

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بانک مرکزی اعلام کرد

فهرست ۳۳ گروه مجاز برای دریافت ارز

فرصت امروز: پس از تصمیم دولت برای یکسان سازی نرخ ارز، تدوین و ابلاغ سیاست‌های جدید ارزی در دستور کار بانک مرکزی قرار گرفت و بر اساس...

۴

گزارش «بیزینس مانیاتور»

از مهم‌ترین تحولات اقتصادی خاورمیانه در سال ۲۰۱۸

۵ تکانه اقتصاد نفتی

فرصت امروز: نقش نفت در اقتصاد خاورمیانه انکارناپذیر است و به همین دلیل، در سال‌هایی که قیمت نفت در بازار جهانی پایین بود، اغلب کشورهای نفت‌خیز خاورمیانه با کسری بودجه روبه‌رو شدند، اما با کاهش تولید نفت از سوی اوپک و همراه شدن کشورهای غیر اوپک، روند کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی تغییر یافت و به تدریج درآمد کشورهای نفت‌خیز رشد کرد؛ چنانچه در ابتدای سال جدید میلادی، قیمت نفت به مرز ۷۰ دلار نزدیک شد و در گمانه‌زنی‌ها و برآوردهایی که درباره قیمت نفت در سال جاری انجام شده، قیمت نفت به مرز ۷۳ دلار نیز خواهد رسید؛ خبری خوش برای کشورهای نفت‌خیز و اقتصادهای خاورمیانه! بر اساس گزارش بیزینس مانیاتور، اولین نشانه بهبود اوضاع اقتصادی یک کشور را می‌توان در مشاهده آمار رشد اقتصادی...

۲

اثرات تکانه‌های دلار بر بازار واردات و صادرات

۶

مدیریت و کسب و کار



هزینه‌های امنیتی دلیل اصلی افزایش پاداش ۲۰۱۷ زاکربرگ

- مدیریت آسان امور با اپ‌های هوشمند
- تشخیص آرمان و هدف در کسب و کار
- ۴ عنصر اصلی برای تقسیم‌بندی بودجه بازار با بی
- حقایقی جالب درباره بازار با بی آنلاین
- ۱۴ راهکار برای تبلیغات رایگان کسب و کار
- بازار با بی بهینه با استفاده هوشمندانه از شبکه‌های اجتماعی

۱۶ تا ۸



چه کسانی از تنش بازار ارز متضرر می‌شوند؟

آرامش به اقتصاد بازمی‌گردد؟

۳

سازمان تجارت جهانی از افزایش ۲۶ درصدی ارزش صادرات ایران خبر داد

رشد ۴,۷ درصدی تجارت میان کشورهای جهان در سال ۲۰۱۷

نخست جهان از لحاظ ارزش واردات ذکر شده است و ایران جایی در بین این ۳۰ کشور ندارد- باید منتظر ماند تا گزارش تفصیلی این سازمان طی روزهای آینده منتشر شود.

کشورهای جهان در سال ۲۰۱۷ مجموعاً حدود ۱۷,۲ تریلیون دلار کالا صادر کرده‌اند که در این میان کشورهای چین، آمریکا، آلمان و ژاپن به ترتیب بیشترین میزان صادرات کالا (از لحاظ ارزش دلاری) را به خود اختصاص داده‌اند. جالب اینجاست که همین چهار کشور، در زمینه واردات نیز در رتبه‌های اول تا چهارم جهان قرار گرفته‌اند، با این تفاوت که

آمریکا بالاتر از چین، بزرگ‌ترین واردکننده جهان در سال ۲۰۱۷ بوده است. در حوزه تجارت خدمات نیز آمارهای سازمان تجارت جهانی از صادرات ۵,۲۵ میلیارد دلاری خدمات توسط کشورهای جهان در سال ۲۰۱۷ حکایت دارد. کشورهای آمریکا، انگلیس، آلمان و فرانسه، بزرگ‌ترین صادرکنندگان خدمات در جهان طی سال ۲۰۱۷ بوده‌اند. بیشترین واردات خدمات نیز از سوی کشورهای آمریکا، چین، آلمان و فرانسه انجام شده است.

بیم و امید در پیام مدیر کل سازمان تجارت جهانی

روبرتو آزودو، مدیر کل برزیلی سازمان تجارت جهانی در حاشیه گزارش اولیه این سازمان درخصوص وضعیت تجارت بین‌المللی در سال ۲۰۱۷ طی پیامی اعلام کرد: «رشد قدرتمندانه تجارت جهانی که امروز شاهدش هستیم، برای رشد و بهبود اقتصاد جهانی و ایجاد اشتغال در کشورها بسیار حیاتی است. باین‌وجود، اگر دولت‌ها بخواهند به سیاست‌های محدودکننده تجارت متوسل شوند، ممکن است موفقیت‌های کنونی خیلی زود تحت‌الشعاع قرار گیرند. مقابله به مثل کشورها در وضع محدودیت‌های تجاری می‌تواند اوضاع را از کنترل خارج کند و دولت‌ها باید توجه داشته باشند که انتقام‌جویی همیشه باید آخرین گزینه باشد. روی آوردن به اقدامات مشترک، بهترین راهکاری است برای از میان برداشتن مشکلاتی که بین اعضای سازمان تجارت جهانی وجود دارد. من از دولت‌ها می‌خواهم که از خود خویشتن‌داری نشان دهند و اختلافات تجاری خود را از طریق گفت‌وگوهای متعهدانه حل‌وفصل کنند.»

سازمان تجارت جهانی از رشد ۴,۷ درصدی حجم تجارت بین کشورهای جهان در سال ۲۰۱۷ نسبت به سال قبل از آن خبر داد؛ نرخ رشدی که از سال ۲۰۱۱ تاکنون یک رکورد به شمار می‌رود. براساس گزارش اولیه سازمان تجارت جهانی از وضعیت تجارت بین‌المللی در سال ۲۰۱۷، شاخص حجم تجارت کلایسی در جهان با ۴,۷ درصد رشد نسبت به ابتدای سال ۲۰۱۷ به بیش از ۱۴۵ واحد رسیده است و پیش‌بینی می‌شود در پایان سال جاری میلادی نیز این شاخص حدود ۴,۴ درصد دیگر افزایش یابد.

به گزارش پایگاه خبری اتاق ایران، نرخ رشد تجارت بین‌المللی در سال ۲۰۱۷ اگرچه کمی پایین‌تر از متوسط بلندمدت آن (۴,۸ درصد) از سال ۱۹۹۰ تاکنون است، اما در قیاس با رشد ۱,۸ درصدی سال ۲۰۱۶ و متوسط ۳,۰ درصدی در سال‌های پس از بحران مالی ۲۰۰۸، رقم بسیار مناسبی محسوب می‌شود و نشان از بهبود قابل توجه اوضاع تجارت جهانی دارد.

رشد مناسب تجارت بین کشورها در سال ۲۰۱۷ بیش از هر چیز ریشه در عوامل مرتبط با ادوار تجاری - به‌ویژه افزایش سرمایه‌گذاری و رشد مخارج مصرفی - دارد، به طوری که در سال گذشته میلادی ارزش صادرات جهانی کالاها و خدمات (برحسب دلار جاری) به ترتیب ۱۰,۷ و ۷,۴ درصد افزایش یافته است و این مسئله نشان از این دارد که علاوه بر رشد حجمی، قیمت کالاها می‌دانه شده در جهان نیز رشد مناسبی را تجربه کرده است.

براساس گزارش سازمان تجارت جهانی، ایران در سال ۲۰۱۷ حدود ۹۲ میلیارد دلار کالا به سایر کشورها صادر کرده است که این رقم نسبت به سال گذشته ۲۶ درصد افزایش نشان می‌دهد. به‌رغم این بهبود قابل توجه، سهم ایران از کل ارزش صادرات جهان در سال ۲۰۱۷ تنها ۰,۷ درصد بوده است. با احتساب ۲۸ کشور اتحادیه اروپا به‌عنوان یک قلمرو واحد، ایران در جایگاه ۲۴ جهان از لحاظ ارزش صادرات کلایسی قرار گرفته است. درخصوص آمار واردات نیز با توجه به اینکه در گزارش اولیه سازمان تجارت جهانی تنها اطلاعات مربوط به ۳۰ کشور

جزئیات فیش حقوقی امسال کارکنان

با مشخص شدن وضعیت درصد افزایش حقوق مابه‌التفاوت پرداخت خواهد شد.

دیگر گزینه مورد توجه در فیش‌های حقوقی به معافیت مالیاتی برمی‌گردد که در قانون بودجه ۱۳۹۶ به ۲ میلیون تومان افزایش یافته بود و دولت در لایحه سال جاری نیز همین میزان رشد را پیشنهاد کرد، ولی با نظر مجلس درصد معافیت افزایش یافت و به حدود ۲۷ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان در سال رسید. بنابراین حقوق کارکنان تا سقف ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان در هر ماه از پرداخت مالیات معاف است. پیش‌تر تقوی‌نژاد- رئیس کل سازمان امور مالیاتی - تأکید کرده بود که اگر سازمانی برخلاف قانون و ارقام تعیین شده از کارکنان مالیات دریافت کرد، به سازمان اطلاع داده شود.

روند پرداخت پاداش

طبق آنچه در ضوابط اجرایی قانون بودجه سال جاری باید در دستور کار سازمان‌ها قرار گیرد، جزئیات پرداختی در فیش حقوقی از این قرار است که در رابطه با پاداش قابل پرداخت کارکنان، دستگاه‌های اجرایی می‌توانند حداکثر معادل یک ماه حقوق و مزایای مندرج در احکام کارگزینی را در صورت وجود اعتبار تخصیص یافته دستگاه اجرایی به عنوان پاداش پرداخت کنند. البته پرداخت یک ماه پاداش به اعضای هیأت‌مدیره، هیأت عامل و کارکنان شرکت‌های دولتی، بانک‌ها و بیمه‌های دولتی پس از تصویب مجامع یا شوراها عالی آنها مجاز خواهد بود.

هزینه‌های پرداختی برای غذا و ایاب و ذهاب

برای کمک‌هایی که سازمان‌ها به کارکنان خود پرداخت می‌کنند نیز تأکید شده کمک‌های رفاهی مستقیم و غیرمستقیم مطابق با موافقت‌نامه و برای بانک‌ها، بیمه‌ها و شرکت‌های دولتی در سقف بودجه سال گذشته سازمان قابل پرداخت است. پرداخت کمک‌های رفاهی مستقیم و غیرمستقیم به کارکنان قرارداد کار معین و ساعتی و موارد مورد تأکید در ماده (۱۲۴) قانون مدیریت خدمات کشوری از محل اعتبارات مصوب پرداخت‌شده خزانه و با رعایت مفاد موافقت‌نامه مجاز است. این در حالی است که براساس ماده (۱۲۴) قانون مدیریت خدمات کشوری مجموع دریافتی کارمندی که به موجب قانون کار در دستگاه اجرایی مشغول به کارند نباید از ۱,۲ برابر حقوق و مزایای کارکنان مشابه تجاوز کند. بر این اساس هزینه غذای ایام تعطیل و نوبت کاری شب کارکنان مشمول در دستگاه‌های اجرایی اعم از رسمی،

قانون بودجه ۱۳۹۷ چندی پیش از سوی رئیس جمهوری به سازمان برنامه و بودجه برای اجرا ابلاغ شد و سازمان اکنون ضوابط اجرایی و قوانین مربوطه را به دستگاه‌ها و سازمان‌های ذریعته جهت اجرای قانون بودجه ابلاغ کرده است. یکی از بخش‌های مورد توجه در ضوابط اجرایی بودجه جزئیات مربوط به فیش حقوقی کارکنان دولت است. به گزارش ایسنا قانون بودجه سال جاری با سقف کلی ۱۲۲۵ هزار میلیارد تومان مصوب شد. این رقم شامل بودجه عمومی ۴۴۳ هزار میلیارد تومانی شامل منابع عمومی تا ۳۸۶ هزار میلیارد تومان و ۵۷ هزار میلیارد تومان درآمد اختصاصی است که باید به آن حدود ۸۳۹ هزار تومان بودجه شرکت‌های دولتی، بانک‌ها و موسسات انتفاعی وابسته به دولت را نیز اضافه کرد. در بخش منابع عمومی درآمد‌های ناشی از فروش نفت، انتشار اوراق و همچنین درآمدهای مالیاتی و گمرکی و سایر درآمدها قرار دارد که در مقابل آن دو مصرف عمده وجود دارد؛ هزینه‌های جاری که بیش از ۳۰۰ هزار میلیارد تومان از منابع ۳۸۶ هزار میلیاردی منابع عمومی را در بر گرفته و بخش دیگر شامل بودجه عمرانی می‌شود.

بودجه جاری که بخش اعظم هزینه‌های دولت در طول سال را تشکیل می‌دهد عمدتاً شامل پرداخت هزینه حقوق و دستمزد کارکنان دولت است که حدود ۳ میلیون نفر برآورد می‌شوند. برای کارکنان ارقام مندرج در فیش حقوقی ماهانه به‌طور حتم مهم‌ترین بخش از قانون بودجه و تصمیم‌گیری دولت در پرداخت‌ها خواهد بود. یکی از گزینه‌های تعیین‌کننده در هزینه جاری و منابع لازم برای تأمین حقوق کارکنان به درصد افزایش حقوق برمی‌گردد. برای سال جاری دولت پیشنهاد افزایش ۱۰ درصدی را به مجلس برد که در ادامه با تغییرات و سازوکار جدیدی مواجه شد به طوری که قرار بر افزایش پلکانی حقوق شد. جزئیات متفاوتی در مورد نحوه افزایش حقوق مطرح می‌شود، اما آخرین پیگیری از مقامات مطلع از این حکایت دارد که هدفگذاری اصلی برای افزایش متوسط حقوق تا ۱۰ درصد است که قرار بر این است برای حقوق‌های پایین تا سقف ۲۰ درصد و برای حقوق‌های بالا تا کمتر از ۱۰ درصد متغیر باشد، ولی فعلاً جزئیات آن مشخص نشده و باید سازوکار این تغییرات بعد از تدوین در سازمان امور اداری و استخدامی به تصویب هیأت وزیران برسد. بر این اساس حقوق‌های فروردین احتمالاً طبق قواعد قانون بودجه سال ۱۳۹۶ پرداخت و در ادامه





معمای قیمت نفت به روایت اکونومیست

طرز فکر نفتی

قیمت نفت همیشه یک معما بوده است به‌ویژه برای آنها که این بازار را دنبال می‌کنند یا از آن سودی می‌برند. آنها به دنبال پیش‌بینی آینده طلای سیاه هستند اما بازار این کالا همیشه ثابت کرده که قابل پیش‌بینی نیست و شاید باید دست از تحلیل بازار نفت کشید.

برای کسانی که نظاره‌گر صنعت نفت هستند آنچه می‌تواند آزاردهنده باشد تغییرات و نوسانات قیمت یک بشکه نفت نیست، بلکه تحلیل‌ها و نظریه‌هایی است که مدام از پشت‌صحنه این اتفاقات گفته می‌شود. در واقع خود نوسان قیمت مهم نیست، آنچه ماجرا را می‌سازد کسانی هستند که مدام سعی دارند این وضعیت را تحلیل کنند و بگویند چه چیزی پشت این بالا و پایین شدن قیمت نفت است. مارس ۲۰۱۴، قیمت نفت سه‌رقمی بود؛ همان زمان هم خیلی‌ها تلاش می‌کردند وضعیت را تحلیل کنند. رئیس شورون می‌گفت نفت ۱۰۰ دلاری به نفت ۲۰ دلاری معمولی تبدیل خواهد شد، اما دو سال بعد نفت به ۲۸ دلار در ازای هر بشکه سقوط کرد و ۱۰۰ دلار دیگر رقمی عادی نبود بلکه کاملاً هم رویایی بود. در این زمان همه شروع کردند دوباره مازاد عرضه نفت در جهان صحبت کردن و برخی نیز درباره قدرت از دست‌رفته اعضای سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) می‌گفتند. حالا دوباره نفت به محدوده ۷۰ دلار در ازای هر بشکه رسیده است و تحلیل‌گران دوباره به دنبال تحلیل‌های جدید از پشت صحنه ماجرا هستند.

جورج اورول در کتاب «۱۹۸۴» اصطلاحی به نام تفکر دوپدل را مطرح کرده که در آن نشان می‌دهد می‌توان هم‌زمان به دو چیز متناقض باور داشت. به نظر می‌رسد تحلیل نفت نیز به چنین توانایی‌های خارق‌العاده و ناممکنی نیاز دارد. سه پرسش در اینجا مطرح می‌شود؛ نخست اینکه چرا قیمت نفت در حال حاضر تنها دو سال دو برابر حد انتظارات تغییرات داشته است؟ دوم اینکه چرا این صعود و سقوط با خوش‌بینی از سوی بازار سهام همراه شده و نگرانی‌ای درباره اقتصاد جهان ایجاد نکرده است؟ سوم اینکه در نهایت قیمت نفت در کجا خواهد نشست؟

می‌توان از سفر ۷۰ دلاری شروع کرد. سقوط قیمت نفت که دو سال پیش شاهد آن بودیم در حقیقت واکنش به ضعف تقاضا بود و در کنار آن بحث اقتصاد چین نیز به عنوان یک نگرانی بزرگ در بازار نفت مطرح بود. البته که مازاد عرضه هم تا حدودی مطرح می‌شد. عده زیادی تصور می‌کردند اوپکی‌ها تولید نفت خود را کاهش می‌دهند تا از این طریق قیمت نفت دوباره بالا برود. عربستان سعودی به عنوان طلایهدار اوپکی‌ها و یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت در جهان در برابر این مسئله مقاومت کرد. آنها می‌گفتند در حال حاضر بازار با نفت شیل اشباع شده و در نتیجه آمریکا باید کنار بکشد. ایران نیز به دنبال برداشته شدن تحریم‌ها خودش را وارد بازار کرد.

به هر حال تقاضا خیلی زود بهبود پیدا کرد. چین نیز موفق شد اقتصاد خود را از سقوط نجات بدهد و در نتیجه خلقی‌ها از نگرانی نجات داد. قیمت کالاها افزایش پیدا کرد. در عرض چند ماه ورق برگشت، اوپکی‌ها نیز ثابت کردند که توانایی مدیریت این بازار را دارند. آنها در نوامبر ۲۰۱۶ به توافق تاریخی دست پیدا کردند. قیمت‌ها یک روز پایین و روز دیگر بالا می‌رفت.

روزهای باورنکردنی نفت

اما حالا کسی باور نمی‌کند که قیمت نفت این‌قدر بالا رفته باشد. برخی می‌گویند آشفتنگی سیاسی در خاورمیانه منجر به افزایش قیمت‌ها شده است. نگرانی‌های معمولی نیز هنوز وجود دارد. شیل همچنان به قدرت و قوت خود باقی است. بسیاری از تولیدکنندگان در آمریکا عقب کشیده بودند و حالا احتمالاً چند ماهی طول می‌کشد تا دوباره بتوانند چاه‌های نفتی خود را فعال کنند و نفت را بیرون بکشند.

بازار مالی هیجان کمی نسبت به صعود و سقوط قیمت نفت نشان می‌دهد. بازار سهام هنوز رفتار عجیبی دارد و این خود یک پازل است. در دنیا همه تولیدکننده و مصرف‌کننده نفت شده‌اند و همین امر باعث شده بازار نفت در وضعیت خنثی باشد. تحلیل‌هایی که درباره قیمت نفت و احتمال سقوط یا صعود آن صورت می‌گیرد هیچ یک قابل اعتماد نیست. واقعیت این است که صادرکنندگان بزرگ نفت خام نمی‌توانند کاهش قیمت آن را تحمل کنند. آنها دست به هر کاری می‌زنند تا قیمت نفت را دوباره افزایش بدهند اما اینکه چقدر در این کار موفق باشند، کاملاً بستگی به شرایط دارد و این یعنی هر چیزی در آینده ممکن خواهد بود. به هر حال همه نفت در محدوده ۶۰ دلار را پیش‌بینی می‌کنند. مهم اینجاست که این وضعیت نفت به معنای سلامت اقتصاد جهان است و همه می‌توانند از آن سود ببرند.

گزارش «بیزینس مانیاتور» از مهم‌ترین تحولات اقتصادی خاورمیانه در سال ۲۰۱۸

تکانه اقتصاد نفتی



فرصت امروز: نقش نفت در اقتصاد خاورمیانه انکارناپذیر است و به همین دلیل، در سال‌هایی که قیمت نفت در بازار جهانی پایین بود، اغلب کشورهای نفت‌خیز خاورمیانه با کسری بودجه روبه‌رو شدند، اما با کاهش تولید نفت از سوی اوپک و همراه شدن کشورهای غیراوپک، روند کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی تغییر یافت و به تدریج درآمد کشورهای نفت‌خیز رشد کرد، چنانچه در ابتدای سال جدید میلادی، قیمت نفت به مرز ۷۰ دلار نزدیک شد و در گمانه‌زنی‌ها و برآوردهایی که درباره قیمت نفت در سال جاری انجام شده، قیمت نفت به مرز ۷۳ دلار نیز خواهد رسید؛ خبری خوش برای کشورهای نفت‌خیز و اقتصادهای خاورمیانه!

بر اساس گزارش بیزینس مانیاتور، اولین نشانه بهبود اوضاع اقتصادی یک کشور را می‌توان در مشاهده آمار رشد اقتصادی، هزینه‌های دولتی و درآمد‌های دولت مشاهده کرد. اگرچه ممکن است وضعیت تمامی مردم در نتیجه این مسئله بهبود پیدا نکرده باشد ولی کیک اقتصاد کشور بزرگ‌تر شده و این بزرگی به تدریج می‌تواند سهم افراد را از کیک اقتصاد بیشتر کند. در این گزارش به نقل از آینده‌نگر می‌خوانیم:

اول، نرخ رشد اقتصادی افزایش می‌یابد

انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۸ اقتصادهای خاورمیانه و شمال آفریقا که اقتصادی وابسته به نفت و منابع نفتی دارند رشد بی‌سابقه‌ای را در تولید ناخالص داخلی خود تجربه کنند. رشد قیمت نفت و افزایش درآمد نفتی در این کشورها تأثیر بزرگی روی توان مصرفی دولت دارد و حتی در ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه زیرساخت‌های صنعتی هم تأثیرگذار است. انتظار می‌رود سطح فعالیت‌های عمرانی و ساختمانی در کشورهای خاورمیانه رشد کند، زیرساخت‌های شهری و صنعتی بیشتری در کشورها ساخته شود، افراد بیشتری در کشور به کار گرفته شوند، دولت توانایی بیشتری برای پرداخت دستمزد داشته باشد و در نهایت قدرت خرید خانوارها رشد کند. تمامی این عوامل زمینه را برای بیشتر شدن نرخ رشد اقتصادی در کشورها فراهم می‌کند و اقتصادهای پویاتری را ایجاد خواهد کرد.

اما بزرگ‌ترین تأثیر را کشورهای عربستان سعودی و کویت تجربه خواهند کرد؛ گذشته در رکود بودند و نه تنها اقتصاد آنها با نرخ مثبت رشد نکرده بود بلکه نرخ رشد منفی را شاهد بودند. این دو کشور در سال ۲۰۱۸ شاهد مثبت شدن نرخ رشد اقتصادی در طرف دیگر امارات هستند. از طرف دیگر شاهد مثبت شدن نرخ رشد منفی در کشورهای غیراوپک، مانند خلیج فارس اقتصاد متنوع‌تر و توسعه‌یافته‌تری دارد و وابستگی اقتصادی آن کمتر از کشورهای دیگر است. در این سال رشد اقتصادی در کشورهای عربستان و کویت دیگر باید در نظر گرفته شود. این دو کشورها به قبل کمتر است. ایران یکی از کشورهای است که دارای کسری مالی بسیار کمی خواهد بود. در این سال رشد کسری مالی دولت ایران به کمتر از ۲ درصد تولید ناخالص داخلی می‌رسد در حالی که در سال ۲۰۱۷، کسری مالی این کشور ۲۲ درصد تولید ناخالص داخلی بود. کم بودن کسری مالی ایران در سال‌های اخیر را می‌توان به برداشته شدن تحریم‌های نفتی علیه کشورمان بعد از اجرایی شدن برنامه نسبت داده سیاستی که به ایران کمک کرد تا حجم صادراتش را افزایش دهد و درآمد خود را بیشتر کند. امارات در میان کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا کمترین کسری مالی را خواهد داشت. در سال ۲۰۱۸ کسری مالی امارات برابر با ۰.۸ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور خواهد بود در حالی که در سال ۲۰۱۷ برابر با ۲.۱ درصد تولید ناخالص داخلی بوده است.

رشد کرد و نرخ رشد دستمزدها باور نمی‌کند که قیمت نفت در سال ۲۰۱۸ به ۶۵ دلار برسد ولی با توجه به تحولاتی که در کشورهای نفت‌خیز مشاهده می‌شود و سیاست‌های جهانی، انتظار داریم متوسط قیمت هر بشکه نفت در سال جاری تا مرز ۷۳ دلار بالا برود. این قیمت نفت به معنای بیشتر شدن ۲۰ دلاری قیمت هر بشکه نفت نسبت به متوسط سال ۲۰۱۷ است و این تفاوت چشمگیر قیمتی، کمک زیادی به اقتصادهای

دولتی در سال‌های اخیر بشود. در کشور عمان هم طرحی تصویب شد که دولت را موظف کرد با استفاده از منابع مالی حاصل از فروش نفت با قیمت ۲۵ هزار فرصت شغلی در کشور ایجاد شود. قرار است طرح ایجاد فرصت‌های شغلی تا انتهای سال ۲۰۲۰ ادامه یابد.

از طرف دیگر باید در نظر داشت که این کسری‌های مالی همچنان در سال ۲۰۱۸ مشاهده خواهد شد ولی نسبت به قبل کمتر است. ایران یکی از کشورهای است که دارای کسری مالی بسیار کمی خواهد بود. در سال ۲۰۱۸ کسری مالی دولت ایران به کمتر از ۲ درصد تولید ناخالص داخلی می‌رسد در حالی که در سال ۲۰۱۷، کسری مالی این کشور ۲۲ درصد تولید ناخالص داخلی بود. کم بودن کسری مالی ایران در سال‌های اخیر را می‌توان به برداشته شدن تحریم‌های نفتی علیه کشورمان بعد از اجرایی شدن برنامه نسبت داده سیاستی که به ایران کمک کرد تا حجم صادراتش را افزایش دهد و درآمد خود را بیشتر کند. امارات در میان کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا کمترین کسری مالی را خواهد داشت. در سال ۲۰۱۸ کسری مالی امارات برابر با ۰.۸ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور خواهد بود در حالی که در سال ۲۰۱۷ برابر با ۲.۱ درصد تولید ناخالص داخلی بوده است.

رشد قیمت نفت می‌کند تا از منابع مالی بیشتری برخوردار شوند. رشد قیمت نفت برای کشورهای خاورمیانه اهمیت زیادی دارد زیرا بخش اعظم اقتصاد آنها وابسته به درآمد نفت است. مثلاً در کویت ۸۹ درصد بودجه به نفت وابسته بود و در دیگر کشورها هم سهم نفت از بودجه بین ۷۰ تا ۹۰ درصد متغیر است. در میان کشورهای خاورمیانه تغییر وضعیت اقتصادی در عربستان و کویت بیش از دیگر کشورها مشهود است. این دو کشور در سال ۲۰۱۷ در رکود قرار داشتند و از سال ۲۰۱۸ می‌توانند وارد دوره رشد و رونق اقتصادی شوند. در کشورهای که اقتصادهای متنوع‌تری دارند از قبیل امارات و قطر، شاهد افزایش نرخ رشد اقتصادی خواهند بود.

چهارم، قیمت سربه‌سری نفت برای کشورهای خاورمیانه کاهش می‌یابد در سال ۲۰۱۷ قیمت سربه‌سری نفت برای کشورهای خاورمیانه کاهش یافت به این معنا که این کشورها برای داشتن بودجه‌ای متوازن نیاز به فروش نفت با قیمت پایین‌تری دارند. در سال ۲۰۱۶ قیمت سربه‌سری نفت برای عربستان برابر با ۹۶۶۰ دلار آمریکا بود ولی در سال ۲۰۱۷ به کمتر از ۷۰ دلار رسید. این بالاترین میزان کاهش قیمت سربه‌سری نفت در میان کشورهای عضو اوپک است. در سال‌های اخیر بالاترین قیمت سربه‌سری نفت به دو کشور عراق و سوریه مربوط می‌شود که نرخ مشارکت اقتصادی زنان در این دو کشور به ترتیب ۱۵ و ۱۲ درصد است. ایران، اردن، نوار غزه و الجزایر هم در انتهای این فهرست هستند و نرخ مشارکت اقتصادی زنان در این کشورها کمتر از ۲۰ درصد است.

دریچه

با چهار استارت‌آپ موفق خاورمیانه آشنا شوید

از اتاق آبی مراکش

تا کلاس کار آفرینی غزه

در سال‌های گذشته تعداد زیادی از استارت‌آپ‌ها در کشور پا گرفته‌اند و اتفاقاً به بخش‌هایی از اقتصاد کشورمان هم جان داده‌اند و با نوآوری‌های خود در زمینه‌هایی مانند خرید الکترونیک، ارائه خدمات اینترنتی و... پنجره‌های جدیدی را از نظر توسعه باز کرده‌اند. در طول ۱۰ سال گذشته راه‌اندازی استارت‌آپ‌هایی مانند دیجی کالا، اسنپ، دیوار، کافه بازار و... با ایجاد هزاران شغل و جذب میلیون‌ها کاربر و گردش مالی گسترده نشان داده‌اند که بخش مهمی از چرخ اقتصاد ایران در آینده از این راه به گردش درخواهد آمد. اما همان گونه که در این سال‌ها ایران به سمت راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها حرکت کرده است بسیاری از کشورهای خاورمیانه هم این موضوع را جدی گرفته‌اند و حالا هر روز شاهد راه‌اندازی و شکل‌گیری استارت‌آپ‌های مهمی در این منطقه مهم جغرافیایی جهان هستیم.

