



گمرک پر از کالای اساسی شد

رئیس کل گمرک ایران آخرین وضعیت واردات کالاهای اساسی به کشور را تشریح کرد. فرود عسگری که در نشست بررسی مسائل و مشکلات واردات و صادرات با حضور معاون اول رئیس جمهور سخن می‌گفت در تشریح آخرین آمار واردات کالاهای اساسی به کشور اعلام کرد: در بخش واردات کالاهای اساسی وضعیت...

آیا اعطای وام ۳۰۰ میلیونی با بازپرداخت ۳۰ ساله امکان‌پذیر است؟

واکاوی وام ۳۰ ساله خرید مسکن

چندی پیش، نمایندگان مجلس دو طرح تسهیلات ۳۰۰ میلیون تومانی ۳۰ ساله و اجاره دادن خانه‌های خالی با حکم دادستانی را در دستور کار قرار دادند. در طرح دوم که با ۳۰ امضا به هیات رئیسه ارائه شده و احتمالاً همراه امسال اعلام وصول خواهد شد، سامانه‌ای ایجاد می‌شود و مردم طبق قانون، خانه‌های خالی را گزارش و معرفی می‌کنند. پس از آن با حکم دادستانی، یک ماه به صاحب خانه مهلت داده می‌شود تا آن خانه را اجاره بدهد، وگرنه کارشناس رسمی دادگستری با حکم دادستان از خانه بازدید کرده و پس از آن خانه را اجاره می‌دهد...

۳

۳۰ درصد مشترکان برق در ایران پرمصرف هستند

مشترکان پرمصرف بر لبه تیغ

۲

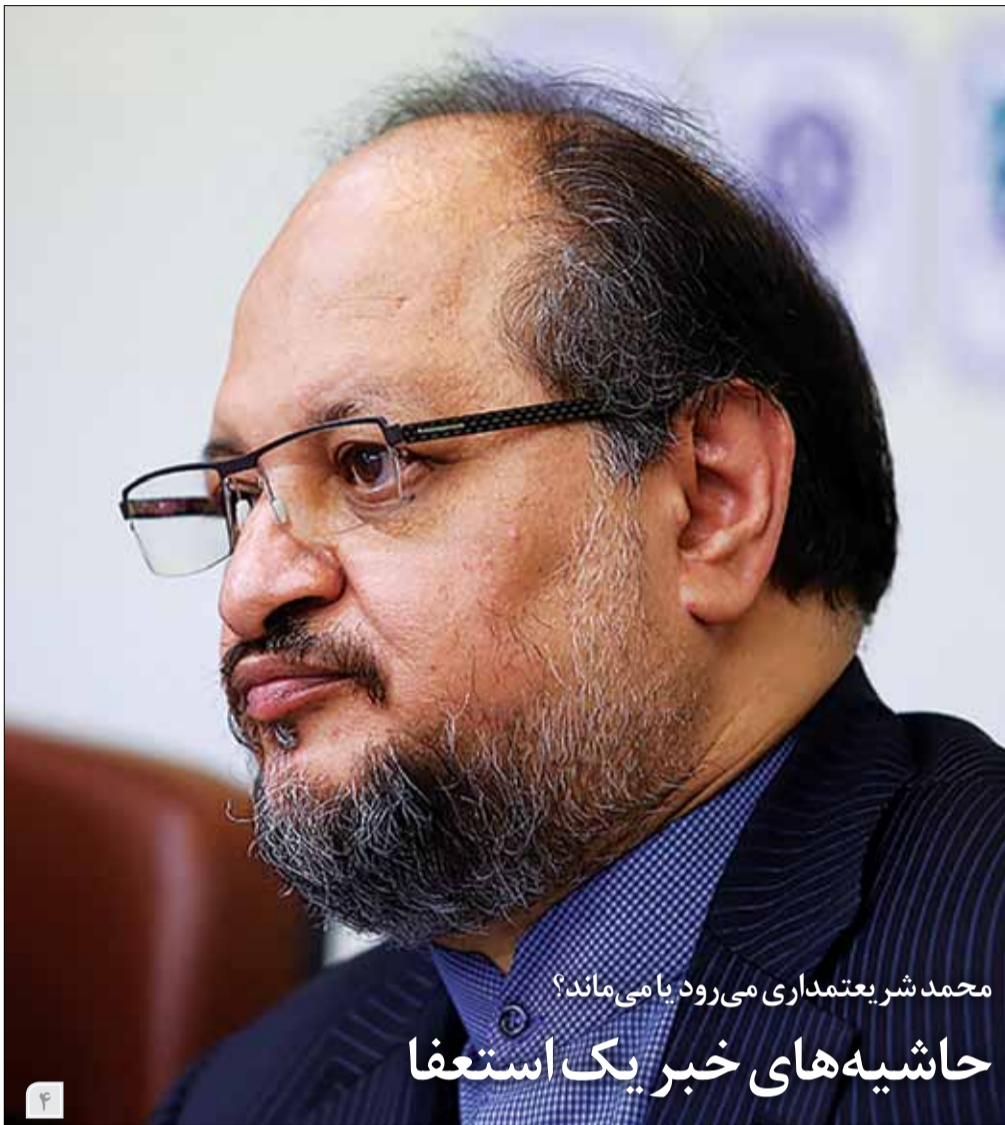
مدیریت و کسب و کار



مدیر عامل گوگل تلاش برای دستکاری نتایج جست‌وجوها را انکار می‌کند

- ۱۱ اقدام ضروری در راستای معرفی محصول
- ۱۰ ویژگی مدیران موفق از نگاه گوگل
- تاثیرگذاری بر استفاده کارکنان از رسانه‌های اجتماعی
- در بایبید چه زمانی فروش شما دچار مشکل شده است
- عملکرد موفق در برنامه ترویجی مبتنی بر محتوا
- موتورولا؛ تعادل بین زندگی و تلفن همراه

۸ تا ۱۶



محمد شریعتمداری می‌رود یا می‌ماند؟

حاشیه‌های خبر یک استعفا

یادداشت

بلیت پروازهای ایرانی به عراق گران می‌شود؟



مقصود اسعدی سامانی دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی

در زمستان سال گذشته مسئولان فرودگاه نجف نرخ‌های خدمات فرودگاهی را به‌طور غیرعادی افزایش دادند. شرکت‌های هواپیمایی در همان بازه زمانی برای تعدیل نرخ خدمات در این فرودگاه اقداماتی اجرا کردند تا در نهایت به‌طور تقریبی نرخ خدمات در فرودگاه نجف مطابق با فرودگاه بغداد محاسبه شد. به‌تازگی سازمان هواپیمایی کشوری عراق از وزارت حمل‌ونقل این کشور جدا شده و به مجموعه نخست‌وزیری پیوسته است. براساس آخرین اطلاعات دریافتی پس‌ازاین تفکیک افزایش‌هایی در ارتباط با هزینه‌های خدمات فرودگاهی در فرودگاه‌های نجف و بغداد به تصویب رسیده و ابلاغ شده است. به‌این ترتیب و براساس این تصمیم تازه از اوایل اکتبر هزینه خدمات فرودگاهی در فرودگاه‌های عراق افزایش یافته و به دنبال آن هزینه شرکت‌های هواپیمایی ایران هم بیشتر می‌شود.

ادامه در همین صفحه

بلیت پروازهای ایرانی به عراق گران می‌شود؟

ادامه از همین صفحه

از سوی دیگر پیش از ایام اربعین به‌منظور تسهیل انتقال مسافران پروازهای رفت خالی بازمی‌گردد و پروازهای برگشت هم خالی از مسافر است و این مسئله هم به‌نوبه خود به افزایش هزینه شرکت‌ها انجامیده است. این افزایش هزینه در بخش‌های مختلف متفاوت است. محاسبه قطعی اما بر این هزینه‌ها انجام نشده با این حال شرکت‌های هواپیمایی این مسئله را بررسی کرده و در آینده رقم افزایش هزینه‌ها را اعلام می‌کنند. شرکت‌های هواپیمایی برای مدیریت بازار و جلوگیری از سوءاستفاده عوامل واسطه و دلال که هر ساله و نزدیک به پروازهای اربعین نرخ بلیت را افزایش می‌دهند، سقف نرخ بلیت پرواز به عتبات عالیات را تعیین و اعلام کرده است. بر این اساس بلیت‌های تهران-نجف-تهران و تهران-بغداد-تهران ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و مشهد-نجف-مشهد و مشهد-بغداد-مشهد هم ۲ میلیون ۸۰۰ هزار تومان تعیین شده است. قیمت سفرهای یک‌طرفه نیز نصف این مبلغ است یعنی بلیت پرواز تهران-نجف یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان و بلیت مشهد-نجف یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان است. این نرخ‌ها در حالی برای جلوگیری از سودجویی واسطه‌ها از سوی شرکت‌های هواپیمایی اعلام شده که نرخ بلیت پروازهای خارجی آزاد است. به‌زودی اسامی دفاتر فروش بلیت‌ها با نرخ‌های تعیین شده اعلام می‌شود.

افزایش ۷۰ درصدی قیمت مسکن در نیمه نخست سال

سرمایه‌گذاران با بازار مسکن قهر کردند

گفت تمام این موارد دست به دست هم داده و به سونامی بازار مسکن به شکل وخیمی دامن خواهد زد. **افزایش ۲۰۰ تا ۳۰۰ درصدی قیمت مسکن در نیمه دوم سال**

بیگدلی درباره میزان افزایش قیمت مسکن در نیمه نخست سال ۹۷ گفت: ۶۰ تا ۷۰ درصد افزایش قیمت در بازار مسکن اتفاق افتاده و اگر دولت برنامه‌ای برای این بخش نداشته باشد به حتم شاهد افزایش ۲۰۰ تا ۳۰۰ درصدی قیمت مسکن در شش ماه آینده خواهیم بود.

هزینه ساخت هر متر مربع مسکن چقدر است؟ وی درباره میانگین هزینه ساخت هر متر مربع مسکن عنوان کرد: با توجه به نوسانات قیمت مصالح و ... در بازار، میانگین ساخت هر متر مربع مسکن حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان است.



رئیس انجمن انبوه‌سازان درباره تاثیر افزایش ۷۵ درصدی قیمت آهن و فولاد در صنعت ساخت و ساز توضیح داد: این مساله از یک سو در قیمت تمام‌شده مسکن تاثیر دارد و از سوی دیگر تاثیر شدید روانی در بازار خرید و فروش صنعت مسکن و ساختمان خواهد داشت و مشکلاتی که شرح دادم را رقم می‌زند و بازار را به سمت بحران عمیقی هدایت می‌کند.

بیگدلی گفت: در اصل بازار واقعی نخواهد بود و بازاری کاذب است؛ پول‌های سرگردان و نقدینگی که از ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار میلیارد تومان اکنون به هزار و ۶۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده و در بازار وجود دارد.

آمارهای غیرواقعی از خرید و فروش در بازار مسکن

وی درباره تاثیر حضور نقدینگی و سرمایه‌های سرگردان در بازار ساخت و ساز بیان کرد: این موارد ظاهری و نمایشی بوده و باید گفت شرایط اصلا عادی نیست و اسم این مورد را نمی‌توان رونق گذاشت بلکه

مرکز آمار ایران در تازه‌ترین گزارش از وضعیت بازار مسکن از افزایش ۲۹ درصدی متوسط قیمت خرید مسکن در بهار امسال خبر داده است.

براساس گزارش مرکز آمار ایران، متوسط قیمت خرید و فروش یک مترمربع زیربنای مسکونی در بهار امسال نسبت به بهار ۹۶ برابر با ۲۹۷ درصد افزایش یافته است. همچنین از نکات دیگر این گزارش، افزایش ۲۹ درصدی متوسط قیمت فروش یک مترمربع زمین یا زمین ساختمان گلنگی و ۲۹۷ درصدی متوسط قیمت خرید و فروش یک مترمربع زیربنای مسکونی و افزایش ۲۲ درصدی متوسط اجاره یک مترمربع زیربنای مسکونی در نقاط شهری کشور در بهار ۹۷ نسبت به بهار پارسال بوده است.

گزارش مرکز آمار ایران در حالی است که رئیس انجمن انبوه‌سازان مسکن از افزایش ۷۰ درصدی قیمت مسکن در نیمه نخست امسال سخن گفته و معتقد است: اگر دولت سیاست‌های خود را در این بخش تغییر ندهد به حتم در نیمه دوم سال شاهد افزایش ۲۰۰ تا ۳۰۰ درصدی قیمت مسکن خواهیم بود.

مجتبی بیگدلی، رئیس انجمن انبوه‌سازان مسکن در گفت‌وگو با خبرنگاران با اعلام این مطلب درباره وضعیت بازار در شش ماهه نخست سال گفت: زمانی که فضا به شدت به سمت رکود حرکت می‌کند و رکود وجود دارد، دولت باید کاری انجام دهد تا در شرایط فردای رکود که معمولا دچار کمبود هستیم بتوان قیمت‌ها را کنترل کرد؛ همیشه فردای رکود در کشور ما مواجه شده با شوکی که از سوی دولت و به صورت عمدی ایجاد می‌شود.

وی توضیح داد: یعنی دولت این شوک را به بازار می‌دهد و با گران کردن دلار سعی می‌کند مشکلات ریالی خود را حل کند که این کار به سونامی موجود در بازار دامن می‌زند. متأسفانه اکنون به این سونامی دامن‌زده شده و شرایط عادی در بازار حاکم نیست و از یک سو نیازهای تلنبار شده ۳ تا ۴ سال گذشته وجود دارد و از سوی دیگر شاهد حرص و هجوم از سوی مردم در فردای رکود هستیم که این موارد سبب شده تا قیمت‌ها به شدت در حال افزایش باشد.

دولت برنامه‌ای برای ساخت مسکن ندارد این فعال بخش خصوصی گفت: اکنون شرایط به گونه‌ای است که می‌توان گفت متأسفانه دولت حتی یک واحد مسکونی در قالب هیچ‌کدام از طرح‌های مسکن اجتماعی، حمایتی، امید، احیای بافت‌های فرسوده و ... نساخته و این طرح‌ها تنها در قالب حرف باقی مانده‌اند و به نظر می‌رسد دولت برنامه‌ای هم ندارد.

وی تاکید کرد: با توجه به ازدواج سالانه یک میلیون زوج می‌توان گفت به همین میزان نیز مسکن نیاز داریم در حالی که در سال‌های اخیر کاری انجام نشده و باید

شرایط بحرانی است و در این شرایط افراد دست به آب و آتش می‌زنند تا فقط کار را جلو ببرند و شرایط از روی ناچاری است؛ در شرایط رکود به صورت طبیعی مردم به خاطر احتمال از دست رفتن سرمایه‌های خود مجبور می‌شوند با چنگ و دندان کار خود را پیش ببرند که این اوضاع شکوفایی اقتصادی و رونق نیست بلکه شرایط جنگی در عرصه اقتصاد نام دارد.

این فعال بخش خصوصی درباره مقایسه بازار مسکن و میزان خرید و فروش به نسبت سال گذشته اظهار کرد: برخی مسئولان آمارهایی را اعلام می‌کنند که واقعی نیست، در ماه‌هایی مردم برای خرید سه مقوله هجوم برده‌اند که شامل سسکه، ارز و مسکن است و باید گفت این اقدام آنها از سر ناچاری بوده است زیرا می‌دانند ارزش پول و سرمایه‌ها در حال از دست رفتن است، ارائه چنین آمارهایی برای جلوگیری از تشنج بازار و آرام نگه داشتن آن است و این اعداد و ارقام خنده‌دار به نظر می‌رسد.

بیگدلی درباره اقداماتی که دولت باید برای ترغیب سازندگان به ساخت و ساز و رونق بازار مسکن انجام دهد، گفت: دولت باید در زمینه اعطای مشوق‌ها اقدام کرده و این کار را تسهیل کند؛ آب، برق، گاز، خدمات اداری، مالیات و دارایی و ... را برای سازندگان تسهیل کند.

قهر سرمایه‌گذاران از بازار مسکن

وی ادامه داد: دولت باید مشوق‌های در حد رایگان به سازندگان اعطا کند؛ زمانی که سرمایه‌گذار قهر کرده و به حضور در بازار رغبتی ندارد باید با اعطای تسهیلات و مشوق‌ها زمینه‌های حضور سرمایه‌گذار را فراهم کرد. وی عنوان کرد: دولت باید قیمت مصالح ساختمانی را برای سازنده تثبیت کند و با اعطای وام و تسهیلات ارزان نوسان این قیمت‌ها را همانند سایر اقتصادهای شبیه کشور ما جبران کند. وی توضیح داد: دولت باید وام ارزان قیمت و متناسب بدهد زیرا در تمام دنیا ۰.۵ درصد از تولید مسکن را تسهیلات می‌دهند به این معنا که ۱۰۰ درصد تسهیلات ساخت و ۱۰ تا ۱۵ درصد نیز برای تجهیز مبلمان و ... اختصاص می‌دهند چراکه این بخش، اشتغال‌زاترین صنعت است بنابراین دولت باید حداقل ۶۰ تا ۷۰ درصد تسهیلات ارائه دهد که تاکنون این مساله اتفاق نیفتاده است.

بیگدلی گفت: سقف وام باید افزایش یابد و تسهیلات ارزان به بخش مسکن ارائه دهند و از سوی دیگر به فعالان و کارآفرینان بخش مسکن با توجه به اینکه ۷۰ درصد اشتغال کشور در این بخش بوده و بیش از یک هزار و ۲۰۰ گروه شغلی را می‌چرخاند، تسهیلاتی ارائه دهند تا افراد تشویق به حضور در این بخش شوند که در نهایت منجر به شکوفایی واقعی خواهد شد.



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

دریچه

محسنی‌آزهای خبر داد

سیف ممنوع‌الخروج است

سخنگوی قوه قضاییه گفت که رئیس کل سابق بانک مرکزی ممنوع‌الخروج شده است. محسنی‌آزهای دیروز در نشست خبری و در پاسخ به سوالی درباره پرونده ولی‌الله سیف، رئیس سابق بانک مرکزی و اینکه آیا وی ممنوع‌الخروج است، گفت: یک بار از وی تحقیق شده و اگر لازم باشد بار بعدی هم تحقیق می‌شود و پرونده هم در حال رسیدگی است زیرا متهمان دیگری از کارمندان بانک مرکزی و غیر بانک مرکزی دارد و پرونده در حال تحقیقات است و این فرد ممنوع‌الخروج است. آزهای همچنین گفت: درباره موسسه سکه ثامن تاکنون ۶۰۰ نفر شکایت کردند اما نمی‌دانم چه مقدار از اموال شناسایی شده یا می‌شود.

گزارش بانک جهانی از پراکندگی فقر در جهان

چند درصد از جمعیت ایران در فقر زندگی می‌کنند؟

تازه‌ترین گزارش بانک جهانی درباره میزان فقر در کشورهای مختلف است و درحالی که تعداد افراد در فقر شدید در جنوب صحرای آفریقا همین طور رشد می‌کند، در دیگر مناطق جهان میزان فقر رو به کاهش است.

گزارش جدید بانک جهانی نشان می‌دهد که تعداد افرادی که در فقر شدید به سر می‌برند – افرادی که با روزی کمتر از ۱.۹۰ دلار زندگی می‌کنند- از ۱.۹ میلیارد نفر در سال ۱۹۹۰ به حدود ۷۳۶میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ رسیده‌است. با این حال تعداد افرادی که در فقر شدید زندگی می‌کنند در جنوب صحرای آفریقا همچنان رو به رشد است و این شامل بیش از نیمی از افراد در فقر شدید در سال ۲۰۱۵ می‌شود. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۳۰ نزدیک به ۹ نفر از هر ۱۰ نفر جمعیتی که در فقر شدید به سر می‌برند در جنوب صحرای آفریقا زندگی کنند.

اما نسبت سرانه فقر به عنوان ۱.۹۰ دلار در روز در ایران، در سال ۲۰۱۳ یک درصد از جمعیت و در سال ۲۰۱۴، دو درصد از جمعیت جهان بوده است. درآمد سرانه ملی ایران با قیمت دلار آمریکا، در سال ۲۰۱۶ حدود ۵۴۷۰ و در سال ۲۰۱۷، ۵۴۴۰ دلار بوده است. رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۶ نیز ۱۳.۴درصد و در سال ۲۰۱۷ رقم ۴.۳درصد را نشان می‌دهد. روند فقر، افرادی که کمتر از خط فقر بین‌المللی زندگی می‌کنند نشان می‌دهد که از سال ۱۹۹۰ از ۳.۲ میلیون نفر در فقر به ۰.۲ میلیون نفر رسیده است. خط فقر بین‌المللی ۱.۹۰ دلار در روز است. آمار مربوط به مشارکت و کمک در کاهش فقر (۱.۹۰ دلار در روز) نشان می‌دهد که این شاخص رشد منفی ۱۳.۷درصدی داشته است. ضریب جینی ایران نیز نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۵، رقم این شاخص ۳۸.۸ است. این در حالی است که در سال ۲۰۱۳ شاخص ضریب جینی ۳۷.۴ بود.

آثار تحریم‌ها بر اقتصاد ایران و راهکارهای مقابله با آن

رفتار رمه‌ای در بازار ارز و سکه

استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان با انتقاد از اینکه روزبه‌روز نقش دولت در اقتصاد کشور پررنگ‌تر می‌شود، تصریح کرد متأسفانه اقتصاد ایران به نرخ افزایشی تورم عادت کرده، بنابراین در چرخه اقتصاد، افزایش نرخ تورم موجب ایجاد رکود می‌شود.

کمیل طیبی در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص مشکلات اقتصاد ایران به‌خصوص در دوران تحریم‌ها، اظهار کرد: تحریم‌ها بار هزینه‌ای بالایی را به اقتصاد کشور تحمیل خواهد کرد، اقتصاد ایران طی چند دهه اخیر همواره درگیر مشکلات قدیمی و مزمن بوده است، به‌خصوص در چهار دهه اخیر سرمایه‌گذاری جدیدی در کشور شکل نگرفته و از سوی دیگر تکنولوژی سرمایه‌گذاری‌ها در تولید و صنعت به‌روز نشده است.

ایمن اقتصاددان با بیان اینکه مسائلی همچون افزایش ساعتی نرخ دلار، انواع ارز، سکه و … روند نگران‌کننده‌ای ایجاد کرده و به روشنی می‌توان دست دللان و واسطه‌گران را در اقتصاد دید، افزود: با ایجاد رفتار رمه‌ای در بازار ارز و سکه، جامعه دچار نگرانی شده و متقاضیان افزایش ارزش دارایی ریال به ارز و سکه در کشور بیشتر شده‌اند.

او با تأکید بر اینکه اقتصاد ایران همواره درگیر مشکلات بانکی است، افزود: متأسفانه ارتباط نداشتن بانک‌های ایرانی با بازار و بانک‌های بین‌المللی و قطع جریان مالی با دنیا موجب فساد در سیستم بانکی کشور شده است که آثار آن در اختلاس و یا رانت موسسات مالی مشهود است و حتی برخی نهادهای دولتی به راحتی از فرصت‌های رانتی خود استفاده می‌کنند.

طیبی درخصوص آثار تحریم‌ها بر اقتصاد ایران، تأکید کرد: به‌طور قطع تحریم‌ها موجب تضعیف پایه و ستون اقتصاد ایران می‌شود و بار هزینه‌ای بالایی را به اقتصاد کشور تحمیل خواهد کرد. متأسفانه افزایش نرخ تورم در بلندمدت بر رشد تولید اثر گذاشته و اگر برنامه درستی اعمال نشود تا دو سال آینده شرایط نگران‌کننده‌تر خواهد شد. استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان افزود: در حال حاضر غول تورم در کشور بیدار شده است.

وی با بیان اینکه با اعمال تحریم‌ها، ایران برخی از پتانسیل‌های تجاری و صادراتی خود را از دست می‌دهد و با عدم تحقق درآمد‌ها، دچار کسری بودجه خواهیم شد، اظهار کرد: با از دست رفتن فرصت‌های صادراتی کشور، درآمد‌های مالیاتی دولت نیز کاهش می‌یابد، درحالی‌که هزینه‌های جاری کشور همچون حقوق کارمندان و بازنشستگان سر جای خود قرار دارد، در این شرایط با چاپ و نشر پول، نقدینگی غیرمولد در کشور شکل خواهد گرفت. طیبی با اشاره به راهکارهای مقابله با تحریم‌ها، گفت: بهترین راه، مصلحت‌اندیشی است، چرا که با کم شدن تنش‌ها، تلاش برای کاهش ریسک در اقتصاد کاهش خواهد یافت.

وی بنا تأکید بر ضرورت کاهش دخالت دولت در اقتصاد، اظهار کرد: سیاست‌های دستوری کنترل نرخ ارز یکی از سیاست‌های اشتباه دولت در اقتصاد است، درحالی‌که باید در تعامل با دنیا نقش تحریم‌ها را کاهش دهیم، چراکه آمریکا‌یی‌ها شمشیر تحریم‌ها را از رو بسته و اصرار بر اجرای آن دارند.

فرصت امروز: درحالی که این روزها بحث اصلاح تعرفه برق مشتریان پرمصرف از سوی وزارت نیرو و نمایندگان مجلس شنیده می‌شود، بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد که سهم مشترکین پرمصرف از کل برق مصرفی کشور ۳۰درصد است و با اصلاح تعرفه برق این مشترکان می‌توان از بروز خاموشی جلوگیری کرد.

براساس بررسی مرکز پژوهش‌های مجلس، بیش از ۵۰درصد از مصرف برق در زمان اوج بار، مربوط به بخش خانگی است که می‌توان این بخش را مؤثرترین مؤلفه در شکل‌گیری افزایش مصرف برق دانست. طبق نتایج این گزارش، در فهرست مصرف‌کنندگان برق به ترتیب بخش‌های مختلف، بخش خانگی ۵۰.۸درصد، صنعت ۱۸.۶درصد، تجاری ۱۲.۵درصد، کشاورزی ۷.۶درصد و سایر بخش‌ها ۰.۵درصد را شامل می‌شوند.

براساس آمار ارائه‌شده از سوی وزارت نیرو، ۲۰درصد از مشترکین خانگی (دو دهک بالای درآمدی) نزدیک به ۳۰درصد از مصرف برق را به خود اختصاص داده‌اند که ۵۵درصد بیشتر از میانگین مردم برق مصرف می‌کنند. به‌عبارت‌دیگر با توجه به مصرف ۵۷ هزار مگاواتی در تابستان امسال و مصرف تقریباً ۵۰درصدی بخش خانگی، این مشترکین بیش از ۸ هزار مگاوات از مصرف برق را به خود اختصاص دادند.

عامل اصلی که باعث شده مشترکین پرمصرف تمایلی به کنترل مصرف برق خود نداشته باشند، ارزان بودن قیمت برق در پله‌های بالای مصرف است، بنابراین اتخاذ سیاست مناسب در قیمت‌گذاری و اصلاح تعرفه برق، اقدامی است که طبق تجربیات جهانی می‌تواند در کاهش مصرف بخش خانگی اثرگذار باشد.

این سیاست علاوه بر تسوق دادن مصرف‌کنندگان به کنترل مصرف خود، منجر به کاهش زیان‌های تولید برق بیش‌ازحد برای صنعت برق کشور و اقتصادی شدن تولید برق در گام بعدی خواهد شد.

در این راستا، مشترکین پرمصرف خانگی به دلیل سهم بالایی که از مصرف برق در ساعات اوج بار دارند، اصلی‌ترین گزینه برای اصلاح تعرفه برق بوده و در نتیجه لازم نیست قیمت برق برای همه مردم افزایش پیدا کند.

۳۰درصد مشترکان برق در ایران پرمصرف هستند

مشترکان پرمصرف بر لبه تیغ



طبق این گزارش، در حال حاضر تولید برق به‌طور متوسط حدود ۱۰۵ تومان به ازای هر کیلووات ساعت برای وزارت نیرو هزینه دارد و فروش آن به دلیل اعطای یارانه دولتی به قیمت ۶۵ تومان به‌طور متوسط انجام می‌شود.

این زیان ۴۰ تومانی به ازای هر کیلووات ساعت به‌رغم وجود قوانین، در بودجه سالانه پیش‌بینی نشده و هر روز صنعت برق کشور را با مشکلاتی مواجه می‌کند.

از طرف دیگر مصرف برق کشور بیش‌ازحد متعارف است و اعطای یارانه غیرهوشمندانه و ناکارآمد به تمام مشترکین، اعم از کم‌مصرف و پرمصرف به این مسئله دامن زده است که این مصرف باعث شده در اوقاتی از سال به‌ویژه تابستان، کشور با بحران خاموشی روبه‌رو شود؛ بحرانی که علاوه بر مردم، تولیدکنندگان و کارگاه‌های تولیدی را تحت تأثیرات منفی خود قرار می‌دهد.

در این شرایط، اصلاح تعرفه برق به‌منظور اصلاح الگوی مصرف یک اقدام اجتناب‌ناپذیر است و زمینه را برای حل بحران خاموشی و بهبود وضعیت اقتصاد صنعت برق فراهم می‌کند. از طرف دیگر مصرف برق کشور بیش‌ازحد متعارف است و اعطای یارانه غیرهوشمندانه و ناکارآمد به تمام مشترکین، اعم از کم‌مصرف و پرمصرف به این مسئله دامن زده است که این مصرف باعث شده در اوقاتی از سال به‌ویژه تابستان، کشور با بحران خاموشی روبه‌رو شود؛ بحرانی که علاوه بر مردم، تولیدکنندگان و کارگاه‌های تولیدی را تحت تأثیرات منفی خود قرار می‌دهد.

تأثیرات منفی خود قرار می‌دهد. در این شرایط، اصلاح تعرفه برق به‌منظور اصلاح الگوی مصرف یک اقدام اجتناب‌ناپذیر است و زمینه را برای حل بحران خاموشی و بهبود وضعیت اقتصاد صنعت برق فراهم می‌کند.

طبق بررسی‌های کارشناسی، مطالعات آماری، اظهارات مسئولان و تجربیات جهانی می‌توان بدون افزایش قیمت برق برای همه اقشار و با جلوگیری از وارد آمدن فشار به عموم جامعه و همچنین تولیدکنندگان که متضرر اصلی بحران خاموشی برق هستند، برای اصلاح تعرفه برق اقدام نمود.

نگاهی به وضعیت اقتصادی در آغاز جنگ ۸ساله

شاخص‌های اقتصادی ایران در ابتدای جنگ چگونه بود؟

کشوری بود که نفت در اقتصاد آن کشور نیز حکم خون در رگ را داشت. این چنین بود که بازار نفت هشت سال درگیری نظامی دو قدرت بزرگ نفتی منطقه را به نظاره نشست و اتفاقاً نه‌تنها روندی افزایشی را تجربه نکرد بلکه در دوره‌هایی با کاهش قیمت نیز روبه‌رو شد.

رشد اقتصادی

نه رشد اقتصادی و نه توسعه، هیچ کدام عباراتی آشنا برای کشور در حال جنگ نیستند. رشد اقتصادی ایران در سال ۱۳۵۹، تحت تأثیر همه آنچه گفته شد منفی بود و سال ۱۳۵۹ نیز این موقعیت تداوم یافت. اقتصاد از هر سو با هجوم و فشار روبه‌رو بود. تشدید فشار خروج سرمایه از کشور، عدم تمایل برای سرمایه‌گذاری در کنار بحران‌های سیاسی و آغاز جنگ دست به دست هم داد تا رشد منفی سه ساله‌ای را از سال ۱۳۵۷ تا سال ۱۳۶۰ بر اقتصاد ایران تحمیل کند. سال ۱۳۶۱ البته به یمن افزایش تولید نفت، رشد اقتصادی ایران با احتساب نفت مثبت و بدون احتساب نفت منفی بود.

نگاهی به وضعیت اقتصادی ایران نشان می‌دهد به دلیل بالا بودن سرمایه‌های اجتماعی در ایران، عبور از تنگناهای اقتصادی با حمایت‌های مردمی اتفاق می‌افتاد. اقتصاد در عرصه ظهور اجتماعی مردمی که خود را متعهد به مقابله با دشمن می‌دیدند، معنا یافت و به نظر می‌رسد موقعیت اجتماعی ایران در این دوران شاه‌کلید آسان‌سازی سختی‌ها برای ملتی بود که قهرمانانه پای میهن ایستاد. جدول زیر شاخص‌های عمده اقتصاد در سال‌های ۱۳۵۸ و ۱۳۵۹ را نشان می‌دهد.

