

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

واکنش منفی بورس به کاهش ارزش دلار ادامه دارد

شاخص بورس
باز هم فرو ریخت

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در چهاردهمین روز مهرماه و پنجمین روز پس از کاهش قیمت دلار ۱۴۷۴ واحد دیگر فرو ریخت و در کانال ۱۸۴ هزار...

۵



افتتاح حساب‌های ارزی توسط دارندگان ارزهای خانگی افزایش یافت

رونق سپرده‌گذاری ارزی

بر اساس برآوردها، بین ۲۰ تا ۲۵ میلیارد دلار ارز خانگی در حال حاضر در خانه‌ها وجود دارد که بیشتر صاحبان آن به منظور حفظ ارزش دارایی یا تنوع‌بخشی به سبد دارایی‌های خود اقدام به نگهداری اسکناس ارز می‌کنند. هر چند نگهداری ارزهای خانگی، دغدغه دارندگان ارز است، اما حساب ارزی، راهکار مناسبی برای رفع این مسأله است، به‌ویژه اینکه بر اساس سیاست‌های بانک مرکزی، صاحب سپرده کوتاه‌مدت ارزی می‌تواند به تنایب، به مانده حساب واریز یا از آن برداشت کند. به گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، همزمان با اجرای سیاست‌های ارزی دولت، یکی از مواردی که کارشناسان همواره بر آن تأکید می‌کردند، ارائه مجوز به بانک‌ها برای افتتاح حساب‌های سپرده ارزی و پرداخت سود و اصل آن به ارز افتتاح حساب بود. با توجه به تجربه ناموفق سال ۹۱ که بر اساس آن بانک‌ها ابتدا اقدام به سپرده‌گیری ارزی کردند و سپس اصل و سود سپرده را به شکل ریالی و با نظر گرفتن نرخ مبادله‌ای به دارندگان بازگرداندند، این بار بانک مرکزی تأکید کرده است که بانک‌ها تنها...

۴

عوامل سه‌گانه‌ای که موجب رشد منفی اقتصاد ایران در دو سال آینده می‌شوند

گزارش جدید بانک جهانی از اقتصاد ایران

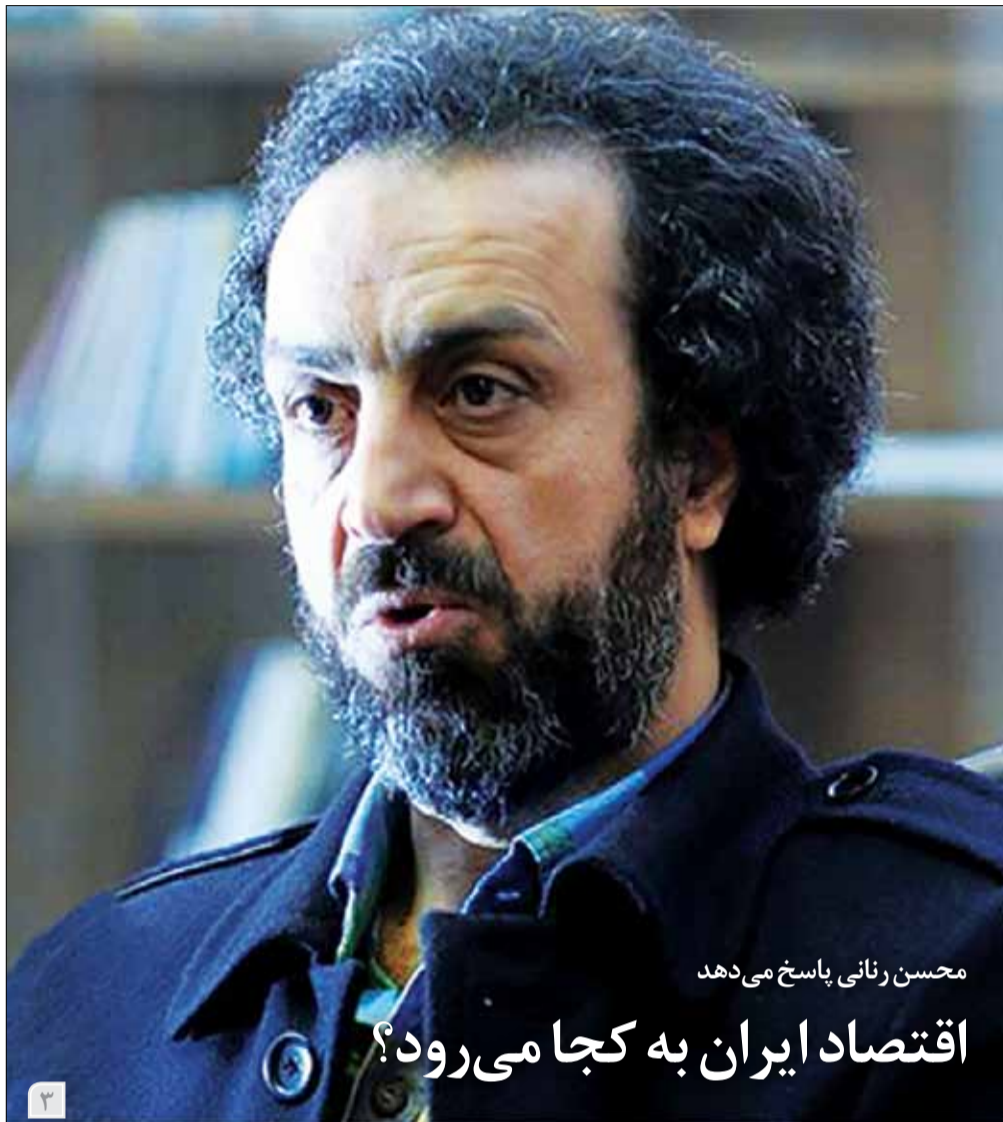
۳

مدیریت و کسب‌وکار

آغاز حکومت زاکربرگ
بر اینستاگرام

- اگر هر روز وقت کم می‌آورد، از خودتان بپرسید
- سؤالاتی که باید پیش از شروع تجارت از خود بپرسید
- ۱۰۰ ایده کارآمد بازار بانی
- ۷ کمپین بازاریابی محتوایی موفق که دنیا را تکان داد
- ۱۰ قانون طلایی تبلیغات
- یونیویور و تلاش برای دوری از کلیشه‌ها

۸ تا ۱۶



محسن رناتی پاسخ می‌دهد

اقتصاد ایران به کجا می‌رود؟

یادداشت

چگونه نرخ ارز با مسکن
بازی می‌کند؟مهدی سلطان‌محمدی
کارشناس بازار مسکن

برای بررسی وضعیت بازار مسکن ابتدا باید به تعریف دقیقی از اصطلاحاتی چون رکود رسید؛ اینکه وقتی از رکود سخن می‌گوییم منظورمان چیست و از چه زاویه‌ای به مسئله مسکن نگاه می‌کنیم. کاهش حجم معاملات، کاهش قیمت و نشانه رکود دانست. در چندماه گذشته قیمت مسکن افزایش یافته پس نمی‌توان گفت که از این منظر رکودی در این بازار ایجاد شده است. در مقابل اما حجم معاملات نسبت به سال گذشته کاهش جدی داشته پس می‌توان گفت که رکود مسکن را درگیر می‌کند. از سوی دیگر میزان ساخت و ساز هم نسبت به سال گذشته تغییر محسوسی نداشته و اندکی رشد یافته و اکنون به نظر می‌رسد که این رشد متوقف هم شده است (مشاهدات روزمره گویای این مسئله است).

با توجه به وضعیت سه عامل موثر در بازار مسکن می‌توان گفت این بازار در حال حاضر بازار داغی نیست. در شرایط رونق سه عامل...

۴

دادستان تهران از خرید و فروش ارز ۴۲۰۰ تومانی توسط برخی صرافان خبر داد

متهم «سکه ثامن» دستگیر شد

دادستان تهران از دستگیری متهم پرونده «سکه ثامن» خبر داد و گفت طبق گزارش پلیس، بامداد شنبه متهم پرونده «سکه ثامن» دستگیر و به دستگاه قضایی تحویل داده شد.

جعفری دولت‌آبادی در حاشیه نشست با صرافان از دستگیری متهم پرونده «سکه ثامن» خبر داد و ضمن قدردانی از اقدامات پلیس در رابطه با دستگیری این متهم، افزود: طبق گزارش‌ها متهم در برخی استان‌ها نیز پرونده دارد. به گفته دادستان تهران، در مورد دستگیری سایر متهمان نیز دستورات لازم صادر شده است.

همچنین در اطلاعیه نیروی انتظامی درباره دستگیری مدیر متواری «سکه ثامن» آمده است: «فرهاد زاهدی‌فر»، مدیرعامل شرکت تجارت الکترونیکی ثامن معروف به «سکه ثامن» که از هزاران نفر از طریق سایت سکه ثامن، صدها میلیارد تومان در چند استان کلاهبرداری و از کشور متواری شده بود با اقدامات فنی، عملیاتی و اطلاعاتی پلیس فتا از یکی از کشورهای شناسایی و با همکاری پلیس بین‌الملل ناجا و قوه قضاییه بازداشت و شب گذشته از طریق فرودگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) به کشور بازگردانده شد.»

به گزارش ایسنا، جعفری دولت‌آبادی با رد ادعای مطروحه مبنی بر عامدانه بودن فرار متهم و وجود همکاری در این زمینه، تصریح کرد: این فرد قبل از تشکیل پرونده فرار کرده بود و بامداد روز گذشته پلیس با زحمات بسیار زیادی موفق به دستگیری این فرد شده است.

وی خاطر نشان کرد: تحقیقات بلافاصله پس از دستگیری آغاز شده و به تدریج اطلاع‌رسانی در این زمینه صورت می‌گیرد.

دادستان تهران در بخش دیگری از اظهاراتش در رابطه با فلسفه برگزاری جلسه با دستگاه‌های مرتبط و رفع این ابهام که چنین اموراتی در حوزه وظایف دادستانی نیست، افزود: وقتی پرونده‌های اقتصادی تشکیل می‌شود، الزاماً ابهاماتی در آن وجود دارد که به تبع این پرونده‌ها جلساتی برگزار می‌شود که هم رفع ابهامات برای قضات حاضر در جلسه صورت گیرد و هم دستگاه‌ها موقعیتی داشته باشند که بتوانند مطالبشان را بیان نمایند.

برخی صرافان ارز ۴۲۰۰ تومانی خریداری کرده و فروخته‌اند
وی با بیان اینکه این جلسات الزاماً برای پیگیری وظایف دستگاه‌های دولتی نبوده، اما تریبونی برای انعکاس مشکلات آن‌ها و جلسه‌ای برای کمک کردن به روان‌سازی وضعیت جاری کشور است، به تشریح موضوعات مطرح‌شده در جلسه روز گذشته با صرافان پرداخت و گفت: در پرونده‌های زیادی گزارش شده که برخی از صرافان‌ها که تعداد آن‌ها محدود هم است، بعضاً ارز ۴۲۰۰ تومانی را خریداری کرده و

تسهیلات ارزان قیمت بانک پاسارگاد
محدودیت ندارد

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل

- تسهیلات بدون محدودیت
- تنوع در نرخ تسهیلات
- نحوه بازپرداخت براساس نیاز مشتری

مقر مرکزی و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰
www.bpi.ir

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

در آستانه ۷۰ سالگی

احتمال فروپاشی تجارت جهانی می‌رود

آنه کروگر (Anne O. Krueger)، پروفیسور ارشد تحقیقات اقتصاد بین‌الملل در دانشکده مطالعات عالی بین‌المللی دانشگاه جان هاپکینز اخیراً در مقاله‌ای با عنوان «احتمال فروپاشی سیستم تجارت جهانی» در نشریه «پروچکت سنندیکیت» تأکید می‌کند که پس از جنگ جهانی دوم، گات و بعداً تحت عنوان سازمان تجارت جهانی از طریق برقراری نظم قانون‌مدار در روابط تجارت جهانی، کمک شایانی به گسترش تجارت در سطح جهان کرده است. در طول این مدت، رشد تجارت جهانی بیش از رشد تولید جهانی شده است، اما اکنون که دستگاه اجرایی ترامپ جنگ پنهانی را علیه این نهاد به راه انداخته، بر جامعه جهانی است که برای پاسداری دستاوردهای این نهاد، هوشیار باشند و این جنگ را دست‌کم نگیرند. ترجمه مقاله خانم آنه کروگر را به نقل از خبرنگاران در ادامه می‌خوانیم.

حالا پس از گذشت ۱۰ سال از سقوط هلدینگ لهمن برادرز(چهارمین بانک بزرگ سرمایه‌گذاری ایالات متحده آمریکا)، ما به خوبی می‌دانیم که اقدامات چندجانبه بین‌الملل چگونه از وخیم‌تر شدن رکود بزرگ ۲۰۰۸ جلوگیری کرد. در آن هنگام، سیستم مالی جهانی متزلزل بود، اما امروز، بعد از ۷۰سال سیستم تجارت جهانی است که در معرض خطر قرار گرفته است.

در طول ۷۰ سال گذشته، چندجانبه‌گرایی به‌خوبی به جهان خدمت کرده است. پس از پایان جنگ جهانی دوم، ایالات متحده آمریکا نه‌تنها از اعمال مجازات و درخواست غرامت جنگی خودداری کرد، بلکه راه را برای ایجاد سه نهاد بزرگ اقتصادی باز نمود. یعنی صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی و سازمان تجارت جهانی (WTO)، (قبلاً تحت عنوان توافق عمومی تعرفه و تجارت، یا گات). این سه نهاد تا به امروز بنیان نظم اقتصاد بین‌المللی را پی‌ریزی کرده و شکل داده‌اند. هر یک از این سه نهاد سهم چشمگیری در رشد اقتصاد جهانی داشته‌اند، اما هیچ‌یک به پای WTO نمی‌رسند. از جنگ جهانی دوم تا به امروز، به‌خاطر گسترش سیستم تجاری چندجانبه زیر نظر گات/WTO، تجارت جهانی ۱.۵ برابر سریع‌تر از جی دی پی جهانی رشد کرده است. گرچه اهمیت امروزی چندجانبه‌گرایی کمتر از دوران پس از جنگ نیست، اما تهدیدات علیه WTO در حال افزایش است. مهم‌ترین تهدید، حملات دائمی دستگاه اجرایی رئیس‌جمهور آمریکا است که می‌کوشد هم در گفتار و هم در رفتار پایه‌های این نهاد را سست کند. یک دهه قبل و در آغاز بحران مالی، بسیاری نگران بودند که کشورها سدهای تجاری جدیدی ایجاد کنند. چون این امر در دهه ۱۹۳۰ و در سایر رکودهای بعد از جنگ سابقه داشت، اما حوزه‌های WTO و جی ۲۰ از طریق تسهیل همکاری‌های چندجانبه سبب شد که از محدودیت‌های تجاری به‌شدت خودداری شود. حجم تجارت آن اندازه‌ای که پیش‌بینی می‌شد کم نشد و در سال ۲۰۱۱ به سطح قبل از بحران رسید.

۱۶۴ کشور عضو WTO خود را متعهد به حمایت از سیستم چندجانبه و قوانین مشترک و روش‌هایی می‌داند که هدف آن کمک به رشد سیستم است. این قوانین برای تجارت بین‌الملل همان نقشی را دارند که قوانین تجارت داخلی هر کشور برای طرفین قراردادهای و معاملات در یک حوزه قضایی داخلی دارد. براساس قوانین WTO، شرکت‌های تجاری بین‌المللی درست مثل شرکت‌های داخلی تابع مقررات هر کشوری هستند که در آن به فعالیت می‌پردازند و بازرگانان از همان حقوقی در داده‌های تجاری برخوردارند که هم‌نایان داخلی‌شان دارند. دولت‌ها مجاز به تبعیض علیه سایر اعضای WTO نیستند (این بدان معناست که هر امتیازی برای یکی از طرف‌های تجاری باید به دیگران هم تسری یابد. اصل دول کامله‌الوداد). تعرفه‌ها تنها در شرایط خاصی قابل اعمال است و ادعای تخطی از قانون به «هیأت حل اختلاف WTO» ارجاع می‌شود.

از آغاز، تضمین رفتار نظارتی و قضایی منصفانه با بنگاه‌های تجاری از سوی دولت‌های کشورهای عضو جزو ضروریات و اصل عدم تبعیض پایه و اساس سیستم تجارت جهانی بوده است. براساس ساختار WTO، اصل دول کامله‌الوداد امکان مذاکرات تجاری چندجانبه میان کشورهای متساوی‌الحقوق را فراهم آورده و می‌آورد. به روشنی می‌توان دید که از طریق این مذاکرات و به‌خاطر نفخ همگانی، متوسط تعرفه کالاهای صنعتی میان اقتصادهای پیشرفته از حدود ۴۰ درصد ابتدای کار، به حدود ۴ درصد امروزی کاهش یافته است. مکانیزم حل اختلاف WTO نیز برای تجارت جهانی حیاتی است. هر گاه مقامات کشوری دریابند که طرف تجاری آنها از قوانین مشترک تخطی می‌کند، می‌توانند مسئله را با WTO مطرح کنند. هیأت حکمیت WTO دلایل هر یک از طرفین را مورد مذاقه قرار می‌دهد و در صورت لزوم نتیجه‌ای اعمال خواهد کرد. گفتنی است، آمریکا به نوبه خود، در بیش از ۱۰۰ درصد پرونده‌های دعای حل اختلاف برنده بوده است.

در پیش از WTO مثل فنر ساعت‌های مکانیکی است، گرچه دیده نمی‌شود، اما قلب سیستم تجارت جهانی است و برای ادامه کارکرد سیستم ضرورت مطلق دارد. مهذنا علی‌رغم اهمیت حیاتی آن، WTO در حال تضعیف شدن است. بیشترین تهدید مستقیم متوجه مکانیزم حل اختلاف است. حداقل سه قاضی داور برای هیأت حل اختلاف لازم است، اما دستگاه اجرایی ترامپ از جایگزینی نامزد‌های جدید به‌جای قضاتی که دوره‌شان به پایان رسیده جلوگیری می‌کند. وقتی که دادگاه به حد نصاب نرسد هیچ شکایتی قابل رسیدگی نخواهد بود و بعضی از کشورهایی که از قوانین WTO تخطی کرده‌اند از مجازات مصون خواهند ماند. تهدید مهم دیگر برای ساختار WTO، استفاده دستگاه اجرایی ترامپ از ماده قانونی امنیت ملی برای توجیه اعمال تعرفه ترجیحی بر واردات فولاد و آلومینیوم است. آشکار است که ایالات متحده آمریکا به هیچ‌وجه از سوی متحدین خود مثل کانادا و ژاپن مواجه با تهدید جدی امنیت ملی نیست، بنابراین، این تعرفه‌ها یقیناً مصداق تخطی از روح و همچنین احتمالاً از مواد قوانین WTO است.

