آن را نمی‌توان به‌طور کامل مدیریت کرد زیرا هیچ مدیریتی بدون اشاره به فرهنگ خود، شهرت و تصورات عمومی را نمی‌تواند کنترل کند.

رویکردهای مختلف برندسازی یک محصول برآیندی از موقعیت‌ها، سنت‌ها و عادات‌های مختلف بنگاه است، به همین دلیل است که شرکت‌ها باید بتوانند بین چهار عمل و جنبه فوق تعادل برقرار کرده تا بتوانند جریان برندسازی شرکت را شکل دهند.

برندسازی در محلی بین ارتباط با محیط خارجی، بازار و مدیریت و کارکنان قرار گرفته است. مسئولیت سازمانی و محتوای مبین شده در برندسازی از این منظر که برندسازی تفکری است که می‌تواند رویکردهای متفاوتی را به‌عنوان تنوع در استراتژی کسب و کار (رویکرد مدیریت) یا تنوع در بازار (رویکرد بازاریابی) یا اینکه چیزی در خصوص سازمان است (رویکرد مدیریت منابع انسانی) و اینکه آن داستانی متفاوت در ارتباط با دیگران است (رویکرد ارتباطی) در برگیرد.

از نقطه نظر مدیریتی، فعالیت برندسازی در زمینه وسعت بخشیدن به همه رویکردها و متعادل ساختن آنها در یک سازمان است. مسئولیت مدیریت این است که یک مخرج مشترک برای برندسازی ایجاد کند. برای متعادل ساختن آنچه می‌خواهید (مدیریت)، آنچه هستید (فرهنگ)، چگونه به شهرت (محیط خارجی) نگاه می‌کنید و چه چیزی (به بازار/تصویر) پیشنهاد می‌دهید.

بازاریابان که بر درک مدرن از برندسازی مسلط هستند عمدتاً برندسازی بازاریابی را با نگاهی به جایگاه‌یابی و داستان‌هایی که می‌توانند شرکت و محصولات خود را از رقبای خود متفاوت کنند، مشاهده می‌کنند. به‌طور مثال کوکاکولا چگونه می‌تواند داستان و روایتی منحصر به فرد و جدای از سایر رقبا باشد.

مشاوران مدیریت، در اغلب اوقات وقتی صحبت درباره برندسازی شده، عمدتاً آن را از دیدگاه ارزش برند مورد بررسی قرار داده‌اند.

نظریه‌پردازان سازمان، فرهنگ و منابع انسانی آخرین کسانی هستند که این مفهوم را قبول کرده‌اند، اما آنها در عوض در مدت زمان طولانی با داستان‌سرای و ایجاد هویت کار کرده‌اند. از دیدگاه سازمانی آنها این سوال مطرح می‌شود که به‌طور مثال چگونه یک شرکت و کارکنانش یک هویت جدید در انتقال از یک شرکت صنعتی برای تبدیل شدن به یک شرکت دانش‌محور کسب خواهند کرد.

در نهایت، افراد ارتباطاتی با برندسازی ذی‌نفعان شرکت و شهرت آن مشخص می‌کنند. آیا ارتباطی بین چیزی که شرکت در مورد اخلاق می‌گوید و واقعییتی که شرکت در محصولات، رفتار و سنت‌های خودش ارائه می‌کند وجود دارد؟ به‌طور مثال چطور یک نوشیدنی گازدار همچون کوکاکولا یا یک نوشیدنی انرژی‌زا در ارتباط با بهداشت و سلامت درگیر می‌شود؟

داشتن رویکرد همه‌جانبه‌نگر به کلیه جنبه‌های مطرح شده، اثری ماندگار برجای خواهد گذاشت و مضمین افزایش سطح وفاداری خواهد شد. فرهنگ سازمان سرشار از گفته‌ها و ناگفته‌هاست. روایت‌ها و تداعیاتی که می‌توانند آنها را در قالب برنامه‌های منجسم و تأثیرگذار در تمامی فعالیت‌ها هدایت کند. فرهنگ مبتنی بر واقعیت است؛ واقعییتی که هر گونه اصلاح و تغییر در آن نیازمند عزم راسخ و همتی بزرگ است.

ترجمه: علی آل‌علی

اگر تجربه پایه‌گذاری یک کسب‌وکار مستقل را داشته باشید، مشاهده شرکت‌های بزرگ و غول‌پیکر به‌عنوان رقبای اصلی تجاری شما را متعجب خواهد کرد. در هر کسب‌وکاری یک سری تصاویر منسجم و ایستا به نفع برخی شرکت‌های مشخص وجود دارد. به منظور درک بهتر این امر کافی است نگاهی به اطرافمان ببندیم. در حوزه گوشی‌های هوشمند، برند اپل جایگاه دست‌نیافتنی را به خود اختصاص داده است. اهمیت این جایگاه از آنجایی بیشتر می‌شود که تکاپوی شدید شرکت‌های چینی برای سهم‌خواهی از بازار گوشی‌های هوشمند را مشاهده کنیم. به‌رغم قیمت پایین و کیفیت نسبتاً برابر هنوز هم محصولات اپل در مقایسه با برندهای چینی و حتی رقیب پروازهای مانند سامسونگ جایگاهش را حفظ کرده است. در حوزه خودرو تمایل به استفاده از محصولات آئودی یا بنز بسیار بیشتر از نمونه‌های آسیای شرقی است. در واقع می‌توان مثال‌های بسیار زیادی در ارتباط با این تفاوت‌ها زد. در این مقاله تمرکز اصلی روی فهم چرایی برتری پایدار برخی شرکت‌ها و اصول برندسازی مدرن قرار دارد.

برندینگ یکی از مهم‌ترین عناصر کسب‌وکار مدرن است. فرقی ندارد که کسب‌وکار موردنظر بزرگ یا کوچک باشد، شما نیازمند قالبی زیبا برای نمایش نمای کلی شرکت‌تان هستید. در این میان تغییر شرایط حوزه تجارت اصول سنتی برندسازی را دچار مشکل کرده است. بر همین اساس تلاش‌های فراوانی به منظور بازسازی اصول قدیمی برندسازی صورت گرفته است. به عبارت ساده، ارائه تصویری مطلوب از یک شرکت برای مشتری مستلزم رعایت قواعد متعدد و پیچیده‌ای است. در ادامه به برخی اصول مهم برای ایجاد تصویری مطلوب از شرکت‌ها در ذهن مشتری خواهیم پرداخت.

گام اول: تعریف برند

پیش از انجام هر کار اساسی در حوزه برندینگ، تعریف بردنتان امری ضروری است. اگرچه این کار چندان ساده و دلچسب نیست، با این حال کسب نتیجه موردنظر از فرآیند برندسازی امکان حذف این مرحله را میسر نمی‌سازد. شروع کار را می‌توان با پاسخ به پرسش‌های زیر دنبال کرد:

- هدف شرکت شما در بازار کسب‌وکار چیست؟
- مزیت و کیفیت ممتاز و برتر محصولات شما به چه صورت است؟
- نگرش افکار عمومی و مشتریان نسبت به شرکت شما در چه وضعیتی است؟

قاب زیبای شرکت‌ها



کیفیت تعامل شرکت با مشتری و پاسخی را که مدنظران است توضیح دهید.

پاسخ به پرسش‌های فوق نیازمند گردآوری اطلاعات و مراجعه به منابع متعددی است. توجه داشته باشید که چهار پرسش ذکر شده تنها سوالاتی نیست که باید به آنها پرداخت. در واقع بنابر ماهیت هر کسب‌وکار می‌توان پرسش‌های فرعی را نیز طرح کرد. بر همین اساس به‌عنوان صاحب یک کسب‌وکار در فرآیند پاسخ به پرسش‌های مذکور می‌توانید پرسش‌هایی را نیز طرح کرده و به آنها پاسخ دهید.

پس از تعریف برند، باید مراحل در راستای ایجاد نمای اولیه تصویر شرکت طی شود. این مراحل را می‌توان به صورت زیر طرح کرد.

- طراحی یک لوگو براساس تعریف ماهیت برند و نصب چند نمونه از آن در محیط کار.

- نگارش پیام اصلی برند. این پیام در برگزیده هدف اصلی شرکت شما از فعالیت در بازار کسب‌وکار است. توجه داشته باشید که این پیام در تبلیغات شرکت‌تان نقش اساسی ایفا خواهد کرد. همچنین امکان تغییر مداوم این شعار وجود ندارد، بنابراین در خلق آن نهایت دقت و حوصله را به خرج دهید.

- نکته بسیار مهمی که در برندسازی کلاسیک به آن توجه نشده است، انتخاب صدار برای شرکت است. امروزه حوزه تبلیغات با ورود اینترنت و گسترش مدل‌های تبلیغات تلویزیونی تغییر چشمگیری داشته است. به‌طور خلاصه، این عصر تلفیق صدا و تصویر است. لوگو، وجه بصری شرکت شما و صدا وجه تکمیل‌کننده آن خواهد بود. اگر برند شما لوگوی دوستانه‌ای دارد از صداهای دلنشین، شاد و دوستانه استفاده کنید برای القای تصویر یک شرکت قدرتمند از صدای رسا، مردانه، بلند و مصمم بهره‌گیرید.

- علاوه بر پیام اصلی برند که معمولاً در زیر لوگو درج می‌شود، شما نیازمند

این حوزه شدند که تویوتا ۸۰ درصد از فروش سالانه‌اش را انجام داده بود. اهمیت این موضوع هنگامی آشکارتر می‌شود که نسبت به شعار مشهور تویوتا «بسیا به جاهای مختلف برویم» آگاه شویم. خودروهای هیبریدی سفر به مناطق مختلف را ساده و کم‌هزینه‌تر می‌سازد. به همین سادگی تویوتا سود فراوان و وفاداری به شعار تبلیغاتی‌اش را در کنار هم قرار داد.