برای کنترل بازار، اقداماتی تعزیری در دستور کار قرار گرفت تا مانعی بر سر راه سودجویی عده‌ای از موقعیت پیش‌آمده ایجاد شود. آنها که در هوای جنگ نفس کشیدند نقش تعاونی‌های مصرف محله در توزیع اقلام مصرفی و حتی کالاهای بادوام سرمایه‌ای را به خاطر دارند.

دلار

دلار هرچند اهمیت امروز را در مراودات اقتصاد اجتماعی ایران نداشت اما با این حال فاصله‌ای قابل توجه را با نرخ رسمی یافته بود و در حالی که هر دلار آمریکا در بازار آزاد به قیمت ۱۴ تومان معامله می‌شد نرخ رسمی دلار، اعلامی از سوی بانک مرکزی برابر با هفت تومان بود. آغاز جنگ شرایط را متفاوت کرد، متوسط قیمت دلار در سال ۱۳۵۹ که نیمه‌ای را در وضعیت عادی و نیمه‌ای را در جنگ سپری کرد، به ۲۰ تومان رسید. هم جنگ دلیل محکمی بود برای افزایش نرخ دلار و هم کاهش صادرات نفت و در نتیجه کم‌شدن درآمد‌های ارزی کشور از بابت فروش آن.

نفت

یک سر همه راه‌ها در بررسی وضعیت اقتصادی ایران در ۱۰۰ سال اخیر به نفت باز می‌گردد اگر با اغماض ماجرا را بنگریم و نگوییم همه راه‌ها به نفت ختم می‌شود.

ایران در دهه ۵۰ شمسی و پیش از وقوع انقلاب، با افزایش تولید نفت توانست نرخ درآمد‌های نفتی خود را حداکثرسازی کند. با آغاز اعتصابات نفتی و سپس پیروزی انقلاب اسلامی، تولید نفت و به تبع آن صادرات دستخوش کاهش شد. ایران درگیر جنگی هشت ساله با

ارتباطات

یکسان سازی یا افزایش تعرفه مکالمات؟

افزایش بی سروصدای تعرفه تلفن همراه

در حالی که اپراتور اول تلفن همراه تعرفه تماس‌های درون و برون شبکه‌ای خود را از دیروز اول مهرماه، یکسان کرده، به نظر می‌رسد مکالمات درون‌شبکه این اپراتور برای سیم‌کارت‌های اعتباری با افزایش قیمت مواجه شدند. از طرفی ظاهراً اپراتور دوم همراه نیز به تغییر تعرفه‌های خود اقدام کرده است. به گزارش ایستا، اپراتورهای اول و دوم تلفن همراه، به یکسان‌سازی تعرفه‌های خود اقدام کرده‌اند که البته به نظر می‌رسد این یکسان‌سازی در برخی از سیم‌کارت‌های دائمی و اعتباری برای تماس‌های درون و برون شبکه، با افزایش قیمت برای مشترکان همراه است. هزینه برقراری تماس با سیم‌کارت‌های دائمی در اپراتور اول که ۵۷ تومان برای مکالمات درون‌شبکه و ۶۲.۵ تومان برای مکالمات درون‌شبکه بود، به ۵۹.۹ رسیده است؛ این مبلغ برای مکالمات درون‌شبکه شامل ۲.۹ تومان افزایش و برای مکالمات برون‌شبکه شامل ۲.۶ تومان کاهش می‌شود. برای سیم‌کارت‌های اعتباری نیز در حالی که هزینه برقراری برای مکالمات درون‌شبکه ۶۷ تومان و برای مکالمات برون‌شبکه ۹۳.۷ تومان بود، این هزینه به ۸۹.۹ رسیده است که شامل ۲۲.۹ تومان افزایش برای مکالمات درون‌شبکه و ۳.۸ تومان کاهش برای مکالمات برون‌شبکه می‌شود. همراه اول در اطلاعیه خود آورده است که این روش جدید قیمت‌گذاری موجب سهولت و شفافیت بیش‌تر در محاسبه هزینه مکالمات مشترکین خواهد شد و از مزایای دیگر این طرح کاهش تعرفه تماس‌های برون‌شبکه برای مشترکین دائمی و اعتباری همراه اول است، اما به نظر می‌رسد هر یک از سیم‌کارت‌های دائمی و اعتباری با افزایش قیمت از ۲ تا ۲۲ تومان برای مکالمات درون‌شبکه مواجه هستند. البته همراه اول جهت امکان مدیریت بیش‌تر هزینه مشترکین، بسته‌های مکالمه درون‌شبکه را برای مشترکین دائمی و اعتباری ارائه کرده که این بسته با شماره‌گیری #۳۳۷۱۰ قابل مشاهده و خریداری است. اما درباره تعرفه‌های اپراتور دوم همراه نیز تغییراتی رخ داده است؛ در حالی که در اپراتور ایرانسل، برقراری تماس با سیم‌کارت‌های دائمی برای تماس‌های برون و درون شبکه، ۳۳.۳ تومان برای هر دقیقه بوده و در سیم‌کارت‌های اعتباری نیز برای تماس‌های درون شبکه، این هزینه ۶۶.۹ تومان و برای سایر خطوط ۹۲.۹ تومان برای هر دقیقه و تماس به خطوط ثابت ۷۹.۹ تومان بوده است، اکنون در سیم‌کارت‌های دائمی برای تمامی خطوط (خط ایرانسل دیگر، دیگر اپراتورها و خطوط ثابت) این هزینه ۵۹.۹ تومان و برای سیم‌کارت‌های اعتباری ۸۹.۹ تومان به ازای هر دقیقه شده است. در واقع در سیم‌کارت‌های دائمی، هزینه تماس با تمامی خطوط شامل افزایش ۲۶۶ تومانی شده و در سیم‌کارت‌های اعتباری در تماس‌های درون شبکه شامل ۲۰ تومان افزایش، در تماس به خطوط اپراتوری دیگر شامل ۳ تومان کاهش و در خطوط ثابت نیز شامل یک تومان افزایش شده است.

واکاوی وام ۳۰ ساله خرید مسکن

آیا اعطای وام ۳۰۰ میلیونی با بازپرداخت ۳۰ ساله امکان‌پذیر است؟



رفتار کنیم. اگر اقتصاد کلان می‌گفت که تورم دو رقمی می‌شود و بازارهای موازی جذاب‌تر می‌شوند به طور قطع پیش‌بینی درباره بازار مسکن هم می‌توانست متفاوت باشد.

واحدهای خالی کنونی قابلیت ورود به بازار مصرف را ندارد

روانشان دنیا همچنین درباره طرح اخذ مالیات از خانه‌های خالی با بیان اینکه مکانیزم قهری در این خصوص جواب نمی‌دهد، گفت: ابتدا لازم است تحلیل کنیم خانه‌های خالی چند گروه هستند. بخشی از آن‌ها در نقاط خوش آب و هوا مثل شمال یا مناطقی مثل کیش برای محل تفریح استفاده می‌شوند. در این زمینه می‌توان روش‌های مالکیت جدید را برای این حوزه تدوین کنیم. راه‌حل دنیا «مالکیت زمانی» (Time Sharing) است که هر فرد مالکیت دوره‌ای از زمان را در این خانه‌ها اختیار می‌کند. به طور مثال ماه اول سال به یک نفر فروخته می‌شود و ۱۱ نفر دیگر هم ماه‌های دیگر را می‌خرند. یا اینکه هر کس می‌تواند یک هفته در سال این واحدها را خریداری کند.

وی ادامه داد: بخش دوم خانه‌هایی هستند که توسط بستگان و آشنایان مورد استفاده قرار می‌گیرند ولی با توجه به اینکه معمولاً وجهی بابت اجاره آنها پرداخت نمی‌شود در سامانه املاک ثبت نشده است. گروه سوم واحدهای لوکسی هستند که توسط سازندگان ساخته شده‌اند و امکان خریدشان برای متقاضیان بخش مسکن وجود ندارد. این واحدها نیز عملاً قابل عرضه به بازار نیستند؛ چرا که امکان استقرار افراد در آنها از نظر توان مالی وجود ندارد.

تاثیر بازارهای موازی بر بازار مسکن

همچنین معاون وزیر راه و شهرسازی در گفت‌وگو با ایلنا، با تأکید بر اینکه اتفاقی که برای بازار مسکن افتاد، عامل داخلی نباشد و همه عواملی که باعث افزایش قیمت مسکن شدند، خارج از بخش مسکن بود، گفت: در ۵ سال گذشته قیمت مسکن در یک حد معقولی بوده و به طور ناگهانی این جهش قیمت رخ داده است، حال اینکه درون بخش مسکن اتفاقی رخ نداده که ظرف ۶ ماه چنین انفجار قیمتی اتفاق افتد. حامد مظاهریان در پاسخ به اینکه آیا شرایط حال حاضر بازار مسکن قابل پیش‌بینی نبود، گفت: بخش مسکن تابع شاخص‌های کلان اقتصادی است و حدود ۵ درصد از ارزش افزوده کل کشور را تشکیل می‌دهد. رفع رکود چندساله اخیر هدف‌گذاری سیاست‌های بخش مسکن بود که بررسی آمارها تا پایان سال ۱۳۹۷ نیز موید صحت برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌های صورت‌گرفته بود. وی افزود: اما به همان میزان که تلاطمی به این وسعت در بازار ارز و طلا قابل پیش‌بینی نبود امکان پیش‌بینی بازار مسکن و افزایش قیمت خارج از عرف این بازار هم وجود نداشت و چه کسی می‌توانست پیش‌بینی کند که بازارهای اقتصادی دچار چنین التهابی شوند. هر بار هم که صحبت از پیش‌بینی در بازار مسکن می‌شد، اقتصاددانان آن را مشروط به تغییرات یا ثبات در کلان اقتصاد می‌دانستند.

معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه در سال گذشته شاخص‌های مسکن با شیبی ملایم در حال رشد بودند، گفت: در سال ۹۶ تعداد مباحثه‌نامه‌ها، حجم ریالی آن‌ها و قیمت مسکن حدود ۵ الی ۶ درصد رشد داشت، صدور پروانه ساختمانی هم چیزی در حدود ۵۶ درصد رشد مثبت را نشان می‌داد. همچنین سال ۹۶ پس از چهار سال برای اولین بار شاهد افزایش ملایم ارزش افزوده بخش ساختمان به میزان ۱.۲ درصد بود. در اسفندماه سال گذشته هم مطرح شد در صورتی که بازارهای موازی از تعادل خارج نشوند از سال بعد می‌توانیم یک رشد اقتصادی آرام در بخش مسکن داشته باشیم.

وی با تأکید بر اینکه بخش زیادی از اتفاقات اقتصادی قابل پیش‌بینی نبود و از خارج از بخش به حوزه مسکن تحمیل شد، گفت: وقتی اقتصاد کلان کشور دچار تلاطم شد، این شرایط همه بازارهای اقتصادی را درگیر کرد که بخش مسکن هم تحت تأثیر آن قرار گرفت.

معاون وزیر راه و شهرسازی افزود: موضوع این است که این شرایط تا چه حد قابل پیش‌بینی بوده است. انجام وظایف اقتصاد کلان یا سیاست‌گذاری روابط بین‌المللی برعهده وزارت راه و شهرسازی نیست و ما باید در چارچوب اقتصاد و سیاست کلان کشور برنامه‌ریزی می‌کردیم که وضعیت اقتصاد کلان چگونه است و لازم است در این شرایط چگونه

چندی پیش، نمایندگان مجلس دو طرح تسهیلات ۳۰۰ میلیون تومانی ۳۰ ساله و اجاره دادن خانه‌های خالی با حکم دادستانی را در دستور کار قرار دادند. در طرح دوم که با ۳۰ امضا به هیات رئیسه ارائه شده و احتمالاً همراه امسال اعلام وصول خواهد شد، سازمان‌های ایجاد می‌شود و مردم طبق قانون، خانه‌های خالی را گزارش و معرفی می‌کنند. پس از آن با حکم دادستانی، یک ماه به صاحب خانه مهلت داده می‌شود تا آن خانه را اجاره بدهد، وگرنه کارشناس رسمی دادگستری با حکم دادستان از خانه بازدید کرده و پس از آن خانه را اجاره می‌دهد و مبلغ دریافتی را به حساب دادگستری می‌ریزد.

به گزارش ایستا، اما طرح دیگری که نمایندگان به دنبال جهش قیمت مسکن در ماه‌های اخیر ارائه کردند، پیشنهاد افزایش سقف تسهیلات تا رقم ۳۰۰ میلیون تومان با مدت بازپرداخت ۳۰ ساله است. طبق نظر نمایندگان، این طرح در صورت اجرا مانع ورود دلالان و سودگران می‌شود و تنها اجازه پرداخت به متقاضیان واقعی داده می‌شود. هم‌اکنون بالاترین رقم تسهیلات پرداختی به متقاضیان، وام ۱۶۰ میلیون تومانی زوجین خانه اولی است که از طریق سپرده‌گذاری یک‌ساله انجام می‌شود. طبق محاسبات، هم‌اکنون این مبلغ حدود ۲۶ درصد یک خانه ۶۰ متری براساس متوسط قیمت شهر تهران را پوشش می‌دهد.

این در حالی است که کارشناسان اقتصاد مسکن معتقدند پیشنهاد افزایش تسهیلات خرید تا رقم ۳۰۰ میلیون تومان جدا از اینکه دیر ارائه شده، تاثیر چندانی در تعادل بخشی به بازار مسکن نخواهد داشت و بهتر است مشوق‌هایی از این دست به بخش عرضه اختصاص یابد.

پیشنهادات اصلاحی معمولاً دیر انجام می‌شود

برای واکاوی این دو پیشنهاد با دو تن از کارشناسان اقتصاد مسکن گفت‌وگو کردیم. سلمان خادم‌المه در این زمینه اظهار کرد: پیشنهاداتی از این دست که برای اصلاح وضعیت داده می‌شود از نظر زمانی دیر اتفاق می‌افتد. هم‌اکنون متوسط قیمت مسکن شهر تهران به متری ۷.۵ میلیون تومان رسیده است. یعنی یک خانه ۱۰۰ متری ۷۵۰ میلیون تومان قیمت دارد. برای خریدار این عدد بالاست و حتی اگر تمام مبلغ خانه را تسهیلات بدهند پرداخت اقساط سخت خواهد بود. تسهیلات باید زمانی ارائه می‌شد که قیمت مسکن از این عدد پایین‌تر قرار داشت. وی افزود: این را هم در نظر بگیریم که اقساط تسهیلات ۳۰۰ میلیون تومانی، بالاست. در شرایطی که متوسط درآمد خانوارهای تهرانی حدود ۴ میلیون تومان است، پرداخت اقساط وام ۳۰۰ میلیون تومانی، سنگین است و بسیار طولانی خواهد شد. احتمال عدم وصول اقساط هم وجود دارد.

تسهیلات به تولید مسکن اختصاص یابد

همچنین مهدی روانشادانیا، کارشناس اقتصاد مسکن اظهار کرد: افزایش تسهیلات از منظر اقتصاد کلان با افزایش نقدینگی و تورم، مرتبط است که باید در جایگاه خودش بررسی شود، اما در مورد بخش مسکن، افزایش وام بخش تقاضا در کوتاه‌مدت باعث رشد قیمت‌ها می‌شود. قیمت مسکن شهر تهران در مردادماه ۶۲ درصد رشد یافته که با افزایش تسهیلات احتمال ادامه سیر صعودی قیمت‌ها وجود دارد. وی ادامه داد: بهتر است هر نوع تسهیلات و مشوقی به بخش تولید مسکن هدایت شود. در این خصوص اعطای تسهیلات به واحدهای مبتنی بر الگوی مصرف، لازم است. هم‌اکنون حدود ۷۰ درصد تقاضای بازار مسکن شهر تهران برای ساختمان‌های زیر ۱۰۰ متر است. در سایر شهرها نیز عمده تقاضا برای واحدهای مسکونی زیر ۵۰۰ میلیون تومان است که این الگو در اعطای تسهیلات ساخت لحاظ شود. اعطای تسهیلات به سازندگان حرفه‌ای بخش مسکن، رعایت الگوی مصرف در بخش واحدهای تولیدی و البته رعایت نکات فنی، موضوعاتی است که در سیاست‌ها باید اعمال شود.

15th INFEX 2019
General Exhibition of Food Industries
Food Processing, Food Packing, Food Storing, Food Products
5-8 feb. 2019 Isfahan

پانزدهمین نمایشگاه جامع صنایع غذایی

(فرآوری . بسته بندی . محصولات . خدمات)



۱۶ الی ۱۹ بهمن ماه ۱۳۹۷ اصفهان

پل شهرستان، محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی

www.infexiran.ir

☎ ۰۲۳۱۱۱۱۱۱۱۱ ☎ ۰۲۳۱۱۱۱۱۱۱۱ ☎ ۰۲۳۱۱۱۱۱۱۱۱ ☎ ۰۲۳۱۱۱۱۱۱۱۱

www.infexiran.ir infex2017@gmail.com Infexiran



خبرنامه



قابل توجه تجار و بازرگانان

گشایش اعتبار اسنادی داخلی در بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد جهت تسهیل انجام معاملات تجاری و بازرگانی، اقدام به گشایش اعتبار اسنادی داخلی می کند. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، خسرو رفیعی، مشاور مدیرعامل و مدیر روابطعمومی بانک پاسارگاد ضمن اعلام این خبر گفت: یکی از نیازهای موجود در فعالیت‌های تجاری و اقتصادی، انجام معامله بین خریدار و فروشنده در فضای قابل اعتماد و بدون ریسک است. بانک پاسارگاد با ارائه خدمات گشایش اعتبار اسنادی داخلی ضمن اعتمادسازی میان طرفین قرارداد کلیه شرایط لازم برای انجام معامله بدون ریسک را برای خریداران و فروشندگان داخلی فراهم می کند. وی ادامه داد: خریداران با استفاده از این خدمات می‌توانند از مزایایی نظیر تأمین کالا یا مواد اولیه با حداقل نقدینگی، دریافت اعتبار با کارمزد کمتر از تسهیلات و پرداخت وجه به فروشنده بعد از اجرای کامل تعهدات توسط ایشان برخوردار شوند. همچنین فروشندگان نیز ضمن اعتماد به خریدار از دریافت کامل مبلغ قرارداد فروش اطمینان حاصل می‌کنند، رفیعی تصریح کرد: تسهیل مبادلات تجاری، انعطاف‌پذیری با نیاز مشتری، کارمزد گشایش به مراتب کمتر از سود تسهیلات، اطمینان از پرداخت وجه و توجه به کیفیت کالای مورد معامله از مزایای این خدمت است. وی در پایان خاطرنشان کرد: مشتریان گرامی می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر و بهره‌مندی از این خدمت به شعبه‌های بانک پاسارگاد در سراسر کشور مراجعه کنند. همچنین مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و سیستم دریافت نظرها در سایت بانک به آدرس www.bpi.ir آماده ارائه مشاوره و پاسخگویی به مشتریان است.

بانک‌ها در ۵ ماهه امسال ۱۵درصد بیشتر وام دادند
کارنامه بانک‌ها در پرداخت تسهیلات
آمارهای مربوط به عملکرد شبکه بانکی در پرداخت تسهیلات در پنج ماهه ابتدایی امسال حاکی از پرداخت حدود ۲۴۰ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان تسهیلات به بخش‌های مختلف اقتصادی بوده که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل بیش از ۳۲ هزار میلیارد تومان معادل ۱۵.۶درصد افزایش داشته است. به گزارش ایسنا و براساس آمارهای بانک مرکزی، از مجموع تسهیلات پرداختی حدود ۱۴۸ هزار و ۴۰۰میلیارد تومان به تأمین سرمایه در گردش اختصاص پیدا کرده که ۶۱.۶درصد کل تسهیلات پرداختی است و در قیاس با دوره مشابه سال قبل بیش از ۱۱درصد افزایش دارد، اما در میان بخش‌های اقتصادی سهم «صنعت و معدن» به حدود ۶۸ هزار میلیارد تومان می‌رسد که ۵۷ هزار میلیارد تومان آن به تأمین سرمایه در گردش اختصاص پیدا کرده است. در کنار این بخش حوزه بازرگانی ۳۲ هزار میلیارد تومان تسهیلات دریافت کرده که مجموع سهم حوزه «صنعت، معدن و تجارت» را به بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان می‌رساند. در بخش‌های دیگر حوزه «کشاورزی» ۲۱هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان، «سینک و ساختمان» ۲۰ هزار و ۷۷۰ میلیارد تومان و خدمات ۹۸ هزار میلیارد تومان تسهیلات دریافت کرده است. در حالی حدود ۲۴۰ هزار میلیارد تومان در پنج ماهه ابتدایی امسال بین حدود ۳میلیون و ۴۲۸فقره توزیع شده که این تسهیلات به طور کامل وام‌های جدید نیست و بخشی از آن تمدید وام‌های قدیمی محسوب می‌شود. با وجود نقدینگی هنگفتی که در اقتصاد ایران وجود دارد بانک‌ها درگیر تنگنای مالی و تأمین نقدینگی هستند که برای پرداخت تسهیلات به ویژه تسهیلات تکلیفی در سال‌ها به سمت اضافه‌برداشت از بانک مرکزی حرکت کرده‌اند. این موضوعی که مورد انتقاد کارشناسان و البته بانک مرکزی قرار داشته و عاملی برای بی‌انضباطی بانک‌ها و به دنبال افزایش تورم محسوب می‌شود؛ از این رو بانک مرکزی تأکید دارد که بانک‌ها باید بتوان مالی خود را از طریق افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه خود، کاهش معوقات بانکی و افزایش بهره‌وری بالا ببرند و از سویی دیگر بازارهای بزرگ مالی از جمله بازار سرمایه به سمت تأمین مالی اقتصاد حرکت کنند که تا حدی این بار از دوش بانک‌ها برداشته شود.

گلابه مشتریان از برخی بانک‌ها درباره «کارت هدیه»

گزارش‌ها از وجود برخی سختگیری‌ها در بانک‌ها برای صدور کارت هدیه حکایت دارد و در مواردی مشتریان دست خالی از شعب بر می‌گردند. به گزارش ایسنا، به تازگی مراجعه به شب برخی بانک‌ها برای دریافت کارت هدیه با سختگیری‌ها و البته عدم تمایل از سوی آنها در شعب مواجه است؛ به‌طوری که در مواردی مشتری را به شعب مرکزی یا سایر شعب برای دریافت این کارت هدایت می‌کنند و یا در برخی موارد عنوان می‌شود که فعلا امکان صدور کارت هدیه در شعبه فراهم نیست. البته این موضوع مربوط به تمامی بانک‌ها نبوده و در مواردی اتفاق می‌افتد که جریان تازه‌ای است؛ چرا که پیش از این روال به گونه‌ای دیگر بود و مخاطبان شبکه بانکی می‌توانستند با مراجعه به شعب هر یک از بانک‌ها کارت هدیه را که تا سقف حداکثر ۵۰۰ هزار تومان صادر می‌شود، به هر تعداد دریافت کنند.

برخی شعب در مورد اینکه چرا صدور کارت هدیه در مواردی با مشکل مواجه شده و به راحتی قبل نمی‌توان آن را دریافت کرد، این‌گونه توضیح می‌دهند که کارت‌های مربوطه وارداتی است و در داخل تولید نمی‌شود، بنابراین در جریان تغییرات اخیر، اکنون واردات این کارت‌ها تا حدی سخت‌تر شده و از سوی دیگر هزینه آن نیز بالا رفته است. گفت‌وگو با برخی مدیران شبکه بانکی نیز از این حکایت دارد که با توجه به نوسان نرخ ارز در ماه‌های گذشته و تا سه برابر شدن قیمت دلار هزینه واردات کارت‌های هدیه نیز افزایش یافته، در حالی که بانک‌ها برای صدور کارت‌های هدیه هیچ هزینه‌ای بابت این کار دریافت نمی‌کنند و در این حالت هزینه اضافی بر آنها تحمیل می‌شود. از این رو برخی نسبت به شعبی که به صورت خودداری کرده و یا اینکه برای مشتریان خود اقدام به صدور کارت هدیه کنند. از سوی دیگر ممکن است کارت‌ها با مبالغ پایین نیز تا حدی کمتر صادر شده و برای صرفه‌جویی در هزینه و کنترل مصرف کارت‌های موجود با مبالغ بالا و با تعداد انجام شود.

فرصت امروز: ماجرای استعفای وزیر صنعت، معدن و تجارت، ازجمله مهم‌ترین خبرهای اقتصادی رسانه‌ها در روز گذشته بود و بسیاری از خبرگزاری‌ها دیروز یکشنبه به گمانه‌زنی درباره استعفای محمد شریعتمداری و موافقت یا مخالفت رئیس‌جمهور با این استعفا پرداختند؛ چنانچه بازار تائیدها و تکذیباها در این باره داغ بود و کمتر رسانه‌ای بود که دیروز در این باره گمانه‌زنی نکرده یا در قالب خبر و گزارشی به آن نپرداخته بود. این درحالی بود که حضور رئیس‌جمهور در نیویورک نیز به این ابهام بیشتر دامن می‌زد و بازار گمانه‌زنی‌ها را بیش از پیش داغ می‌کرد.

اما صبح یکشنبه خبر پذیرش استعفای محمد شریعتمداری از سوی رئیس‌جمهور درحالی منتشر شد که بیشتر اخباری از تلاش نمایندگان در بهارستان برای فراخواندن او به پارلمان و استیضاح وزیری دیگر از مجموعه وزرای اقتصادی دولت دوازدهم حکایت می‌کرد. خبر استعفای شریعتمداری ابتدا در خبرگزاری «خانه ملت» همراه با فایل صوتی مصاحبه منتشر شد که در آن الیاس حضرتی، نماینده مجلس و مدیرمسئول روزنامه «اعتماد» از پذیرش استعفای وزیر صنعت از سوی رئیس‌جمهور خبر داده و برای او آرزوی موفقیت کرده بود. این خبر اما در ادامه با واکنش سریع مسئولان وزارت صمت رو به رو شد.

همچنین خبرگزاری «مهر» در این باره از قول یکی از مسئولان در وزارت صنعت، معدن و تجارت خبر داد که این استعفا جدید نیست. به گفته این مقام مسئول، فعلا موضوع خداحافظی وزیر صنعت در قالب استعفا مطرح نیست، مگر اینکه تصمیم دیگری گرفته شود. «مهر» در ادامه این خبر نوشت که مباحث مطرح‌شده درخصوص استعفای محمد

شریعتمداری در شرایطی مطرح شده که احمد علیرضاییگی از استعفای وزیر صنعت، معدن و تجارت خبر داده و گفته بود که رئیس‌جمهور پیش از سفر به نیویورک، این استعفا را پذیرفته است.

از سوی دیگر اما «ایسنا» خبری به نقل از الیاس حضرتی منتشر کرد که استعفای وزیر صنعت را شایعه دانسته و گفته بود: ایشان به فعالیت خود ادامه می‌دهد.

این درحالی بود که عصر یکشنبه رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی از قطعی بودن استعفای وزیر صنعت خبر داد و گفت: استعفای وزیر صنعت، معدن و تجارت قطعی است، اما پذیرش قطعی از طرف رئیس‌جمهور نهایی نشده است. محمدرضا پورابراهیمی به خبرگزاری صداوسیما گفت: شریعتمداری دیروز استعفای خود را تقدیم رئیس‌جمهور کرد و پیگیری‌های ما و خبرها حاکی از آن است که رئیس‌جمهور به‌احتمال قوی این استعفا را می‌پذیرد.

همچنین امیرآبادی عضو هیات رئیسه مجلس نیز این‌خبر را تأیید کرد و گفت: امیری معاون پارلمانی رئیس‌جمهور گفتند که وزیر صنعت، معدن و تجارت استعفا داده است. از سوی دیگر، وزارت صنعت نیز عصر روز گذشته خبر «تکذیب استعفای وزیر صنعت» را از سایت شاتا حذف کرد. این درحالی بود که پیشتر وزارت صنعت با درج تکذیبیه‌ای، خبر استعفای شریعتمداری را رد کرده بود.

با این‌همه، در بازار داغ تائید و تکذیب‌ها درباره استعفای وزیر صنعت و موافقت رئیس‌جمهور با استعفای شریعتمداری، اما این سوال مطرح است که استعفای وزیر صنعت، معدن و تجارت در حال حاضر تا چه اندازه به صنعت محروم از تکنولوژی‌های نو و آسیب‌دیده از جریان رکود

محمد شریعتمداری می‌رود یا می‌ماند؟

حاشیه‌های خبر یک استعفا



و تحریم‌ها کمک می‌کند و آیا تغییر و جابه‌جایی موید تغییر رویکرد در وزارت صنعت، معدن و تجارت خواهد بود؟

تفکر پوپولیستی در سیستم مدیریتی

در این باره، مهدی پورقاضی، رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران معتقد است: بیشتر صنعتگران از وضعیت فعلی ناراضی‌اند و فکر نمی‌کنم وزارت صمت گام مثبتی در راه کمک به صنعت برداشته باشد، اما اکنون در شرایطی قرار داریم که اظهارنظر در این باره که آیا تغییر وزیر به صنعت کمک می‌کند یا خیر، مشکل است.

او در گفت وگو با پایگاه خبری اتاق تهران ادامه داد: مجموعه مقررات و قوانین و سازمان‌های متولی صنعت مشکل دارد و مشکل سیستم به گونه‌ای است که اگر متخصص‌ترین فرد در پست وزارت صنعت قرار بگیرد، کار به سختی پیش می‌رود. تفکر پوپولیستی در سیستم ریشه دوانده است. به عنوان صنعتگر نمی‌توان از ماندن در رتقن وزیر صنعت اظهار خوشحالی یا ناراحتی کنم به این دلیل که در مورد عملکرد وزرای بعدی نگران هستم.

رئیس کمیسیون صنعت با اشاره به اینکه ممکن است وزیر بعدی جوان‌تر بوده و با سیستم پوپولیستی فاصله داشته باشد، گفت: از نظر من برای بهبود وضعیت صنعت، سیاست‌های اقتصادی در مورد ارز و ارتباط با کشورهای خارجی باید تغییر کند. رویکردها در روابط خارجی لطمه سنگینی به اقتصاد کشور زده است و اصلاح باید از یک نقطه آغاز شود. آنچه در یک سال اخیر در این زمینه شاهد آن بودیم به هیچ عنوان امیدوارکننده نیست و در این شرایط، بودن یا نبودن یک فرد کمکی نمی‌کند.

ماجرای عرضه نفت خام در بورس چه می‌شود؟

توپ زیر پای زنگنه!

نیفتاده است.» اما به تازگی شسورای عالی هماهنگی اقتصادی که به ریاست حسن روحانی برگزار شد تصویب کرد که با هدف متنوع‌سازی روش‌های فروش نفت، طرح عرضه نفت خام در رینگ صادراتی بورس انرژی در داخل کشور به صورت ارزی انجام شود. براساس این طرح، وزارت نفت می‌تواند با استفاده از ظرفیت بخش خصوصی برای صادرات، نفت خام و فرآورده‌های نفتی را به قیمت رقابتی، در بورس داخل کشور به فروش برساند.