هم‌اکنون تعرفه‌های آمریکا رشد جهانی را کند و WTO را ضعیف کرده است. در دنیایی با زنجیره‌ای از تولیدات بین‌کشوری و همبستگی روزافزون، اختلال غیرضروری در تجارت آهن و فولاد نتیجه‌ای جز کاهش تولید نخواهد داشت. کاهش تولید تنها برای کشورهای صادرکننده نخواهد بود، بلکه شامل حال آمریکا هم خواهد شد. احتمالاً اگر سایر کشورها به اقدامات تلافی‌جویانه دست بزنند، این وضعیت را بسیار وخیم‌تر خواهد کرد.

به هر حال، به‌طور قطع، هدف اعلام شده ترامپ که کاهش تراز دوجانبه تجاری آمریکاست از طریق تعرفه‌های تبعیضی تأمین نخواهد شد. تراز حساب جاری هر کشوری مابه‌التفاوت میان پس‌انداز داخلی (دولتی و خصوصی) و سرمایه‌گذاری داخلی است. تا زمانی که پس‌انداز زیاد نشود و با سرمایه‌گذاری کاهش نیابد، شکاف حساب جاری کاهش نخواهد یافت.

از پایان جنگ جهانی دوم تا به امروز تجارت بین‌الملل موتور رشد اقتصاد جهانی بوده است. هر کوششی برای تضعیف آن، بی‌تردد هزینه‌های زیادی به همه تحمیل خواهد کرد، از جمله به اعضای طبقه کارگری که پایگاه حمایت سیاسی ترامپ هستند. جامعه جهانی باید قبل از اینکه خیلی دیر شود، علیه ترامپ به پا خیزد و یک بار دیگر اصول سیستم تجارت باز چندجانبه را مورد حمایت مجدد قرار دهد.



شاخص دیگری که نشان‌دهنده وضعیت صندوق‌های بازنشستگی است، شاخص نسبت ارزش ذخایر و دارایی‌ها به مصارف سالانه است که بررسی‌ها نشان می‌دهد در سازمان تأمین اجتماعی ارزش ذخایر تنها پاسخگوی تأمین هزینه‌ها برای چهار سال است و متوسط نسبت درآمدهای نقدی به کل منابع سازمان طی سال‌های ۹۵-۹۰ حدود ۲۸ درصد است. بررسی نسبت مصارف به درآمدهای نقدی نیز گویای این حقیقت است که میزان مصارف با درآمدهای نقدی تقریباً در سال ۹۲ به نقطه سر به سر خود رسیده و از سال ۹۲ به بعد درآمدهای نقدی تنها پاسخگوی بخشی از مصارف سازمان بوده است. همچنین نسبت منابع به مصارف صندوق بازنشستگی کشوری نیز نشان می‌دهد که این نسبت در سال ۸۳ حدود ۷۰ درصد بوده است، بدین معنا که در سال ۸۳ صندوق توان پرداخت ۷۰ درصد از تعهدات خود را با استفاده از کسور دریافتی در همان سال داشته است. این در حالی است که این نسبت در سال ۹۳ به حدود ۲۶ درصد کاهش یافته است و پس از آن سال همچنان به سیر نزولی خود ادامه داده است. به جز معدود صندوق‌های جوان همچون صندوق روستاییان و عشایر، صندوق‌های بازنشستگی صنعتی نیز وضعیت چندان بهتری نداشته و برخی از آنها همچون صندوق بازنشستگی فولاد برای تأمین هزینه مستمری بازنشستگان عملاً به طور کامل متکی به منابع دولتی هستند.

این گزارش می‌نویسد: «خلاصه بحث این که بحران و چالش وجود دارد، علاوه بر دورنمای مبهم آینده، این چالش در حال حاضر از نوع کوتاه مدت و میان مدت است و نمی‌توان حل آن را به آینده موکول کرد و این که نوع چالش به گونه‌ای است که نمی‌توان آن را بدون شناخت کافی و برنامه‌ریزی حساب‌شده گام به گام حل کرد. در مورد مخاطراتی که کسری بودجه شدید و احتمالاً ورشکستگی صندوق‌های بازنشستگی می‌توانند برای کشور ایجاد کنند دامنه وسیعی از حوادث از افت رفاه اجتماعی و ناآرامی‌های مرتبط گرفته تا فشار بر بودجه عمرانی و جاری دولت و از آن طریق وارد شدن مشکلات معنی‌داری خواهد بود ولی به نظر می‌رسد آنچه در میان مدت مشکل معنی‌داری خواهد بود بی‌ثباتی مالی ناشی از کارکرد نامناسب این صندوق‌ها است که در این مقاله به خطری که می‌تواند از ناحیه این صندوق‌ها برای ثبات مالی اقتصاد به وجود آید و ارائه راه حلی برای این معضل پرداخته می‌شود.»

نقش و اثرگذاری صندوق‌های بازنشستگی در ثبات مالی اقتصاد ایران

دور نمای مبهم صندوق‌های بازنشستگی

در نظام بازنشستگی کشور فعال هستند که در این بین سازمان تأمین اجتماعی با نزدیک به ۱۴ میلیون نفر بیمه شده اصلی و ۳ میلیون نفر مستمری‌بگیر اصلی بزرگ‌ترین صندوق بازنشستگی کشور در سال ۹۵ بوده و صندوق بازنشستگی کشوری با بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار نفر بیمه‌شده اصلی و بیش از یک میلیون و ۳۰۰ هزار نفر مستمری‌بگیر اصلی قدیمی‌ترین صندوق به شمار می‌رود که در حال حاضر تعداد مستمری‌بگیران آن از تعداد کسورپردازان آن پیشی گرفته است. طبق این گزارش، یکی از شاخص‌های مهمی که برای ارزیابی وضعیت مالی و نیز چشم‌انداز کوتاه مدت و میان‌مدت صندوق‌های بازنشستگی مورد توجه قرار می‌گیرد، نسبت یا ضریب پشتیبانی است. ضریب پشتیبانی نسبت تعداد افرادی که حق بیمه می‌پردازند به تعداد افرادی است که از تأمین اجتماعی یا سایر صندوق‌ها مستمری می‌گیرند. نکته هشداردهنده این است که در حال حاضر سازمان تأمین اجتماعی با نسبت پشتیبانی حدود ۴.۵ و صندوق بازنشستگی کشوری با نسبت پشتیبانی کمتر از یک از نظر نقدینگی در کوتاه‌مدت دچار مشکل هستند. این نسبت در بین سایر صندوق‌های بازنشستگی همچون صندوق بازنشستگی فولاد، صنعت نفت، بانک‌ها، صدا و سیما و ... که از جمله صندوق‌های بازنشستگی صنعتی هستند نیز چندان بهتر نبوده و حول و حوش عدد یک است. این در حالی که براساس تجربیات بین‌المللی یک صندوق بازنشستگی پایدار دارای نسبت پشتیبانی حداقل ۳ و در صورت مطلوب بین ۶ تا ۷ است. در حال حاضر با توجه به حق بیمه پرداختی، نسبت پشتیبانی باید بالاتر از ۶ باشد تا بتوان نقدینگی لازم برای جوابگویی به مستمری‌بگیران را فراهم کرد.

طبق این گزارش به نظر می‌رسد با تغییرات هرم جمعیتی کشور و گذر جمعیت به سمت میانسالی و سالمندی، افزایش امید به زندگی و نیز طرح‌های بازنشستگی پیش از موعد که به ویژه از سال ۸۹ به بعد اجرا شده و دوره پرداخت حق بیمه را کاهش و در مقابل دوره دریافت مستمری را افزایش داده، امید چندانی به بهبود و افزایش نسبت پشتیبانی در سال‌های آینده وجود ندارد. علاوه بر این، محدود شدن ورود افراد به این صندوق‌ها بنا به برخی دلایل اقتصاد کلان نظیر بیکاری، اشتغال ناقص و تن ندادن به طرح‌های بیمه‌ای از سوی برخی از کارفرمایان و شاغلان به شدت معضل افزوده است.

فرصت امروز: در بیشتر کشورهای جهان صندوق‌های بازنشستگی از مهم‌ترین واسطه‌های مالی محسوب شده و به دلیل ویژگی خاص منابع‌شان که مهم‌ترین آن افق بلندمدت جمع‌آوری منابع و البته تعهدات مربوطه در قالب پرداخت مستمری است، تفاوت‌هایی با سایر واسطه‌ها دارند. همین امر سبب شده است که منابع عظیم این صندوق‌ها در بیشتر حوزه‌های مالی و سرمایه‌گذاری از بازار سهام و مستغلات گرفته تا شرکت‌های بیمه و بانک‌ها گسترده باشد و بالطبع هر چالشی در زمینه منابع و مصارف آنها به صورت عملی برای ریسک سیستماتیک ظاهر شده و خطر بی‌ثباتی مالی در کل نظام مالی را افزایش دهد. پژوهشکده پولی و بانکی در گزارشی به «نقش و اثرگذاری صندوق‌های بازنشستگی در ثبات مالی اقتصاد ایران» پرداخته است. مطالعه صندوق‌های بازنشستگی در اقتصاد ایران در این مقاله نشان می‌دهد که در حال حاضر این صندوق‌ها بنا به دلایل مختلف با کسری و شکاف نقدینگی مواجه هستند که در کوتاه‌مدت سرریز آن با فشار بر منابع دولت در بودجه ظاهر شده است ولی در میان مدت با توجه به درهم تنیدگی شدید این صندوق‌ها با سایر اجزای سیستم مالی از بازارهای مختلف مالی گرفته تا واسطه‌های مالی، سرریز این مشکلات در زمینه ثبات مالی مشاهده شده و مشکلات این صندوق‌ها می‌تواند به عنوان عامل ریسک سیستماتیک برای ثبات مالی عمل کند. به عنوان راه حلی برای این ریسک، پیشنهاد می‌شود دو نهاد ناظر در سطح خرد و کلان برای صندوق‌های بازنشستگی به وجود آید که در سطح خرد «شورای عالی بیمه» می‌تواند شروع به کار کند و در سطح کلان با تعریف یک نهاد بالادستی برای این شورا و شوراهای عالی پول و اعتبار، بورس و معماری و شهرسازی، «شورای عالی سیاستگذاری احتیاطی» یا به عرصه وجود بگذارد که مسئول نظارت کلان بر تقریباً تمام اجزای سیستم مالی از جمله صندوق‌های بازنشستگی باشد و با نظارت بر کارکرد این اجزا بتواند از به خطر افتادن ثبات مالی جلوگیری کند.

وضعیت صندوق‌های بازنشستگی کشور چگونه است؟ طبق گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، در چند سال گذشته از صندوق‌های بازنشستگی به عنوان یکی از تهدیدهای آینده اقتصادی ایران یاد می‌شود. با بررسی نظام بازنشستگی کشور مشاهده می‌شود که در حال حاضر ۴ صندوق بزرگ و حدود ۱۴ صندوق نسبتاً کوچک

نسبت توسعه صادرات و نرخ ارز چیست؟

بهره‌وری حلقه مفقوده رشد صادرات در ایران

دوباره روند نرخ ارز حقیقی ایران به واسطه نرخ بالای تورم داخلی، کاهش یافت. در ادامه گزارش مرکز مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی آمده است: «توسعه صادرات توسط افزایش نرخ ارز اسمی و به تبع

آن از طریق نرخ ارز حقیقی، یک ابزار موقتی است؛ زیرا نیروهای بازار باعث می‌شوند تا نرخ ارز حقیقی به مقدار اولیه خود بازگردد. علاوه بر این افزایش نرخ ارز اسمی برای تشویق صادرات (حتی به صورت موقت) نیازمند سیاست‌های سترون‌سازی (استریل و دور کردن از دخل و تصرف) توسط بانک مرکزی است تا افزایش پایه پولی و در پی آن، افزایش ذخایر خارجی بانک مرکزی رخ ندهد و در نتیجه، افزایش سطح قیمت‌ها را شاهد نباشیم.» همچنین کارشناسان این مرکز تأکید کرده‌اند که نکته مهمی که در افزایش صادرات در کشورمان فراموش شده «بهبود کیفیت» و «بهره‌وری» است: «افزایش و تنوع صادرات، حفظ بازار خارجی و همچنین تأثیر صادرات بر رشد اقتصادی در بلندمدت، فقط تابعی از بهره‌وری کل عوامل تولید است و سیاست‌های پولی نظیر افزایش نرخ ارز اسمی، مفید فایده نیستند بنابراین برای تشویق صادرات، همت سیاست‌گذاران باید در افزایش بهره‌وری باشد.»

فرصت امروز: همیشه این گزاره در اقتصاد ایران مطرح می‌شود که اگر قیمت دلار افزایش یابد به همان میزان صادرات رشد خواهد کرد و به دنبال آن درآمدهای صادراتی کشور هم به صورت چشمگیری افزایش پیدا می‌کند؛ اتفاق اقتصادی که اگر چه روی کاغذ درست خواهد بود، اما در زمان عملیاتی شدن ممکن است با چالش‌های بسیاری رو به رو شود و به تنهایی کافی نباشد. چنانکه در ماه‌های گذشته که قیمت دلار و دیگر ارزها در کشورمان با جهش رو به رو شده و چند برابر شده است در عمل شاهد رشد صادرات کشور به همان میزان نبوده‌ایم. همچنین میزان رشد درآمدهای اقتصادی کشور از طریق صادرات، جبران‌کننده چالش‌های اقتصادی که به دنبال افزایش قیمت ارز در کشور به وجود آمده از جمله تورم بالا نبوده است.

حالا مرکز مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی کشور در گزارشی به بررسی این موضوع پرداخته است و معتقد است: «افزایش نرخ ارز اسمی توسط بانک مرکزی ایران، در صورتی می‌تواند موجب افزایش صادرات شود که تورم لجام گسیخته کشور مهار شده باشد.» اما این موضوع در شرایطی مطرح می‌شود که اتفاقاً اقتصاد ایران در چهار ماه

محسن رنایی پاسخ می‌دهد

اقتصاد ایران به کجا می‌رود؟

محسن رنایی، اقتصاددان یازدهم مهرماه امسال در سخنرانی اخیر خود با محوریت «اقتصاد سیاسی: بسترهای سیاسی بحران اقتصادی» شرایط فعلی اقتصاد ایران را تحلیل کرد و راه برون‌رفت از رکود فعلی را مورد بررسی قرار داد. گزیده مباحث مطرح شده از سوی رنایی در کارگاه «اقتصاد ایران: چرا چنین شد؟ به کجا می‌رود؟ چه باید کرد؟» به این شرح است:

* کاهش انعطاف‌پذیری به همراه کاهش کنترل‌پذیری در هر سیستم نشان‌دهنده پیری آن سیستم است که در ایران زودتر از موعد خود (قبل از رسیدن به مرحله تکامل و تعادل سیستم) فرا رسیده است.

* سیستم در ایران قبل از اینکه وارد مرحله تکامل و تعادل شود، به دلیل تله بنیانگذار از مسیر عادی خود خارج شده و دچار پیری زودرس شده است.

* سیستمی می‌تواند پویا باشد که در آن حکومت همگن، غیررانتی و غیر ایدئولوژیک باشد، دولت کوچک، چابک و سالم باشد، جامعه صبور، شاد و با اعتماد بالا باشد، بازار در آن متوازن، کارآمد و رقابتی باشد.

* زنجیره تغییر به ترتیب از بهبود، اصلاح، تحول، پارادایم شیفت (افق‌پذیری/ دگرگشایی) و انقلاب یا اضمحلال است، که هر یک از این موارد برای خروج از رکود و فرار از پیری زودرس در دوره‌ای قابل استفاده است و اگر هر یک از آنها در دوره خود استفاده نشود و سیستم به مسیر عادی خود باز نگردد، وارد مرحله بعد می‌شویم.

* در دوران فعلی تنها راه نجات از مسیر پیری زودرس و تخلیه انرژی سیستم، پارادایم شیفت است و در شرایط فعلی بهبود، اصلاح و تحول دیگر جوابگو نیست.

* پارادایم شیفت به معنای «تغییر اولویت اهداف سیستم و نه تغییر کلی اهداف» است که افق‌های جدیدی را در پیش روی سیستم باز می‌کند. پارادایم شیفت تغییرات اساسی افق آفرین و باورپذیر است.

* بین رکودهای اقتصادی، نهادی، ساختاری، نفتی و سیاسی تفاوت وجود دارد و خروج از رکود فعلی خارج از توان دولت است و مشارکت و تصمیم جدی همه ساختار سیاسی را لازم دارد.

* در ایران سه مدل دولت تخصیص، دولت تثبیت و دولت توزیع وجود دارد که براساس ترتیب این دولت‌ها در ایران، به نظر می‌رسد دولت بعدی باید دولت توزیع باشد، اما سوال پیش رو این است که دولت بعدی کدام منابع را می‌تواند توزیع کند؟ برای اینکه دولت بعدی نیز در دستیابی به هدف خود شکست نخورد نیازمند پارادایم شیفت خواهیم بود.

عوامل سه‌گانه‌ای که موجب رشد منفی اقتصاد ایران در دو سال آینده می‌شوند

گزارش جدید بانک جهانی از اقتصاد ایران



تورم در ایران را برای سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ به ترتیب ۲۳.۸ درصد و ۳۱.۲ درصد پیش‌بینی کرده و برای سال ۲۰۲۰ نیز آن را معادل ۱۹.۶ درصد تخمین زده است. رشد اقتصادی نیز در این سه سال از سوی بانک جهانی به ترتیب ۱.۵ - درصد، ۳.۶ - درصد و مثبت ۱.۱ درصد برآورد شده است.

گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد که جمعیت ایران تا سال ۲۰۱۷ به ۸۰.۶ میلیون نفر رسیده است و همچنین میزان تولید ناخالص داخلی ۴۴۷.۷ میلیارد دلار، ضریب جینی ۳۸.۸ و متوسط امید به زندگی ۷۶ سال در سال ۲۰۱۷ میلادی بوده است.