پایگاه خبری اتاق تهران در گزارشی به معرفی تعدادی از مهم‌ترین استارت‌آپ‌های خاورمیانه پرداخته است.

فلسطین؛ Gaza Sky Geeks

این استارت‌آپ که در سال ۲۰۱۱ در منطقه غزه تأسیس شد قصد دارد با راهنمایی نیروهای جوان به آنها آموزش دهد که چگونه ایده‌های تجاری خود را به کار بگیرند و اولین شرکت خود را راه‌اندازی کنند. این استارت‌آپ در طول چند سال گذشته به سرعت رشد کرده است و تاکنون میزبان بیش از ۱۰۰ رقابت بزرگ استارت‌آپی بوده که هزاران جوان فلسطینی در آن شرکت کرده‌اند. در منطقه غزه بیش از ۴۰ درصد جوانان بیکار هستند و از همین رو راه‌اندازی این استارت‌آپ آموزشی و نقش آن در کارآفرینی در این منطقه بسیار مهم و مثبت بوده است.

تونس؛ Ilboursa.com

تونس یکی از کشورهای توسعه یافته و پیشرفته در خاورمیانه و جهان عرب محسوب می‌شود، کشوری که اتفاقاً بهار عربی نیز ابتدا در آن کلید خورد و بعد به کشورهای دیگر از جمله مصر نیز کشیده شد. یکی از استارت‌آپ‌های موفق این کشور، سایتی است که در زمینه توسعه اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف از جمله بورس فعالیت می‌کند. این استارت‌آپ در سال ۲۰۱۲ توسط کارآفرین جوان Ismail-Ben Sassi راه‌اندازی شد و در حال حاضر بیش از ۸۰ هزار نفر بازدیدکننده دارد. در این سایت گروهی از کارشناسان مالی و سرمایه‌گذاری فعالیت می‌کنند و به تونسی‌ها و خارجی در زمینه سرمایه‌گذاری مشورت می‌دهند. همچنین در این سایت مطالبی در حوزه‌های خبری اقتصادی و بورس و سهام هم منتشر می‌شود.



مراکش؛ The Blue House

خانه آبی در سال ۲۰۱۵ فعالیت خود را آغاز کرد و در واقع یک کارخانه ایده و محل استقرار استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود. این مرکز به کارآفرینان جوان فضا، امکانات و خدمات برای شکل‌گیری ایده‌هایشان را ارائه می‌دهد. این مرکز همچنین فعالیت‌های مشترک به منظور تقویت تفکر سریع و مهارت‌های شخصی را به کارآفرینان جوان پیشنهاد می‌دهد. به نظر می‌رسد که این مرکز با توجه به نزدیکی کشور مراکش به بسیاری از کشورهای اروپایی از جمله فرانسه در سال‌های آینده به عنوان یک کارخانه ایده رشدی جدی داشته باشد و محلی برای شکل‌گیری استارت‌آپ‌های موفق شود.

مصر؛ RecycloBekha

این شرکت استارت‌آپی در زمینه بازیافت زباله الکترونیکی فعال است که در مصر بنا نهاده شده و به کشورهای خاورمیانه و آفریقای شمالی خدمت‌رسانی می‌کند. این شرکت اولین شرکت در جهان عرب است که بازیافت سبز ضایعات الکترونیکی و سرویس‌های تخریب اطلاعات امن را ارائه می‌دهد. از آنجا که دو سال از آغاز فعالیت این شرکت گذشته، در ساخت یک شبکه تجمع ضایعات الکترونیکی موفق بوده و به بیش از ۲۵ شرکت بزرگ در مصر و سرتاسر منطقه خاورمیانه خدمات ارائه داده است.

اعتماد؛ حلقه گمشده
در حمایت از کالای ایرانیحمیدرضا یاقوبی آوینی
کارشناس ارشد کسب و کار

نامگذاری سال‌ها توسط مقام معظم رهبری سنت ۲۰ ساله‌ای است که در نوروز سال ۱۳۹۷ بیستمین شعار سال به عنوان «حمایت از کالای ایرانی» نامگذاری شده است و به نوعی ایشان شعار سال ۹۶ (تولید و اشتغال) را که در واقع یکی از پایه‌های اقتصاد مقاومتی که همان حمایت از کالای داخلی است، تکرار کردند. بدون تردید، وزارتخانه‌های «صنعت، معدن و تجارت» و «امور اقتصاد و دارایی» و همچنین «جهاد کشاورزی» و «امور خارجه»، متولیان اصلی و خاستگاه کلیدی این شعار در ساختار دولت هستند که باید با برنامه‌های منسجم و رویکردهای عملیاتی و هدفمند در راستای حمایت از کالای ایرانی بتوانند گام‌های اساسی در این سال بردارند که به‌طور حتم باعث بهتر شدن اقتصاد، تولید ملی و توسعه کار و اشتغال و افزایش رفاه عمومی خواهد شد. چراکه باور همه کارشناسان این است که کشور ایران می‌تواند با داشتن منابع انرژی و نفت و گاز بسیار غنی، منابع متنوع در کشور، نیروی انسانی کارآمد و متخصص، بازار ۴۰۰ میلیونی داخل و کشورهای اطراف را تصاحب کرده و تبدیل به جایگاه اول اقتصادی در منطقه شود که این امر نیازمند عزم ملی است. از سوی دیگر مردم و تولیدکنندگان دو چرخ موتور اقتصادی هر کشور هستند که باعث اوج‌گیری اقتصاد آن کشور می‌شوند. «تولیدکنندگان» و «مصرف‌کنندگان» ایرانی دو سوی اصلی حمایت از کالای ایرانی هستند. شاید در نظر اول سهم مصرف‌کننده ایرانی در تحقق شعار سال به مراتب از تولیدکننده ایرانی بیشتر باشد، اما حقیقت چیز دیگری را بیان می‌کند. چه اتفاقی افتاده است تا مسئولان ارشد نظام شعار سال را در حمایت از کالای تولیدشده در ایران اختصاص دهند.

فرصت امروز: پس از آنکه دلار رکوردهای تاریخی را در بازار ارز جابه‌جا کرد و مرز ۶ هزار تومان را نیز پشت سر گذاشت، قیمت ارز از سوی دولت ۴۲۰۰ تومان تعیین شد و معاون اول رئیس‌جمهور اعلام کرد که هرگونه خرید و فروش ارز با قیمت بالاتر، مصداق قاچاق است و با آن برخورد قانونی خواهد شد.

همچنین بسیاری از اقتصاددانان، تصمیم دولت را درست ارزیابی کرده و از جمله حسین راغفر با انتقاد از کسانی که می‌گویند دولت نباید برای بازار ارز نرخ تعیین کند، معتقد است: دولت نفت می‌فروشد و ارز آن را به بازار عرضه می‌کند، در نتیجه می‌تواند برای آن نرخ تعیین کند. از نظر راغفر، اقدام دولت برای تعیین نرخ ارز، درست بوده است.

سعید لیلار، تحلیلگر اقتصادی نیز ریشه التهاب اخیر در بازار ارز را نه اقتصادی، بلکه سیاسی می‌داند و معتقد است مشکلی که در موضوع ارز پدید آمد، اصلا اقتصادی نیست و اصلا از منظر اقتصادی به این مسئله نگریستن یک خطای بزرگ است. او همچنین به برخی از رسانه‌ها انتقاد کرده و گفته است برخی از دوستان مدعی لیبرالیسم و طرفداری از بازار آزاد در نشریات خود، تحلیل بسیار نادرستی که از ابتدای بحران تاکنون ارائه می‌دهند، این است که در اثر سیاست‌های نادرست اقتصادی دولت، قیمت ارز بالا رفته است. این حرف بیش از اینکه غلط باشد، دروغ است.

اما در مقابل، کسانی نیز هستند که مانند احمد حاتم‌ی‌زاد، سیاست جدید ارزی را به معنای یکسان‌سازی نرخ ارز نمی‌دانند و معتقدند دولت فقط نرخ ارز مبادله‌ای را از ۲۷۸۲ تومان با ۱۱ درصد

رشد به ۴۲۰۰ تومان رسانده است، زیرا تکنرخی شدن ارز شدنی نیست و فقط یک آرزو است که دولت تلاش می‌کند برای آرامش جو روانی جامعه انجام دهد اما مردد موفقیت آن کم است.

مطالبه مهم اقتصاد از دولت
هادی حق‌شناس، کارشناس اقتصادی از دیگر کسانی است که در جبهه موافقان دولت قرار دارد و تصمیم دولت برای یکسان‌سازی نرخ ارز را تصمیمی راهبردی و دقیق می‌داند. به گفته او، می‌توان انتظار داشت که با نظارت و مدیریت بانک مرکزی قیمت دلار نیز به سمت واقعی شدن میل کند.

حق‌شناس در گفتگو با خبرنگاران، با تأکید بر اینکه تحولات بازار ارز باید از دو منظر مورد بررسی قرار گیرد، گفت: واقعیت اینجاست که ارز در تمامی کشورها متأثر از عوامل سیاسی و اقتصادی تعیین قیمت می‌شود، اما اگر دولت اجازه تعدیل نرخ ارز متناسب با تورم سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶ را می‌داد، امکان جیش یک باره قیمت ارز در ماه‌های پایانی سال گذشته و امسال از میان می‌رفت.

وی یکسان‌سازی نرخ ارز را مطالبه مهم اقتصاد از دولت دانست و گفت: هرچند می‌توان بر سر واقعی بودن یا نبودن نرخ ۴۲۰۰ تومان برای هر دلار بحث کرد، اما لازم است دقت کنیم که رفتار دولت در یکسان‌سازی نرخ ارز رفتاری درست و راهبردی بود و با هر منطق اقتصادی می‌توان بر صحت این تصمیم تأکید کرد.

حق‌شناس با اشاره به اینکه وقتی اصل ماجرا یعنی یکسان‌سازی نرخ ارز از نظر اقتصادی مهر تأیید می‌گیرد می‌توان بر فریعات بحث کرد، ادامه داد: به عنوان مثال در این شرایط یکسان‌سازی نرخ از مبنایی برای عمل دولت در

آرامش به اقتصاد بازمی‌گردد؟



سال‌های آینده خواهد بود. حال می‌توان انتظار داشت که با نظارت و مدیریت بانک مرکزی قیمت دلار نیز به سمت واقعی شدن میل کند.

اقتصاد توصیه اخلاقی نمی‌پذیرد
او گفت: ارز چندنرخ‌ی خود عامل ایجاد رانت و فساد در اقتصاد است و اتفاقاً همین بستر زمینه‌ساز ظهور دلالان را در اقتصاد فراهم می‌کند.

حق‌شناس در توضیح این مطلب افزود: دلالی و رانت‌خواری به لحاظ اخلاقی امری مذموم و ناپسند است، اما باید به این نکته توجه کرد که این امر اخلاقی ناپسند به دلیل نبود سیاست‌های شفاف، در جامعه رواج می‌یابد. از این رو می‌بینیم که عده‌ای با سوءاستفاده از موقعیت، در قامت صرافان بی‌مغز و غیرمجاز یا حتی صرافان با مجوز اما بدون پایبندی به قانون بر موج سواری می‌شوند و اقتصاد کشور را تحت فشار قرار می‌دهند.

این کارشناس اقتصادی اضافه کرد: وقتی سیاست‌ها خود زمینه را برای ظهور این دست افراد فراهم می‌کند، نمی‌توان توقع داشت که افراد صرفاً به دلیل پایبندی به آموزه‌های اخلاقی دست از تنش‌آفرینی بردارند. ماهیت اقتصاد توصیه اخلاقی نمی‌پذیرد از این رو بیش از آنکه نقش‌آفرینی صرافان غیرمجاز و دلالان در این عرصه مهم باشد، شکل سیاست‌گذاری اهمیت دارد چراکه با از بین رفتن سبستر رانت، اینها دیگر مجال‌ی برای بروز و ظهور نمی‌یابند. **نوبت بازار ارزی است**

حق‌شناس گفت: دولت و بانک مرکزی سال قبل با جدیت به ساماندهی موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز ورود کردند و البته از این ناحیه نیز در فشار سنگینی قرار گرفتند، اما نتیجه بی‌تردید شفاف‌شدن وضعیت بازار پولی کشور روبه‌رو خواهند شد.

نگاهی به وضعیت بازار مسکن در مقایسه با بازار سکه، ارز و بورس

مسکن بخیریم یا دلار؟

را ایجاد کرده که تحلیل وضعیت آینده بازار مسکن را مشکل کرده است. اگر نرخ دلار را ۴۲۰۰ تومان در نظر بگیریم یعنی سکه هم‌اکنون ۴۵۰ هزار تومان حساب دارد و روی کاغذ باید فعالان اقتصادی از خرید سکه اجتناب کنند و بنابراین بازار سکه دچار افت خواهد شد. در آن صورت می‌توان انتظار داشت که سرمایه‌ها وارد بازارهای مسکن و بورس شود؛ اگرچه در اقتصاد ایران هیچ‌چیز قابل پیش‌بینی نیست. وزیر راه و شهرسازی درخصوص پیش‌بینی از وضعیت بازار مسکن در سال ۱۳۹۷ می‌گوید: به‌نظر بازار ارز و طلا همچنان نسبت به بازار مسکن جذابیت بیشتری در سال جدید خواهند داشت.

رشد بازار مسکن با وجود جهش قیمت‌ها در پایان سال قبل هم‌اکنون حدود ۱۰ درصد نسبت به سه‌ماهه قبلی (سکه، ارز و بورس) پایین‌تر است. به گزارش ایسنا، اگر شرایط بازار مسکن را در مقایسه با سه‌ماهه قبلی یعنی سکه، ارز و بورس بررسی کنیم متوجه می‌شویم این بازار نسبت به آنها از رشد کمتری برخوردار بوده، اما نسبت به سال‌های قبل اوضاع مناسب‌تری داشته است. بخش مسکن شهر تهران در ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۶ رشد ۱۱٫۵ درصدی قیمت را تجربه کرد؛ درحالی‌که رشد قیمت سکه در ۱۰ ماهه سال قبل ۲۵ درصد، ارز ۲۱ درصد و بورس تهران ۲۸ درصد بود. این در حالی است که بخش مسکن در

وزیر ارتباطات در پاسخ به سوال نمایندگان
برجام، مبلغ قرارداد آلکاتل را
کاهش داد

فرصت امروز: وزیر ارتباطات روز یکشنبه به بهارستان رفت و در رابطه با دو سوال نمایندگان از او در جلسه علنی مجلس شورای اسلامی حضور یافت و به آن پاسخ گفت.

پرسش نخست درباره سرانجام پروژه ارتقا و توسعه انتقال ارتباطات طبق برنامه ششم بود که به گفته نمایندگان سوال‌کننده قرارداد آن با شرکت داخلی سدید ارتباطات و با پشتیبانی مالی آستان قدس رضوی و با تجهیزات کمپانی فرانسوی -ایتالیایی آلکاتل در سال ۹۰ منعقد شده، اما هنوز پیشرفتی در اجرای کار حاصل نشده است. پرسش دوم نیز به عملکرد شرکت ارتباطات زیرساخت و تعدیل نیرو در این شرکت اختصاص داشت.

پس از توضیحات محمدجواد آذری‌جهرمی، نمایندگان با رأی خود اعلام کردند که پاسخ‌های وزیر قانع‌کننده بوده است، اما وزیر ارتباطات در پاسخ خود چه گفت؟ آذری‌جهرمی ابتدا درباره سرنوشته قراردادهای آلکاتل و تدبیر گفت: برجام شرایطی را مهیا کرد تا هزینه‌های این قرارداد منطقی‌تر شود، بنابراین اصلاح قرارداد مد نظر قرار گرفت و مبلغ قرارداد از ۲۴۷٫۵ میلیون یورو اولیه به ۱۴۵ میلیون یورو کاهش یافت.

به گزارش ایرنا، او به تکلیف برنامه پنجم توسعه برای توسعه ظرفیت‌های لازم برای شبکه ملی اطلاعات اشاره کرد و گفت: برنامه پنجم توسعه ما را موظف به توسعه ارتباطات و نیز توسعه ترانزیت کرده که اقدام‌ها در این زمینه در دست انجام است. به گفته آذری‌جهرمی، هدف از قرارداد آلکاتل نوسازی تجهیزات و افزایش ظرفیت ترانزیت بوده و قرارداد تدبیر هم تکمیل‌کننده قرارداد آلکاتل است. وی ادامه داد: تاخیری در حوزه قرارداد آلکاتل به واسطه تحریم‌ها داشته‌ایم که با توفیق برجام جبران شده است، ضمن آنکه تجهیزات در قرارداد جدید به‌روز آوری شده‌اند و اکنون تجهیزات دو بخش قرارداد از گمرک ترخیص شده‌اند و در حال نصب و راه‌اندازی هستند.

وزیر ارتباطات درباره پیشرفت‌های ایجادشده در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز گفت: اکنون مردم و نمایندگان می‌توانند قضاوت کنند که آیا امروز در شهرهای مختلف با پسرقت در حوزه تکنولوژی و فناوری مواجه هستیم یا اینکه پیشرفت رخ داده است. آذری‌جهرمی ادامه داد: اتحادیه جهانی معیارات گزارش می‌دهد که ایران دومین کشور در جهان به لحاظ شاخص نرخ رشد توسعه بوده و در منطقه غرب آسیا در رتبه نخست بوده است؛ این افتخاری برای ما به شمار می‌رود که همه شاخص‌های فناوری در همه شهرهای کشور در چهار تا پنج سال گذشته بیش از ۱۰ برابر شده است.

او با بیان اینکه در مقطعی به نوع این توسعه‌ها اعتراض شده است و اکنون در مجلس به یک مرکز مخابراتی اشاره شده است، گفت: مرکز مخابراتی، مرکز مخابرات است که همه بخش ارتباطات کشور؛ زمانی تکنولوژی روی سوئیچ تلفن و صوت بود که جمع‌آوری شده و روی سوئیچ دیتا گذاشته شده است، این به معنای تطبیق مرکز و یا تعدیل نیرو نیست بلکه تغییر تکنولوژی بوده است.

وی به اظهار نظر نماینده مجلس در رابطه با ترک تشریفات در قرارداد آلکاتل هم واکش نشان داد و افزود: اصول پدافندی و اصول توسعه شبکه می‌گوید باید دو تولیدکننده هم‌زمان وجود داشته باشند تا وقتی شبکه دچار اشکال شود، کار معطل نماند درحالی‌که در ابتدا کل خرید تجهیزات از آلکاتل بوده است حال باید مناقصه بین چه کسی گذاشته شود؟ وقتی تولیدکننده واحد است، آیا باید مناقصه برگزار کرد؟

آذری‌جهرمی حضور شرکت زعیم در قرارداد آلکاتل را رد کرد و گفت: این شرکت در قرارداد توسعه آلکاتل حضور نداشته است.

وزیر ارتباطات درباره وجود فساد در قرارداد اطلاعاتی نیز گفت: اگر از وجود فساد در قرارداد اطلاعاتی دارید، گزارش کنید تا مراجع قضایی رسیدگی کنند کما اینکه این مراجع رسیدگی کرده‌اند.

وی ادامه داد: این قرارداد ۲۴۷٫۵ میلیون یورو بود که به ۱۴۵ میلیون یورو کاهش یافت؛ برش زمانی که نماینده سوال‌کننده زده است، صحیح نیست زیرا

الحاقیه اول و دوم در زمان قبل از حضور من در شرکت ارتباطات زیرساخت بوده است؛ من در زمان الحاقیه سوم به این موضوع ورود کردم و آن هنگام ۲۶ میلیون یورو پیمانکار به خاطر تاخیرها جریمه شد. آذری‌جهرمی به موضوع مطرح‌شده درباره سوئیچینگ صوت گفت: سوئیچینگ صوت مصوبه شورای عالی امنیت ملی است؛ اگر قرار است در ۱۷۵ نقطه سوئیچینگ گذاشته شود چرا مردم هزینه آن را بدهند؟ چرا از جیب مردم بگیریم؟ امروز از ۳۵ نقطه دیتا به ۱۱۰ نقطه رسیده‌ایم و شبکه مکالمات به ۳۵ نقطه رسیده است. وی درباره مباحث پیمانکاری در وزارت ارتباطات نیز توضیح داد: بارها در مجلس مطرح کرده‌ایم که وضعیت پرسنل را مشخص کنیم که تاکنون این اتفاق نیفتاده است؛ اگر مجوز داده شود، افراد را به کار می‌گیریم.

باتکنامه



۱۲٫۵ درصد پرداخت‌ها با پول نقد انجام می‌شود ثبت ۲۷ میلیارد تراکنش شتاب در سال گذشته

آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد فقط ۱۲٫۵ درصد نقدینگی کشور در اختیار پول نقد بوده و بقیه در حساب‌های بانکی به صورت مجازی در گردش است که در نتیجه آن، پارسال پرداخت‌های الکترونیک از ۲۷ میلیارد تراکنش عبور کرد. به گزارش ایرنا، براساس آخرین آمار بانک مرکزی، حجم نقدینگی کشور در پایان بهمن‌ماه پارسال به ۱۴ تریلیون و ۸۹۶ هزار و ۴۰۰ میلیارد ریال رسید که از این مبلغ سهم پول به شکل اسکناس و مسکوک ۱۲٫۵ درصد بوده یعنی یک تریلیون و ۸۵۳ هزار میلیارد ریال.

کاهش سهم پول نقد و اسکناس در مرادوات اقتصادی کشور در سایه توسعه بانکداری الکترونیک به دست آمده است و امروز اغلب شهروندان به شکلی از انواع پرداخت‌های الکترونیک اعم از تلفن‌بانک، همراه‌بانک، اینترنت بانک، پرداخت با دستگاه‌های خودپرداز یا کارتخوان دسترسی دارند. با این رویکرد، در آینده انتظار می‌رود با توسعه پیام‌رسان‌های بومی و به‌وجود آمدن امکان پرداخت در بستر این پیام‌رسان‌ها، بخشی از کاربران این شیوه را برای نقل و انتقال وجوه برگزینند؛ با این اوصاف نقش آفرینی پول نقد کم‌رنگ‌تر از امروز خواهد بود؛ هرچند تا استقرار کامل بانکداری الکترونیک و حذف کامل اسکناس راه زیادی در پیش است.

در این پیوند مدیرعامل شرکت خدمات انفورماتیک که زیر نظر بانک مرکزی فعال است، امنیت و پایداری شبکه بانکداری الکترونیک در کشور را بالای ۹۹ درصد برآورد کرد و گفت: پارسال بیش از ۲۷ میلیارد تراکنش در سامانه شتاب ثبت شد که نشان‌دهنده رشد ۳۰ درصدی عملکرد این سامانه نسبت به سال ۹۵ است.

سیدابوطالب نجفی روز یکشنبه درباره آخرین وضعیت بانکداری الکترونیک اظهار داشت: در روز ۲۸ اسفند پارسال، ۱۶۲ میلیون تراکنش در سامانه شتاب ثبت شد؛ به‌طور میانگین روزانه ۷۵ میلیون تراکنش در این سامانه ثبت شده است.

نجفی درباره سهم هر یک از روش‌های پرداخت الکترونیک نیز توضیح داد: بیشترین سهم تراکنش‌های شتابی با ۶۰ درصد متعلق به پایانه‌های فروشگاهی است و پس از آن خودپردازها با ۲۴ درصد قرار دارند و اینترنت و تلفن همراه در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند.

شتاب یا شبکه تبادل اطلاعات بین‌بانکی یک شبکه الکترونیکی بانکی فراگیر در ایران است که توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۱ با هدف ایجاد، راه‌اندازی و راهبری سوئیچ ملی برای اتصال شبکه پرداخت بانک‌ها به یکدیگر و در نهایت ایجاد زمینه برای انجام مبادلات بین‌بانکی به صورت الکترونیکی ایجاد شد.

ثبت ۲۶ میلیارد تراکنش در شاپرک

یکی دیگر از روش‌های پرداخت غیرنقدی، استفاده از سامانه شاپرک است؛ شبکه الکترونیکی پرداخت کارت یا شاپرک از سال ۱۳۹۰ با هدف ساماندهی نظام پرداختی راه‌اندازی شد و اکنون نزدیک به ۳۷۵ میلیون کارت بانکی را پشتیبانی می‌کند.

مدیرعامل شرکت خدمات انفورماتیک همچنین درباره عملکرد سامانه شاپرک در سال ۹۶ به ایرنا، گفت: پارسال ۳۶ میلیارد تراکنش در این سامانه ثبت شد که ۳۵ درصد نسبت به سال ۹۵ رشد داشت.

وی با یادآوری اینکه ۲۸ اسفندماه پارسال شاهد ثبت ۲۲۰ میلیون تراکنش در سامانه شاپرک بودیم، اظهار داشت: روزانه به‌طور میانگین ۹۸ میلیون تراکنش در شاپرک ثبت و مدیریت می‌شود.

نجفی گفت: پارسال ۱۷ میلیون میلیارد ریال نقدینگی در شاپرک جای‌جا شد که پایانه‌های فروش با ۸۸ درصد بیشترین سهم را داشت و پس از آن تلفن همراه با ۹ درصد و اینترنت با ۳ درصد قرار گرفته‌اند.

۱۲۲ میلیون چک در سامانه چکاوک پیگیری شد

بانک مرکزی سامانه‌ای را برای پذیرش و پردازش الکترونیکی چک‌های کاغذی بین‌بانکی و انجام تراکنش‌های مبتنی بر آنها به صورت کاملا الکترونیکی راه‌اندازی کرده است که از آن با عنوان چکاوک یاد می‌شود و اکنون بخشی از مبادلات الکترونیکی نظام بانکی را برعهده دارد.

براساس آمار شرکت خدمات انفورماتیک، پارسال ۱۲۲ میلیون چک به مبلغ ۲۳ میلیون میلیارد ریال در سامانه چکاوک مدیریت شد که از نظر مبلغ ۲۶ درصد رشد داشته است.

به گفته نجفی، روزانه به‌طور میانگین ۴۲۰ هزار چک در چکاوک تبادل می‌شود.

در مجموع ۲ میلیارد و ۴۴۵ میلیون تراکنش پایا در سال ۹۶ مدیریت شد که رشد ۱۲ درصدی نسبت به سال ۹۵ داشت؛ ضمن آنکه رکورد ۱۱ میلیون تراکنش پایا در این سامانه به ثبت رسید و روزانه به‌طور میانگین ۶۰۷ میلیون تراکنش پایا مدیریت شده است.

فرصت امروز: پس از تصمیم دولت

برای یکسان‌سازی نرخ ارز، تدوین و ابلاغ سیاست‌های جدید ارزی در دستور کار بانک مرکزی قرار گرفت و بر اساس آن، هرگونه خریدوفروش ارز بالاتر از نرخ ۴۲۰۰ تومان در بازار قاچاق تلقی شده و حتی صرافی‌ها نیز از خریدوفروش اسکناس ارز محروم شده‌اند. همچنین بانک مرکزی در اطلاعیه‌های جداگانه، مختصات سیاست‌های جدید ارزی را اعلام کرد و ضوابط فعالیت صرافی‌ها، کلیات تأمین ارز برای واردات کالا و خدمات از خارج از کشور به مناطق آزاد تجاری-صنعتی و مناطق ویژه اقتصاد را تشریح کرده است. از جمله بانک مرکزی در اطلاعیه شماره ۷ یکسان‌سازی نرخ ارز، فهرست سی‌وسه‌گانه انواع متقاضیانی را که در راستای اجرای تصویب‌نامه هیأت وزیران قابلیت تخصیص ارز به آنها وجود دارد مشخص ساخته و جزئیات نحوه تأمین ارز برای آنها را به شبکه بانکی ابلاغ کرده است.

بر اساس این گزارش، بانک مرکزی مقررات مربوط به شرایط و چگونگی تأمین ارز به نرخ ۴۲۰۰ تومان برای ۳۲ مورد زیر را به شبکه بانکی ابلاغ کرد:

۱. ارز مسافرتی
۲. ارز درمانی
۳. ارز مأموریت
۴. ارز دانشجویی
۵. ارز بابت فرصت‌های مطالعاتی و هزینه‌های درمانی اعضای هیأت علمی
۶. ارز بابت حق عضویت و حق ثبت نام در سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی و محافل علمی و چاپ مقالات علمی
۷. هزینه شرکت در نمایشگاه‌های خارج از کشور
۸. هزینه برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی
۹. حق‌الوکاله در دعای خارجی
۱۰. اصل و سود سرمایه‌گذاری خارجی
۱۱. کارمزدهای اعتبارات اسنادی، حواله‌ها و ضمانت‌نامه‌های ارزی
۱۲. هزینه دفاتر خارج از کشور
۱۳. هزینه اجاره و اشتراک شبکه‌های اطلاعاتی
۱۴. هزینه انجام آزمایش‌های علمی و فنی، انتشار آگهی در خارج از کشور و

فرصت امروز: معاون اول رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه ارز حاصل از صادرات کالا باید به چرخه اقتصاد کشور بازگردد؛ از بانک مرکزی خواست تا با تکمیل و بهره‌برداری سریع‌تر از سامانه «نیما» نظارت جدی بر منابع ارزی حاصل از صادرات و واردات اعمال شود.