از طرفی بعد از این اتفاقات محسن خدابخش -مدیر نظارت بر بازارهای سازمان بورس- با بیان اینکه برای سلازوکار عرضه نفت خام در بورس باید منتظر ابلاغ وزارت نفت به سازمان بورس بود، گفت که همکاری بانک مرکزی و خزانه‌داری در فرآیند عملیات تسویه پس از انجام معامله ضروری است و اعلام کرد که سلاز و کار اجرایی بورس نفت معطل وزارت نفت است. از هفته‌های گذشته که معاون اول رئیس‌جمهوری درباره عرضه نفت خام در بورس صحبت کرد تا به امروز که شخص رئیس‌جمهوری به این موضوع تأکید می‌کند مسئولان بازار سرمایه ایران تلویحا وزارت نفت را مسئول عرضه نشدن نفت خام در بورس می‌دانند، در نتیجه فعلا توپ از زمین سازمان بورس به سمت وزارت نفت انداخته شده است. به این ترتیب به اعتقاد مسئولان بازار سرمایه این وزارت نفت و سکاتاندار آن بیژن نامدار زنگنه است که می‌تواند درباره سلاز و کار عرضه نفت در بورس اقدامات نهایی را انجام دهد. بر طبق این مدعا مسئولان بورسی می‌گویند که آن‌ها زیرساخت‌های معاملاتی را مهیا کرده‌اند و با این اقدام توپ را به وزارت نفت که به گفته آن‌ها در خط حمله قرار دارد پاس داده‌اند و امروز زنگنه در پست حمله قرار گرفته، توپ در زیر پایش است و باید گل بزند. ولی جدا از این موضوع، نکته مهم اینکه عرضه نفت در بورس یکی

از راهکارهای اسحاق جهانگیری برای دور زدن تحریم‌هاست. معاون اول رئیس‌جمهوری گفته که نخستین هدف آمریکا، ممانعت از فروش نفت ایران است که با عرضه نفت خام در بورس، بخش خصوصی می‌تواند نفت را از بورس به‌طور شفاف خریداری و صادر کند.

اما در عین حال عده‌ای معتقدند که چنین تفکری که «با عرضه نفت خام در بورس، تحریم‌ها دور زده می‌شود» اساسا صحیح نیست و شاید یکی از عوامل تعلل درباره عرضه نفت در بورس همین موضوع باشد چرا که خرید نفت خام و خریداران نفت ایران توسط آمریکا تحریم شده و از دید تحریم‌ها فرقی نمی‌کند که این خرید و فروش با چه مکانیزمی صورت پذیرد، در بورس یا در خارج از بورس.

برای شفاف‌تر شدن این موضوع می‌توان این‌طور گفت که اگر شخصی نفت ایران را از طریق بورس خریداری کند بالاخره باید آنقدر از نظر بنیه مالی قوی باشد که بتواند این خرید را انجام دهد، در نتیجه باید به نوعی به دولت یا ساختارهای قدرتمند وابسته باشد از طرفی دیگر نیز خریدار باید بازار فروش نفتی که خریده را در دیگر کشورها داشته باشد، ولی طبیعتا آن بازار هم از تحریم‌های آمریکا معاف نیست و آن بازار نمی‌تواند نفت ایران را خریداری کند چرا که آمریکا آن بازار را هم تحریم کرده است. خلاصه اینکه در بحث تحریم‌های نفتی، این «خرید و فروش نفت ایران و خریداران آن» هستند که به هر نحوی تحریم شده‌اند نه «نحوه خرید و فروش نفت.»

به نظر می‌رسد مسئولان بازار سرمایه و وزارت نفت ایران در حال حاضر در نقطه تاریخی قرار داشته و باید «با تصمیم‌های آگاهانه و عاقلانه» از راهکارهای درست و منطقی برای دور زدن تحریم‌ها حمایت کنند، چرا که این تصمیم و صحبت‌های روسای این دو نهاد قطعاً بیش از گذشته در تاریخ اقتصادی ایران حک خواهد شد.

دریچه

مجوز عرضه نفت خام در بورس انرژی صادر شد

عاقبت عرضه نفت در بورس به کجا می‌رسد؟

در شرایطی که کمتر از یک ماه و نیم تا شروع دور دوم تحریم‌های آمریکا باقی مانده، شورای عالی هماهنگی اقتصادی، مجوز عرضه نفت خام در رینگ صادراتی بورس انرژی را صادر کرده است تا گام اصلی عرضه و خرید و فروش و البته صادرات نفت از سوی بخش خصوصی فراهم شود؛ آن هم در زمانی که دولت با توجه به تحریم‌های آمریکا با مشکلات جدی برای صادرات نفت مواجه خواهد شد و در ماه‌های گذشته هم بیش از ۵۰۰ هزار بشکه از صادرات نفت ایران کاهش پیدا کرده است و تعدادی از شرکای نفتی ایران خرید نفت را کاهش داده و حتی قطع کرده‌اند. در همین حال تعدادی از اعضای اوپک و غیراوپک که در راس آن‌ها عربستان و روسیه قرار دارند در حال افزایش صادرات و جبران کاهش صادرات نفت ایران هستند و حتی در اجلاس‌های روز یکشنبه در الجزایر در حال برگزاری بوده به دنبال تصویب تصمیماتی برخلاف منافع ایران هستند؛ اقداماتی که با واکنش تند وزیر نفت ایران همراه شده است. بیژن زنگنه تهدید کرده مصوبات ضد ایرانی اوپک را و این موضوع حتما شکستی بزرگ برای این نهاد بین‌المللی محسوب می‌شود.

اما همزمان با این بحث‌های جهانی و نزدیک شدن به تحریم‌های نفتی ایران، موضوع مهمی تحت عنوان ارائه نفت در بورس انرژی و فعال شدن بخش خصوصی برای خرید و فروش و صادرات طلای سیاه در داخل مطرح شده است؛ اتفاقی که در ماه‌های گذشته اولین بار نیمه تیرماه به نوعی از سوی معاون اول رئیس جمهور مطرح شد. جهانگیری در مراسم روز ملی صنعت و معدن گفته بود: «نفت خام ایران در بورس داخلی عرضه خواهد شد و بخش خصوصی می‌تواند به طور شفاف نفت بخرد و صادر کند. نخستین هدف آمریکا، ممناعت از فروش نفت ایران است و کسی که کمترین شناسنامه بین‌المللی را داشته باشد می‌داند چنین کاری شدنی نیست. به همین دلیل به سمت سعودی‌ها رفتند تا اگر نفت ایران کم شود، اتفاقی در بازار نفت آنها نیفتد.» او حتی اعلام کرد هم‌اکنون روزانه حدود ۶۰ هزار بشکه نفت برای فعالیت‌های داخلی در بورس عرضه می‌شود و خواستار مشارکت بیشتر فعالان بخش خصوصی در این حوزه شد.

حالا بعد از سه ماه از اعلام نظر معاون اول رئیس جمهور شورای عالی هماهنگی اقتصادی که با حضور سران قوا تشکیل جلسه داده بود، مجوز عرضه نفت خام در رینگ صادرات بورس انرژی را صادر کرده است و علا شرايطی را فراهم آورده است تا امکان خرید و فروش نفت خام به صورت آرنی در بورس فراهم و مشارکت بخش خصوصی در این حوزه تسهیل شود؛ اقدامی که در آستانه تشدید تحریم‌های نفتی باعث متنوع‌سازی روش‌های فروش نفت خام می‌شود، اما سوال مهمی در این بین وجود دارد که آیا شرایط فراهم است؟



سوالی که رضا پدیدار، رئیس کمیسیون انرژی اتاق تهران در پاسخ به آن اعلام کرده است: «قرار است نفت خام در بورس انرژی عرضه شود، ولی با توجه به فراهم نبودن زیرساخت‌ها، کمیسیون انرژی اتاق در نامه‌ای به وزارت نفت اعلام کرده تا زمانی که زیرساخت‌های لازم فراهم نشود، بورس انرژی توان انجام این کار را نخواهد داشت. باید تمامی مولفه‌های ناظر بر بورس به صورت بورس ملی یا پول رایج کشور و بورس بین‌المللی با ارزش‌های رایج تعریف شود. به گفته او این نامه به سازمان بورس و سایر نهادهای ذی‌ربط هم ارجاع داده شده است تا تصمیم‌گیری نهایی انجام شده و پس از آن عرضه صورت گیرد.» البته رئیس کمیسیون انرژی اتاق تهران عرضه نفت در بورس را اقدامی مهم می‌داند و معتقد است: «عرضه نفت خام در بورس انرژی اقدامی ضد تحریمی بوده و اگر بخش خصوصی وارد عمل شده و اقدام به خرید و صادرات نفت کند، کمک شایانی به بهبود وضعیت اقتصاد خواهد بود؛ زیرا بخش خصوصی همچون دولت مشمول تحریم‌ها نیست.»

بخشی از کارشناسان و فعالان حوزه انرژی نگرانند تا عرضه نفت در بورس انرژی در شرایطی که پیش‌زمینه‌های لازم برای عرضه نفت فراهم نیست باعث سوءاستفاده و اقدامات غیرشفاف شود که خروجی آن تکرار تجربه تلخ حضور افرادی همچون بابک زنجانی و... در صادرات نفت ایران باشد.

۱۶۵ هزار واحد، سطح جدید شاخص بورس تهران شد

اکران خوش پاییز با ۵ جهش بورسی



اخیر اعلام کرد امکان تهاوت بدهی بانکی با مطالبات دولتی فراهم شده است. با توجه به اینکه مطالبات از دولت بزرگ‌ترین چالش سال‌های اخیر شرکت‌های دارویی بوده است، این موضوع می‌تواند تا حدی از دوره بلندمدت وصول مطالبات این شرکت‌ها بکاهد.

وسایل ارتباطی دومین گروه صعودی بورس تهران بود. این گروه نیز تنها نماد بروسی‌اش «لیارس» است که به واسطه تقاضای بالا در این سهم با رشد قیمتی همراه شد. جایگاه سوم نیز به محصولات کاغذی رسید که بار دیگر حکایت از رشد قیمتی قابل توجه «چکاپا» دارد. شرکت کاغذ پارس با انتشار اطلاعیه درخصوص عملکرد ۹ ماهه شرکت تا پایان شهریورماه توضیح داد و از رشد قابل توجه فروش شرکت خبر داد. اما از منظر ارزش معاملات، محصولات شیمیایی بیشترین ارزش معاملات بازار را با ارزش یک میلیارد و ۸۲۰ میلیارد ریال به ثبت رساند. بعد از آن، صنعت فلزات اساسی جایگاه دوم را کسب کرد و با اندکی اختلاف رقم یک هزار و ۳۳۶ میلیارد ریال را به جای گذاشت.

سیطره حقیقی‌ها بر معاملات بورس

با توجه به اینکه طی ۵ هفته اخیر همواره تغییر مالکیت هفتگی بورس تهران با غلبه حقیقی‌ها همراه بوده است، دیروز نیز این بازیگران گردش سهام در بورس را در اختیار داشتند. به این ترتیب، خالص تغییر مالکیت بازار سهام به ۲۴۴ میلیارد تومان و از سمت حقوقی به حقیقی صورت گرفت. در این بین بیشترین تقاضای بازیگران خرد در صنعت سرمایه‌گذاری بود و بعد از آن فراورده‌های نفتی مورد توجه قرار گرفتند. در بحث تکنیک نماد نیز بیشترین خرید حقیقی‌ها در نماد «حکشتی» ثبت شد و بعد از آن «تاپیکو» مورد توجه قرار گرفت. اما حقوقی‌ها حمایت خود را از گروه دستگاه‌های برقی آغاز کردند و در ادامه گروه‌های ذغال سنگ و قند و شکر با توجه ویژه‌ای از سوی این افراد همراه شدند. «خواور» پرتقاضاترین نماد میان حقوقی‌ها بود و بعد از او بار دیگر «فولاد» با خرید بالای بازیگران بزرگ بازار مواجه شد.

به اینکه این روزها احتمال افزایش نرخ بهره آمریکا بیش از همیشه قوت گرفته و از سوی دیگر موجودی انبارهای بسیاری از کالاها نظیر مس و روی کاهش قابل توجهی داشته است، خوش‌بینی سرمایه‌گذاران به رشد قیمتی در کامودیتی همزمان با افت نسبی شاخص دلار قوت گرفته است.

رشد در بزرگ و کوچک‌های بورس

در میان نمادهای مثبت دیروز بار دیگر «خابر» با اقبال سرمایه‌گذاران همراه شد و تحت تاثیر تقاضای وافر سهامداران با صف خرید سنگین ۱۷۹ میلیون سهمی به کار خود پایان داد. مخابرات ایران در ۱۰ روز معاملاتی اخیر ۵ روز را با صف خرید همراه بوده است. از نیمه‌های شهریورماه تاکنون این سهم با حمایت بازیگران حقیقی در مسیر رشد نسبی قرار گرفته و تا حدی در نقش لیدر رشد بازار مطرح بوده است.

نمادهای محصولات شیمیایی نیز با اقبال سرمایه‌گذاران همراه بودند و اکثر نمادهای سبزپوش به کار خود پایان دادند. در این گروه شرکت پتروشیمی خلیج‌فارس بیشترین اثر را بر رشد شاخص کل برجای گذاشت. تقاضای قابل توجه حقیقی‌ها در این سهم منجر به رشد روزانه ۲۶ درصدی شد. نماد دوم موثر بر رشد شاخص کل «کگل» بود. گروه استخراج کانه‌های فلزی که حمایت حقوقی‌ها را ناظر بود، تحت تاثیر این عملکرد رشد قیمتی شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر را نیز به همراه داشت.

عبای سبز رشد قیمتی بر تن صنایع بورسی

در بحث صنایع بورسی از میان ۲۸ صنعت بورسی، ۳۱ صنعت با رشد قیمتی همراه شدند. بیشترین رشد قیمتی را در میان گروه‌های بورسی مواد دارویی به خود اختصاص داد.

خبرها درخصوص بهبود شرایط مالی شرکت‌های دارویی این روزها به کرات شنیده می‌شود. در این خصوص وزارت اقتصاد طی چند روز

اولین قدم‌های بورس تهران در فصل پاییز با ۵ کانال‌شکنی مهم همراه بود و ارزش معاملات بورس تهران در یکم مهرماه بار دیگر از هزار میلیارد تومان فراتر رفت و مهر تایید دیگری بر جریان خوشان نقدینگی به سمت بورس زد. بازار سهام هم‌اکنون در سطح ۱۶۵ هزار واحد قرار دارد؛ سطحی که برای اولین بار در تاریخ این بازار تجربه شده است. به گزارش سنا، شاخص کل بورس تهران پس از آنکه شهریورماه را با ۲۳ کانال‌شکنی به پایان رساند، در نخستین روز فصل پاییز شاهد ۵ کانال‌شکنی بود، تا شاخص کل در کانال ۱۶۵ هزار واحدی استوار بماند. از سوی دیگر، رشد شاخص هم‌وزن در محدوده شاخص کل، بار دیگر موکد این نکته است که صنایع بورسی در مسیری همگام، جذب نقدینگی را در دستور کار قرار داده‌اند.

سیل بی‌پایان نقدینگی به سمت بورس

همچنین تزریق حجم عظیمی از نقدینگی در صنایع مختلف از دیگر مشخصه‌های بازار رفتاری بازار بود. شاهد این مدعا رقم قابل توجه ارزش معاملات بود که به یک هزار و ۳۷۲ میلیارد تومان رسید. با توجه به اینکه میانگین ارزش معاملات بورس طی ماه اخیر به هزار میلیارد تومان ارتقا یافته، شش‌روزی اینچنین در فصل سوم سال می‌تواند نوید ارتقای این مولفه در روزهای آتی باشد.

این روزها بورس تهران در آستانه انتشار گزارش‌های شش‌ماهه و فصلی شرکت‌ها قرار دارد. به زعم بسیاری از کارشناسان بورسی، با توجه به عملکرد نسبتاً مطلوب شرکت‌ها طی این مدت، وزن خوش‌بینی سهامداران با غلبه بر فضای منفی، ورود نقدینگی‌های جدید را تا حد زیادی نوید می‌دهد.

از سوی دیگر رشد قابل توجه قیمت‌های جهانی در خصوص کالاهای پایه نیز اهمی برای رشد بورس به شمار رفته و همواره مد نظر سرمایه‌گذاران است. در این زمینه چهارشنبه هفته جاری نشست فدرال رزرو آمریکا درخصوص افزایش نرخ بهره برگزار می‌شود. با توجه

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

نوبت اول

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۹۷/۷۸/۲	خرید ۱۰۰۰۰ جفت دستکش تمام جرم ساق بلند	استاد پیوست
۹۷/۹۰/۲	تأمین تجهیزات ایمنی گروه‌های عملیاتی	استاد پیوست

مهمت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۹۷/۷/۲ لغایت ۹۷/۷/۸
محل دریافت اسناد مناقصه:
دفتر امور لامیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه دوم اتاق ۲۰۲ امور بازرگانی و قراردادهای تلفن تماس جهت دریافت اطلاعات ۰۶۱-۲۳۳۳۲۰۲۹
توزیع نیروی برق خوزستان www.kepdc.co.ir ، سایت شرکت توزیع نیروی برق خوزستان www.tavanir.org.ir یا پایگاه ملی اطلاع‌رسانی http://iets.mporg.ir
نیز قابل رویت می‌باشد.
تاریخ تحویل پاکت های مناقصه: پایان وقت اداری روز چهارشنبه ۹۷/۷/۸
محل تحویل پاکت های مناقصه: امور لامیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه اول اتاق ۱۰۸
تاریخ گشایش پاکت های مناقصه: روز دوشنبه مورخ ۹۷/۷/۲۳ ساعت ۱۴
مبلغ خرید اسناد مناقصه ۱۰۰۰۰۰ ریال واریز به حساب سپهر شماره ۰۱۰۴۹۷۸۲۰۰۰۰ نزد بانک صادرات لغو از شعبه در:
پیشنهادهای تکلف است معادل مبلغ سپرده، تضمین های معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و یا چک بانکی تضمینی در وجه شرکت تهیه و حسب مورد ضمانت نامه یا رسید واریز وجه را ضمیمه پیشنهاد به شرکت تسلیم نماید.
به پیشنهاد های فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر یا چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
به پیشنهاد های فاقد امضاء مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضای مدت مقرر واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۷/۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۷/۳

انتخابات صنف سراجان و تشکدوران اتومبیل

در اجرای مواد ۲۳-۲۲-۲۱ قانون نظام صنفی، در تاریخ ۱۳۹۷/۰۳/۱۰ انتخابات اتحادیه صنف سراجان و تشکدوران اتومبیل با شناسه ملی اتحادیه ۱۰۱۹۰۰۴۷۵۴۰ برگزار و آقایان سید محمد موسوی (رئیس) علی آذری (نائب رئیس اول) فلاح پوردانا (نائب رئیس دوم) علی نوروزی پور (دبیر) و امیر هوشنگ پزشکی (خزانه دار) برای مدت ۴ سال انتخاب گردیدند. حق امضاء و برداشت از حساب با دو امضاء از سه امضاء، به امضاء آقایان ۱- سید محمد موسوی ۲- علی آذری ۳- امیر هوشنگ پزشکی و مهر اتحادیه انجام گیرد.

آگهی ابلاغ اوراق مالیاتی

در اجرای ماده ۲۰۸ قانون مالیاتهای مستقیم مصوب بهمن ماه سال ۱۳۸۰ بدینوسیله برگ مالیات قطعی با مشخصات زیر به مودی ذیربط ابلاغ می‌گردد تا ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ درج این آگهی به اداره امور مالیاتی در نشانی مندرج در جدول مراجعه و نسبت به پرداخت مالیاتی قطعی شده اقدام نمایند. در غیر اینصورت به استناد ماده ۲۱۰ قانون مالیاتهای مستقیم اقدام به صدور برگ اجرایی خواهد شد.

ردیف	شماره پرونده	نام مودی	شماره و تاریخ برگ قطعی	نحوه قطعیت	منبع مالیاتی	عملکرد سال	درآمد یا ماخذ مشمول مالیات (به ریال)	اصل مالیات (به ریال)	شماره واحد مالیاتی	نشانی اداره امور مالیاتی
۱	۱۳۳۱	تهوری	۸۸۴۱۹ ۹۷/۰۶/۱۴	رای هیئت حل اختلاف بدوی	مشاغل	۱۳۸۸	۲,۷۳۷,۶۷۶,۰۰۰	۸۸۸,۲۲۸,۴۱۰	۱۷۱۴	تهران خ شیخ هادی پلاک ۲۲۳ طبقه دوم

روابط عمومی امور مالیاتی شهر و استان تهران



جزییات دستورالعمل جدید بانک مرکزی برای صادرکنندگان

دستورالعمل جدید بازگشت درآمدهای ارزی ناشی از صادرات موجب اعتراض برخی از تجار کشور شده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حدود یک هفته پیش، بانک مرکزی در راستای اجرایی کردن بند ۳ تصویب‌نامه هیات وزیران، موضوع بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور را به دستگاه‌های ذی‌ربط اعلام کرد. براساس دستورالعمل جدید بانک مرکزی، صادرکنندگان کالا مکلف شدند حداکثر ظرف مدت زمان سه ماه از تاریخ صدور پروانه صادراتی گمرکی، حداقل ۹۵ درصد ارزش گمرکی کالای مندرج در پروانه صادراتی را به چرخه اقتصادی کشور بازگردانند و از طریق سامانه جامع تجارت به بانک مرکزی اظهار کنند. ۵ درصد باقیمانده به منظور تأمین هزینه‌هایی از قبیل بازاریابی، تبلیغات و دفاتر خارج از کشور و نظایر آن در اختیار صادرکننده قرار گرفت. همچنین چند راه برای بازگشت ارز صادراتی برای صادرکنندگان در نظر گرفته شده بود که شامل؛ واردات خود در مقابل صادرات خود، واردات اشخاص ثالث در مقابل صادرات، پرداخت اقساط بدهی ارزی تسهیلات فاینانس، ریفاینانس و یوآانس خود، فروش ارز به بانکها و صرافی‌های مجاز و سپرده‌گذاری ارزی نزد بانکها بود. پس از اعلام دستورالعمل جدید بانک مرکزی بسیاری از تجار به نتایج و تبعات این بخشنامه برای صادرکنندگان اشاره کردند و گفتند: در شرایطی که بسیاری از اقلام صادراتی کشور جهت حفظ رقابت‌پذیری به‌صورت اقساطی، بلندمدت و امانی در کشورهای هدف عرضه می‌شود، اجرای این ابلاغیه باعث کاهش قدرت چانه‌زنی صادرکنندگان و رقابت‌پذیری محصولات صادراتی خواهد شد. همچنین آنها اظهار نگرانی کردند که این موضوع تنها به ضرر صادرکنندگان خرد کشور تمام خواهد شد.

کاهش داد و ستدها تا پایان هفته

با شروع فعالیت‌های اقتصادی، وضعیت قیمت‌ها مشخص می‌شود رئیس اتحادیه طلا و سکه گفت امروز به دلیل نیمه‌فعال بودن بازار، دادوستدها به حداقل رسید و با شروع فعالیت‌های اقتصادی، وضعیت قیمت‌ها مشخص می‌شود. محمد کشتی‌آرای، رئیس اتحادیه طلا و سکه در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش داد و ستد در هفته جاری خبر داد و گفت: با مشخص شدن وضعیت داد و ستد تا پایان هفته می‌توان گفت که قیمت طلا و سکه به کدام سمت و سو حرکت خواهد کرد. وی با اشاره به اینکه بازار تهران روز شنبه ۳۱ شهریورماه تعطیل است، افزود: به دلیل ایام سوگواری سالار شهیدان بازار تا شنبه تعطیل است و معاملات طلا و سکه به حداقل رسیده است. کشتی‌آرای، تصریح کرد: باتوجه به تعطیلی بازار در روزهای گذشته، قیمت انس جهانی تا ۱۲۰۹ دلار افزایش داشته است که البته قیمت ارز و طلا و سکه هم از این امر مستثنی نبودند این درحالی است که امروز قیمت طلا به نسبت روزهای گذشته (سه‌شنبه، چهارشنبه و پنجشنبه) با کاهش مواجه شده است. رئیس اتحادیه طلا و سکه در پایان گفت: امروز به دلیل نیمه‌فعال بودن بازار، دادوستدها به حداقل رسید البته با شروع فعالیت‌های اقتصادی، وضعیت قیمت‌ها مشخص می‌شود.

فشار هندوانه بر تنش آبی ایران

خروج ۲۲۰ میلیارد لیتر آب با هندوانه از کشور
سال گذشته بالغ بر ۷۸۰ هزار تن هندوانه به بیش از ۳۰ کشور جهان صادر کرده‌ایم، در واقع در سال گذشته که یکی از خشک‌ترین سال‌های کشور بود، ۲۲۳۰۰۸ میلیارد لیتر آب به صورت مجازی و فقط در قالب هندوانه به خارج از کشور صادر کردیم. به گزارش تسنیم، آخرین آمار ارائه‌شده از سوی سازمان جهانی خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو) نشان می‌دهد که ایران سومین تولیدکننده بزرگ هندوانه جهان است. سالانه ۳ میلیون و ۸۱۳ هزار تن هندوانه در ایران تولید می‌شود. هندوانه محصولی آب‌پر است که برای تولید هر کیلو از آن ۲۸۶ لیتر آب مصرف می‌شود. این رقم ۲۸۶ لیتری، رقمی است که در سال‌های اخیر با کاهش مصرف آب در تولید هندوانه کسب شده و در واقع برای تولید هندوانه در ایران بسیار بیش از این طی سال‌های اخیر آب مصرف شده است. طبق گزارش رسمی وزارت جهاد کشاورزی در سال گذشته «برای تولید یک کیلوگرم هندوانه در ایران ۲۸۶ لیتر آب مصرف می‌شود که این رقم در مقایسه با سال ۹۱، ۳۷ درصد کاهش داشته است.»

برای تولید ۳ میلیون و ۸۱۳ هزار تن هندوانه، یک‌هزار و ۹۰ میلیارد و ۵۱۸ میلیون لیتر آب مصرف می‌شود. این حجم عظیم مصرف آب برای تولید هندوانه در شرایطی است که ایران بیش از ۱۷ سال خشکسالی را پشت سر گذاشته و برداشت بیش از حد از سفره‌های زیرزمینی، ۲۹۰ دشت کشور را بحرانی کرده است. نکته جالب اینجاست بیشتر آب برداشت‌شده برای تولید هندوانه نیز از منابع زیرزمینی، به صورت مجاز و یا حتی غیرمجاز، تأمین می‌شود. از مجموع ۳ میلیون و ۸۱۳ هزار تن تولید هندوانه در ایران حدود ۸۰۰ هزار تن از این محصول صادر می‌شود. در واقع ما سالانه حدود ۲۲۸۸ میلیارد لیتر آب را در قالب صادرات هندوانه به صورت آب مجازی صادر می‌کنیم. سال گذشته بالغ بر ۷۸۰ هزار تن هندوانه به بیش از ۳۰ کشور جهان صادر کرده‌ایم و در واقع در سال گذشته که یکی از خشک‌ترین سال‌های کشور بود، ۲۲۳۰۰۸ میلیارد لیتر آب به صورت مجازی و فقط در قالب هندوانه به خارج از کشور صادر کردیم.

کشورهایی چون عراق، پاکستان، امارات متحده و ترکیه از بزرگ‌ترین واردکنندگان هندوانه از ایران هستند. هندوانه ایرانی به کشورهای اروپایی چون اتریش و آلمان نیز صادر می‌شود اما بازار اصلی هندوانه صادراتی ایران، کشورهای عربی خاورمیانه و به خصوص حاشیه خلیج فارس است. اصلاح الگوی کشت مسئله‌ای مغفول‌مانده در دولت است؛ کشت بدون الگوی درست و تولید محصولاتی که از نظر توجیه اقتصادی و ارزش آب مصرف‌شده، غیرمنطقی هستند، فشار بیشتر بر روی تنش‌های آبی کشور به دنبال داشته است.



رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی درباره افزایش توانمندسازی تولید در شرایط فعلی گفت: به دلیل اینکه زیرساخت‌ها آماده نیست تولید ظرفیت افزایش توانمندسازی را ندارد. منابع لازم وجود ندارد و واحدهای تولیدی درگیر قوانین سخت‌گیرانه در کشور هستند، اقتصاد ما هنوز دولتی است و اقتصاد ما هنوز خصوصی نشده است. او افزود: این طرح چون بدون مقدمه و بدون در نظر گرفتن مشکلات ایجاد شده، خلق‌الساعه است. روغنی گفت: تحریم وقتی شروع شد برنامه‌های دولت دقیق اجرا نشد و دولت برنامه مدونی نداشت. وقتی ما منابع لازم را نداریم و برنامه‌ریزی نداریم برنامه کامل نمی‌شود و با توجه به شرایط تصمیمات دولت را کارشناسان نمی‌دانیم چون هدررفت منابع بالاست.

کشور اوضاع خوبی ندارند و تحت فشار هستند. او افزود: صنعت کشور ما با بحران قیمت تمام‌شده مواجه است. در شرایط فعلی اقتصاد و سیاست به هم گره خورده به نحوی که حتی دوستان ما نیز ما را تحریم می‌کنند. روغنی در ادامه گفت: صنعت کشور ما صنعت بهره‌وری نیست چون تکنولوژی‌های قدیمی است و نیاز به بازسازی و نوسازی صنایع کشور داریم. به طور مثال؛ صنعت نساجی ما که در روزگاری حرف اول را می‌زد اکنون حال و روز خوبی ندارد بنابراین نیاز به بازسازی و نوسازی دارد.

او افزود: قانون بهبود کسب و کار دولت را مکلف کرده در تمام زمینه‌ها باید با بخش خصوصی مشورت کند. دولت از ما دعوت می‌کند اما از نظرات کارشناسی تشکل‌ها استفاده نمی‌شود.

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی گفت امروز با افزایش دلار و صادرات وضعیت برای برخی شرکت‌ها خوب است اما مابقی صنایع کشور اوضاع خوبی ندارند و تحت فشار هستند. ابوالفضل روغنی درباره مشارکت بخش خصوصی در طرح توانمندسازی گفت: وزارت صنعت یک برنامه استراتژی توسعه صنعت نداشته است. این پروژه بسیار خوب است و بسیار قدم خوبی است اما زیرساخت‌های لازم برای این کار فراهم نیست. در این طرح نه منابع لازم تعریف شده نه زیرساخت‌ها فراهم است. تولید داخل مشکلات جدی دارد و صنعت حال و روز خوبی ندارد.

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی افزود: امروز با افزایش دلار و صادرات وضعیت برای برخی شرکت‌ها خوب است اما مابقی صنایع

گمرک پر از کالای اساسی شد

ثبت سفارش، عدم معافیت از پرداخت مابه‌التفاوت ارز برای کالاهای ساخته‌شده و نهایی و همچنین عدم تمایل برخی واردکنندگان برای انتقال کالا از انبارهای گمرکی به انبارهای داخلی هم مشکلاتی وجود دارد که مجموع این عوامل موجب شده بخشی از کالاها در انبارهای گمرکی بماند و مقرر شد پیشنهادات جدیدی برای رفع این مسائل و مشکلات به معاون اول رئیس جمهور ارائه شود.

رئیس کل گمرک ایران گفت: براساس یکی از تصمیمات، کالاهایی که تا آخر مردادماه وارد گمرک شده‌اند مجاز خواهند بود با ثبت سفارش یک ماهه ترخیص شوند و در این زمینه وزارت صنعت موظف شده است سامانه ثبت سفارش را باز کند و این مشکل به‌زودی برطرف خواهد شود.

وی درخصوص دیگر تسهیلاتی که برای واردکنندگان کالاها در نظر گرفته شده است، افزود: براساس مصوبه‌های اعلام شده، از این پس حقوق ورودی و همچنین مالیات بر ارزش افزوده به صورت ضمانت‌نامه بانکی دریافت خواهد شد.

عسگری اضافه کرد: برای ۱۱۷ فعال مجاز اقتصادی که در پورتال گمرک جمهوری اسلامی ایران رجیستر شده‌اند و همچنین برای ۲۷

رئیس کل گمرک ایران آخرین وضعیت واردات کالاهای اساسی به کشور را تشریح کرد.

به گزارش تسنیم، فرود عسگری که در نشست بررسی مسائل و مشکلات واردات و صادرات با حضور معاون اول رئیس جمهور سخن می‌گفت در تشریح آخرین آمار واردات کالاهای اساسی به کشور اعلام کرد: در بخش واردات کالاهای اساسی وضعیت بهتری نسبت به سال گذشته داریم. براساس تازه‌ترین آمارها واردات ذرت ۲۶ درصد، دانه‌های روغنی ۲۸ درصد، گوشت قرمز ۲۹ درصد و جو ۵۱ درصد افزایش داشته و دیگر کالاهای اساسی هم وضعیت مشابهی دارند.

رئیس کل گمرک گفت: در حال حاضر به طور میانگین روزانه ۴ هزار و ۷۰۰ کامیون کالا از گمرکات کشور ترخیص می‌شود و در مواقعی این رقم به ۶۰۰۰ دستگاه هم می‌رسد.