در ادامه گزارش بانک جهانی آمده است که نرخ بیکاری در ایران تا پایان سه ماهه منتهی به ژوئن به ۱۲.۱ درصد کاهش یافته و ۷۹۰ هزار شغل ایجاد شده است. همچنین نرخ مشارکت بازار کار ایران در این مدت ۴۱.۱ درصد بوده است که بالاترین نرخ یک دهه اخیر محسوب می‌شود. گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد که برای جوانان ۱۵ تا ۲۴ سال، نرخ بیکاری ۲۸.۳ درصد است که در مقایسه با میانگین منطقه‌ای دوره‌های قبلی، رقم بالایی است. اما با این حال، نرخ مشارکت زنان در بازار کار به ۹.۸ درصد افزایش یافته است و ایران از این نظر در کنار کشورهای قرار می‌گیرد که فضای شغلی را برای بانوان بهبود داده‌اند. بانک جهانی همچنین گفته است جمعیت زیر خط فقر (درآمد روزانه کمتر از ۵.۵ دلار) بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ از ۱۳ درصد به ۸ درصد کاهش یافته است، با این حال این رقم تا پایان سال ۲۰۱۴ مجدداً به ۱۰.۵ درصد افزایش یافته است.

وضعیت ایران در دیگر شاخص‌ها بانک جهانی به دولت دوازدهم توصیه کرده است که اصلاحات اقتصادی به ویژه در بخش مالی را در اولویت سیاست‌گذاری خود قرار دهد و از ظرفیت خدمات مدرن‌تر بیش‌تر بهره بگیرد. بانک جهانی نرخ

خبر خوب بانک جهانی این است که صادرات بخش غیرنفتی ایران از ۱۰ درصد در سال ۲۰۱۳ به ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است.

انتقاد از تک‌نرخی شدن دستوری ارز بانک جهانی در این گزارش از سیاست تک‌نرخ‌کنی کردن دستوری ارز که از فروردین‌ماه امسال در ایران به اجرا گذاشته شد، انتقاد کرد و نوشت: این اقدام به انتظار کمبود دلار در بازار آزاد دامن زد و باعث افزایش نرخ تورم به ۱۸ درصد در ماه ژوئیه شد که از مارس ۲۰۱۴ تاکنون بی‌سابقه بوده است.

برآورد بانک جهانی از رشد بخش غیرنفتی بانک جهانی در گزارش جدید خود همچنین گفته است که میزان اثرگذاری این ریسک‌ها بر رشد اقتصادی ایران، کاملاً به میزان مختل شدن تجارت جهانی این کشور و جدی گرفته شدن اصلاحات ساختاری اقتصادی بستگی دارد. این نهاد بین‌المللی با بیان این که بیش از نیمی از رشد اقتصادی سال‌های پیش‌رو برعهده بخش غیرنفتی خواهد بود، رشد بخش خدمات را ۴.۴ درصد پیش‌بینی کرده است. بانک جهانی در عین حال، رشد بخش‌های کلیدی نظیر ساخت و ساز، تجارت، رستوران و خدمات هتلداری را در دو سال اخیر خوب ارزیابی کرده است. بانک جهانی در ادامه گزارش خود از چشم‌انداز اقتصاد ایران، با اشاره به این که صدور اوراق بدهی توسط دولت هنوز در محدوده رقم بالایی قرار دارد، اعلام کرده است که این رقم از ۱۹ درصد سال گذشته به ۱۳.۹ درصد کاهش یافته است. در عین حال مازاد حساب جاری از ۳.۹ درصد به ۳.۵ درصد تولید ناخالص داخلی در سال مالی ۲۰۱۷-۲۰۱۸ کاهش یافته است. رشد صادرات کالا و خدمات در همین مدت به ۱.۸ درصد رسیده است که در مقایسه با ۴.۳ درصد سال گذشته، افت بسیار شدیدی را نشان می‌دهد. به گزارش ایسنا، اما با این حال،

چگونه اوراق مشارکت می‌تواند گره‌گشای بازار ارز باشد؟

شرط موفقیت انتشار اوراق مشارکت ارزی-ریالی

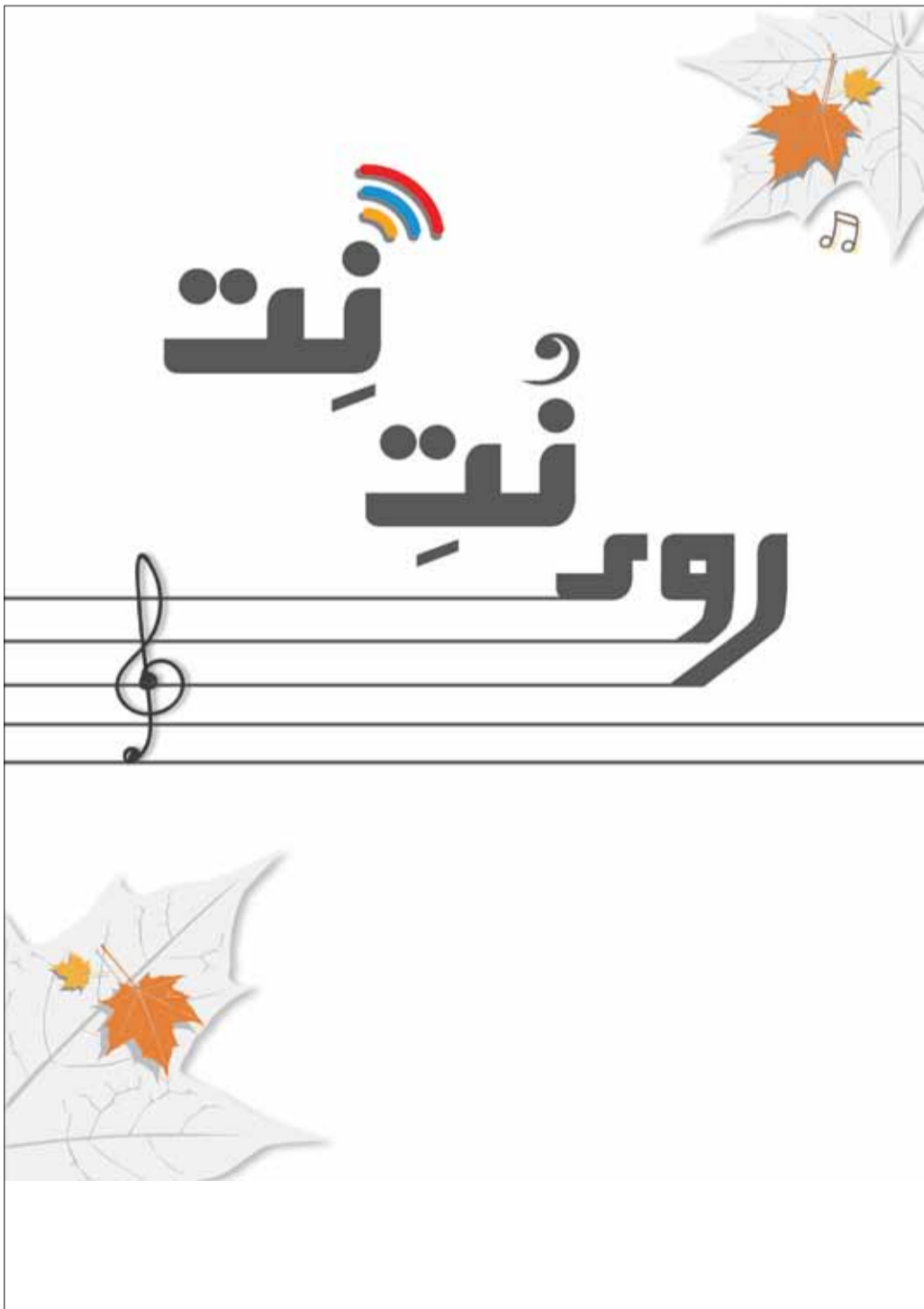
بانک مرکزی در حالی مجوز انتشار اوراق مشارکت ارزی-ریالی را به‌منظور کنترل بازار ارز دریافت کرده است که به اعتقاد کارشناسان، اگر مردم اطمینان کرده و برای دریافت این اوراق به‌جای خرید اسکناس ارز وارد شوند، قطعاً می‌تواند یکی از ابزارهای مناسب برای کنترل بازار ارز باشد.

به گزارش ایسنا، در جریان سیاست‌گذاری‌های دولت و بانک مرکزی برای کنترل بازار ارز اخیراً شورای عالی هماهنگی اقتصادی مصوبه جدیدی برای مدیریت بازار داشت و مجوز انتشار اوراق مشارکت ارزی - ریالی را صادر کرد. بر این اساس، بانک مرکزی مجاز به انجام عملیات بازار باز بوده و می‌تواند برای اعمال سیاست پولی نسبت به خرید و فروش اوراق مالی اسلامی منتشره توسط دولت اقدام کند.

اما اینکه انتشار اوراق ارزی و ریالی تا چه حد می‌تواند گره‌گشای شرایط موجود بازار ارز و کاهنده تقاضای خرید اسکناس ارز در بازار بوده و به بانک مرکزی برای کاهش التهابات کمک کند موضوعی است که در گفت‌وگو با حاتم یزد، از مدیران سابق بانکی و کارشناس این حوزه مورد بررسی قرار گرفته است.

آنطور که حاتم یزد توضیح داد، اوراق مشارکت ارزی معمولاً در همه کشورهای دنیا به‌ویژه آمریکا مورد استفاده قرار گرفته و از ابزارهایی است که دولت‌ها و بانک مرکزی برای کنترل بازار از آن استفاده می‌کنند. در این اوراق قیمت آن برابر با قیمت اسمی منتهای بهره بانکی است که تا زمان سررسید باید به نرخ روز پرداخت شود. متقاضی برابر با میزان ارزی که می‌خواهد خریداری کند، ریال تحویل بانک داده و در سررسید آن که می‌تواند یک ساله و یا چند ساله باشد ارز تحویل بگیرد.

به گفته وی اوراق قابلیت خرید و فروش داشته و تحت شرایطی افراد می‌توانند آن را مورد معامله قرار دهند و نیازی نیست که تا پایان سررسید در اختیار خود داشته باشند و این شرایطی را ایجاد می‌کند که تا حدی برای خریدار جذاب بوده و به سمت آن حرکت می‌کند.



یادداشت

چگونه نرخ ارز با مسکن بازی می کند؟

مهدی سلطان محمدی
کارشناس بازار مسکن

برای بررسی وضعیت بازار مسکن ابتدا باید به تعریف دقیقی از اصطلاحاتی چون رکود رسیده؛ اینکه وقتی از رکود سخن می گوئیم منظورمان چیست و از چه زاویه‌ای به مسئله مسکن نگاه می‌کنیم. کاهش حجم معاملات، کاهش قیمت و کاهش ساخت وساز را می‌توان نشانه رکود دانست. در چندماه گذشته قیمت مسکن افزایش یافته پس نمی‌توان گفت که از این منظر رکودی در این بازار ایجاد شده است. در مقابل اما حجم معاملات نسبت به سال گذشته کاهش جدی داشته پس می‌توان گفت که رکود مسکن را درگیر می‌کند. از سوی دیگر میزان ساخت و ساز هم نسبت به سال گذشته تغییر محسوسی نداشته و اندکی رشد یافته و اکنون به نظر می‌رسد که این رشد متوقف هم شده است (مشاهدات روزمره گویای این مسئله است).

با توجه به وضعیت سه عامل موثر در بازار مسکن می‌توان گفت این بازار در حال حاضر بازار داغی نیست. در شرایط رونق سه عامل قیمت، حجم معاملات و میزان ساخت و ساز هر سه باهم حرکت می‌کنند. زمانی که بازار رونق می‌گیرد، سرمایه بیشتری وارد می‌شود و ساخت و ساز هم بیشتر می‌شود و وضعیت کنونی مسکن از این ویژگی برخوردار نیست. یک دلیل عمده در بروز چنین وضعیتی این است که خانوارها قادر به همراهی با قیمت‌های کنونی مسکن نیستند. بودجه خانوار تکاپوی انتظارات فروشندگان را نمی‌کند. این درحالی است که فروشندگان انتظار دارند با توجه به کاهش ارزش ریال و گرانی دلار با تورم بیشتری ملک خود را به فروش برسانند. از سوی دیگر معاملات سوداگرانه هم شدت نداشته است چراکه بازارهای سهام و ارز، بازارهای جذاب‌تری برای سوداگران بوده است.

در هفته گذشته نرخ ارز کاهش یافته است و باید دید این کاهش چه اثری بر بازار مسکن بر جای می‌گذارد. این اثرگذاری از دو جهت متفاوت است. نرخ ارز از یکسو جنبه تقویت‌کنندگی بر بازار مسکن دارد و افزایش نرخ به گرانی مسکن منجر می‌شود. زمانی که قیمت نهاده‌های بخش مسکن با افزایش نرخ ارز بیشتر می‌شود، انتظارات تورمی هم افزایش پیدا می‌کند، بنابراین فرض بر این است که بخش مسکن هم تا اندازه‌ای خود را با افزایش نرخ ارز منطبق می‌کند. از سوی دیگر بازار ارز یک رقیب برای بازار مسکن به ویژه در کوتاه‌مدت است و زمانی که نرخ در بازار ارز بالا برود، بازار مسکن برای سودگران کمتر جذاب است و ترجیح می‌دهند سرمایه‌شان را در بازاری به حرکت در آورند که با سرعت بالاتری به سود برسند. از جهت رونق بازار ارز بر بخش مسکن اثر منفی بر جای می‌گذارد و در روزهای گرانی ارز اثرگذاری این بازار را در حجم معاملات مسکن شاهد بودهایم. به طور خلاصه زمانی که انتظارات تورمی در جامعه کاهش پیدا کند قیمت مسکن هم روند نزولی را در پیش می‌گیرد که بیشتر و به طور عمده متأثر از انتظارات فروشندگان درباره تورم‌های آینده است. امید همه این است که این انتظارات تعدیل شود، هیجانات در بازار ارز فروکش کند تا قیمت‌ها در سایر بازارها از جمله مسکن، اتومبیل و کالاهای دیگر نیز به تعدیل رسیده و کاهش پیدا کند.

با کاهش نرخ ارز در هفته گذشته، بعضی رسانه‌ها از افت قیمت تا بیش از ۲۰ درصد نوشتند. این در حالی است که چنین ادعاهایی مبنای عینی ندارد و بیشتر جنبه تبلیغی و ترویجی دارد. واقعیت آن است که نمی‌توان بازار مسکن را با توجه به تحولات یکی دو روزه سنجد. داده‌های بازار ماهانه منتشر می‌شود و امکان اینکه میزان معاملات در یک یا دو روز را ارزیابی کنیم وجود ندارد. از این منظر آنچه در رسانه‌ها منتشر می‌شود بیشتر حاوی برداشت‌ها و انتظارات نویسندگان است تا منعکس‌کننده واقعیت بازار. اثرگذاری هر تحول اقتصادی در بازار مسکن در دوره‌های طولانی‌تری عیان می‌شود. برای قضاوت منطقی درباره بازار مسکن باید داده‌های سه ماه را در نظر گرفت و نمی‌توان لزوماً به نوسانات یک یا دو روز نگاه کرد. بازار مسکن مثل بازار سرمایه نیست که در یک ساعت بتوان معاملاتش را تعقیب کرد یا مثل بازار ارز که روزمره قابل پیگیری باشد. بازار مسکن اثر تغییرات در دیرتر نشان می‌دهد بنابراین برای اظهارنظر رسمی در این باره که نرخ ارز تا چه اندازه بر نرخ مسکن اثر گذاشته زود است.

من می‌توانم براساس مشاهدات شخصی و تماس با بازار بگویم که اکنون به نظر می‌رسد فروشندگان تمایل بیشتری به فروش دارند. یک دلیل آن است که دارندگان مسکن انتظار تورم بیشتری در آینده را می‌کشیدند و این چشم‌انداز مبهم نسبت به روزهای آتی، آنها را در فروش مسکن محتاط کرده بود. اکنون اما آنها درک کردند که این روند افزایشی دائمی نیست و توقفی هم برای آن وجود دارد. این نگرانی باعث شده عرضه مسکن در بازار پایتخت افزایش پیدا کند.

بانکنامه

بانک پاسارگاد هشدار داد

شگرد جدید ارتکاب جرائم و کلاهبرداری

بانک پاسارگاد، درخصوص شگرد جدید ارتکاب جرائم و کلاهبرداری به مردم هشدار داد.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، یکی از شیوه‌ها و شگردهای جدید کلاهبرداری افراد سودجو از مردم، برقراری تماس و ارسال پیامک مبنی بر برنده شدن جوایزی از قبیل کمک هزینه سفر به عنایت یا جوایز نقدی با مبلغ ۵ میلیون تومان و ... در جشنواره‌های مختلفی مانند قرعه‌کشی همراه اول، رادیو جوان، رادیو معارف، مسابقات صدا و سیما و ... است.

در این روش کلاهبرداران با استفاده از قدرت فن بیان و سخنوری، اعتماد افراد را جلب می‌کنند به‌طوری‌که فرد با حضور پای دستگاه‌های خودپرداز، با ترغیب کلاهبرداران، کلیه اطلاعات حساب خود را در اختیار ایشان قرار داده و مبالغی را به حساب اعلامی فرد سودجو واریز می‌کند. این کلاهبرداری در اکثر موارد در روزهای منتهی به روزهای تعطیل انجام می‌شود که امکان پیگیری سریع میسر نباشد. از این‌رو هم میهنان گرامی باید ضمن افزایش آگاهی در خصوص این شگردها، با هوشیاری مانع از فریب خوردن و سودجویی کلاهبرداران شوند.



حساب‌های ارزی شش ماهه برای دلار افتتاح می‌کنند که سود آن بین ۲.۵ تا ۳.۵ درصد عنوان می‌شود.

مسئول بخش ارزی یکی از بانک‌های دولتی در این رابطه گفت که در روزهای گذشته و همزمان با افت قیمت ارزهای خارجی در بازار، روند افتتاح حساب‌های ارزی توسط دارندگان ارزهای خانگی افزایش یافته است.