گام سوم: سادگی

اواخر سده بیستم و سال‌های ابتدایی قرن کنونی شاهد تبلیغات رنگارنگ و پرهزینه بود. شرکت‌هایی نظیر پپسی با مجموعه‌ای از ورزشکاران و هنرمندان اقدام به تهیه کلیپ‌های تبلیغاتی پرهزینه کردند. طولی نکشید که سایر برندهای مطرح نیز همین راه را طی کردند. در این میان استراتژی برند اپل به خصوص پس از معرفی نخستین نسل از آیفون کاملاً متفاوت بود. کناره‌گیری از عرصه تبلیغات متداول و تمرکز روی جنبه‌های تا آن زمان ناشناختی برندسازی ویژگی اصلی این برند در بیش از یک دهه اخیر است.

پیروی بسیاری از برندها از الگوی اپل و کاهش هزینه‌های تبلیغاتی پیامدی است که برندسازی را به مرحله نوینی منتقل کرده است. امروزه مشتری در زمینه انتخاب میان دو محصول مشابه از برندهای متفاوت مقایسه گیج‌کننده‌ای را انجام می‌دهد. این مقایسه برآورد امکانات هر محصول و میزان سادگی‌اش در طراحی و کاربرد آسان است. اگر قصد از اختیار گرفتن بازارها را دارید، استفاده از طراحی ساده در عین گنجاندن هرچه بیشتر امکانات نکته‌ای مهم و ضروری محسوب می‌شود.

گام چهارم: استراتژیک

دستاوردهای شما در بنای سیمای بیرونی شرکت‌تان تا به اینجا تقریباً تمام شده است. از اینجا به بعد وارد دوران مراقبت می‌شویم. منظور از مراقبت در اینجا استمرار همه عناصر سازنده بردنتان در طول زمان است. به‌عنوان مثال به لوگوی تیم‌های ورزشی نگاه کنید. این لوگوها معمولاً در طول زمان‌های طولانی به ندرت تغییر می‌کنند. در بسیاری از مواقع نیز این تغییرات جزئی بوده و قالب کلی همچنان استمرار خواهد داشت. اهمیت حفظ لوگو و نمای کلی برند در پیوند نزدیکی با ساختار شناختی مخاطب قرار دارد. براساس پژوهش‌های انجام شده در حوزه روان‌شناسی تبلیغاتی، ذهن افراد به‌طور میانگین پس از ۴ تا ۱۲ سال به یک لوگو یا المان مشخص برند عادت می‌کند. هدف این بخش منصرف ساختن شما از تغییر نیست، بلکه آگاهی‌افزایی در زمینه تغییر به موقع و سنجیده است. به این ترتیب چشم‌انداز برند شما تا حد زیادی تضمین خواهد شد.

منبع: Brandinguniq.com

ایستگاه بازاریابی

برنامه بازاریابی به بازار رفتن برای استارت‌آپ‌ها

برنامه بازاریابی به بازار رفتن شما باید به سوالات زیر پاسخ بدهد.

- شما بازاریابی چه چیزی را می‌کنید.
- برای چه کسی بازاریابی می‌کنید.
- چگونه به مخاطبان هدف خود دسترسی پیدا می‌کنید.
- در کجا محصول خود را بازاریابی می‌کنید.
- به نظر راحت است، اما در واقعیت بیشتر کسب‌وکارها آن را رعایت نمی‌کنند.
- به گزارش ibazaryabi، اغلب کسب‌وکارها مزایای داشتن یک استراتژی به بازار رفتن را نمی‌دانند.

مزایا

- کاهش زمان بازاریابی
- کاهش قیمت راه‌اندازی محصولات شکست خورده
- افزایش توانایی برای تغییرات بازار
- اطمینان از تجربه مشتری مؤثر
- اطمینان از راه‌اندازی محصول موفق
- جلوگیری از رفتن به مسیر اشتباه
- تمرکز را ادامه بده
- برقراری مسیری برای رشد
- روشن بودن برنامه برای تمام کسانی که درگیرند.

مسئله ناراحت‌کننده این است که اغلب کسب‌وکارها موقع رونمایی از محصول خود به صورت منفعل عمل می‌کنند، به جای اینکه فعال باشند. دلیل آن هم این است که هیچ برنامه روشنی برای کار خود ندارند.

چرا کسب‌وکارها از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها جریان را که طی آن محصول پیشنهاد می‌شود به صورت دقیق مشخص می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.

کسب‌وکارها اغلب برنامه‌ریزی را به صورت یک کار دله‌ر‌آور می‌دانند و به همین دلیل از برنامه به بازار رفتن اجتناب می‌کنند.

این کار باعث می‌شود آنها به سوالات سختی پاسخ بدهند و گاهی متوجه می‌شوند که به طور کلی هیچ برنامه‌ای ندارند.



بازاریابی خلاق

موفقیت

عادات مکالمه که افراد موفق تمرین می کنند

داشتن مکالمه‌های موفق در زندگی روزمره و مسائل کاری دغدغه بسیاری از افراد است. ایجاد عادت‌های صحیح می‌تواند گام بزرگی برای داشتن مکالمه موفق باشد.

چگونه می‌توانیم مکالمه بهتری داشته باشیم؟ به یاد داشته باشید که هنر خوب شنیدن به اندازه هنر صحبت کردن اهمیت دارد.

به گزارش زومیت، جن چین، رئیس مؤسسه علوم پزشکی لیاسون در وبسایت کورا بیان کرده است: نخستین نکته برای داشتن مکالمه خوب، ایجاد این احساس در دیگران است که خوب شنیده شده‌اند. ما بسیار روی مسئله بعدی که می‌خواهیم بگوییم تمرکز می‌کنیم و به جای توجه کامل به صحبت افراد در ذهن مان واکنش‌های شوخ‌طبعانه یا حتی تهاجمی طرح‌ریزی می‌کنیم. هنر گوش دادن به اندازه هنر صحبت کردن اهمیت دارد. زمانی که فردی احساس کند به‌طور کامل شنیده شده است، درمی‌یابد که شما به چیزی که می‌گویید اهمیت می‌دهید و این می‌تواند شما را به سخنگوی بهتر و فردی دوست‌داشتنی‌تر تبدیل کند.

دومین نکته برای داشتن مکالمه خوب، پرسیدن سوالاتی است که برای شما اهمیت دارند یا در مورد آنها کنجکاو هستید، نه سوالاتی که می‌خواهید شما را باهوش و نکته‌سنج جلوه دهند. افراد شخصیت دیگران را از نوع پرسش‌های آنها می‌سنجند، خواه سوالی بی‌لغویش و واقعی باشد یا تنها راهی برای نشان دادن استعداد و برتری پرسشگر. قطعاً سوال‌ها می‌توانند بی‌غرض و هوشمندانه باشند، به شرطی که علاقه و میزان جذب‌شدن‌تان را صادقانه بیان کنند.

سومین راه برای داشتن مکالمه‌ای خوب، تمرین کردن جنبه‌های تکنیکی ارتباط برقرار کردن است. اگر تمایل دارید که خیلی سریع صحبت کنید، سرعت صحبت کردن‌تان را کم کنید (افراد با تفکر بصری تمایل به این نوع صحبت کردن دارند). به سرعت و گام صحبت کردن‌تان توجه کنید. سرعت مکالمه را تعدیل کنید، مگر اینکه بخواهید عمداً مکالمه را آرام کنید یا سرعت ببخشید تا به‌طور کلی سطح ملاقات را بهبود بدهید. به یاد داشته باشید اگر سرعت مکالمه را کاهش دهید، حرف شما به نکتۀ مهم مکالمه تبدیل خواهد شد؛ در نتیجه کاهش سرعت حرف زدن برای تغییر لحن، عمق یا مسیر مکالمه مفید است.

هنگامی که می‌خواهید صدای خود را پایین بیاورید تا فضا آرام شود، صدای خود را پایین بیاورید اما نه به حدی که آزاردهنده و باعث حواس‌پرتی شوید، برای مثال الیزابت هولمز عمداً صدایش را کم می‌کرد تا جایی که صدای او غیرعادی می‌شد، درحالی‌که شاید منطق و هدف او تسلط بر صدایش بود. اگر به‌طور طبیعی صدای شما کم است و تمایل دارید قابل‌دسترس‌تر و دوستانه‌تر به نظر برسید، یک منظره یا هر چیزی که حال شما را خوب می‌کند، تصور کنید و لبخند بزرگی روی صورت خود بیاورید.

عبارات پرکننده «اوم، اوه، مئلا و فقط» را کاهش دهید. با مکث کردن بین کلام‌تان آشنی کنید و یاد بگیرید در دقایق کوتاه سکوت راحت باشید. نتیجه تحقیقی که اخیراً مطالعه کردم نشان می‌داد که عبارات پرکننده راه‌حلی برای مغز ما هستند تا کلمات صحیح را جست‌وجو کنند، در نتیجه من به‌طور مطلق نمی‌گویم عبارات پرکننده بد هستند. به هر حال استفاده از خط تفکر ثابت و استفاده کمتر از لغات اضافه نشان می‌دهد که شما کنترل مناسبی روی لغات مورد استفاده خود دارید و می‌توانید با بهترین لغات ایده‌های خود را بیان کنید. مطالبی داشته باشید که در رابطه با آنها صحبت کنید. زمان بحث مورد نظر‌تان و علایق افراد دیگر را در نظر بگیرید. لازم نیست همه مطالب از تجربیات شخصی خودتان باشد (معمولاً افراد ایده‌های ابتکاری اندکی دارند و حتی تعداد کمی از آنها خردمندانه هستند) اما می‌توان بینشی را که از دیگران یا از مطالعه کسب کرده‌اید بیان کنید و در یک مکالمه پلی برای ارتباط باشید. ممکن است در شروع، ارتباط‌دهنده یا پلی در مکالمه باشید نه یک گرداننده مکالمه.