اسحاق جهانگیری صبح یکشنبه در ادامه جلسات ستاد اقتصادی برای ساماندهی بازار ارز کشور گفت: تخصیص مابه‌التفاوت قیمت ارز مورد نیاز کالاهای اساسی و نیز داروهای مورد نیاز در سریع‌ترین زمان لازم تأمین خواهد شد تا کوچک‌ترین خللی در تأمین نیازهای کشور ایجاد نشود.

وی با بیان این‌که مهم‌ترین رمز موفقیت طرح سامان بخشی به نظام ارزی کشور اطلاع‌رسانی صحیح است، گفت: مردم مطمئن باشند که دولت با همراهی آنها و بنگاه‌های اقتصادی به دنبال پایه‌ریزی نظام ارزی جدید به منظور تأمین منافع ملی کشور است. معاون اول رئیس‌جمهور جذب اسکناس و ارز نقدی موجود در جامعه در نظام بانکی را راهکاری مؤثر برای صیانت از پول ملی و دارایی‌های مردم دانست و اظهار داشت: مقررات مطلوبی برای جذب این منابع تنظیم شده است و بانک‌ها باید در فضای رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی دقیق در این خصوص برای جذب ارز نقدی موجود در جامعه برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند.

وی بر همکاری و هماهنگی بانک مرکزی با بانک‌ها و نهادهای اقتصادی نظیر صرافی‌ها تأکید کرد و گفت:

فهرست ۳۳ گروه مجاز برای دریافت ارز



بانک مرکزی اعلام کرد

در اطلاعیه بانک مرکزی آمده است: در راستای اجرای تصویب نامه مورخ ۲۲ فروردین سال جاری هیأت وزیران مبنی بر تعیین سیاست‌های جدید ارزی بدین وسیله ضوابط فعالیت مجاز صرافی‌ها به شرح زیر است:

*انتقال ارز به دستور هر یک از بانک‌های دارای مجوز ارزی
*خرید ارز ناشی از صادرات کالاهای غیرنفتی از صادرکنندگان
*فروش ارز خریداری شده به متقاضیان از طریق سیستم بانکی
*تمام صرافی‌ها تا اطلاع ثانوی مجاز به خرید و فروش اسکناس به صورت فیزیکی نبوده و این امر از طریق بانک‌ها انجام خواهد شد.

*تأمین ارز برای واردات کالا و خدمات به کشور صرفاً پس از انجام ثبت سفارش و ثبت خدمت امکان‌پذیر است.
*انتقال ارز از طریق سیستم بانکی یا صرافی‌های مجاز با تقاضای بانک عامل انجام خواهد شد.

*جزئیات و ضوابط مربوط به تأمین ارز برای واردات کالاها و خدمات طی بخشنامه به بانک‌های عامل ابلاغ شده است.
ضمناً تمام دارندگان ارز به صورت اسکناس می‌توانند نسبت به سپرده‌گذاری آن نزد بانک‌ها اقدام کنند و بازپرداخت سپرده‌های مزبور و سود آنها توسط بانک مرکزی تضمین می‌شود.

بانک مرکزی در اطلاعیه دیگری درباره تعیین سیاست‌های جدید ارزی بدین وسیله کلیات تأمین ارز برای واردات کالا و خدمات از خارج از کشور به مناطق آزاد تجاری-صنعتی و مناطق ویژه اقتصاد مواردی را به شرح زیر ابلاغ کرد: *واردات کالا و خدمات از خارج از کشور به مناطق ویژه اقتصادی مشمول بخش اول مجموعه مقررات ارزی است.
رفع تعهد ارزی واردکنندگان کالا و خدمت به مناطق آزاد تجاری-صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی منوط به ارائه پروانه ترخیص قطعی کالا یا اصل صورت حساب‌های قطعی انجام کار و ارائه تأییدیه کارفرما (در موارد خدماتی) است.
چنانچه سررسید اعتبارات

اسنادی / بروت اسنادی مدت‌دار که به مقصد مناطق آزاد تجاری - صنعتی و ویژه اقتصادی گشایش/ثبت شده‌اند بعد از تاریخ ۲۱ فروردین ماه جاری باشد، تأمین ارز آنها پس از انجام ثبت خدمت در بانک عامل امکان‌پذیر خواهد بود.
جزئیات و ضوابط مربوط به تأمین ارز برای واردات کالاها و خدمات از خارج کشور به مناطق آزاد تجاری - صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی، طی بخشنامه به بانک‌های عامل ابلاغ شده است.

همچنین بانک مرکزی درباره نحوه تأمین ارز برای حواله‌ها و اعتبارات اسنادی مربوط به قبل از ۲۱ فروردین ماه جاری اعلام کرد: در مواردی که ارز حواله قبیل از ۲۱ فروردین ماه توسط بانک مرکزی تأمین و حواله صادر شده و اسناد حمل در مهلت مقرر به بانک عامل ارائه شود، نرخ ارز تسویه همان نرخ ارز تأمین شده است.

در صورتی که اسناد مزبور پس از مهلت مقرر واصل شود، پذیرش اسناد ارائه شده منوط به موافقت بانک مرکزی و پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز از زمان صدور حواله تا تاریخ تحویل اسناد حمل به بانک عامل (در صورت افزایش نرخ ارز) خواهد بود.

در مواردی که ارز مربوطه به نرخ میدالهای توسط بانک مرکزی تأمین، لیکن حواله صادر نشده باشد، حداکثر شش ماه از تاریخ تأمین ارز می‌بایستی اسناد حمل به بانک عامل ارائه شود و در این صورت، نرخ ارز تأمین شده ملاک تسویه خواهد بود.

در صورت جهت حواله و عدم ارائه اسناد حمل ظرف مهلت مذکور، بانک عامل موظف است ارز مربوطه را به بانک مرکزی برگشت دهد.
تأمین ارز بابت باقیمانده تمام اعتبارات اسنادی گشایش یافته و بروت اسنادی ثبت شده قبل از ۲۱ فروردین جاری به نرخ روز اعلامی از سوی بانک مرکزی است.

کلیتاً به خوبی در ابعاد مختلف در حال انجام است و بانک مرکزی در جلسات با گروه‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و مالی بررسی همه پیشنهادات و انتقادات مرتبط با ارز راهکارهای لازم را ارائه کند. در این جلسه که وزرای اقتصاد و دارایی، صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی، نفت، امور خارجه و کشور و رؤسای بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه و نیز معاون اقتصادی رئیس‌جمهور حضور داشتند آخرین وضعیت و تحولات بازار ارز کشور مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

رئیس کل بانک مرکزی در این جلسه ضمن قدردانی از همه دستگاه‌ها در کمک به این بانک به منظور سامان بخشیدن به نظام ارزی کشور گفت: خوشبختانه پایه‌ریزی نظام جدید ارزی

کشور به خوبی در ابعاد مختلف در حال انجام است و بانک مرکزی در جلسات با گروه‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و مالی به‌دنبال اخذ پیشنهادات و نیز اجرای دقیق مصوبات دولت و جلسات ستاد اقتصادی ساماندهی ارز به منظور سامان بخشیدن به بازار ارز کشور و نیز ایجاد شفافیت و نظارت بر منابع ارزی کشور است.
موضوع ارتباط ارز با تقویت صادرات، مدیریت بازار ارز و نحوه تخصیص به واردکنندگان، مقابله با بازار سیاه ارز، تعامل با صرافی‌ها و واردات در مقابل صادرات از دیگر موضوعات مطرح شده در این جلسه بود که تصمیمات لازم در این خصوص اتخاذ و مقرر شد جزئیات مصوبات جلسه از طریق بانک مرکزی اطلاع‌رسانی شود.

نرخنامه



نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۷۲۷,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۶۷,۸۳۹	▲
سکه بهار آزادی	۱,۷۳۶,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۷۸۶,۰۰۰	▲
نیم سکه	۸۸۳,۰۰۰	▲
ربع سکه	۵۶۱,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۳۵۱,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (دولار)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۲۰۰	
یورو اروپا	۵,۱۶۵	
پوند انگلیس	۷,۸۰۰	
درهم امارات	۱,۴۹۰	

دریچه



در تذکری به رئیس‌جمهور

۶۳ نماینده مجلس خواستار

برکناری سیف شدند

۶۳ نماینده مجلس در تذکری به رئیس‌جمهور خواستار برکناری رئیس کل بانک مرکزی شدند. به گزارش مهر، در پایان جلسه علنی روز یکشنبه، تذکرات کتبی نمایندگان به مسئولان اجرایی کشور از سوی هیأت‌رئیس‌ه قرائت شد که در این میان، محمد دهقانی، نماینده مردم چناران به اتفاق ۶۳ نفر از نمایندگان دیگر به رئیس‌جمهور ضرورت عزل رئیس بانک مرکزی و عوامل دخیل در گرانی ارز و متوقف‌کردن چرخه زندگی مردم و ضربه به نظام اقتصادی کشور را متذکر شدند.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس خبر داد

بیمه‌ها از مالیات بر ارزش افزوده معاف می‌شوند

یک عضو کمیسیون اقتصادی مجلس از معافیت بیمه‌ها از مالیات بر ارزش افزوده در صورت تصویب نهایی در مجلس خبر داد.
سیده فاطمه حسینی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به جلسات کمیسیون اقتصادی برای بررسی لایحه اصلاح قانون مالیات بر ارزش افزوده در مشهد، این جلسات را بررسی مقدماتی این لایحه عنوان کرد و گفت که در صورت تصویب نهایی این لایحه در مجلس بیمه‌ها از مالیات بر ارزش افزوده معاف می‌شوند.

وی افزود: چالش‌هایی که درباره این لایحه در کمیسیون تلفیق بودجه ۹۶ و ۹۷ مطرح شده بود همچنان پابرجا است، که از جمله آنها چالش‌هایی همچون دریافت مالیات زنجیره‌ای یا مالیات بر فروش و چالش نرخ‌هاست.
حسینی چالش اصلی درباره مالیات بر ارزش افزوده را چالش نرخ‌ها عنوان و خاطر نشان کرد: درباره اینکه کدام یک از کالاها و خدمات در کدام طبقه نرخ‌ها قرار گیرد، چالش‌های فراوانی وجود دارد. سه یا پنج نرخ وجود دارد؛ یکی حالت معاف‌بودن کالا است که کالاها ضروری و اساسی در این محدوده قرار می‌گیرند. طبقه بعدی نرخ معاف همراه با استرداد که همان نرخ صفر است. طبقه دیگر نرخ ترجیحی است که تقریباً ۳ درصد یا یک سوم نرخ اصلی در نظر گرفته می‌شود و طبقه دیگر نرخ استاندارد و نرخ کالاهای خاص است.

این نماینده مجلس یادآور شد: اینکه دسته‌بندی این نرخ‌ها به چه صورت باشد، موضوعی است که در جلسات این روزهای کمیسیون اقتصادی درباره لایحه مالیات بر ارزش افزوده، در حال بررسی است.

به علاوه آنکه در حال بررسی این موضوع هستیم که کدام کالاها در کدام یک از طبقات قرار گیرند.
حسینی بیمه را از دیگر مباحث مهم لایحه اصلاح قانون مالیات بر ارزش افزوده عنوان کرد و گفت: این موضوع شامل همه بیمه‌ها اعم از اتکایی کاهش نرخ مالیات بر ارزش افزوده برای بیمه‌ها و مستقیم می‌شود و بر مبنای این لایحه، بیمه‌ها از این مالیات معاف می‌شوند.
به گفته این عضو کمیسیون اقتصادی، دلیل اهمیت این موضوع آن است که گاهی وقتی می‌خواهیم از کالا یا خدمات حمایت کنیم تلاش می‌کنیم مالیات آنها را کاهش دهیم، بنابراین کاهش نرخ مالیات بر ارزش افزوده برای بیمه‌ها از این جهت که ضربه نفاذ بیمه در ایران نسبت به جهان پایین است، می‌تواند مشوق خوبی باشد و به نظر ضروری است.



فروش نخی سیگار ممنوع

مجوز عرضه کنندگان متخلف دخانیات باطل شود

مسئول دبیرخانه ستاد کنترل مبارزه با دخانیات وزارت بهداشت با بیان اینکه فروش سیگار به افراد زیر ۱۸ سال و فروش محصولات قاچاق و نخی سه نکته بحرانی است که روی پرونده واحدهای عرضه‌کننده دخانیات درج می‌شود، گفت: اجرای یکی از این موارد برای همیشه پروانه فروش را باطل می‌کند. بهزاد ولی‌زاده در گفت‌وگو با ایسنا درباره آخرین وضعیت صدور پروانه فروش برای خردهفروشان دخانیات، اظهار کرد: طبق ماده ۷ قانون جامع مبارزه با دخانیات، باید برای کسانی که در زمینه عرضه دخانیات فعالیت می‌کنند پروانه صادر شود. در حال حاضر وزارت صنعت، معدن و تجارت در سطوح کشوری، استانی و شهرستانی دخانیات را ملزم به دریافت این مجوز کرده است. فعلا مشکل ما در سطح خردهفروشی است.

وی ادامه داد: طی دو سال اخیر جلسات زیادی با وزارت صنعت در این زمینه برگزار شده است. دستورالعمل این اقدام در سال ۸۷ ابلاغ شده بود، اما به دلیل نبود زیرساخت‌های لازم به درستی اجرا نمی‌شد. در دو سال اخیر نزدیک ۳۳ هزار پروانه برای واحد خردهفروشی شامل سوپرمارکت، خواروبار فروش و سقطفروش صادر شده است. مسئول دبیرخانه ستاد کنترل مبارزه با دخانیات با بیان اینکه تاکنون حدود ۲۰ درصد از مشمولان، این پروانه را دریافت کرده‌اند، اظهار کرد: برای واحدهایی که هنوز این پروانه را دریافت نکرده‌اند، مهلت زمانی مشخص شده، اما اجرای این بند قانونی با سرعت مورد انتظار پیش نرفت و هنوز تعداد افرادی که برای دریافت این پروانه اقدام کرده‌اند به نسبت نیاز کشور نیست. ولی‌زاده گفت: دریافت این مجوز علاوه بر اینکه مبادای قانونی است و باید اجرا شود، به نظرات در این حوزه نیز کمک می‌کند. ما همچنان پیگیر اجرای این هستیم، در حال حاضر حوزه برنامه‌ریزی دخانیات کشور اقدامات خوبی در این زمینه انجام داده تا توزیع توسط عمدهفروشان فقط به واحدهای دارای پروانه صورت گیرد. وی با اشاره به همکاری دانشگاه‌های علوم پزشکی برای انجام نظارت بر این واحدهای خردهفروشی دخانیات، تصریح کرد: اگر این واحدها پروانه نداشته باشند، عامل توزیع‌کننده و عمده‌فروش، شناسایی و در نهایت به وزارت صنعت معرفی می‌شوند. این وزارتخانه نیز پروانه این عامل را باطل می‌کند. امیدواریم در سال ۹۷ زمانی برای دریافت این پروانه مشخص کنیم که از آن به بعد صادر نشود.

ولی‌زاده با تأکید بر اینکه هدف اصلی قانونگذار در این زمینه، کاهش دسترسی به دخانیات است، ادامه داد: اگر این قانون اجرا شود تعداد مراکز فروش و میزان نیاز منطقه به این واحدها مشخص می‌شود و نظارت‌های نیز صورت می‌گیرد. ما نیاز داریم این بند قانونی به کمک دستگاه‌های مختلف به درستی اجرا شود و شاهد کاهش دسترسی افراد باشیم. مسئول دبیرخانه ستاد کنترل مبارزه با دخانیات با تأکید بر اینکه تهیه سیگار در جامعه از نان آسان تر شده است، افزود: روند صدور پروانه هنوز بسته نشده، اما محدودیت آن زیادتر شده است. واحدها با مراجعه به سامانه اصناف ایرانیان می‌توانند برای دریافت این پروانه اقدام کنند. برای کسانی که در دسترسی به اینترنت محدودیت دارند، روند دیگری در نظر گرفته شده است. در همین سامانه بخشی وجود دارد که فاصله واحد عرضه‌کننده از مراکز آموزشی، فرهنگی و مذهبی مشخص می‌شود. اگر این خوداظهاری به غلط انجام شود، با توجه به نظارت‌هایی که در این زمینه صورت می‌گیرد، پروانه واحد باطل می‌شود. ولی‌زاده ادامه داد: فروش سیگار به افراد زیر ۱۸ سال و فروش محصولات قاچاق و نخی سه نکته بحرانی است که روی پرونده واحدهای عرضه‌کننده دخانیات درج می‌شود، اجرای یکی از این موارد نیز برای همیشه پروانه فروش را باطل می‌کند.

ضوابط تأمین ارز برای واردات کالا در مناطق آزاد اعلام شد

بانک مرکزی ضوابط تأمین ارز برای واردات کالا و خدمات در مناطق آزاد را منتشر کرد.

به گزارش تسنیم به نقل از روابط عمومی بانک مرکزی، در راستای اجرای تصویب‌نامه شماره ۴۳۵۳/ت/۵۵۳۰۰ مورخ ۱۳۹۷/۱/۲۲ هیأت وزیران مبنی بر تعیین سیاست‌های جدید ارزی بدینوسیله کلیات تأمین ارز برای واردات کالا و خدمات از خارج از کشور به مناطق آزاد تجاری – صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی را به شرح زیر به اطلاع عموم می‌رساند: واردات کالا و خدمات از خارج از کشور به مناطق آزاد تجاری – صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی مشمول بخش اول مجموعه مقررات ارزی می‌باشد. رفع تعهد ارزی واردکنندگان کالا و خدمت به مناطق آزاد تجاری – صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی منوط به ارائه پروانه ترخیص قطعی کالا و یا اصل صورتحساب‌های قطعی انجام کار و ارائه تأییدیه کارفرما (در موارد خدماتی) است. چنانچه سررسید اعتبارات اسنادی / بروات اسنادی مدت‌دار که به مقصد مناطق آزاد تجاری – صنعتی و ویژه اقتصادی گشایش / ثبت شده‌اند بعد از تاریخ ۱۳۹۷/۱/۲۱ باشد، تأمین ارز آنها پس از انجام ثبت خدمت در بانک عامل امکان‌پذیر خواهد بود. جزییات و ضوابط مربوط به تأمین ارز برای واردات کالا و خدمات از خارج از کشور به مناطق آزاد تجاری – صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی، طی بخشنامه به بانک‌های عامل ابلاغ شده است.

اثرات تکانه‌های دلار بر بازار واردات و صادرات



واردات بیش از ۱۷۵ میلیون و ۵۰۰ هزار دلار بوده است که وزن این واردات ۱۰۲ هزار و ۸۰۰ تن بوده است. در همین روز ارزش صادرات ۱۸۹ میلیون و ۶۰۰ هزار دلار بوده و وزن آن بالغ بر

نوسانات نرخ ارز در روزهای ابتدایی امسال باعث شد در این روزها حجم صادرات روزانه حتی تا حدود دو برابر واردات افزایش پیدا کند؛ روندی که البته تغییر کرد.

به گزارش ایسنا، روزهای ابتدایی امسال با افزایش یکباره نرخ ارز همراه بود و در این مدت قیمت دلار در برخی روزها حتی به ساعت افزایش پیدا می‌کرد. بر همین اساس آمارهای وزارت صنعت، معدن و تجارت گویای آن است که در این بازه زمانی فعالیت صادرکنندگان به مراتب بیشتر از واردکنندگان بوده و برخلاف رویه سال قبل که تراز تجاری یعنی اختلاف صادرات نسبت به واردات منفی ۷میلیارد دلار شده بود، در برخی روزها حجم صادرات حتی تا حدود دو برابر واردات پیش رفته است.

البته شامگاه بیستم فروردین‌ماه با دستور معاون اول رئیس‌جمهور مبنی بر در نظر گرفتن نرخ ۴۲۰۰تومانی برای دلار تا حدی مسیر صادرات کند شده اما پیش از این تغییرات در روز ۱۹ فروردین‌ماه یعنی آخرین روزهای گرانی دلار که نرخ آن با سرعتی بالا تغییر می‌کرد، به‌طور قابل توجهی افزایش داشته؛ به‌گونه‌ای که ارزش صادرات ۴۲۰میلیون و ۷۰۰ هزار دلار و حجم آن بیش از ۷۶۴ هزار و ۸۰۰ تن بوده است. این در حالی است که در همین تاریخ میزان واردات بیش از ۲۲۶میلیون و ۵۰۰ میلیون دلار بوده و وزن واردات ۱۵۶ هزار تن اعلام شده است.

طبق اعلام وزارت صنعت، معدن و تجارت در روز بیستم فروردین‌ماه ارزش

تاریخ ۲۱ فروردین ماه ۲۴۴ هزار و ۵۰۰ تن کالا به ارزش ۸۶ میلیون دلار صادر شد. این در حالی است که در همین روز واردات بیش از دو برابر صادرات شد و به ۱۸۷ میلیون و ۵۰۰ هزار دلار رسید. در روز چهاردهم فروردین‌ماه به عنوان اولین روز کاری سال ۱۳۹۷ نیز با توجه به نامشخص بودن قیمت ارز، وضعیت واردات و صادرات مانند گذشته با کمی اختلاف در بخش واردات همراه بوده است. بدین ترتیب در این تاریخ بیش از ۱۴۲ میلیون و ۲۰۰ هزار دلار کالا وارد شد که وزن آنها ۶۶ هزار و ۵۰۰ تن ارزیابی شده است. در این تاریخ صادرات بالغ بر ۱۱۵ میلیون و ۵۰۰ هزار دلار بوده و از نظر وزنی ۱۹۷ هزار و ۹۰۰ تن کالا به کشورهای مختلف صادر شده است.

حالا با تغییر نرخ ارز در روزهای گذشته باید منتظر ماند تا تأثیر آن روی صادرات مشخص شود. این وضعیت در حالی است که در ماه‌های گذشته صادرکنندگان به کرات به غیرواقعی بودن نرخ ارز اشاره کرده و آن را مانعی بر سر توسعه صادرات می‌دانستند. حال در شرایطی که نرخ ۴۲۰۰ تومانی برای دلار تعیین شده، نایبرئیس اتاق بازرگانی این قیمت را که حدود ۲۰۰۰ تومان نسبت به روزهای گذشته کاهش یافته ترخی نزدیک به قیمت واقعی دلار می‌داند. حال باید منتظر ماند تا در روزهای آینده مشخص شود تغییرات صورت‌گرفته در بازار ارز چه اثراتی روی صادرات و همچنین واردات برجای خواهد گذاشت.

حال و روز این روزهای تجارت الکترونیکی ایرانی

این مسئله را باعث برداشت‌های مختلف از قانونی واحد در حوزه تجارت الکترونیک ارزی کرد و گفت: تا زمانی که قوانین مصوب در حوزه تجارت الکترونیک از مراجع ذی‌صلاح ابلاغ نشود، این حوزه همیشه با مخاطره مواجه است؛ چراکه به علت نبود متولی خاصی در این زمینه برخی اوقات، برخی فین‌تک‌ها که در واقع ارتباطی بین مردم و بانک‌ها هستند فیلتر می‌شوند.

نعنائار که پیش از این به عنوان نماینده ایران در سازمان بین‌المللی تسهیل تجارت الکترونیک آسیا-اقیانوسیه فعالیت داشته است، با بیان اینکه در حوزه تجارت الکترونیک برخی اوقات صراحت در قوانین حوزه وجود ندارد، اظهار کرد: این مسئله باعث برداشت متفاوت افراد از قانون می‌شود که در نهایت موجب فیلتر شدن یک کسب و کار یا شکایت یک شخصیت حقیقی یا حقوقی می‌شود.

از سوی دیگر امروزه یکی از مهم‌ترین مسائل کشور بحث اشتغال است که تجارت الکترونیک با متصل‌کردن تولیدکنندگان کالا و خدمات به بازار و مشتریان می‌تواند باعث ایجاد اشتغال پایدار شود. کسی که قبلا یک محصول را تولید می‌کرد و به قیمت بسیار ناآلی به دلال می‌فروخت، امروز می‌تواند همان محصول را از طریق فضای مجازی بازاریابی و با قیمتی واقعی به فروش برساند.

موازی‌کاری در حوزه تجارت الکترونیک

مصطفی امیری -کارشناس حوزه تجارت الکترونیک- با اشاره به نقش مهم فناوری‌های مالی در توسعه تجارت الکترونیک در کشور بیان کرد: فناوری‌های مالی در سال‌های آینده رشد

قطعیت مواجه بود، که طی آن سال‌ها این ایده مطرح شد که ایران می‌تواند خط لوله ایستگاه (نفت‌شهر) و ایستگاه (شلمچه) را که در آن زمان پیش‌نهاد شده بود راه‌اندازی کند، اما وضعیت امنیتی مانع از آن شد. در آن زمان گفته شد که پروژه خط لوله عراقی-ایرانی شکست خورده است، زیرا وضعیت امنیتی به ایرانی‌ها اجازه نخواهد داد تا کار خود را ادامه دهند، اما تحلیل‌های واقع‌گرایانه‌تر هم وجود دارد به‌طوری‌که ایران در سال ۲۰۱۴، تعلیق اجرای پروژه‌های جدید برای تولید گاز صادراتی را اعلام کرد، آن‌هم پس از ثبت تولید کند در میدان گازی پارس جنوبی. ایران در کنار منابع نفتی خود، دارای ذخایر گازی عظیمی در منطقه است، اما تولید آن به‌دلیل افزایش مصرف داخلی،

ارتقای رتبه ایران درمیان صادرکنندگان گاز

اجرای قراردادهای رتبه‌کشور را باز هم ارتقا می‌دهد

به گفته مسئولان صنعت گاز، ایران دو قرارداد برای صادرات گاز به عراق را به امضا رساند، یکی به پایتخت عراق، بغداد و دیگری به استان بصره و بر همین اساس ایران برای صادرات روزانه ۲۵ میلیون متر مکعب گاز به بغداد و انتقال گاز ایران به استان بصره، برنامه‌ریزی می‌کند. در حال حاضر ایستگاه انتقال گاز شلمچه از مسیر خط اهواز شلمچه آماده انتقال گاز به بصره است و به محض اعلام آمادگی عراقی‌ها گاز ایران به بصره می‌رسد، در حال حاضر تنها گاز ایران از طریق نفتشهر به بغداد صادر می‌شود. **تعلیق اجرای پروژه‌های خطوط لوله انتقال گاز ایران به عراق** سناریوی خط لوله ایران با توجه به مذاکرات ایران و عراق در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۴ تا حدودی با عدم



افزایش کیفیت جای ایرانی در جهت حمایت از تولید داخل

رئیس سازمان جای گفت که افزایش کیفیت جای تولیدی در جهت حمایت از کالای داخل، یکی از برنامه‌های امسال سازمان جای است. محمدولی روزبهان، رئیس سازمان جای در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه برداشت چین اول برگ سبز جای از هفته نخست اردیبهشت آغاز می‌شود، اظهار کرد: با توجه به آنکه نزولات جوی در میزان تولید موثر است، در صورت شرایط جوی مساعد پیش‌بینی می‌شود که میزان تولید جای خشک به ۲۷ تا ۲۸ هزار تن برسد. وی با بیان اینکه افزایش کیفیت چسای تولیدی یکی از برنامه‌های امسال سازمان جای به شمار می‌رود، افزود: سال گذشته ۲۶درصد برگ سبز جای برداشت‌شده درجه یک و مابقی درجه دو بود که با توجه به نامگذاری امسال و اقداماتی که جایکاران در زمان برداشت انجام می‌دهند، این میزان به ۴۶درصد خواهد رسید. روزبهان ادامه داد: افزایش کیفیت با کمیت متناقض است، چراکه با افزایش کیفیت حجم برداشت برگ‌های برداشت‌شده از نظر وزنی کاهش می‌یابد، درحالی‌که از لحاظ قیمت و درآمد برای جایکاران تفاوتی ندارد. به گفته رئیس سازمان جای، افزایش کیفیت چسای ایرانی در ایجاد اشتغال جوانان، کاهش واردات و خروج ارز و افزایش درآمد تولیدکنندگان و صنعت گران جای موثر است. وی آموزش جایکاران، اخذ ۳۲ میلیارد تومان وام به جایکاران و کارخانه‌ها به منظور به‌زراعی باغات و نوسازی کارخانه‌های جای را امری مهم در افزایش کیفیت جای تولید داخل دانست.

روزبهان با اشاره به شعار سال جدید مبنی بر حمایت از کالای ایرانی بیان کرد: در اکثر قریب به اتفاق شعار سال‌های گذشته، مسائل اقتصادی اولویت نخست کشور است که امسال با ابتکار مقام معظم رهبری، سال حمایت از تولید کالاهای داخل نامگذاری شد که این امر مسئولیت‌پذیری مسئولان و دست‌اندرکاران امر برای تحقق این شعار را بیشتر می‌کند. رئیس سازمان جای در ادامه افزود: رئیس‌جمهور در جلسه هیأت دولت اعلام کرد که دستگاه‌های دولتی حق هزینه‌کرد کالاهای خارجی مشابه داخل را ندارند، بنابراین افزایش کیفیت محصولات تولید داخل امری ضروری است. وی با اشاره به آخرین وضعیت بیمه فراگیر باغات جای گفت: تاکنون بیش از ۷۵درصد باغات جای بیمه شدند و همواره این آمادگی وجود دارد که در روزهای باقی‌مانده مابقی باغات بیمه شوند تا اگر محصولی با خشکی مواجه شد، تولیدکننده حداقل درآمدی داشته باشد. به گفته روزبهان در ابتدا نیازی نیست که جایکار پولی پرداخت کند، چراکه اعتبارات بدون بهره برای تولیدکنندگان در نظر گرفته شده که در نهایت از مبلغ برگ سبز تحویلی جایکاران کسر خواهد شد.