از سوی دیگر برخی از بانک‌ها برای سپرده‌های یک‌ساله دلاری تا ۵.۵ درصد سود در نظر گرفته‌اند که بیش از رقم تعیین شده توسط بانک مرکزی است. از آنجایی که اتباع خارجی نیز امکان افتتاح حساب سپرده ارزی در بانک‌های ایران با مدارک و مستندات مشخص شده از جمله گذرنامه معتبر و پروانه اقامت دائم یا موقت را دارند، این سپرده جذابیت بالایی برای آنها دارد. البته اتباع افغانستان و عراق مقیم ایران شرایط متفاوتی برای افتتاح سپرده ارزی دارند که می‌توانند با مراجعه به شعب ارزی بانک‌های مختلف از این شرایط باخبر شوند.

از مهم‌ترین ویژگی‌های این سپرده می‌توان به این موضوع اشاره کرد که صاحب سپرده کوتاه‌مدت ارزی می‌تواند به تنایب از مانده حساب خود برداشت یا وجهی به آن واریز کند.

همچنین براساس بخشنامه بانک مرکزی اتباع خارجی نیز می‌توانند با ارائه اسناد و مدارک مورد نیاز اقدام به افتتاح این نوع حساب‌ها در بانک‌های ایران کنند.

با این حال بانک‌ها در پایان دوره سپرده‌گذاری ارزی یک ساله ۰.۳ درصد نسبت به حجم سپرده دریافتی کارمزد می‌گیرند.

همچنین اگر سپرده‌گذار قبل از پایان دوره سپرده‌گذاری نسبت به بستن حساب ارزی خود اقدام کند، بانک‌ها باید از محل منابع خود اصل

و سود سپرده را به پرداخت اسکناس ارزی به مشتری پرداخت کنند و سپس ارز پرداختی را از اداره بین‌الملل بانک مرکزی دریافت کرد.

بانک مرکزی قرار می‌دهند. محمدرضا پورابراهیمی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس با اشاره به طرح دوفوریتی مجلس درباره سپرده‌های ارزی، اظهار داشت: در این طرح پیشنهادی، مردم می‌توانند منابع ارزی که در اختیار دارند را در حساب سپرده ارزی در اختیار نظام بانکی و با ضمانت بانک مرکزی قرار دهند؛ یعنی بانک‌ها در حال حاضر عاملیت بانک مرکزی را برعهده دارند و هیچ‌گونه ریسکی برعهده نظام بانکی نیست و لذا با ضمانت بانک مرکزی میزان پرداخت تعهدات آنها انجام خواهد شد.

معصومه آقاپور علیشاهی، عضو هیات رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس درباره تضمین کاغذی بانک مرکزی برای سپرده‌های ارزی، گفت: ساختار گذشته سپرده‌های ارزی مشکل داشت و متأسفانه مردم برای تحویل وجوه خود که در قالب این سپرده‌ها سرمایه‌گذاری شده بود با مشکلاتی مواجه شدند اما در حال حاضر بانک مرکزی با تضمین کاغذی در بحث سپرده‌های ارزی به منظور تضمین اصل سرمایه و سود ساختار جدید و قابل اطمینانی را برای سپرده‌های ارزی ایجاد کرده است که می‌تواند حجم منابع سپرده ارزی که تا به امروز به بیش از ۱۰ میلیون دلار رسیده را به چندین برابر افزایش دهد.

چگونه حساب ارزی افتتاح کنیم؟

روند افتتاح این حساب‌ها مشابه سپرده‌های بلندمدت است بدین معنی که یک سپرده بلندمدت افتتاح می‌شود و یک سپرده کوتاه‌مدت یا قرض‌الحسنه ارزی که سود سپرده به آن حساب واریز می‌شود. حداقل سرمایه مورد نیاز برای افتتاح حساب ۱۰۰ یورو یا ۱۰۰ دلار (یا ۵۰۰ درهم امارات) است.

در حال حاضر اما هنوز برخی از بانک‌های دولتی و خصوصی آمادگی افتتاح حساب به درهم امارات را ندارند اما همه آنها نسبت به افتتاح حساب با دلار آمریکا و یورو اقدام می‌کنند. همچنین برخی بانک‌ها

براساس برآوردها، بین ۲۰ تا ۲۵ میلیارد دلار ارز خانگی در حال حاضر در خانه‌ها وجود دارد که بیشتر صاحبان آن به منظور حفظ ارزش دارایی یا تنوع‌بخشی به سبد دارایی‌های خود اقدام به نگهداری اسکناس ارز می‌کنند. هرچند نگهداری ارزهای خانگی، دغدغه دارندگان ارز است، اما حساب ارزی، راهکار مناسبی برای رفع این مساله است، به‌ویژه اینکه براساس سیاست‌های بانک مرکزی، صاحب سپرده کوتاه‌مدت ارزی می‌تواند به تنایب، به مانده حساب واریز یا از آن برداشت کند.

به گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، همزمان با اجرای سیاست‌های ارزی دولت، یکی از مواردی که کارشناسان همواره بر آن تأکید می‌کردند، ارائه مجوز به بانک‌ها برای افتتاح حساب‌های سپرده ارزی و پرداخت سود و اصل آن به ارز افتتاح حساب بود.

با توجه به تجربه ناموفق سال ۹۱ که براساس آن بانک‌ها ابتدا اقدام به سپرده‌گیری ارزی کردند و سپس اصل و سود سپرده را به شکل ریالی و با در نظر گرفتن نرخ مبادله‌ای به دارندگان بازگرداندند، این بار بانک مرکزی تأکید کرده است که بانک‌ها تنها عاملیت افتتاح حساب را دارند و بازگشت ارزی اصل و سود سپرده‌ها را به شکل ارزی تضمین می‌کند.

بر این اساس بانک مرکزی روز سوم شهریورماه ۱۳۹۷ بخشنامه سپرده‌گیری ارزی را به بانک‌ها ابلاغ کرد که براساس آن بانک‌ها مجاز شدند سپرده‌گیری ارزی به صورت اسکناس ارزهای یورو، درهم امارات و دلار آمریکا را با نرخ‌های سود به ترتیب ۲، ۳ و ۴ درصد سالیانه با تضمین بانک مرکزی برای متقاضیان افتتاح کنند.

بازپرداخت اصل و سود وجوه ارزی سپرده‌گذاری شده به صورت اسکناس ارزی توسط بانک مرکزی تضمین شده است و در حقیقت دارندگان ارزهای اشاره شده، پول خود را با عاملیت بانک‌ها در اختیار

ریزش یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومانی سکه در یک هفته

فروخته می‌شوند. همچنین سکه یک گرمی در بازار به قیمت ۷۰۰ هزار تومان عرضه شده که نسبت به آغاز هفته گذشته ۵۰ هزار تومان ارزان‌تر شده است. وی قیمت روز هر گرم طلای ۱۸ عیار در طلافروشی‌ها را ۳۷۷ هزار و ۵۰۰ تومان عنوان کرد و افزود: در این زمینه شاهد کاهش ۱۱۷ هزار تومانی قیمت هستیم. همچنین هر مثقال طلای ۱۷ عیار که مبنای تعیین قیمت است، یک میلیون و ۶۸۰ تومان قیمت دارد. این در حالی است که در بازار جهانی هر اونس طلا ۱۰ دلار افزایش داشته و به ۱۲۰۳ دلار رسیده است.

کشتی‌آرای با بیان اینکه در حال حاضر خرید و فروش از سوی مردم در بازار متعادل است، گفت: بعد از شوک قیمتی هفته گذشته، امروز قیمت‌ها تقریباً روال ثابت دارند و خریدار و فروشنده به اندازه کافی در بازار وجود دارد. او در پاسخ به اینکه این ثبات در بازار طلا ادامه خواهد داشت یا خیر، گفت: بازار طلا اصلاً قابل پیش‌بینی نیست و قیمت‌ها براساس نرخ ارز و قیمت جهانی طلا تعیین می‌شود. به گفته کشتی‌آرای، نیم‌سکه و ربع‌سکه به ترتیب با کاهش ۵۷۰ و ۲۷۰ هزار تومانی نسبت به مدت مشابه هفته قبل همراه شده و ۲ میلیون و ۵۰ هزار و یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان

بازار طلا و سکه در نخستین روز هفته با کاهش قیمت آغاز شد و به روند هفته قبلیش ادامه داد؛ به طوری‌که سکه تمام طرح جدید ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان فروخته می‌شود و طلای ۱۸ عیار نیز به ۳۷۷ هزار تومان بازگشته است. به گزارش ایسنا، سومین هفته مهرماه همانند هفته گذشته با کاهش قیمت طلا آغاز شده است؛ چنانچه به گفته محمد کشتی‌آرای، عضو هیات مدیره اتحادیه طلا و جواهر، قیمت سکه تمام طرح جدید ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان است که نسبت به شبیه هفته گذشته، یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان ارزان شده است.

تکلیف سپرده‌های گران مشخص نشد

دستورالعملی آن‌ها را مکلف کرد که نرخ سود را به حداکثر ۱۵ درصد کاهش دهند، اما قبیل از اجرای آن از اول تا یازدهم شهریورماه این فرصت در اختیار بانک‌ها بود تا برای ممانعت از خروج سپرده دست به تغییر سپرده مشتریان خود از کوتاه‌مدت به بلندمدت که سودهای بالایی در آن زمان دریافت می‌کردند، بزنند.

بعد از این جریان و در زمانی که در نیمه دوم سال گذشته بازار ارز دستخوش نوسان شد، برخی کارشناسان کاهش دستوری نرخ سود بانکی و تمایل به سرمایه‌گذاری در بازار ارز را از دلایل آن عنوان کردند، از این‌رو در سال جاری و در آستانه سرسید حساب‌های مورد نظر، بانک مرکزی برای جلوگیری از خروج سپرده‌ها شرایط را برای آن‌ها این‌گونه مهیا کرد که سپرده‌ها را تا یک ماه دیگر تمدید کنند و بعد از آن خود سیاست جدیدی را در نظر بگیرد، اما تاکنون این اتفاق نیفتاده است.

می‌رسید، افتتاح شد. در حالی به نظر می‌رسید بعد از فاصله یک ماهه تعیین شده که یازدهم مهرماه بود، بانک مرکزی تصمیم جدید خود برای تعیین تکلیف این سپرده‌ها را اعلام کند که با وجود گذشت چند روز هنوز خبری در این باره نیست، حتی پیگیری موضوع از برخی مدیران ارشد بانکی در رابطه با این‌که آیا قرار است تغییری در نحوه دریافت سپرده‌ها و یا سودهای آن‌ها ایجاد شود، با این توضیح همراه بود که بانک مرکزی هنوز هیچ تصمیمی در این رابطه را اعلام نکرده است تا ما تکلیف این سپرده‌ها را بدانیم، این در حالی است که بعد از این یک ماه تمدید شده به‌طور طبیعی سپرده‌ها به مدت یکسال تمدید می‌شوند و تغییر ماهیت آن‌ها تا زمان سررسید ممکن نیست.

ماجرای سپرده‌های دوم تا یازدهم شهریورماه سال گذشته که برای امسال هم تمدید شد از این قرار است در شهریورماه سال ۱۳۹۶ با توجه به انحرافی که بانک‌ها از سود سپرده داشتند، بانک مرکزی طی

نماگر بازار سهام



اصلاح نظام بانکی چاره مهار ارز است

علی سرزعیم
اقتصاددان

در چهار ماهه اخیر، بازار ارز تلاطم‌های زیادی را تجربه کرده است. نرخ ارز از قیمت کمتر از ۴۰۰۰ تومان به بالای ۱۸ هزار تومان صعود کرده و در مقطعی کاهش یافت. این وضعیت نرخ ارز فشار عصبی روی توده مردم ایجاد و احساس درماندگی در برابر کاهش قدرت خرید و بی‌ثباتی اقتصاد را القا کرد. طبیعی است که انعکاس این وضعیت به شکل فشارهای سیاسی شدید بر دوش سیاستمداران مسئول باشد و آنان از هر سو تحت فشار باشند تا برای این وضعیت درمانی پیدا کنند. به همین دلیل پیوسته دانش‌آموختگان اقتصاد را فرا می‌خوانند تا راه حلی برای این مسئله پیدا کنند.

در ارزیابی این وضعیت باید گفت که در گذشته تثبیت نرخ ارز موجب شد تا نرخ ارز در اذهان مردم به عنوان شاخصی برای سنجش عملکرد اقتصاد و خصوصاً ثبات اقتصادی تلقی شود که در دانش اقتصاد اصطلاحاً به آن لنگر اسمی گفته می‌شود. یعنی مردم با نگاه به رفتار نرخ ارز انتظارات خود از اقتصاد را شکل می‌دهند.

در اینجا باید به چند نکته مهم اشاره کرد؛ نکته اول آن است که سیاستمدار نباید به ورطه عوامگرایی بیفتد. اگرچه مردم نسبت به نرخ ارز حساسیت فوق‌العاده دارند اما حساسیت سیاستمدار سیاستگذار باید به بیماری‌های اصلی باشد. به عنوان مثال وقتی دندان درد می‌گیرد گاه به گوش می‌زند. یک طبیب حاذق متوجه می‌شود که ریشه گوش درد در حوزه دندان است نه گوش! مشکل اصلی بی‌ثباتی اقتصادی، رشد فرآیندهای نقدینگی بر اثر بیماری نظام بانکی است. هر چقدر هم که ذخایر بانک مرکزی هزینه شود تا نرخ ارز کنترل شود، با رشد نقدینگی، همه رشته‌ها پنبه خواهد شد. تردیدی نیست که رشد شدید نقدینگی پیوسته تقاضایی برای ارز ایجاد می‌کند و این فشار تقاضا تعادل بازار ارز را برهم می‌زند. به تعبیر دیگر تا وقتی نظام بانکی یاد در اقتصاد می‌مهد، متغیرهای اسمی پیوسته باقی می‌مانند. مقصود از متغیرهای اسمی قیمت‌ها، نرخ ارز، نرخ بهره و حتی شاخص بورس است! پیش از دو دهه است که مشخص شده نرخ ارز در میان متغیرهای اسمی نوسان شدیدی (Excess Volati - ity) دارد، لذا نرخ ارز واکنش بیشتری به این رشد نقدینگی که به دلیل مشکلات نظام بانکی پیوسته بدون ارتباط به رشد اقتصاد ایجاد می‌شود نشان می‌دهد، لذا اگر قرار است راه حلی برای بازار ارز پیدا شود، الزام آن اصلاح نظام بانکی است. باید توجه داشت که اصلاح نظام بانکی و کل نظام بانکی در اختیار سیاستگذار است. در حالی که ارز پدیده‌ای است که یک سمت آن در دست بانک مرکزی آمریکاست و سیاستگذار ما کنترلی روی آن ندارد! طرز تاریخ آن است که سیاستگذار تمام تمرکز خود را روی امری گذاشته که کنترل کامل بر آن ندارد، اما بخشی که کنترل کامل بر آن دارد را نادیده می‌گیرد! این در واقعیت نواختن شیپور از سر گذاشت است.

نکته دوم این است که سیاستگذار باید تلاش کند تا در میان مدت لنگر اسمی را از نرخ ارز به متغیر دیگری در اقتصاد جابه‌جا کند. نرخ بهره جایگزین مناسبی برای این امر است، زیرا نرخ بهره تابعی از سیاست پولی است که بانک مرکزی می‌تواند کنترل خوبی روی آن داشته باشد و با فعال کردن بازار بدهی و تعمیق آن و اجرای عملیات بازار باز، این نرخ را تحت کنترل درآورد. خوشبختانه به تدریج نیز یک واگرایی میان رفتار نرخ ارز و عملکرد واقعی اقتصاد ایجاد خواهد شد و مردم خواهند دید که نرخ ارز شاخص مناسبی برای ارزیابی عملکرد اقتصاد نیست و انتظار می‌رود سیاست‌گذار نیز خود به دام این شکل از قضاوت فرو نماند.

نکته سوم این است که در کوتاه‌مدت سیاستگذار باید رشد شدید دلار در بازار آزاد را مهار کند. برای این مقصود لازم است چند اقدام صورت گیرد. در وهله اول دولت باید فرصت‌های سودآوری جذاب‌تری غیر از اسکناس ارز ایجاد کند. ایجاد بازار آتی ارز می‌تواند تقاضای سودآوری را از بازار اسکناس منحرف کند و بازار کوچک اسکناس که هم اینک نقش بازار رهبر و نرخ‌گذار برای کل بازار پیدا کرده را از فشار تقاضای سودآوری نجات دهد. ممکن است گفته شود که اگرچه در بازار آتی همه تسویه‌ها در سررسید انجام نمی‌شود و موقعیت‌ها قبل از سررسید بسته می‌شود، اما بالاخره بخشی از تسویه‌ها انجام خواهد شد و بازهم به اسکناس ارز نیاز خواهد بود. راه حل این مسئله نیز در تسویه ریالی بازار آتی است.

منبع: ایسنا

واکنش منفی بورس به کاهش ارزش دلار ادامه دارد

شاخص بورس باز هم فرو ریخت



فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در چهاردهمین روز مهرماه و پنجمین روز پس از کاهش قیمت دلار ۱۴۷۴ واحد دیگر فرو ریخت و در کانال ۱۸۴ هزار واحدی آرام گرفت. بازار سرمایه هرچند نخستین روز هفته را در کانال ۱۸۵ هزار واحد آغاز کرده و دو ساعت پس از انجام معاملات تا کانال ۱۸۹ هزار واحد هم ارتقا گرفت، اما در پایان ساعت کاری بیش از هزار واحد کاهش یافت و شاخص کل به ۱۸۴ هزار و ۸۵ واحد رسید.

واکنش منفی شاخص بورس نسبت به کاهش ارزش دلار در حالی ادامه دارد که رشد قبلی این شاخص از سوی بسیاری از کارشناسان به بازگیری دلار و انتظار مثبت از درآمد شرکت‌های صادراتی حاضر در بورس نسبت داده شده بود. هرچند برخی اصلاحات داخلی هم به عنوان عاملی مؤثر در رشد بورس موثر بوده، اما بیشتر از همه، این ارز بود که به رونق بازار سرمایه کمک می‌کرد. اکنون با افت نرخ ارز این احتمال وجود دارد که بازار سرمایه به بستر جذاب‌تری برای سرمایه‌های سرگردان و خرد تبدیل شود چراکه بازار ارز امتحان خودش را پس داده و نامطمئن و بی‌ثبات است، چنانچه به تعبیر عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکزی، خرید دلار و ارزهای خارجی سرمایه‌گذاری خوبی نیست و از همین رو، بانک مرکزی به دنبال طراحی جایگزین‌های بهتر برای سرمایه‌گذاری مردم است.