منبع: INC



بژوهش هاروارد بی‌زینس روی هزار مدیر در مورد راه‌های دستیابی به موفقیت

مدیران موفق چه می‌کنند؟



ترجمه: علی آل علی

موردنظر برجسته و ساده‌سازی شود.

پیش از ورود به بحث اصلی اشاره به اسامی پژوهشگران الزامی است. پروفیسور آریانا بندیرا استاد مدرسه اقتصاد لندن و پژوهشگر اقتصادی شرکت توپوتا، دکتر استیفن هائینس دانشیار دپارتمان اقتصاد دانشگاه آکسفورد، پروفیسور اندرا پرات استاد رشته‌های کسب‌وکار و اقتصاد دانشگاه کلمبیا و در نهایت ارفانلاسان دانشیار رشته کسب‌وکار دانشگاه هاروارد که پژوهش‌های متعددی در زمینه مدیریت سازمانی، تخصیص منابع دولتی و فناوری اطلاعات در کارنامه دارد. با وجود این پژوهشگران بنام و صاحب‌نظر پروژه مؤسسه هاروارد بی‌زینس بدون شک یکی از دقیق‌ترین و مدرن‌ترین پژوهش‌های موجود در زمینه نحوه عملکرد مدیران موفق است.

آنها در طول روز چه می‌کنند؟

به‌طور میانگین حدود یک‌چهارم مدیران روز خود را در تنهایی سپری می‌کنند. رسیدگی به گزارش‌های مختلف و مرور ایمیل‌های دریافتی و اصلاح متن پیام‌های در آستانه ارسال کارهای اصلی این افراد را تشکیل می‌دهد. همچنین ۱۰ درصد مدیران به مدیریت امور محرمانه شرکت و ۸ درصد دیگر به سفرهای کاری می‌پردازند. ۶ درصد باقی‌مانده برخلاف این گروه از مدیران منزوی به فعالیت مشترک با حداقل یک فرد دیگر خواهند پرداخت. این امور جمعی از برگزاری کنفرانس‌های بزرگ تا دیدارهای دو نفره مدیران شرکت‌های مختلف را شامل می‌شود.

در زمینه برگزاری کنفرانس‌ها و دیدارهای خصوصی تیم پژوهشی هاروارد بی‌زینس ۳۵ درصد به گفت‌وگوی تعاملی با سایر مدیران، ۲۲ درصد به بحث‌های بازاریابی، ۱۷ درصد موضوعات اقتصادی، ۱۰ درصد را به مشتریان و تنها ۷ درصد را به تعامل سازنده با فروشندگان و زیرمجموعه‌ها اختصاص داده است. نکته مهم در این میان تفاوت فاحشی است که میان شیوه رفتار روزانه مدیران و رهبران تجاری وجود دارد. در واقع رهبران تجاری و سازمانی زمان بیشتری را به گفت‌وگوی رودررو با مقام‌های ارشد سایر شرکت‌ها اختصاص می‌دهند. این در حالی است که مدیران در زمان واحد با تعداد افراد بسیار بیشتری (حدود ۱۰ نفر) سروکار دارند.

چه نوع مدیری برای شرکت‌ها مناسب‌تر است؟

هنگامی که پژوهشگران هاروارد بی‌زینس گونه‌های مختلف مدیران را براساس عملکرد مالی، حسابداری و سهم شراکتی در تولید ناخالص داخلی (GDP) تقسیم‌بندی کردند، متوجه برتری و مزیت برخی از مدیران نسبت به کل جامعه‌اماری شدند. آنچه در مورد این گروه منحصر به فرد جلب توجه می‌کند، شباهت نسبی‌شان به رهبران تجاری است. در واقع اگرچه در ابتدای بحث از حذف رهبران سازمانی در پژوهش حاضر سخن به میان آمد، اما در حال حاضر با پدیده «مدیران رهبر» مواجه هستیم. تحلیل قطعه مدیران رهبر در مقایسه با سایر گونه‌های مدیریتی داده شد. در اینجا باید به یک بحث فرعی و در عین حال مهم بپردازیم. نکته مورد نظر تکرر امور سازمانی است. به عبارت ساده،

این ساحت‌ها عبور کنند. پرسشی که در این بخش باید بدان پرداخته شود، امکان دآوری در مورد برتری قاطع مدیران رهبر در تمامی شرکت‌هاست. در واقع باید فهمید که می‌تواند استفاده از مدیران رهبر در همه شرکت‌ها را با اطمینان توصیه و به‌عنوان امری علمی تأیید کرد یا خیر. پاسخ پژوهشگران هاروارد بی‌زینس در دو بخش ارائه می‌شود. نخست اینکه آثار مدیریتی این گونه از افراد در شرکت‌ها به‌طور میانگین سه سال بعد از شروع نمودار می‌شود. دوم اینکه با توجه به تلاش مستمر و خلاق این دسته از افراد انتظار می‌رود توانایی بیشتری در دستیابی به اهداف اقتصادی و مدیریتی داشته باشند. البته این توصیه تنها بر پیش‌بینی صرف استوار نیست. در واقع بررسی سابقه مدیریتی هزار شرکت‌کننده این پژوهش پشت این اظهارنظر نهفته است.

آیا تنها یک نوع مدیر کافی است؟

تا به اینجای بحث تلاش شد تا مخاطب نسبت به برتری مدیران دارای ویژگی رهبری قانع شود. تمرکز روی اموری مانند پرداختن به کلیات در برابر جزئیات و عدم تعهد به ساختارهای موجود از ویژگی‌های مدیران رهبر محسوب می‌شود. شاید سیمای کلی این بخش در تضاد با مفهوم قبلی باشد. در واقع در بخش پیشین رأی به برتری قاطع مدیران رهبر در مقایسه با سایر گونه‌های مدیریتی داده شد. در اینجا باید به یک بحث فرعی و در عین حال مهم بپردازیم. نکته مورد نظر تکرر امور سازمانی است. به عبارت ساده،

یک سازمان بخش‌های مختلفی وجود دارد که نیازمند گونه‌های مختلف مدیریت است. عالی‌ترین رتبه این بخش نیازمند مدیران رهبر است. با این حال تکلیف بخش‌های دیگر چه خواهد شد؟ آنچه مدیر شرکتی نامیده می‌شود برای رتبه‌های میانی مدیریت مناسب است. به‌طور کلی این دسته از مدیران در چارچوب ساختارها و قواعد موجود فعالیت کرده و در همین قالب دست به خلاقیت می‌زنند. بر این اساس و با توجه به دو گونه متفاوت مدیران که مورد بررسی قرار گرفت، در ساختار مدیریتی هر سازمان نیازمند مدیران رهبر در رأس امور و مدیران شرکتی در جایگاه‌های میانی هستیم.

پژوهشگران هاروارد بی‌زینس به منظور گردآوری پشتیبانی تجربی کافی برای مدل دوگانه ارائه شده در سطح بالا اقدام به بررسی عملکرد ۲۰۰ مدیر شرکت‌های متوسط و ناموفق کردند. در این میان شواهد حاکی از تصدیق پسندت‌های مدیریتی به صورت نادرست است. منظور از تصدیق نادرست برای نمونه حضور مدیری با ویژگی‌های شرکتی در رأس امور یک سازمان است. بنابراین به‌عنوان گفتار پایانی باید بر اهمیت انتخاب افراد برای پست‌های سازمانی اشاره کرد. نکته منفی در این زمینه اتکای چنین گزینش‌هایی بر تجربه افراد است. در واقع هنوز هیچ فرمول یکدست و قابل اعتمادی نشده است. بر همین اساس در امر گزینش مدیران باید نهایت دقت را اعمال کرد. استفاده از مشاوران کارکشته عرصه کسب‌وکار در مورد اخیر ضروری به نظر می‌رسد.

منبع: هاروارد بی‌زینس

استارت‌آپ

۵ مهارت فنی که کسب‌وکار شما را نجات می‌دهد

داشتن مهارت فنی و مهارت‌های آنلاین تقریباً در هر کسب‌وکار و شغلی لازم است. یعنی ممکن است در طول مدت کار خود، روزی همین امسال یا ۲۰ سال بعد مجبور باشید به سایت یا وبلاگ یک شرکت یا سرویس بازاریابی ایمیلی دسترسی داشته باشید. آیا این جمله باعث هراس شما شده است؟ نگران نباشید آن‌طور که به نظر می‌رسد سخت و پیچیده نیست، به‌ویژه اگر یک سری از مهارت‌های پایه را کسب کنید. استیو جابز یا ماریسا مایر نمی‌شوید. همین اندازه که در زمینه طراحی و توسعه وبسایت اطلاعاتی داشته باشید کافی است. به گزارش بازده، دانش جدید ممکن است موقعیت شغلی فعلی و جایگاه آینده کسب‌وکار شما را تحت‌تأثیر قرار دهد، بنابراین به جای وقت‌گذرانی در دنیای فیس‌بوک بهترین کار این است که دانش دیجیتال خود را افزایش دهید.

پنج مهارت فنی اولیه برای رشد کسب‌وکار وجود دارد که می‌توانید با آنها شروع کنید.

۱- مهارت فنی ویرایش تصاویر
عکس‌ها تنها برای سلفی و اینستاگرام نیستند، بلکه ابزار مهمی برای بازاریابی، دانش فنی و البته حضور آنلاین یک شرکت هستند.

اگر می‌توانید تصاویر را از طریق برنامه‌هایی مثل فتوشاپ ویرایش کنید، شما قادرید:

- اندازه تصاویر را برای پست‌های وبلاگ یا وبسایت خود تغییر دهید.

- تصاویر را برای پروفایل رسانه‌های اجتماعی ببرید.