بلا تکلیفی کشاورزان در خرید تضمینی گندم

یک تکه کاغذ برای کشاورز پول نمی‌شود

درحالی‌که برداشت گندم در استان‌های گرمسیر آغاز شده و استان‌های معتدل و سردسیر نیز باید مراحل داشت را انجام دهند، اما همچنان خبری از نرخ تضمینی نیست و به نظر می‌رسد شورای اقتصاد تصمیمی برای افزایش نرخ خرید تضمینی گندم ندارد. نمی‌دانیم قضا نکرار سناریوهای تلخ سال‌های قبل چرا باید مدام تکرار شود. هنوز پادمان نرفته است که پس از آنکه در سال‌های ۸۴ تا ۸۶ کشور به مرز خودکفایی گندم رسید، اما به دلیل افزایش نیافتن نرخ خرید تضمینی گندم مطابق با نرخ تورم، این امر به آنجا رسید که گندم وارد کشور در سال ۹۱ حدود ۶ میلیون و ۷۰۰ هزار تن گندم وارد کنیم، تا جایی که کشاورزان با بی‌تفاوتی دولتمردان دلسرد شده و ترجیح دادند، در بحث گندم چندان سرمایه‌گذاری نکنند. اسماعیل اسفندیاری‌پور مجری طرح گندم در وزارت جهاد کشاورزی در مورد افزایش نیافتن نرخ خرید تضمینی گندم به خبرنگار فارس گفت: پادمان باشد که وقتی دولت در سال‌های ۸۶ تا ۸۸ نرخ گندم را ثابت نگه داشت، پس از چند سال و در سال ۹۱-۹۲ مجبور شد تا در عرض یک‌سال قیمت گندم را ۹۰درصد افزایش دهد، یعنی در ۳-۴ مرحله مجبور شد نرخ گندم را از ۴۲۰ تومان در هر کیلوگرم به ۸۰۰ تومان برساند که نتیجه سیاست‌های نوسان‌دار دولت بود که کشاورزان دلسرد شده بودند. وی تأکید کرد: اگر این بار نیز کوتاهی کنیم و افزایشی در نرخ خرید تضمین گندم اتفاق نیفتد، منافع آن با دلسردشدن کشاورزان ما به جیب کشاورزان آن طرف آب می‌رود. اسفندیاری‌پور با اشاره به اینکه امسال نیز سال حمایت از کالا و تولید داخلی است، افزود: کشاورزان بهتر از تمام اقشار جامعه در این راستا حرکت می‌کنند و باید حقوق‌شان جمع رعایت شود، چطور ما برای کارگر و کارمندان تورم را در حقوق‌شان لحاظ می‌کنیم، ولی برای کشاورز نباید این اتفاق بیفتد، درحالی‌که کالای کرد که اکنون عملیات به‌زراعی در حال برداشت در استان‌های معتدل و سردسیر در مرحله اتمام است که هزینه‌های آن مطابق با تورم سالانه افزایش یافته است. وی افزود: آفت سن گندم، انواع بیماری‌های دیگر، علف هرز به ویژه در نواحی ساحل خزر آغاز شده و همچنین غنی‌سازی دانه گندم برای تولید گندم با پروتئین بالاتر در دستور کار است، چراکه به کشاورزان آموزش داده‌ایم، در هر مرحله ۲۵ تا ۲۵درصد کود اورت را به گیاه بدهند، تا طی عملیات فتوسنتز پروتئین آن افزایش یابد که همه اینها مستلزم هزینه است.

تفاوت معنادار قیمت گذاری خودروسازان جهانی و ایران

یکی از چالش‌های بزرگ خودروسازان و مصرف‌کنندگان خودرو هر ساله با آغاز سال جدید سرنوشت قیمت خودرو است. از آنجا که تعیین قیمت خودرو در ایران به صورت دستوری صورت می‌گیرد و شورای رقابت نظارت جدی بر تعیین قیمت خودرو دارد، بنابراین خودروسازان همواره نسبت به تعیین قیمت انتقادات بسیاری را مطرح می‌کنند.

به گزارش خبر خودرو، از آنجا که تعیین قیمت خودرو در ایران به صورت دستوری صورت می‌گیرد و شورای رقابت نظارت جدی بر تعیین قیمت خودرو دارد بنابراین خودروسازان همواره نسبت به تعیین قیمت انتقادات بسیاری را مطرح می‌کنند. در چنین شرایطی استراتژی قیمت‌گذاری خودرو در ایران و مقایسه آن با خودروسازان جهانی از اهمیت بسیاری برخوردار است.

خودروسازان جهانی توجه بسیاری به استراتژی قیمت‌گذاری خودرو دارند و بنابر عوامل مختلفی قیمت فروش یک خودرو را محاسبه می‌کنند. در واقع نحوه محاسبه قیمت فروش یک خودرو در کشورهای صاحب برند به عوامل مختلفی وابسته است.

مهم‌ترین بخش مدنظر خودروسازان خارجی در تعیین قیمت هزینه‌های مرتبط با تولید خودرو است که در این میان شاخص قیمت تمام شده خودرو در کارخانه نقش مهمی در این میان بازی می‌کند. در واقع اولین عاملی که تولیدکنندگان جهانی خودرو مدنظر دارند هزینه مواد مصرفی و قطعات به کار رفته در ساخت یک خودرو است. به دلیل آنکه در تولید خودرو صنایع مختلفی درگیر هستند، بنابراین خودروسازان توجه ویژه‌ای را به هزینه‌های ناشی از این بخش اختصاص می‌دهند.

در جریان تولید یک خودرو اما موضوعات دیگری چون هزینه حقوق و دستمزد نیز نقش اساسی دارد. شاید به همین دلیل باشد که خودروسازان با پیشرفت دانش تولید خودرو تلاش دارند هر چه بیشتر به سمت مکانیزه و رباتیک کردن خطوط تولید پیش بروند؛ چراکه میزان حقوق و دستمزد نیروی شاغل در خودروسازی‌ها اثر بسیاری بر محاسبه قیمت خودرو دارد. در این میان نمی‌توان از هزینه منابع مصرفی ناشی از مصرف انرژی‌هایی چون برق و... در تولید یک خودرو نیز غافل بود.

سهم خدمات و هزینه‌های توزیع و فروش نیز در تعیین قیمت یک خودرو دارای اهمیت ویژه‌ای است؛ در این میان اگر خودروساز در جریان تولید از منابع مالی خارج از بنگاه یعنی هزینه‌های مالی ناشی از تسهیلات نیز در فرآیند تولید بهره برده باشد، هزینه‌های ناشی از آن را در قیمت تمام شده خودرو محاسبه می‌کنند. از آنجا که تولید خودرو دارای فرآیند پیچیده‌ای است و در این میان نیز رقابت بسیاری میان تولیدکنندگان خودرو در سرتاسر دنیا وجود دارد، بنابراین آنها تلاش می‌کنند با کاهش هزینه‌های خود بتوانند محصول رقابتی‌تری را به بازار عرضه کنند.

اجرای طرح ترافیک سال ۹۷ از اول اردیبهشت ۷۵ هزار خودرو برای دریافت طرح ترافیک ثبت‌نام کرده‌اند

محسن پورسیدآقایی در حاشیه جلسه شورای شهر در جمع خبرنگاران گفت برای افزایش کرایه‌های تاکسی، تا زمانی که میزان کرایه‌ها به‌طور رسمی اعلام نشود، راننده‌های اجازه افزایش کرایه را ندارند.

وی افزود: رقم مشخصی برای افزایش کرایه‌ها مطرح نیست. برای مسیرهای مختلف بررسی‌هایی را کرده‌ایم و جدولی تعیین شده که بر اساس آن افزایش کرایه انجام می‌شود.

به گزارش ایسکانیوز، معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران در خصوص مشکلات ایجاد شده برای شهروندانی که خواهان دریافت طرح ترافیک سالانه هستند، اظهار کرد: گروه‌هایی که می‌خواهند مجوز کامل و سالانه طرح را بگیرند و یک سال کامل در محدوده طرح تردد داشته باشند، بر اساس جدول قیمت‌گذاری یک رقم مشخص را باید در حساب شهروندی خود واریز کنند.

پورسیدآقایی افزود: درخواست شده این افراد یک میلیون تومان حساب خود را شارژ کنند تا با مشکل کسر حساب مواجه نشویم. این پول در حساب کاربری افراد است و اگر اضافه بیاورد می‌توانند برداشت داشته باشند. وی تأکید کرد: گروه‌هایی که نرخ ویژه دارند لازم نیست یک میلیون تومان را شارژ کنند و این گروه‌ها شامل خبرنگاران و جانبازان می‌شوند.

معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران در خصوص زمان اجرای طرح ترافیک سال ۹۷ تصریح کرد: از قبل از سال اعلام شده که طرح جدید از اول اردیبهشت ماه اجرا خواهد شد. تذکرات مطرح شده در این زمینه به شهرداری مستند نیست و ما روز شنبه آینده اول اردیبهشت‌ماه شاهد اجرای طرح ترافیک جدید خواهیم بود. پورسیدآقایی با ارائه آماری از تعداد ثبت‌نام‌کنندگان دریافت طرح ترافیک اظهار کرد: تا شب گذشته، ۷۵ هزار خودرو برای دریافت طرح ترافیک ثبت‌نام کرده بودند.

عضو هیأت علمی دانشکده خودروی دانشگاه علم و صنعت با اشاره به موانع کلان کلیدی در سرمایه‌گذاری صنعت خودرو از ثبات مصنوعی قیمت خودرو گلابه کرد و گفت که دو سال است عملاً قیمت اکثر خودروهای داخلی افزایش نیافته و اکثر این خودروها دارای حاشیه قیمتی در بازار آزاد شده‌اند.

صنعت خودروی ایران در سال جاری با چه چالش‌هایی مواجه است؟

به گزارش تجارت‌نیوز، صنعت خودروی ایران نیز مانند دیگر صنایع فعال در اقتصاد ایران در سال جاری با چالش‌هایی مواجه خواهد بود.

امیرحسین کاکایی، عضو

هیأت علمی دانشکده خودروی دانشگاه علم و صنعت یکی از این چالش‌های کلان کلیدی را بحث تعرفه‌های واردات خودرو می‌داند و می‌گوید: بحث تعرفه‌ها در سال گذشته یک مسئله تنش‌زا بود. هر چند که ظاهر آن به نفع صنعت خودرو بود، اما برای سرمایه‌گذاری بلندمدت جهت پیشرفت و جهش در فناوری در این صنعت، این تنش‌ها سهم هستند. کما اینکه در همین ابتدای سال، دوباره تغییر تعرفه‌ها بر سر زبان‌ها افتاد.

وی ادامه می‌دهد: مهم نیست که تعرفه‌ها بالا می‌روند یا پایین، مهم این است که سرمایه‌گذاری باید در یک فضای قابل پیش‌بینی بلندمدت (حداقل به مدت پنج سال) انجام شود تا سرمایه‌گذار

تکلیف خود را بداند. کاکایی اضافه می‌کند: در دنیا صنعت خودرو و رقابت در محصول و فناوری به اندازه کافی رقابتی است و پارامترهای متغیر به شدت زیاد هستند و دولت‌هایی که می‌خواهند سرمایه‌ریا به سمت کشور خود جلب کنند، باید بتوانند پارامترهای کلیدی سرمایه‌گذاری کلان را جذاب و با ثبات جلوه دهند.

وی می‌گوید: در صنعت خودرو که آماده‌سازی شرایط برای تولید اولیه انبوه، حداقل دو سال طول می‌کشد و حداقل دوره بازگشت سرمایه حدود سه سال است، لازم است که این بازه حداقلی برای سرمایه‌گذار مطرح باشد. بماند که در سرمایه‌گذاری‌هایی مانند طراحی پلتفرم این بازه باید به

حدود حداقل ۱۰ سال برسد. این کارشناس بازار خودرو چالش دیگر را ثبات مصنوعی قیمت خودرو عنوان می‌کند و توضیح می‌دهد: دو سال است که عملاً قیمت اکثر خودروهای داخلی افزایش نیافته است. این در حالی است که به علت واقعیت‌های اقتصادی، اکثر این خودروها دارای حاشیه قیمتی در بازار آزاد شده‌اند.

وی تصریح می‌کند: از طرفی به همین میزان، خودروسازی‌ها، از سودی که باید وارد سرمایه‌گذاری‌های توسعه‌ای می‌شود، محروم مانده‌اند. به عبارتی خودروسازی در وضعیت فعلی، وضعیت جذابی برای سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت ندارد.



وی در پایان تحلیل خود پیشنهاد می‌دهد: به‌طور خاص دانشگاه‌ها می‌توانند در این زمینه نقش کلیدی بازی کنند و به دور از منافع جناحی، شرکتی یا فردی، بر مبنای روش‌های علمی و با معیارهای روشن، منافع ملی را در کوتاه‌مدت و بلندمدت به حداکثر ممکن برسانند؛ منافعی که باید ضمن تضمین منافع مصرف‌کننده، تولیدکننده و تمام بازیگران در زنجیره ارزش افزوده، به محیط زیست کمترین آسیب را برسانند و همزمان اشتغال را به حد مطلوب و ممکن بالا ببرند و از نظر سیاسی، استقلال ما را حفظ کنند و نهایتاً مزیت جدی و پایدار اقتصادی برای کشور به‌وجود آورد.

علیرغم تمام هیاهوهای مسئولان وزارت صنعت، تنها ۵ درصد از بازار داخلی، توسط خودروهای خارجی تأمین می‌شود. واقعیت سوم مونتاژکاری است. علی‌رغم اینکه سهم غالب بازار در اختیار خودروسازان داخلی است، ولی طی دو دهه اخیر بیشتر محصولات تولیدی در صنعت خودرو به صورت مونتاژ بوده است؛ اتفاقی که جز استمرار وابستگی به خارج، هیچ عایدی برای صنعت خودروی کشور نداشته است. واقعیت چهارم مدیریت دولتی است. هرچند که در سال‌های گذشته تلاش شد تا دو خودروساز بزرگ کشور به بخش خصوصی واگذار شود، ولی طبق اذعان مسئولان کنونی وزارت صنعت همچنان ایران خودرو و سایپا دولتی هستند. مهندس خسروشاهی، مشاور

صنعت خودرو گرفتار در تله ثبات مصنوعی قیمت

تصویب یک فوریت لایحه تعیین نرخ جدید کرایه تاکسی‌های تهران

اعضای شورای اسلامی شهر تهران در پنجاه‌وششمین جلسه خود با ۲۰ رأی موافق و یک رأی مخالف یک فوریت لایحه شهرداری تهران در خصوص تعیین نرخ کرایه تاکسی در سال ۹۷ را به تصویب رساندند.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، در جریان بررسی این لایحه پورسیدآقایی، معاون حمل و نقل شهرداری تهران با تشریح اینکه نرخ کرایه انواع تاکسی پیش از آغاز سال ۱۳۹۷ پیشنهاد شده بود، افزود: با توجه به اینکه تکمیل این لایحه با تعطیلات نوروز همزمان شد، به همین علت ارسال آن به شورا به بعد از عید موکول شد. در ادامه این جلسه علیخانی، رئیس کمیسیون حمل‌ونقل شورای شهر تهران به عنوان موافق تصویب یک فوریت این لایحه، ابراز امیدواری کرد اعضای شورا به یک فوریت رأی دهند و کمیسیون حمل‌ونقل شورا نیز آمادگی دارد در کوتاه‌ترین زمان این لایحه را بررسی کند.

الویری، رئیس کمیسیون برنامه و بودجه شورای شهر تهران دیگر موافق این طرح گفت: تصویب یک فوریت این طرح باعث می‌شود این لایحه خارج از نوبت در کمیسیون حمل و نقل بررسی شود و در مرحله بعد در خارج از نوبت در دستور کار شورای شهر قرار گیرد.

وی افزود: این تغییرات نیاز به بررسی دارد و این تصویب فرصت لازم را فراهم می‌کند.

در نهایت اعضای شورای شهر تهران با ۲۰ رأی موافق یک فوریت این لایحه را به تصویب رساندند.

بازار در انتظار کاهش قیمت خودروهای وارداتی ارز تک‌نرخ می‌شود؟

فعالان بازار خودرو معتقدند پس از اجرای سیاست ارز تک‌نرخ، قیمت خودروهای وارداتی باید کاهش یابد.

به دنبال افزایش قیمت دلار در هفته گذشته و اوج گرفتن آن تا حدود ۶ هزار تومان تا روز دوشنبه، شاهد بودیم که برخی شرکت‌های واردکننده خودرو دست به توقف فروش زدند. در این میان، با وجود افزایش قیمت برخی خودروهای وارداتی، زمزمه‌هایی نیز در رابطه با افزایش قیمت بیشتر این خودروها شنیده می‌شد.

این در شرایطی است که به باور رئیس اتحادیه نمایندگان دارندار و فروشندگان خودروی تهران، در ماه‌های اخیر شرکت‌های واردکننده خودرو چندین بار افزایش قیمت داشته‌اند، اما خودروهایی که این شرکت‌ها در حال حاضر به مشتریان تحویل می‌دهند، با دلار ۲۷۰۰ تومانی وارد شده است.

با این وجود، به دنبال اجرای سیاست ارز تک‌نرخ در جلسه ویژه دولت در دوشنبه شب، سعید مومنی پیش‌بینی کرد که دیگر نمایندگان رسمی می‌توانند واردات خودرو را با دلار تک‌نرخ ۴۲۰۰ تومانی انجام داده و باید قیمت محصولات خود را کاهش دهند.

امراه امینی، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی نیز معتقد است متأسفانه شاهد هستیم که شرکت‌های واردکننده خودرو با کمترین نوسان صعودی دلار، قیمت این محصولات را افزایش می‌دهند. به عنوان مثال اواخر سال گذشته که نرخ دلار در بازار آزاد به حدود ۵۰۰۰ هزار تومان رسید، بیشتر واردکننده‌ها قیمت خودرو را متناسب با این نرخ افزایش دادند.

بسی گفته‌وی، در هفته‌های اخیر نیز برخی شرکت‌های واردکننده خودرو به دنبال نوسانات صعودی نرخ ارز باز هم قیمت محصولات خود را افزایش دادند. با این حال با اقدام قاطع دولت در تک‌نرخ کردن دلار و کاهش قیمت آن به ۴۲۰۰ تومان، قیمت خودروهای وارداتی به میزان قابل توجهی که حداقل ۲۰ درصد است، باید کاهش یابد.

اما بررسی بازار خودروهای وارداتی نشان می‌دهد که هنوز پس از اعمال سیاست ارز تک‌نرخ، واردکنندگان خودرو تصمیمی برای کاهش قیمت‌ها نگرفته‌اند.

ورود سازمان بازرسی به موضوع گرانی خودرو

افزایش سرسام‌آور قیمت خودروهای وارداتی با سازمان بازرسی را به این موضوع باز کرد. به گزارش جهان نیوز، قاضی سراج گفت سازمان بازرسی به موضوع گرانی خودروها ورود کرده است. وی با تأکید بر اینکه گرانی خودروهای داخلی و خارجی را به شدت پیگیری می‌کنیم، افزود: اقداماتی برای جلوگیری از گرانی خودرو در دست انجام است. قاضی سراج ادامه داد: در این هفته با مسئولان عالی جلسه‌ای برگزار می‌شود تا بتوانیم جلوی گرانی خودروها را بگیریم.

دوئل واردات و تولید خودرو در سال جدید

رکود، قاچاق، واردات بی‌رویه و... جایگاه کلای ایرانی نام‌گذاری شده که به علت پیچیدگی و شرایط خاص بازار خودرو ایران، وجه عملی حمایت از خودروی ایرانی با سایر بخش‌ها متفاوت است.

به گزارش مهر، مرتضی مصطفوی در یادداشتی با اشاره به نام‌گذاری امسال به عنوان سال حمایت از کلای ایرانی، الزامات تحقق این رویکرد در حوزه صنعت خودرو را مورد اشاره قرار داده است که از نظر تان می‌گذرد:

همان طور که اعلام شد، مقام معظم رهبری سال جدید را به نام سال حمایت از کلای ایرانی نامیدند. اینکه چرا امسال به این عنوان، نام‌گذاری شده چندان جای تعجب ندارد چرا که طی سال‌های بعد از جنگ، کالا و تولید ایرانی از جایگاه خوبی برخوردار نبوده و در سال‌های اخیر نیز به علت تحریم،

پرداخت مطالبه‌های قطعه‌سازان شتاب می‌گیرد

گرفت و این گروه تصمیم دارد سیاست سال گذشته خود در این امر را با قدرت بیشتری دنبال کند.

به گفته وی، سایپا سال گذشته بیش از ۶ هزار میلیارد ریال از طلب قطعه‌سازان را با یک برنامه مبتکرانه و همکاری شبکه بانکی کشور پرداخت کرده است و امسال هم این روند را با جدیت دنبال خواهد کرد.

پس از اجرای این طرح توسط مدیریت ارشد سایپا، تولید خودرو در این گروه افزایش چشمگیری یافت و این گروه توانست تمام رکوردهای قبلی خود در زمینه تولید روزانه، هفتگی و ماهانه را جابه‌جا کند؛ ضمن این‌که گروه سایپا هدف تولید خود در سال ۹۶ را که تعداد ۶۶۶ هزار



راهاندازی پویش «بدون توقف» برای رفع مشکلات جوانان در کسب و کار

«نان استاپ» رونمایی شد

پس از رونمایی پویش «بدون توقف» (نان استاپ) به عنوان یک رویداد علمی، این رویداد رفع موانع کسب و کار جوانان را در قالب دومین جلسه خود پیگیری کرد. به گزارش رتبه آنلاین، این رویداد فناورانه که با شعار برقراری ارتباط موثر میان فعالان اقتصادی جوان راهاندازی شده است، با حضور جوانان برگزار می‌شود. بر پایه این گزارش، پویش «بدون توقف» در اولین نشست سال ۹۷ خود که طی ۱۵ فروردین با موضوع کارآفرینی و شبکه‌سازی برگزار شد، تلاش کرد تا در راستای تحقق اهداف گام بردارد. براساس این اطلاع، برقراری ارتباط موثر میان فعالان اقتصادی جوان، استخراج و طبقه‌بندی مشکلات کسب و کار جوانان از جمله اولین هدف‌ها در این نشست‌هاست.



نگاه



چالش‌های مالی آینده و فرصت‌هایی برای شرکت‌های نوپا

استارت‌آپ‌ها برای کسب خدمات مالی با چالش‌های متنوعی روبه‌رو هستند. البته ابزارهای مدرن، راه‌حل‌هایی کاربردی را در اختیار آنها قرار می‌دهند. دنیای اقتصاد در سال‌های اخیر با چالش‌ها و تغییرات گوناگونی روبه‌رو بوده است؛ از بحران‌های مالی جهانی تا تغییرات در ارتباطات مالی و تعاملات بین‌المللی، همگی انقلابی سناکت را در دنیای اقتصاد ایجاد کرده‌اند. به این موارد، ظهور استارت‌آپ‌های متنوع و نیاز به حمایت مالی را اضافه کنید که سبک جدیدی از خدمات مالی را از بانک‌ها انتظار دارد.

به هر حال با وجود پشت سر گذاشتن نسبی بحران‌های مالی جهانی، هنوز حمایت مالی رسمی از استارت‌آپ‌ها، فاصله‌ای زیاد با نیاز بازار دارد. اگرچه هنوز استارت‌آپ‌ها می‌توانند با مراجعه سنتی به بانک‌ها و با دلایل مختلف، سرمایه و وام تهیه کنند، اما اقدام هوشمندانه و کاربردی برای آنها، جذب سرمایه‌گذار آشنا به اکوسیستم است. سرمایه‌گذاری که علاوه بر تأمین مالی، توانایی تأمین ارتباطات و آموزش‌های لازم را نیز برای مؤسسان داشته باشد. چالش اصلی این است که تعداد سرمایه‌گذاران و هزینه قابل تأمین توسط آنها، هنوز فاصله زیادی با نیاز استارت‌آپ‌ها دارد.

در این میان، روش‌های سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها نیز در حال تحول هستند. به بیان دیگر تفکر استارت‌آپی باعث شده است روش‌های تأمین مالی نیز (مانند خود استارت‌آپ‌ها) به سمت ساختار شکنی پیش بروند. پس می‌توان نتیجه گرفت که آینده‌ای مملو از استارت‌آپ‌های مالی و روش‌های ساختار شکنانه برای تأمین نیازهای مالی در پیش روی ما قرار دارد. این روند، قطعاً چالش‌های خاص خود را خواهد داشت که در ادامه این مقاله زومیت به بررسی آنها و راه‌حل پیشنهادی می‌پردازیم.

چالش‌های مالی آینده برای شرکت‌های کوچک

اگر یک آشنایی اولیه با بانک‌ها، مؤسسات مالی و خدمات آنها داشته باشید قطعاً متوجه این قضیه می‌شوید که این سازمان‌ها عموماً برای کمک به شرکت‌های بزرگ و با سابقه طراحی شده‌اند. فرآیند سرمایه‌گذاری و تخمین ریسک در بانک‌ها و مؤسسات سنتی به‌گونه‌ای است که تنها در ارتباط با شرکت‌های بزرگ تأمین خواهد شد. یکی از دلایل مناسب نبودن بانک‌ها برای شرکت‌های کوچک، روندهای اداری و کاغذبازی سنتی آنها است. اطلاعات مورد نیاز برای دریافت وام از بانک‌ها بسیار چالش‌برانگیز و وقت‌گیر است. به بیان دیگر این روندها تنها زمان باارزش استارت‌آپ‌ها را از بین می‌برند. به‌عنوان مثال به روند طولانی معرفی ضامن، تهیه اسناد اداری و مالی شرکت و مذاکرات برای بازپرداخت وام‌ها توجه کنید. نکته نگران‌کننده‌تر اینکه برخی بانک‌ها و مؤسسات سرمایه‌گذاری سنتی، از اعتبار شخص مؤسس به‌عنوان ضامن پرداخت‌های مالی استفاده می‌کنند. این روند نیز استرس کاری مؤسسان را افزایش می‌دهد و چالشی جدید در مسیر پیشرفت ایجاد می‌کند. پس از این که موارد دشوار و چالش‌های دریافت وام از بانک‌ها و مؤسسات سنتی را درک کردید، آن را در تعداد مؤسسات مورد نظر کنید. قطعاً استارت‌آپ در حال مقیاس‌پذیری برای دریافت وام و سرمایه، به چند بانک و مؤسسه مراجعه می‌کند و این روندهای زمان‌بر را باید برای همه آنها انجام دهد. از طرفی، ذهنیت یک مؤسس استارت‌آپ، ساختار شکن و مدرن بود و پس از مدتی نمی‌تواند درک کند که چرا این همه روندهای ثابت و مشابه در تمام بانک‌ها اجرا شده و اصطلاحاً یک چرخه باطل به وجود آورده‌اند.

گزینه‌های پیش‌رو

به هر حال بانک‌های سنتی برای ارائه خدمات بهتر به کسب‌وکارهای مدرن، نیاز به بازنگری در روند کاری خود دارند. به‌روزرسانی روندهای اعتبار سنجی، اتوماسیون فرآیندهای اداری و جمع‌آوری اطلاعات و افزایش منابع مالی برای شرکت‌های نوپا، از راه‌حل‌هایی است که می‌تواند

هزینه‌های امنیتی دلیل اصلی افزایش پاداش ۲۰۱۷ زاکربرگ

پاداش مارک زاکربرگ در سال ۲۰۱۷، در اثر افزایش هزینه‌های امنیتی برای حفاظت از وی به ۸.۹ میلیون دلار افزایش یافته است.

براساس اسناد منتشر شده از دریافتی‌های مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس‌بوک، مشخص شد که بنیانگذار بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی جهان طی سال ۲۰۱۷ پاداش بیشتری دریافت کرده که دلیل آن افزایش هزینه‌های امنیتی است. اطلاعات ارائه‌شده نشان از این دارد که میزان پاداش دریافتی زاکربرگ با افزایشی ۵۳.۵ درصدی به ۸.۹ میلیون دلار رسیده که دلیل اصلی این افزایش، بالارفتن هزینه‌های امنیتی حفاظت از او است.

به گزارش زومیت، ۸۳ درصد از پاداش جدید به هزینه‌های حفاظتی اختصاص دارد و بخش بزرگی از باقی‌مانده پاداش، به انجام پرواز با هواپیمای اختصاصی تخصیص یافته است. زاکربرگ در طول سال ۲۰۱۷ سلسله سفرهایی به تمام ایالت‌های آمریکا انجام داد که در سال‌های قبل شاهد انجام چنین اقدامی نبودیم. هزینه امنیتی زاکربرگ از ۴.۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۶ به ۷.۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۷ افزایش پیدا کرده است.

از جمله هزینه‌های ثبت‌شده باید به نصب و استفاده از سیستم‌های جدید امنیتی در اقامتگاه زاکربرگ در سان‌فرانسیسکو و پالو آلتو اشاره کرد. رئیس کمیته مربوط به پاداش در فیس‌بوک نیز هزینه‌های انجام‌شده را تأیید کرده و این هزینه‌ها را واکنشی به افزایش نگرانی‌ها در رابطه با حفظ امنیت جانی مدیرعامل فیس‌بوک خوانده است.