از سوی دیگر اما نگرانی از سوددهی شرکت‌های صادراتی ممکن است معامله سهام این شرکت‌ها را کساد کند. ضمناً باید در تحلیل آینده بورس به قیمت‌های جهانی محصولات صادراتی شرکت‌های بورسی ایران توجه کرد که به دلیل تنش‌های بین‌المللی از جمله تحریم‌های ۱۳ نوامبر و جنگ و دندان نشان دادن‌های تجاری قدرتهای اقتصادی بزرگ در معرض نوسان است.

رشد بانکی‌ها و افت خودرویی‌ها

به گزارش ایسنا، معامله‌گران بورس تهران در نخستین روز هفته شاهد رشد قیمت سهام‌ها در گروه بانک‌ها و موسسات اعتباری و افت قیمت در گروه فلزات اساسی و خودرو بودند. اگرچه دیروز با باز شدن معاملات بورس اوراق بهادار تهران شاخص کل روند صعودی را در پیش گرفت و تا عدد ۱۸۹ هزار و ۸۹۳ واحدی بالا رفت اما از ساعت ۱۰ به بعد شاخص کل روند نزولی به خود گرفت و از تراز ۱۸۵ هزار واحدی پایین‌تر رفت، در مجموع روز شنبه نسبت به آخرین روز کاری هفته گذشته نماگر اصلی بازار سرمایه ۱۴۷۴ واحد افت کرد و در تراز ۱۸۴ هزار و ۸۵ واحدی ایستاد.

شاخص کل هم‌وزن نیز با ۵۱۷ واحد افت رقم ۳۱ هزار و ۷۰۸ واحدی را تجربه کرد، در عین حال شاخص آزاد شناور ۱۹۰۲ واحد افت کرد و به‌رقم ۱۹۷ هزار و ۲۶۸ واحدی رسید؛ در عین حال شاخص بازار اول و بازار دوم نیز هر یک به ترتیب ۹۵۵ و ۳۵۶۲ واحد افت کردند. فولاد مبارک اصفهان، ملی صنایع مس ایران و پتروشیمی پارس هر

یک به ترتیب ۲۸۳، ۲۱۲ و ۱۲۰ واحد تاثیر کاهنده روی شاخص‌های بازار داشتند اما در طرف مقابل گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید، پالایش نفت اصفهان و توسعه معادن و فلزات سه نمادی بودند که سعی کردند نماگر بازار را در تراز بالاتری قرار دهند، هر یک از این نمادها ۱۵۹، ۱۵۷ و ۱۲۶ واحد تاثیر افزایش‌دهنده روی شاخص کل داشتند.

در گروه فلزات اساسی بیش‌ترین سهم‌ها با کاهش قیمت مواجه شدند؛ هرچند که این کاهش نسبت به رشد هفته گذشته قیمت چندین چشم‌گیر نبود. در گروه محصولات شیمیایی نیز بیش از نیمی از سهم‌ها با کاهش قیمت مواجه شدند و تک‌سهم‌هایی هم یک الی دو درصد رشد قیمت را تجربه کردند.

اما در گروه بانک‌ها و موسسات اعتباری روند قیمت سهام‌ها عمدتاً افزایشی بود البته سرعت رشد قیمت‌ها در بسیاری از نمادها زیاد نبود. خودرویی‌ها نیز با افت قیمت مواجه شدند و اکثراً یک تا سه درصد کاهش قیمت داشتند. ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۱۸۶۸ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات این بازار رقم ۱۶ میلیارد سهم و اوراق مالی را رد کرد. همچنین تعداد معاملات به رقم ۳۲۱ هزار و ۹۹۳ رسید.

شاخص کل فرابورس نیز ۵۴ واحد افت کرد و تا تراز ۲۱۰۹ واحدی پایین آمد. ارزش معاملات این بازار رقم ۱۰۰۸ میلیارد تومان را رد کرد و حد معاملات به رقم ۱۶ میلیارد سهم و اوراق مالی رسید.

تمدید آگهی تجدید برگزاری مناقصه عمومی بهمراه ارزیابی کیفی شماره: ۳/۱۷۳/۲۷۵



شرکت گاز استان هرمزگان در نظر دارد مناقصه خدمات نشت یابی شبکه های شهری و روستایی، انشعابات تجاری و خانگی، خطوط تغذیه و تاسیسات، تقلیل فشار و اندازه گیری گاز تحت بهره برداری شرکت گاز استان هرمزگان را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای و انعقاد قرارداد، به بیمانکار واجد شرایط به شرح ذیل واگذار نماید

۱- موضوع خدمات مناقصه: انجام خدمات نشت یابی ۴۴۵۹ کیلومتر خطوط تغذیه و توزیع، شبکه های گازرسانی و ۹۵ مورد ایستگاه های مختلف در سطح استان هرمزگان

۲- مدت قرارداد: ۳۶۵ روز تقویمی

۳- نوع و مبلغ ضمانتنامه شرکت در فرآیند ارجاع کار: ضمانت نامه های مقرر در جداول آیین نامه تضمین معاملات دولتی - مبلغ ضمانتنامه: ۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۴- نام و نشانی مناقصه گزار: شرکت گاز استان هرمزگان به نشانی: بندرعباس- بلوار گاز- شهرک فجر- شرکت گاز استان هرمزگان

۵- تاریخ تحویل و بازگشت اسناد ارزیابی کیفی: مناقصه گران بایستی حداکثر یک هفته پس از تاریخ انتشار آگهی نسبت به تکمیل و ارائه اسناد ارزیابی کیفی اقدام نمایند(به مدارک ارزیابی ارائه شده در بعد از موعد مقرر هیچگونه ترتیب آثری داده نخواهد شد)

۶- تاریخ تحویل اسناد مناقصه به شرکتها و جلسه بازگشایی پاکت: متعاقباً بعد از ارزیابی کیفی به اطلاع شرکت‌هایی که حائز حداقل امتیاز طبق اسناد ارزیابی کیفی جهت شرکت در مناقصه شده باشند خواهد رسید.

۷- شرکتها میتوانند با مراجعه به پایگاه ملی مناقصات به نشانی ذیل و یا با پرداخت فیش بانکی به مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ هزار ریال(سیصد هزار ریال) به شماره حساب ۳۱۰۱۵۳۳۰۷۲ نزد بانک ملت به نام شرکت گاز استان هرمزگان و مراجعه حضوری فرمهای ارزیابی کیفی را دریافت نمایند.

۸- مدت اعتبار پیشنهادها ۹۰ روز تقویمی از تاریخ عودت اسناد مناقصه که در فراخوان ذکر شده است میباشد.

۹- کلیه اعتبار بایستی دارای کد اقتصادی و شناسه ملی اشخاص حقوقی ایرانی و دارای ظرفیت خالی برای انجام کار باشند.

۱۰- به این مناقصه پیش پرداخت تعلق نمی گیرد.

۱۱- به منظور ارزیابی مالی پیشنهادات از دستورالعمل حذف پیشنهادات نامتناسب استفاده می گردد.

۱۲- هزینه آگهی روزنامه ها، به‌عهده برنده مناقصه می باشد.

۱۳- حداقل رتبه قابل قبول جهت شرکت در مناقصه: رتبه ۲ مشاور بازرسی فنی یا رتبه ۵ تاسیسات و تجهیزات یا رتبه ۵ نفت و گاز از سازمان برنامہ و بودجه و گواهینامه صلاحیت ایمنی از اداره کار

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت پایگاه ملی مناقصات به آدرس: <http://www.ijets.mporg.ir> و یا مراجعه حضوری به نشانی شرکت (ردیف ۴) دفتر امور قراردادهای مراجعه و یا با تلفن ۰۷۶۳۲۱۹۷۲۳۴ تماس حاصل نمایند.

روابط عمومی شرکت گاز استان هرمزگان

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۳۲۰۸

۱۰۸

تجدید فراخوان ارزیابی کیفی



اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی راه آهن جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی با موضوع « خرید و نصب ۵۵ قلم قطعات مکانیکی سیستم های علامتی در ایستگاههای مراکز ادارات کل راه آهن » را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شماره ۲۰۰۹۷۱۴۹۴۰۰۰۰۲۲ با شرایط زیر برگزار نماید.

دارا بودن مجوز تولید از وزارت صنعت، معدن و تجارت الزامی می باشد. در ضمن قیمت‌ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار ۲۶۵۰،۲۵۴۶۰۰ ریال و مدت اعتبار ضمانتنامه شرکت در فرآیند ارجاع کار ۳ ماه بوده و به مدت ۳ ماه دیگر قابل تمدید می باشد.

کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار فراخوان در سامانه روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۵ می باشد. اطلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه ستاد به مناقصه گران ارسال خواهد شد.

مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: ساعت ۱۹ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۲۳

مهلت ارسال پاسخ استعلام ارزیابی کیفی: ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۱۲

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار: آدرس تهران- میدان آرژانتین- خیابان آفریقا- ساختمان مرکزی راه‌آهن ج۱۱- طبقه پانزدهم- اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی-امور قراردادهای

اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی راه آهن جمهوری اسلامی ایران

م.الف ۲۲۶۳

اخبار



کاهش ۲۵ درصدی دریافت شیر خام به کارخانه‌های لبنی صحت ندارد

معاون امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی گفت تعداد خریداران افزایش یافته و به همین خاطر کارخانه‌ها تصور می‌کنند که تولید شیر خام در کشور کم شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مرتضی رضایی در حاشیه روز ملی دامپزشکی در جمع خبرنگاران درباره آخرین تصمیمات دولت در زمینه واردات شیرخشک، اظهار کرد: هنوز این مسئله نهایی نشده و انتظار می‌رود که طی روزهای آتی تعیین تکلیف شود.

وی در پاسخ به سوال باشگاه خبرنگاران جوان، مبنی بر آنکه دبیر انجمن صنایع لبنی ادعا می‌کند دریافت شیر روزانه کارخانه‌های لبنی ۲۰ تا ۲۵درصد کاهش یافته است، افزود: این امر صحت ندارد، چرا که تعداد خریداران شیر خام افزایش پیدا کرده و همین امر موجب شده تا ورودی شیر برخی کارخانه‌ها کاهش یابد.

رضایی ادامه داد: به عنوان مثال اگر در گذشته ۲۰کارخانه اصلی شیر خام را از دامداران خریداری می‌کردند، هم‌اکنون تعداد این کارخانه‌ها به ۴۰مورد افزایش یافته است و همین امر موجب شده که جذب شیر خام از سوی برخی کارخانه‌ها کاهش یابد و اینگونه نیست که تمامی شیر خام تولیدی دامداران جذب صنایع شیرخشک شود.

معاون وزیر جهاد کشاورزی با تأکید بر این مسئله که شیر خام به اندازه کافی در کشور وجود دارد، گفت: با توجه به وضعیت کنونی تولید نیازی به واردات شیرخشک نداریم.

رضایی در پایان درباره ضرورت لغو ممنوعیت صادرات شیرخشک تصریح کرد: با توجه به مزاد یک میلیون تنی شیر خام موضوع ممنوعیت صادرات باید لغو گردد تا شیر خام مزاد در قالب‌های مختلف همچون شیرخشک از کشور صادر شود.

جزو ۱۰ کشور اول تولیدکننده گوشت مرغ و تخم‌مرغ در دنیا هستیم

حجتی گفت هم‌اکنون یکی از صادرکنندگان بزرگ لبنیات در منطقه هستیم، ضمن آنکه جزو ۱۰ کشور اول تولیدکننده گوشت مرغ و تخم‌مرغ در دنیا به شمار می‌رویم.

به گزارش خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان، محمود حجتی وزیر جهاد کشاورزی در مراسم روز ملی دامپزشکی با انتقاد از سهم کم‌رنگ دامپزشکان در فرهنگ عمومی، اظهار کرد: در سطح فرهنگ عمومی نقش و سهم دامپزشکان آنطور که باید و شاید در فرهنگ عمومی گفته نشده یا کمتر مورد توجه قرار گرفته است،

در حالی که آنها سهم بالایی در سلامت جامعه دارند.

وی افزود: با توجه به آنکه دامپزشکان سهم بالایی در سلامت جامعه دارند اما کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند، درحالی‌که غفلت آنها می‌تواند آثار زیانباری به سلامت جامعه وارد کند.

به گفته وزیر جهاد کشاورزی، نقش بالای دامپزشکان در اقتصاد جامعه علاوه بر پایداری اقتصاد موجب شد ارزش تولیدات دامی از ۱۵میلیارد دلار فراتر رود.

حجتی درباره آخرین وضعیت آنفلوآنزای حاد پرندگان در کشور بیان کرد: در چند سال گذشته با آنفلوآنزای حاد پرندگان روبه‌رو بودیم که این بیماری در سال گذشته به اوج خود رسید و آثار سبونی بر واحدهای تولیدی وارد کرد که تا سال‌های سال نمی‌توان خسارت وارده بر واحدها را جبران کرد.

به گفته وی، شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان و اثری که بر تولید ملی گذاشت، موجب شد خانوارها با قیمت بالایی تخم مرغ را خریداری کنند که کم‌اکنون شاهد افزایش قیمت تخم‌مرغ در بازار هستیم و این در حالی است که به نقش دامپزشکان توجه عملی نداریم.

سازمان دامپزشکی از کمبود اعتبارات رنج می‌برد

وزیر جهاد کشاورزی با اشاره به اینکه سازمان دامپزشکی از کمبود منابع و اعتبارات رنج می‌برد، گفت: در شرایط کنونی آنطور که باید و شاید نتوانستیم واکنس مورد نیاز کشور را تولید و تکثیر کنیم که این امر دلیل بر بی‌دانشی نیست، بلکه ناشی از کمبود توجه به این بخش است.

وزیر جهاد کشاورزی در پایان با اشاره به اینکه در سال‌های گذشته واردکننده لبنیات بودیم، تصریح کرد: این در حالی است که هم‌اکنون یکی از صادرکنندگان بزرگ منطقه هستیم، ضمن آنکه جزو ۱۰ کشور اول تولیدکننده گوشت مرغ و تخم‌مرغ در دنیا به شمار می‌رویم که این صنعت روز به روز در حال گسترش است و به هر حال انتظار می‌رود که نارسایی‌های موجود از سوی دستگاه‌های ذی‌ربط همچون مجلس، دولت و ... مرتفع گردد.

صادرات گوجه فرنگی گلخانه بهانه‌ای برای دور زدن قانون

یک مقام مسئول گفت طی نامه‌ای به رئیس سازمان توسعه تجارت خواستار ممنوعیت صادرات گوجه فرنگی گلخانه تا اطلاع ثانوی شدیم، تا برخی افراد به بهانه این مصوبه قانون را دور زنند. رضا نورانی، رئیس اتحادیه صادرکنندگان محصولات کشاورزی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از صادرات گوجه فرنگی گلخانه اظهار کرد: بنابر مصوبه اخیر صادرات گوجه فرنگی گلخانه هیچ‌گونه محدودیتی ندارد، اما به سبب شفاف نبودن قانون ممکن است سوءاستفاده‌هایی در این میان رخ دهد به طوری‌که هر گوجه فرنگی به بهانه گوجه فرنگی گلخانه از مرزها خارج شود. وی افزود: در چند روز اخیر طی نامه‌ای به رئیس سازمان توسعه تجارت خواستار ممنوعیت صادرات گوجه فرنگی گلخانه تا اطلاع ثانوی شدیم، تا برخی افراد به بهانه این مصوبه قانون را دور زنند. نورانی از کاهش تولید گوجه فرنگی در سال جاری خبر داد و گفت: با وجود ممنوعیت صادرات گوجه فرنگی، قیمت محصول در بازار کاهش چشمگیری نداشته است و هم‌اکنون با نرخ ۴ تا ۵ هزار و ۵۰۰تومان در سطح شهر عرضه می‌شود که این امر به کاهش تولید در سال جاری باز می‌گردد.

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران آنچه موجب کمبود گوشتی بازار شد را غیبت فعالان صنف در تجارت دانست و گفت اکنون موانع مقرراتی سر راه شرکت‌ها وجود ندارد. و هر نمایندگی رسمی می‌تواند برای واردات گوشتی ثبت سفارش کند و گوشتی بیاورد. به گزارش ایسنا، مجتبی خسروتاج - معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت - روز گذشته در نمایشگاه تلکام در پاسخ به سوالی درباره موانع واردات گوشتی توسط شرکت‌ها که موجب ایجاد عدم تعادل بین عرضه و تقاضا شده، بیان کرد: واردکنندگان موبایل در گذشته دو گروه بودند؛ یک سری از شرکت‌ها از سازندگان موبایل‌های مشهور در دنیا نمایندگی رسمی داشتند. یک سری از واردکنندگان هم خدمات پس از فروش برای برند ایل می‌دادند. وی ادامه داد: این دو گروه در کشور وجود داشتند اما پس از تخلفاتی که در گران‌فروشی انجام دادند و اکثر آن‌ها اکنون در مراحل بازجویی هستند، بخش عمده‌ای از آنان قادر به ارائه خدمات نیستند. به همین دلیل غیبت‌شان باعث کمبود در بازار شد.

رئیس سازمان توسعه تجارت در ادامه با بیان اینکه شرکت‌های خارجی هم نمی‌توانند هر لحظه نمایندگی‌شان را عوض کنند، افزود: سازنده موبایل‌های مشهور نمی‌توانند نمایندگی‌های خود را سریع عوض کنند، مگر اینکه زمان داشته باشند. البته ما مانعی برای اینکه شرکت‌ها نمایندگی شرکت‌های خارجی را بگیرند، نداریم و دستورالعمل و چارچوب آن در مرکز امور اصناف وجود دارد. شرکت‌ها می‌توانند مدارک را ارائه دهند و بعد از آن، مشخص می‌شود که از کدام شرکت آسیایی برای خدمات پس از فروش نمایندگی گرفته‌اند.