- تصاویر را برای کمپین‌های بازاریابی آنلاین، ایمیل و خبرنامه‌های تصویر دیجیتال بسازید.

۲- SEO (بهینه‌سازی موتور جست‌وجو)
این یک واقعیت است که امروزه مردم برای دریافت اطلاعات خود سراغ گوگل می‌روند. اگر طرز استفاده SEO را بدانید، می‌توانید از این واقعیت در جهت منافع و بهبود کسب‌وکار شرکت‌تان استفاده کنید. شرکت شما هرگونه حضور آنلاینی داشته باشد سئو در این زمینه به شما کمک خواهد کرد.

برای شروع رمزگشایی بهینه‌سازی موتور جست‌وجو، «راهنمای بهینه‌سازی موتور جست‌وجو» گوگل را بخوانید.

۳- آموختن مهارت فنی درباره HTML
HTML، با زبان نشانه‌گذاری ابرمتنی، برای قرار دادن محتوا در وبسایت یا ایمیل‌های تحت وب است. شما احتمالاً قادر نخواهید بود با چند ساعت مطالعه HTML یک سایت کامل بسازید، ولی شما قادر خواهید بود تنها با داشتن چند کارهای مهم شغلتانگیری انجام دهید.

شما می‌توانید اصول HTML را در Free Skillemsh ۱۰- days فراگیرید و حتی صفحه وب خودتان را ایجاد کنید. همچنین می‌توانید به این طریق اصطلاحات فنی جالب و مفیدی بگیرید و وقتی از همکاران خود پیشی می‌گیرید، آنها را شگفت‌زده کنید.

۴- CSS
(یا شیوه‌نامه آشناری) مکمل HTML و کدی است که فرمت و سبک محتوای HTML را طراحی و قالب‌بندی می‌کند. با کمی تغییر در CSS، می‌توانید به‌طور کامل ظاهر صفحات وب یا دیگر محتوای دیجیتال خود را تغییر دهید.

اگر شما CSS را یاد گرفته باشید، می‌توانید کارهای زیر را انجام دهید:

- یک خبرنامه ایمیلی با نام شرکت خود ایجاد کنید.

- تم یا مطالب وبلاگ را طراحی کنید که خواندن‌شان آسان‌تر باشد.

- تم Tumblr یا squars pace در صفحه‌تان قرار دهید.

- ظاهر همه صفحات وب را تغییر دهید.

۵- مهارت فنی بازرسی وبسایت
هنگامی که در مورد وبسایت‌ها و محتوای دیجیتالی اطلاعات کافی به‌دست آوردید، می‌توانید به عقب برگردید و با استفاده از یک website inspector website برریدید. این ابزار این امکان را به شما می‌دهد که همه کدهایی را که صفحات وب با آن ساخته شده‌اند به خوبی بخوانید برای این کار آماده باشید و آنها را بررسی و در صورت لزوم ویرایش کنید.

استفاده از website inspector راه خوبی است تا در مورد HTML و CSS بیشتر بدانید و همچنین نتیجه تغییرات ظاهری را قبل از اینکه در یک سایت واقعی اعمال کنید، ببینید.

دو inspector که بسیار محبوب و مورد توجه هستند عبارتند از Google Chrome Dev tools و Mozilla z Fire bug که هر دو رایگان هستند و شما می‌توانید از هر دو اینها با چند کلیک کردن و نصب اکستنشن the Fire bug برای هر مرورگری یا راست‌کلیک کردن بر صفحه گوگل کروم و اجرای Dev tools استفاده کنید.

پس منتظر چه هستید؟ یکی از این مهارت‌های پایه را که برای‌تان جذاب‌تر است انتخاب کنید و همین ماه برای یادگیری اصول آن وقت بگذارید. حتی ممکن است به چیز دیگری علاقه پیدا کنید و تصمیم بگیرید برای پیشرفت کارتان از فناوری استفاده کنید یا نه. در طول مدت یادگیری امکان دارد شما بیشتر علاقه‌مند شوید و تصمیم بگیرید پایه‌های فنی شغل خود را توسعه دهید. یا نه در هر صورت، یادگیری مهارت‌های فنی جدید می‌تواند به حرفه و شغل شما کمک کند.

پیشنهاد کسب‌وکار

بلاگ نویسی - بلاگ نویسی درهای کسب و کار را به روی‌تان باز می‌کند. شما می‌توانید از طریق بلاگ نویسی به نویسندگی آزاد، بازاریابی پورسانت، و فروش فضای تبلیغاتی سایت‌تان بپردازید، حتی می‌توانید تخصص و خدماتی را که می‌توانید ارائه دهید در این بستر عرضه کنید.

به مناسبت روز ملی ایمنی و آتش نشانی برگزار شد

مراسم گرامیداشت روز ایمنی در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز- مراسم گرامیداشت روز ایمنی و آتش نشانی با حضور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین و تنی چند از مدیران کل استان در منطقه قزوین برگزار شد. به گزارش روابط عمومی منطقه قزوین، این مراسم به منظور گرامیداشت هفته ایمنی و آتش نشانی و با حضور تنی چند از مقامات استانی سرهنگ بیگلری فرمانده پلیس راه استان، افشار مدیرکل پدافند غیرعامل استانداری، هاشمی معاون جمعیت هلال احمر استان و مهدی خانی مدیریت بحران استانداری و اسدی از سازمان آتشنشانی در شرکت ملی پخش منطقه قزوین برگزار گردید. شرفی مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی، ضمن تبریک به مناسبت روز ایمنی و آتش نشانی، مدیریت HSE (ایمنی و بهداشت و محیط زیست) را در شرکت ملی پخش یک مدیریت یکپارچه و نظام مند توصیف نمود که وظایف آن متعلق به یک واحد نبوده و همکاری همه جانبه تمامی واحدها در شرکت و در استان نیز تعامل کلیه دستگاههای اجرایی استان را می طلبد. سرهنگ بیگلری فرمانده پلیس راه استان توجه به اهمیت سوخترسانی به موقع و لزوم رعایت دستورالعملهای ایمنی توسط رانندگان نفتکشها در جاده های درون و برون شهری استان را بسیار مهم برشمرد و توجه به آموزشها را ضروری دانست.

هدف سامانه سامط، خدمت رسانی بهتر با تسریع در زمان پاسخگویی و نظارت بر دقت پاسخگویی است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- معاون حفاظت و امور اراضی منابع طبیعی استان گلستان در هم اندیشی و کارگاه آموزشی سامانه سامط استان گلستان هدف از راه اندازی این سامانه را خدمت رسانی بهتر، تسریع در زمان پاسخگویی به سوالات مردمی و نظارت بر دقت پاسخگویی عنوان نمود. این برنامه با تلاوت آیاتی از کلام الله مجید در ساعت هشت صبح روز چهارشنبه ۱۹ مهرماه سال جاری در محل سالن شهید مطهری دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان با حضور معاون حفاظت و امور اراضی، رئیس اداره ممیزی و کارشناسان این اداره همچنین نایب رئیس انجمن دفاتر پیشخوان آغاز شد که در آغاز رئیس اداره ممیزی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان طی سخنانی اقدام به طرح موضوع نمودند، سپس معاون حفاظت و امور اراضی طی سخنانی اجرایی کردن سامانه سامط را یک وظیفه و تکلیف ملی بیان نموده، کلیدی ترین بخش این سامانه را عدم نیاز حضوری مردم به ادارات منابع طبیعی و آبخیزداری جهت پاسخ به سوالاتشان بیان نمودند. آقای مهندس مصطفی لو در ادامه به معرفی سامانه پرداخته و گفتند: این نرم افزار تحت وب بوده و ضریب امنیتی، ایمنی و دقت بالایی دارد.

تهیه طرح های مرعداری چندمنظوره باعث افزایش تولید و حفظ پوشش گیاهی می شود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- در جلسه مرتعداران شهرستان علی آباد که با حضور معاون فنی و آبخیزداری، رئیس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان علی آباد و رئیس اداره مرتع اداره کل با هدف تهیه طرح های مرعداری چندمنظوره برگزار شد، آقای مهندس لطفی گفت: تهیه طرح های مرعداری چندمنظوره باعث افزایش تولید و حفظ پوشش گیاهی می شود. در ابتدای این جلسه که با تلاوت آیاتی از کلام الله مجید آغاز شد، معاون فنی و آبخیزداری با تاکید بر مدیریت چرا و حفظ پوشش گیاهی مراتع اظهار کرد: مراتع استان گلستان استعدادهای بسیار خوبی در زمینه توسعه کشت گیاهان دارویی و گردشگری دارد. عبدالرحیم لطفی تصریح کرد: تهیه طرح های چند منظوره در مراتع با مشارکت مرتعداران ضروری است تا ضمن حفظ پوشش گیاهی مراتع شاهد منافع اقتصادی و همچنین توسعه و تثبیت اشتغال در این منطقه نیز باشیم. وی با تاکید بر حفاظت از مراتع و منابع طبیعی با مشارکت همه جانبه افزود: جوامع محلی در تلقیف دانش بومی با نظرات کارشناسی و استفاده مناسب از منابع ظرفیت بالایی دارند.