هرچند پاداش سالانه زاکربرگ افزایش یافته، اما حقوق سالانه وی همچنان یک دلار باقی مانده است. البته قدرت رأی زاکربرگ افزایش یافته و به ۵۹.۹ درصد رسیده است.

فیس‌بوک که در دو سال اخیر در آمدی بیش از پیش‌بینی‌ها کسب کرده است، درگیر حاشیه‌هایی شده که مهم‌ترین آن به رسوایی کمبریج آنالیتیکس و سوءاستفاده این کمپانی تحلیلی از اطلاعات ۸۷ میلیون کاربر این شبکه اجتماعی مربوط است. ضمناً باید به دخالت و جهت‌دهی روس‌ها از طریق فیس‌بوک به انتخابات ایالات متحده آمریکا نیز اشاره کرد.

بانک‌ها را به منابعی قابل اعتماد برای استارت‌آپ‌ها تبدیل کند. از طرفی، فناوری‌های مدرن مالی و شرکت‌های فین‌تک نوظهور، در حال انجام وظایف مورد انتظار از بانک‌ها هستند و به‌مرور، خود را جایگزین آنها خواهند کرد. در نهایت، آنها خواهند بود که با سرعت بیشتر، خدمات مالی را در اختیار مؤسسان قرار می‌دهند. در ادامه برخی از راهکارهای مدرن مالی مناسب برای استارت‌آپ‌ها را معرفی می‌کنیم.

سیستم وام‌دهی آنلاین

سرویس‌های آنلاین قرض‌دهی مدتی است که جای خود را در بخش سرمایه‌گذاری استارت‌آپ‌ها پیدا کرده‌اند. در این سیستم‌ها وام‌های مشابه وام‌های بانکی اهدا می‌شود اما تفاوت در کاهش روندهای اداری و ضمانت‌های دست و پاگیر است. این سرویس‌ها، امکانات را برای هر دو طرف وام‌دهنده و وام‌گیرنده فراهم می‌کنند. در یک سیستم وام‌دهی آنلاین شما یک بار اقدامات مربوط به تأیید شرکت را انجام می‌دهید و وام‌دهندگان نیز شرایط خاصی برای تأمین سرمایه ندارند. علاوه بر آن برخی سیستم‌ها مانند Kabbage از امکانات پیشرفته‌تری همچون رصد آنلاین فعالیت‌های شرکت استفاده می‌کنند که روند تأیید صلاحیت برای دریافت وام را به‌درستی انجام می‌دهد. این سیستم با دریافت آمارهای مالی در ماه یا سال گذشته، شرکت درخواست‌دهنده را در دسته‌بندی‌های مختلف وام قرار می‌دهد. نمونه‌های ایرانی از این سیستم‌ها وام‌دهی به مرور در اینترنت تأسیس شده‌اند. چالش اصلی این سرویس‌های داخلی، فرهنگ‌سازی برای سرمایه‌گذاران و همچنین مؤسسان استارت‌آپ‌ها است. علاوه بر آن، زیرساخت‌های لازم برای تأیید صلاحیت‌ها نیز باید بهینه شوند.

جمع‌سپاری

جمع‌سپاری یا کراوفاندینگ مدتی است که در فضای استارت‌آپی به شهرت مناسبی رسیده و این شهرت را تا حدودی مدیون سرویس‌های عالی کیک‌استارت است. در این سبک از جذب سرمایه، کارآفرین با معرفی محصول و کسب‌وکار خود، دیگران را متقاعد به سرمایه‌گذاری می‌کند.

برای پس دادن کمک‌های دریافت‌شده نیز راه‌های مختلفی از اعطای نسخه‌های رایگان محصول یا درصد سود دریافتی از درآمدهای آتی پیشنهاد می‌شود.

فروش دارایی

یکی از روش‌های کمتر مرسوم برای جذب سرمایه، فروش دارایی یا فاکتورهای نقدنشده است. البته این روش به صورت‌های متنوع مانند

فروش چک‌های آتی در کشور ما نیز وجود دارد و آن چنان مدرن نیست.

در این روش، استارت‌آپ مطالبات وصول نشده قانونی خود را با تخفیف به شرکت دیگری می‌فروشد. شرکت دوم ریسک وصول مطالبات را قبول کرده و در عوض در این بین درآمدی را کسب خواهد کرد. علاوه بر روش‌های گفته شده می‌توان به فروش توکن نیز اشاره کرده که باوجود کاهش مورد نظر کنید. قطعاً استارت‌آپ در حال مقیاس‌پذیری معتبری دارد. البته این روش عموماً در استارت‌آپ‌های فعال در حوزه بلاک‌چین استفاده می‌شود. در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که چالش‌های مالی و تأمین سرمایه، همیشه پیش روی استارت‌آپ‌ها قرار دارد و آنها در این رقابت با هم‌تایان بزرگ‌تر خود، مشکلات زیادی خواهند داشت. در این میان، راه‌حل اساسی و کاربردی، ساختار شکنی در فضای مالی و رجوع به منابع جایگزین است. از طرفی بانک‌های سنتی نیز باید این نکته را در نظر داشته باشند که تنها با ارائه خدمات مدرن و تسهیل شرایط برای شرکت‌های نوپا، می‌توانند در بازار آتی مالی فعالیت مفید داشته باشند و مشتریان همیشگی جذب کنند.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان زنجان خبر داد

معافیت ۲ساله برای پرداخت حق‌بیمه کارفرمایان

مجوز کسب و کار در صورت استخدام بیکاران دارای مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر که در مراکز کارایی و مشاوره شغلی ثبت‌نام کرده‌اند به مدت دو سال از پرداخت حق بیمه سهم کارفرما معاف می‌شوند.

این مسئول با یادآوری اینکه معافیت مذکور مشروط بر این خواهد بود که لیست بیمه ارسالی آنها به سازمان تأمین اجتماعی بعد از استخدام نیروی کار جدید نسبت به قبل از استخدام فارغ‌التحصیلان دانشگاهی افزایش یافته باشد، ادامه داد: کارگاه‌های مشمول این مشوق به‌زای هر دو نفر بیمه‌شده صرفاً مجاز به استخدام یک نفر نیروی کار جدید دارای مدرک دانشگاهی هستند. یوسفی با بیان اینکه بیکاران دارای مدرک کارشناسی و بالاتر که حداقل سه ماه از ثبت‌نام آنها در مراکز کارایی و مشاوره‌ای سپری شده است، می‌توانند در کارگاه‌های



تولیدی و خدماتی استخدام و مشمول این مشوق‌های بیمه‌ای شوند، اظهار کرد: حداکثر سن برای مقطع کارشناسی ۲۵ سال، برای مقطع کارشناسی ارشد ۲۸ سال و برای دکترا ۳۲ سال است.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان زنجان، از معافیت دو ساله برای پرداخت حق‌بیمه کارفرمایان در راستای ابلاغ آیین‌نامه اجرایی بند الف تبصره ۱۴ قانون بودجه سال ۹۶ کل کشور خبر داد.

محمدرضا یوسفی در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، با بیان اینکه همه کارگاه‌های تولیدی و خدماتی دارای مجوز کسب و کار از پرداخت حق‌بیمه سهم کارفرما تحت شرایطی معاف می‌شوند، افزود: طبق ابلاغ آیین‌نامه اجرایی بند الف تبصره ۱۴ قانون بودجه سال ۹۶ کل کشور و در راستای بند ۳ تا ۷ بسته «اشتغال و توانمندسازی نیروی کار»، مصوبه ستاد اقتصادی مقاومتی، معافیت دو ساله برای پرداخت حق‌بیمه سهم کارفرمایان در نظر گرفته شده است. وی هدف از اعمال این امتیاز را تحریک‌بخشی بازار کار کشور، حمایت

از کارفرمایان و ایجاد اشتغال از طریق ترغیب و تشویق کارفرمایان کارگاه‌های تولیدی و خدماتی به استفاده از نیروی کار جدید، عنوان و تصریح کرد: بر این اساس، همه کارگاه‌های تولیدی و خدماتی دارای

ستاری: حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت از کالای ایرانی است

و آنها را درست آموزش دهیم، در این صورت اقتصادی بر پایه دانش شکوفا می‌شود، پایه این اقتصاد دانش و عقل است. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور سپس به پیشرفت اقتصادی قرچک اشاره کرد و گفت: اتفاقات خوبی در قرچک

در سال‌های اخیر افتاده است، شهرک صنعتی قرچک به سرعت توسعه یافته و راه‌افتادن ۲۵۰ شرکت در مدت یک‌سال خبر خوبی است، صنایع آلاینده را به شهرک صنعتی قرچک نیاورید که به آب و محیط‌زیست شما صدمه وارد کند. وی افزود: باید صنایع پاک را وارد

قرچک کنیم، ما هم آمادگی داریم هر کمکی را که بتوانیم برای توسعه صنایع دانش‌بنیان و «های‌تک» انجام دهیم، مهم تقویت زیرساخت‌های کارآفرینی در قرچک است. ستاری با بیان اینکه باید

شرایط تربیتی خانواده‌ها برای بروز خلاقیت‌های جوانان فراهم شود، گفت: مهم این است که به فرزندان خود معتقد باشیم و گمان نکنیم با پول می‌توان خوشبختی آورد و اشتغال درست کرد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور و رئیس بنیاد ملی نخبگان گفت: حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت از کالای ایرانی است.

به گزارش مهر، سورنا ستاری پیش از ظهر یکشنبه در همایش «حمایت از کالای ایرانی» طی سخنانی توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها را حمایت از کالای ایرانی دانست و گفت: برای پیشرفت باید همه ما بخواهیم تلاش کنیم، محیط اقتصاد در کشور را مردم درست می‌کنند و دولت در زیرساخت‌ها حمایت و کمک می‌کند، اما تا مردم به صحنه نیایند، پیشرفت امکان ندارد. وی از ورود مفاهیم جدید به اقتصاد کشور خبر داد و افزود: متأسفانه در اقتصاد نفتی همه ما عادت کردیم استخدام جایی

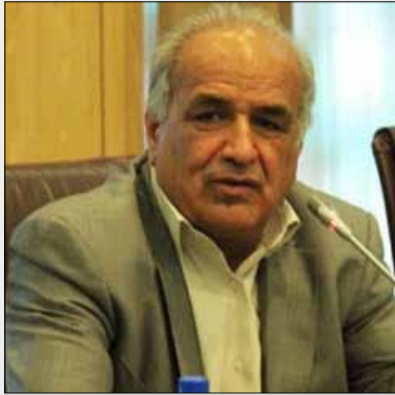
باشیم و حقوق بگیریم، حد این اقتصاد همین است، که ما داریم، اقتصاد زمانی شکوفا می‌شود که به کارآفرین اهمیت داده و محیط کسب و کار را درست کنیم و به جوان‌ها و فرزندان خود اهمیت داده



شفافیت لازمه بهبود فضای کسب و کار

عضو کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ایران و نایب‌رئیس اتاق بازرگانی اصفهان گفت: شفافیت لازمه بهبودبخشی به فضای کسب و کار در جامعه است.

مصطفی روناسی در گفت‌وگو با رادیو اقتصاد افزود: بدون شک با تقویت شاخص شفافیت در حوزه‌های مختلفی از قبیل مدیریتی، اجرایی، قانون، مقررات و موارد مشابه دیگر پدیده رانت و فساد در جامعه به شدت کاهش و در برابر چرخ تولید ملی روان‌تر از همیشه به چرخش در خواهد آمد. وی همچنین اظهار داشت: شفافیت پایین در اقتصاد عامل گسترش فساد و جلوگیری از فعالیت سالم اقتصادی است، بنابراین وجود این عوامل هزینه‌های گزافی را به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند.



یادداشت

سودآوری هدفمند: آیا کسب و کار شما در امور خیریه مشارکت دارد؟

به قلم میرندا مارکیت
مترجم: سعیده کریمی

شرکت تعاونی فاینشال سرویس، شرکت ارائه‌دهنده فناوری‌های مالی که از اتحادیه‌های اعتباری حمایت می‌کند، اخیراً برنامه‌ای با عنوان هدف تعاونی راه‌اندازی کرده است. این برنامه، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را برای اتحادیه‌های اعتباری تعریف می‌کند. این شرکت تعاونی به عنوان بخشی از این برنامه نوآورانه خود با شرکت یوبی شریک شده است. سامانتا پکسون، مدیر ارشد بازاریابی شرکت تعاونی، می‌گوید «اتحادیه‌های اعتباری غیرانتفاعی هستند و ما همیشه به دنبال کمک کردن به اجتماع هستیم. ما همیشه به دنبال هدایت هدفمند هستیم».

پکسون امیدوار است اقدامات نوآورانه اخیر برای تمرکز بر هدف، به اتحادیه‌های اعتباری کمک کند تا کسب و کارشان را رونق بخشند و هر جا که نیاز است کار خیرخواهانه انجام دهند. پکسون امیدوار است با مشارکت یوبی به رشد سود مالی کودکان کمک کنند. آنها ابزاری طراحی کرده‌اند که به کودکان محروم کمک می‌کند مفاهیم مالی را بیاموزند. این ابزار به همراه تجهیزات کلاسی یوبی به مدارس ارسال خواهد شد. پکسون اشاره می‌کند که «هدف ما تنها دادن صدقه نیست. ما به سلامت مالی افراد کمک می‌کنیم. کمک به افراد در راه تأمین مالی می‌تواند تفاوت بزرگی در کل زندگی ایشان ایجاد کند».

مشارکت با یوبی به این شرکت کمک می‌کند تا در مدل کسب و کار غیرانتفاعی خود هدفمندی را ترغیب کند. پکسون می‌گوید «ما امیدواریم اتحادیه‌های اعتباری بیشتری در سطح محلی خود با ما همکاری کنند نه اینکه فقط در اقدامات بزرگ ما شریک شوند».

فلر و پکسون هر دو اشاره می‌کنند که ایجاد تأثیر اجتماعی به عنوان بخشی از کسب و کار امروزه بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است. گشتن به دنبال مشکلات و حل آنها، و ایجاد کسب و کار حول این مشکلات مسیری طولانی برای رفتن پیش پای صاحبان کسب و کار می‌گشاید. تحقیقات نشان می‌دهد مشتریان دوست دارند بدانند از شرکت‌هایی خرید می‌کنند که تعهدات اجتماعی دارند. مشتریان می‌خواهند احساس خوبی از خرید خود داشته باشند. کارمندان نیز دوست دارند در شرکت‌هایی مشغول به کار شوند که بینش وسیعتری از اجتماع و از دنیا دارند.

امروزه مردم به دنبال دلیلی برای کمک کردن می‌گردند. شما می‌توانید آن دلیل را فراهم کنید و به کسب و کارتان بینش بدهید. حتی اگر از روز نخست با هدفی اجتماعی آغاز به کار نکردید، هنوز هم می‌توانید به کسب کارتان معنا ببخشید، تکانی به امور بدهید تا کاری بیش از تلاش برای کسب سود انجام داده باشید.

در سال‌های پیش رو، کسب و کارهایی موفق‌تر خواهند بود که اهمیت گسترش زیربنای اجتماعی را درک کنند و در اجتماع‌شان دست به امور نیکوکارانه بزنند. فناوری و تغییر مسیر کشور به بخش خدمات، جامعه ما را عوض کرده است. ارزش‌هایمان و اهداف‌مان در حال تغییرند، نسل جدید به خوبی این تغییر جهت را نشان می‌دهند. یک شغل تنها یک شغل نیست. کسب و کار، حرفه و شغل همگی بخشی از زندگی ما و کیستی ما هستند. بسیاری از ما به دنبال معنایی در زندگی می‌گردیم. کارآفرینان اجتماعی و شرکت‌هایی مانند یوبی در کنار شرکای تعاونی، راه را هموار می‌کنند تا نشان دهند که می‌شود با کارهای نیکوکارانه یک کسب و کار موفق ساخت.

منبع: allbusiness



هدف گذاری رشد ۲ برابری حجم اقتصاد دانش بنیان کشور در سال ۹۷

حمایت از کالای ایرانی به شمار می‌آید. ستاری با بیان اینکه در تلاشیم تا حجم اقتصاد دانش بنیان حداقل دو برابر شود، اضافه کرد: رشد ما در سال گذشته قابل قبول بوده، اما هنوز با استانداردهای مد نظر فاصله زیادی داریم.

وی توسعه استارت‌آپ‌های حوزه «آی.تی» و شرکت‌های حوزه فناوری را قابل ملاحظه خواند و گفت: باید با چتر پوششی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری این رشد و توسعه را حفظ کرده و شتاب بخشیم.

براساس این گزارش، ستاری پیش از بازدید از شهرک صنعتی قرچک با خانواده شهید والامقام «جواد محبی» نیز دیدار داشت.

وی در این دیدار طی سخنانی دیدار با خانواده شهید را نعمتی بزرگ دانست و گفت: باید دیدار با خانواده شهید را مغتنم بشماریم و قدر نعمت‌هایی که خدا به ما داده را بدانیم.



معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور و رئیس بنیاد ملی نخبگان گفت در تلاش هستیم تا حجم اقتصاد دانش بنیان حداقل دو برابر شود. به گزارش مهر، سورنا ستاری صبح یکشنبه در حاشیه بازدید از شهرک صنعتی قرچک طی سخنانی با بیان اینکه نیروی انسانی فوق‌العاده‌ای در کشور وجود دارد، گفت: باید با توسعه شرکت‌های دانش بنیان برای پیشرفت و توسعه اقتصادی کشور تلاش کنیم و در این راه از ظرفیت نیروی انسانی کشور بهره کافی را ببریم.

وی فعالیت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را نسبت به کارهای معمول صورت گرفته در کشور فناور دانست و گفت: در سال ۹۷ این روند رشد علمی و فناوری ادامه خواهد داشت.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور و رئیس بنیاد ملی نخبگان به شعار سال «حمایت از کالای ایرانی» اشاره کرد و گفت: توسعه استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان یکی از پایه‌های معاونت علمی و فناوری است که این امر در واقع

نمایشگاه «کار» اردیبهشت ماه برگزار می‌شود

که هم‌اکنون در تهران و برخی از استان‌ها توسط کاربایی‌ها انجام می‌شود. وی با بیان اینکه در حال حاضر دفاتر کاربایی با ثبت‌نام مقرری‌بگیران بیمه بیکاری فقط می‌توانند همان مبلغ حق ثبت‌نام و مشاوره شغلی را دریافت کنند، افزود: در تلاشیم با بهره‌گیری از ماده ۱۲ قانون بیمه بیکاری بتوانیم از این درآمدها به بخش خصوصی (کاربایی‌ها) هم پرداخت کنیم. به گفته مدیرکل هدایت نیروی کار و کاربایی‌های وزارت کار، با نظر وزیر کار، مشوق‌هایی نیز برای اشتغال مجدد مقرری‌بگیران بیمه بیکاری برای کاربایی‌ها در نظر گرفته و لایحه‌ای در این خصوص برای تصویب به هیأت دولت ارسال شده که با موافقت سازمان تأمین اجتماعی بابت اشتغال مجدد، یک ماه حقوق مانده مقرری‌بگیر به کاربایی پرداخت شود. به

گزارش ایسنا، در حال حاضر بیش از ۸۰۰ کاربایی داخلی در کشور فعالیت می‌کنند. برابر آمارها در ۱۱ ماهه سال گذشته ۳۵۵ هزار نفر در کاربایی‌ها ثبت‌نام کردند که از میان آنها ۶۳ هزار و ۸۶۰ نفر مشغول به کار شدند.

مدیرکل هدایت نیروی کار و کاربایی‌های وزارت کار از برگزاری نمایشگاه کار از پنجم تا هشتم اردیبهشت‌ماه سال ۹۷ خبر داد. به گزارش ایسنا، مجری برگزاری این نمایشگاه کاربایی مرکز کار ایران

است که در آن شرکت‌های داخلی و خارجی حضور پیدا می‌کنند. در این نمایشگاه تعدادی از استارت‌آپ‌ها نیز حضور دارند و تمهیداتی پیش‌بینی شده تا کاربایی‌های داخلی و بین‌المللی علاقه‌مند بتوانند به صورت رایگان در این نمایشگاه شرکت کنند. اما محمد اکبرنیا - مدیرکل هدایت نیروی کار و کاربایی‌های وزارت کار - برگزاری این نمایشگاه را یک حرکت عظیم ملی دانست که موجب بالابردن قابلیت کاربایی‌ها، توسعه اشتغال کشور و ایجاد اشتغال برای جوانان می‌شود و تأکید کرد: کسانی در این نمایشگاه حضور پیدا می‌کنند که قصد جذب نیروی جدید را داشته باشند. اکبرنیا در ادامه از پیش‌بینی مشوق‌هایی برای اشتغال مجدد مقرری‌بگیران بیمه بیکاری توسط کاربایی‌ها خبر داد و گفت: یکی از واگذاری‌های مورد بحث امور مربوط به بیمه بیکاری است



۳ روش آسان برای ساختن برندی که رهبر صنعت خود باشد

اجتناب از برقراری ارتباط چشمی، تظاهر به آنکه مشغول صحبت با تلفن هستید، نگاه کردن به سمت دیگر، سرعت گرفتن، همه ما کارهایی مشابه این‌ها را انجام داده‌ایم. این موارد تکنیک‌هایی است که ما به‌طور غریزی از آنها استفاده می‌کنیم تا از مواجهه با کارشناسان قاطع فروش که ما را به گوشه‌ای می‌کشند تا اطلاعاتی را که برای مان جذابیتی ندارند به ما بدهند، اجتناب کنیم. اشتباه برداشت نکنید، شاید افراد مایل به شنیدن این اطلاعات باشند، اما ترجیح می‌دهند آن را به طریقی که مایل‌اند و به شکلی محترمانه و در موقعیتی مناسب دریافت کنند، در واقع در اوقات فراغت خود وقت خود را صرف برندهایی که به آن وفادار هستند، کنند.

در ادامه سه راه برای ایجاد تجربه برند برای مشتری که مشتریان دیگر از آن اجتناب خواهند کرد و پا به فرار نمی‌گذارند، بلکه از آن استقبال کرده و به دنبال آن خواهند آمد، بیان شده است:

حضور یکنواخت در بازارهای اینترنتی و بازاریابی از طریق کانال‌های پخش

برای آنکه تجربه برند دلنشین در مشتریان خود ایجاد کنید لازم است چند نکته را رعایت کنید. اول آنکه سعی کنید به صورت یکپارچه عمل کنید، یعنی هم در بازاریابی اینترنتی و از طریق سایت و هم در فروشگاه‌های فیزیکی برای محصولات خود، از استراتژی‌ها و تم‌های یکسانی استفاده کنید. با مشتریان برخورد مناسبی داشته باشید، در فروشگاه به آنها اجازه دهید محصولات را امتحان کنند، در صورت توانایی، این امکان را در سایت فروشگاه اینترنتی خود نیز قرار دهید، در واقع مشتریان را در انتخاب و امتحان محصولات و خدمات خود آزاد بگذارید، مدام برای خرید به آنها فشار نیارویز، بگذارید تمام آنچه را می‌خواهند امتحان کنند و فقط در صورتی که از شما تقاضا کردند آنها را راهنمایی کنید، در سایت فروشگاه اینترنتی نیز امکان دسترسی، بیان سوالات و تغییر انتخاب خود از برندی به برند دیگر را برای آنها قرار دهید. نکته دیگری که لازم است به آن توجه کنید آن است که سعی کنید به مشتریان پیشنهادت شخصی بدهید، در سایت فروشگاه اینترنتی خود با توجه به جست‌وجوهای قبلی مشتریان پیشنهاداتی منحص به آنها و با توجه به علاقه‌شان، بدهید و در فروشگاه‌ها نیز با توجه به شناخت خود از مشتریان، به نیاز آنها پیشنهاداتی منحص به خودشان را بدهید. با این روش می‌توانید وفاداری مشتریان به برند خود را جذب کرده و علاوه بر آن تجربه برند خوبی برای آنها ایجاد کنید.



اجرای درست برنامه‌های وفاداری سازی مشتریان به برند

برای مشتریان دائمی خود برنامه‌های وفاداری ایجاد کنید. تحقیق کنید، سعی کنید مشتریان خود و عادات و علایق آنها را بشناسید تا بدانید از چه طریقی می‌توانید آنها را دوباره به سمت خود برگردانید. از طریق برنامه‌های وفاداری سازی سعی کنید تعامل مشتریان با برندینگ و محصولات را افزایش دهید، به این صورت هم سود بیشتری کسب کرده‌اید و هم وفاداری مشتریان به برند شما افزایش یافته است. با توجه به نوع محصولات می‌توانید از برنامه‌های مختلفی استفاده کنید مثلا برگزاری مسابقه و اهدای جوایز ارزشمند. اما آنچه همواره باید به آن توجه داشته باشید آن است که باید مشتریان خود را به خوبی بشناسید تا بتوانید برنامه‌هایی را که مورد علاقه آنها خواهد بود و از آن استقبال خواهند کرد شناسایی و اجرا کنید.

با بزرگان صنعت خود همکاری کنید

استفاده از این استراتژی راه‌حلی عالی برای دسترسی به قسمت‌های دیگر بازار و جذب مشتریان جدید است. به این صورت همواره نوآوری خواهید داشت و می‌توانید برند خود را گسترش دهید و علاوه بر اینکه در بازار مورد نظرتان جزو برندهای پیشرو خواهید بود، می‌توانید برند خود را نیز قدرتمند کنید.

استفاده از این استراتژی‌ها سبب می‌شود تجربه برندی ایجاد کنید که مشتریان را به سمت خود می‌کشاند. حتی اگر به درستی عمل کنید خواهید توانست با استفاده از تبلیغات دهان به دهان نیز نام برند خود را در بین مصرف‌کنندگان شناخته شده کنید.

منبع: belovedmarketing

۱۴ راهکار برای تبلیغات رایگان کسب‌وکار (۱)



از بخش کسب‌وکار گوگل گرفته تا ایجاد ویدئو در یوتیوب

به قلم کارولینا فوری
ترجمه: علی آل‌علی

هنگامی که در یک کسب‌وکار کوچک با بودجه‌ای محدود مشغول کار هستید، صرف هزینه ۳۴۰ هزار دلاری برای یک تبلیغ تلویزیونی ۳۰ ثانیه‌ای به هیچ وجه امکان‌پذیر نیست. همچنین گزینه‌های کم‌خرج‌تری مانند اختصاص ۱۰ هزار دلار برای بازاریابی ایمیل محور نیز دور از ذهن خواهد بود.

بی‌تردید در عصری که اغلب اقدامات تبلیغاتی نیازمند هزینه است، مواجهه با بودجه‌ای اندک تردیهای زیادی پیرامون نحوه تعامل‌تان با مخاطبها و فرآیند جذب مخاطب پدید می‌آورد. خوشبختانه امروزه راهکارهای زیادی برای دریافت خدمات تبلیغاتی بدون صرف هزینه فراهم شده است. به این ترتیب با افزودن تکنیک‌های تبلیغات رایگان به استراتژی بازاریابی خود امکان پرهیز از صرف هزینه‌های اضافی برای شما وجود خواهد داشت. در حقیقت، این مقاله به قلم کارولینا فوری به بیان برخی از این راهکارهای مفید پرداخته است. در ادامه هرکدام از این موارد را به صورت مجزا مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱- استفاده از بخش کسب‌وکار گوگل
یکی از بهترین راه‌های ارانه تبلیغات رایگان برای هر کسب‌وکاری استفاده از سرویس My Business گوگل است. این سرویس با ارائه خدماتی نظیر تنظیم موقعیت جغرافیایی محل کسب‌وکار روی نقشه و همچنین سازماندهی دسته‌بندی موتور جست‌وجوی گوگل از طریق اعلام زیرشاخه‌های کسب‌وکارها نقش مؤثری در افزایش جذب مخاطب برای برندها دارد. به این ترتیب با بهره‌گیری از بخش My Business به‌راحتی در جست‌وجوهای محلی رتبه بهتری کسب خواهید کرد. با این حال توجه داشته باشید که رتبه شما در جست‌وجوها به هیچ وجه ثابت نخواهد ماند. کسب رتبه مطلوب مبتنی بر فعالیت مناسب در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است.

۲- حضور به عنوان نویسنده میهمان در وبلاگ‌ها
حضور به عنوان نویسنده میهمان در وبلاگ‌های مشهور اگرچه درآمدی را برای ما به همراه نخواهد داشت، اما مزایای قابل توجه دیگری به ارمان می‌آورد. شما می‌توانید با استفاده از این شیوه با مخاطب‌های این وبلاگ ارتباط برقرار کنید. همچنین به تدریج با حضور مداوم در وبلاگ‌های مشهور علاوه بر برندان خود شما نیز به یک برند مهم در

زمینه کارشناسی امور کسب‌وکار تبدیل خواهید شد. در بازاریابی اینترنتی نداشته‌اید، به هیچ وجه رتبه یک رستوران‌های نزدیک برای کاربران نخواهید بود. در دنیای پرسرعت و رقابتی امروز اگر از طریق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی قادر به جلب توجه‌ها نباشید، هیچ ابزار رایگانی به کمک‌تان خواهد آمد.