عسگری با تأکید بر نتایج جلسه در حضور معاون اول رئیس جمهور بیان کرد: بخشی از مشکلات ترخیص کالاهای موجود در انبارهای گمرکی مربوط به تخصیص ارز است و برخی دیگر مشکل تأمین ارز را دارند که مقرر شد بانک مرکزی با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت این مشکلات را رفع کند. در حوزه تعیین اولویت‌های کالایی،

شرکت دانش‌بنیان نیز مجوزی صادر شده تا این شرکت‌ها بتوانند به صورت شناور با ضمانت‌نامه‌های یکساله کالاهای خود را از گمرک ترخیص کنند. وی با بیان اینکه سررسید این ضمانت‌نامه‌ها پانزدهم بهمن‌ماه خواهد بود، گفت: بدین ترتیب شرکت‌های مذکور قادر خواهند بود در کل سال با تودیع ضمانت‌نامه‌های بانکی، کالاهای خود را از گمرک ترخیص کنند.

رئیس کل گمرک درخصوص مشکل برخی واردکنندگان که با کمبود نقدینگی مواجه هستند، افزود: برای این واردکنندگان نیز مجوزی صادر شده است تا بتوانند ۷۰ درصد کالاهای خود را به صورت تسهیلات از گمرک خارج کنند و حقوق ورودی و مالیات بر ارزش افزوده خود را پس از ترخیص کالا پرداخت کنند.

وی یکی دیگر از مشکلات واردکنندگان را بحث تخصیص و تأمین در شبکه بانکی اعلام کرد و گفت: با مجوزی که صادر شد، واحدهای تولیدی مجاز خواهند بود تا ۷۰ درصد کالاهای خود را بدون تخصیص و تأمین در بانک از گمرک خارج کنند و ۳۰ درصد باقیمانده، پس از اعلام کد ۱۴ رقمی بانک ترخیص شود.

پوشش ملی زنان ایرانی در قبضه واردات

برای نخستین بار پیشنهاد تدوین استاندارد ملی ایران برای تولید چادر مشکی را به سازمان ملی استاندارد ارائه دهیم. تولیدکننده پارچه چادر مشکی در ایران تصریح کرد: این روند به تدوین استاندارد ملی و ابلاغ آن منتهی شده است و امیدواریم در سال جاری بتوانیم مهر استاندارد تشویقی پارچه چادر مشکی را اخذ کنیم. به گفته دانایی، تولیدات این کارخانه از نظر کیفیت و قیمت کاملاً قابل رقابت با محصولات مشابه وارداتی است و امسال با استقبال چشمگیری از طرف مردم روبه‌رو شده است. این تولیدکننده درباره اشتغال‌زایی این مجموعه اعلام کرد: این مجموعه در حال حاضر ۴۰۰ نفر نیرو دارد که حدود ۲۵۰ نفر از آنها در خط تولید چادر مشکی مشغول به فعالیت هستند.

و خرید نهادهای ذی‌ربط محروم بوده‌ایم. وی با اشاره به ظرفیت تولید این کارخانه گفت: ما در حال حاضر با ۷۰ درصد ظرفیت خط تولید در میدان رقابت حضور داریم که اگر بتوانیم با تمام ظرفیت خط تولید کار کنیم توانایی تولید ۱۰ میلیون متر چادر مشکی در سال را خواهیم داشت و در نگاه خوش‌بینانه مساوی با تأمین نیاز ۲۰ درصد بازار خواهد بود. تولیدکننده پارچه چادر مشکی در ایران ادامه داد: حداقل واردات چادر مشکی ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون متر در سال است، البته آمار دقیقی در این رابطه وجود ندارد.

وی با تأکید بر اینکه پارچه چادر مشکی در هیچ کجای جهان استاندارد بین‌المللی نداشته است، گفت: حدود دو سال پیش توانستیم

تولیدکننده پارچه چادر مشکی در ایران، گفت حداقل واردات چادر مشکی ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون متر در سال است.

میرمحمدتقی دانایی، تولیدکننده پارچه چادر مشکی در ایران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، اظهار کرد: در تمام سال‌هایی که چادر به عنوان حجاب رسمی بانوان ایران انتخاب شد هرگز تولید داخلی نداشتیم و ما نخستین کارخانه در دو سال اخیر هستیم که صرفاً برای این محصول اقدام به راه‌اندازی خط تولید کرده‌ایم.

دانایی گفت: در مدت دو سالی که به عنوان تولیدکننده پارچه چادر مشکی در حال فعالیت هستیم از حمایت‌هایی نظیر سرمایه در گردش برای خرید مواد اولیه ارزان‌تر، تخفیف در عوارض گمرک، مالیات کمتر

تحریم باعث افزایش تولید خودروسازهای خصوصی شد

آمار تولید خودروهای داخلی طی پنج ماه نخست امسال در شرایطی از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام شد که طبق آن، تیراژ محصولات متعلق به بخش خصوصی صنعت خودروی کشور در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته افزایش یافته است. در بین خودروسازان بخش خصوصی اما بیشترین تیراژ طی پنج ماه ابتدایی امسال باز هم به «مدیران خودرو» تعلق یافته است؛ شرکتی که محصولاتی از برند چینی «چری» را مونتاژ می‌کند. بنابر آمار اعلامی، این شرکت ۲۷ هزار و ۵۵۲دستگاه انواع محصولات سواری را در پنج ماه امسال به تولید رسانده و این رقم نشان می‌دهد مدیران خودرو نسبت به بازه زمانی مشابه سال گذشته، حدود ۲درصد افزایش تیراژ داشته است. با اعلام آمار تولید پنج ماه خودرو، مشخص شد غول‌های جاده مخصوص شامل ایران خودرو و سایپا و پارس خودرو، در مجموع با کاهش ۱۲/۶درصدی تیراژ نسبت به پنج ماه ابتدایی سال گذشته مواجه شده‌اند، با این حال، خصوصی‌ها به لطف محصولات جدید چینی، آمار تولید را بالا برده‌اند. بنابر آمار اعلامی، در مجموع ۵۹ هزار و ۸۰۲ دستگاه انواع خودروی سواری تا پایان مرداد امسال در بخش خصوصی به تولید رسیده که نشان از افزایش ۲/۲۰ درصدی تیراژ این محصولات نسبت به مدت مشابه سال گذشته دارد. از آنجاکه تحریم‌های آمریکا گریبان خودروسازی کشور را از حدود یک ماه و نیم پیش گرفته، خودروسازان خصوصی نیز متأثر از این ماجرا بوده و برخی محصولات با روند نزولی تولید مواجه شده‌اند. با این حال، چون شالوده خودروسازی بخش خصوصی کشور را خودروهای چینی تشکیل می‌دهند، فعلا تحریم‌ها نتوانسته تولید در این بخش را نزولی کند و تنها دامان برخی محصولات ژاپنی و کره‌ای را گرفته است. صعود خصوصی‌ها در تحریم با توجه به آمار کلی تولید خودروهای سواری در پنج ماه امسال که رقم ۴۹۴ هزار و ۵۰۹ دستگاه را به ثبت رسانده، سهم محصولات بخش خصوصی از این آمار، بیش از ۱۲درصد برآورد می‌شود. در بین خودروسازان بخش خصوصی اما بیشترین تیراژ طی پنج ماه ابتدایی امسال باز هم به «مدیران خودرو» تعلق یافته است، شرکتی که محصولاتی از برند چینی «چری» را مونتاژ می‌کند. بنابر آمار اعلامی، این شرکت ۲۷ هزار و ۵۵۲ دستگاه انواع محصولات سواری را در پنج ماه امسال به تولید رسانده و این رقم نشان می‌دهد مدیران خودرو نسبت به بازه زمانی مشابه سال گذشته، حدود ۲درصد افزایش تیراژ داشته است. در بین محصولات این شرکت، بیشترین تیراژ نصیب ام‌وی‌ام مدل X22 شده و کمترین تیراژ را نیز مدل ۱۱۰ جدید به خود اختصاص داده است. همچنین، تولید ام‌وی‌ام مدل ۵۵۰ در مدیران خودرو متوقف شده، چه آنکه مدیرانی‌ها حتی یک دستگاه از این محصول را نیز در پنج ماه ابتدایی امسال به تولید نرسانده‌اند. پس از این شرکت، کرمان موتور دارای بیشترین تیراژ در بین خودروسازان متعلق به بخش خصوصی است، شرکتی که در کنار خودروهای چینی، مدل‌هایی از هیوندای کره جنوبی را نیز مونتاژ می‌کند.

چرا مردم باید هزینه ناکار آمدی در صنعت خودرو را بپردازند؟

هرگونه تحلیل و آسیب‌شناسی بازار خودرو در ایران به موضوع انحصار بر صنعت خودرو برمی‌گردد. ریشه سیاست‌های دولت‌های مختلف درخصوص مدیریت واردات، قیمت خودروها، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، پیشرفت تکنولوژی و غیره به نوعی مرتبط با برخورد خاص دولت‌ها با این صنعت بوده است. نگاه دولت به صنعت خودرو عمدتا ابزاری و سیاسی بوده است و لذا نتیجه این نگاه قطعا منجر به بهبود وضعیت خودرو در کشور نمی‌شود. دولت‌ها از درآمد این صنعت برای پوشش کسر بودجه و هزینه‌های سیاسی، پرداخت‌های فراقانونی و ریخت و پاش‌های خود استفاده می‌کنند که امکان تأمین این هزینه‌ها از محل‌های دیگر ممکن نیست. چنین پدیده‌ای در طول زمان زمینه فساد و عدم شفافیت را بوجود آورده است. بنابراین هرنوع سیاست‌گذاری با نگاهی به منظور دستیابی به چنین هدف سیاسی است و نه اهداف اقتصادی و بهروری.

لذا بازنده اصلی در این میدان مردم و مصرف‌کنندگان هستند که به نوعی هزینه حکمیت مدیریت سیاسی بر صنعت خودرو پرداخت می‌کنند. این ساختار معیوب در تمامی سال‌های قبل حاکم بوده است، به طوری که طی چند سال اخیر ناکارآمدی نیز شده است. بررسی عملکرد دو خودروساز بزرگ طی سال‌های گذشته به خوبی بیانگر این ساختار غلط است.

چطور ممکن است کره‌ای‌ها و چینی‌ها و حتی مالزی بتوانند به تولید خودروی بهتر از تولیدات ایرانی دست یابند در حالی که ۳۰سال پیش اصلا این کشورها در بازار نبودند؟ این در حالی است در ایران همچنان خودروهای قدیمی و بی کیفیت تولید می‌شود؟ چطور ممکن است که علی‌رغم تحریم، تکنولوژی‌ها بسیار پیچیده‌تر و تحریمی‌تر، در ایران تولید و بومی شده ولی صنعت خودرو در شرایط اسفبار کنونی قرار دارد؟ چرا مردم هیچ‌گاه جواب قانع‌کننده‌ای از مسئولان دریافت نکرده‌اند؟

متأسفانه بدنه سیاسی حاکم بر صنعت خودرو، هیچ‌گاه خود را مسئول و پاسخگو ندانسته و در مقابل هرگونه حرکت اصلاحی و خصوصی‌سازی واقعی مقاومت شدیدی نموده است. بیکاری هزاران شاغل در دو خودروساز بزرگ همواره یکی از بهانه‌ها و دستاویزهای اصلی گروه‌های پرنفوذ مقاوم در مقابل کارآمدسازی صنعت خودرو بوده‌اند.

معمولا تنها تهدید ضمنی مدیران ذی‌ربط وصل کردن هرنوع حرکت اصلاحی در صنعت خودرو به بحث اشتغال و ترساندن مسئولین به بیکاری کارگران است؛ البته تعداد نیروی کار شاغل در دو خودروساز بزرگ قابل توجه است، اما باید توجه داشت که بخشی از نیروهای به کار گرفته شده سفارشی استخدام شده‌اند و ثایا برخی از آنان دارای مزایا و حقوق بسیار بالایی هستند. متأسفانه در اثر سال‌های طولانی این فساد دارای ساختار پیچیده و لایه‌های متعدد شده و هزینه آن نیز بر دوش مردم و اقتصاد ملی است.

سکوت شورای رقابت، آتش در خرمن قیمت خودروهاست



افزایش هزینه‌های تولید، چشم‌انتظار افزایش قیمت‌ها از سوی این شورا هستند. همین چشم‌انتظاری سبب شده تا عرضه محصولات از سوی خودروسازان کاهش یابد. استدلال خودروسازان این است که با توجه به افزایش قیمت نهاده‌های تولید، عرضه خودرو با قیمت‌های کنونی تامین‌کننده منافع این دست از تولیدکنندگان نخواهد بود. از طرف دیگر مصرف‌کنندگان نیز با توجه به پلاتکلیفی تولیدکنندگان و کاهش شدید عرضه و به تبع آن افزایش قیمت‌ها مجبور هستند خودروی خود را از واسطه‌ها بخرند یا اینکه با توجه به عدم توانایی در خرید خودرو با قیمت‌های نجومی، تقاضای خود را به امید نزولی شدن نمودار قیمت‌ها به تأخیر بیندازند، بنابراین می‌توان گفت که پلاتکلیفی خودروساز به مصرف‌کننده نیز به نوعی منتقل می‌شود. برخی کارشناسان این پلاتکلیفی را عاملی در راستای شکل‌گیری بی‌اعتمادی در جامعه می‌خوانند و تأکید می‌کنند که بی‌اعتمادی به شرایط حاکم بر بازار خودرو این قابلیت را دارد تا به یک بی‌اعتمادی عمومی در سطح جامعه منجر شود. به این ترتیب کارشناسان نسبت به تبعات اجتماعی این بی‌اعتمادی هشدار می‌دهند. در حالی که برخی کارشناسان تبعات تأخیر در اعلام قیمت از سوی شورای رقابت را منجر به ایجاد تبعات اجتماعی گسترده می‌دانند، برخی دیگر معتقدند انفعال شورای رقابت در اعلام نظر خود در ارتباط

تولیدکنندگان قطعات یدکی خودرو، مواد اولیه را از گمرک ترخیص نمی‌کنند

همه قطعات وارداتی (۵۰درصدی که یاد شد) با قیمت ارز آزاد وارد می‌شود و همه سخنان و وعده‌ها در سطح حرف و شعار است. وی با اشاره به اینکه بخش حمل و نقل به خاطر قیمت بالای قطعات، لاستیک و روغن واقعا دچار مشکل شده است، بیان کرد: کرایه‌هایی که دریافت می‌شود، مقرون به صرفه نیست و خیلی از کامیون‌ها متوقف شده‌اند. اگر حمل و نقل متوقف شود، مسلم است که رزق و روزی مردم که به سمت شهرها حمل می‌شود، دچار مشکل خواهد شد. نیکا آیین اضافه کرد: بستن راه واردات و تعیین تعرفه‌ها و تاییدیه‌های خاص، کار درستی نیست. به عنوان مثال برای واردات لنت، گفته‌اند بروید و تاییدیه بیاورید که در کشور امکان تولید لنت وجود ندارد. درست است که در کشور امکان تولید لنت وجود دارد اما تعداد لنتی که تولید می‌شود پاسخگوی ۲۰ میلیون خودرو نیست. مخصوصا برای خودروهای خاص و لوکس تکنولوژی تولید لنت در کشور وجود ندارد. رئیس اتحادیه مکانیسین‌های تهران با بیان اینکه ممنوع شدن واردات قطعات باعث شده تولیدکنندگان داخلی زنجیره‌وار قیمت‌ها را بالا ببرند

افزایش ۱۰۰درصدی شکایت‌ها از واردکنندگان خودرو

لذت ببرند اما خودرویی وارد نشده است که!...

مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو، در گفت وگو با خبرنگار پرشین خودرو درخصوص وضع فعلی اعضای انجمن و مشتریان آنها گفت: متأسفانه اعضای انجمن واردکنندگان خودرو به دلیل ممنوعیت واردات نتوانسته‌اند به تعهدات‌شان عمل کنند و به همین دلیل میزان شکایت‌ها از این شرکت‌ها افزایش چشمگیری داشته است. وی ادامه داد: براساس اعلام مراجع ذی‌ربط بیش از ۱۶ هزار پرونده شکایت از اعضای انجمن واردکنندگان خودرو در محاکم وجود دارد که افزایش ۱۰۰۰ درصدی را نشان می‌دهد که بی‌سابقه بوده است. دبیر انجمن واردکنندگان خودرو دلیل شکایت‌های مطرح‌شده

نزدیک به دو هفته است که از جلسه شورای رقابت در ارتباط با بازنگری در قیمت محصولات تولیدشده در خطوط تولید خودروسازان می‌گذرد، این در شرایطی است که خروجی آن جلسه تنها ارسال نامه‌ای به بانک مرکزی برای دریافت تورم نهاده‌های تولید و همچنین تورم‌بخشی خودرو برای تعیین قیمت‌های جدید بود. در این بین هرچند تولیدکنندگان و بازار از مدت‌ها پیش خواستار تعیین تکلیف قیمتی محصولات زیر ۴۵ میلیون تومان توسط این شورا بودند، اما رئیس و اعضای شورای رقابت تا به امروز در قبال التهیات بازار سکوت اختیار کرده‌اند، این در شرایطی است که عملکرد شورای مذکور می‌تواند در آرامش بازار همچان‌زده خودرو بسیار موثر باشد.

به گزارش پدال نیوز، حال با توجه به شرایط حاکم بر تولید و بازار خودرو، این سوال مطرح می‌شود که انفعال شورای رقابت بعد از آنکه رضا شیوا، رئیس این شورا، در یک برنامه تلویزیونی خبر از بازنگری قیمت محصولات خودروسازان داد، چه تبعاتی برای طرف عرضه و تقاضا می‌تواند به دنبال داشته باشد؟

در حال حاضر پلاتکلیفی می‌تواند واژه مناسبی برای توصیف وضعیت تولیدکننده و مصرف‌کننده به‌دلیل اقدامات انفعالی شورای رقابت باشد. در این شرایط که فاصله قیمتی میان کارخانه و بازار در برخی محصولات نزدیک به دو برابر شده است، تولیدکنندگان با توجه به

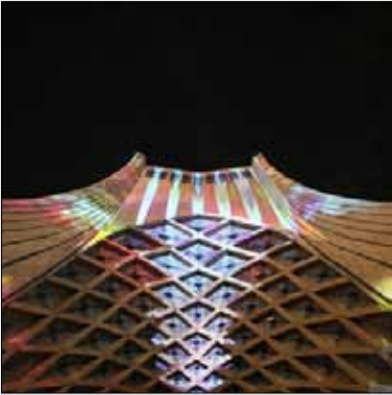
رئیس اتحادیه مکانیسین‌های تهران توقف واردات قطعات یدکی خودرو را موجب ایجاد یک رانت بزرگ دانست و گفت تولیدکنندگان قطعات یدکی خودرو مواد اولیه را به کشور وارد کرده‌اند اما از گمرک ترخیص نمی‌کنند تا بتوانند به قیمت فردا بفروشند. رئیس اتحادیه مکانیسین‌های تهران با اشاره به کمبودی که در بازار قطعات یدکی خودرو ایجاد شده است، گفت: متأسفانه این کمبود موجب شده قیمت قطعات یدکی به صورت سرسام‌آوری بالا برود و همین امر سبب شده مراجعه خودروهای معیوب برای تعمیرات قطعات یدکی کاهش یابد که این امر به لحاظ امنیت شهری و خودروها اتفاق خوبی نیست؛ چراکه حادثه‌ساز می‌شود. علیرضا نیکا‌آیین با بیان اینکه همه این موضوعات با بازار ارز و واردات ما مرتبط است، اظهار کرد: دولت نباید جلوی واردات قطعات یدکی را بگیرد. شاید قطعه‌سازان داخلی بتوانند حدود ۵۰درصد از نیاز بازار را تأمین کنند اما ۵۰درصد دیگر قطعات از خارج کشور وارد می‌شود. اگر این قطعات وارد نشود، کمبود بزرگی شکل می‌گیرد؛ ضمن اینکه در این میان رانتی ویژه درحال شکل‌گیری است. درحال حاضر

در دو سال گذشته و درست در اولین ماه تابستان، دولتی‌ها تصمیم به بستن سامانه ثبت سفارش خودرو به دلایل آشکار و نهان گرفتند و متأسفانه در این میان هم شرکت‌های واردکننده و هم مشتریان ایرانی بیشترین ضرر را کرده‌اند.

به گزارش پرشین خودرو، ابلاغ منع واردات خودرو در حالی رخ داد که نمایندگان برندهای خودرویی در داخل کشور پیش‌فروش‌های خود را بدون اطلاع از اتفاقی که قرار است در تیرماه رخ دهد اعلام عمومی کرده و بسیاری از مردم نیز در این پیش‌فروش‌ها مشارکت کردند، اما حالا شرکت‌های واردکننده خودرو مانده‌اند با خیل عظیم خریدارانی که موعد تحویل خودروی آنها رسیده و باید از سواری با خودروی خود

برنامه‌های روز جهانی جهانگردی در استان تهران اعلام شد

مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران برنامه‌های روز جهانی جهانگردی در این استان را تشریح کرد. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی اداره کل میراث فرهنگی تهران، دلاور بزرگ‌نیا مدیرکل میراث فرهنگی استان تهران گفت: به مناسبت پنج مهرماه روز جهانی جهانگردی برنامه‌های این اداره کل بر سه محور شعار جهانی سال، عاشورا و هفته دفاع مقدس برگزار می‌شود. بزرگ‌نیا ادامه داد: براساس شعار جهانی سال «گردشگری و تحولات دیجیتال» ضمن تجلیل از افراد صاحب‌نظر و مدیران موفق در حوزه کسب کارهای استراتژی در حوزه گردشگری، کارگاه آموزشی نیز با عنوان «بازاریابی دیجیتال در کسب کارهای گردشگری» برگزار می‌شود.



دریچه

میکروسایت چیست و چه کمکی به کسب‌وکار شما می‌کند؟

مترجم: امید گوهری

میکروسایت‌ها می‌توانند ابزاری قدرتمند جهت موفقیت در بازاریابی و برندسازی کسب‌وکار شما باشند. به دلیل شروع عصر دیجیتال، کسب‌وکارهای امروزی در رقابتی‌ترین شرایط تاریخ قرار دارند. مشتریان به هزاران انتخاب دسترسی دارند و به معنای واقعی کلمه با نوک انگشتان‌شان و یک جست‌وجوی ساده، می‌توانند کسب‌وکاری را بیابند که محصول و یا خدمت موردنظرشان را تأمین می‌کند. این شرایط برای بازاریابان مانند شمشیر دولبه است؛ هم می‌تواند فرصتی عالی باشد و هم منجر به سنگین‌شدن وظایفشان شود. زیرا شرکت‌ها باید هرچه در توان دارند به کار گیرند تا کسب‌وکارشان را سهل‌الوصول سازند و شرایطی برای موفقیت در این رقابت بیابند.

میکروسایت‌ها ابزاری هستند که به متخصصان کمک می‌کنند تا برندی بسازند که از دیگر برندها متمایز باشد. نحوه کار با پروژه‌های بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو را بیاموزید و از آنها در بهبود شرایط کسب‌وکارتان استفاده کنید.

میکروسایت چیست؟

میکروسایت دقیقاً همان چیزی است که به نظر می‌رسد. یک سایت کوچک با محتوای صاحب برند که به طور مجزا از صفحه اصلی سایت شرکت وجود دارد. آدرس صفحه میکروسایت‌ها از سایت اصلی متفاوت است، اما تأثیر مهمی در مراحل بازاریابی می‌گذارد.

مثال‌هایی از انواع میکروسایت:

- وبلاگ میکروسایت: این میکروسایت‌ها پروژه‌ای خاص از کسب‌وکارتان جهت ارائه آگاهی و شیوه رهبری شما هستند. آنها پژواکی از تصویر برندتان در آدرسی متفاوت از آدرس صفحه اصلی به نمایش می‌گذارند. - میکروسایت‌های اینفوگرافی: اینفوگراف‌ها مادامی‌که در ورای وب‌سایت اصلی شما عمل می‌کنند، می‌توانند میکروسایت تلقی شوند. آنها وسیله‌ای مناسب جهت جلب‌توجه دیگران به موضوع یا دغدغه‌ای مرتبط با صنعت شما هستند.

- میکروسایت‌هایی از جنس بازی‌سازی برند: برخی از میکروسایت‌ها از مزایای جدید بازاریابی از طریق «بازی‌سازی» بهره می‌برند. اگر تصویر برند شما جذاب، ماجراجویانه و یا سرگرم‌کننده باشد، می‌توانید از طریق طراحی یک بازی، اهداف بازاریابی خود را به پیش ببرید.

- میکروسایت‌های کمپین بازاریابی: میکروسایت‌های کمپین‌محور می‌توانند به بازاریابی در یک حوزه خاص مانند فروش، کمک کنند.

چرا یک میکروسایت بسازیم؟

شرکت‌ها دلایل متعددی برای ساخت یک میکروسایت دارند. برای مثال میکروسایت‌ها این فرصت را ایجاد می‌کنند که از حد خود فراتر روند و از یک استراتژی بازاریابی و برندسازی جذاب‌تر استفاده کنید. در سایت اصلی برای آنکه تجربه‌ای رضایت‌بخش برای کاربران به وجود آید (همه بتوانند به سرعت و کارایی بالا به هدفشان برسند) نمی‌توان خلاقیت‌های جدید و پژوهش‌های متعدد انجام داد. میکروسایت‌ها این فرصت را به شما می‌دهند تا با خلاقیت‌های بسیار به اهداف بازاریابی دیگری مانند موارد زیر دست یابید:

- دستیابی به مخاطبان جدید

- افزایش شناخت دیگران نسبت به برندتان در خلال یک کمپین و - تعریف یک عملکرد جدید مانند طراحی فرمی جهت عضویت کاربران

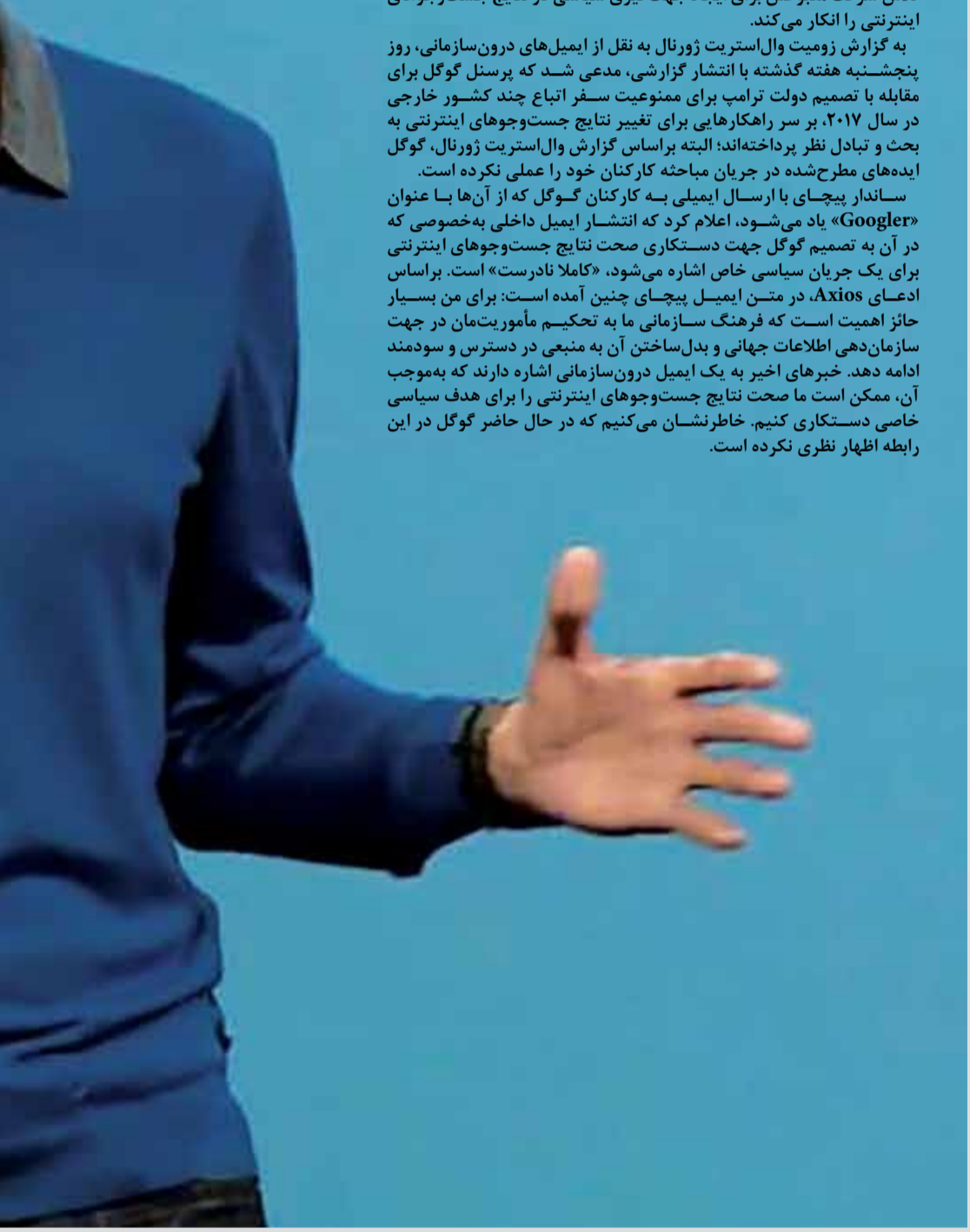
مدیرعامل گوگل تلاش برای دستکاری نتایج جست‌وجوها را انکار می‌کند

ساندار پیچای، مدیرعامل گوگل، تلاش‌های شرکت متبوع خود برای دستکاری نتایج جست‌وجوهای کاربران را انکار می‌کند.

به گزارش وب‌سایت Axios و با توجه به یادداشتی که طی روزهای گذشته منتشر شده است، ساندارا پیچای، مدیرعامل گوگل، گزارش‌های مربوط به تلاش شرکت متبوعش برای ایجاد جهت‌گیری سیاسی در نتایج جست‌وجوهای اینترنتی را انکار می‌کند.

به گزارش زومیت وال‌استریت ژورنال به نقل از ایمیل‌های درون‌سازمانی، روز پنجشنبه هفته گذشته با انتشار گزارشی، مدعی شد که پرسنل گوگل برای مقابله با تصمیم دولت ترامپ برای ممنوعیت سفر اتباع چند کشور خارجی در سال ۲۰۱۷، بر سر راهکارهایی برای تغییر نتایج جست‌وجوهای اینترنتی به بحث و تبادل نظر پرداخته‌اند؛ البته براساس گزارش وال‌استریت ژورنال، گوگل ایده‌های مطرح‌شده در جریان مباحثه کارکنان خود را عملی نکرده است.

ساندار پیچای با ارسال ایمیلی به کارکنان گوگل که از آن‌ها با عنوان «Googler» یاد می‌شود، اعلام کرد که انتشار ایمیل داخلی به‌خصوصی که در آن به تصمیم گوگل جهت دستکاری صحت نتایج جست‌وجوهای اینترنتی برای یک جریان سیاسی خاص اشاره می‌شود، «کاملاً نادرست» است. براساس ادعای Axios، در متن ایمیل پیچای چنین آمده است: برای من بسیار حائز اهمیت است که فرهنگ سازمانی ما به تحکیم مأموریت‌مان در جهت سازمان‌دهی اطلاعات جهانی و بدل‌ساختن آن به منبعی در دسترس و سودمند ادامه دهد. خبرهای اخیر به یک ایمیل درون‌سازمانی اشاره دارند که به‌موجب آن، ممکن است ما صحت نتایج جست‌وجوهای اینترنتی را برای هدف سیاسی خاصی دستکاری کنیم. خاطرنشان می‌کنیم که در حال حاضر گوگل در این رابطه اظهار نظری نکرده است.



کارآفرینی در اصفهان با سرمایه‌گذاری روی ایده‌های صنعت ساختمان

ایده‌هایی که قابل سرمایه‌گذاری بود اینکه با استفاده از انرژی خورشیدی غبار را از بین ببریم که در ابتدا این ایده با استفاده از متخصصان حوزه مواد مورد آزمایش قرار دادیم و پس از صحت کار که می‌توانیم از انرژی خورشیدی در جهت رفع آلودگی غبار استفاده کرد، سرمایه‌گذاری کردیم.