برگزاری جلسه ستاد صیانت از حریم امنیت عمومی و حقوق شهروندی در شرکت آب منطقه ای هرمزگان

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- جلسه ستاد صیانت از حریم امنیت عمومی در دو حوزه حقوق شهروندی و حجاب و عفاف با حضور اعضای این ستاد در شرکت آب منطقه ای هرمزگان برگزار شد. دبیر و رئیس ستاد صیانت از حقوق شهروندی شرکت آب منطقه ای هرمزگان در این جلسه بر لزوم ترویج مفاهیم و برنامه های حقوق شهروندی و حجاب و عفاف تاکید و خاطر نشان کرد: در تلاش هستیم دستورالعمل های مربوط به ستاد صیانت از حریم امنیت عمومی از جمله برنامه های حقوق شهروندی و حجاب و عفاف را اجرا، توسعه و ترویج دهیم چرا که معتقدیم حقوق شهروندی امری است که باید در تمامی سطوح و در بطن جامعه سازی و جاری شود. وی با اشاره به اهداف این ستاد افزود: از جمله مهمترین ستاد صیانت از حریم امنیت عمومی گسترش و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه و چهارچوب وظایف و مأموریت های سازمان، صیانت از حقوق شهروندی، برخورد کریمانه و محبت آمیز با مردم و حفظ کرامت آنان؛ آگاه سازی مردم از حقوق و تکالیف به منظور انضباط اجتماعی و قانون گرایان در جامعه و پیشگیری از تخلفات اداری و رسیدگی به شکایات مردم و پیگیری برای برخورد با متخلفین در ادارات می باشد.



نمایشگاه بزرگ کتاب شرکت پالایش نفت آبادان برپا شد

اهواز - شبنم قفاوند- نمایشگاه بزرگ کتاب، نرم افزار، محصولات فرهنگی، از ۲۰ مهرماه در محل فرهنگسرای نفت شرکت پالایش نفت آبادان آغاز به کار کرد و تا ۸ آبان ماه ادامه دارد. این رویداد فرهنگی، بیش از ۴۰۰ عنوان از موضوعات گوناگون در زمینه های ادبیان، ادبیات، بهداشت و سلامت، تاریخ، علم و فناوری، کودک و نوجوان و دیگر موارد را دربرمی گیرد. همچنین جهت رفاه حال بیشتر بازدیدکنندگان، تخفیف های ۴۰ درصدی برای عموم مشتریان و ۷۰ درصد تخفیف ویژه کارکنان شرکت پالایش نفت آبادان و خانواده محترم آنان در نظر گرفته شده است. از برنامه های جانبی نمایشگاه، می توان به برپایی بخش اختصاصی کتاب کودک و نوجوان و کمک آموزشی، همچنین کارگاه نقاشی ویژه کودکان و اهدای جوایز به برگزیدگان اشاره نمود. هدف از برپایی این نمایشگاه که به همت روابط عمومی شرکت پالایش نفت آبادان برپا گشته، تحقق منویات مقام معظم رهبری در زمینه توسعه و ترویج کتاب و اهمیت کتابخوانی، دسترسی به جایگاه واقعی کتاب و کتابخوانی در فرهنگ عامه و برجسته سازی جلوه های نهضت کتابخوانی در فرهنگ عمومی شهروندان آبادانی عنوان شده است.

مدیر امور آبفای شفت:

شست و شوی مخزن شفت در راستای ارتقای کیفیت آب شرب

رشت - مهناز نویری- مدیر امور آبفای شفت از شست و شوی مخزن ذخیره آب در راستای ارتقاء کیفیت آب این شهرستان خبر داد. فرخ فرخ مدیر امور آبفای شفت با اعلام این خبر افزود: با توجه به اهمیت شست و شوی سالیانه مخازن ذخیره آب شرب در ارتقای کیفیت آب شربه توزیع شهر، مخزن زمینی ۱۰۰ مترمکعبی تصفیه خانه شهرهای شفت و احمدسرگوراب توسط همکاران بهره برداری این امور مورد شست و شوی و گندزدایی با کلرین قرار گرفت. وی همچنین اظهار داشت: با همکاری شهرداری شفت یک دستگاه ماشین آتش نشانی در اختیار این امور قرار گرفت تا شست و شوی کف و دیواره های مخزن با فشار لازم انجام پذیرد و طی ۱۰ ساعت مخزن دو قلو ۵۰ مترمکعبی شفت شست و شوی شد.

مدیر آبفای کیهگیلویه و بویراحمد مطرح کرد

ضرورت راه اندازی مجتمع آموزشی صنعت آب و برق

یاسوج - خبرنگار فرصت امروز- نشست شورای انسجام بخشی صنعت آب و برق استان کیهگیلویه و بویراحمد به میزبانی آبفای استان برگزار شد. سید علی لدنی نژاد در این نشست با اشاره به لزوم راه اندازی مرکز آموزشی مرتبط به صنعت آب و برق اظهار کرد: وجود مراکز آموزشی تخصصی ویژه صنعت آب و برق استان ضروری و اجتناب ناپذیر است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب کیهگیلویه و بویراحمد افزود: راه اندازی رشته های تخصصی و مورد نیاز شرکت های تابعه وزارت نیرو در این مرکز آموزشی علاوه بر تقویت بنیه علمی و عملی کارکنان از هدف ردت وقت و توان نیروهای انسانی نیز جلوگیری خواهد کرد. آموزش در مرکز استان راه اندازی خواهد شد و شرکت های تابعه وزارت نیرو در استان از مزایای آن بهره خواهند برد. وی افزود: از دیگر نیازهای ضروری صنعت آب و برق استان مجتمع های فرهنگی و رفاهی است که جا دارد در این زمینه نیز با همکاری و رایزنی های لازم شرایط را برای احداث و تجهیزیات این مجتمع برای رفاه حال کارکنان فراهم کرد.

نشست سرپرست دانشگاه علوم پزشکی مازندران با انجمن در مانگران اعتیاد استان

ساری -دهقان - دکتر سعید عباس موسوی سرپرست دانشگاه علوم پزشکی مازندران در جلسه انجمن در مانگران اعتیاد که با حضور اعضای انجمن در مانگران اعتیاد استان مازندران در این دانشگاه برگزار شد گفت: درمان بیماران آسیب پذیر ناشی از اعتیاد به شیوه MMT یکی از بهترین روش های درمان اعتیاد است که اگر شاخصه های آن به درستی اجرا گردد، نقش بسزایی در درمان این اختلال و کاهش آسیب های اجتماعی ناشی از آن دارد. وی افزود: از انتظارات مهم دانشگاه، پژوهش در شیوه درمان و برگزاری برنامه های آموزشی برای خانواده های بیماران توسط این انجمن است.

برگزاری مانور بحران درمخابرات منطقه مرکزی

اراک - خبرنگار فرصت امروز- بر پایه این گزارش مانور بحران مخابرات منطقه مرکزی در منطقه شیرین آباد به منظور آمادگی و تست تجهیزات فنی در شهرستان فرهان برگزار شد و گروه عملیاتی شرکت کننده در این مانور به اهداف از پیش تعیین شده دست یافتند.

مشاور عالی وزارت نفت اعلام کرد

اعتبار ۱۵۰۰ میلیارد تومانی برای گازرسانی در مازندران طی ۴ سال



ساری -دهقان - مشاور عالی وزارت نفت گفت: در چهار سال گذشته یک هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان برای گازرسانی در مازندران هزینه شد و بیش از ۷۰۰ روستا در این استان از نعمت گاز بهره مند شدند. به گزارش خبرنگار مازندران، "محمود آستانه" در بازدید از روند پیشرفت فیزیکی پروژه های گازرسانی به شهرهای کجور و پول با اشاره به اینکه سیاست وزارت نفت این است که بتواند نیاز سوختی شهرها و روستاها را از طریق توسعه گازرسانی تأمین کند، اظهار داشت: در چهار سال گذشته ۱۵۰۰ میلیارد تومان برای گازرسانی در مازندران هزینه شد و بیش از ۷۰۰ روستا در این استان از نعمت گاز بهره مند شدند. مشاور عالی وزارت نفت با بیان اینکه هزینه انتقال یک لیتر نفت سفید، نفت گاز یا نفت کوره به بخش کجور به ازای یک متر مکعب گاز، چندین برابر است، تأکید کرد: گازرسانی به روستاهای منطقه و شهرهای پول و کجور برای ما بسیار مهم است. این مسئول تصریح کرد: گازرسانی به شهرهای پول و کجور از طریق گاز «سی» کند و این قرارداد پنج ساله و قابل تمدید است. وی گفت: ایستگاه

برگزاری پنجمین نمایشگاه فناوری های نو و پیشرفته RINOTEX 2017 در تبریز

مدیریت زون فناوری های آب و خاک نمایشگاه فناوری های نو و پیشرفته به آبفا آذربایجان شرقی واگذار شد



تبریز - ماهان فلاح - پنجمین نمایشگاه فناوری های نو و پیشرفته استانداری با عنوان RINOTEX 2017 از ۲۰ الی ۲۴ آبان ماه سال جاری در محل نمایشگاه بین المللی تبریز برگزار می شود. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی، نمایشگاه فناوری های نو و پیشرفته آذربایجان شرقی در چهار دوره گذشته با هدف ایجاد فضای تعاملی مناسب بین عرضه کنندگان فناوری، مصرف کنندگان و سازمان های حامی با مسئولیت مدیریت ویژه علم و فناوری ربع رشیدی در استان برگزار شده و بر اساس آمار و اطلاعات موجود از روند رو به رشد بسیار خوبی به لحاظ کمی و کیفی برخوردار بوده است. از نظر کمی تعداد طرح های فناورانه ثبت شده در سال ۹۴ حدود ۱۰۰ درصد نسبت به سال ۹۳ (از رقم ۵۲۷ طرح به ۹۷۰ طرح) و در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ حدود ۷۶ درصد (از رقم ۹۷۰ طرح به ۱۷۱۳ طرح) افزایش داشته است. همچنین

گلشیرازی:

مرکز رشد صادرات، تجارت الکترونیک، قاچاق کالا و قطار پرسرعت اصفهان - تهران چهار محور اصلی کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان است