۲- بهبود شرایط با استفاده از Yext

به‌طور معمول هرقدر برندان بیشتری در لیست کسب‌وکارهای آنلاین قرار بگیرد، شانس شما برای کسب جایگاه بهتر در موتورهای جست‌وجو افزایش خواهد یافت. به این ترتیب مشتریان بیشتری هم قادر به برقراری ارتباط با شما خواهند بود. در مقیاس محلی برای اطمینان از دسترسی راحت کاربران اینترنتی به برندان به هنگام جست‌وجو در اینترنت کوچک‌ترین اطلاعات نیز دارای اهمیت هستند. به عنوان مثال حتی تیتراصلی سایت شما و اکت‌های رسمی‌تان در شبکه‌های اجتماعی نیز نقشی مهم در الگوریتم‌های جدید موتورهای جست‌وجو دارند.

بی‌تردید آگاهی از وضعیت برندان در اینترنت اقدام برای بهبود شرایط را آسان‌تر خواهد کرد. براین اساس بازار کمکی Yext با جست‌وجوی دقیق فضای اینترنت هر فهرستی را که نام برندان در آن ذکر شده باشد برای شما به نمایش در می‌آورد. به این ترتیب شما قادر به تماس با تهیه‌کنندگان فهرست‌هایی که در آنها حضور ندارید به منظور افزودن نام برندان خواهید بود.

۳- حضور به عنوان نویسنده میهمان در وبلاگ‌ها
حضور به عنوان نویسنده میهمان در وبلاگ‌های مشهور اگرچه درآمدی را برای ما به همراه نخواهد داشت، اما مزایای قابل توجه دیگری به ارمان می‌آورد. شما می‌توانید با استفاده از این شیوه با مخاطب‌های این وبلاگ ارتباط برقرار کنید. همچنین به تدریج با حضور مداوم در وبلاگ‌های مشهور علاوه بر برندان خود شما نیز به یک برند مهم در

در این پلتفرم افزایش خواهد یافت. در بسیاری از مواقع کاربران مطالب موردعلاقه‌شان را بازنشر کرده و به نوعی بازاریابی مجانی برای دیگران انجام می‌دهند. به این ترتیب با اختصاص زمان کافی برای نگارش مطلب می‌توانید از جذب مخاطب بالا به شیوه مستقیم یا با کمک دیگر کاربران مطمئن باشید.

شاید آمار کاربران لینکدین در مقایسه با فیس‌بوک یا توئیتر شما را از فعالیت در این پلتفرم ناامید کند. در اینجا باید به چند نکته مهم توجه داشت. نخست اینکه شمار محدودتر کاربران لینکدین، باتوجه به تخصص‌شان در حوزه کسب‌وکار، پتانسیل بیشتری برای جذب از سوی برندها دارند. در این راستا براساس گزارش‌های رسمی نمی‌توان از ترافیک انتقالی کاربران شبکه‌های اجتماعی به وبسایت شرکت‌ها از طریق لینکدین صورت می‌گیرد. براین اساس در مورد لینکدین نباید صرفا به آمارهای مربوط به تعداد اعضا توجه کرد. علاوه بر این میزان بازدید از مطالب مربوط به کسب‌وکار در هیچ پلتفرمی با لینکدین قابل مقایسه نیست.

۴- پاسخ به پرسش‌های سایت Quora

سایت Quora یکی از بزرگ‌ترین موسسات آنلاین در زمینه پاسخگویی به طیف متنوع پرسش‌های کاربران است. به این ترتیب نگارش مطلب برای این سایت به برندان امکان دستیابی به حجم وسیعی از مخاطب‌ها را خواهد داد. براساس گزارش TechChurch برخی از مطالب Quora بیش از ۳۰ هزار بازدید ماهانه دریافت می‌کنند. این رقم بالای تردید برای هر برندی هدفی جذاب و وسوسه‌کننده محسوب می‌شود. علاوه بر این به هنگام پاسخگویی به سوالات امکان گفت‌وگوی مستقیم کاربران با بخش پشتیبانی شرکت‌تان نیز فراهم می‌شود. به این ترتیب با پاسخگویی به پرسش‌های موجود در این سایت امکان دستیابی به مخاطب‌های علاقه‌مند را به دست خواهید آورد. با این حال توجه کنید که در زمینه کسب‌وکارتان است. ورود به مسائلی که با ماهیت برندان در تضاد است، وجهه‌تان را نزد مخاطب خدشدار می‌کند.

۵- انتشار مطالب در لینکدین
لینکدین فضایی برای برقراری ارتباط با افراد متخصص است. به همین دلیل اغلب مطالب مرتبط با کسب‌وکار در این پلتفرم منتشر می‌شود. استفاده از سرویس وبلاگ‌نویسی لینکدین به شما امکان به اشتراک‌گذاری تجربیات‌تان با دیگران را می‌دهد. به این ترتیب سطح تعامل و ارتباط شما با دیگر کاربران

ادامه دارد...
منبع: hubspot

مدرسه تبلیغات



واقعیت تبلیغات (۳)

در ذهن ۱۸۰ میلیارد نفر

به قلم راسر ریوز

فرانکلین دلانو روزولت با یک فیزیکدان از لس‌آلاموس که اصرار داشت یک کار خاص قابل انجام دادن نیست به بحث و گفت‌وگو پرداخت. روزولت سماجت کرد که: «اما شما مدام می‌گویید که به صورت تئوریک ممکن است.» فیزیکدان پاسخ داد: «بله ممکن است! از نظر تئوریک حتی امکان شمارش تمام ماسه‌های صحرای بزرگ آفریقا نیز وجود دارد. اما عملا، امکان‌پذیر نیست.» برای افراد عادی که تحقیق را متوجه نمی‌شوند، احتمالا تقسیم کل جمعیت آمریکا و گنجاندن آنها در دواتق نیز به همین اندازه غیرممکن باشد. اما همان‌گونه که حرفه‌ای‌های عرصه تحقیق می‌دانند، ما تنها به یک نمونه گسترده نیاز داریم، نمونه‌ای گسترده و عمیق که انعکاس‌دهنده کل جمعیت باشد. شرکت تد بیش از اوائل دهه ۴۰ میلادی شروع به انجام چنین تحقیقی کرد. این کار بسیار سخت و دشوار است و در زمان کار روی جزئیات نیز مرتب اشتباهات زیادی شدیم، اما تمام جمعیت را در نهایت به دو دسته تقسیم کردیم: افرادی که کمپین‌های محصولات دارای بسته‌بندی بزرگ را به یاد داشتند و افرادی که چنین کمپین‌هایی را به یاد نداشتند، سپس تعداد افراد هر گروه را که از محصول تبلیغ شده استفاده می‌کنند سنجیدیم. این تحقیق دیدی عالی از درون ذهن ۱۸۰ میلیارد مصرف‌کننده به ما داد. مردم کدام کمپین‌ها را به یاد می‌آورند و کدام کمپین‌ها آنها را به خرید ترغیب کرده‌اند. همچنین، همانطور که خواهید دید، تعداد زیادی از کمپین‌هایی که مردم زحمت یادآوری آنها را به خود نمی‌دهند و کمپین‌هایی که هیچ تأثیری بر میزان فروش ندارند نیز شناسایی خواهند شد. ما در فواصل زمانی منظم با هزاران نفر در ۲۷۵ منطقه مختلف سراسر قاره مصاحبه کردیم. نمونه با دقت بسیاری به سن، درآمد، نژاد و اندازه شهر تقسیم می‌شود. ما فقط کمپین‌های تبلیغاتی بزرگ را می‌سنجیم. بزرگ‌ترین اعتبار، ۱۷۵۰۰۰۰ دلار و کوچک‌ترین نیز ۴۰۰۰۰۰ دلار است. بودجه میانگین برای هر برند حدود ۵۰۰۰۰۰ دلار در سال خواهد بود. ما این موارد را می‌سنجیم:

۱. تعداد افرادی که تبلیغ حال حاضر شما را به یاد می‌آورند (و افرادی که به یاد نمی‌آورند). ما این مورد را نفوذ می‌نامیم.
۲. تعداد مشتریان در هر گروه. تفاوت این دو رقم نشان‌دهنده تعداد افرادی است که از طریق تبلیغات شما به استفاده از محصول شما ترغیب شده‌اند. ما این مورد را جذب مشتری می‌نامیم.

چنین مطالعه‌ای برای یک برند، در یک سال، اکثر حسد و گمان‌ها را از بین خواهد برد. به قول یک ضرب‌المثل قدیمی: «در کشور کورها، مرد یک چشم پادشاه است.»

به هر حال، یک مطالعه تنها بسیار شبیه به تماشای ستارگان روی یک قایق بادبانی مسابقه‌ای است. ممکن است محل دقیق حضورتان در آن لحظه را به شما اعلام کند، اما نقطه‌ای که قیلا در آن حضور داشتید یا سرعت حرکت را مشخص نخواهد کرد و نحوه بررسی باد و جریان‌های حامل قایق را نیز نشان نخواهد داد. همچنین، از سرعت، مکان و جهت حرکت رقبا هم اطلاعاتی نخواهید داشت. اما زمانی که چنین مطالعه‌ای برای صدها برند انجام شود و نتایج و کمپین‌های وری تغییرات جهت شناسایی دلایل اصلی به صورت سالانه مورد تحلیل و بررسی قرار گیرند، یافته‌ها ارزش بالایی خواهد داشت. حالا مسابقه تبلیغات به شکلی باور نکردنی شفاف‌سازی می‌شود. سرعت، موقعیت و مسیر کشتی‌ها را می‌دانیم، می‌دانیم کجاییم، کجا می‌رویم و چه زمانی باید مسیر را تغییر دهیم. حالا نمودارهایی برای هدایت، چراغ‌هایی برای نشان دادن صخره‌ها و فانوس‌هایی برای نشان دادن لنگرگاه‌های امن وجود دارد. رئیس یک شرکت مشهور گفت: «تبلیغات برای من، یکی از رازهای تجارت آمریکایی است. می‌توانم موجودی خود را فهرست کنم. می‌توانم هزینه کارخانه‌های خود را محاسبه کنم. می‌توانم مالیات را مشخص کنم، افست ارزش خود را تخمین بزنم، هزینه فروش را تعیین کنم، بازگشت سهام خود را بدانم. ولی هنوز هم گاهی اوقات حدود ۱۸ میلیون دلار در سال برای تبلیغات هزینه می‌کنم و نمی‌دانم چه چیزی در قبال آن به دست می‌آورم.»

او تنها نیست. تبلیغات، یک گرداب پرتلاطم است که هر سال، میلیون‌ها دلار در آن ریخته می‌شود. این دلارها می‌چرخند و ناپدید می‌شوند و در پایان سال، مقامات شرکت باید حدس بزنند که چه چیزی را با این مبالغ خریدند.

یکی از بزرگ‌ترین تولیدکننده‌های دنیا، این پدیده را به شکلی متفاوت توضیح می‌دهد: «می‌دانم که حداقل نیمی از پول تبلیغات من هدر می‌رود. مشکل این است که نمی‌دانم کدام نیمه آن هدر می‌رود!»

مطالعات ما در مورد نفوذ و جذب مشتری، به این مشکل پاسخ خواهد داد. برای اولین بار یک روش حسابرسی برای تحقیقات خواهیم داشت.

برای اولین بار می‌توانیم از پرده هفتم به تبلیغات نگاه کنیم.

و این حداقل جمله‌ای است که می‌توانیم بر زبان آوریم: «ما از واقعیت‌های هیجان‌انگیزی پرده‌برداری کردیم.»

ادامه دارد...
منبع: کتاب Reality In Advertising
کمپین تبلیغاتی در ذهن ۱۸۰ میلیارد نفر

تبلیغات خلاق



به قلم جان نمو
مؤسس و مدیرعامل لینکدین
مترجم: صهبا صمدی

خبر خوب برای آنهایی که می‌خواهند از لینکدین برای افزایش فروش خدمات‌شان استفاده کنند این است که داده‌های جمع‌آوری شده از این شبکه ارتباط حرفه‌ای نشان می‌دهد که تولید محتوای معتبر، منحصر به فرد و بدون کمی‌برداری از سایر منابع، می‌تواند باعث شود توجه مخاطبان به شما جلب شده و برای شما وقت بگذارد. لینکدین با انتشار نتایج تحقیقاتش نشان داد که تنها ۱۲ درصد از متخصصان حاضرند برای مطالعه محتوای تخصصی در زمینه شغلی‌شان پول بدهند و این در حالی است که میزان انتشار محتوای تخصصی و رایگان در فضای مجازی روز به روز افزایش پیدا می‌کند. این نکته حاکی از قدرت بازاریابی محتواست و یکی از دلایلی است که باید تولید محتوای ارزشمند و رایگانی را که به حل مسائل بازار هدف بپردازد، جدی بگیرید. تولید محتوای تخصصی نه تنها آغازگر تعامل با مخاطب و مشتریان بالقوه است، بلکه باعث می‌شود مخاطبان در آینده هم برای دریافت خدمات تخصصی به شما رجوع کنند. طبق این گزارش لینکدین، «در حالی که ۸۷ درصد مخاطبان اعلام کردند که برای دسترسی به مطالب مورد نیازشان پولی پرداخت نمی‌کنند، تنها ۷۶ درصد گفتند که در سال آینده هم مطمئناً برای دریافت اطلاعات و مطالب مورد نیازشان پولی پرداخت نخواهند کرد. ۱۳ درصد اعلام کردند که در مورد این موضوع تصمیمی نگرفته‌اند و منتظر هستند تا از چگونگی دسترسی به اطلاعات تخصصی در سال جدید مطلع شوند. عامل اساسی تصمیم‌گیری مخاطبان در مورد خرید مطالب تخصصی، کیفیت مطالب رایگان است.»

این موضوع برای کاربران لینکدین چه کاربردی دارد؟ اگر در فضای لینکدین - یا هر فضای مجازی دیگر - به تولید محتوا و بازاریابی از طریق محتوا می‌پردازید خوب است به این نکات توجه کنید:

بازاریابی محتوا + لینکدین (فضای مجازی) = تخصص بیشتر، پول بیشتر
تولید محتوا این روزها از همیشه آسان‌تر شده است. چه از طریق یک وبلاگ نوشته یا یک پادکست باشد، یا از طریق ارائه یک سمینار آنلاین (ویبنار)، تولید محتوا باعث اثبات ارزش شما شده و اعتماد مشتریان بالقوه را افزایش می‌دهد. وبلاگ نویسی یا سایر اشکال تولید محتوا باید همیشه برای مخاطبان مشخصی تولید شوند. اطمینان حاصل کنید که محتوای تولیدی شما توصیه‌ها یا فنون قابل اجرائی را در اختیار خواننده قرار می‌دهد و آنها می‌توانند این توصیه‌ها را در صنعت تا تخصص خاصی در جهت رسیدن به اهداف‌شان به کار ببرند. این کار باعث می‌شود که شما از سایر رقبای این عرصه - به ویژه در بستر لینکدین - تمایز پیدا کنید و به عنوان متخصص و صاحب‌نظر در زمینه کاری‌تان شناخته شوید.

محتوا + بستر مناسب = تعامل تجاری
بهداشت داشته باشید که مطالبی که شما به رایگان در اختیار مخاطبان قرار می‌دهید، دروازه ورود به تعاملات تجاری بوده و در درازمدت برای محصول یا خدمات شما، کانال فروش ایجاد می‌کند.

در لینکدین می‌توانید رفتار مخاطب را ارزیابی و در مورد هر مطلبی که منتشر می‌کنید با مخاطبان وارد تعامل شوید. لینکدین بستری است که فضای مناسبی را برای ایجاد روابط تجاری در اختیار شما قرار می‌دهد. البته شما می‌توانید از قابلیت جست‌وجوی لینکدین هم برای پیدا کردن فهرستی از افراد که جزو گروه هدف هستند، استفاده کنید. کلید موفقیت در لینکدین، ایجاد رابطه مستقیم با مخاطبان در وهله اول و سپس عبور از مرحله جذب مخاطب و شروع یک گفت‌وگوی دو نفره یا تک تک مخاطبان است تا به این وسیله بتوانید کالا یا خدماتی را معرفی کنید که برای آنها ارزش است. به ندرت ممکن است کسی به یاد گرفتن مجانی چند فوت و فن کاری با ارزش نه بگوید. به خاطر داشته باشید که قبل از اینکه از مخاطب چیزی بخواهید یا پیشنهادهای تجاری به او ارائه دهید، باید بتوانید محتوای با ارزش و معتبری به او ارائه کنید. بعد از اینکه مقداری توصیه‌های رایگان و با ارزش به مخاطب ارائه دادید، می‌توانید از مخاطبانی که جذب کرده‌اید بخواهید که برای دریافت اطلاعات و مشاوره بیشتر وارد معامله شوند. به خاطر داشته باشید که همانقدر می‌توانید از مخاطب انتظار عمل داشته باشید که برای او ایجاد اعتماد کرده‌اید.

محتوا = ارزش رایج بازار

تا وقتی که محتوای باکیفیت و با ارزش تولید می‌کنید، حتماً مخاطب خواهد داشت.

لینکدین یک شبکه اجتماعی از متخصصان مشاغل مختلف است که بسیار قدرتمند و معتبر بوده و بستر مناسبی برای هویت‌سازی و اعتمادسازی برای کسب‌وکارهاست. تولید و انتشار محتوا در لینکدین به شما این امکان را می‌دهد که توانایی و تخصص خود را در عمل نشان دهید. لینکدین بزرگ‌ترین و قوی‌ترین شبکه اجتماعی متخصصان سراسر جهان است که افراد را بر اساس تعاملات کاری‌شان به هم متصل می‌کند. از این فرصت بهره ببرید!

در حساب کاربری‌تان در لینکدین باید بتوانید تخصص خود را معرفی و اثبات کنید.

منبع: inc

بازاریابی بهینه با استفاده هوشمندانه از شبکه‌های اجتماعی



به قلم مت دی آنجلو
ترجمه: علی آغلی

امروزه کسب‌وکارهای مختلف با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و فیس‌بوک امکان برقراری ارتباط مستقیم و شخصی‌سازی شده با مشتریان‌شان را دارند. اگرچه شاید بخش قابل توجهی از مشتریان و مخاطب‌های شرکت شما از حضورتان در شبکه‌های اجتماعی بی‌اطلاع باشند، اما راهکارهای زیادی برای جلب توجه آنها در دسترس است. به‌طور کلی بی‌اطلاعی کاربران از حضور یک شرکت در شبکه‌های اجتماعی از دو علت ناشی می‌شود. نخست ناآگاهی از حضور آن برند در شبکه‌های اجتماعی و دوم عدم علاقه به مشاهده پست‌های ارسال. یکی از راهکارهای خلاقانه برای ایجاد ارتباطی قوی و پایدارتر آنلاین با مشتریان قرار دادن بخش برنامه یا خوراک شبکه‌های

اجتماعی مشهور (فیس‌بوک، اینستاگرام، پینترست و توییتر) روی وبسایت رسمی شرکت است. کدیم فایف، طراح فشن شعبه نیویورک برند WOLACO، با توجه به تجربه‌اش در استفاده از این شیوه نظر جالبی در مورد کاربرد بخش خوراک شبکه‌های اجتماعی در وبسایت‌ها دارد: «بر اساس تجربه شخصی‌ام این فعالیت یک مزیت واقعی است. صاحبان کسب‌وکارهای کوچک باید حداکثر استفاده را از شبکه‌های اجتماعی داشته باشند. در وضعیت کنونی توجه نکردن به شبکه‌های اجتماعی ماهیت برندها را غیرحرفه‌ای به نمایش در می‌آورد.»

فرآیند کلی قرار دادن بخش خوراک یا پروفایل‌مان در وبسایت رسمی شامل ایجاد ویجت و بارگذاری آن به صورت مستقیم در کد HTML سایت است. شیوه ساخت ویجت با توجه به پلتفرم موردنظر ممکن است اندکی متفاوت باشد. اگرچه در صورت آگاهی هر چند جزئی از کدنویسی سایت مراحل مدنظر بسیار ساده خواهد بود. همچنین اگر از WordPress یا Wix استفاده می‌کنید، امکان بهره‌گیری از ویجت‌های آماده این دو شرکت برای شما وجود دارد.

اگر به دنبال انجام فرآیند مذکور به صورت شخصی هستید، در این مقاله مت دی‌آنجلو اقدام به بررسی گام‌های موردنیاز به صورت ساده برای فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر و پینترست کرده است. در ادامه هر کدام از این پلتفرم‌ها را با یکدیگر مورد بررسی قرار خواهیم داد.

فیس‌بوک
برخلاف دیگر شبکه‌های اجتماعی سایت‌محور، فیس‌بوک سرویس ساده‌ای را برای اتصال پروفایل یا خوراک به وبسایت‌ها فراهم کرده است. در صورت تمایل تنها کافی است سری به آدرس صفحه URL خود در این شبکه اجتماعی بزنید، سپس ابعاد ویجت‌تان را تعیین و به همین سادگی کد موردنیاز را دریافت کنید. با کلیک روی گزینه «دریافت کد» تیم فنی فیس‌بوک کد JavaScript و HTML را برای شما به نمایش در خواهد آورد.

اینستاگرام سرویس مشابهی مانند فیس‌بوک برای تهیه کدهای HTML ارائه نمی‌کند. در حقیقت، اینستاگرام تنها سازوکاری برای کاربران به منظور بارگذاری یک پست خاص بر روی سایت‌شان را در دسترس قرار داده است. به این ترتیب اگر مایل به بارگذاری تمام پست‌های تان روی صفحه اصلی وبسایت خود هستید، باید از یک شبکه میزبان سوم استفاده کنید. خوشبختانه ابزارهای غیرمستقیم فراوانی به منظور بارگذاری تمام پست‌های اینستاگرام روی سایت در دسترس علاقه‌مندان قرار دارد. InstaWidget یکی از نمونه‌های قرار آمد از جمله چندین ابزار موجود در مارکت‌های دیجیتال است. این ابزار در دسترساند سرویس تولید ویجت فیس‌بوک عمل می‌کند. به این ترتیب با وارد کردن نام کاربری و تنظیم ابعاد ویجت براهی کد JavaScript و HTML ویژه خود را دریافت خواهید کرد. اگر به هر دلیلی علاقه‌ای به استفاده از این ابزار ندارید، نرم‌افزارهای دیگری مانند Stadget و LightWidget نیز گزینه‌های مناسبی به حساب می‌آیند. اگر بخواهم صادق باشم، تفاوتی

میان ابزارهای کمکی برای بارگذاری صفحه اینستاگرام روی سایت‌ها وجود ندارد. هدف اصلی استفاده از بازخوردها و تأثیرات مثبت این اقدام بر روی فرآیند فروش و بازاریابی است. در این مورد توجه به اظهارنظر کدیم فایف خالی از فایده نیست: «ما اکانت‌های فیس‌بوک و اینستاگرام خود را تنها به این دلیل بر روی سایت‌مان قرار می‌دهیم تا از تأثیرات مثبت این اقدام بر روی فرآیند فروش، برندسازی، افزایش ترافیک و بازاریابی بهره‌مند شویم. هیچ هدف دیگری به جز موارد اقتصادی و مرتبط با کسب‌وکار از این اقدام وجود ندارد.»

توییتر
بارگذاری پست‌های توییتر روی سایت شرکت شامل فرآیند ایجاد ویجت کسب‌وکار از طریق پروفایل ویژه شرکت‌های تجاری است. خوشبختانه در توییتر مانند فیس‌بوک نیازی به استفاده از نرم‌افزارهای جانبی برای تولید ویجت نیست. تنها کافی است به بخش تنظیمات بروید و ویجت دلخواه‌تان را طراحی کنید. سپس کد موردنظر برای بارگذاری در وبسایت به‌طور خودکار در اختیار شما قرار خواهد گرفت. به منظور انجام هرچه راحت‌تر این فرآیند روی تصویر پروفایل‌تان کلیک کنید و به بخش تنظیمات و فضای شخصی بروید. در اینجا روی گزینه Widgets کلیک

و Creat New را انتخاب کنید. توییتر به‌طور پیش‌فرض سه هنگام ساخت ویجت از شما در مورد کاربرد مدنظر آن مانند به اشتراک‌گذاری پروفایل، پست‌ها، فهرست از پیش تعیین شده، امکان لایک مطالب و جست‌وجو میان پست‌ها سؤال خواهد کرد. بر اساس پاسخ شما کد ویژه‌ای در اختیارتان قرار خواهد گرفت. با قرار دادن این کد در بخش ویژه کدهای HTML و JavaScript در پنل سایت‌تان ویجت موردنظر روی سایت به نمایش در خواهد آمد.

پینترست
پینترست به منظور کسب رضایت هرچه بیشتر کاربران یک سازنده ویجت را در اختیار آنها قرار می‌دهد.

منبع: businessnewsdaily

۴ عنصر اصلی برای تقسیم‌بندی بودجه بازاریابی

نوشته‌لری آلتون
ویلاگ نویس و پژوهشگر حوزه بازاریابی آنلاین
مترجم: صهبا صمدی

برای صاحبان کسب‌وکار و کارآفرینانی که به قدر کافی درآمد دارند و می‌توانند بودجه‌ای مجزا برای بازاریابی در نظر بگیرند، دانستن اینکه چقدر باید خرج چه کاری کنند و منتظر چه نتیجه‌ای باشند، تقریباً غیرممکن است، اما باید این کار را از جایی شروع کنید. تا آموختن اینکه بهترین روش‌های بازاریابی برای کسب‌وکار شما کدامند راه درازی در پیش دارید، بنابراین بهتر است با آزمون و خطا کارتان را شروع کنید.

چهار مفهوم اصلی که در زمان تعیین بودجه بازاریابی باید به آنها توجه داشت

بازاریابی مسلماً نقشی اساسی در رشد کسب‌وکار دارد، اما نکته عجیب این است که کارآفرین و کسب‌وکارهای کوچک اکثراً توجه زیادی به بازاریابی نشان نمی‌دهند. به حاشیه رانده شدن بازاریابی معمولاً ناشی از جذابیت کمتر نتایج بلندمدت است. کسب‌وکارها می‌خواهند به سرعت به بازده مالی برسند، اما بازاریابی معمولاً به شکلیایی طولانی نیاز دارد. پس ابتدا شکلیایی را بیاموزید و سپس به سراغ تعیین بودجه بروید. وقتی که برای پرداختن به بودجه آماده شدید، نکات زیر را دنبال کنید و آنها را جزو ملاحظات اصلی خود قرار دهید.

۱- الگوهای میانگین هزینه

مسلماً نباید الگوهای مصرف بودجه را بر مبنای رفتارهای سایر شرکت‌ها پای‌بریزی کرد، اما دانستن اینکه دیگران چطور بودجه‌شان را برای فعالیت‌های بازاریابی مصرف می‌کنند، می‌تواند آموزنده باشد. طبق گزارش سال ۲۰۱۶ مؤسسه واسب بارکد (Wasp Barcode) از وضعیت کسب‌وکارهای کوچک، نحوه تقسیم بودجه شرکت‌های مورد مطالعه به این ترتیب است:

- ۹ درصد کسب‌وکارها هیچ بودجه‌ای برای بازاریابی در نظر نمی‌گیرند.
- ۲۵ درصد کسب‌وکارها، ۱ تا ۳ درصد درآمدشان را به بازاریابی اختصاص می‌دهند.
- ۲۹ درصد کسب‌وکارها، ۴ تا ۶ درصد درآمدشان را به بازاریابی اختصاص می‌دهند.
- ۲۴ درصد کسب‌وکارها، ۷ تا ۱۰ درصد درآمدشان را به بازاریابی اختصاص می‌دهند.
- ۹ درصد کسب‌وکارها، ۱۱ درصد درآمدشان را به بازاریابی اختصاص می‌دهند.
این آمار به روشنی نشان می‌دهد که میانگین تخصیص بودجه در زمینه بازاریابی، چیزی بین ۱ تا ۱۰ درصد از درآمد کسب‌وکار است و بیش از چهار پنجم شرکت‌ها به این شکل عمل می‌کنند. جالب است بدانید که ۶۲ درصد کسب‌وکارهای کوچک، بیش از ۴ درصد از درآمدشان را به بازاریابی اختصاص می‌دهند. البته این لزوماً به این معنا نیست که شما هم باید از این الگو پیروی کنید، اما نشان‌دهنده اهمیت حوزه بازاریابی است.

۲- کسب‌وکارهای کوچک منابع‌شان را چگونه سرمایه‌گذاری می‌کنند.

گزارشی که به آن اشاره شد همچنین بیان می‌کند که ایمیل، وبسایت و شبکه‌های اجتماعی سه مورد از مهم‌ترین ابزارهای بازاریابی هستند که در حال حاضر مورد استفاده کسب‌وکارهای کوچک قرار می‌گیرند. برای شرکت‌هایی که تعداد کارکنان به بیش از ۵۰ نفر می‌رسد، تبلیغات اینترنتی به اولویت دوم تبدیل می‌شود.

۳- سازماندهی اطلاعات مالی

اولین قدم در راه برنامه‌ریزی بودجه بازاریابی، سازماندهی تمام اطلاعات مالی شرکت است. همانطور که کارآفرین موفق، دیو لاونسکی (Dave Lavinsky) توضیح می‌دهد: «شناخت وضعیت مالی شرکت با سازماندهی اطلاعات درآمدی آغاز می‌شود. باید بدانید شرکت شما ماهانه چقدر درآمد دارد و نرخ تغییرات درآمدی شرکت چقدر است. البته درآمد شرکت در طول سال می‌تواند دستخوش تغییرات زیادی شود، اما باید اطلاعات را بر اساس درآمد قابل اتکا سازماندهی کنید.» درآمد قابل اتکا حداقل درآمد ماهانه شرکت است. برای مثال اگر درآمد کسب‌وکار شما در هر ماه بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان متغیر است، درآمد قابل اتکای شرکت ۱۰ میلیون تومان است. هر میزان درآمدی که بیش از درآمد قابل اتکا باشد باید به عنوان درآمد اضافی در نظر گرفته شده و تعیین بودجه لحاظ نشود.