وی نورپردازی برق و معماری را دومین ایده شناسایی‌شده و قابل سرمایه‌گذاری اعلام کرد و گفت: امروز نورپردازی‌ها خود عامل آلودگی نوری هستند و همچنین سبب آزار و اذیت شهروندان می‌شود اما با استفاده از این روش به صورت علمی و نورپردازی‌ها و با ایجاد یک نمای زیبا می‌توانیم به جذب گردشگر هم کمک کنیم. عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی اصفهان با اشاره به اینکه سرمایه‌گذاری روی ایس‌بانک‌ها که تاکنون وارداتی بوده به منظور صرفه‌جویی در حوزه آب و برق با استفاده از یخ توانستیم کمک به خنک‌سازی ساختمان‌ها کنیم یکی از این ایده‌ها



بود که در حال سرمایه‌گذاری روی آن هستیم، ادامه داد: یکی دیگر از معضلات امروز در حوزه ساختمان سازی این است که ساختمان‌ها ساخته می‌شود اما نگهداری در این عرصه نداریم که با متریال گذاری نیز در این حوزه وارد شدیم.

عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی اصفهان گفت با برگزاری اولین شتاب‌دهنده صنعت ساختمان و صنایع وابسته ایران در اصفهان، ایده‌های ناب در حوزه صنعت ساختمان را شناسایی و تجاری‌سازی می‌کنیم.

به گزارش مهر، جمشید پرویزیان طهر شنبه در نشست خبری با اصحاب رسانه اظهار داشت: بسیاری از ایده‌های ناب در عرصه ساختمان و ۸۲صنعت وابسته به حوزه ساختمان داریم که به خاطر عدم تمکن مالی و نبود یک سرمایه‌گذار سوخت می‌شود به همین دلیل تلاش کردیم در جهت کارآفرینی در قالب یک همایش این ایده‌های ناب را شناسایی و روی آن سرمایه‌گذاری کنیم.

وی بیان داشت: با توجه به وضعیت اقتصادی موجود سرمایه‌گذاری روی ایده‌هایی که کمک به حوزه کارآفرینی و رونق اقتصادی کند بسیار

باهمیت است و در مرحله اول برای شناسایی این ایده‌ها به سراغ شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های فناوری رفتیم. عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی اصفهان با بیان اینکه در حال حاضر توانستیم در قالب پارک فناوری نوآوری امسال چهار ایده را به مرحله تجاری‌سازی برسانیم، گفت: یکی از

زیرساخت‌های لازم برای بهره‌وری از نیروی انسانی متفکر و متخصص که از رسالت‌های اصلی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و بنیاد ملی نخبگان به شمار می‌رود، از جمله مهم‌ترین دلایل برگزاری این رویداد

دریابی به شمار می‌رود.

بی‌شک نهادینه‌شدن فرهنگ دردیابی، از حفظ و نگهداری این موهبت خدادادی تا چگونگی متنعم شدن از آن در میان اقشار مختلف جامعه، خاصه در میان اقشاری از مردم که در مجاورت دریاها و شهرهای ساحلی زندگی می‌کنند، از مهم‌ترین اقدامات در این راه است؛ از این رو «جشنواره دانش‌آموزی دریا» با موضوعات «قلنشی، کاریکاتور، عکاسی، ابداعات و اختراعات، وبلاگ‌نویسی، فیلم کوتاه، مقاله علمی و پژوهشی، ساخت ماکت و مسابقات خانوادگی آشنایی با دریا» و «جشنواره فیلم

کوتاه و عکس دانشجویی» در جشنواره «دریا مسیر پیشرفت» با محوریت «زندگی مردم و دریا، دانشگاه و دریا، صنعت و دریا و گردشگری و دریا» برگزار می‌شوند.

برپایی «رویداد کارآفرینی هوشمندسازی بنادر»

چهارمین دوره جشنواره ملی «دریا مسیر پیشرفت» به همت ستاد توسعه فناوری و صنایع دانش‌بنیان دریایی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اول تا سوم آبان‌ماه امسال در باغ موزه دفاع مقدس برگزار می‌شود.

به گزارش اطلاع‌رسانانه بنیاد ملی نخبگان، چهارمین دوره جشنواره ملی «دریا مسیر پیشرفت» در بخش‌های «جشنواره فیلم کوتاه و عکس دانشجویی»، «مسابقات روبات‌های زیردریایی (ROV)»، «مسابقات شناورهای هوشمند (RSV)»، «مسابقه ملی ایده‌بازار دریایی»، «طرح‌ها و دستاوردهای فناوری‌های دریایی کشور»، «جشنواره دانش‌آموزی دریا»، «همایشگاه دستاوردهای فناوری‌های دریایی کشور»، «رویداد استارت‌آپ دمو اپلیکیشن دریایی» و «رویداد کارآفرینی هوشمندسازی بنادر» اول تا سوم آبان‌ماه در باغ موزه دفاع مقدس برگزار می‌شود.

ضرورت توجه به اقتصاد دانش‌بنیان به عنوان رشدی مبتنی بر دانش و تبدیل علم به ثروت از مجاری تجاری‌سازی و توجه به ایده‌پردازی و ایجاد





حمایت از ثبت بین‌المللی ۱۰ اختراع ایرانی

صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی در جلسه شهریورماه حمایت از ثبت بین‌المللی ۱۰ اختراع ایرانی را تصویب کرد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، حقوق مالکیت فکری یکی از زیرساخت‌هایی است که می‌تواند ضامن موفقیت اقتصادی و فناوری شود و عاملی است که شکوفایی اندیشه‌های خلاق انسانی و توسعه تحقیقات حوزه علم و فناوری را به دنبال دارد. با توجه به اهمیت موضوع کارگروه ثبت اختراع صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی هر ماه درخواست‌های ارسالی ثبت اختراع محققان کشور را بررسی می‌کند. در آخرین جلسه این کارگروه ۲۰ درخواست بررسی شد که از این تعداد ۱۰ اختراع برای حمایت تایید شد.

یادداشت



می‌خواهید یک استارت‌آپ شروع کنید؟ این ۵ حوزه رو به رشد را در نظر بگیرید

شرکت، بیشترین رشد را داشته‌اند.

۳. چاپ سه‌بعدی

چاپ سه‌بعدی به عنوان یکی از ستون‌های اصلی تولید افزودنی (Additive Manufacturing)، به سرعت در حال تسخیر صنعت تولید است. این روند گسترده مدرنیزاسیون صنعت تولید با نام Industry 4.0 شناخته می‌شود. با در اختیار داشتن مهارت فنی و لوازم مورد نیاز، تقریباً هر چیزی - از قطعات خودرو گرفته تا لوازم آشپزخانه - را می‌توان به صورت سه‌بعدی چاپ کرد. یکی از مشهورترین مثال‌های تولید افزودنی، نازل‌های سوختی به کار رفته در موتور جت LEAP است.

به دلیل کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری تولید و مونتاژ، به خصوص با تکامل این فناوری، صنعت چاپ سه‌بعدی در سال‌های اخیر شاهد رشد مداومی بوده است. گروه تحقیقاتی مارکتر اند مارکتر پیش‌بینی می‌کند که صنعت چاپ سه‌بعدی تا سال ۲۰۲۳، به سوددهی ۲۲.۷۸ میلیارد دلار برسد. اگر در مورد تلفیق صنعت چاپ سه‌بعدی با فعالیت‌های ساختمانی هماهنگ با محیط زیست، ایده‌ای در ذهن دارید، با رشد سالانه ۲۳ درصدی این حوزه، چشم‌انداز کاری شما بسیار روشن است.

۲. کسب و کارهای تهیه غذا

آمریکا رسماً به پایتخت غذای دنیا تبدیل شده است. هر قدر غذا همچنان انگیزتر و عجیب و غریب‌تر باشد، بهتر است. با بیشتر شدن آغذیه‌فروشی‌های مستقل، سرویس‌های سفارش غذای برخط، دستفروشی‌های خیابانی و ون‌های آغذیه‌فروشی، فرصت‌های ورود به این صنعت، بی‌انتهای به نظر می‌رسند.

علی‌الخصوص آغذیه‌فروشی‌های خیابانی و ون‌های آغذیه‌فروشی، در سه سال آینده نزدیک به ۳۰۷ درصد رشد درآمدی خواهند داشت که این موضوع، ارزش این صنعت را به ۱.۷ میلیارد دلار می‌رساند. نشریه IBISWorld می‌گوید که افزایش تقاضا برای غذاهای خیابانی، نشان‌دهنده اشتیاق مصرف‌کننده‌ها برای خرید غذای منحصر به فردتر است که در سال‌های گذشته تنها در شهرهای ساحلی یا توریستی این روند به چشم می‌خورد، اما پیش‌بینی می‌شود که دومین مرحله شکوفایی این بازار نیز در سال‌های آینده شاهد رونق و سوددهی بسیاری باشد.

۱. نرم‌افزارهای آموزشی و آموزش برخط

نظام آموزشی آمریکا در یک تقاطع قرار گرفته است. معلمان و مدرسان موظفند که دانش‌آموزان را هم برای گذراندن آزمون‌های استاندارد نظام آموزشی و هم برای زندگی خارج از کلاس‌های درس، آماده کنند. این موضوع، باعث شکوفایی بازار نرم‌افزارهای آموزشی و کسب و کارهای آموزش برخط شده است. اگر تا به حال متوجه این موضوع نشده بودید، توجه شما را تنها به این نکته جلب می‌کنیم که بازار آموزش پیش‌دبستانی که در سال ۲۰۱۰ اصلاً وجود خارجی نداشت، تنها در عرض دو سال به درآمدی بیش از ۱۴ میلیون دلار رسیده است. به نظر می‌رسد که صنعت آموزش برخط سالانه بیش از ۲۰ درصد رشد کرده است و دوره‌های آموزش دانشگاهی، آموزش زبان‌های مختلف و گواهی‌نامه‌های کسب و کار و بازاریابی حرفه‌ای، بیشترین تقاضا را دارند.

منبع: businessnewsdaily

نویسنده: جولیان لویز

مترجم: صهبامدعی

موفقیت در شروع یک کسب و کار جدید علاوه بر حوزه صنعتی مورد نظر و زمان شروع به کار، به عوامل زیادی وابسته است. اگر می‌خواهید رؤیای کارآفرینی‌تان را دنبال کنید، باید وضعیت صنعتی را که می‌خواهید به آن وارد شوید، در نظر بگیرید. صنایع باثبات‌تری که در حال گذار از دوران تحولات فناوری هستند، می‌توانند انتخاب مناسبی باشند، یا صنایع نوپا با فرصت‌های زیاد شغلی می‌توانند نقطه شروع مناسبی برای ورود شما به میدان رقابت باشند.

چه به دنبال احیای ایده‌های قدیمی یا ساخت چیزهای جدید باشید، فرصت‌های زیادی برای ورود به صنایع هیجان‌انگیز و دارای آینده‌ای درخشان برای شما وجود دارد. ما به برخی از این صنایع که دارای چشم‌انداز روشن و روند رشد مطلوبی هستند نگاهی انداخته‌ایم و پنج مورد از بهترین‌های آنها را برای شما انتخاب کرده‌ایم.

۵. هوش مصنوعی

هوش مصنوعی و یادگیری ماشین به نحو روزافزونی در زندگی روزمره ما وارد می‌شوند. هوش مصنوعی، اپلیکیشن‌های متنوعی نظیر منشی‌های مجازی (کورتانا، سیری یا الکسا)، روبات‌های مدیریت ارتباط با مشتریان و استفاده از الگوریتم‌های تحلیل بازارهای انبوه برای ارائه پیشنهادات و توصیه‌های آنی را شامل می‌شود.

گرچه ارائه خدمات در تمام حوزه‌های هوش مصنوعی کار آسانی نیست و کار کردهای هوش مصنوعی بنابر منابع آن و تعریفی که از هوش مصنوعی داریم، متنوع هستند، اما شکی نیست که این صنعت در حال تجربه یک روند رشد انفجاری است. مؤسسه تحقیقاتی فارستر تخمین می‌زند که صنعت هوش مصنوعی که طبق تعریف این مؤسسه، جزو «فناوری‌های شناختی-محاسباتی» دسته‌بندی می‌شود، تا سال ۲۰۲۰ با احتساب رشد ۳۵ درصدی در تولید ناخالص ملی، به میزان ۱.۲ تریلیون دلار رشد خواهد کرد. البته برخی منابع محتاط‌تر احتمال می‌دهند که این صنعت تا سال ۲۰۲۰، ۷۰ میلیارد دلار از گردش مالی بازار را به خود اختصاص خواهد داد.

۴. واقعیت مختلط

واقعیت مختلط، صنعتی است که تا حد زیادی بر شانه بازی‌های رایانه‌ای و اپلیکیشن‌های تجاری رشد کرده است. برای کسب و کارها، واقعیت مختلط، مزیت‌هایی نظیر برگزاری راحت‌تر جلسات از راه دور، آموزش کارکنان در محیط‌های کاری شبیه‌سازی شده و بدون خطر و گردآوری داده‌های آنی از طریق کارگران کارخانه‌ها یا مزارع را فراهم آورده است. به همین دلایل، طبق اطلاعات مؤسسه سوپرداتا پیش‌بینی می‌شود که بازار واقعیت مختلط تا سال ۲۰۲۴، به سوددهی ۶.۹ میلیارد دلار برسد.

شرکت تحلیل داده دلویت در آوریل ۲۰۱۷ اعلام کرد که از هر ۵۰۰ شرکت، ۵۲ شرکت از محصولات و خدمات واقعیت افزوده یا واقعیت مجازی استفاده می‌کنند و این رقم از آن زمان تاکنون بیشتر شده است. لیندسی وونتر، مدیر تولید محتوای یک شرکت برون‌سپاری طراحی گرافیک به نام ۹۹دیزاین، می‌گوید که پروژه‌های واقعیت مختلط، در سال‌های اخیر، در بین پروژه‌های دریافتی این



بخشنامه بیمه شاغلان در کسب و کارهای فضای مجازی صادر شد

سن متقاضی در تاریخ شروع بیمه (ثبت معرفی‌نامه در واحدهای اجرایی سازمان) حداکثر ۵۰ سال تمام باشد. در صورتی که متقاضی دارای سابقه پرداخت حق بیمه قابل قبول نزد سازمان تامین اجتماعی باشد، معادل مدت سابقه پرداخت حق بیمه قبلی جهت ورود به دایره شمول به سقف سنی مجاز (۵۰سال) وی اضافه و در صورت احراز شرایط، به عنوان مشمول پذیرفته می‌شود. نرخ حق بیمه معادل ۲۷ درصد مبنای پرداخت حق بیمه است و مبنای پرداخت حق بیمه متقاضیانی که پنج سال یا کمتر از پنج سال سابقه پرداخت حق بیمه دارند، به انتخاب متقاضی بین حداقل دستمزد مصوب شورای عالی کار و حداکثر دستمزد مبنای پرداخت حق بیمه در زمان ثبت معرفی‌نامه در واحد اجرایی مربوطه خواهد بود.

مبنای پرداخت حق بیمه متقاضیانی که بیش از پنج سال سابقه پرداخت حق بیمه دارند، بین حداقل دستمزد مصوب شورای عالی کار تا حداکثر میانگین دستمزد آخرین ۳۶۰ روز قبل از ثبت معرفی‌نامه در واحد اجرایی به انتخاب متقاضی خواهد بود.

مدیرعامل سازمان تامین اجتماعی با صدور بخشنامه‌ای نحوه خدمت‌رسانی واحدهای اجرایی این سازمان به شاغلان شرکت‌های کسب و کار در فضای مجازی را صادر و ابلاغ کرد.

به گزارش ایرنا از سازمان تامین اجتماعی، براساس بخشنامه صادرشده دیروز یکشنبه از سوی سیدتقی نوربخش، مضمون این بخشنامه آن دسته از شاغلان کسب و کار فضای مجازی فاقد رابطه مزدگیری هستند که دارای تاییدیه از اتحادیه کشوری صنف کسب و کار مجازی بوده و تحت پوشش مقررات حمایتی خاصی قرار نداشته باشند. سایر کارکنان که رابطه استخدامی و مزدگیری با کارگاه‌های ذی‌ربط دارند، مشمول بند الف ماده ۴ قانون تامین اجتماعی بوده و کارفرمایان مطابق مواد ۲۸، ۳۶ و ۳۹ قانون تامین اجتماعی نسبت به ارسال فهرست و پرداخت حق بیمه آنان اقدام می‌کنند.

مضمون یادشده باید از سوی اتحادیه کشوری صنف کسب و کار مجازی یا نمایندگی آن در استان‌ها به سازمان تامین اجتماعی معرفی و



کسب و کارهای روستایی تا ۱۵ سال از مالیات معاف می‌شوند

وی با اشاره به حادثه تروریستی اهواز گفت: بعد از ۴۰ سال دشمنان اسلام توانستند در اهواز خودنمایی کنند و این حادثه کوچک شدن دشمن و بزرگی ایران اسلامی را بیش از پیش به همگان نمایان ساخت.

معاون توسعه روستایی و مناطق محروم رئیس‌جمهور تصریح کرد: انقلاب ما حاصل چند باور است و تا زمانی که این باورها استمرار دارند انقلاب اسلامی استمرار خواهد داشت و یقیناً این باورها از مردم سلب نخواهد شد.

رضوی با اشاره به این باورها گفت: یکی از این باورها خداپاوری مردم ایران و اعتقاد به قیامت است و دیگر باور ملت ولایت‌مداری است یعنی در واقع مردم اعتقاد دارند که نمی‌توان پراکنده حرکت کرد و باید زیر بیرق یک علمدار بود و این علمدار نماینده ولی فقیه است.

معاون توسعه روستایی و مناطق محروم رئیس‌جمهور گفت کلیه واحدهای اشتغال‌زایی روستاییان به مدت پنج سال، مناطق محروم ۱۰ سال و شرکت‌های دانش‌بنیان به مدت ۱۵ سال از پرداخت مالیات معاف خواهند بود.

به گزارش فارس، سید ابوالفضل رضوی عصر دیروز در جلسه شورای اداری استان اردبیل که به مناسبت هفته دفاع مقدس در نمایشگاه رزمی و فرهنگی مرصاد برگزار شد، اظهار کرد: حرکت‌های کور و بی‌هدف دشمنان نشان‌دهنده اقتدار و عظمت نظام مقدس جمهوری اسلامی است. وی عنوان کرد: در راستای رونق‌بخشی به فضای کسب و کار کشور کلیه واحدهای اشتغال‌زایی روستاییان به مدت پنج سال، مناطق محروم ۱۰ سال و شرکت‌های دانش‌بنیان به مدت ۱۵ سال از پرداخت مالیات معاف خواهند بود.



کارگاه برندینگ



موتورولا؛ تعادل بین زندگی و تلفن همراه

منظره غرق‌شدن افراد در گوشی‌های‌شان چیز جدیدی نیست؛ لحظه‌هایی که هیچ صدایی نمی‌تواند آنها را از گوشی جدا کند. ویدئوی جدید موتورولا این دنیای فریزشده دوستداران گوشی همراه را به تصویر می‌کشد. مقاله موتورولا را در ادامه می‌خوانیم. نمی‌توانیم انکار کنیم که این روزها گوشی‌های‌مان به بخشی از وجودمان تبدیل شده‌اند. آنها ما را سرگرم می‌کنند، به دیگران متصل می‌کنند، اطلاع‌رسانی می‌کنند و به ما کمک می‌کنند به دنبال خواسته‌های‌مان باشیم، خاطرات‌مان را دوباره زندگی کنیم و عمیق‌ترین اندیشه‌های‌مان را با دنیا به اشتراک بگذاریم. ما گوشی‌های‌مان را دوست داریم، اما چه اتفاقی می‌افتد وقتی آنها از ارتباط‌های‌مان اهمیت بیشتری پیدا کنند؟ وقتی زمانی که با تلفن‌های هوشمندمان می‌گذرانیم، از زمان‌مان با والدین، همسر، فرزندان و دوستان‌مان مهم‌تر است، چه می‌شود؟ و چطور متوجه می‌شویم که از خط قرمز عبور کرده‌ایم و به مشکل رسیده‌ایم؟

به عنوان خالق اولین تلفن همراه، ما خود را مسئول تاثیر این فناوری روبرو می‌دانیم و می‌خواهیم تلفن‌های همراه، بدون این که به مرکز زندگی ما تبدیل شود، از زندگی‌مان حمایت کنند و برای این کار به واژه‌ای فکر کردیم که تعادل زندگی-تلفن نامیده می‌شود.

در تحقیقاتی که انجام دادیم به این نتیجه‌ها دست پیدا کردیم: مردم تلفن‌های‌شان را به کسانی که دوست‌شان دارند، ترجیح می‌دهند و این نتیجه برای جوان‌ترها تشدید می‌شود، اما همین آدم‌ها به تعادل نیاز دارند. اهمیت تلفن همراه: یک‌سوم (۳۳درصد) پاسخ‌دهندگان، گوشی‌های همراه‌شان را به تعامل با عزیزان‌شان ترجیح می‌دادند. فاکتورهای نسلی: نسل جوان‌تر مشکلات بیشتری با تلفن‌های‌شان دارند. بیش از نیمی (۵۳ درصد) نسل Z، گوشی‌های‌شان را به عنوان بهترین دوست‌شان تعریف می‌کنند. نیاز به کمک: مردم برای تعادل زندگی-تلفن به کمک نیاز دارند. در واقع ۶۱ درصد شرکت‌کنندگان در تحقیق ما، موافقت می‌کنند که وقتی از گوشی‌های‌شان دورند، به طور کامل زندگی می‌کنند. نیاز به جدایی: اکثریت شرکت‌کنندگان (۶۰ درصد) گفته بودند که لازم است زندگی‌ای دور از تلفن‌های‌شان داشته باشند.

لیگ برتر انگلستان ابزاری برای تبلیغ برندهای کمتر شناخته‌شده کوکاکولا

چند ماه گذشته برای کوکاکولا روزهای شلوغی بوده است؛ از کمپین ۶ میلیونی و ۵۰۰ هزاری آن و اتحاد و ترکیب Coke Zero Sugar (Coke) بدون قند و Coke Zero اصلی با هدف خرید سه‌پام Costa Coffee، شرکت اقدامات بزرگ و مهمی را در راستای همراهی با گرایش‌ها در حال رشد مصرف‌کننده و ایجاد تنوع در پورتفولیوی خود انجام می‌دهد. اخیراً کوکاکولای بریتانیایی بزرگ از طریق امضای بزرگ‌ترین قرارداد اسپانسر با لیگ برتر به تبلیغ نوشیدنی‌های کمتر شناخته‌شده خود می‌پردازد. به گفته جان وودز، مدیرکل کوکاکولای بریتانیایی بزرگ، این مشارکت به ما اجازه تسریع روند رشد بر مبنای نوشیدنی‌هایی با قند کمتر و آغاز روند راه‌اندازی کمپین‌های مولتی برندتر را می‌دهد. در ادامه فرصت جان بخشیدن و احیای کل پورتفولیو به وجود می‌آید. کوکاکولای اصلی و Zero Sugar، Diet Coke، Smartwater، Oasis، FuzeTea، Schwebbes، فانتا، اسپریت، Lilt و Dr Pepper و همچنین تمام انواع مختلف این محصولات بدون قند، همگی بخشی از قرارداد اسپانسر می‌شوند. به نقل از وود، کوکاکولا بابت چشم‌انداز تبدیل فرآیند تولید نوشیدنی‌های کمتر محبوب خود به بخشی از گفت‌وگوهای منظم و برنامه‌ریزی شده‌اش هیجان‌زده است. ارتباط میان دو شرکت بازرگانی حرکتی هوشمندانه از سوی کوکاکولا به حساب می‌آید. این معامله بدون شک بسیار گران‌قیمت و باارزش است اما امکان قرار گرفتن برندها در معرض دید مخاطبان از طریق اسپانسر لیگ برتر انگلستان را به سختی می‌توان در هر عرصه دیگری یافت. اجرای چنین حرکتی در مورد همه برندهای زیرمجموعه کوکاکولا، سرمایه‌گذاری کارآمدتر و کمک به کسب جایگاه کوکاکولا به عنوان شرکتی فراتر از Coke را نیز در پی دارد.

کفش‌های نایک خود را نسوزانید، آن‌ها را اهدا کنید

بازیکن سابق تیم فوتبال آمریکایی «Ohio State» از طرفداران می‌خواهد تا به جای نسوزاندن کفش‌های نایک خود، آن‌ها را اهدا کند. با اعلام اسم «کلین کارپنیک» به عنوان یکی از چهره‌های جدید کمپین «Just Do It» توسط نایک، برخی افراد ناراحت شدند و احساس کردند که شرکت در حال خیانت به آن‌ها است. هواداران در سرتاسر کشور از روی ناامیدی لباس‌های نایک خود را سوزاندند و پاره کردند. بازیکن دفاعی پشت خط تیم، جاشوا پری در توییت از طرفداران خواست تا دست به سوزاندن کفش‌ها و لباس‌های نایک نزنند. در حال حاضر فرصتی عجیب و فوق‌العاده عالی برای کمک به نیازمندان به وجود آمده است. به گفته پری به راحتی می‌توان این اقدام ناخواسته را به افرادی اهدا کرد که شکرگزار آن‌ها هستند. پری همچنین سوزاندگان لباس‌ها و کفش‌های نایک را احق و نادان نامید. البته این اقدام انتقادات زیادی را در پی داشت. در پاسخ به اعتراضات پری عقاید کسی را محکوم نکرد بلکه از این جهت آن‌ها را احق دانست که عدم سوزاندن کفش‌ها و لباس‌های نایک و اهدای آن‌ها به نیازمندان به ذهن‌شان نمی‌رسد. بچه‌های زیادی پاییز امسال بدون کفش و لباس مناسب به مدرسه خواهند رفت. پری توییت‌هایش را با پیام زیر به پایان رساند: «بنابراین هر کسی که مایل است از شر کفش‌ها و لباس‌های نایک (یا دیگر لباس‌های دست دوم اما خوب و مناسب خود، خلاص شود، لطفاً آن‌ها را به آدرس JoshuaPerryFF P.O. Box 164, Lewis Center, OH, 43035 اهدا کنید». من خانه‌ای مناسب برای کفش‌ها و لباس‌های شما خواهم یافت.»

منبع: mbanews

سئو کردن یا پرداخت به ازای هر کلیک؛ کدامیک بهتر است؟



است، اما در پرداخت کلیکی باید به طور پیوسته هزینه کلیک‌ها را نیز پرداخت کنید.

اثر ستوی ارگانیک تا مدت‌ها باقی می‌ماند. اگر یک سایت به‌خوبی بهینه‌سازی شود، تا مدت‌ها پس از پایان دوره پرداخت به ازای کلیک نیز جایگاهی مناسب در اختیار خواهد داشت.

– جاگذاری در موتور جست‌وجو نسبتاً ثابت است، اما محل تبلیغات پرداخت به ازای هر کلیک می‌تواند بسته به مبلغ پرداختی رقبای‌تان، متغیر باشد. اگر سایت شما به خوبی بهینه‌سازی شود و قدرت آن بالا باشد، حتی اگر یک‌ماه از سئو کردن دست بکشید، سایت‌تان جایگاهش را حفظ خواهد کرد.

معایب سئو:

– سئو در قیاس با پرداخت به ازای هر کلیک بسیار کند عمل می‌کند. برای مشاهده نتیجه سئو باید مدت‌ها انتظار بکشید، اما پرداخت به ازای هر کلیک بسیار سریع جواب می‌دهد.

– سئو فرآیندی پیوسته است. سایت شما هرگز ۱۰۰درصد بهینه نمی‌شود و برای بهینه‌تر کردن آن باید تلاش بیشتری انجام شود. خبر خوب این است که با بهینه‌سازی سایت، رتبه شما بهتر خواهد شد و احتمالاً با تداوم آن نتیجه سرمایه‌گذاری در سئو را مشاهده خواهید کرد.

– سئو زمان زیادی می‌طلبد؛ مخصوصاً اگر خودتان آن را برعهده بگیرید. ممکن است از ابزار سئو و یا ابزار شخصی برای سئو کردن استفاده کنید. در این صورت هزینه بسیار زیادی باید پرداخت شود؛ هزینه مالی به جای هزینه زمانی.

پرداخت به ازای هر کلیک

وقتی شما از موتورهای جست‌وجو همچون گوگل، بازدیدکننده و یا «کلیک» خریداری می‌کنید، در واقع از سیستم پرداخت به ازای هر کلیک استفاده کرده‌اید. پرداخت به ازای هر کلیک به شما این شانس را می‌دهد تا با پرداخت پول بتوانید در قبال یکسری کلمات کلیدی و یا خدماتی که ارائه می‌دهید، نتیجه موتور جست‌وجو را به نفع خود سازید.

مزایای پرداخت به ازای هر کلیک

– هیچ انتظاری نمی‌کشید: هر زمانی که پرداخت به ازای هر کلیک را آغاز کنید، متوجه مراجعات بیشتر و کلیک بیشتر می‌شوید. برای مشاهده نتیجه سئو ممکن است ماه‌ها زمان لازم باشد.

– پرداخت به ازای هر کلیک مقیاس‌پذیر و قابل کنترل است: شما بودجه خود را مشخص می‌کنید و می‌دانید چه تعداد مراجعه‌کننده به‌دست خواهید آورد. از طرف دیگر، این خاصیت به شما کمک می‌کند تا به بودجه موردنیاز برای بازاریابی دیجیتال نیز پی ببرید. سئو به این مشخصی نیست و ممکن است بسته به حوزه فعالیت کسب‌وکار و

رقبای‌تان، زمان و پول بیشتری نیاز داشته باشد. – استفاده از پرداخت به ازای هر کلیک شما را از نگرانی الگوریتم‌های موتور جست‌وجو و اثر آنها بر رتبه شما، می‌رهاند. پول پرداخت می‌کنید تا جایگاه تبلیغ داشته باشید و رتبه ارگانیک شما مهم نیست. در هنگام استفاده از سئو باید از بهینه‌بودن سایت‌تان بر اساس معیارهای گوگل اطمینان حاصل کنید، در غیر این صورت رتبه‌تان را از دست می‌دهید و یا با تاکتیک‌های معکوس سئو جریمه خواهید شد.

معایب پرداخت به ازای هر کلیک

– برای به‌دست‌آوردن نتیجه مطلوب باید پول پرداخت کنید. هرچه بیشتر بپردازید، نتیجه بهتری می‌یابید. هر روز رقابت بر سر کلمات داغ‌تر می‌شود و این بدان معناست که در آینده برای گرفتن همان نتیجه از یک لغت، باید هزینه بیشتری بپردازید.

– پیدا کردن کلمات کلیدی که باید بر روی آنها تمرکز کنید ممکن است بسیار وقت‌گیر باشد. مدیریت کلمات کلیدی، بررسی نتایج، ارزیابی میزان مخارج و عملکرد هوشمندانه در بازی پرداخت به ازای هر کلیک در حقیقت یک کار تمام‌وقت است. یا باید خودتان بر روی آن زمان بگذارید و یا متخصصی را استخدام کنید که این کار را برای‌تان انجام دهد.

– پرداخت به ازای هر کلیک مانند شیر آب است؛ وقتی آن را قطع می‌کنید، دیگر به شما سرویس دهی نمی‌کند. اگر لازم باشد بودجه مریوط به پرداخت به ازای هر کلیک را در جایی دیگر هزینه کنید، آیا مراجعه‌کنندگان معمول برای‌تان کفایت خواهند کرد؟ سئو یک فرآیند با طول عمر بالاست. درست است که هیچ‌گاه به‌طور کامل انجام نمی‌شود، اما مانند یک گوی برفی عمل می‌کند. زمان می‌برد تا به تکانه مطلوب برسند، اما وقتی به حد مطلوب رسید، دیگر متوقف نمی‌شود.

– «کلیک خلاف» همچنان یک مشکل است. شرکت‌هایی وجود دارند که با استفاده از بدافزارها کلیک افراد را با آی‌پی‌های مختلف از اقصی نقاط دنیا شبیه‌سازی می‌کنند. رقیبان شما ممکن است به سرعت اعتبار کلیک‌های شما را به پایان برسانند. گوگل گاه می‌تواند اینگونه خلاف‌ها را شناسایی کند، اما همچنان راه فرار وجود دارد.