اصفهان - قاسم اسد - رئیس کمیسیون تجارت، خدمات و ارتباطات اتاق بازرگانی اصفهان گفت: مرکز رشد صادرات، تجارت الکترونیک، قاچاق کالا و قطار پرسرعت اصفهان-تهران چهار محور اصلی کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان است. مسعود گلشیرازی در پنجمین جلسه هیات رئیسه کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان گفت: این چهار پروژه با همکاری کمیته های تخصصی کمیسیون دنبال می شود. وی افزود: موضوع یکسان سازی نرخ ارز نیز منتفی شد و دلیل آن هم این است که معاون ارزی بانک مرکزی در نشست تخصصی در اتاق ایران اعلام کرد که الان جابجایی پول امری سخت است و درست است برجام به ظاهر اتفاق افتاده ولی در حوزه بانکی نقل و انتقالات با مشکل روبروست و یکسان سازی نرخ ارز تبعاتی خواهد داشت که بانک مرکزی نمی تواند از عهده آن بر آید که باید در برنامه ریزی های اقتصادی خود به آن توجه ویژه داشته باشید. علی محمد افجان مشاور کمیسیون تجارت در این جلسه با بررسی ابعاد تاثیر گذار ساختاری رئیس جمهور آمریکا بر شرایط اقتصادی و سیاسی ایران گفت: محال است که اتفاق نظمی در منطقه بوجود آید ولی فشارهای همه جانبه بر ایران بیشتر خواهد شد و شرایط پیچیده ای را برای ایران ایجاد می کند و استثنای ایران در این زمینه نیز خیلی مهم است. وی اضافه کرد وضعیت داخلی ایران

اصفان - قاسم اسد - رئیس کمیسیون تجارت، خدمات و ارتباطات اتاق بازرگانی اصفهان گفت: مرکز رشد صادرات، تجارت الکترونیک، قاچاق کالا و قطار پرسرعت اصفهان-تهران چهار محور اصلی کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان است. مسعود گلشیرازی در پنجمین جلسه هیات رئیسه کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان گفت: این چهار پروژه با همکاری کمیته های تخصصی کمیسیون دنبال می شود. وی افزود: موضوع یکسان سازی نرخ ارز نیز منتفی شد و دلیل آن هم این است که معاون ارزی بانک مرکزی در نشست تخصصی در اتاق ایران اعلام کرد که الان جابجایی پول امری سخت است و درست است برجام به ظاهر اتفاق افتاده ولی در حوزه بانکی نقل و انتقالات با مشکل روبروست و یکسان سازی نرخ ارز تبعاتی خواهد داشت که بانک مرکزی نمی تواند از عهده آن بر آید که باید در برنامه ریزی های اقتصادی خود به آن توجه ویژه داشته باشید. علی محمد افجان مشاور کمیسیون تجارت در این جلسه با بررسی ابعاد تاثیر گذار ساختاری رئیس جمهور آمریکا بر شرایط اقتصادی و سیاسی ایران گفت: محال است که اتفاق نظمی در منطقه بوجود آید ولی فشارهای همه جانبه بر ایران بیشتر خواهد شد و شرایط پیچیده ای را برای ایران ایجاد می کند و استثنای ایران در این زمینه نیز خیلی مهم است. وی اضافه کرد وضعیت داخلی ایران

در نشست هم اندیشی مدیران عامل شرکت های پالایش گاز مطرح شد

سهام ۷۰ درصدی مجتمع گاز پارس جنوبی در تولید گاز شش ماه ابتدای سال جاری



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - نشست هم اندیشی مدیران عامل شرکت های پالایش گاز با حضور مدیرعامل و اعضای هیات مدیره شرکت ملی گاز ایران برگزار شد. مسعود حسینی مدیرعامل مجتمع گاز پارس جنوبی در این نشست با اشاره به نقش مهم این شرکت در تولید پایدار گاز گفت: سهام تولید پارس جنوبی از گاز کشور در سال گذشته برابر ۶۴ درصد بوده که این میزان در ۶ ماهه ابتدای سال جاری به ۷۰ درصد افزایش یافته است. حسینی در ادامه به افزایش تولیدات مجتمع در سال ۹۵ اشاره کرد و گفت: حجم تولیدات مجتمع در سال جاری نیز افزایش چشمگیری خواهد داشت. وی گفت: در سال ۹۵ میزان تولید اتان ۴۲ درصد و تولید بوتان ۵.۵ درصد نسبت به سال پیش از آن افزایش داشته است. حسینی افزود: در سال گذشته همچنین تولید گوگرد حدود ۳۱ درصد و تولید کاندیدیت بیش از ۱۴ درصد رشد داشته است. وی گفت: سهم تولید

در نیمسال اول سال جاری تحقق یافت

رشد ۲۰۰ درصدی دوره های آموزشی HSE در منطقه ۸ عملیات انتقال گاز



تبریز - اسد فلاح - رئیس امور بهداشت، ایمنی، محیط زیست و پدافند غیرعامل منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران از افزایش ۲۰۰ درصدی دوره های آموزشی HSE برای کارکنان در شش ماهه اول سال جاری خبر داد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران، فرهاد قدیمی، با اعلام این خبر گفت: در شش ماهه اول سال جاری واحد HSE منطقه ۸ با آموزش ۶۵۶۰ نفر ساعت در زمینه های ایمنی، بهداشت و محیط زیست موفق شد با دستیابی به رشد ۲ برابری نسبت به مدت زمان مشابه سال ۹۵ رکورد جدیدی را در آموزش نیروی انسانی به ثبت برساند. قدیمی با اشاره بر تاثیر امر آموزش در ارتقاء سلامت کارکنان و با تاکید بر همگام سازی توصیه های بهداشتی با موخته های علمی افزود: محاصل دوره های آموزشی برگزار شده،

مادر برای تأمین و توزیع گاز کجور در شهر مرزن آباد در حال احداث است و قرار است طبق تعهد پیمانکار، تا ۲۲ بهمن امسال تکمیل و به بهره برداری برسد. مشاور مقام عالی وزارت نفت در ادامه تأکید کرد: مازندران و گیلان در زمستان امسال مشکل قطع و افت فشار گاز ندارند. مشاور مقام عالی وزارت نفت با بیان اینکه ۱۴ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان اعتبار برای دو شهر غرب مازندران در نظر گرفته است، گفت: در تمام شهرهای ایران و حدود ۸۰ درصد روستاها از گاز بهره مند شدند. وی با اشاره به اینکه مصرف گاز در زمستان در روز حدود ۷۰۰ میلیون مترمکعب است، گفت: مازندران و گیلان در زمستان امسال مشکلی قطع و افت فشار گاز ندارند. مشاور مقام عالی وزارت نفت از در دست اقدام بودن ۳۵۰ میلیارد تومان پروژه در این دولت خبر داد و از گاز به عنوان یک انرژی پاک و به صرفه اقتصادی یاد کرد و گفت: با توجه به حجم گاز فراوانی که در کشور وجود دارد امکان صادرات آن کم است در حالیکه فرآورده های نفتی به راحتی قابل صادر شدن است.

برگزاری پنجمین نمایشگاه فناوری های نو و پیشرفته RINOTEX 2017 در تبریز

مدیریت زون فناوری های آب و خاک نمایشگاه فناوری های نو و پیشرفته به آبفا آذربایجان شرقی واگذار شد

دستگاه های اجرایی، دانشگاهها، بخش خصوصی و... انجام می گیرد که در این راستا مسئولیت زون فناوری آب و خاک به مدیریت شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی واگذار شده است. شایان ذکر است مهم ترین اهداف بخش فناوری آب و خاک بشرح ذیل می باشد و جهت انجام آن کمیته ویژه فناوری با حضور معاونین، مدیران و کارشناسان شرکت جهت پیگیری موضوع تشکیل شد.

- * شناسایی نیاز های فناورانه مصرف کنندگان فناوری در حوزه آب و خاک
- * برقراری ارتباط و تعامل مناسب و کارا بین صاحبان فناوری، مصرف کنندگان و سازمانهای حمایتی در حوزه آب و خاک
- * ایجاد فضای تعاملی میان حلقه های مختلف اکوسیستم در حوزه آب و خاک
- * شناسایی و معرفی توانمندی های فناورانه شرکت های دانش بنیان در حوزه آب و خاک.

داشت. سرمایه گذاری برای اداره کشور ضرورت دارد و تحت تاثیر شرایط خارجی قرار نگیریم چرا که این اتفاقات هر روز هست. مجید کریمیچی نایب رئیس کمیسیون و مسئول کمیته فناوری اطلاعات، ارتباطات و تجارت الکترونیک در این جلسه گفت: با توجه به وضعیت نیاز بازار و جامعه کسب و کار به نظر می رسد اگر روی سه کارگروه تجارت الکترونیک، کارگروه صادرات نرم افزار و کارگروه کسب و کارهای نوپای الکترونیک کار کنیم نتیجه بهتری خواهیم گرفت. وی افزود: در موضوع تجارت الکترونیک به نهادینه شدن آن در صنعت باید ادامه دهیم و در کسب و کارهای الکترونیک هم بحث لجستیک و قوانین مطرح است. در بحث صادرات نرم افزار ایجاد ارتباط با نهادهای مشابه خارجی و شناخت و ارائه تسهیلات استناددهای صادرات نرم افزار است. وی تأکید کرد: در حوزه استراتژی ها با اتفاق بدی برای جوانان دهه ۷۰ رخ داده که باعث شده که ۸۰ درصد استراتژی آنها در کل ایران به نتیجه نرسد و سرمایه های ملی از دست برود. محمدرضا غفرایی مشاور کمیسیون در این جلسه گفت: الان مشکلی که وجود دارد این است که خیلی از اقدام وجود دارد که واردات آن به سوره ممنوع است مخصوصاً مصالح ساختمانی و مواد غذایی که واقعیت امر ما به عنوان یک شرکت بخش خصوصی باید خودمان وارد شویم و جلسه بگذاریم تا بتوانیم کالای خود را به سوره صادر کنیم.