خسروتاج با تأکید بر لزوم تسریع فرآیند واردات اظهار کرد: مانعی در این زمینه وجود ندارد، اما این فرآیند باید تسریع شود؛ باید مشکلات شرکتی که مراجعه می‌کند و می‌گوید نماینده یک شرکت خارجی است، سریع‌تر حل شود. آنچه پیش از این باعث کمبود کالا شد، غیبت فعالان صنعت در تجارت بود.

وی با بیان اینکه موانع مقرراتی سر راه واردات وجود ندارد، گفت: هر نمایندگی رسمی می‌تواند ثبت سفارش و گوشتی وارد کند. اکنون متقاضی‌ها مشکلی ندارند. کسانی که بازداشت شدند هم شرکت‌هایی بودند که ارز رسمی ۴۲۰۰ تومانی گرفته بودند اما در بازار به روش رعایت قیمت‌های مصوب عمل نکردند.

واردات گوشتی با ارز نیما

رئیس سازمان توسعه تجارت ادامه داد: امروز که دیگر ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات گوشتی نداریم و واردات از محل ارز گروه دوم و سامانه نیما انجام می‌شود و ضوابط خاص خود را دارد. بنابراین احتیاجی به قانسون جدید نداریم. دستورالعمل اینکه چگونه مجوز نمایندگی‌ها صادر شود و اسناد و مدارک لازم، مشخص است. شرکت‌ها می‌توانند به مرکز امور اصناف مراجعه کنند و در صورت کند بودن روند فرآیند این موضوع را اطلاع دهند.

وی با بیان اینکه به دلایل شرایط امروز کشور در بخش روابط بین‌المللی باید با احتیاط و برنامه جلو رفت، افزود: باید به نحوی عمل کنیم که کشور با مشکل کمبود منابع در تامین کالا مواجه نشود. اولویت‌گذاری برای کالاهای وارداتی ضروری است زیرا نرخ ارزی که

فرماندار شهرستان ملایر نیز در این رابطه گفت: عمده‌ترین مشکل واحدهای تولیدی کشمش‌پاک‌کنی ملایر ثبت صادرات در سامانه نیما است که موضوع به استاندار همدان منعکس شده و مسأله خیلی حاد و نگران‌کننده‌ای نیست و امیدواریم هرچه زودتر حل شود.

باب‌الله فتحی افزود: تلاش ما بر این است تا مسائلی که در ثبت صادرات در سامانه نیما به وجود آمده، حل کنیم تا موجب نشود خسارتی به کشاورزان و باغداران وارد شود. وی تأکید کرد: پیگیری‌های لازم را برای حل این مشکل انجام می‌دهیم چرا که زحمت اصلی بر دوش باغداران است و هم‌اکنون که انگور ملایر با ظرفیت بالای تولید در آستانه ثبت جهانی است، باید به سمتی برویم که باغداران ما متضرر نشوند.

چوب دولت لای چرخ کارخانجات کشمش پاک‌کنی

مدیرعامل شرکت تیزاب تاک ملایر نیز با اشاره به اینکه وابستگی شغل ما به حمایت دولت‌مردان و دستگاه‌های اجرایی زیاد است، مشکلات موجود در حوزه صادرات انگور و کشمش ملایر را برشمرد. بهرام حاتمی که ۹ سال پیاپی به عنوان صادرکننده نمونه استانی معرفی شده و در این میان رتبه برتر کشوری را نیز داراست، در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در زمینه صادرات کشمش ۳۰ سال سابقه فعالیت داریم و با ظرفیت تولید سالانه ۴ هزار تن کشمش، طی این سال‌ها محصول خود را به کشورهای اروپایی و حوزه خلیج فارس نظیر اوکراین، روسیه، بلاروس، آلمان، امارات، قطر و عراق صادر کرده‌ایم.

نمایندگی‌ها مانعی برای واردات ندارند



برای واردات و تجارت کشور اختصاص پیدا می‌کند، با نرخ ارز در بازار متفاوت است. بنابراین باید این کنترل‌ها را برای واردات انجام داد و این از ویژگی سیاست‌های چند نرخی ارز است. وی با بیان اینکه نظام کنترلی یکی از ویژگی‌های نظام دو نرخی ارز است، بیان کرد: سیاست‌های چند نرخی می‌تواند برای سودجویان برای خروج ارز انگیزه ایجاد کند. البته این کنترل‌ها برای فعالان اقتصادی دردآور است و آن‌ها می‌خواهند کنترل‌ها حداقل باشد. هنر ما این است که ضمن نگهداری از نرخ ارز و کنترل، متقاضیان با حداقل زحمت نیاز خود را تأمین کنند.

خسروتاج درباره نقش مخابرات و آی‌تی در زمینه واردات توضیح داد: مخابرات و فناوری اطلاعات ازبرری بالایی ندارند و عمدتاً تکیه‌شان بر منابع و تخصص انسانی است و تجهیزات و امکاناتی که نیاز دارند، در مقایسه با کالاهای اساسی رقم بالایی نیست. در نمایشگاه تلکام برخی اشاره کردند که در واردات برخی از تجهیزات سرعت لازم وجود ندارد. به همین دلیل ما از مدیری‌ت‌ها در وزارتخانه می‌خواهیم که کانال خارجی برای رسیدگی به تجهیزات مخابراتی رسیدگی شود.

رئیس سازمان توسعه تجارت در ادامه خاطر نشان کرد: در صورتی که نمونه داخلی تجهیزاتی که می‌خواهد وارد شود، وجود نداشته باشد، بعید است مشکلی در مراحل فرآیند واردات ایجاد شود، مگر اینکه تولید داخل وجود داشته باشد که در آن صورت باید واردات را کنترل کرد. در این زمینه برای سامانه نیما و منابع ارزی اولویت‌گذاری می‌شود که هر دستگاه چقدر می‌تواند از ظرفیت استفاده کند.

سایه سنگین «نیما» بر سر صادرکنندگان کشمش

وی با اشاره به مشکلاتی که سایت نیما برای صادرکنندگان کشمش ایجاد کرده است، گفت: این سامانه برای فعالیت بخش کشاورزی نه تنها مناسب نیست بلکه سد و مانعی بزرگ برای کار ما محسوب می‌شود. حاتمی با تأکید بر اینکه محصولات کارخانجات کشمش‌پاک‌کنی با محصولات کارخانجات بزرگ مثل پتروشیمی، خودروسازی، شرکت‌های دولتی و ... فرق می‌کند، عنوان کرد: ما سرمایه‌گذاران و فعالان خصوصی در حوزه صادرات غیرنفتی هستیم و در واقع بازران یاری‌کننده دولت در بخش اقتصاد محسوب می‌شویم.

وی ادامه داد: از آنجا که با سرمایه شخصی در تلاش هستیم تا چرخ‌های اقتصادی کشور را بچرخانیم، بنابراین انتظار داریم دولت حمایت معنوی و مادی بیشتری از ما داشته باشد نه اینکه مقابل فعالیت ما سنگ‌اندازی کند.

این صادرکننده نمونه استان با گلایه از اینکه تمام تجهیزات و امکانات را با دلار به صورت نرخ روزانه محاسبه می‌کنند، خاطر نشان کرد: محصولات کشاورزانی را خریداری می‌کنیم که عمدتاً فقر ضعیف جامعه هستند و حاصل تلاش یک‌ساله‌شان است و انتظار دارند پول محصول را سریع دریافت کنند و البته حق هم دارند.

مدیرعامل شرکت تیزاب تاک ملایر با اشاره به سایه سنگین سایت نیما روی سر کارخانجات و کشاورزان، ادامه داد: طی سال جاری دولت نه‌تنها کمکی به ما نکرده بلکه با طراحی کارشناسی‌شده این سایت چوب لای چرخ ما گذاشته است.

کدام کشورها مشتری پروپاقرص فرش ایران هستند؟

بخش فرش داریم چون تولید فرش زان‌بر و هزین‌بر است و به‌همین دلیل باید به بافندگان و تولیدکنندگان که این زمان را طی می‌کنند تسهیلات بیش‌تری پرداخت شود. وی با بیان اینکه بانک توسعه تعاون در مدت دو سال گذشته تلاش بسیاری برای احیا و تجهیز کارگاه‌های قالبیابی کرد، گفت: با مساعدت بانک توسعه تعاون حدود ۲۱۲۰ کارگاه قالبیابی را با اعطای تسهیلات بانک تجهیز و خرید آن‌ها توسط اتحادیه را ضمانت کردیم. این حرکت بسیار خوبی بود که صورت گرفت و امیدواریم در سال‌های آینده همچنان تداوم داشته باشد. این‌فعال بازرگانی در پایان به آمار قالبیابان و بافندگان فرش دستباف در کشور اشاره کرد و گفت: در بخش فرش دستباف شهری و روستایی بیش از ۳۵۰ هزار نفر عضو تعاونی‌های شهری و روستایی هستند و ۱۱۳ هزار نفر نیز در عضویت تعاونی‌های زیرمجموعه وزارت تعاون قرار دارند. براساس آمار مرکز آمار ایران، یک میلیون بافنده در کشور فعالیت می‌کنند ولی متأسفانه مشکل بیمه بسیاری از آن‌ها هنوز حل نشده و قالبیابان نمی‌توانند از مزایای بیمه بهره‌مند شوند. به گزارش ایسنا، براساس آیین‌نامه اجرایی قانون بیمه‌های اجتماعی قالبیابان، بافندگان فرش و شاعلان صنایع دستی شناسه‌دار مصوب سال ۱۳۸۸، همه بافندگان کشور می‌توانند با دریافت گواهی از سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و تایید ادارات صنعت، معدن و تجارت، از مزایای بیمه تأمین اجتماعی بهره‌مند شوند. دولت در لایحه بودجه سال ۱۳۹۶ در بخش توزیع اعتبارات برای بیمه قالبیابان رقم ۳میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان را پیشنهاد کرد؛ رقمی که سال‌ها در بودجه‌های سنواتی کشور تصویب می‌شود اما به دلیل کافی نبودن به نتیجه نمی‌رسد و جمع زیادی از بافندگان از دریافت آن محروم می‌مانند. بر برنامه ششم توسعه دولت مکلف شده توسعه و ایجاد خانه فرش در بازارهای هدف، ارتقای کیفیت تولید، سفارش‌پذیری و حمایت از ایجاد و توسعه و تجهیز کارگاه‌های متمرکز و غیرمتمرکز اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی فرش دستباف روستایی و شهری کشور را در دستور کار قرار دهد.



اخبار

وظیفه شورای رقابت ایجاد رقابت در صنعت خودرو است نه قیمت گذاری

عضو هیات مدیره سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان گفت شورای رقابت باید زمینه‌های رقابت را در این صنعت ایجاد کند، نه اینکه اقدام به قیمت‌گذاری خودرو کند. به گزارش پرسشین خودرو، شهرام میرآخوخلو شامگاه جمعه در برنامه مناظره که از شبکه یک سیما با موضوع «قیمت‌گذاری و فروش خودروهای داخلی» پخش شد، گفت: صنعت خودرو یکی از صنایع مادر است؛ چرا که این صنعت به طور مستقیم و غیرمستقیم با بسیاری از صنایع از جمله فولاد، مس، آلومینیوم، پتروشیمی و ... در ارتباط است. میرآخوخلو در خصوص مزایا و معایب قیمت‌گذاری در صنعت خودرو اظهار داشت: عمدتاً قیمت‌گذاری بر روی محصولاتی انجام می‌شود که دولت‌ها در این زمینه قصد حمایت از مردم را دارند و از نسوی دیگر در تلاش هستند تا از ایجاد انحصار جلوگیری کنند.

وی افزود: با توجه به مشکلات موجود در صنعت خودروسازی کشور برای بالابردن میزان تولید و کاهش هزینه‌ها، باید دو خودروساز کشور ادغام شوند. این مسئول با اشاره به این که بیش از ۵۰ سال از عمر صنعت خودروی کشور می‌گذرد، گفت: حمایت از تولید به حمایت از مصرف‌کننده نهایی منجر می‌شود، بنابراین باید تلاش کنیم تا از صنایع مختلف از جمله صنعت خودروی کشور حمایت‌های لازم صورت گیرد. وی همچنین با بیان این مطلب که در سال‌های گذشته قیمت‌گذاری خودرو از وزارت صنعت گرفته شده است و به شورای رقابت سپرده شده اذعان داشت: شورای رقابت باید زمینه‌های رقابت را در این صنعت ایجاد کند، نه این که اقدام به قیمت‌گذاری خودرو کند. عضو هیات مدیره سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان درخصوص پیش‌فروش‌های صورت گرفته در صنعت خودروی کشور در هفته‌های گذشته ادامه داد: پیش‌فروش خودرو رویه‌ای مشخص دارد و براساس قانون خودروسازها باید بخشی از تولید خود را پیش‌فروش کنند، بنابراین یک خودروساز نمی‌تواند ابتدا اقدام به تولید خودرو کرده و بعد از آن اقدام به فروش خودرو کند؛ به همین دلیل با پیش‌فروش خودرو به نوعی استمرار عرضه نیز اتفاق می‌افتد.

علت گرانی خودرو و قطعات آن چیست؟

یک تولیدکننده قطعات صنعتی و لاستیکی گفت تامین نیاز از منابع و مواد اولیه داخلی و موضوعات دیگری همچون حمل‌ونقل، حقوق و دستمزد، نرخ تسهیلات بانکی، معوقات و بدهکاری‌ها را می‌توان از عوامل گرانی خودرو و قطعات آن عنوان کرد. عبدالله یزدان‌بخش در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص وضعیت بازار قطعات با وجود تحریم‌های اخیر، اظهار کرد: عوامل مؤثر بر تحریم‌ها دارای ابعاد مختلفی است که به صورت تهدید و فرصت نمود پیدا می‌کند. وی افزود: کمبود قطعات خودرویی درصد زیادی فرصت ایجاد کرده که باعث مورد توجه قرار گرفتن تولیدکننده داخلی شده و با رفع مشکلات در این زمینه می‌توان شاهد حضور فعالانه و توسعه فعالیت آنان باشیم. این تولیدکننده قطعات صنعتی و لاستیکی درخصوص علت گرانی در زمینه قطعات خودرو، خاطرنشان کرد: گرانی در هر زمینه از جمله قطعات خودرو به دلیل تحریم، افزایش نرخ ارز، قطع روابط اقتصادی و تجاری و بین‌المللی، جوسازی و حباب‌هایی است که باعث به وجود آمدن فشارهای اقتصادی شده که هر کدام از موارد فوق قابل تجزیه و تحلیل خاص در این زمینه است. یزدان‌بخش درباره دوره جدید تحریم‌ها و مشکلات موجود در زمینه صادرات، تصریح کرد: در اصل تحریم یعنی فشار آوردن به اقتصاد و دولت یا جنگ اقتصادی و باتوجه به اینکه اقتصاد ما وابستگی بسیار زیادی به نفت دارد به همین جهت شدت و تأثیر بیشتری را حس خواهیم کرد و امیدواریم دولت تمهیدات مقابله‌ای لازم را پیش‌بینی کرده باشد. وی درباره وابستگی داخلی و خارجی در زمینه تامین قطعات مورد نیاز خود در زمینه ساخت خودرو، بیان کرد: در حال حاضر در بخش‌های مختلف صنعتی مخصوصاً خودروسازی تامین قطعات مورد نیاز با کاهش رو به رو شده است که امری طبیعی است. این تولیدکننده قطعات صنعتی و لاستیکی ادامه داد: در صنایع خودروسازی دنیا، تولید تمام قطعات صرفه اقتصادی ندارد، بنابراین واردات و صادرات در یک بحران اقتصادی بالا باید به گونه‌ای دیگر مورد توجه قرار داد و راهکارهای مناسب شرایط را پیشنهاد کرد، بنابراین در این شرایط تولیدکنندگان داخلی تلاش می‌کنند تا کاستی‌ها را پوشش داده تا بیشترین تامین از منابع صورت پذیرد. یزدان‌بخش درخصوص تأثیر گرانی قطعات در افزایش قیمت خودرو، خاطرنشان کرد: با توجه به اینکه خودرو و قطعات آن درصدی ارزبری دارند، تامین نیاز از منابع و مواد اولیه داخلی و موضوعات دیگری همچون حمل‌ونقل، حقوق و دستمزد، نرخ تسهیلات بانکی، معوقات و بدهکاری‌ها را از عوامل گرانی خودرو و قطعات خودرویی است.

تصمیمی درباره سهمیه‌بندی بنزین گرفته نشده است

سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس گفت تا به امروز تصمیمی درخصوص افزایش قیمت بنزین، دو نرخ شدن و سهمیه‌بندی گرفته نشده است، اما اگر چنانچه مصرف بنزین همچنان بالا رود و قاچاق نیز ادامه داشته باشد دولت در این زمینه باید تصمیماتی بگیرد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، اسدالله قره‌خانی با اشاره به آخرین وضعیت قیمت بنزین بیان کرد: تاکنون هیچ تصمیمی در خصوص افزایش قیمت بنزین گرفته نشده است. البته زرمزه‌ها و شایعاتی در این زمینه وجود دارد و واقعیتی که وجود دارد این است که از زمانی که وضعیت دلار این چنین شده است قاچاقچیان به تکاپو افتاده و شروع به قاچاق بنزین کرده‌اند. وی در ادامه گفت: در بخش سوخت گازوئیل از آنجا که کامیون‌داران کارت سوخت دارند و براساس پیمایش دریافت سوخت دارند تا اندازه‌ای موضوع قاچاق کنترل شده است، اما در بخش بنزین متأسفانه در این ایام سطح قاچاق افزایش پیدا کرده است. این عضو کمیسیون انرژی مجلس در ادامه گفت: از سوی دیگر میزان مصرف بنزین افزایش یافته است. اگر چنانچه مصرف بنزین همچنان بالا برود و از طرف دیگر قاچاق بنزین ادامه یابد دولت باید تصمیماتی در این زمینه بگیرد، تا بتواند مصرف سوخت را مدیریت کند. آنچه که به ذهن می‌رسد و در جلسات نیز بیان می‌شود اجرایی کردن کارت سوخت است که این امر قطع به یقین تصمیمات دیگری را نیز می‌طلبد که بحث سهمیه‌بندی و دو نرخ کردن است، اما آنچه که تا الان بنده اطلاع دارم تصمیمی در این زمینه گرفته نشده است.



آزادسازی قیمت خودرو و عدم نظارت شورای رقابت ناکارآمد است و در نهایت به ضرر مردم تمام خواهد شد.