کدام یک برای کسب‌وکار مفیدتر است؟ سئو یا پرداخت به ازای هر کلیک؟

کدام بهتر است؟ حقیقتاً به بودجه و نوع صنعت شما بستگی دارد. در شرایط ایده‌آل استفاده از هر دوی آنها نتیجه مطلوبی برای کسب‌وکار‌تان ایجاد می‌کند. شما هم تأثیر سریع آن را با افزایش ترافیک سایت و به تبع آن افزایش درآمدتان متوجه خواهید شد. با گذر چند ماه سایت‌تان بهینه‌سازی می‌شود و در گذر زمان جایگاه بهتری می‌یابد.

منبع: thedesign

ایستگاه بازاریابی

دریابید چه زمانی فروش شما دچار مشکل شده است

مترجم: مهدی کاظمیون

ویبل رابینسون، یکی از نقش‌های مجموعه علمی تخیلی تلویزیونی گمشده در فضا (Lost in Space)، همیشه وقتی در دسری در راه بود از قبل خبردار می‌شد، چون روباتش به او هشدار می‌داد و هیجان‌زده اعلام می‌کرد «خطر، خطر ویل رابینسون!». جالب نبود اگر کسی را اطراف خود داشتید که هنگام خطر شما را خبردار می‌کرد؟ خبر خوب این است که برای این‌کار به روبات نیاز ندارید.

در اینجا چند نشانه که خبر از در دردسر افتادن شما می‌دهند آمده است. اطمینان حاصل کنید که می‌دانید چگونه باید این نشانه‌ها را پیدا کنید.

علامت خطر شماره ۱: حضور محصول رقیب

فرض کنید مشغول کار با یکی از کاربران محصول‌تان در محل کار او هستید. در انبار محصول و مرکز حمل‌ونقل مشتری ناگهان چشم‌تان به جعبه محصول رقیب می‌افتد که دقیقاً مشابه با یکی از محصولاتتان است که شما به این مشتری فروخته‌اید. اگر روبات در این موقعیت حضور داشت جمله معروفش را می‌گفت. اگر علامت خطری مانند این را نادیده بگیرید در دردسر بزرگی افتاده‌اید. خیلی اتفاق نمی‌افتد که یک کسب‌کار یک‌شبه شکست بخورد. وقتی مشتری تصمیم می‌گیرد محصولات مصرفی خود را عوض کند، معمولاً با تأمل زیاد چنین تصمیمی را می‌گیرد. گرفتن چنین تصمیمی معمولاً نیازمند اثبات کارایی است، یعنی مشتری پیش از تعویض، محصول رقیب را محاطانه ارزیابی می‌کند.

بنابراین زمانی که محصول رقیب را در محل کار مشتری خود می‌بینید، بهتر است شروع کنید به سؤال پرسیدن. چرا آنجاست؟ چه کسی آن را درخواست کرده است؟ راهکاری که شما ارائه کرده‌اید چه مشکلی داشته است؟ به دنبال چه ویژگی‌هایی بوده‌اند؟ نتیجه‌ای که به دست آمده چه بوده است؟

اگر دست روی دست بگذارید، با اگر جواب سؤال‌های‌تان را بگیرید، در دردسر افتاده‌اید.

علامت خطر شماره ۲: دریافت نکردن باز خورد از مشتری

چه چیزی بدتر از این است که یک مشتری مهم مشغول ارزیابی محصول رقیب باشد؟ بدتر از آن این است که ندانید چرا این کار را می‌کند. دلیل این ندانستن چه می‌تواند باشد؟ ممکن است به این خاطر باشد که با هیچ‌کس خارج از بخش خرید ارتباط ندارید یا شاید هیچ شناختی نسبت به کاربران محصول‌تان یا کسانی که درباره مناسب‌بودن یا نبودن کارایی محصول شما تصمیم می‌گیرد ندارید.

تمامی فروشندگهای موفق باید بدانند که محصول‌شان چه عملکردی از خود نشان می‌دهد. این یعنی مستقیماً –و نه از طریق شخص ثالث– با مشتریان‌شان صحبت می‌کنند. چنین افرادی در مقابل موارد موردعلاقه مشتریان و یا بهبودهایی که می‌توان ایجاد کرد سرتاپا گوش هستند. این مکالمات زنگ‌های هشدار زودنگامی هستند که شما را از مشکلات کوچکی که ممکن است در طول مسیر به مشکلات بزرگ‌تری تبدیل شوند آگاه می‌کنند.

کافی است به یاد داشته باشید که حتی اگر مشتری از محصول‌تان راضی است، شاید در جایی یک کاربر ناراضی وجود داشته باشد که از قضا یک تأثیرگذار مهم از آب در بیاید. چنین شخصی ممکن است تلاش‌های شما را بسا بدگویی در مورد محصول‌تان تماماً از بین ببرد. حتی اگر این بدگویی‌ها حقیقت نداشته باشند، دیگر کار از کار گذشته است.

از طرف دیگر، با داشتن ارتباط دائمی با افرادی که از محصول شما استفاده می‌کنند، در صورت وجود هرگونه مشکلی هشدار ی زودهنگام دریافت می‌کنید و جلوی دردسر را می‌گیرید. اگر هشدار ی دریافت کردید، بیشتر تحقیق کنید و ریشه آن را بیابید.

علامت خطر شماره ۳: رابطه شما با مشتری عوض شده

است

تغییر در ترکیب کارکنانی که با یک مشتری در ارتباط هستند، می‌تواند در آن واحد مثبت و یا منفی باشد. گاه وجود فردی جدید می‌تواند فرصتی طلایی برای فروش بیشتر به وجود آورد، اما اگر مشتری فعلی شما شرکت را ترک کند و با یک نیروی جدید جایگزین شود، می‌تواند یک زنگ خطر باشد. بسیاری از مدیران خیلی ساده و تنها برای اینکه نشان دهند چه کسی همه‌کاره است، دوست دارند تغییراتی ایجاد کنند و در همین راستا معمولاً تأمین‌کننده‌ای را وارد کار می‌کنند که در گذشته با او همکاری داشته‌اند. این فرد ممکن است کسی غیر از شما باشد. شاید این عادلانه به نظر نرسد، اما به دفعات اتفاق می‌افتد.

اگر در شرکت کارفرما نیروی جدیدی آمده باشد، ممکن است برای حفظ همکاری مجبور شوید خودتان را به او ثابت کنید. آمده این کار هستید؟ آیا مدتری از کارهایی که قبلاً با شرکت انجام داده‌اید تا هزینه‌های را کمتر کنید، از هزینه‌ای جلوگیری کنید یا به شرکت در سودآوری کمک کرده باشید، در دست دارید؟ یادتان باشد که حرف‌های شما مدرک نیست؛ تنها زمانی مدرک به حساب می‌آید که نتایج حاصله مکتوب باشند. آیا از مدارک دال بر کارایی مستندسازی کرده‌اید؟ امیدوارم از پیش این کار را کرده باشید تا مستندات را برای ارائه به نیروی جدید آماده داشته باشید. با این کار اگر مشتری جدید منطقی و منصف باشد شناس این را دارید که به او ثابت کنید باید همکاری خود را با شما حفظ کند.

رئیس‌جمهور جان اف. کندی خطر را به خوبی درک کرده بود، زمانی که گفت «چینی‌ها برای نوشتن کلمه «بحران» از دو ضربه قلم‌مو استفاده می‌کنند. یک ضربه حاکی از خطر است؛ دیگری حاکی از فرصت. در یک بحران، حواس‌ت به خطر باشد، اما فرصت را آنیزاً دریاب.» تمامی خطراتی که ویل رابینسون و روباتش با آنها روبه‌رو شدند، ختم به خیر شد. اگر یاد بگیرید حواس‌تان به علامت‌های خطر باشد و از آنها برای دنبال کردن فرصت‌های فروش جدید و پولساز بهره‌برداری کنید، فروشی نجومی خواهید داشت!

منبع: allbusiness

به‌اشتراک گذاشته‌شده باشید. نظرات مثبتی که از دیگر افراد دریافت

کرده‌اید را ری توئیت کنید و آماده پاسخ به سؤالات احتمالی باشید. این اقدامات به شما کمک می‌کنند تا با مخاطبانی که برای‌تان اهمیت دارند، رابطه‌ای عمیق‌تر بسازید و فرصتی جهت بهبود کیفیت محتوای ایجادشده به وجود آورید.

هفته ارائه

اثر اولیه و چشمگیر ارائه پیام‌تان در طول هفته و با گذشت زمان کم‌رنگ می‌شود. از زمان خود برای انجام برخی کارهای باقیمانده استفاده کنید و برای برخی پیروزی‌های به‌دست‌آمده جشن بگیرید.

رسانه اجتماعی پولی

بررسی کنید که کدام یک از کمپین‌های پولی موجود در رسانه‌های اجتماعی، بهترین عملکرد را در روز اول داشته‌اند و در آن شبکه‌ها بیشتر سرمایه‌گذاری کنید. اگر متوجه شدید تمام اقدامات منجر به شکست شده است، عنوان‌تان را تغییر دهید و اولویت‌های دیگر را در نظر بگیرید.

رسانه اجتماعی

همچنان مطالب مثبتی که مردم برای‌تان ارسال می‌کنند را ری‌تویت کنید. توجه بسیاری به افراد تأثیرگذار اصلی معطوف کنید که توجهات به محتوای شما کاهش یافته است، ری‌تویت کنید. اشتراک‌گذاری این‌گونه پیام‌ها در زمان مناسب، افزایش شدیدی در تعداد مراجعه‌کنندگان به مطالب شما ایجاد می‌کند.

پیروزی‌های سهل‌الوصول

از ارسال محتوای خود در خبرنامه‌های ایمیلی و جمع‌بندی‌های هفتگی اطمینان حاصل کنید. مطمئن شوید نوشته‌های‌تان در انجمن‌ها و سایت‌های مرتبط به اشتراک گذاشته می‌شود. با رعایت این موارد می‌توانید تعداد مراجعات پست‌های‌تان را افزایش دهید.

بازبایی لینک‌ها

اگر پست‌های‌تان را همه‌جا می‌بینید، احتمالاً مردم زیادی آن را بدون ذکر نام شما منتشر کرده‌اند. از روش جست‌وجوی معکوس تصاویر، با استفاده از ابزاری مانند Fresh Web Expelorer و یا روش‌های بازبایی لینک تلاش کنید منشأ این اتفاق را بیابید و مالکیت مطالب را بازبایی کنید.

فرصت‌های پیش‌رو

وقتی هیجانات فروکش کرد، نسبت به محتوای ایجادشده بی‌توجه نشوید. یک جست‌وجوگر Tweetdeck را به صورت مداوم و در پشت صحنه فعال نگاه دارید تا هر زمان کسی پست‌تان را به اشتراک گذاشت، متوجه شوید. حتماً برای این افراد پیامی با مفهوم ارسال کنید. ارتباط‌تان را با استفاده از توئیتر و فیدلی با افراد تأثیرگذاری که در جریان تولید محتوا با آنها آشنا شدید، حفظ کنید. احتمالات مؤید آن است که اگر افرادی برای پروژه پیشین مفید بوده‌اند، برای پروژه بعدی نیز مفید خواهند بود. هرچه ارتباطات بیشتری ایجاد کنید، شرایط بهتری خواهید داشت.

رسانه‌های اجتماعی، سرویس‌های مبتنی بر ایمیل مانند HARO و در حالت کلی فضای وب را برای یافتن فرصتی مناسب جهت اشتراک‌گذاری مجدد محتوای تولیدی تحت‌نظر بگیرد. شاید فرصتی بیابید تا آن را به عنوان یک مطالعه موردی و یا یک منبع پیشنهادی معرفی کنید.

جمع‌بندی پروژه

بعد از آنکه کمپین ترویجی شما به پایان رسید، زمانی را جهت بررسی پارامترهایی مانند تعداد به‌اشتراک‌گذاری‌ها و تعداد بازدیدکنندگان ناشی از آن صرف و موارد مورداستفاده برای برنامه‌های بعدی را یادداشت کنید.

باید به لیست اصلی افراد تأثیرگذار بازگردید. شاید افرادی که تصور می‌کردید رده متوسط باشند، در حقیقت افرادی رده بالا بوده‌اند. لیست افراد را با توجه به تجربیات به‌دست‌آمده از پروژه، مجدداً تنظیم و در پروژه‌های بعدی به خوبی از آنها استفاده کنید.

منبع: buzzstream

مؤثر، کار خود را آغاز و در ادامه آن لیست را به مرتب‌ترین افراد محدود می‌کنند. این روش زمانبر اما ارزشمند است. اگر می‌خواهید از این روش پیروی کنید، لیست ابتدایی باید حدوداً ۵ برابر لیست نهایی موردنظر‌تان باشد.

ارتباط‌گیری قبل از ارائه

در مرحله بعد و پیش از ارائه محتوا، با افراد مؤثر حاضر در لیست، حداقل یکبار و از طریق پیام شخصی و یا وب‌سایت‌شان ارتباط بگیرید. برای افراد مؤثری که تصور می‌کنید یک درخواست رسمی برای جلب‌نظرشان کفایت می‌کند، به یک توئیست و اشاره‌کردن به نام کاربری‌شان اکتفا کنید. این کار باعث می‌شود آنها حداقل یکبار اسم‌تان را شنیده باشند.

افراد مؤثری که می‌خواهید با آنها ارتباط صمیمانه‌تری داشته باشید، نیازمند پیگیری بیشتری هستند. حساب توئیتر و یا فیدلی آنها را تحت‌نظر بگیرید و به دنبال فرصتی جهت آغاز یک مکالمه در زیر یکی از پست‌های‌شان باشید. اشاره یکباره به نام کاربری آنها در یک توئیت کفایت نمی‌کند. سعی کنید پاسخ یکی از توئیت‌های آنها را بدهید تا یک مکالمه شکل بگیرد و یا دیدگاهی پرمفهوم را در زیر پست وبلاگ‌شان قرار دهید. اگر زمان و پول کافی در اختیار دارید، به دنبال فرصتی جهت ملاقات حضوری با آنها در یک کنفرانس یا رویداد باشید.

یک هفته قبل از انتشار

هفته پیش از ارائه محتوا، روزهای شلوغی برای شما هستند. در این هفته باید نسخه اولیه تمام پست‌های رسانه‌های اجتماعی، ایمیل‌های ارسال‌ی و پیام‌های مشتریان را آماده کنید. شاید لازم باشد تبلیغات آنلاین را در صف سفارش قرار دهید.

بررسی اولیه محتوا

یکی از بهترین اقداماتی که می‌توانید داشته باشید، بررسی اولیه محتوا با افراد تأثیرگذار است. از این طریق می‌توانید از امتیاز بازخوردها و نظرات ارزشمند آنها و بهبود محتوای‌تان پیش از انتشار، بهره‌مند شوید.

شما می‌توانید سیاستمدارانه‌تر رفتار کنید و محتوا را صرفاً برای بخشی از افراد مؤثر ارسال کنید، اما حقیقتاً نتایج حاصل‌شده از ارسال محتوا برای تمام افراد و درخواست ارسال دیدگاه در صورت تمایل، بسیار موفق بوده است.

هر کدام از این روش‌ها را در پیش می‌گیرد، توجه داشته باشید که باید فرصت کافی به این افراد بدهید تا محتوا را بخوانند و به شما بازخورد ارائه دهند.

توسعه متن ایمیل

شما باید حداقل دو قالب کلی ایمیل برای هر دسته از مخاطبان داشته باشید. (یعنی اگر ۳ دسته مخاطب دارید، حداقل باید ۶ قالب ایمیل داشته باشید). قالب‌های مختلف باید المان‌هایی مانند موضوع و دعوت به همکاری را در بر بگیرد. فراموش نکنید فضایی را برای شخصی‌سازی در نظر بگیرید.

مهم‌ترین گزینه‌های مؤثر شما (۵ یا ۱۰ فرد یا وب‌سایت اول لیست شما) باید پیامی کاملاً شخصی‌سازی‌شده دریافت کنند. برای حفظ زمان در روز ارائه محتوا، نامه این گروه را پیش از روز ارائه ارسال کنید. احتمالاً تا به اینجا با آنها چند مرتبه مکالمه داشته‌اید، در نتیجه متن شخصی‌سازی‌شده می‌تواند به مکالمات قبلی اشاره کند.

روز ارائه

وقتی محتوای شما منتشر شد، باید تلاش کنید آن را هر کجا که می‌توانید به اشتراک بگذارید. برای رسیدن به این هدف باید پست را در رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات زنده توسعه دهید.

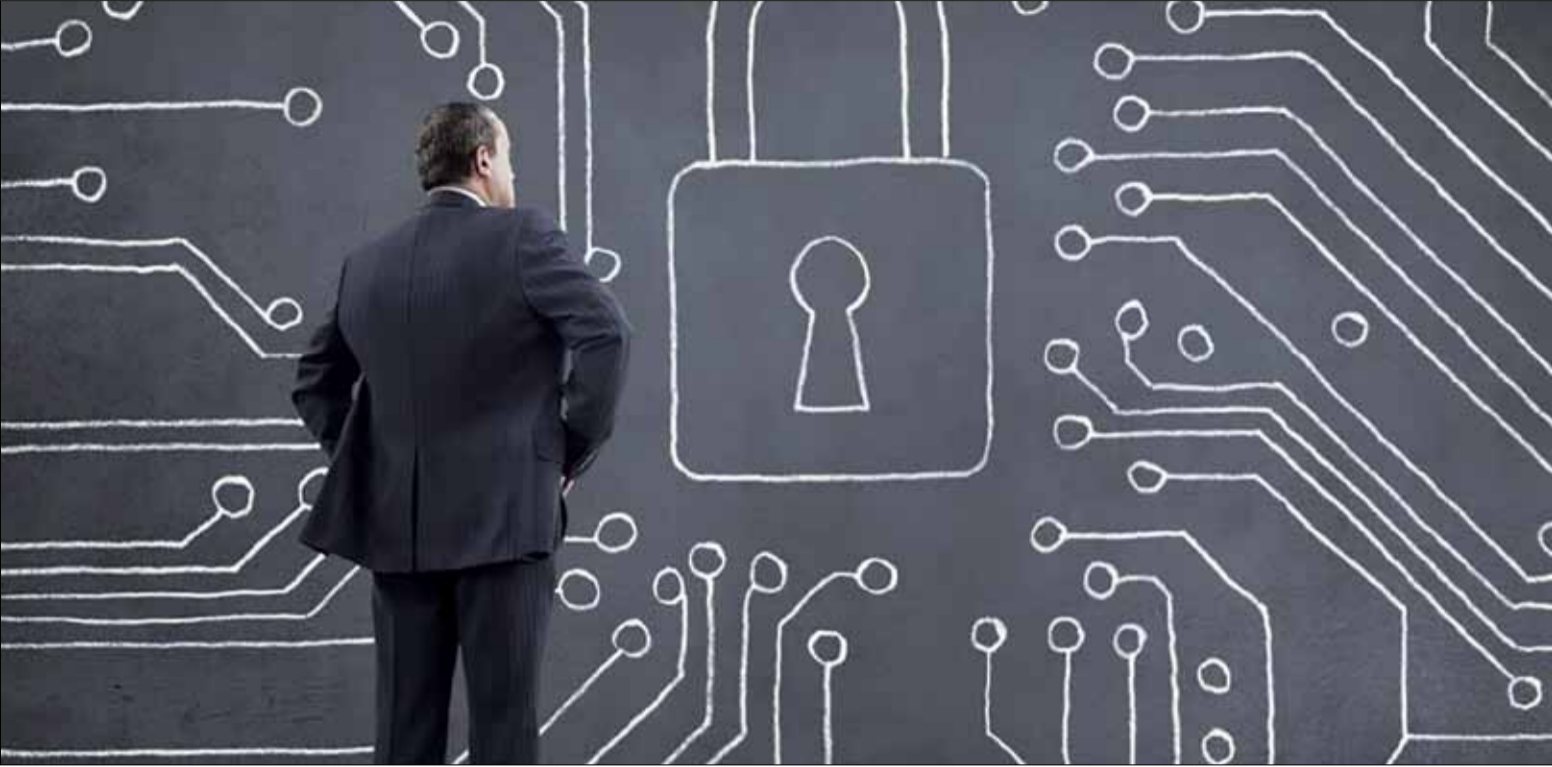
توسعه

وقتی پیام‌تان را به لیست افراد موردنظر توسعه می‌دهید، نتایج دریافتی شما از الگویی خاص تبعیت می‌کند. قالب‌هایی با قطعیت بالا، همواره بهتر عمل می‌کنند. در نتیجه مواردی که قاطع نیستند را حذف و با گزینه‌های بهتر پیش روید. در صورت نیاز، لیستی جدید را برای پیگیری آماده کنید.

احتمالاً در نتایج به‌دست‌آمده متوجه می‌شوید که از یک گروه مخاطبان، نسبت به دیگر گروه‌ها نتایج بهتری دریافت می‌کنید. در این شرایط سعی کنید بر این دسته بیشتر تمرکز کنید. لیست آن گروه را توسعه دهید و تلاش کنید با افراد بیشتری از آن گروه ارتباط بگیرید.

متعادل عمل کنید و پاسخگو باشید

آماده دریافت بازخوردهای معمولی در قبال مطالب



مترجم:امید گوهری

بسیاری از بازاریابان مبتنی بر محتوا تصور می‌کنند «ترویج» فرآیندی است که پس از انتشار آنلاین محتوا آغاز می‌شود. حقیقت این است که ترویج باید مدت‌ها قبل از انتشار محتوا و موازی با زمان تولید انجام پذیرد. در واقع بخش عمده‌ای از فرآیند ترویج قبل از انتشار محتوا باید انجام شود. در این مقاله چارچوبی را معرفی می‌کنیم که می‌توانید از آن در کمپین تبلیغاتی بعدی خود استفاده کنید.

برنامه‌ریزی

یک برنامه ترویجی مناسب با تحقیق در مورد مخاطبان و توسعه پیام‌رسانی موردنظر را آغاز کنید.

تحقیق در مورد مخاطبان

اگر زمان و پول کافی در اختیار دارید، تحقیقات تحلیلی می‌توانند بسیار کمک‌کننده باشند. ما در BuzzStream این‌کار را کمی غیررسمی انجام می‌دهیم. فرآیند برنامه‌ریزی ما حول گفت‌وگویی در مورد نیازهای مخاطبانی انجام می‌شود که برای‌شان محتوا آماده می‌کنیم. ما داده‌های موجود را تحلیل می‌کنیم که شامل اطلاعاتی می‌شوند از قبیل عملکردهای موفق در توئیتر و بینش حاصل از مکالمات‌مان با مشتریان.

ما مخاطبان را براساس ارزشی که از محتوای ایجادشده به‌دست می‌آورند، دسته‌بندی می‌کنیم. برای مثال شاید بخشی از مخاطبان در حوزه بازاریابی آنلاین تازه‌کار باشند و از محتوای ما برای بهبود مهارت‌های‌شان استفاده کنند. گروهی دیگر شاید افرادی باشند که مسئول تیم‌های برون‌سپاری هستند و از محتوای ما به‌عنوان منابع تمرینی استفاده می‌کنند. گروه سوم افراد تأثیرگذاری هستند که به دنبال یادگیری چیزی از محتوای ما نیستند، اما برای مطالب مفید ارزش قائلند و آنها را با دنبال‌کنندگان‌شان به اشتراک می‌گذارند. این دسته‌بندی‌ها اساسی برای لیست افراد تأثیرگذار و توسعه پیام‌ها می‌شود.

پیام‌رسانی

قبل از تولید محتوا باید مدتی را به تفکر در مورد کسانی بگذرانید که به دنبال برقراری ارتباط با آنها هستید؛ یعنی دسته‌های مختلف مخاطبان. (توسعه شخصیت‌ها در اینجا می‌تواند کمک‌کننده باشد). تصور کنید هر یک از دسته‌های مختلف مخاطبان، چه سودی از محتوای تولیدی شما خواهند برد. از خودتان بپرسید چگونه می‌توانید مخاطبان را به اشتراک‌گذاری آن محتوا تشویق کنید و دلایل احتمالی عدم اشتراک‌گذاری آنها چه چیزی می‌تواند باشد.

اگر تیم شما تنها یک عضو دارد، این فرآیند بیشتر شبیه به یک تمرین ذهنی است تا مستندسازی فیزیکی، اما اگر تیم‌تان اعضای بیشتری دارد، ایجاد یک سند قابل‌اشتراک می‌تواند بسیار کاربردی باشد.

وقتی شما دسته‌بندی مخاطبان و شیوه پیام‌رسانی را به پایان رساندید، می‌توانید با اطمینان بیشتری به تولید محتوا بپردازید. حال شما می‌دانید چگونه و به چه‌دلیل به مخاطبانی که برای کسب‌کار‌تان مهم هستند سود برسانید و در قبال موارد مهم مربوط به این فرآیند، تصمیم‌گیری کنید.

بیش از دو هفته قبل از انتشار

همچنان که در حال طراحی محتوای اصلی هستید، باید لیستی از افراد و وب‌سایت‌هایی که می‌خواهید محتوا را برای آنها بفرستید و به اشتراک بگذارید، آماده کنید. تحقیقی که پیش از این در مورد مخاطبان‌تان انجام داده‌اید، در اینجا اساس کار قرار می‌گیرد. در هر دسته افراد اثرگذار را به دو لیست رده بالا و رده متوسط تقسیم کنید.

همچنان که پیش می‌روید، مشخص کنید از چه طریقی می‌خواهید با افراد تأثیرگذار ارتباط بگیرید (ایمیل، رسانهٔ اجتماعی و غیره). به این فکر کنید که یک درخواست سرد و رسمی کفایت می‌کند و یا نیاز به ایجاد ارتباط اولیه است.

تعداد افراد حاضر در لیست

برای مشخص کردن تعداد افراد تأثیرگذار حاضر در لیست، ابتدا به میزان فراگیری و به‌اشتراک‌گذاری موردنظر‌تان فکر کنید. انتظار دارید چند نفر در مورد شما بنویسند؟ عدد به‌دست‌آمده را به نرخ پاسخگویی معمول خود تقسیم کنید. عدد حاصل، تعداد افرادی را مشخص می‌کند که باید با آنها ارتباط بگیرید.

بازاریابان مبتنی بر محتوای باتجربه معمولاً با لیستی بلندبالا از افراد

رهبری



راهکارهای جلوگیری از استعفا دادن کارکنان با استفاده از رسانه‌های اجتماعی

تاثیر گذاری بر استفاده کارکنان از رسانه‌های اجتماعی به منظور جلوگیری از استعفا دادن آنها

مترجم: مریم امیری خواه

رسانه‌های اجتماعی معمولاً موجب بروز دو واکنش در کارکنان می‌شود؛ فضای مجازی گاهی نابودکننده بازدهی و بهره‌وری کارکنان می‌شود و انرژی سازمان با هدر رفتن وقت ارزشمند بر سر فعالیت‌هایی بچ و بی‌معنی تحلیل می‌رود، اما گاهی رسانه‌های اجتماعی به ابزاری تعاونی و متحدکننده تبدیل می‌شود که کارکنان را به هم نزدیکتر می‌کند و زمینه را برای نوآوری‌های بزرگ آماده می‌کند.

البته نتایج پژوهش جدیدی که توسط لورنزو بیزی، استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه کالیفرنیا انجام شده، بیانگر آن است که رسانه‌های اجتماعی، برخلاف نظر برخی کارفرمایان نابودگر بهره‌وری کارکنان نیست.

خبر خوبی است، اما داستان به همینجا ختم نمی‌شود. خبر بد این است که رسانه‌های اجتماعی یکی از دلایل جابه‌جایی و استعفای کارکنان است. بیزی ۲۷۷ کارمند را در یک سازمان بهداشتی مورد مطالعه قرار داد و به این نتیجه رسید که کارکنانی که در ساعات کاری با همکاران‌شان در پلتفرم‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، لینکدین و توئیتر ارتباط دارند، معمولاً انگیزه بیشتری پیدا می‌کنند و ایده‌های نوآورانه راحت‌تر به ذهن‌شان خطور می‌کند.

بالعکس کارکنانی که در طول ساعات کاری از طریق رسانه‌های اجتماعی با افرادی خارج از سازمان ارتباط برقرار می‌کنند، انگیزه‌شان کمتر می‌شود و ابتکار و نوآوری کمتری از خود نشان می‌دهد. با این توصیف تعامل داشتن با همکاران فعلی در رسانه‌های اجتماعی، حتی در ساعات کاری بهره‌وری و مشارکت کارکنان را افزایش می‌دهد، اما اگر این ارتباط خارج سازمانی باشد، بهره‌وری و مشارکت کاهش خواهد یافت.

البته افزایش احتمالی مشارکت و بهره‌وری هزینه گزافی دارد که یکی از آنها حفظ کارکنان است. همچنین بیزی دریافت احتمال استعفا دادن کارکنانی که در ساعات کاری از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، صرف نظر از افرادی که این کارکنان با آنها ارتباط برقرار می‌کنند، بیشتر از افرادی است که از رسانه‌های اجتماعی فقط در ساعات فراغت خود استفاده می‌کنند.

محقق معتقد است که احتمالاً این گروه از کارکنان، به دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ساعات اداری، بیشتر با کارفرمایان احتمالی جدید آشنا شده‌اند. ۷۶ درصد از کارکنانی که در اداره وارد رسانه‌های اجتماعی شده بودند، توجه‌شان به سمت شرکت‌های جدیدی جلب شده بود که آنها را در دنیای مجازی پیدا کرده بودند؛ حال آن که این رقم برای کارکنانی که فقط برای تفریح از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند، ۶۰ درصد بود. واقعیت این است که کارکنانی که در ساعات کاری خود از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، غالباً شرکت‌های جدیدی با موقعیت‌های بهتر را جست‌وجو می‌کنند و روابط شغلی جدیدی ایجاد می‌کنند که در نهایت منجر به استعفای‌شان از شغل فعلی و پرواز کردن به سوی آینده‌ای بهتر می‌شود.

محقق به کارفرمایان پیشنهاد می‌کند، برای این که بتوانند بیشترین استفاده را از هر دو فضای واقعی و مجازی ببرند، یعنی این که بتوانند مشارکت و همکاری قوی کارکنان را با بهره‌گیری از فضای مجازی برانگیزانند، بدون آن که خطر ترک آنها وجود داشته باشد، شیوه استفاده صحیح از رسانه‌های اجتماعی را به کارکنان‌شان آموزش دهند. به این ترتیب کارکنان ترغیب می‌شوند که به روی رفتارهای مثبتی مانند همکاری تمرکز کنند. در نتیجه رضایت کارکنان و علاقه‌شان به شغل‌شان افزایش می‌یابد و در صد ترک شرکت برنمی‌آیند.

مشارکت و انگیزه همچنین محقق به کارفرمایان پیشنهاد می‌کند که گروه‌هایی را با محوریت کسب و کار خود در رسانه‌های اجتماعی تشکیل دهند تا به این ترتیب همکاری بین کارکنان در دنیای مجازی نیز تقویت شود. بدیهی است در گروهی که به شرکت اختصاص دارد، کارکنان کمتر تمایل پیدا می‌کنند که درباره قصدشان برای استعفا دادن صحبت کنند یا درباره پیشنهادهایی از شرکت‌های دیگر بحث کنند.

به علاوه این گروه‌ها فرصت مناسبی را برای آشنا شدن با ماجراهای استادیورها و موقعیت‌های کارکنان در اختیار مدیران قرار می‌دهد که می‌توانند از آن به عنوان ابزاری برای جذب نیرو استفاده کنند. اگر کارکنان شرکت‌های دیگر متوجه بشوند که چه اعتبار و ارزشی برای کارکنان‌تان قائل می‌شوید، آنها نیز جذب شرکت‌تان خواهند شد.