در نشست هم اندیشی مدیران عامل شرکت های پالایش گاز مطرح شد

سهام ۷۰ درصدی مجتمع گاز پارس جنوبی در تولید گاز شش ماه ابتدای سال جاری

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - نشست هم اندیشی مدیران عامل شرکت های پالایش گاز با حضور مدیرعامل و اعضای هیات مدیره شرکت ملی گاز ایران برگزار شد. مسعود حسینی مدیرعامل مجتمع گاز پارس جنوبی در این نشست با اشاره به نقش مهم این شرکت در تولید پایدار گاز گفت: سهام تولید پارس جنوبی از گاز کشور در سال گذشته برابر ۶۴ درصد بوده که این میزان در ۶ ماهه ابتدای سال جاری به ۷۰ درصد افزایش یافته است. حسینی در ادامه به افزایش تولیدات مجتمع در سال ۹۵ اشاره کرد و گفت: حجم تولیدات مجتمع در سال جاری نیز افزایش چشمگیری خواهد داشت. وی گفت: در سال ۹۵ میزان تولید اتان ۴۲ درصد و تولید بوتان ۵.۵ درصد نسبت به سال پیش از آن افزایش داشته است. حسینی افزود: در سال گذشته همچنین تولید گوگرد حدود ۳۱ درصد و تولید کاندیدیت بیش از ۱۴ درصد رشد داشته است. وی گفت: سهم تولید

در نیمسال اول سال جاری تحقق یافت

رشد ۲۰۰ درصدی دوره های آموزشی HSE در منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

رئیس امور بهداشت، ایمنی، محیط زیست و پدافند غیرعامل منطقه اظهار داشت: برگزاری دوره ایمنی و آتش نشانی، آشنایی با مانورها و واکنش در شرایط اضطراری، آموزش عملی اطفاء حریق، مقررات صدور مجوزهای انجام کار، دوره های ارزیابی ریسک و مدیریت بحران، پدافند غیر عامل و کارگاههای آموزشی HSE، امداد و نجات و کمک های اولیه و... از جمله برنامه های آموزشی واحد HSE این منطقه بود که در نیمه نخست سال جاری تحقق یافته است. وی بر اثر بخشی نظام HSE در پیشبرد و توسعه صنعت گاز تصریح کرد و اضافه نمود: بخش HSE منطقه ۸ نیز در همسویی با توسعه پایدار، با تلاش برای آشنایی هرچه بیشتر با چالش ها و گسترش فرهنگ بهداشت، ایمنی و محیط زیست برای ارائه راهکار های مناسب در این خصوص تلاش می کند.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۲۶ مهر ۱۳۹۶ | شماره ۹۰۸ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع - نشر گستر امروز

آدرس: میزرای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱

امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱۳۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

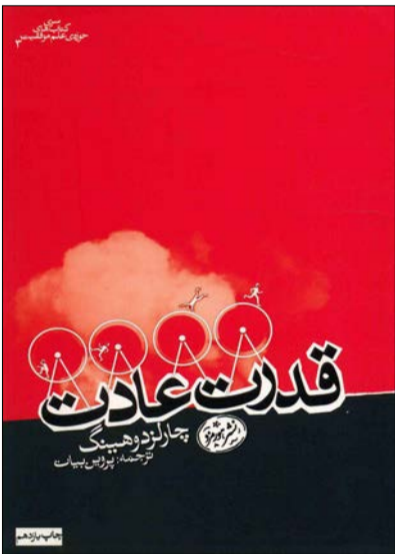
WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

معرفی کتاب



قدرت عادت - نوشته چارلز دوهینگ



«قدرت عادت» تألیف چارلز دوهینگ یکی از کتاب‌های مدیریتی جهان است که چندی قبل توسط انتشارات هرمزد با صفحه‌آرایی و طراحی جلد زیبایی وارد بازار کتاب شده است. این کتاب به مدت ۶۲ هفته پرفروش‌ترین کتاب نیویورک‌تایمز بوده و تاکنون نیز خوانندگان ایرانی استقبال خوبی از این کتاب کرده‌اند. قدرت عادت یا چرایی کارهایی که در زندگی و کسب‌وکار انجام می‌دهیم یکی از کتاب‌های خوبی است که با خواندن آن مسیر زندگی و کار تغییر می‌کند و راه تازه‌ای برای کسب‌وکار و زندگی گشوده می‌شود. بسیاری از ایده‌ها و دیدگاه‌های مولف در ایران نیز قابلیت اجرایی دارد و می‌تواند نقطه عطفی برای صاحبان کسب‌وکار باشند تا با تغییر عادت ذهنی و عینی زندگی مسیر تازه‌ای را در جهت موفقیت و پیشرفت تجربه کنند.

در توضیح این کتاب آمده است: همه ما در برخی مواقع، به‌عمد انتخاب‌هایی می‌کنیم و بعد، دیگر به آنها فکر نمی‌کنیم؛ اما همچنان به انجام دادنشان ادامه می‌دهیم؛ البته، اغلب اینچنین اتفاق می‌افتد. اما در برخی مواقع دیگر نیز، هوشیارانه تصمیم می‌گیریم که چه میزان غذا بخوریم؛ هنگامی که به اداره رسیدیم، بر چه چیزی تمرکز کنیم؛ در چه فواصلی، نوشیدنی میل کنیم یا چه زمانی به ورزش دو برویم، اما پس از مدتی، دیگر انتخاب نمی‌کنیم و به‌طور خودکار رفتار می‌کنیم. این روند نتیجه طبیعی عصب‌شناسی مغز ما است و با درک اینکه چگونه این اتفاق رخ می‌دهد، می‌توانیم الگوهای لازم را بازسازی کنیم؛ البته، این بار به همان نحوی که خردمان می‌خواهیم. اگر می‌خواهید عادت‌های خود را تغییر دهید، باید روزمره تازه‌ای را جایگزین کنید. مطمئناً، احتمال موفقیت شما هنگامی که عضوی از گروه هستید تغییر می‌کند و به‌طور ناگهانی افزایش می‌یابد. وجود باور و اعتقاد ضروری است و از تجربه‌ای اجتماعی حاصل می‌شود؛ حتی اگر این اجتماع فقط متشکل از دو نفر باشد. می‌دانیم که تغییر صورت می‌پذیرد؛ معنادار الکل می‌تواند نوشیدن مشروبات الکلی را کنار بگذارد، افراد سیگاری می‌توانند سیگار کشیدن را ترک کنند، بانندگان دائمی نیز می‌توانند قهرمان باشند. کتاب «قدرت عادت» تألیف چارلز دوهینگ با ترجمه پروین بیات در یازدهمین دوره چاپ با قیمت ۱۶ هزار تومان توسط انتشارات هرمزد منتشر شده است.

معرفی استارت‌آپ



مرکز آموزش آنلاین برای همه فارسی‌زبانان

نام استارت‌آپ: رسانه آموزشی لیموناد

وبسایت: limoonad.com

سال تاسیس: ۱۳۹۳

موضوع: آموزش ویدئویی

توضیح بیشتر: رسانه آموزشی لیموناد یک مرکز آموزش آنلاین برای همه فارسی‌زبانان در سراسر جهان است تا به آسانی همه آنچه را که نمی‌دانند آموزش دیده و مهارت‌ها و دانسته‌های خود را آموزش دهند. از زمان راه‌اندازی نسخه جدید تا به امروز بیش از ۵۰۰ دوره آموزشی با موضوعات مختلف از جمله برنامه‌نویسی، هنری، طراحی، نرم افزارهای کاربردی و... منتشر شده که مورد استقبال مخاطبان قرار گرفته است.

بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۸۱۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: سال گذشته یک شرکت خدماتی با هفت کارمند راه‌اندازی کردم. تقریباً همه کتاب‌های بازاریابی و فروش را هم عاشقانه مطالعه کردم، اما انگار مطالعه و دانستن تأثیری در موفقیت کسب‌وکار من ندارد. شما چه پیشنهادی دارید؟

به عمل کار برآید

پاسخ کارشناس: سعیدی می‌گوید عالم بی‌عمل مانند زنبور بی‌عسل است. مطالعه و پژوهش برای هر فردی یک ضرورت است، اما اگر کسی فکر می‌کند با خواندن کتاب می‌تواند موفق شود تصویری باطل است. بسیاری از افراد موفق هوش مالی و هوش کسب‌وکار ذاتی دارند و با اینکه کتابی نخوانده‌اند آموزه‌های کسب‌وکار را با شناگردی کردن یاد گرفته‌اند و آنها را به کار بسته‌اند. شما از اینکه مطالعه می‌کنید تا راه‌های بازاریابی خدماتی را بیاموزید کاری بسیار تحسین برانگیز است، اما باید

آموزه‌های مطالعه را در عمل به کار بگیرید. هیچ چیز مثل کار کردن و عمل کردن نمی‌تواند شما را به موفقیت برساند. شاید باورش سخت باشد که بدانید برخی از استادان اقتصاد که دانش زیادی در مسائل مالی و اقتصادی دارند و دهها کتاب اقتصادی و کسب‌وکاری نوشته‌اند خانه به دوش هستند و توان خرید یک خانه کوچک را هم ندارند.

در صورتی که همه اصول و قواعد پول درآوردن را بلدند و حتی این شیوه‌ها را آموزش می‌دهند، اما خودشان در زندگی عملاً موفق نیستند. یا برخی از افراد با کلیه شیوه‌های رژیم غذایی آشنا هستند و میزان کالری همه موادغذایی را می‌دانند، اما چون

در عمل یک رژیم غذایی را به کار نمی‌برند همواره از چاقی در رنج و عذابند. دانستن کافی نیست، به کار بستن و عمل کردن مهم است.