۴- اتصال به گروه هدف

اگر می‌خواهید سرمایه‌گذاری شما در حوزه بازاریابی به بازگشت سرمایه (ROI) منجر شود، باید راه ارتباط با گروه هدف را پیدا کنید. صرف هزینه برای روش‌های غلط ارتباطی یکی از بدترین کارهایی است که می‌تواند باعث به هدر رفتن بودجه شود. برای شناخت شخصیت خریداران زمان بگذارید و عادات و رفتارهای مخاطب در شبکه‌های مجازی را بشناسید. یکی از بهترین راه‌های شناخت مخاطبان از طریق تحلیل رفتار مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی است. مخاطبان از طریق محتوایی که به اشتراک می‌گذارند، مطالبی که می‌پسندند، عکس‌هایی که منتشر می‌کنند و چیزهایی که می‌نویسند، اطلاعات زیادی را در اختیار شما قرار می‌دهند.

بودجه بازاریابی در یک نگاه

اگر می‌خواهید کسب‌وکار شما پیشرفت کند، باید یک استراتژی بازاریابی دقیق و منجمد داشته باشد. و البته قلب تپنده یک برنامه بازاریابی، بودجه تقسیم‌بندی شده و دقیق آن است. منبع: thebalance

کارآفرینی

تشخیص آرمان و هدف در کسب‌وکار

مترجم:سعیده‌گریمی

شرح تفاوت میان آرمان (goal) و هدف (objective) کار دشواری است و ممکن است در پایان باز هم شما تفاسوت بین اینین دو را درک نکنید. اینن دو واژه مهم و محبوب شاید مبهم‌ترین کلماتی هستند که ناچجا در تمامی کسب و کارها به‌کار می‌روند و شکی نیست که تفاوت میان این دو بسیار نامحسوس است.

آرمان‌ها و اهداف:

– آرمان مقصدی کلی و فراگیر است. «ما می‌خواهیم ظرف دو سال به ۵۰درصد از سهم بازار دست پیداکنیم.» یا «من می‌خواهم تا ۱۸ ماه آینده در مسابقات سه‌گانه شرکت کنم.» آرمان تعیین نمی‌کند چطور می‌خواهید به این سهم بازار دست یابید، راهکاری برای رسیدن به آن بیان نمی‌کند یا برای رسیدن به یک راهکار هیچ مسئولیتی را تعریف نمی‌کند، تنها مقصد را تعیین می‌کند. – هدف فعالیتیی خاص و قابل ارزیابی است که شما را به کار وامی‌دارد تا به سمت آرمانی کلی تر حرکت کنید. برای مثال «برای رسیدن به آرمان‌مان مبنی بر دستیابی به ۵۰درصد از سهم بازار ظرف مدت دو سال، می‌خواهیم محصول جدیدی را هر ۶ ماه در یک بخش از بازار معرفی کنیم.» یا «برای رسیدن به موفقیت در مسابقات سه گانه، یک مربی دو میدانی استخدام می‌کنم تا سرعتهم بهبود یافته و تکنیک‌های دوندگی بیشتری بیاموزم.» در هردو مورد اهداف را می‌توان به اجزای جزئی‌تری تقسیم کرد که به آن تاکتیک گفته می‌شود. با این حال، یک حلقه گم شده میان آرمان و اهداف هست: استراتژی.

استراتژی در کجای آرمان و اهداف قرار می‌گیرد: استراتژی آرمان‌ها را به اهداف متصل می‌کند.

رهبران و مدیران تجاری تلاش می‌کنند استراتژی‌هایی خلق و از اقداماتی پشتیبانی کنند که آنها را در جهت دستیابی به آرمان کلی شرکت سوق دهد. در مثال بالا برای دستیابی به آرمان ۵۰درصد از سهم بازار ظرف مدت دو سال، شرکت باید استراتژی خاصی را به کار ببندد و سپس مجموعه‌ای از اقدامات و فعالیت‌هایی را تعیین کند که برای محقق ساختن استراتژی ضروری است و استراتژی شرکت را به سمت آرمان پیش خواهد برد.

احتمالا استراتژی شرکت چیزی شبیه این خواهد بود:

برای دستیابی به ۵۰درصد سهم بازار ظرف مدت دوسال، ما استراتژی نوآوری در خدمات و محصولات را به‌کار می‌بندیم. محصولات جدید و خدمات پشتیبانی به روز ارائه می‌کنیم و در همین حال محصولات قدیمی را به تدریج خارج می‌کنیم تا به دست مجموع رو به رشد مشتریان در بازارهای هسته‌ای شرکت برسد. بیان استراتژی بدین شکل رویکردی را معین می‌کند که شرکت برای افزایش سهم بازار به‌کار می‌بندد. این استراتژی اقدامات اصلی را مشخص می‌کند، اما درمورد اجرایی کردن این اقدامات به اختصار توضیح می‌دهد. همانطور که در بالا اشاره شد، اهداف روی گزاره‌های جزئی‌تر متمرکز می‌شوند، از جمله ورود محصول جدید به بازار در بازه‌های شش ماه، به علاوه، اهداف می‌توانند به مجموعه‌ای از تاکتیک‌ها تقسیم شوند، از جمله: بررسی نیازهای مشتریان، استخدام مهندسان و مدیران محصولات و افزایش ظرفیت تولید برای حمایت از تولید محصولات جدید.

شخصی‌سازی آرمان‌ها واهداف:

در بسیاری از موسسات، تعیین آرمان‌ها و اهداف برای دوره زمانی مشخص در فرایند برنامه‌ریزی و ارزیابی عملکرد گنجانده می‌شوند. از آنجا که مدیران ارشد گاه این دو مفهوم و عبارت را با هم تلفیق می‌کنند، تشخیص تفاوت میان این دو واژه برای افراد مشکل می‌شود. یک راهکار سودمند این است که با استفاده از قالب زیر آرمان‌ها و اهداف‌تان را تجزیه کنید:

– یک تا سه جمله در توصیف مقصدی که برای پیشرفت شغلی خود در سال آینده نظر گرفتید، مکتوب کنید. اینها آرمان‌های شما هستند.

– برای هر یک از آرمان‌ها رویکرد سطح بالایی ارائه کنید که شما را به اهداف‌تان برساند.

برای مثال:

آرمان: قصد دارم در مدت معین با ارسال بازخوردهای بیشتر و بهتر، کارایی و اثربخشی در نقش مدیر را افزایش دهیم. برای سنجش عملکردم بر ارزیابی تیم تکیه خواهم کرد که با استفاده از روش بازخورد ۳۶۰ درجه در مقایسه با نتایج امسال انجام خواهد شد. همچنین اندازه‌گیری تعامل گروه من و دستیابی کلی ایشان به آرمان‌های شرکت مدنظر قرار می‌گیرد.

هدف: برای دستیابی به مقصودم مبتنی بر افزایش کارایی و اثربخشی خود در عنوان مدیر ظرف مدت معین، عرض سه ماه در دوره‌های آموزشی مرتبط با ارائه بازخوردهای سازنده و مثبت شرکت خواهم کرد و هر روز فهرست بازخوردهایم و نتایج آن را مرور خواهم کرد. در این نمونه، آرمان و راه دستیابی به آن به کمک هدف روشن و مشخص است. هم کارمند و هم مدیر می‌دانند که کارمند برای چه چیزی تلاش می‌کند، پیشرفت چگونه سنجیده خواهد شد و چطور به هدف دست خواهند یافت.

حرف آخر:

آرمان را مقصدی در نظر بگیرید و اهداف را اقداماتی که برای رسیدن به این مقصد ضروری هستند. از استفاده این دو مفهوم به جای یکدیگر خودداری کنید، مهم‌تر از همه به اعضای تیم‌تان بیاموزید چطور آرمان‌ها و اهداف مشخصی را تعریف کنند.

منبع:thebalance

به قلم راشل لیست

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

ترجمه:علی‌آلی

دسته‌بندی: دستیار هوشمند

آیا تا به حال ارزی انجام

امور خاص نظیر اطلاع‌رسانی

هنگام دریافت فایل جدید در

درآپ‌باکس یا ارسال وضعیت

هوا به صورت روزانه به صورت

خودکار از طریق کامپیوتر

شخصی یا گوشی همراه‌تان را

داشته‌اید؟ اگر پاسخ‌تان مثبت

است، خیر خوش برای شما

طراحی و معرفی IFTTT

خواهد بود. هدف اصلی از

طراحی این اپ انجام امور خاص

و ارتقای سطح سرویس‌دهی

دستیارهای هوشمند است. از

جمله خدمات ویژه و خاص

این اپ می‌توان به ارسال

خودکار اخبار مهم به وسیله

آنالیز دائمی اکانت کاربران در

شبکه‌های مجازی اشاره کرد. به

این ترتیب دیگر نیازی به صرف

زمان برای اطلاع از اخبار به

وسيله جست‌وجو در شبکه‌های

اجتماعی نیست.

Yahoo Weather دسته‌بندی: آب‌وهوا

نخستین پرسشی که هنگام

معرفی یک اپ پیش‌بینی

آب‌وهوا مطرح می‌شود، دلیل

انجام چنین کاری است.

امروزه تقریبا همه دستگاه‌های

هوشمند به صورت پیش‌فرض

به آخرین اخبار هواشناسی

دسترسی دارند. در این زمینه

حتی برند اپل نسخه ویژه اپ

هواشناسی را برای گوشی‌های

آیفون راه‌اندازی کرده است.

پاسخ این پرسش در امکانات

بی‌نظیر اپ یا هو نپفته است.

رابط کاربری آسان به همراه

اطلاعات تکمیلی دقیق علت

اصلی معرفی این اپ در این

بخش محسوب می‌شود. توسعه

دهنده‌های Yahoo Weather

علاوه بر ارائه اطلاعات دقیق

آن را به صورتی کاملا ساده

و همه فهم در اختیار کاربر

قرار می‌دهند. به این ترتیب

فهم علت شهرت بالای اپ

هواشناسی یا هو چندان دشوار

نخواهد بود.

Swarm

دسته‌بندی: سیر و سفر

همه دوستان و همکاران من

نسبت به علاقه‌ام به گشت‌وگذار

در نقاط مختلف جهان آگاه

هستند. بر همین اساس هنگامی

که برای نخستین بار با اپ

Swarm در سال ۲۰۱۴ آشنا

شدم، ساعت‌های متوالی به کار

با آن مشغول بودم. در این اپ

علاوه بر جست‌وجوی مکان‌های

دیدنی امکان به اشتراک‌گذاری

آنها با دیگر کاربران نیز وجود

دارد. همچنین به منظور

سهولت کاربران اغلب اطلاعات

پیرامون سرویس‌های رفاهی

در مسافران در نقاط مختلف

نیز به هنگام معرفی محل در

اختیار شما قرار خواهد گرفت.

۱۵ اپ کاربردی برای مردم عادی و اهالی کسب‌وکار

مدیریت آسان امور با اپ‌های هوشمند



به این ترتیب حتی اگر قصد

مراجعه به شهری برای انجام

امور کسب‌وکار‌تان را دارید،

با Swarm به‌راحتی قادر به

انجام تمام کارهای سفر‌تان

خواهید بود.

Four Square City Guide

دسته‌بندی: خوراکی

اپ مشهور Four Square

City Guide دیگر تنها

مرکز به اشتراک‌گذاری

نظرات کاربران در مورد

مسافرت‌های‌شان نیست. در

آخرین نسخه این اپ تیم فنی

راهنمای جامع برای مسافران

تهیه کرده است. این اپ

رابط کاربری و توصیه دیگر

کاربران بهترین رستوران‌ها

و مراکز عرضه غذا در امکان

گردشگری را به شما معرفی

خواهد کرد. به این ترتیب دیگر

نگرانی در مورد نحوه تهیه غذا

به هنگام سفر نخواهیم داشت.

Divvy

دسته‌بندی: خوراکی

همه ما تجربه مسافرت

به همراه دوستان‌مان را

داشته‌ایم. این نوع سفر یکی از

لذت‌بخش‌ترین تفریح‌های خیل

عظیمی از مردم است. تنها نکته

منفی در این میان دشواری

محاسبه سهم هر فرد به هنگام

خریدهای دسته‌جمعی است.

اپ Divvy با هدف رفع این

مشکل قدم به اپ‌استور و گوگل

پلی گذاشته است. براین اساس

تنها کافی است با دوربین

خودکار خرید عکس

گرفته و تعداد دوستان‌تان را

درج کنید. این اپ به صورت

خودکار سهم هر فرد از خرید

جمعی را نشان خواهد داد.

Slice

دسته‌بندی: خرید

یکی از مشکلات خرید

آنلاین انتظار برای دریافت‌شان

از سوی فروشنده است. اپ

Slice با اسکن ایمیل‌های افراد

تمامی فاکتورهای خرید آنلاین

را مورد بررسی قرار می‌دهد.

سپس با استفاده از اطلاعات

دقیق و در برخی موارد ارسال

پیام به تیم فنی فروشگاه شما

را از زمان دریافت سفارش‌تان

مطلع خواهد کرد.

Moovit

دسته‌بندی: مکان‌یابی

استفاده از وسایل حمل‌ونقل

عمومی یکی از ارزان‌ترین

گزینه‌ها برای عبور و مرور

در سطح شهر است. با این

حال تأخیر این وسایل معمولا

اخبار

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان :

افزایش ۱۳ درصدی مصرف بنزین استان لرستان در ایام تعطیلات نوروزی

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان از افزایش ۱۳ درصدی مصرف بنزین این استان در ایام تعطیلات نوروزی سال ۹۷ نسبت به سال ۹۶ خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان ، مهندس پیمان بهرامی مدیر این شرکت در خصوص مصرف بنزین و نفتگاز در ایام نوروز سال ۹۷ (از تاریخ ۹۶/۱۲/۲۴ لغایت ۹۷/۱/۱۴) گفت : در این مدت ۳۵ میلیون و ۹۷۵ هزار لیتر بنزین در استان مصرف شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۳ درصد افزایش داشته است. وی افزود: در این بازه زمانی با مصرف ۱۸ میلیون و ۱۷۳ هزار لیتر نفتگاز در استان نیز شاهد افزایش ۱۰ درصدی این فرآورده نفتی نسبت به مدت مشابه سال قبل در استان بوده ایم . بهرامی با اشاره به بازدیدهای کمی و کیفی کارشناسان این شرکت از مجاری عرضه سوخت در سطح استان، علت افزایش مصرف فرآورده بنزین را در ایام تعطیلات نوروزی افزایش مسافرتهای نوروزی به مقصد استان لرستان با توجه با جاذبه های دیدنی و آثار تاریخی و گردشگری منطقه دانست.



مدیر مخابرات منطقه گلستان :

تلاش بیشتر در جهت بهبود نقاط ضعف همزمان با تقویت نقاط مثبت

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- اقدامات انجام شده در سال ۹۶ که منجر به توسعه و رضایت مندی بیشتر شده است مروهون تلاش تمام کارکنان است.مهندس غلامعلی شهرمادی که درجگام کارکنان مدیریت ارتباطات سیار استان سخن می گفت : ضمن اعلام این مطلب افزود: از نقاط برجسته و مثبت حوزه ارتباطات سیار منطقه گلستان دارا بودن نیروهای متخصص ، توانمند و دلسوز می باشد بطوریکه در خلاف مخابرات مناطق دیگر در سطح کشور ، بسیاری از پروژه ها توسط کارشناسان بومی انجام شده که علاوه بر صرفه جویی مالی ارزشهای فراوانی داشته و فرصت معتنمی بوده که در اختیار کارشناسان قرار گرفته است.سوی پیگیری جدی امورات ، سلامت کاری و وجود جریان های کاری سالم را از نقاط قوت این حوزه دانست و ادامه داد همزمان با تقویت نقاط قوت تلاش بیشتری را در بهبود نقاط ضعف باید به کار بندیم. مدیر مخابرات منطقه گلستان با تشریح عملکرد مدیریت ارتباطات سیار در سال گذشته یکی از نقاط قابل بهبود را کنترل ، مدیریت بر آوردها ، صورتحساب و بازدیدها دانست و گفت دقت در نظارت لازم و ضروری است و در بهبود شرایط بسیار موثر می باشد. ایشان رفع کندی در تکمیل برخی پروژه ها و عدم توقف در اجرای طرح ها ، تسریع در روند خرابی بخصوص ایام تعطیل و تقویت تعاملات بین حوزه ای را خواستار شد و گفت : همگرایی و تحمل عقاید متفاوت ، تمرین در جهت ارائه رفتار مناسب و صحیح ، تقویت روحیه حمایت و برجسته سازی نقاط قوت باید بین کارکنان ایجاد گردد که همه اینها به عنوان عامل اساسی در پیشبرد امور شناخته شده است.

بنادر کنگان و دیر، به شناور چندمنظوره آنتشخوار مجهز شدند

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز- آیین بهره برداری از دو شناور چند منظوره آنتشخوار در بندر دیر و کنگان ، انجام شد. طی آیینی با حضور سرکار خاتم الماسی نماینده مردم دیر، کنگان، جم و عسلویه در مجلس شورای اسلامی، نورالله اسعدی سرپرست اداره کل بندر و دریانوردی استان بوشهر و دیگر مقامات شهرستانهای دیر و کنگان ، آیین بهره برداری از دو دستگاه شناور چند منظوره آنتشخوار انجام شد. نورالله اسعدی روز یکشنبه در آیین آغاز بکار ۲ شناور آنتشخوار بندر کنگان و دیر گفت: با تجهیز این ۲ بندر شمار بنادر تجهیز شده استان به ۱۰ شناور آنتشخوار رسیده و افزود: اکنون بوشهر، گناوه ۲ شناور آنتشخوار، عسلویه، خارگ، کنگان، و دیر بندر بندر تجاری برخوردار استان از شناورهای آنتشخوار محسوب می شوند که با توجه به چندمنظوره بودن این شناورها علاوه بر امکان اطفاء کال جابجایی شناورها و سایر خدمات مورد نیاز آنها را انجام می دهند. سرپرست اداره کل بندر و دریانوردی استان بوشهر ادامه داد: با توجه به حوادث آتش سوزی سال های گذشته که باعث خسارت های جبران ناپذیری در اسکله بندرهای کنگان و دیر شد انتظار می رود با تجهیز آنها به شناور آنتشخوار آمار وقوع چنین حوادثی به حداقل ممکن برسد. وی تاکید کرد: ۲ شناور آنتشخوار یاد شده از سوی اداره کل بندر و دریانوردی استان بوشهر تامین شده است.



مدیر عامل پتروشیمی سازنده عنوان کرد:

رشد ارزش سهام پتروشیمی سازند

اراک- مینورستمی - مدیرعامل شرکت پتروشیمی سازند گفت: متأسفانه بدهی های مالیاتی پالایشگاه های کشور بر روند کاری پتروشیمی ها تاثیر گذاشته است. ولدخانی در بازدید استاندار مرکزی از پتروشیمی سازند و افتتاح واحد ارتقای سیستم کنترل بوتادین و پلی بوتادین عنوان کرد: مجتمع صنعتی پتروشیمی سازند بزرگترین پتروشیمی کشور از نظر تعدد نیروی انسانی و تولید است به نحوی که سالانه یک میلیون و ۹۰۰ هزار تن انواع فرآورده تولید می کند. وی با اشاره به اشتغال ۱۰۰۰ هزار نفر از طریق پتروشیمی سازند و ۴ هزار نیروی کل مستقیم این مجموعه گفت: بحث اشتغال یکی از مهمترین دستاوردهای این مجموعه بوده است به نحوی که طی ۸۰ سال اخیر ، ۵۸۰ تیرو به مجموعه افزوده شده که اغلب آنها نیز نیروی بومی و از شهرستان سازند بوده اند. ولدخانی تصریح کرد: محصولات پتروشیمی سازند بازار داخلی را پوشش می دهد به طوری که امسال ۴۵۰ هزار تن محصول در بازار داخلی فروش رفته است و ۳۰۰ میلیون دلار نیز صادرات انجام شده است. وی با اشاره به اینکه سهام شرکت در اوایل سال در بورس ۲۴۰ تومان بوده که این رقم امروز به بیش از ۲۵۰ تومان رسیده است و افزود: شرکت پتروشیمی سازند سالانه ۲۳ میلیارد تومان صرف هزینه غذا می کند که به پیمانکار بومی استان سپرده شده است همچنین ۲۶۹ میلیارد تومان در سال جاری خرید کالا و خدمات از استان انجام شده است. ۱۹۷ میلیارد تومان مالیات به استان پرداخت شده است. مدیرعامل پتروشیمی سازند بیان کرد: مصرف شرکت، نفت و خوراک مایع است و روزانه ۳ هزار تن مصرف خوراک داریم و به دلایلی که امکان واردات نیست باید از هر نقطه کشور این خوراک تهیه شود.

نشست مشترک مدیر مخابرات منطقه آذربایجان غربی ومدیرکل اداره راهداری و حمل و نقل جاده ای استان:

توسعه و بهینه سازی مسیرهای فیبر نوری جاده ها

ارومیه- خبرنگار فرصت امروز- نشست مشترک مدیر مخابرات منطقه آذربایجان غربی ومدیرکل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان در خصوص توسعه و بهینه سازی فیبرنوری در مسیرهای منتهی به پایانه های مرزی استان برگزار شد .در این جلسه دکتر اسمعیل زاده مدیر مخابرات منطقه آذربایجان غربی بر توسعه و ایجاد امکانات زیرساخت های مخابراتی در پایانه های مرزی علی الخصوص پایانه مرزی رازی تاکید و آن را جزء ضروریات دانست و اظهار داشت ارتقاء و ایجاد امکانات ارتباطی در پایانه های مرزی یکی از شاخص های مهم توسعه استان است که در این زمینه مخابرات منطقه از آمادگی لازم برای توسعه و پیشرفت امکانات مخابراتی در پایانه های مرزی برخوردار است . در ادامه مهندس عبدالحسین علی اکبری مدیر کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان آذربایجان غربی از تلاش ها وهمکاری مخابرات منطقه آذربایجان غربی در راستای ایجاد زیرساخت های مخابراتی در پایانه های مرزی ونگهداری بهینه آنها قدرانی و بر توسعه بیشترین امکانات در پایانه های مرزی استان تاکید نمود.



شهردار ساری خیر داد :

تعیین وضعیت املاک بلا تکلیف آموزش و پرورش در یک هفته

ساری - دهقان - مهدی عبوری شهردار ساری در جلسه شورای آموزش و پرورش با اشاره به املاک بلا تکلیف آموزش و پرورش گفت: کمتر از یک هفته این املاک تعیین تکلیف خواهد شد به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری ساری ، مهدی عبوری شهردار ساری در جلسه شورای آموزش و پرورش اظهار داشت :بیشینه های کم جنسیت این شورا در اداره کل آموزش و پرورش بر گزار گردد. وی با تاکید بر همکاری مدیرکل آموزش و پرورش استان و مدیرکل عمل ثابت همه جلسات آموزش و پرورش باید عملیاتی گردد. عبوری قوانین را مورد توجه قرار داد و افزود: قوانین در راستای تسهیل شرایط اجرا خواهد شد. شهردار ساری به املاک بلا تکلیف آموزش و پرورش اشاره نموده و گفت: در کمتر از یک هفته این املاک تعیین تکلیف خواهد شد.



کارگاه های آموزشی سلامت ویژه شهروندان در سطح شهر برگزار گردید

ملارد- خبرنگار فرصت امروز - کارگاه های آموزشی سلامت با در نظر گرفتن استاندارد های سلامتی در بوستان مادر شهرستان ملارد برگزار گردید. این کارگاه آموزشی، به همت معاونت فرهنگی اجتماعی شهرداری ملارد و همکاری اداره بهداشت و درمان در هفته سلامت برگزار شد . در این مراسم به برگزاری کارگاه های آموزشی سلامت و فاکتورهای سلامتی اقدام نمود. این کارگاه آموزشی در محل بوستان مادر (پارک بانوان) واقع در بلوار شهید جمور (سه بانده مارلیک) برگزار شد که کارشناسان اداره بهداشت انسیب به انجام تست قند خون وفشار خون حاضرین اقدام نمودند .

نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی: حساب ۱۰۰ امام (ره) در بنیاد مسکن باید احیا شود

بنیاد مسکن جلوه دیگری از برکات انقلاب اسلامی به مستضعفان و محرومان جامعه است



واحدهای مسکونی ساخته شده گفت: ساخت مسکن برای نیازمندان و محرومان و آسیب دیدگان حوادث مختلف، کاری جهادی و عبادتی است که اجر دنیوی و اخروی دارد. در ابتدای این دیدار حافظ باباپور مدیر کل بنیاد مسکن آذربایجان شرقی با ارائه گزارشی از عملکرد این نهاد انقلابی، اصلی ترین رویکرد بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در استان را توجه بیش از پیش به حساب ۱۰۰ امام (ره) و مشارکت مردم و خیران در امر احداث واحد مسکونی به نیازمندان جامعه عنوان کرد.



و محرومان جامعه است که توانست غبار محرومیت در حوزه مسکن به ویژه در سال های نخست انقلاب را از پیشانی بسیاری از محرومان بزداید. وی با اشاره به وظایف این نهاد انقلابی تصریح کرد: بر اساس نگاه بلند نظام اسلامی و صراحت قانون اساسی ایجاد سرپناه و مسکن سازی برای محرومان از مهم ترین اهداف تأسیس بنیاد مسکن انقلاب اسلامی بوده که این کار بزرگ با همت دولت و مشارکت خیران امکان پذیر است. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم با تأکید بر کیفی سازی و استحکام بخشی

تبریز - اسد فلاح- نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز گفت: حساب ۱۰۰ یک میراث گرانبگر و ارزشمند از امام راحل است و مسئولان بنیاد مسکن با همراهی مردم و خیران در جهت احیای آن گام های موثر بردارند. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی دفتر نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی، حجت الاسلام والمسلمین سید محمدعلی آل هاشم به مناسبت روز بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در دیدار کارکنان بنیاد مسکن استان با بیان اینکه امام راحل با افتتاح حساب ۱۰۰ و تأسیس نهاد ارزشمند بنیاد مسکن انقلاب اسلامی عزم نظام اسلامی را برای خدمت رسانی به مردم و ضرورت رفع مشکلات جامعه در حوزه مسکن به همگان متذکر شد، گفت: بعد از گذشت ۴ دهه از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی همچنان مشکلات در حوزه مسکن از جملهغدغه های اقشار مختلف جامعه است، اما می توان با عزمی جدی مسئولان بنیاد مسکن، مشارکت مردمی و خیران این حوزه در جهت رفع نیازهای عمومی موثر واقع شد. امام جمعه تبریز افزود: بنیاد مسکن جلوه دیگری از برکات انقلاب اسلامی به مستضعفان