این رویکرد منطقی‌تر به نظر می‌رسد؛ به جای آن که دسترسی کارکنان را به رسانه‌های اجتماعی قطع کنید یا به عبث سعی کنید که روش استفاده از رسانه‌های اجتماعی را به آنها آموزش دهید؛ سعی کنید این روش تحمیلی را با یک روش ترغیب‌کننده جایگزین کنید. یعنی به کارکنان‌تان دلیلی بدهید که از زمانی که صرف رسانه‌های اجتماعی می‌کنند، برای ستایش و پیشبرد اهداف شرکت استفاده کنند. بهترین کار این است که کارکنان را تشویق کنید که رخدادهای تقدیرنامه‌ها و جوایز شرکت را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند. این کار روش مناسبی برای معرفی کردن شرکت به استعدادها و اعضای جدیدی است که ممکن است در آینده به شرکت بپیوندند. برای مثال شرکت ما چند ماه پیش کارمند جدیدی استخدام کرد، وقتی از سوال کردیم که چرا شرکت ما را انتخاب کرده است، پاسخ داد چون در عکس‌ها و رخدادهایی که دوستش از شرکت به اشتراک گذاشته بود، همه راضی و خوشحال به نظر می‌رسیدند. وقتی او دید که دوستش از کار کردن در اینجا اینقدر خوشحال است، او نیز تصمیم گرفت شناسش را اینجا امتحان کند.

بهترین کاری که مدیران می‌توانند بکنند، این است که فضایی را برای مشارکت و همکاری کارکنان ایجاد کنند، تا بی‌انگیزگی باعث نشود که در طول ساعات کاری به سمت شبکه‌های اجتماعی کشیده شوند و فرصت‌های بهتری را برای اشتغال جست‌وجو کنند.

منبع: inc

۱۰ ویژگی مدیران موفق از نگاه گوگل



از مدیران بسیار بی‌معنی است که همگان بتوانند از یک طریق به موفقیت دست پیدا کنند.

۷- آن‌ها از چشم‌انداز و استراتژی‌های مشخصی برخوردار هستند

آن‌ها به خوبی می‌دانند که در چه جایگاهی قرار داشته و به کدام مقصد در حال حرکت هستند. این امر در حالی است که برخی از مدیران درگیر تصمیمات لحظه‌ای بوده و این امر باعث می‌شود تا کارمندان با عدم ثبات کافی مواجه نشوند. که دیگری که بسیار مهم است این می‌باشد که آن‌ها همواره چندین برنامه و استراتژی را برای موقعیت‌های مختلف طرح‌ریزی می‌نمایند. این امر باعث خواهد شد تا غافلگیری برای این مدیران هیچ‌گونه معنایی نداشته باشد. بدون شک این امر آرامش را به شرکت تزریق خواهد نمود.

۸- آن‌ها به خوبی می‌توانند به تیم خود کمک نمایند

درواقع مدیران لازم است تا از اندکی دانش روان‌شناسی برخوردار باشند. این امر به آن‌ها اجازه خواهد داد تا به خوبی بتوانند روحیه تیم خود را حفظ نموده و در مواقع بحرانی آن‌ها را به آینده امیدوار سازند. به همین خاطر آن‌ها تنها به دانش فنی خود تکیه نکرده و در تلاش برای ایجاد رابطه دوستانه برای نزدیکی هرچه بیشتر با کارمندان خود، هستند.

۹- آن‌ها فضای رقابتی خوبی را ایجاد می‌کنند

بدون شک بهترین‌ها تنها زمانی مشخص خواهند شد که رقابتی وجود داشته باشد. در غیر این صورت افراد خود را به حد مشخصی محدود خواهند کرد. با این حال این امر که آن‌ها همواره به دنبال راهکارها و ارائه خلاقیت‌هایی در زمینه کاری خود باشند. بدون شک این امر راندمان کاری افراد را با رشدی چشمگیر مواجه خواهد ساخت. با این حال این امر باید به نحوی اجرا شود که زمینه عدم همکاری افراد را به وجود نیآورد که از جمله هنرهای مدیران محسوب خواهد شد.

۱۰- آن‌ها در زمینه تصمیم‌گیری کاملاً قدرتمند هستند

یک تصمیم خوب و جامع از دل تحلیل همه‌جانبه بیرون خواهد آمد. با این حال تنها اتخاذ تصمیمات کافی نبوده و لازم است تا از قدرت قانع نمودن سایرین نیز برخوردار باشید. برای مثال این امر که سرمایه‌گذاران و سهامداران شرکت را نسبت به درستی کار خود به اطمینان کافی برسانید، بدون شک مهارتی ویژه را نیاز خواهد داشت که تنها در مدیران نمونه دیده می‌شود. در نهایت این افراد حتی در سخت‌ترین شرایط نیز بهترین تصمیمات را می‌گیرند که این امر باعث می‌شود تا شرکت با مشکلی جدی مواجه نشود.

به عنوان نکته پایانی توجه داشته باشید که مدیران برتر، از همان بدو تولد به وجود نیامده و در طول مسیر ساخته می‌شوند. به همین خاطر هر فردی و در هر سطحی، لازم است تا به دنبال افزایش سطح مهارت و دانش خود باشند.

منبع: inc

داشته باشید که در بازار رقابتی حال حاضر شما نیاز به استفاده درست از تمامی امکانات خود دارید که در این بین تیم کاری و نیروی انسانی از جمله مهم‌ترین آن‌ها محسوب می‌شود. همچنین بهتر است تا فضا را برای انتقاد، اعلام نظرات و پیشنهادات فراهم کرده و با این امر اهمیت آن‌ها را برای خود نشان دهید. در آخر توجه داشته باشید که افراد باید خود را برای تیم شرکت، فردی با ارزش احساس نمایند تا انگیزه‌های آن‌ها برای نمایش بهترین عملکرد ممکن حفظ شود. به همین خاطر از اقدامات مفید در این رابطه خودداری نکنید.

۴- آن‌ها فعال و هدفمند هستند

بهترین مدیران افرادی هستند که محیط پیرامون خود را به مکانی بهتر از قبل تبدیل می‌نمایند. این امر تحت عنوان سازندگی نام برده می‌شود. درواقع افراد باید تاثیر مثبتی را از بدو ورود شما حس نمایند. این امر باعث خواهد شد تا نسبت به سیاست‌های شما اعتماد کافی را پیدا کرده و با مشکلات کم‌تری مواجه شوید. بدون شک با این اقدام شما قادر خواهید بود تا بر قلب آن‌ها نفوذ پیدا کرده و پیوندی عمیق را با آن‌ها ایجاد نمایید. در این رابطه این امر که خود را فعال نشان داده و صرفاً فردی پشت میز نشین نباشید، خود کاملاً کارساز خواهد بود. در نهایت شما باید برای اقدام خود و همچنین آینده شرکت، برنامه‌ریزی دقیقی را داشته باشید، در غیر این صورت روند پیشرفت شما همواره با شک و تردید همراه خواهد بود.

۵- آن‌ها به خوبی با سایرین ارتباط برقرار کرده و تبادل اطلاعات می‌نمایند

مدیران بزرگ شنوندگان بزرگی نیز هستند. این امر به آن‌ها امکان درک بهتر سایرین را خواهد بخشید. در این رابطه توصیه می‌شود تا همواره توجه کافی را به گفته‌های سایرین اختصاص داده و نکات مهم موجود در آن را در جایی یادداشت نمایید. در موارد متعددی مشاهده شده است که مدیران این امر را به حافظه خود می‌سپارند که نتیجه آن فراموشی بسیاری از جزئیات مهم بوده است. در نهایت توجه داشته باشید که هر فردی از تجربیات و محدوده توانایی‌های خاصی بهره‌مند است که این امر ضرورت وجود سیستم تبادل اطلاعات را تشدید می‌نماید. این امر در ابتدا ممکن است مورد استقبال عمومی قرار نگیرد، با این حال در صورتی که خود مدیران فعالیت کافی را در این زمینه از خود نشان دهند، بدن شک سایرین نیز به خوبی ترغیب خواهند شد.

۶- آن‌ها برای کارمندان برنامه‌ریزی دقیقی دارند

وجود یک برنامه کلی باعث نخواهد شد تا بیش‌ترین پیشرفت ممکن مهیا شود. بدون شک این امر در رابطه با کارمندان شرکت از اهمیت بیش‌تری برخوردار خواهد بود. علت این امر هم به این خاطر است که هر انسانی از ویژگی‌های خاصی برخوردار است که عدم توجه به آن‌ها باعث می‌شود تا مسیر پیشرفت در محدوده خاصی قرار گیرد. به همین خاطر مدیران ضمن درک درست از شرایط و ویژگی‌های تمامی کارمندان خود، لازم است تا برای پیشرفت و قدرتمندتر شدن هر یک برنامه‌ریزی جداگانه‌ای نیز داشته باشند. درواقع برای این دسته

به قلم: جاستین بار یسوس نویسنده و مشاور حوزه مدیریت

مترجم: امیرالعلی

همه ما با این جمله مشهور که علت ترک شرکت از سوی کارمندان در وهله اول مدیران هستند، آشنایی داریم. این امر به خوبی نقش کلیدی مدیران را به عنوان قلب تپنده شرکت، بیان می‌کند. به همین خاطر امروزه برندهای جهانی در تلاش برای ایجاد استانداردهایی در این زمینه هستند. نام این تحقیقات را نیز پروژه اکسیژن گذاشته‌اند که در ادامه به بررسی ۱۰ استاندارد درج‌شده در آن برای مدیران، خواهیم پرداخت.

۱- آن‌ها مربی بسیار خوبی هستند

نتایج تحقیقات در این رابطه با عوامل رضایت شغلی بیانگر آن است که رفتار شایسته مدیران با کارمندان، از بالاترین درجه اهمیت برخوردار است. در این رابطه در موارد متعددی مشاهده شده است که افراد در سخت‌ترین شرایط نیز به علت رفتار مناسب مدیریت، اقدام به ترک شرکت نکرده و نهایت تلاش خود را برای خارج شدن از این اوضاع انجام داده‌اند. با این حال در زمینه رفتار شایسته از جمله عوامل مهم این است که تنها ابلاغ‌گر وظایف و اهداف نباشید. بدون شک شما به علت تجربه و مهارتی که در اختیار دارید، می‌توانید راهنمای بسیار خوبی برای سایرین باشید. به همین خاطر محروم نمودن آن‌ها از خود نمی‌تواند سبب درستی تلقی شود. در این رابطه بهتر است تا خود را نیز در قالب یک تیم احساس نموده و همواره در کنار آن‌ها باشید. بدون شک به هر میزانی که تیم شما رشد بیشتری را تجربه نماید، به همان میزان نیز قدرت اجرایی بالاتری خواهید داشت. در این رابطه امکان دارد به علت حجم کاری بالا نتوانید همه این کارها را به تنهایی انجام دهید. به همین خاطر توصیه می‌شود تا افراد مستعد را شناسایی کرده و آن‌ها را به افرادی شبیه خود (یک مربی برای سایرین) تبدیل کنید.

۲- آن‌ها به تیم خود اعتماد داشته و از زیر ذره بین قرار دادن افراد خودداری می‌نمایند

افراد در راستای انجام درست کارهای خود نیازمند فضای کافی هستند که این امر تنها زمانی میسر خواهد شد که از جانب مدیریت اعتماد کافی را دریافت نمایند. بدون شک تمامی افراد از زیر ذره‌بین قرار گرفتن، نفرت داشته و این امر وجهه شما را نزد تیم کاری به شدت خدشه‌دار خواهد کرد. در این راستا لازم است تا به کارمندان خود اعتماد کافی را داشته و در برابر اشتباهات آن‌ها، کمک‌سان باشید. در نهایت این امر به محیط کاری شما فضایی دلنشین را داده که هر فردی تمایل به کار کردن در آن را خواهد داشت.

۳- آن‌ها به فکر قدرتمندتر ساختن تیم کاری خود بوده و به خوبی اهمیت افراد را نشان می‌دهند

این امر که افراد را در موقعیتی صرفاً تکراری قرار دهید، مانع از رشد و ترقی آن‌ها خواهد شد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا همواره برای آن‌ها مواردی را در نظر گرفته و چالش‌های سازنده ایجاد کنید. توجه

۱۱ اقدام ضروری در راستای معرفی محصول



شدن و معرفی محصولات در اختیار شما قرار خواهد داد. در این رابطه در ابتدا لازم است تا شبکه‌های اجتماعی پرتعداد جامعه هدف خود را شناسایی کرده و به دنبال راهکارهای خلاقانه و کارآمد برای تبلیغ خود باشید.

۹- فرصت تجربه محصول را در اختیار عموم قرار دهید

هیچ چیز به اندازه زمانی که افراد خود با محصول ارتباط برقرار می‌کنند، نمی‌تواند آن‌ها را به خرید ترغیب کند. به همین خاطر بسیار مهم است که این فرصت را در اختیار افراد قرار دهید. برای مثال امروزه برندهای نوشیدنی در مراکز فروش، امکان امتحان کردن محصول خود را فراهم می‌آورند، که این امر باعث خواهد شد تا افراد نسبت به طعم و کیفیت آن اطمینان کافی را به دست آورند. با این حال در این رابطه استفاده از تکنولوژی نیز کارساز بوده و می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. برای مثال شبیه‌سازها و تصاویر سه‌بعدی از دیگر مواردی است که مخاطب را به ارتباط بیشتر با محصول نزدیک خواهد کرد.

۱۰- در اقدامات خود اولویت‌بندی داشته باشید

در موارد متعددی مشاهده شده است که برنامه‌ها و استراتژی‌ها به علت عدم رعایت ترتیب و اولویت‌بندی درست، با مشکل مواجه می‌شوند. به همین خاطر نحوه اجرای کار و زمان درست هر یک نیز از جمله معیارهای تعیین‌کننده موفقیت شما در فرآیندهای معرفی و فروش محصول خواهد بود. همچنین لازم است تا در هر مرحله بازبینی‌های مجدد را صورت داده و تا زمان دستیابی به اهداف مورد نظر، به سراغ اقدامات دیگر نروید.

۱۱- از مشتریان خود استفاده کنید

در ابتدا بحث در این رابطه لازم است تا مواردی را مورد توجه قرار دهید. ۱- زمان درست توزیع محصول را بشناسید. برای مثال در صورتی که محصول شما یک کالای تفریحی محسوب می‌شود، بهترین زمان برای آن فصل تعطیلات است. ۲- نزدیک کردن محصول با نیاز روز را جدی بگیرید. بدون شک به هر میزانی که نیاز افراد را بهتر بتوانید پاسخ دهید، به همان میزان افراد الزام بیش‌تری را برای خرید خود حس خواهند کرد. ۳- راهنمای استفاده از محصول را در بسته‌بندی و در مکانی مناسب قرار دهید. در این رابطه حتی ارائه راهنمایی برای حفظ و نگهداری بهتر آن نیز می‌تواند رضایت بیش‌تری را به همراه داشته باشد. در نهایت در صورتی که کار شما از کیفیت بالایی برخوردار باشد، به طور طبیعی می‌توان انتظار داشت که مشتریان خود به عنوان معرف محصول وارد عمل شوند. با این حال در این رابطه بهتر است که صرفاً منتظر اقدامات خودجوش نبوده و به صورت جدی از آن‌ها برای معرفی محصول به سایرین استفاده کنید. در این رابطه حتی اعطای کدهای تخفیف نیز می‌تواند مشوق خوبی برای آن‌ها باشد و الزامی برای استخدام آن‌ها وجود ندارد.

منبع: forbes

می‌توانید با مطالعه و تحلیلی درست، از تکرار مجدد آن خودداری کنید که این امر مسیر رشد شما را به مراتب کوتاه‌تر خواهد ساخت. برای مثال در عرصه تلفن همراه برند اپل از جمله الگوهای شرکت‌های جدید محسوب می‌شود. با این حال توصیه می‌شود تا در این رابطه از کیپی‌برداری جلوگیری کنید. علت این امر هم به این خاطر است که هر شرکتی بنا بر امکانات و شرایط خود تصمیماتی را اتخاذ می‌نماید که انجام مجدد آن ممکن است نتیجه مورد انتظار را به همراه نداشته باشد. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا در هنگام مراحل عرضه و معرفی محصول خود از همان ابتدا به شکلی حرفه‌ای‌تر عمل کنید.

۶- از تمامی امکانات موجود به خوبی استفاده کنید

به هر میزانی که شبکه‌ها و امکانات ارتباطی خود را متنوع‌تر سازید، امکان دیده شدن شما افزایش خواهد یافت. به همین خاطر بسیار مهم است تا شناخت درستی نسبت به راه‌های معرفی محصول خود داشته باشید تا بتوانید از تمامی آن‌ها به خوبی استفاده کنید. در این رابطه توجه داشته باشید که برخی از روش‌ها ممکن است بسیار هزینه‌بر باشد که بودجه شما توان اجرا کردن آن را در اختیارتان قرار ندهد. به همین خاطر لازم است تا در ابتدا تمامی راهکارها را در جایی یادداشت کرده و در آخر بهترین‌ها را انتخاب کنید. ملاک بهترین نیز در این بخش برای هر شرکتی متفاوت خواهد بود. با این حال لازم است تا مطالب ارسالی یا یکدیگر هماهنگی لازم را داشته باشند. در غیر این صورت مخاطب نسبت به صداقت شما با تردید مواجه خواهد شد. همچنین ضروری است تا مطالب پیرامون برند خود را پیگیری کرده تا در صورت نیاز بتوانید از شیوع حاشیه و اخبار نادرست جلوگیری کنید.

۷- شخصی‌سازی را فراموش نکنید

مزیت‌ها و نوآوری‌های شما تا زمانی سودآور خواهند بود که مورد تقلید سایر برندها قرار نگیرند. به همین خاطر لازم است تا به دنبال روش‌هایی برای حفاظت از آن‌ها باشید. برای مثال این امر که شما تنها رستورانی باشید که یک سس و یا غذای مخصوص را در اختیار دارد، بدون شک باعث خواهد شد تا امکان این امر که افراد از هر نقطه‌ای مشتریان شما تبدیل شوند، فراهم باشد. برای این امر دو روش رایج وجود دارد، نخست ثبت و استفاده از قانون و دیگری حفظ آن به عنوان یک راز در مجموعه شرکت که استفاده از هر دو روش نیز بدون هیچ‌گونه مانعی خواهد بود. در نهایت این امر باعث خواهد شد تا نگاه‌ها به سمت شما جلب شده و این در مرکز توجه بودن به خوبی حفظ شود.

۸- شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید

از جمله ابزارهای رایگان در اختیار شما شبکه‌های اجتماعی هستند که امروزه در میان اقل‌ساز مختلف طرفداران بسیاری را پیدا کرده‌اند. در این رابطه نتایج آمارها حاکی از آن است که افراد به طور معمول برای چندین مرتبه صفحات خود را در شبکه‌های اجتماعی مختلف مورد بازبینی قرار می‌دهند که این امر فرصتی بی‌نظیر را جهت دیده

شدن، این امر نیز خود نوعی احترام به مشتری تلقی خواهد شد. در نهایت بهتر است تا تمامی افراد را همراه با جایگاه‌شان در فرآیند تولید معرفی کرده و پلی ارتباطی میان آن‌ها با مشتری ایجاد نمایید. توجه داشته باشید به این امر که افراد بتوانند نظرات، انتقادات و پیشنهادات خود را مطرح نمایند که ارتباط مستقیم با هر بخش خود به سرعت کار خواهد افزود.

۳- مشتریان خود را فراموش نکنید

تمامی تلاش‌های شما در نهایت در راستای جذب مشتری است. درواقع بقای شما به کیفیت فعالیت در این بخش بستگی خواهد داشت. با این حال در این رابطه بسیاری از افراد تنها جذب مشتری را مدنظر قرار می‌دهند. این امر در حالی است که این فرآیند کاملاً دو مرحله‌ای بوده و لازم است تا نسبت به حفظ آن‌ها نیز اقداماتی را صورت دهید. در این رابطه توصیه می‌شود تا به نحوی رفتار کنید که مشتریان باسابقه نسبت به سایرین تفاوتی را احساس کنند. برای مثال این امر که جدیدترین محصولات خود را برای آن‌ها ایمیل کرده و یا در شبکه اجتماعی مورد استفاده آن‌ها به همراه کد تخفیف ویژه ارسال کنید، خود به خوبی سایرین را نیز به ماندن و قرار گرفتن در لیست مشتریان قدیمی، ترغیب خواهد کرد. در نهایت این اقدام شما باعث خواهد شد تا افرادی که تجربه استفاده از محصول شما را دارند، همواره به یاد برند شما بوده و دیگر به سراغ شرکت‌های دیگر نروند.

۴- از چهره‌های مطرح استفاده کنید

همواره افراد مشهور سوژه‌های مناسبی برای رسانه‌ها محسوب شده و همین امر باعث می‌شود تا در کنار آن‌ها تعداد بی‌شماری خبرنگار برای پوشش خبری قرار گیرد. بدون شک حضور چند تن از این افراد به بیش‌تر و بهتر دیده شدن شما کمک خواهد کرد. در این رابطه حتی می‌توانید در تبلیغات خود از این افراد استفاده کرده و با این کار طرفداران آن‌ها را به مشتریان دائم خود تبدیل کنید. نکته دیگری که در این بخش لازم است تا به آن توجه کنید این است که همواره نگاهی به روزنامه‌ها، مجلات و به طور کلی رسانه‌هایی داشته باشید که در ارتباط با حوزه کاری شما بوده و ممکن است مشتریان و بازار هدف شما از جمله خوانندگان و دنبال‌کنندگان آن‌ها باشند. بدون شک این دسته از اقدامات نیازمند صرف وقت کافی بوده و به همین خاطر توصیه می‌شود تا فرد یا افرادی را برای پیگیری این موارد استخدام کنید.

۵- غول‌های کسب و کار خود را الگوی خود قرار دهید

بدون شک شما به عنوان یک شرکت نوپا و یا شرکتی که هنوز نتوانسته است تا به موفقیت بالایی در عرصه خود دست پیدا کند، در ابتدای مسیری هستید که ابرشرکت‌ها آن را سپری کرده‌اند. به همین خاطر بررسی اقدامات آن‌ها می‌تواند راهنمای عملی بسیار خوبی برای شما باشد. در این رابطه توجه داشته باشید که این شرکت‌ها به علت پیشگام بودن، بدون شک مرتکب خطاهایی شده‌اند که شما

مترجم: امیر آل علی

بدون شک خروجی یک کسب و کار محصول تولیدی آن است. این امر فرآیندی کاملاً پیچیده بوده و لازم است تا در تمامی مراحل، دقت عمل کافی را داشته باشید. در این رابطه توجه داشته باشید که این پروسه از هنگام تولید اولیه تا معرفی و فروش به بازار، به مانند یک زنجیره بوده که نقص در هر قسمت آن بدون شک تمامی اقدامات را با مشکل مواجه خواهد ساخت. در این رابطه یکی از قسمت‌های حیاتی و سرنوشت‌ساز، معرفی آن به بازار هدف است. مشاهده شده است که برخی از برندها با مشکلات متعددی مواجه شده و این امر باعث می‌شود تا افراد به سراغ برندهای رقیب رفته و به قدرت رقیبان شما بیفزایند. بدون شک تداوم این شرایط به معنای پایان کسب و کار شما خواهد بود. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۱ اقدام ضروری در راستای معرفی محصول، خواهیم پرداخت.

۱- کیفیت را مورد توجه جدی قرار دهید

هنگام معرفی محصول، همگان در انتظار این خواهند بود که نسبت به مزیت‌های محصول شما آگاه شوند. بدون شک تا هنگامی که نتوانید ارزش خرید مناسبی را ایجاد کنید، محصول شما با استقبال چشمگیری مواجه نخواهد شد. به همین خاطر همواره مزیت و قابلیت‌های محصولات خود را در جایی یادداشت کرده و آن را به عنوان اولین جمله بیان نمایید. فراموش نکنید که شما در کسب و کار خود تنها نیستید و این امر به معنای وجود هزاران شرکت رقیب خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا اقدامات آن‌ها را نیز مورد توجه قرار دهید تا از انجام کاری تکراری جلوگیری شود. بدون شک کیپی‌برداری حتی در صورت آن که عمده وجود نداشته باشد، وجهه شرکت را به شدت تخریب خواهد کرد. نکته دیگری که در این بخش لازم است تا مورد توجه قرار دهید این است که نباید صرفاً گوینده قابلیت‌های محصول معرفی شده باشید. در این رابطه توصیه می‌شود تا هنگام سخنرانی، به صورت عملی موارد مطرح‌شده را در معرض نمایش عموم قرار دهید. در آخر از اهمیت قلم نویسندگان و خبرنگاران غافل نشده و در رابطه با همکاری و پوشش خبری خود، به دنبال افرادی باشید که صدای شما را به بهترین شکل منعکس خواهند کرد.

۲- امکان مقایسه را فراهم آورده و اطلاعات کافی را در اختیار مخاطبان قرار دهید

این امر یک واقعیت است که شما در تبلیغات و یا در زمان معرفی رسمی، قادر به بیان تمامی موارد مورد نیاز نخواهید بود. به همین خاطر لازم است تا همواره در سایت خود، تمامی اطلاعات لازم را درج نمایید. همچنین این امر که امکان مقایسه محصول با تولیدات قبلی شرکت و یا برندهای دیگر فراهم باشد، باعث خواهد شد تا مشتری در مدت زمان به مراتب کوتاه‌تری به اعتماد لازم جهت خرید دست پیدا

پیام تسلیت استاندار قم به مناسبت حادثه تروریستی اهواز



قم - خبرنگار فرصت امروز- استاندار قم در پیامی به استاندار خوزستان، شهادت جمعی از هموطنان در حادثه تروریستی اهواز را تسلیت گفت. به گزارش روابط عمومی استانداری قم، متن پیام تسلیت سید مهدی صادقی استاندار خوزستان بدین شرح است: شهادت و زخمی شدن جمعی از هموطنان عزیز در جریان حمله دمدنشانه مشتکی مزدور و معاند کور دل به مراسم رژه نیروهای مسلح شهر اهواز، موجب تأسف و تأثر گردید. اینجانب ضمن ابراز همدردی و عرض تسلیت به جنابعالی، خانواده های معظم غاغر شهباء و مردم غیور و انقلابی خطه قهرمان پرور خوزستان و آرزوی شفای عاجل برای مصدومان و مجروحان این حادثه تروریستی، امیدوارم روح بلند این شهیدان وارسته با ارواح طیبه ابرار و نیکان و شهدای کربلا محشور شود. بدون شک خون های پاک و به ناحق ریخته در راه دفاع از حریم عزت، اقتدار و تمامیت ارضی کشور، برای همیشه تاریخ مایه حیات و سربلندی این سرزمین و موجب ذلت، خواری و سباهروی بدخواهان و کوردلان معاند خواهد بود.

مدیرعامل گاز گیلان: پاسخگویی بموقع به درخواست ها و شکایات مشترکین یکی از اهداف اصلی شرکت گاز است



رشت- زینب قلیپور- در این جلسه مهندس اکبر با اشاره به تلاش مضاعف کلیه پرسنل شرکت در جهت کاهش نبود خوابی، پاسخگویی بموقع به درخواست ها و شکایات وارده را ضروری برشمرد و گفت: پاسخگویی بموقع به درخواست ها و شکایات متقاضیان و مشترکین یکی از اهداف اصلی شرکت گاز است. وی همچنین با اشاره به لزوم سهولت اعلام کار کرد صورتحساب از طریق سامانه تلفنی ۲۴۱۵، بر فراهم ساختن امکان پرداخت صورتحساب از طریق بارکد خوان در اپلیکیشن خدمات الکترونیک گاز گیلان، تأکید کرد و گفت: شرکت گاز استان گیلان همچنین در جهت تسهیل روند پرداخت صورتحساب گاز راه های متعددی را برای پرداخت فراهم نموده و علاوه بر این به منظور فرهنگ سازی رعایت مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی برنامه ای را برای تقدیر از مشترکین خوش حساب تدارک دیده است. در ادامه این جلسه گزارش خروجی شکایات مردادماه به سمع و نظر اعضای کمیته رسانده شد و حاضرین در جلسه در این خصوص به بحث و تبادل نظر پرداختند. همچنین در این جلسه مقرر گردید جهت مرتب شدن شماره های اشتراک به تلفن ثابت مشترکین برای اعلام صورتحساب گاز هماهنگی های لازم با شرکت مخابرات بعمل آید.

در ۵ ماهه نخست اسماصل اتفاق افتاد:

تحویل بیش از ۸۳ میلیون متر مکعب گاز به جایگاه های سوخت CNG



قزوین- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین از تحویل بیش از ۸۳ میلیون متر مکعب گاز به جایگاه های سوخت CNG استان در ۵ ماهه نخست اسماصل خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین؛ اسماعیل مفرد پوشه‌ری با اشاره به توزیع ۸۳ میلیون و ۴۴ هزار متر مکعب گاز به جایگاه های CNG استان بیان کرد: این مقدار شامل ۴ درصد کل گاز مصرفی استان می باشد که جایگزین مصرف حدود ۹۹۷ میلیون لیتر بنزین شده است و بدیهی است این جایگزینی مزیت های اقتصادی و زیست محیطی بسیاری با خود به همراه دارد. پوشه‌ری در ادامه گفت: در حال حاضر ۵۹ جایگاه CNG در استان در امر توزیع گاز فعالیت دارند که از این تعداد ۱۵ جایگاه در سطح شهر قزوین و ۴۴ جایگاه دیگر در سطح استان فعال هستند و با توجه به تعداد جایگاه های مذکور، استان قزوین جزء مناطقی محسوب می شود که مشکل خاصی در زمینه توزیع و تحویل گاز به خودرو ها ندارد و دسترسی به CNG به سهولت در آن امکانپذیر است. مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین تصریح کرد: همچنان پتانسیل در استان برای احداث جایگاه CNG وجود دارد و شرکت گاز امیدوار است در بخش هایی همچون CNG و واحدهای صنعتی و تولیدی کوچک و بزرگ بتواند با حداکثر توان گاز را به متقاضیان تحویل نماید.

مدیرمخابرات منطقه گلستان :

توجه به ورزش یکی از مؤلفه های افزایش نشاط و سلامتی کارکنان و ارتقاء بهرونی آنان است

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان در همایشی که با حضور خانواده همکاران در سالن ورزشی شهدای مخابرات برگزار شد از فرزندان همکاران که در رشته های ژیمناستیک و تکواندو حائز رتبه های برتر استانی شده بودند تقدیر و تشکر نمودی در این همایش از توجه کارکنان شرکت به امر ورزش قدرلانی نمود و توجه ویژه به ورزش های همگانی را امری ضروری برای کارکنان و خانواده هایشان بیان نمود. مهندس شهرداری بیان نمود: همایش اجرای برنامه های ورزشی را از اولویت های برنامه های رفاهی و توجه به ورزش را یکی از مؤلفه های افزایش نشاط و سلامتی کارکنان و باطالع ارتقا بهره وری دانست. در پایان از برندگان مسابقات ورزشی تکواندو و ژیمناستیک و همچنین آقای سید احسان حسینی اصل همکار و استاد بر تالاش ورزشکاران با اهدای لوح و هدایا تجلیل بعمل آمد.

مشکلات شهرستانهای تابعه مخابرات منطقه گلستان بررسی شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- دومین جلسه نشست با رؤسای شهرستانها با حضور مدیران و رؤسای حوزه های ستادی در خصوص بررسی مشکلات شهرستانها و پیگیری مطالبات آنان برگزار شد. در این جلسه که با هدف رسیدگی به مشکلات و ارزیابی عملکرد شهرستان ها برگزار شد ابتدا مهندس شهرداری ضمن عرض تسلیت به مناسبت ایام عزاداری امام حسین (ع) و فرارسیدن تاسوعا و عاشورا حسینی به بیان مطالبی در زمینه طرح فروش هوشمند تلفنی از طریق IVR بانک انصار و ثبت مشاغل در سامانه ۱۱۸ پرداختند. وی با بیان این مطلب که حوزه های ستادی مطالبات شهرستانها را پیگیری و به رفع مشکلات آنان بپردازند گفت: وضعیت لایسویی و دایری تلفن ثابت از شاخص هایی است که مخابرات منطقه با تلاش های کارکنان در صدد ارتقاء آن است. در ادامه این نشست در راستای اهداف مخابرات منطقه گلستان در خصوص تشویق فرزندان برتر همکاران در زمینه های مختلف ، از آقای یاسین گلدی زاده فرزند همکار عبدالغفور گلدی زاده شافل در مخابرات شهرستان مینودشت به دلیل پذیرش در رشته پزشکی دانشگاه بابل تقدیر و تجلیل به عمل آمد. در ادامه رؤسای شهرستانها به بیان مسائل ومشکلات حوزه شهرستانی خود پرداختند.