بنابراین شما برای موفقیت در کسب‌وکار نیاز به مطالعه دارید، اما صرفاً با مطالعه و دانستن نمی‌توانید در کسب‌وکار موفق شوید. شما باید هر روز یک گام کوچک برای پیشرفت کسب‌وکار خود بردارید. از قدیم گفتند به عمل کار را بلدند و حتی این شیوه‌ها را آموزش می‌دهند، اما خودشان در زندگی عملاً موفق نیستند. یا برخی از افراد با کلیه شیوه‌های رژیم غذایی آشنا هستند و میزان کالری همه موادغذایی را می‌دانند، اما چون

مدرسه مدیریت

راهکار ایجاد انگیزه دائمی در کارکنان

حضور در این شبکه‌ها بر فروش کلی شرکت و جذب مشتریان بیشتر را توضیح دهید. اکثر افراد شاغل در یک سازمان می‌دانند چه نقشی برعهده دارند، اما نکته مهم آگاهی از چگونگی قرار گرفتن این نقش‌ها در کنار یکدیگر و ترسیم تصویر بزرگ‌تر است. کارکنانی که نقش خود در موفقیت شرکت را درک نمی‌کنند، به احتمال زیاد از لحاظ احساسی ارتباطی با شرکت برقرار نمی‌کنند، از این رو شما باید به آنان دلیل حضورشان در سازمان و تأثیرشان بر دستیابی به اهداف را توضیح دهید، بدین ترتیب کارکنان احساس می‌کنند در موفقیت کلی گروه نقش داشته و با جدیت بیشتری کار خواهند کرد.

در پایان باید گفت که همه کارکنان از بالاترین تا پایین‌ترین سطح باید مطمئن شوند که تلاش‌هایشان در استراتژی گسترده‌تر شرکت نقش خواهد داشت.

منبع: inci

تخته سیاه



دانشگاه‌های یک کارآفرین (۴۳)

مشتری نفس تولیدکننده است

پارسا امیری

یکی از رازهای موفقیت در کسب‌وکار مدیریت ارتباط با مشتری است. این یکی از رازهای کم‌تر به اون توجه می‌کنن. آگه همین مدیریت ارتباط با مشتری را خوب یادگیری و بهش عمل کنی باور کن مشتری هر ماه دو برابر می‌شه.

در ایران مشتری داری و مشتری‌مداری کار خنده‌داره. اگر از بعضی‌ها بگذریم بیشتر مواقع با افرادی روبه‌رو می‌شیم که فکر اون فقط اینه که مشتری را سرکیسه کنند و تمام. درحالی‌که در دنیا مشتری نفس تولیدکننده است و بدون مشتری تولیدکننده مرده است. در ایران مشتری نه قبل از تولید دیده می‌شه، نه در زمان تولید و نه بعد از تولید.

تولیدکننده‌ها و فروشندگان فقط دوست دارند کالاهاشون فروش بره، اینکه مشتری کیه و چه جایگاهی داره اصلاً کاری بهش ندارن. آگه تو می‌خواهی در کسب‌وکار موفق بشی برای مشتری قبل از راه‌اندازی کار برنامه‌ای داشته باشی. مشتری کیه؟

امروز داشتیم با یکی از مدیران صحبت می‌کردم، می‌گفت از آژانس محله اوتومبیل گرفتم و سوار شدم هنوز حرکت نکرده بودیم که مدیر آژانس به راننده زنگ زد و گفت سریع مسافر رو پیاده کن و بیا که فلائی اوتومبیل با کولر می‌خواد. راننده هم با کمال پرویی منو پیاده کرد و رفت و گفت الان به پراید بدون کولر می‌اد. دوست ما می‌گفت من حاج و واج داشتم فقط به راننده نگاه می‌کردم و به مشتری‌مداری اون. از اون روز تا حالا حتی یک بار هم از اونا ماشین نگرفتم. سیستم مشتری‌مداری در ایران این جوریه.

تو نیاز به یک سیستم داری تا بتونی با مشتریان خودت روابط پایدار ایجاد کنی. تو باید با یه برنامه حساب شده در همان ماه اول کارت، به مشتری را به دو مشتری و دو مشتری را به پنج مشتری و پنج مشتری را به ۱۵ مشتری دایمی تبدیل کنی.

مشتری سرمایه اصلی هر کاری است. تو تا می‌تونی در این زمینه سرمایه‌گذاری کنی و اونو راضی نگه دار. به جای اینکه برای دفتر مدیریت میز چند صد هزار تومنی یا میلیونی بخری یا تبلیغات محیطی چند ده میلیونی بکنی این پولو در ماه‌های اول برای مشتری‌یابی و نگهداری مشتری هزینه کن.

تسو در همه زمان‌ها و مکان‌ها به مشتری نیاز داری. وقتی مشتری نباشه یعنی تولید تو و کالایی که می‌فروشی هیچ ارزشی نداره. فرقی نمی‌کنه که تسو کار گاه‌جورابافی داری یا کارخانه قالبیایی یا در محله‌ات خشکشویی دایر کردی. در هر کسب‌وکاری تو باید به مشتری به‌عنوان سرمایه و دارایی اصلی توجه کنی.

بعضی وقتا برخی کسبه می‌گن آقا کل درآمد ما در یک ماه دو، سه میلیون تومن هم نمی‌شه، ما پول نداریم برای این جور کارا خرج کنیم. اشکالی نداره تو از سال بعد این دو، سه میلیون رو هم نداری. عصر امروز عصر مشتری‌مداریه. حرف، حرف مشتری. مشتری قابل احترامه. تو باید برای اینکه دل مشتری را به دست بیاری تا از تو خرید کنه کلی هزینه کنی. البته نه اینکه بری و تو اونو با همت و نیایش بلبورد بزنی. نه، باید به کارایی بکنی که اولاً مشتری سراغت بیاد و از تو خرید کنه و دوم اینکه وقتی خرید کرد برای همیشه از تو خرید کنه و دفعه بعد نره از رفیقات بخره. اگر این دو کار را با روش‌هایی که می‌گم تو عملی کنی شک نکن هر ماه بر تعداد مشتریان اضافه می‌شه. نکته مهم اینه که برخی خیلی تلاش می‌کنن تا کالا رو خوب معرفی کنن، اما این تنها به قسمت کاره و کار اصلی به تولیدکننده و به فروشنده اینه که اعتماد مشتری را با رفتار حرفه‌ای به دست بیاره. آگه به بار مشتری بفهمه که فلان مرغاری تخم‌مرغ فاسد رو تاریخ جدید می‌زنه و وارد بازار می‌کنه دیگه ازش خرید نمی‌کنه. بعضی تولیدکنندگان تخم‌مرغ، تاریخ تولید را یک ماه بعد از تولید می‌نویسند. واسه همین گاهی تخم‌مرغ‌هایی به دست ما می‌رسه که هنوز تولید نشده و بدون اینکه متوجه بشن مثلاً تو مردامه تخم‌مرغی شرکت می‌اد بیرون و روشن نوشته تاریخ تولید ۲۵ شهریور و این یعنی مرگ تولیدکننده. مشتری باید به تو اعتماد کنه تا از تو بخره، وقتی تو داری کلک می‌زنی اون سکوت می‌کنه و از تو نمی‌خوره و تو ورشکست می‌شی. بعد می‌گی بازار خرابه و ما تحریم هستیم و بازار جواب نمی‌ده و از این دست پهلوها.

برای اینکه بتونی رفتار مشتری‌پسند داشته باشی به چند نکته عمومی برای کسب‌ها اشاره می‌کنم: اول: به بانک اطلاعاتی خوب از همه مشتریان درست کن. این بانک باید شامل مشخصات شانسنامه‌های آدرس و تلفن باشه. آگه فروشگاه کوچکی دایر کردی در یک دفتر یا سررسید این کار رو بکن ولی اگر فروشگاه بزرگی داری یا شرکت تو مشتریان زیادی داره لازمه یک برنامه نرم‌افزاری برای کارت بخری و به نفر از مسئول کنی که این اطلاعات را جمع‌آوری کنه. در دنیای امروز اطلاعات سرمایه است. تو هر چه قدر اطلاعات بیشتری از مشتری داشته باشی می‌تونی راحت‌تر نیازهای خرید اونو برطرف کنی. بعضی وقتا شاید لازم بشه تو این اطلاعات را حتی از بانک‌های اطلاعاتی بخری تا بتونی زودتر با اونا ارتباط برقرار کنی. هر چه قدر کالایی که داری می‌فروشی یا خدماتی که می‌دی اختصاصی‌تر باشه زودتر جواب می‌ده. فرضاً تو برای محله‌ات به کار و کاسبی راه می‌اندازی که به درد این محله‌ات نخوره. مثلاً به آتشیزخونه که تا حالا نداشته و تو نخستین نفری هستی که این کار رو راه انداختی طبعاً آگه خوب اطلاع‌رسانی کنی زود به جواب می‌رسی و این اطلاعات افراد را از جاهای مختلف تهیه کن تا بتونی قبل از هر کس این کسب‌وکار رو تو محله‌ات دایر کنی. مثلاً تو محه ما آموزشگاه زبان انگلیسی نداشت و خیلی از خانواده‌ها میجور بودند بچه‌هاشونو به مناطق دیگه بفرستند و هم هزینه بیشتری بکنند و هم وقت بیشتری صرف کنن. به روز دیدم تلفن خونه ما به صدا درآمده تا گوشی را برداشتم از اون طرف به صدای ضبط شده اعلام کرد که به تازگی آموزشگاه زبان در فلان خیابون دایر شد. خیلی خوشحال شدم آگه این اطلاع‌رسانی نمی‌شد شاید من چند ماه بعدتر باید متوجه چنین آموزشگاهی می‌شدم اما نتوستم عصر همون روز پسرم رو تو کلاس زبان ثبت‌نام کنم و با خیال راحت خودش می‌رفت و خودش می‌آموذ.