آغاز تعمیرات اساسی همزمان ۴ واحد عملیاتی در شرکت پالایش نفت اصفهان

آیزوماکس و هیدروژن دو را به ترتیب ۲۲ هزار بشکه در روز و ۷۰۰۰ کیلوگرم در ساعت عنوان کرد و گفت: بنزین، گاز مایع، نفت سفید، سوخت هوایی و نفت گاز از تولیدات واحد آیزوماکس می باشد. مدیر نگهداری و تعمیرات شرکت پالایش نفت اصفهان همچنین به انجام همزمان تعمیرات واحدهای "SRP" (تصفیه گورگرد) و مولد شماره ۴ واحد آب و برق وبخار اشاره نمود و گفت: امیدواریم این تعمیرات نیز به بهترین وجه ممکن صورت پذیرد. قزوینی زاده با اشاره به اینکه برنامه انجام تعمیرات اساسی روی این واحدها با در نظر گرفتن کلیه شرایط عملیاتی، در فواصل زمانی ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹، ۴۰، ۴۱، ۴۲، ۴۳، ۴۴، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۰، ۵۱، ۵۲، ۵۳، ۵۴، ۵۵، ۵۶، ۵۷، ۵۸، ۵۹، ۶۰، ۶۱، ۶۲، ۶۳، ۶۴، ۶۵، ۶۶، ۶۷، ۶۸، ۶۹، ۷۰، ۷۱، ۷۲، ۷۳، ۷۴، ۷۵، ۷۶، ۷۷، ۷۸، ۷۹، ۸۰، ۸۱، ۸۲، ۸۳، ۸۴، ۸۵، ۸۶، ۸۷، ۸۸، ۸۹، ۹۰، ۹۱، ۹۲، ۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۶، ۹۷، ۹۸، ۹۹، ۱۰۰، ۱۰۱، ۱۰۲، ۱۰۳، ۱۰۴، ۱۰۵، ۱۰۶، ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰، ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۱۶، ۱۱۷، ۱۱۸، ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۱، ۱۲۲، ۱۲۳، ۱۲۴، ۱۲۵، ۱۲۶، ۱۲۷، ۱۲۸، ۱۲۹، ۱۳۰، ۱۳۱، ۱۳۲، ۱۳۳، ۱۳۴، ۱۳۵، ۱۳۶، ۱۳۷، ۱۳۸، ۱۳۹، ۱۴۰، ۱۴۱، ۱۴۲، ۱۴۳، ۱۴۴، ۱۴۵، ۱۴۶، ۱۴۷، ۱۴۸، ۱۴۹، ۱۵۰، ۱۵۱، ۱۵۲، ۱۵۳، ۱۵۴، ۱۵۵، ۱۵۶، ۱۵۷، ۱۵۸، ۱۵۹، ۱۶۰، ۱۶۱، ۱۶۲، ۱۶۳، ۱۶۴، ۱۶۵، ۱۶۶، ۱۶۷، ۱۶۸، ۱۶۹، ۱۷۰، ۱۷۱، ۱۷۲، ۱۷۳، ۱۷۴، ۱۷۵، ۱۷۶، ۱۷۷، ۱۷۸، ۱۷۹، ۱۸۰، ۱۸۱، ۱۸۲، ۱۸۳، ۱۸۴، ۱۸۵، ۱۸۶، ۱۸۷، ۱۸۸، ۱۸۹، ۱۹۰، ۱۹۱، ۱۹۲، ۱۹۳، ۱۹۴، ۱۹۵، ۱۹۶، ۱۹۷، ۱۹۸، ۱۹۹، ۲۰۰، ۲۰۱، ۲۰۲، ۲۰۳، ۲۰۴، ۲۰۵، ۲۰۶، ۲۰۷، ۲۰۸، ۲۰۹، ۲۱۰، ۲۱۱، ۲۱۲، ۲۱۳، ۲۱۴، ۲۱۵، ۲۱۶، ۲۱۷، ۲۱۸، ۲۱۹، ۲۲۰، ۲۲۱، ۲۲۲، ۲۲۳، ۲۲۴، ۲۲۵، ۲۲۶، ۲۲۷، ۲۲۸، ۲۲۹، ۲۳۰، ۲۳۱، ۲۳۲، ۲۳۳، ۲۳۴، ۲۳۵، ۲۳۶، ۲۳۷، ۲۳۸، ۲۳۹، ۲۴۰، ۲۴۱، ۲۴۲، ۲۴۳، ۲۴۴، ۲۴۵، ۲۴۶، ۲۴۷، ۲۴۸، ۲۴۹، ۲۵۰، ۲۵۱، ۲۵۲، ۲۵۳، ۲۵۴، ۲۵۵، ۲۵۶، ۲۵۷، ۲۵۸، ۲۵۹، ۲۶۰، ۲۶۱، ۲۶۲، ۲۶۳، ۲۶۴، ۲۶۵، ۲۶۶، ۲۶۷، ۲۶۸، ۲۶۹، ۲۷۰، ۲۷۱، ۲۷۲، ۲۷۳، ۲۷۴، ۲۷۵، ۲۷۶، ۲۷۷، ۲۷۸، ۲۷۹، ۲۸۰، ۲۸۱، ۲۸۲، ۲۸۳، ۲۸۴، ۲۸۵، ۲۸۶، ۲۸۷، ۲۸۸، ۲۸۹، ۲۹۰، ۲۹۱، ۲۹۲، ۲۹۳، ۲۹۴، ۲۹۵، ۲۹۶، ۲۹۷، ۲۹۸، ۲۹۹، ۳۰۰، ۳۰۱، ۳۰۲، ۳۰۳، ۳۰۴، ۳۰۵، ۳۰۶، ۳۰۷، ۳۰۸، ۳۰۹، ۳۱۰، ۳۱۱، ۳۱۲، ۳۱۳، ۳۱۴، ۳۱۵، ۳۱۶، ۳۱۷، ۳۱۸، ۳۱۹، ۳۲۰، ۳۲۱، ۳۲۲، ۳۲۳، ۳۲۴، ۳۲۵، ۳۲۶، ۳۲۷، ۳۲۸، ۳۲۹، ۳۳۰، ۳۳۱، ۳۳۲، ۳۳۳، ۳۳۴، ۳۳۵، ۳۳۶، ۳۳۷، ۳۳۸، ۳۳۹، ۳۴۰، ۳۴۱، ۳۴۲، ۳۴۳، ۳۴۴، ۳۴۵، ۳۴۶، ۳۴۷، ۳۴۸، ۳۴۹، ۳۵۰، ۳۵۱، ۳۵۲، ۳۵۳، ۳۵۴، ۳۵۵، ۳۵۶، ۳۵۷، ۳۵۸، ۳۵۹، ۳۶۰، ۳۶۱، ۳۶۲، ۳۶۳، ۳۶۴، ۳۶۵، ۳۶۶، ۳۶۷، ۳۶۸، ۳۶۹، ۳۷۰، ۳۷۱، ۳۷۲، ۳۷۳، ۳۷۴، ۳۷۵، ۳۷۶، ۳۷۷، ۳۷۸، ۳۷۹، ۳۸۰، ۳۸۱، ۳۸۲، ۳۸۳، ۳۸۴، ۳۸۵، ۳۸۶، ۳۸۷، ۳۸۸، ۳۸۹، ۳۹۰، ۳۹۱، ۳۹۲، ۳۹۳، ۳۹۴، ۳۹۵، ۳۹۶، ۳۹۷، ۳۹۸، ۳۹۹، ۴۰۰، ۴۰۱، ۴۰۲، ۴۰۳، ۴۰۴، ۴۰۵، ۴۰۶، ۴۰۷، ۴۰۸، ۴۰۹، ۴۱۰، ۴۱۱، ۴۱۲، ۴۱۳، ۴۱۴، ۴۱۵، ۴۱۶، ۴۱۷، ۴۱۸، ۴۱۹، ۴۲۰، ۴۲۱، ۴۲۲، ۴۲۳، ۴۲۴، ۴۲۵، ۴۲۶، ۴۲۷، ۴۲۸، ۴۲۹، ۴۳۰، ۴۳۱، ۴۳۲، ۴۳۳، ۴۳۴، ۴۳۵، ۴۳۶، ۴۳۷، ۴۳۸، ۴۳۹، ۴۴۰، ۴۴۱، ۴۴۲، ۴۴۳، ۴۴۴، ۴۴۵، ۴۴۶، ۴۴۷، ۴۴۸، ۴۴۹، ۴۵۰، ۴۵۱، ۴۵۲، ۴۵۳، ۴۵۴، ۴۵۵، ۴۵۶، ۴۵۷، ۴۵۸، ۴۵۹، ۴۶۰، ۴۶۱، ۴۶۲، ۴۶۳، ۴۶۴، ۴۶۵، ۴۶۶، ۴۶۷، ۴۶۸، ۴۶۹، ۴۷۰، ۴۷۱، ۴۷۲، ۴۷۳، ۴۷۴، ۴۷۵، ۴۷۶، ۴۷۷، ۴۷۸، ۴۷۹، ۴۸۰، ۴۸۱، ۴۸۲، ۴۸۳، ۴۸۴، ۴۸۵، ۴۸۶، ۴۸۷، ۴۸۸، ۴۸۹، ۴۹۰، ۴۹۱، ۴۹۲، ۴۹۳، ۴۹۴، ۴۹۵، ۴۹۶، ۴۹۷، ۴۹۸، ۴۹۹، ۵۰۰، ۵۰۱، ۵۰۲، ۵۰۳، ۵۰۴، ۵۰۵، ۵۰۶، ۵۰۷، ۵۰۸، ۵۰۹، ۵۱۰، ۵۱۱، ۵۱۲، ۵۱۳، ۵۱۴، ۵۱۵، ۵۱۶، ۵۱۷، ۵۱۸، ۵۱۹، ۵۲۰، ۵۲۱، ۵۲۲، ۵۲۳، ۵۲۴، ۵۲۵، ۵۲۶، ۵۲۷، ۵۲۸، ۵۲۹، ۵۳۰، ۵۳۱، ۵۳۲، ۵۳۳، ۵۳۴، ۵۳۵، ۵۳۶، ۵۳۷، ۵۳۸، ۵۳۹، ۵۴۰، ۵۴۱، ۵۴۲، ۵۴۳، ۵۴۴، ۵۴۵، ۵۴۶، ۵۴۷، ۵۴۸، ۵۴۹، ۵۵۰، ۵۵۱، ۵۵۲، ۵۵۳، ۵۵۴، ۵۵۵، ۵۵۶، ۵۵۷، ۵۵۸، ۵۵۹، ۵۶۰، ۵۶۱، ۵۶۲، ۵۶۳، ۵۶۴، ۵۶۵، ۵۶۶، ۵۶۷، ۵۶۸، ۵۶۹، ۵۷۰، ۵۷۱، ۵۷۲، ۵۷۳، ۵۷۴، ۵۷۵، ۵۷۶، ۵۷۷، ۵۷۸، ۵۷۹، ۵۸۰، ۵۸۱، ۵۸۲، ۵۸۳، ۵۸۴، ۵۸۵، ۵۸۶، ۵۸۷، ۵۸۸، ۵۸۹، ۵۹۰، ۵۹۱، ۵۹۲، ۵۹۳، ۵۹۴، ۵۹۵، ۵۹۶، ۵۹۷، ۵۹۸، ۵۹۹، ۶۰۰، ۶۰۱، ۶۰۲، ۶۰۳، ۶۰۴، ۶۰۵، ۶۰۶، ۶۰۷، ۶۰۸، ۶۰۹، ۶۱۰، ۶۱۱، ۶۱۲، ۶۱۳، ۶۱۴، ۶۱۵، ۶۱۶، ۶۱۷، ۶۱۸، ۶۱۹، ۶۲۰، ۶۲۱، ۶۲۲، ۶۲۳، ۶۲۴، ۶۲۵، ۶۲۶، ۶۲۷، ۶۲۸، ۶۲۹، ۶۳۰، ۶۳۱، ۶۳۲، ۶۳۳، ۶۳۴، ۶۳۵، ۶۳۶، ۶۳۷، ۶۳۸، ۶۳۹، ۶۴۰، ۶۴۱، ۶۴۲، ۶۴۳، ۶۴۴، ۶۴۵، ۶۴۶، ۶۴۷، ۶۴۸، ۶۴۹، ۶۵۰، ۶۵۱، ۶۵۲، ۶۵۳، ۶۵۴، ۶۵۵، ۶۵۶، ۶۵۷، ۶۵۸، ۶۵۹، ۶۶۰، ۶۶۱، ۶۶۲، ۶۶۳، ۶۶۴، ۶۶۵، ۶۶۶، ۶۶۷، ۶۶۸، ۶۶۹، ۶۷۰، ۶۷۱، ۶۷۲، ۶۷۳، ۶۷۴، ۶۷۵، ۶۷۶، ۶۷۷، ۶۷۸، ۶۷۹، ۶۸۰، ۶۸۱، ۶۸۲، ۶۸۳، ۶۸۴، ۶۸۵، ۶۸۶، ۶۸۷، ۶۸۸، ۶۸۹، ۶۹۰، ۶۹۱، ۶۹۲، ۶۹۳، ۶۹۴، ۶۹۵، ۶۹۶، ۶۹۷، ۶۹۸، ۶۹۹، ۷۰۰، ۷۰۱، ۷۰۲، ۷۰۳، ۷۰۴، ۷۰۵، ۷۰۶، ۷۰۷، ۷۰۸، ۷۰۹، ۷۱۰، ۷۱۱، ۷۱۲، ۷۱۳، ۷۱۴، ۷۱۵، ۷۱۶، ۷۱۷، ۷۱۸، ۷۱۹، ۷۲۰، ۷۲۱، ۷۲۲، ۷۲۳، ۷۲۴، ۷۲۵، ۷۲۶، ۷۲۷، ۷۲۸، ۷۲۹، ۷۳۰، ۷۳۱، ۷۳۲، ۷۳۳، ۷۳۴، ۷۳۵، ۷۳۶، ۷۳۷، ۷۳۸، ۷۳۹، ۷۴۰، ۷۴۱، ۷۴۲، ۷۴۳، ۷۴۴، ۷۴۵، ۷۴۶، ۷۴۷، ۷۴۸، ۷۴۹، ۷۵۰، ۷۵۱، ۷۵۲، ۷۵۳، ۷۵۴، ۷۵۵، ۷۵۶، ۷۵۷، ۷۵۸، ۷۵۹، ۷۶۰، ۷۶۱، ۷۶۲، ۷۶۳، ۷۶۴، ۷۶۵، ۷۶۶، ۷۶۷، ۷۶۸، ۷۶۹، ۷۷۰، ۷۷۱، ۷۷۲، ۷۷۳، ۷۷۴، ۷۷۵، ۷۷۶، ۷۷۷، ۷۷۸، ۷۷۹، ۷۸۰، ۷۸۱، ۷۸۲، ۷۸۳، ۷۸۴، ۷۸۵، ۷۸۶، ۷۸۷، ۷۸۸، ۷۸۹، ۷۹۰، ۷۹۱، ۷۹۲، ۷۹۳، ۷۹۴، ۷۹۵، ۷۹۶، ۷۹۷، ۷۹۸، ۷۹۹، ۸۰۰، ۸۰۱، ۸۰۲، ۸۰۳، ۸۰۴، ۸۰۵، ۸۰۶، ۸۰۷، ۸۰۸، ۸۰۹، ۸۱۰، ۸۱۱، ۸۱۲، ۸۱۳، ۸۱۴، ۸۱۵، ۸۱۶، ۸۱۷، ۸۱۸، ۸۱۹، ۸۲۰، ۸۲۱، ۸۲۲، ۸۲۳، ۸۲۴، ۸۲۵، ۸۲۶، ۸۲۷، ۸۲۸، ۸۲۹، ۸۳۰، ۸۳۱، ۸۳۲، ۸۳۳، ۸۳۴، ۸۳۵، ۸۳۶، ۸۳۷، ۸۳۸، ۸۳۹، ۸۴۰، ۸۴۱، ۸۴۲، ۸۴۳، ۸۴۴، ۸۴۵، ۸۴۶، ۸۴۷، ۸۴۸، ۸۴۹، ۸۵۰، ۸۵۱، ۸۵۲، ۸۵۳، ۸۵۴، ۸۵۵، ۸۵۶، ۸۵۷، ۸۵۸، ۸۵۹، ۸۶۰، ۸۶۱، ۸۶۲، ۸۶۳، ۸۶۴، ۸۶۵، ۸۶۶، ۸۶۷، ۸۶۸، ۸۶۹، ۸۷۰، ۸۷۱، ۸۷۲، ۸۷۳، ۸۷۴، ۸۷۵، ۸۷۶، ۸۷۷، ۸۷۸، ۸۷۹، ۸۸۰، ۸۸۱، ۸۸۲، ۸۸۳، ۸۸۴، ۸۸۵، ۸۸۶، ۸۸۷، ۸۸۸، ۸۸۹، ۸۹۰، ۸۹۱، ۸۹۲، ۸۹۳، ۸۹۴، ۸۹۵، ۸۹۶، ۸۹۷، ۸۹۸، ۸۹۹، ۹۰۰، ۹۰۱، ۹۰۲، ۹۰۳، ۹۰۴، ۹۰۵، ۹۰۶، ۹۰۷، ۹۰۸، ۹۰۹، ۹۱۰، ۹۱۱، ۹۱۲، ۹۱۳، ۹۱۴، ۹۱۵، ۹۱۶، ۹۱۷، ۹۱۸، ۹۱۹، ۹۲۰، ۹۲۱، ۹۲۲، ۹۲۳، ۹۲۴، ۹۲۵، ۹۲۶، ۹۲۷، ۹۲۸، ۹۲۹، ۹۳۰، ۹۳۱، ۹۳۲، ۹۳۳، ۹۳۴، ۹۳۵، ۹۳۶، ۹۳۷، ۹۳۸، ۹۳۹، ۹۴۰، ۹۴۱، ۹۴۲، ۹۴۳، ۹۴۴، ۹۴۵، ۹۴۶، ۹۴۷، ۹۴۸، ۹۴۹، ۹۵۰، ۹۵۱، ۹۵۲، ۹۵۳، ۹۵۴، ۹۵۵، ۹۵۶، ۹۵۷، ۹۵۸، ۹۵۹، ۹۶۰، ۹۶۱، ۹۶۲، ۹۶۳، ۹۶۴، ۹۶۵، ۹۶۶، ۹۶۷، ۹۶۸، ۹۶۹، ۹۷۰، ۹۷۱، ۹۷۲، ۹۷۳، ۹۷۴، ۹۷۵، ۹۷۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع - نشر گستر امروز

آدرس: میزای 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 رهنمودهای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱۳۳ رهنه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

درنگ

بازار رایانه‌های رومیزی خیال بازگشت به روزهای اوج خود را ندارد

در حالی که در سال ۲۰۱۷ نشان‌هایی امیدوارکننده از بازگشت بازار رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ‌ها به روزهای روشن گذشته به چشم می‌خورد، نخستین گزارش‌ها از وضعیت کسب‌وکار در این حوزه از دنیای تکنولوژی امیدها را تا حدودی از بین برده‌اند.

گزارش‌های مجزایی از موسسات تحقیقاتی Gartner و IDC نشان می‌دهد که بازار رایانه‌های رومیزی در سه ماهه نخست سال ۲۰۱۸ با سکون و حتی افت مواجه شده است. در حالی که IDC وضعیت رشد این حوزه در بازه مورد اشاره را حدود صفر در نظر گرفته است، محققان Gartner معتقدند که در این مدت شاهد افت ارزش ۱.۴٪ از شاخص‌های فروش بی‌سی‌ای و لپ‌تاپ‌ها بوده‌ایم.



به گزارش دیجیاتو، اما نکته جالب و مشترک در گزارش هر دو مؤسسه مورد اشاره، رشد بسیار قابل توجه امیدوارکننده سهم فروش کمپانی DELL است که در واقع کمک کرده تا این بازار سنتی دچار یک سقوط آزاد نشود. بر اساس برآوردها، کمپانی آمریکایی در یک سال گذشته رشدی ۶.۵ درصدی را در میزان درآمدهای خود از راه فروش رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ‌ها شاهد بوده است، در حالی که آمار فوق‌برای بهترین عملکرد کمپانی رده دوم (HP) چیزی کمتر از ۴ درصد بوده است.

آمارهای منتشر شده همچنین نشان می‌دهد که فروش بی‌سی‌ای جدید در ناحیه شرق آسیا و به خصوص چین شاهد بیشترین افت بوده است. طوری که کشور چین به تنهایی عامل اصلی رکود در بازار رایانه‌های رومیزی معرفی شده است.

با همه اینها هنوز نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی از آینده این صنعت ارائه داد. کارشناسان IDC باور دارند که در ماه‌های آینده لپ‌تاپ‌های جدید گیمینگ و همچنین بی‌سی‌ای‌های مجهز به ویندوز ۱۰ برای مصارف تجاری خواهند توانست وضعیت این حوزه را تا حدودی بهبود بخشند، اما همه تا این حد خوشبین نیستند.

موبایل‌های هوشمند همچنان حاکم مطلق بخش بزرگی از بازار ابزارهای تکنولوژیک هستند و رایانه‌های امروزی نیز می‌توانند تا چندین سال آینده نیاز کاربران خود را رفع کنند، بنابراین بعید به نظر می‌رسد بازار بی‌سی‌ای به این زودی روی رونق را به خود ببیند.



تشکیل جامعه کاری

مهارتی مهم‌تر از شبکه‌سازی

وقتی شبکه‌سازی در رویدادهای کاری یک مرحله پیشرفت داشته باشد، به تشکیل جامعه کاری منجر می‌شود که نتایج بسیار کاربردی‌تری خواهد داشت.

همه ما از روزهای ابتدایی شروع فعالیت کاری یا حتی قبل از آن با توصیه‌های متعددی برای افزایش ارتباط با دیگران و شبکه‌سازی روبه‌رو بوده‌ایم. توصیه‌هایی که به حضور هرچه بیشتر و فعال‌تر در رویدادهای کاری اشاره دارند و آنها را پیش‌نیازی برای خلق فرصت‌های آتی می‌دانند. قطعاً به‌کارگیری مهارت شبکه‌سازی و تلاش برای افزایش خروجی‌های آن، نیاز به برنامه‌ریزی منظم دارد. عموماً افراد شبکه‌سازی را به‌طور صحیح انجام نمی‌دهند و به همین خاطر، خروجی‌های لازم را از آن دریافت نمی‌کنند. نکته مهم اینکه اگر تنها برای کسب سود وارد یک رویداد شبکه‌سازی شوید، ارزش افزوده زیادی کسب نخواهید کرد و تنها خودتان و مهارت‌های‌تان را خواهید فروخت. اسکات گربر و رایان پو، مؤسسان شرکت Community Company و مولف کتابی با عنوان Superconnector هستند که با تکیه بر مهارت‌های افزایش ارتباطات مؤثر نگاشته شده است. در این مطلب به بیان ایده‌ها و نظرات آنها در مورد چگونگی افزایش سوددهی شبکه‌سازی و تبدیل شبکه به جامعه کاری می‌پردازیم.

با خودآگاهی شروع کنید

برای ساختن جامعه کاری، قدم اول این است که از خودتان شروع کنید. ابتدا باید خودتان را به‌خوبی بشناسید. پیش از رجوع به افراد دیگر و تلاش برای شروع ارتباط باید خودتان را به‌خوبی درک کنید و نوع شخصیت خود را بشناسید. با این کار، نوع ارتباطاتی که برای پیشرفت شخصی و کاری شما مفید خواهند بود، مشخص می‌شوند. یکی از خصوصیت‌های اخلاقی که تأثیر مستقیمی روی نحوه شبکه‌سازی دارد، برونگرا یا درونگرا بودن افراد است. با درک این خصوصیت، در انتخاب رویدادهای شبکه‌سازی و نحوه حضور و برقراری ارتباط در آنها با مشکل کمتری مواجه خواهید بود.

ذهنیت خود را تغییر دهید

آموزش‌های متنوعی که در چند سال اخیر، با تلاش برای معرفی سریع مهارت‌های شبکه‌سازی منتشر شده‌اند، ماهیت جلسات را تغییر داده و به رویدادهای هک ارتباط تبدیل کرده‌اند. در قدم اول شما باید ذهنیت خود نسبت به شبکه‌سازی را تغییر بدهید و از شخصیت شبکه‌ساز که توسط آموزه‌های اشتباه دریافت کرده‌اید، رها شوید. فراموش نکنید که مهارت‌های ارتباطی یک‌شبه و با مطالعه چند آموزش ساده به دست نمی‌آیند. شما باید تمرین کنید، خود را در شرایط قرار دهید و همیشه برای بهبود مهارت‌ها، موارد مختلف را امتحان کنید. تمرکز اصلی در برقراری ارتباط کاری، باید تأمین ارزش افزوده برای اطرافیان باشد. این ارزش نباید موقت باشد و قطعاً باید به ارتباطی طولانی منجر شود. جامعه‌ای که در اطرافتان تشکیل می‌دهید، علاوه بر تأمین ارزش افزوده برای شما، باید توانایی ارائه ارزش از طرف شما برای دیگران را نیز تأمین کنید. همین تفاوت ساده، شبکه‌های کاری معمولی را به جامعه کاری تبدیل می‌کند.

کمی از فناوری فاصله بگیرید

در دنیای امروز ما خواسته یا ناخواسته، بیش از پیش به یکدیگر متصل هستیم. در نگاه اول شاید این فناوری‌ها برای شبکه‌سازی مفید باشند، اما قطعاً استفاده نادرست از آنها باعث کاهش نتایج مفید این تمرین خواهد شد. اینکه دائم در حال چک کردن شبکه‌های اجتماعی و دنبال‌کنندگان حرفه‌ای خود باشید، تنها در ظاهر شما را فردی با شبکه قوی نشان می‌دهد. این در حالی است که این رفتار قطعاً تشکیل جامعه را با خطر مواجه می‌کند. نکته مهم اینکه لایک‌ها و فالوورهای شبکه‌های اجتماعی، شما را با این توهم که شبکه‌ای قوی ساخته‌اید، روبه‌رو می‌کنند. این در حالی است که شبکه‌های اجتماعی و فناوری آنها باید ابزاری برای کمک به ساخت جامعه کاری باشند نه اینکه خودشان به اشتباه به‌عنوان جامعه شناخته شوند. قطعاً با ارتباطات آنلاین می‌توان اشخاص مناسبی را وارد شبکه کاری کرد، اما برای تبدیل آن به جامعه، باید به دنبال ارزش افزوده باشید.

منفعت بردن را فراموش نکنید

برخی افراد از کسب منفعت در شبکه‌های کاری احساس خوبی ندارند و آن را حرکتی اشتباه می‌دانند. منفعت بردن صرف، ذهنیتی اشتباه در شبکه‌سازی است؛ اما نباید فراموش کنید که شما برای این کارها زمان و هزینه صرف کرده‌اید و قطعاً باید از آن خروجی دریافت کنید. منفعت دوسویه بهترین نوع دریافت خروجی از شبکه‌سازی و تشکیل جامعه است. این منفعت می‌تواند به‌صورت شروع یک همکاری یا عقد قرارداد پروژه‌ای تأمین شود. هدف، کسب خروجی مناسب از زمان و هزینه هر دو طرف است. نکته کلیدی اینجا است که تلاش برای کسب منفعت نباید تمام حرکت‌های شما را تحت تأثیر قرار دهد. شبکه‌سازهای معمولی تنها به دنبال کسب سود هستند و این در حالی است که افراد حرفه‌ای این حوزه به دنبال راهی برای تبادل ارزش‌ها هستند. وقتی هدف شما از شبکه‌سازی به تشکیل جامعه کاری تغییر کند، سود بلندمدت خواهید داشت. جامعه کاری شما به منبعی تبدیل خواهد شد که در مواقع نیاز می‌توانید به‌راحتی به آن رجوع کنید. ارتباطاتی که در شبکه‌سازی و تشکیل جوامع کاری ایجاد می‌شوند، باید پایه‌های قوی داشته باشند. همیشه این سؤال را بپرسید که آیا فرد مقابل، در زمان نیاز به کمک من خواهد آمد؟ همین نکته ریز، قدرت شبکه و جامعه ایجادشده را تعیین می‌کند. در نهایت در تشکیل جامعه کاری از تعریف کلی جامعه غافل نشود. جامعه، مجموعه‌ای از افراد با خصوصیات تقریباً مشترک است که برای رسیدن به هدفی واحد تلاش می‌کنند.

منبع: entrepreneur/zoomit



www.krokotak.com

PAPER ROOSTER



برای مطالعه ۹۴۳ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: جوانی ۲۱ ساله دانشجوی رشته مدیریت بازرگانی‌ام و نمی‌دانم از چه زمانی باید وارد بازار کار شوم. شما می‌توانید مرا راهنمایی کنید؟

ورود به بازار کار

پاسخ کارشناس: کار کردن زمان ندارد. گاه به ضرورت کودک ۱۰ ساله وارد بازار کار می‌شود و گاه جوان ۳۰ ساله هنوز بی‌کار است و پدرخوانده هزینه‌های زندگی او را می‌دهد. کار کردن بر اساس یک ضرورت صورت می‌گیرد، این ضرورت می‌تواند انگیزه شخصی، شوق به کار، کسب درآمد، تجربه و تمرین و امثالهم باشد. شما اگر دانشجو هستید هنوز زمان زیادی باری کار کردن دارید. در چنین سنی

علاقه و انگیزه‌ها بر اساس ورودی‌های بیرونی ذهن شکل می‌گیرد و نشان می‌دهد که شما به چه کاری علاقه‌مندید یا در بیشتر در چه زمینه‌ای مطالعه و فعالیت داشتید و پیگیر خواندن‌های بیشتر بودید. اما اگر از هم‌اکنون شما با ظرفیت‌ها و توانمندی‌های فردی خود آشنایی و علاقه‌مند کار هستید یا مشکلات مالی باعث می‌شود تا کاری را شروع کنید از همان ابتدا به انگیزه خود رجوع کنید و ببینید واقعا چه کاری را دوست دارید و سپس در همان زیرمجموعه شغلی کاری را شروع کنید یا با توجه

مدرسه مدیریت

دور شدن از مشتریان در بحران فروش

و مشتریان تبادل بایستی طی بحران اقتصادی مجدداً ارزیابی شوند. وقتی شرق آسیا در ۱۹۹۷ به بحران نقدینگی تن داد، خطوط هواپیمایی سنگاپور سودآوری‌اش را با کاهش مسیرهای کوتاه و سرمایه‌گذاری ۳۰۰ میلیون دلاری برای ترمیم کسب‌وکارش و ارائه خدمات به مسافران درجه یک حفظ کرد. خطوط هواپیمایی سنگاپور با سرمایه‌گذاری روی مسافران پرمفعتش، مزیت رقابتی درخور توجهی به دست آورد؛ باینکه شرکت، مسیرهای کوتاه‌تر را کاهش داده بود، این امر منجر به کاهش مشتریان ارتباطی‌اش نشد. علاوه بر این، تنها به‌این‌علت که ممکن است اقتصاد کند باشد، در روزانه هشت کوکا می‌نوشد بسیار سودآورتر از کسی است که در ماه هشت کوکا می‌نوشد و بیشتر لایق توجه شرکت است.

منبع: hormond

و این بار هم به دنبال کالاهایی می‌روند که کمی از محصولات شما ارزان‌ترند. مدیریتی که از سرمایه‌گذاری روی مصرف‌کنندگان ارتباطی چشم‌پوشی می‌کند، یعنی کسانی که در جست‌وجوی برند مطمئن یا تخصصی هستند و تصمیم‌گیری‌شان چندان تحت تأثیر قیمت نیست، دیر یا زود آینده شرکت را به خطر خواهند افکند. این مسئله مخصوصاً وقتی خطرناک می‌شود که به تحقیقات مستندی توجه کنیم که آشکار کرده بسیاری بازارها این‌طور هستند که درصد کمی از مشتریان، درصد بالایی از کل فروش را به همراه می‌آورند. مثلاً کسی که روزانه هشت کوکا می‌نوشد بسیار سودآورتر از کسی است که در ماه هشت کوکا می‌نوشد و بیشتر لایق توجه شرکت است. مطالعات نشان داده‌اند که روابط غیرسودآور