راه کنترل سوداگری در بازار خودرو

سوداگری در هر بازاری تبعات زبانباری بر جای می‌گذارد. در بازار خودرو نیز همانند بازار مسکن، ارز و طلا آثار سوداگری آشکار است. به منظور حذف و یا کاهش سوداگری در بازار خودرو، راه‌های متنوعی پیشنهاد شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد راهکارها بیش از آن که سلبی باشند، باید زمینه سوداگری را از بین ببرند تا فعالیت‌های سوداگرانه در مقابل فعالیت مولد صرفه اقتصادی نداشته باشد.

از جمله اقدامات اثرگذار در کاهش سوداگری در بازار خودرو و حمایت از تقاضای مصرفی واقعی، جلوگیری از امکان فروش محصولات خریداری شده تا یک زمان مشخص است، این پیشنهاد می‌تواند با اخذ مالیات تکمیل شود. مالیات فقط برای کسب درآمد دولت وضع نمی‌شود، بلکه انگیزه وضع مالیات می‌تواند تخصیص و هدایت بهینه منابع و کاهش نابرابری‌ها نیز باشد.

به عنوان نمونه دولت می‌تواند فروش خودروی صفر تا یک سال پس از خرید آن را ممنوع نماید و در صورتی که به هر دلیل خریدار مایل به فروش باشد، از مابه‌التفاوت قیمت فروش یا قیمت خرید، مالیات دریافت کند؛ مالیاتی که تحت عنوان مالیات بر عایدی سرمایه شناخته می‌شود.

شود تا مصرف‌کنندگان ضرر نینند لذا در این خصوص سازمان حمایت صلاحیت بیشتری دارد.

عضو هیات مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت همچنین درخصوص حضور خودروسازان در بازار آزاد گفت: چنانچه خودروسازان به بازار ورود کنند تابع بازار خواهند شد و شبهاتی مطرح می‌شود که خودروسازان با تزریق و یا عدم تزریق خودرو تغییراتی را در بازار به وجود می‌آورند و خودروسازان نیز معتقدند سودی که از فروش خودروی ۱۲۰ میلیونی با قیمت ۲۰۰ میلیون در بازار نصیب دلالتان می‌شود آن‌ها ببرد لذا در نهایت مصرف‌کننده زیان خواهد دید.

خالقی تأکید کرد: خودروسازان باید نحوه توزیع و اطلاع‌رسانی را اصلاح کنند و محدودیت کالا نباید به بازار سایه دامن بزند لذا چنانچه فروش محصولات در بازار آزاد منجر به افزایش کیفیت محصولات و خدمات پس از فروش شود مانعی ندارد اما تجربه نشان داده که این اتفاق نخواهد افتاد و سود حاصل پوششی برای ناکارآمدی مدیریتی و مالی این بنگاه‌ها خواهد بود. وی در پایان تصریح کرد: با حضور خودروسازان در بازار تقاضا واقعی‌تر شده و انگیزه حضور دلالتان در این بازار از بین خواهد رفت و البته از طرفی بسیاری از افرادی که قدرت خرید را از دست می‌دهند به بازار خودروهای دست دوم و یا خودروهای بی‌کیفیت سوق داده خواهند شد.

پذیرفتنی نیست وقتی شرکت‌های داخلی زیر ظرفیت اسمی تولید دارند، نیاز کشور به کالایی مانند اتوبوس، از طریق واردات تامین شود. با این حساب به‌نظر می‌رسد اگر شهرداری‌ها و سازمان شهرداری و دهیاری کشور در برنامه‌های خود برای خرید اتوبوس، تجدیدنظر کرده و از تولیدات داخلی بیشتر استفاده کنند، نفع این ماجرا برای صنعت و اقتصاد داخلی خواهد بود و ارز کمتری نیز خارج خواهد شد. به گزارش پدال نیوز، در پایان یادآور می‌شود، تصمیمات در خصوص واردات اتوبوس‌های دست دوم، دقتی بیش از پیش و هم‌سنگ با وزن آن را می‌طلبد چرا که بی‌دقتی در چنین میدانی، همان کابوسی که خودروسازان خارجی مانند رورور را در خود غرق کرده، می‌تواند تصویری تمام نما از آینده ما باشد.

آنطور که مشخص است، خودروسازان بسته آزادسازی قیمت خودرو را به مسئولان وزارت صمت و کمیسیون صنایع مجلس نیز ارائه کرده‌اند. در این باره محمدرضا نجفی‌منش، رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی می‌گوید: پیشنهاد مشخص زنجیره خودروسازی کشور، حذف ارز دولتی برای خودروسازان و قطعه‌سازان در ازای آزادسازی قیمت خودرو است.

به عقیده فعالان صنعت خودرو، حجم نقدینگی کشور به سمت این بازار سرازیر شده است و تقاضای کاذب خودرو سبب شده تا قیمت خودرو به طور افسارگسیخته افزایش یابد.

در این زمینه احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان کشور به عنوان یک راهکار می‌گوید: آزادسازی قیمت خودرو و فروش محصولات به ۵۰ درصد زیر قیمت بازار، به فعالیت دلالتان بازار خودرو خاتمه می‌دهد.

با این وجود، به نظر می‌رسد راهکارهای دیگری نیز در این زمینه وجود دارد که بدون فشار به مردم و مصرف‌کنندگان واقعی، تقاضای سوداگری در بازار خودرو را مدیریت خواهد کرد.

بازار رقابتی در صنعت خودرو پیش‌نیاز آزادسازی قیمت

در کشورهای پیشرفته خودروسازان محصولات خود را قیمت‌گذاری می‌کنند، اما در این کشورها بازار به صورت رقابتی است و حداقل سه یا چهار خودروساز بزرگ فعالیت می‌کنند؛ لذا تا زمانی که در کشور بازار به صورت انحصاری در اختیار دو خودروساز نیمه دولتی است، طرح

بهترین راه برای حذف انگیزه و تقاضای سوداگرانه خودرو، وضع مالیات بر عایدی سرمایه است. وضع هوشمندانه و دقیق این پایه مالیاتی، می‌تواند تقاضای کاذب و سوداگرانه بازار خودرو را حذف کند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، بررسی‌ها نشان می‌دهد، بهترین راه برای حذف انگیزه‌ها و تقاضاهای سوداگرانه در بازار خودرو، وضع مالیات بر عایدی سرمایه است. وضع هوشمندانه و دقیق این پایه مالیاتی با توجه به زمان فروش محصول خریداری‌شده، می‌تواند تقاضای کاذب و سوداگرانه موجود در بازار خودرو را حذف کند و نقدینگی موجود در این بازار را به سمت فعالیت‌های مولد سوق دهد. در ماه‌های اخیر که نرخ ارز و به تبع آن تورم انتظاری کشور روند فزاینده‌ای داشته، خودروسازان نیز بدون اینکه برنامه‌ریزی خاصی به منظور افزایش بهره‌وری و اصلاح ساختار خود داشته باشند، همواره به دنبال این بوده‌اند تا چالش‌های این صنعت را از مسیر افزایش قیمت برطرف کنند. این اقدامات سبب شده تا بار هزینه تولید بر دوش مصرف‌کنندگان داخلی قرار گیرد.

براساس سیاست جدید ارزی دولت، قطعه‌سازان از این به بعد مشمول دریافت ارز دولتی ۴۲۰۰ تومانی نبوده و باید ارز مورد نیاز برای واردات مواد اولیه را از بازار ثانویه تامین کنند.

در این شرایط، تولیدکنندگان خودرو در کشور به دنبال این هستند تا فرآیند نظارت شورای رقابت بر قیمت‌گذاری خودرو را حذف کنند.

روند صعودی افزایش قیمت خودرو چه زمانی مهار می‌شود؟

دیگر قادر به ادامه تولید نیست باعث ایجاد اضطراب شده و شاهد هجوم مردم به بازار برای تامین خودروی مورد نظر خود هستیم لذا خودروسازان باید دقت لازم را در ارسال پیام‌های خود به جامعه باشند. آرمان خالقی درخصوص تغییر مرجع قیمت‌گذاری و حضور سازمان حمایت به‌جای شورای رقابت اظهار داشت: وظیفه شورای رقابت جلوگیری از رقابت‌های مخرب و انحصار در بازار است تا تئانی یک یا چند بنگاه منجر به صدمه دیدن مصرف‌کننده نشود و وظیفه سازمان حمایت تعیین نوع قیمت براساس نوع کیفیت و خدمات پس از فروش است تا حقوق مصرف‌کننده حفظ شود که البته تاکنون موفق عمل نکرده‌اند.

وی تصریح کرد: چنانچه بازار انحصاری نباشد، شورای رقابت می‌تواند در قیمت‌گذاری حضور داشته باشد اما تاکنون شاهد موفقیت شورای رقابت نبوده‌ایم و این شورا توان کارشناسی برای قیمت‌گذاری و جلوگیری از انحصار بازار را نداشته است لذا سازمان حمایت قادر است طی مذاکره با خودروسازان و ارائه روند و هزینه تولید توسط آن‌ها، بررسی کند قیمت‌های تمام‌شده تولید، واقعی است یا غیرواقعی و با شاخص‌های خارجی، بهره‌وری واحدهای تولیدی را اندازه‌گیری نماید زیرا تنها تأکید بر سود عادلانه صحیح نیست و باید مشخص شود هزینه‌ای که برای تولید خودرو شده است ناشی از ضایعات در خط تولید بوده یا خیر و سعی شود خودرو با قیمت منصفانه‌ای تولید

عضو هیات مدیره خانه صنعت، معدن، تجارت در خصوص تأثیر عرضه خودرو در کاهش التهاب بازار اظهار داشت در صورتی که بازار اطمینان حاصل کند که خودرو به اندازه کافی تولید می‌شود، روند صعودی افزایش قیمت خودرو مهار خواهد شد زیرا بازار تا زمانی طالب این محصول است که سودآور باشد و دلیل هجوم برای تهیه خودرو نخست نگرانی از آینده قیمت خودرو و کاهش توان خرید این محصول است و دیگری سرمایه‌گذاری به امید افزایش قیمت این محصول و چنانچه این دو رخ داد اتفاق نیفتد شاهد از بین رفتن بازار کاذب خواهیم بود.

آرمان خالقی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو درخصوص تعادل بخشیدن به بازار خودرو اظهار داشت: کاهش منابع ارزی، واردات خودروهای خارجی را غیرممکن ساخته است لذا با کاهش خودروهای خارجی، بازار به سمت خودروهای داخلی سوق داده شده است و شاهد افزایش تقاضا و به تبع آن افزایش قیمت بوده‌ایم لذا برای بازگشت آرامش به بازار، خودروسازان باید روند تولید خطوط را گزارش دهند و اعلام کنند برای افزایش تیراژ چه برنامه‌هایی دارند.

وی تصریح کرد: زمانی که مدیران عامل دو خودروساز بزرگ از کمبود قطعه و وجود خودروهای ناقص در انبارها سخن می‌گویند و یا اعلام می‌دارند خط تولید محصولات خارجی به‌دلیل خروج شرکا از ایران

درحالی‌که خطوط تولید اتوبوس‌های داخلی به‌دلیل کمبود تقاضا، فعالیتی زیر ظرفیت اسمی دارند، زرمزه واردات دست دوم این محصول تجاری به کشور این روزها به گوش می‌رسد.

به گزارش خبری پدال نیوز، این در شرایطی است که در حال حاضر چند خط تولید اتوبوس در کشور با برندهای مختلف وجود دارد، اما به‌دلیل کمبود تقاضا، زیر ظرفیت موجود خود فعالیت دارند. هم‌اکنون دو واحد صنعتی بزرگ و وابسته به خودروسازان کشور مشغول به تولید انواع اتوبوس هستند، با این حال چون تقاضای چندانی ندارند، خطوط تولیدشان با ظرفیت پایین مشغول به فعالیت هستند. کارشناسان معتقدند، مشکل اصلی در این ماجرا، کم‌توجهی دولت و

تولید اتوبوس داخلی زیر تیغ واردات دست دوم

همچنین شهرداری‌ها به تولیدات داخل است؛ زیرا اتوبوس به‌عنوان کالایی گران‌قیمت، چندان امکان فروش به‌صورت شخصی نداشته و باید در قالب قراردادهای کلان فروخته شود. در حال حاضر شهرداری‌ها و سازمان شهرداری و دهیاری به‌عنوان دو مشتری اصلی اتوبوس در کشور به شمار می‌روند و اگر آنها سفارش‌گذاری نکنند، شرکت‌های اتوبوس‌ساز داخلی تقاضای خاصی برای تولیدات خود نخواهند داشت. هرچند ممکن است نهادهای داخلی مربوطه، به‌دلیل مسائل قیمتی و شاید هم کیفی، به سراغ واردات آن هم از نوع دست دوم اتوبوس رفته باشند، با این حال این موضوع در نهایت به ضرر تولید داخل تمام شده و بر بیکاری پنهان کارگران در خطوط تولید اتوبوس کشور می‌افزاید. در این شرایط، چندان



راه اندازی اتاق سرمایه گذاری برای پیگیری طرح های سرمایه گذاری و کار آفرینی

استاندار هرمزگان در نشست با کارآفرینان روستایی استان گفت اتاق سرمایه گذاری برای پیگیری طرح های سرمایه گذاری و کار آفرینی با هدف پیگیری درخواست و استعلام طرح های متقاضیان راه اندازی شده است. به گزارش صدا و سیما فریدون همتی افزود: از این پس کارآفرینان طرح های کوچک، متوسط و بزرگ خود را در این دفاتر ثبت کنند. وی گفت: اتاق های سرمایه گذاری وظیفه دارند در مدت دو هفته نتیجه درخواست های متقاضیان را اعلام کنند. فریدون همتی افزود: استانداری هرمزگان از این طریق نظارت بیشتری در مراحل کار کارآفرینان دارد و مشکلات آنان را برطرف می کند.

دریچه

بررسی اهمیت بازاریابی محتوایی در صنعت گردشگری

به قلم: آندرا هاوسلند کارشناس حوزه گردشگری
ترجمه: علی آل علی

یکی از راهکارهای موفقیت در صنعت گردشگری بازاریابی مناسب است. اگرچه بازاریابی گردشگری همیشه یک مفهوم روشن و دقیق نیست. هر کسبوکار موفق نیاز به آگاهی از شیوه های فروش کالا و خدماتش دارد. در این زمینه اکانت های ما در شبکه های اجتماعی و کمپین های آنلاین مان تاثیر بسیار زیادی بر روی افزایش نرخ فروش دارند. بر این اساس به منظور اجرای هر طرحی (به عنوان مثال سیستم های هوشی) باید ابتدا مفهوم آن را در شبکه های اجتماعی با مخاطب به اشتراک بگذاریم. این امر در زمینه موفقیت فرایند تازه ما در دنیای کسبوکار تاثیر انکارناپذیری دارد. امروزه بازاریاب ها به خوبی از اهمیت ابزارهای در دسترس شان آگاهی دارند. به همین دلیل همیشه بازاریاب های موفق از مجموعه ویژه ای از ابزارها استفاده می کنند. در بازاریابی محتوایی نیز استفاده از ابزار مناسب حرف اول را می زند.

ایجاد کانال بازاریابی در صنعت گردشگری

عبارت تونل بازاریابی یک سیستم ویژه برای شناخت میزان پیشرفت و توسعه ماست. بر این اساس هر مرحله از این مفهوم نیازمند اقدام ویژه ای از سوی اعضای تیم بازاریابی است. به این ترتیب ما به سهولت هر مرحله را پشت سر خواهیم گذاشت.

از همان ابتدای کار، تیم بازاریابی باید بر روی ایجاد آگاهی از برندگان کار کنند. در حقیقت مخاطب های هدف باید دسترسی ساده ای به ابزارهای اطلاع رسانی پیرامون برند ما داشته باشند. مفهوم بازاریابی محتوایی به جای ترغیب مخاطب برای خرید بیشتر بر روی تولید محتوا در راستای رفع نیاز مخاطب تمرکز دارد. به این ترتیب باید نسبت به شناخت دقیق مشکلات مخاطب هدف اطمینان حاصل کنیم. پس از کمک به مخاطب وظیفه ما پیشنهاد سرویس بهینه است. توجه داشته باشید که در اینجا نباید صرفاً نام برندمان را به طرف مقابل توصیه کنیم، بلکه به مانند یک کارشناس بی طرف محصولات مختلف را در کنار محصول خودمان به مخاطب پیشنهاد دهیم. اطمینان از کیفیت سرویس های پیشنهادی ما در صنعت گردشگری اهمیت ویژه ای دارد. فقط در چنین حالتی ما توانایی جلب نظر مخاطب هدف به سرویس های برندمان را خواهیم داشت.

در صنعت گردشگری همه برندها خدمات مختلفی به مشتریان ارائه می دهند. نکته جالب در اینجا محدودیت طیف خدمات است. به این ترتیب احتمال شباهت سرویس های برند ما با سایر رقبا بسیار بالا خواهد بود. تنها راهکار جلب مخاطب به سرویس های خودمان در اینجا استفاده از مفهوم جذاب سازی است. به این ترتیب باید خدماتمان را به گونه ای کلاماً جذاب برای مخاطب به تصویر بکشیم.

خلق محتوای درست

در همه مراحل بازاریابی گردشگری تیم بازاریابی برندگان باید نسبت به اهمیت محتوا آگاهی داشته باشد. در زمینه شبکه های اجتماعی و بازاریابی آنلاین به گفته اغلب کارشناس ها محتوای برتر سلطه بر رقیب دارد. به عنوان مثال برای کسی که به دنبال سفر به استرالیاست، جستجو در اینترنت یکی از راهکارهای ساده به منظور دستیابی به سرویس های مورد نیاز است. پس از جستجوی عبارت «سرویس های گردشگری استرالیا» خیل عظیمی از وبسایت های گوناگون رو به روی ما قرار خواهد گرفت. شمار قابل توجهی از این وبسایت ها فعالیت تحسین برانگیزی در زمینه تولید محتوای باکیفیت دارند. به همین دلیل کار انتخاب برای مخاطب بسیار دشوار خواهد شد. به منظور دستیابی به مخاطب در بازار رقابتی گردشگری باید محتوایمان را بسیار جذاب تر و باکیفیت تر از سایر رقبا طراحی کنیم. در این راستا تاکید بر روی نیاز مخاطب و پاسخگویی به تمامی پرسش ها ایده مناسبی محسوب می شود. بازمینی چندباره محتوا در این مرحله

دولت صدای تولید کنندگان و کارآفرینان را بشنود

علیرضا کشاورز قاسمی، رئیس اتاق بازرگانی قزوین در جلسه شورای برنامهریزی و توسعه استان که با حضور نوبخت معاون رئیس جمهور در سنان باغستان برگزار شد اظهار داشت: بخشنامه های دولتی در بخش تولیدی و صنعت پر نوسان بوده و به طور میانگین هر ۵ روز یک بخشنامه صادر می شود که این رویکرد موجب بی اعتمادی تولیدکننده شده است.