بیش از ۵ کیلومتر از شبکه توزیع آب و جمع آوری فاضلاب تازه آباد اصلاح شد

کرمانشاه- منیر دشتی - مدیر اداره آب و فاضلاب شهر تازه آباد از اتمام عملیات ۵ هزار و ۶۰۰ متر اصلاح شبکه توزیع آب و شبکه جمع آوری فاضلاب در این شهر خبر داد و گفت: با اجرای این اقدامات، در حال حاضر شهر تازه آباد ۴۷ کیلومتر شبکه توزیع آب و ۴۵ کیلومتر شبکه جمع آوری فاضلاب دارد. شورش منوچهری افزود: به منظور تکمیل شبکه توزیع آب و شبکه جمع آوری فاضلاب گزارش نیاز به اجرای حدود ۴ کیلومتر لوله گذاری داریم که برنامه ریزی کرده ایم در ۸۸ سال به اجرا برسد و اظهار داشت: در حال حاضر پروژه تصفیه خانه فاضلاب تازه آباد دارای ۴۵ درصد پیشرفت فیزیکی و ۹۰ درصد پیشرفت از لحاظ تجهیزات است که با همکاری و پیگیری همکاران در گذشته و حال انجام گرفته است. وی با بیان اینکه حوادث گزارش شده در حوزه آب و فاضلاب به صورت روزانه رفع میگردد افزود: یک اکیپ برای رفع حوادث و اتفاقات در شهر تازه آباد فعالیت می کند و با اقدامات انجام شده از جمله اصلاح شبکه، همسطح سازی منهول ها، شنشویی ۴۳ کیلومتر شبکه جمع آوری فاضلاب، تنظیم فشار شبکه توزیع آب آمار حوادث حوزه آب و فاضلاب نسبت به سنوات قبل را به میزان ۶۷ درصد کاهش داده است. مدیر اداره آب و فاضلاب شهر تازه آباد با بیان اینکه امور آبفای شهر تازه آباد به ۱۸ هزار نفر خدمات آب و ۱۵ هزار نفر، خدمات جمع آوری و دفع فاضلاب ارائه می دهد، افزود: تعداد ۶ روستای واقع در مسیر خطوط انتقال آب از خدمات توزیع آب شرب این امور بهره می برند. منوچهری از حمایت های نماینده مردم شهرستان های منطقه اورامانات در مجلس شورای اسلامی و فرماندار شهرستان ثلاث باباجانی در راستای جذب، تأمین و تخصیص اعتبار قدرلانی کرد. وی تصریح کرد: وضعیت بهداشت و سلامت و شفافیت آب شرب شهر مستمرا کنترل می شود و خوشبختانه مشکلی در این زمینه نداریم و جای هیچگونه نگرانی نیست و کدورتی ایجاد نشده است. مدیر اداره آب و فاضلاب شهر تازه آباد از نصب دستگاه الکترونولیز نمک طعام جهت گندزدایی آب به عنوان دستگاه رزرو در سال ۹۶ خبر داد.

حسینی، پور خیر داد:

ایمن سازی محدوده ترافیکی ۲۲۰ مدرسه شهر بندرعباس

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- رئیس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس گفت: پس از اتمام ایمن سازی محدوده ترافیکی مدارس سطح شهر، شناسنامه ایمنی آنها نیز تهیه شده که تعداد ۲۲۰ مدرسه ای که در معابر سطح شهر بندرعباس قرار دارند را پوشش می دهد. سعید حسینی پور با اشاره به در پیش بودن فصل بازگشایی مدارس، اظهار کرد: ایمن سازی محدوده ترافیکی مدارس از سال ۹۴ آغاز شده که با توجه به اهمیت موضوع، براساس برنامه ریزی های صورت پذیرفته، در اولویت برنامه های سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس قرار دارد و وی با بیان اینکه این طرح در چهار فاز اولویت بندی شده است، تصریح کرد: پس از اتمام ایمن سازی محدوده ترافیکی مدارس سطح شهر، شناسنامه ایمنی آنها نیز تهیه می شود که تعداد ۲۲۰ مدرسه ای که در معابر سطح شهر بندرعباس قرار دارند را پوشش می دهد. حسینی پور بالا بردن ضریب ایمنی عبور و مرور دانش آموزان را از اهداف این طرح دانست و گفت: این طرح موجب افزایش ایمنی و ارتقای سطح دانش ترافیکی دانش آموزان می شود که قطعاً از بروز حوادث احتمالی و وقوع تصادفات در آینده جلوگیری خواهد کرد.

پیام مهندس عالی پور به مناسبت هفته دفاع مقدس



اهواز- شبنم قجاوند- مهندس بیژن عالی پور مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب در پیامی، هفته دفاع مقدس را گرامی داشت. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب، متن این پیام به این شرح است: ۳۱ شهریور یادآور حماسه ۸ سال "دفاع مقدس" و مقاومت سترگ ملت ایران در طولانی ترین جنگ تاریخ کشور است، جنگی نابرابر که در یک سوی آن کشوری برخاسته از انقلاب و در حال بازآرایی سساخترهای از هم گسیخته و در سوی دیگر رژیم دست نشانده، تا بن دندان مسلح و متکی به حمایت قوی ترین قدرت های مسلط زمان قرار داشت. اکنون با گذشت سه دهه از پایان جنگ تحمیلی و با مشاهده عقابیت جنگ افروزان و مدعیان میراث قانسیه، بخوبی می توان به درس ها و عبرت های دفاع مقدس پی برد و از لا به لای ورق های تاریخ جنگ به اسناد افتخار مردمی دست یافت که با قدرت اراده و ایمان و باور به "توانستن"، توانستند از بزرگترین معرکه دشمنان قسم خورده این کشور گذشته و دشوارترین مقطع تاریخ معاصر ایران را عزتمندانه پشت سر نهند. آری جنگ تحمیلی در ابعاد مختلف خود دستاوردها، تجربه ها، درس ها و عبرت هایی بسیار هم برای ملت ایران و هم برای بدخواهان و دشمنان دور و

مدیرعامل این شرکت اعلام کرد:

شرکت گاز آذربایجان شرقی پیشتاز آموزش شاغلین بیمانکاری توسط سازمان آموزش فنی و حرفه ای



آموزشی از سال گذشته آغاز و در دو گروه استاندارد آموزشی "امدادگری شهری و روستایی" و "کنتورخانی" اقدام به برگزاری

فرماندار تبریز:

دفاع مقدس یکی از ارزشمندترین میراث مردم است



تبریز- ماهان فلاح- جلسه هماهنگی بزرگداشت هفته دفاع مقدس شهرستان روز سه شنبه ۲۷ شهریور با حضور علیرا راستگو، سردار جعفری مدیرکل حفظ آثار و نشر ارزش های دفاع مقدس آذربایجان شرقی، سردار عباسعلی زاده جانشین فرماندهی سپاه عاشورا و باقر خوشنواز شهردار منطقه ۲ کلاتشهر تبریز در محل پارک موزه شمیم پایداری برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، راستگو فرماندار تبریز با اشاره به اهمیت هفته دفاع مقدس و برنامه های اجرایی آن گفت: دفاع مقدس یکی از ارزشمندترین میراث مردم است

معاون سفیر آلمان در ایران: صدور ویزا برای شهروندان ایران به کمترین زمان ممکن کاهش می یابد

سهل آبادی: مسایل بانکی مهمترین مانع پیش روی فعالان اقتصادی اصفهان در تعامل با آلمان است



اصفهان- قاسم اسد- رییس اتاق بازرگانی اصفهان گفت: مسایل بانکی مهمترین مانع پیش روی فعالان اقتصادی اصفهان در تعامل با شرکت های آلمانی است. سید عبدالوهاب سهل آبادی در دیدار با اولیور اشتاکنبرگ معاون سفیر آلمان در جمهوری اسلامی ایران تصریح کرد: تسهیل روابط بانکی بین بانک های ایران و آلمان می تواند به توسعه روابط اقتصادی دو کشور منجر می شود. وی از معاون سفیر آلمان خواست که راهکاری برای تسهیل نقل و انتقال بانکی بین شرکت های ایرانی و آلمانی ارایه دهد و افزود: تسهیل صدور ویزا برای بازرگانان و تجاری می تواند به توسعه روابط اقتصادی دو کشور کمک کند. وی اصفهان را شهر تاریخ و صنعت پرشمرد و گفت: بیش از ۹ هزار واحد صنعتی بزرگ، متوسط و کوچک در این استان مشغول فعالیت است که بیشتر ماشین آلات و تجهیزات این واحدها ساخت آلمان است. وی نساجی را یکی از صنایع با سابقه استان اصفهان دانست و گفت: اکثر واحدهای تولیدی بخش نساجی با مشارکت شرکت های آلمانی راه اندازی شده است و امیدواریم روابط اقتصادی ایران و آلمان همچنان گسترش یابد. سهل آبادی با اشاره به ظرفیت کشاورزی استان اصفهان گفت: استان اصفهان در بخش کشاورزی

اولیور اشتاکنبرگ معاون سفیر آلمان در این دیدار با اشاره به روابط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی آلمان و ایران اشاره کرد و گفت: سفارت آلمان زمان صدور ویزا برای ایرانیان را به حداقل خواهد رساند.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران خبر داد :

گازرسانی به شهرهای پول و کجور با اعتباری بالغ بر ۲۱۰ میلیارد ریال



ساری- دهقان - گازرسانی به دو شهر کوهستانی پول و کجور به شیوه سی ان جی با حضور مسئولان کشوری و استانی به بهره برداری رسید. آیین افتتاح طرح گازرسانی به دو شهر کوهستانی پول و کجور با حضور مسئولان انجام شد. "محمد آستانه" مشاور وزیر نفت در امور گازرسانی در این مراسم با بیان اینکه ۸۲ درصد جمعیت ساکن در روستاهای کشور از نعمت گاز بهره مند هستند اظهار کرد: گاز تا به مرحله افتتاح برسد نیازمند پروسه طولانی است و اگر در تولید و توزیع خللی ایجاد شود مشکلات زیادی ایجاد خواهد شد. وی با عنوان اینکه غنی ترین منابع گاز و نفت را در کشور داریم تصریح کرد: در شرایط تحریم برای گازرسانی مازندران ۴۷۰ میلیارد تومان در سال جاری، تخصیص داده شده است و عمده این اعتبار از طریق اجرای طرح های تأمین شده است. آستانه اظهار کرد: گاز دو شهر کجور و پول از نادرترین طرح های گازرسانی است که در دو سه نقطه کشور به این روش اجرا شد که ۱۰ میلیون تومان برای هر خاور کجوری

سرمايه گذاری است.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران در آئین بهره برداری از این طرح گفت: برای گازرسانی به شهر پول و کجور در مجموع حدود ۲۱۰ میلیارد ریال هزینه شد و به بهره برداری از آن یکهزار و ۷۵۸ خانوار از نعمت گاز بهره مند شدند. "جعفر احمدپور" با بیان اینکه برای گازرسانی به شهر پول یکصد میلیارد ریال هزینه شده است، افزود:

مدیر تجاری و امور مشتریان مخابرات منطقه مرکزی: نگرش مخابرات ایجاد شبکه بزرگ مشترکین برای توسعه کسب و کار است

کرد و گفت: دسترسی آسان مشترکین به خدمات عمومی مهمترین مزیت اجرای این طرح است. فرهادی گفت: متقاضیان می توانند از طریق معرفی شماره تلفن خود کسب درآمد کنند و به همین منظور با مراجعه به امور مشترکین ۶۶۱ علمک نصب شد و یکهزار و ۲۰۰ خانوار ساکن در این منطقه از این پس از نعمت گاز بهره مند شده اند. وی هزینه گازرسانی به شهر کجور را هم ۱۱۰ میلیارد ریال برآورد کرد. احمدپور خاطرنشان کرد: گازرسانی به این منطقه به شیوه سی ان جی است و با همه محدودیت های مالی و مشکلات چنین طرحی در این منطقه اجرا شده است برای آنکه مردم احساس کنند دولت برای رفاه و آسایش مردم همچنان همراهی دارد. وی افزود: دولت برای توسعه گازرسانی در دیگر روستاهای بخش کجور هم برنامه ریزی کرده که امیدواریم تا پایان دوره فعالیت دولت دوازدهم دیگر روستاها نیز از مزایای گاز طبیعی بهره مند شوند.

وی هدف از اجرای این طرح را بالا بردن و بهبود فضای کسب و کار در استان دانست و افزود: با اجرای این طرح صاحبان مشاغل می توانند از یک بستر کسب و کار امن و مطمئن برخوردار باشند و بتوانند شماره تلفن خود را در معرض عموم قرار دهند و به راحتی قابل دسترسی برای مردم باشد. وی جلوگیری از تردهای اضافی در سطح شهر برای تبلیغ مشاغل، جلوگیری از زشت شدن منظر شهری با نصب بنر و چسباندن پوستر و انجام تبلیغ با اسپری و رنگ را از دیگر اهداف اجرای این طرح بیان

اراک- مینو رستمی - مدیر تجاری و امور مشتریان مخابرات منطقه مرکزی گفت: نگرش مخابرات مرکزی ایجاد شبکه بزرگ مشترکین برای توسعه کسب و کار است. علیرضا فرهادی در مراسم اهدای جوایز قرعه کشی، مرحله چهارم وصول مطالبات تلفن همراه استان مرکزی، اظهار کرد: تجاریت آمادگی معرفی نام و شماره تلفن مشاغل خدماتی، عمومی و خدماتی را دارد. به گونه ای که هر شهروندی که اقدام به ارائه خدمات به مردم می کند این آمادگی از سوی مخابرات وجود دارد که از طریق سامانه ۱۱۸ به مردم معرفی شود.

۹ عملکرد مدیران که باعث استعفای کارمندان خوب می‌شود

مترجم: امید گوهری

مدیران بسیاری را می‌بینیم که از استعفای نیروهای خوب‌شان شکایت می‌کنند. این مدیران حق دارند، چراکه مسائل کمی در شرکت از استعفای یک نیروی توانمند، مخرب‌تر است. مدیران ترجیح می‌دهند مشکلات مالی را دلیل این اتفاق عنوان کنند و مشکل اصلی را نادیده بگیرند: نیروها کارشان را ترک نمی‌کنند، آنها مدیران‌شان را ترک می‌کنند. نکته اینجاست که به راحتی می‌توان جلوی این اتفاق را گرفت و تنها به بینشی جدید و قدری تلاش بیشتر از جانب مدیران نیاز است. در این مقاله، ۹ مورد از بدترین کارهای مدیران که باعث جدایی نیروهای خوب می‌شوند را عنوان می‌کنیم.

۱. آنها از نیروهای‌شان بیش از حد کار می‌کشند

هیچ چیز به اندازه کار بیش از حد یک کارمند را آزرده نمی‌کند. کار کشیدن از نیروهای خوب به قدری وسوسه‌انگیز است که بسیاری از مدیران در تله آن می‌افتند. کار بیش از حد امری مبهم برای کارمندان است و اینطور به ذهن متبادر می‌کند که کارمندان به دلیل عملکرد خوب، جریمه می‌شوند. مطالعه‌ای از دانشگاه استنفورد نشان می‌دهد که وقتی ساعات کار هفتگی از ۵۰ ساعت فراتر رود، بازدهی کاهش می‌یابد. اگر این عدد از ۵۵ ساعت بگذرد، به قدری بازدهی کم می‌شود که در واقع انگار کاری انجام نمی‌پذیرد. اگر می‌خواهید ساعات کاری نیروی توانمندتان را افزایش دهید، باید سمت‌شان را نیز بهبود بخشید. نیروهای توانمند فشار کاری بیشتر را می‌پذیرند، اما اگر ببینند در فرآیند کاری‌شان در حال خفه‌شدن هستند، استعفا می‌دهند. افزایش حقوق، ترفیع درجه و تغییر سمت راه‌هایی پذیرفتنی برای افزایش فشار کاری هستند. اگر بدون اینکه امتیازی به نیروی توانمندتان بدهید، فشار کاری او را افزایش دهید، او به دنبال کاری خواهد گشت که آنچه لیاقتش را دارد، به او بدهد.

۲. آنها متوجه مشارکت نیروهای‌شان نمی‌شوند و به عملکرد مطلوب پاداش نمی‌دهند

اثر پاداش و ارزش‌نهادن به کار خوب، مخصوصاً برای نیروهای توانمند که به طور ذاتی باانگیزه هستند، به راحتی دست‌کم گرفته می‌شود. همه احترام و اعتبار را دوست دارند، اما نه بیشتر از افراد سختکوشی که عملکردی عالی دارند. مدیران باید با کارمندان‌شان ارتباط داشته باشند تا بدانند چه چیزی به آنها حس خوبی می‌دهد (برای برخی، افزایش حقوق، برای برخی دیگر شهرت و ارج‌نهادن عمومی) تا بتوانند بنا بر آن، نسبت به عملکرد خوب‌شان، پاداش تخصصی دهند. اگر کارمندان خوبی داشته باشید، این اتفاق به صورت معمول رخ خواهد داد.

۳. آنها برای کارمندان‌شان اهمیت قائل نیستند

بیش از نیمی از افراد به دلیل نوع رابطه‌شان با مدیر خود، کارشان را ترک می‌کنند. شرکت‌های موفق در مدیران‌شان تعادلی میان حرفه‌ای‌گری و انسان‌بودن ایجاد می‌کنند. این مدیران کسانی هستند که موفقیت یک کارمند را جشن می‌گیرند، در شرایط سخت با او همدردی می‌کنند و حتی گاه آنان را به چالش می‌کشانند. مدیرانی که به خوبی نیروهای‌شان را درک نمی‌کنند، نرخ استعفای بیشتری را تجربه خواهند کرد. وقتی مدیرتان برای هیچ چیز جز محصول اهمیت قائل نمی‌شود، سخت است که بیش از هشت ساعت در روز را به کار برای او بگذرانید.

۴. آنها پایبند تعهدات‌شان نیستند

وقتی به کارمندان‌تان قولی می‌دهید، بین دو شرایط خوشحالی بسیار زیاد و استعفای آنها مرز باریکی ایجاد می‌کنید. وقتی پای قول‌تان می‌ایستید، در نگاه آنها به فردی صادق و قابل‌اعتماد (دو خصیصه بسیار مهم برای یک مدیر) مبدل می‌شوید. وقتی زیر قول‌تان می‌زنید، فردی بی‌مبالات و غیرمحترم تلقی می‌شوید. در نهایت اینکه وقتی مدبری به تعهداتش عمل نمی‌کند، چرا دیگران باید متعهدانه رفتار کنند؟

۵. آنها افراد اشتباه را استخدام می‌کنند و یا ترفیع در چه می‌دهند

نیروهای توانمند و سختکوش دوست دارند با مدیرانی مشابه خود کار کنند. وقتی مدبری از پس انتخاب و استخدام نیروی خوب بر نمی‌آید، نقشی اساسی در کاهش انگیزه کارمندان ایفا می‌کند. ترفیع درجه یک کارمند نامناسب، شرایط را وخیم می‌کند. تمام تلاش‌تان را می‌کنید تا سزواوار ترفیع رتبه باشید و این موضوع به سادگی تقدیم شخص دیگری می‌شود؛ این یک توهین بزرگ است و منجر به استعفای کارمندان خوب خواهد شد.

۶. آنها نمی‌گذارند کارمندان به دنبال علایق خود باشند

کارمندان بااستعداد افراد باذوقی نیز هستند. اگر به این کارمندان فرصت دنبال کردن شور و اشتیاق‌شان را بدهیم، بازدهی و رضایت شغلی در آنها افزایش می‌یابد. اما بسیاری مدیران می‌خواهند نیروهای‌شان محدود به یک فضای کوچک عمل کنند. این مدیران می‌ترسند اگر نیروهای‌شان بخشی از تمرکزشان به دنبال شور و اشتیاق‌شان برود، عملکردشان تضعیف شود. این ترس بی‌اساس است. مطالعات نشان می‌دهد که اگر کارمندان بتوانند شور و اشتیاق خود را دنبال کنند، ذهن‌شان جریانی را تجربه می‌کند که منجر می‌شود کارایی‌شان تا ۵برابر افزایش یابد.

۷. آنها نمی‌توانند مهارت‌های کارمندان‌شان را توسعه دهند

وقتی از مدیران در مورد بی‌توجهی‌شان به کارمندان سوال می‌پرسیم، آنها از الفاظی مانند «اعتماد»، «استقلال» و «توانمندسازی» به عنوان بهانه استفاده می‌کنند. این‌ الفاظ هیچ توجیهی ندارند. مدیران خوب مدیریت می‌کنند؛ صرف‌نظر از اینکه چقدر کارمندان‌شان مستعد هستند. آنها همواره به کارمندان‌شان توجه دارند، همواره به آنها گوش می‌کنند و بازخورد ارائه می‌دهند.

مدیریت شاید شروعی داشته باشد، اما پایانی ندارد. وقتی کارمندی مستعد دارید، دیگر به شما بستگی دارد که او را در حوزه‌های مختلف بیازمایید تا مهارت‌هایش را پرورش دهید. نیروهای بااستعداد نیازمند بازخورد هستند، حتی بیشتر از نیروهای معمولی و این وظیفه شماست که به آنها بازخورد ارائه دهید. اگر این کار را نکنید، بهترین نیروهای‌تان احساس خمودگی می‌کنند و به آدمی ازخودراضی تبدیل می‌شوند.

۸. آنها نمی‌توانند خلاقیت کارمندان‌شان را به کار گیرند

مستعدترین کارمندان، با هر چه برخورد می‌کنند به دنبال بهبود آن هستند. اگر به دلیل اینکه خودتان با شرایط موجود راحت هستید، جلوی توانایی آنها در بهبود شرایط را بگیرید، باعث می‌شوید از کارشان منتفر شوند. محصورکردن علاقه درونی آنها به خلاقیت نه تنها آنها، بلکه شما را نیز محدود می‌کند.

۹. آنها نمی‌توانند کارمندان را هوشمندانه به چالش بکشند

مدیران توانمند تلاش می‌کنند کارمندان را برای انجام کارهایی که نشدنی به نظر می‌رسند، به چالش بکشند. با مشخص‌کردن اهداف معمولی و در دسترس، آنها نیروهای‌شان را از محدوده امنی که برای خود ساخته‌اند خارج می‌کنند. بعد از آن تمام تلاش‌شان را به کار می‌گیرند تا آنها را بدل به کارمندانی موفق سازند. وقتی کارمندان مستعد و باهوش، مشغول فعالیت‌های ساده و خسته‌کننده شوند، به دنبال کاری می‌روند که هوش آنها را به چالش بکشاند.

جمع‌بندی تمام موارد

وقتی می‌خواهید بهترین نیروهای‌تان را حفظ کنید، باید در رابطه با چگونگی تعامل با آنها به خوبی فکر کنید. با اینکه نیروهای توانمند افراد سرسختی هستند، اما استعداد آنها فرصت‌های شغلی بسیاری را برای‌شان به‌همراه می‌آورد. شما باید کاری کنید که آنها بخواهند برای‌تان کار کنند.

منبع: entrepreneur

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

| دوشنبه **|** ۲ مهر ۱۳۹۷ **|** شماره ۱۱۶۵ **|** صفحه ۱۶ **|**

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

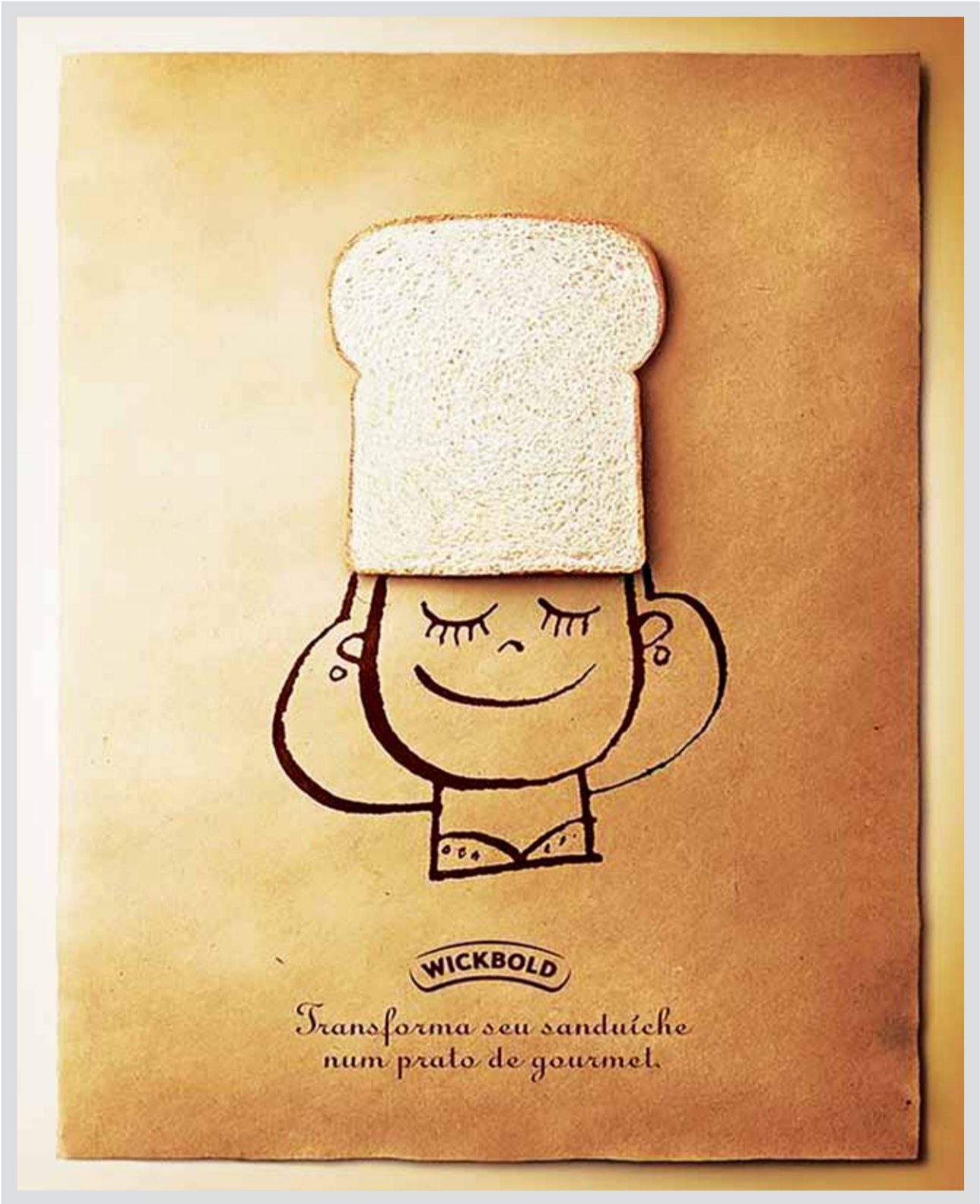
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



چگونه کار خود را به عنوان یک سخنران آغاز کنید

هستید و برای مشکلات آنان راه حل‌هایی را در اختیار دارید.

۴. **چرا باید شما را دعوت به سخنرانی کنند؟**

بسیاری از کلوب‌ها، گروه‌ها و بنیاد‌های خیریه از سخنرانان دعوت می‌کنند تا چیزی را به اعضای فعلی خود ارائه کرده و افراد بیشتری را جذب کنند. همچون دوست من، سخنران میحث غم و اندوه. فکر کنید که چرا یک کلیسا باید هر ماه دو ساعت از فضای خود را در اختیار او قرار دهد تا به افراد عضو کلیسا و افراد کاملاً غریبه در مورد روش‌های مقابله با غم مشاوره دهد؟

در وهله اول کار او باعث می‌شود که کلیسا به عنوان نهادی مردمی و همراه جلوه کند و از این طریق شاید بتواند به خاطر خدماتی که ارائه می‌شود افراد بیشتری را به کلیسا جذب نماید و برای بهبود و ارتقای شخصیت افراد عضو گامی موثر بردارد. از نسوی دیگر این دست برنامه‌ها موجبات ایجاد روابط را فراهم می‌کنند، روابط به هر شکلی که باشند افراد بیشتری را جذب نموده و موجب ماندگاری افراد حاضر می‌شود.

منافع کلیسا برابر و یا بیشتر از منافعی است که شامل حال دوست من می‌شود. شما باید مکان‌هایی را پیدا کنید که هم شما به آنها نیاز داشته باشید و هم آنها به شما احتیاج داشته باشند. این ایده‌ها را مد نظر داشته باشید: یک مشاور تغذیه، یک پزشک ورزشی و یا یک مشاور خانواده می‌تواند در باشگاه و یا سونا صحبت کند؛ یک مشاور امور مالی یا حسابرس مالیاتی می‌تواند طی ساعات ناهار، در یک رستوران مرکز شهر صحبت کند؛ یک پیمانکار، استادکار و یا برقکار می‌تواند در کارگاه خصوصی خود صحبت کند؛ یک مربی امور موفقیت و یا فردی که در حوزه ارتقای فردی متخصص است می‌تواند در یک چایخانه صحبت کند.

آیا هیچ‌کدام از این موارد جرقه ایده‌ای را در ذهن شما روشن کرد؟ شاید برای ایجاد تناسب میان نیازهای آنان و پیام شما، اصلاحاتی مورد نیاز باشد، اما اگر بتوانید راهی موثر و مفید پیدا کنید که به واسطه آن، کسب و کار مخاطبان خود را بهبود بخشید، در واقع برای خودتان نیز بازاریابی کرده‌اید. این یک معامله برد-برد است.

منبع: entrepreneur

مخاطبان خود اطلاعات کسب کنید. چیزی را فرض نکنید! با گروه‌هایی صحبت کنید که عمدتاً متشکل از افرادی است که از پیش نسبت به آنها آگاهی عمومی دارید.

اگر مشتری ایده‌آل شما یک فرد مذکر ۳۰ ساله باشد، صحبت در یک کلوب پارک محلی به کارتان خواهد آمد، اما ممکن است یک نفر بگوید چه فرقی می‌کند؟ همه انسان هستند، اما باید گفت که بسیاری از سخنرانان تازه‌کار این گام را سرسری می‌گذرانند و نتیجتاً نمی‌توانند در موقعیت‌های مختلف توجه مخاطبان را به خود جلب کنند.

در ابتدا از افراد حاضر بپرسید که در اوقات فراغت‌شان چه‌کاری انجام می‌دهند و یا اینکه به گروه و انجمن خاصی تعلق دارند. خوش‌به‌حال‌تان که مردم صحبت کردن در مورد خودشان را دوست دارند. هنگامی که به محل کارتان می‌آیند با آنها صحبت کرده و یا پرسشنامه‌ای در اختیارشان قرار دهید. مرحله بعد، توجه داشته باشید که اگر به کسب و کارتان علاقه دارید، پس احتمالاً میزان شباهت زیادی بین شما و مشتریان‌تان وجود دارد. شما چه چیزی دوست دارید؟ دوست دارید به کجا بروید؟ آیا در حال حاضر عضو انجمن و یا گروه خاصی هستید که بتواند در رساندن پیام‌تان به شما کمک کند؟

در نهایت باید قدری تحقیق و بررسی داشته باشید. به دنبال مجلاتی بروید که برای مشتریان ایده‌آل‌تان جذاب هستند. این مجلات را خریداری کرده و سپس به وب‌سایت آنها بروید، دست در جیب کرده و قدری از پول خود را صرف تبلیغات کنید. این کار به بررسی رویه‌های بازار کمک بسیاری بزرگی می‌کند، خصوصاً که آن روزنامه یا مجله مبلغ هنگفتی را برای ثبات خود در بازار خرج کرده است. دفعات بعد از خودتان بپرسید که این روزنامه یا مجله چگونه مشتریان ایده‌آل خود را پیدا می‌کند؟ و یا این مجله چه مطالبی را پوشش می‌دهد که من تا به حال به آنها فکر کرده‌ام؟

۳. **چگونه در مقابل آنها قرار می‌گیرید؟**

چگونه باید در مقابل مخاطبان خود قرار گرفته و آنان را به شکلی میخکوب کنید که اینطور به‌نظر نرسد؟! بخش عمده‌ای از موفقیت شما وابسته به این است که به آنها ثابت کنید شما فردی خوب، باهوش، آگاه و پذیرفتنی