به گزارش مهر، وی افزود: تصمیمات اشتباه برخی مسئولان موجب بی اعتمادی شده و سرمایه گذار را با چالش مواجه کرده است.

رئیس اتاق بازرگانی قزوین یادآور شد: کاهش نوسان ارز و اجرای قوانین، عطف به ماسبق شدن تخصیص کالا از گمرک، پیمان سپاری ارزی از دیگر مشکلات است و علی رغم همه تلاش ها وقتی صادرات به عراق به ریال است چرا باید ارزی پیمان بسیاری. کشاورز قاسمی گفت: متأسفانه به نظر می رسد دولت صدای تولیدکننده را نمی شنود زیرا وقتی محور تولید واحدهایی صادرات



در ادامه مرتضی موسی خانی، رئیس دانشگاه آزاد اسلامی قزوین هم اظهار داشت: در فعالیت پژوهشی دانشگاه ها شاهد کاهش هستیم و نگرانیم با رکود تولید علم مواجه شویم.



موقعیت کاربر در اختیار فیس بوک قرار می گیرد؟

آغاز حکومت زاکربرگ بر اینستاگرام

در حال حاضر اینستاگرام قابلیت جدیدی را آزمایش می کند که براساس آن موقعیت مکانی دقیق کاربر را با شبکه اجتماعی فیس بوک به اشتراک می گذارد. نکته قابل توجه اینجاست زمانی که این اپ را باز نکرده باشید هم این اتفاق رخ خواهد داد.

به گزارش «جین مانچون وانگ»، خبرنگار وب سایت TechCrunch این ویژگی به صورت آزمایشی در تنظیمات اینستاگرام قرار گرفته و کاربر می تواند آن را فعال یا غیرفعال کند. این قابلیت به فیس بوک اجازه می دهد که یک سابقه یا تاریخچه ای از موقعیت های دقیق کاربران تهیه کند.

به گزارش دیجیاتو، این کمپانی مدعی شده که ویژگی جدید موجب می شود شناخت بهتری درباره محیط پیرامون کاربر فراهم آید و بدین شکل تبلیغات کاربردی تری برایش به نمایش گذاشته شود. به همین دلیل این ویژگی زمانی که از آن استفاده نمی کنید هم قادر خواهد بود موقعیت شما را دریافت کرده و تجربه کاربری بهتری به ارمغان آورد.

این ویژگی تنها دو هفته پس از استعفا بنیانگذاران اینستاگرام یعنی کوین سیستروم و مایک کریگر یافت شده است. در آن زمان گفته شده بود که این دو نفر از افزایش کنترل و اعمال نفوذ زاکربرگ روی محصولات این شرکت خسته شده بودند و از این می ترسیدند که اینستاگرام با مجموعه اصلی فیس بوک ادغام شود.

از دخالت های گفته شده می توان به این گزینه ها اشاره کرد: برای مثال زمانی که عکسی را از اینستاگرام در فیس بوک به اشتراک می گذارید دیگر ارجاع این شبکه بالای پست نمایان نمی شود یا اینکه اکنون یک اعلان نشانه گذاری شده بارها کاربر را به استفاده از اپلیکیشن فیس بوک دعوت می کند.

حال با توجه به اینکه دیگر بنیانگذاران اینستاگرام بر نحوه اجرای روزانه این شبکه اجتماعی نظارت ندارند، به نظر می رسد شاهد افزایش نفوذهای فیس بوک به اینستاگرام باشیم چرا که انتخاب مدیرعامل جدید یعنی آدام موسری به زاکربرگ کمک می کند تا سیاست های خود مبتنی بر اعمال نفوذ و کنترل کامل اپلیکیشن های مستقل را با آزادی عمل بیشتر به اجرا درآورد.

سامسونگ رکورد کسب سود فصلی را شکست

هرچند گلکسی اس ۹ سامسونگ فروش نامیدکننده ای در بازار داشت، اما غول کرایه به تازگی اعلام کرد که رکورد کسب سود فصلی را در سه ماهه سوم ۲۰۱۸ شکسته است.

به گزارش زومیت، سامسونگ در بهار ۱۳۹۷ (سه ماهه دوم ۲۰۱۸ میلادی) به دلیل فروش پایین گلکسی اس ۹، عملکردی نامیدکننده در بخش مالی از خود نشان داد، اما به نظر می رسد این ناکامی مقطعی بوده است. این شرکت روز پنجشنبه با انتشار انتظارات مالی خود برای پاییز ۱۳۹۷ (سه ماهه سوم ۲۰۱۸)، اعلام کرد که در این بازه زمانی موفق به شکستن رکورد خود در کسب سود فصلی شده است.

غول کرایه در تابستان ۱۳۹۷ (سه ماهه منتهی به سپتامبر) از مجموع درآمد ۶۵ تریلیون وون (۵۷.۵ میلیارد دلار)، ۱۷.۵ تریلیون وون (۱۵.۵ میلیارد دلار) سود عملیاتی به دست آورده است. این مقدار نشان دهنده ۲۰ درصد افزایش در مقایسه با مدت مشابه

سال قبل و نزدیک به ۱۲ درصد بیشتر از رکورد پیشین سود فصلی در سه ماهه نخست امسال است.

سامسونگ تا پیش از انتشار کامل گزارش مالی، جزئیات عملکرد کسب و کارهای خود را به تفکیک اعلام نمی کند. در نتیجه برای کسب اطلاع از اینکه کدام واحد از شرکت در کسب این سود نقش بیشتری داشته است، باید قدری بیشتر منتظر بمانیم. با فروش نامیدکننده گلکسی اس ۹، قطعاً نظیر نمایشگر و حافظه احتمالاً عامل اصلی رکوردشکنی سامسونگ بوده اند. سه ماهه سوم سال معمولاً زمان مهمی برای عرضه دستگاه های جدید محسوب می شود. اپل در این بازه زمانی، دو مدل آیفون جدید عرضه کرده که تأمین موجودی نمایشگرهای OLED آن ها برعهده سامسونگ است. در نتیجه، آیفون های جدید اپل به احتمال فراوان در افزایش سود سامسونگ تاثیرگذار بوده اند.



برگزاری رویداد برای حمایت از ایده‌هایی که اپلیکیشن می‌شوند

با برگزاری رویداد استارت‌آپی، ایده‌هایی که امکان تبدیل شدن به نرم‌افزار را داشته باشند، به سرمایه‌گذاران معرفی می‌شوند. به گزارش ایسنا، رویداد تله پرومو استارت رویدادی برای حمایت از ایده‌های خلاق و کاربردی برای تولید اپلیکیشن‌ها است. در این رویداد، صاحبان ایده، ایده‌های خود را در حضور داوران و سرمایه‌گذاران مطرح می‌کنند. استارت‌آپ‌ها و ایده‌های کسب و کارهای نوپا بخش مهمی از ایده‌های اقتصادی برای سرمایه‌گذاران هستند و در این رویداد استارت‌آپی طرح‌هایی که قابلیت تبدیل شدن به اپلیکیشن را داشته باشند پس از بررسی به سرمایه‌گذاران معرفی خواهند شد.



یادداشت

استراتژی منحصر به فرد گوگل و اینتل برای موفقیت

هر استارت‌آپی می‌تواند آن را به کار بندد

مشخص ندارید که به سوی آن حرکت کنید، کارکنان شما نمی‌توانند درک کنند شرکت به چه سمت و سویی می‌رود.

۲. تنظیم اهداف مؤثر

من با کمک به یک دوجین شرکت در تنظیم اهداف‌شان، یاد گرفته‌ام که در نظر گرفتن اهداف دست‌نیافتنی بسیار خطرناک است. اهداف دور از دسترس باعث سرخوردگی کارکنان می‌شوند. هر شرکتی باید دو گروه هدف مشخص داشته باشد. یک گروه باید محافظه‌کارانه باشد و به قصد تأمین بودجه یا عقد قراردادهای بانکی تعیین شود. این اهداف شامل ارقامی می‌شوند که هر طور شده باید آنها را محقق کنید. دومین گروه بیشتر انگیزشی هستند و برای ایجاد طرح‌های تشویقی و پاداش مدیران اجرایی تنظیم می‌شوند. این اهداف شکل و شمایل موفقیت را برای شرکت ترسیم می‌کنند. اینها باید اهداف جانبی باشند، اما نباید آنقدر بلندپروازانه در نظر گرفته شوند که عملاً دور از دسترس قرار بگیرند.

۳. سروسامان دادن به استراتژی

شرکت‌های نمونه در کسب و کار خود، پلی میان استراتژی مورد اجرا و موارد مورد ارزیابی خلق می‌کنند. معیارها باید مصمم بودن شرکت در استراتژی خود را اندازه بگیرند. برای مثال اگر شرکت شما قرار است وارد یک بازار جدید شود، احتمالاً هنوز آمارهای عملیاتی را برای اندازه‌گیری موفقیت در این بازار در اختیار ندارید. شما ممکن است مقداری هزینه‌های اضافی فروش در صورت حساب سود و ضرر خود داشته باشید؛ روال نیز به همین گونه است. اگر شرکت شما به دنبال دستیابی به مقاصد استراتژیک خود باشد، ارزیابی تعداد تقاضاهای فروش یا اظهارنامه‌هایی که در یکی از واحدهای کسب و کار نوشته شده‌اند، معیارهای معنادارتری هستند. اطمینان حاصل کنید شاخص‌های کلیدی عملکردی و مهم که سود و عملکرد آتی شما را پیش‌بینی می‌کنند را در نظر گرفته‌اید.

۴. مدیریت عملکرد

تفاوت میان اهداف و نتایج کلیدی و دیگر سیستم‌های هدفگذاری در این است که در مورد گوگل و اینتل، این اهداف بین هر زیرمجموعه و کارمند تقسیم شده‌اند. در حالی که شرکت‌ها در حال گذار از بازبینی‌های عملکرد سنتی هستند، اهداف یک بافت اتصال‌دهنده میان مقاصد شرکت و مشارکت‌های انفرادی کارکنان به وجود می‌آورند. هر سرپرستی باید به طور منظم (ماهانه یا حتی هر سه ماه یکبار) با هر کارمندی ملاقات و در مورد وضعیت موجود در قبال اهداف بحث کند.

۵. جبران‌سازی

ما آمریکایی‌ها به رقابت اعتقاد داریم. مشوق‌هایی که به خوبی روی آنها فکر شده باشد رفتارهایی که می‌خواهیم را نتیجه می‌دهد و مشوق‌هایی که ساختار ضعیفی داشته باشند نتایج ضعیفی به بار می‌آورند. در اینجا سیستم بهداشت و درمان ما به عنوان یک مثال به ذهن متبادر می‌شود. دکترها براساس تعداد دفعاتی که به بیمار سر می‌زنند حقوق می‌گیرند. امروزه یک طرح محبوب برای برنامه‌های تشویقی، تنظیم اهداف تشویقی آن هم به گونه‌ای است که پرداخت پیش از حصول هدف انجام شود. برای مثال ممکن است ۷۵ درصد دستمزد را زمانی پرداخت کنید که ۹۰ درصد هدف محقق شده باشد. داشتن برنامه تشویقی کاربردی و منعطف حیاتی است. سیستمی طراحی کنید که کارکنان را در جهت محقق کردن اهداف جانبی تشویق کند. اگر محیطی با انتظارات بالا در شرکت خود ایجاد کنید، کارکنان تان از شما سواری خواهند گرفت!

منبع: inc

مترجم: مهدی کاظمیون

یکی از کارمندان سیلیکون ولی (Silicon Valley) فاش کرده است که چگونه شرکت‌هایی مانند اینتل و گوگل به صورت روزافزونی رشد کرده‌اند. رمز موفقیت آنان استراتژی‌ای است که هر استارت‌آپی می‌تواند از آن استفاده کند. ما خیلی مهم هستیم. خدا نکند که بالا آمدن مرورگرهای مان پنج ثانیه طول بکشد. ما قدرتان تکنولوژی نیستیم، چرا که چند شرکت انقلابی انتظارات مان را بالا برده‌اند. تکنولوژی‌های شگفت‌انگیزی مانند سفر به ماه، گوشی‌های هوشمند، الگوریتم‌های جست‌وجو و چشم‌انداز هوش مصنوعی اتفاقاتی نبوده‌اند که تنها تحت تأثیر تغییرات روزافزون دنیا به وجود آمده باشند. این تکنولوژی‌ها حاصل عملکرد شرکت‌هایی هستند که هدفشان رسیدن به بهبود «۱۰ برابری» در کارایی است. جان دوئر (John Doerr)، سرمایه‌گذار خطرپذیر و یکی از پیشگامان سیلیکون ولی بود که شرکت‌هایی چون اینتل و گوگل را ایجاد کرد و به جایگاهی که امروز دارند رسانید. در پر فروش‌ترین کتاب دوئر از انتشارات نیویورک تایمز - آنچه اهمیت دارد را بسنج: چگونه گوگل، بونو و بنیاد گیتس با اهداف و نتایج کلیدی دنیا را زیر و رو کرده‌اند - دوئر شرحی از اینکه چگونه گوگل و دیگر شرکت‌ها راه خود را از یک استارت‌آپ تا تبدیل شدن به شرکت‌هایی با چند صد میلیارد دلار دارایی تجاری باز کرده‌اند، ارائه می‌دهد.

گوگل با آغوش باز روش‌های مدیریتی که اولین بار توسط اندی گروو (Andy Grove) از شرکت اینتل معرفی شد را پذیرفت. تمرکز و سواس گونه گروو بر اهداف و نتایج کلیدی (Objectives and Key Results-OKRs) اولین جرقه‌ها را به وجود آورد.

کتاب دوئر کاملاً من را به خود جذب می‌کند، زیرا ما در محیطی فعالیت می‌کنیم که در آن مطالب بیشتر و بیشتری در مورد اندازه‌گیری و ارزیابی نوشته شده‌اند. اما با این حال به نظر می‌آید حسابرسی از افراد سخت‌تر شده است. فرهنگ کسب و کار ما از پروژه‌هایی با برنامه‌ریزی ضعیف، تأخیر در زمان تحویل کار و جلسه‌هایی با روند نامطلوب پر شده است. مطلب شگفت‌انگیز در مورد اهداف و نتایج کلیدی این است که چنین مواردی به علل مختلف، هم برای شرکت‌های بزرگ و هم شرکت‌های کوچک کاربردی هستند. استارت‌آپ‌ها منابع محدود و زمان و سرمایه کمی برای هدر دادن در اختیار دارند. اهداف و نتایج کلیدی به آنها کمک می‌کند با هزینه کمتر دستاوردهای بیشتری داشته باشند. شرکت‌های بزرگ معمولاً در معرض چالش مدیریت پیچیدگی‌هایی هستند که ثروت شرکت را نابود می‌کنند و نیازمند اهداف مشترک میان بخش‌های مختلف و مناطق جغرافیایی متفاوت هستند.

فارغ از اینکه کمپانی شما در چه مرحله‌ای است، این استراتژی می‌تواند به یاری تان بیاید. در اینجا چند نکته کلیدی برای توسعه اهداف و مقاصد شگفت‌آور آمده است:

۱. یافتن ستاره شمالی واقعی

شرکت‌ها معمولاً یک هدف اصلی به عنوان تنها ماهیت حقیقی خود تعریف می‌کنند. یکی از مراجعین من اخیراً یک دگرگونی در صنعت را تجربه کرده که نیازمند تنظیم دوباره انتظارات مشتری است. حین چند ماهی که مقاصد رهبران میهم بودند، کارکنان شفافیت کافی نسبت به شکل و شمایل موفقیت سازمانی نداشتند و این امر منجر به هدف‌گذاری ضعیف زیرمجموعه‌های مختلف شد. اگر یک ستاره شمالی



بررسی علل گرایش دانشجویان به رشته‌های پردرآمد

شده موضوع انتخاب رشته در بین دانشجویان اهمیت پیدا کند چرا که سرنوشت آنان را منحول می‌کند. اقدامی که این روزها همکاری دقیق مسئولان را می‌طلبد تا بنا مطالعه کلان از وضعیت بازار کار هر رشته، تعادل را بین تعداد فارغ‌التحصیلان در هر رشته و نیاز جامعه فراهم سازند.

وی رشته‌های پزشکی بالینی و دندان پزشکی را دارای بیشترین متقاضی برای ادامه تحصیل در بین دانشجویان دانست و اظهار کرد: به عنوان مثال در دوره‌های تخصصی رشته‌های پوست و جراحی بیشترین و تغذیه کمترین متقاضی برای دوره تخصصی وجود دارد.

معاون سابق آموزشی دانشگاه علوم پزشکی کاشان در ادامه به ناکارآمدی دانشگاه‌ها اشاره کرد و گفت: متأسفانه



دانشگاه فقط ارائه‌دهنده مدرک است و هیچ‌گونه مهارت‌آموزی، خلاقیت و کارآفرینی، روش‌های تولید علم و ثروت به دانشجویان فرا نمی‌دهند.

معاون سابق آموزشی دانشگاه علوم پزشکی کاشان گفت عدم بازار کار و وضعیت اقتصادی کشور در برخی از رشته‌های پزشکی موجب شده موضوع انتخاب رشته در بین دانشجویان اهمیت پیدا کند چرا که سرنوشت آنان را منحول می‌کند.

دکتر همایون نادریان در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، با بیان اینکه در جامعه ما رشته‌های پزشکی و مهندسی جزو پول‌سازترین رشته‌ها محسوب می‌شوند، افزود: شرایط فرهنگی جامعه و خانواده‌ها نقش اساسی در انتخاب رشته پزشکی دارند و به خاطر لقب و عناوین پرآوازه رشته پزشکی، فرزند خود را تشویق به انتخاب این رشته می‌کنند به امید آنکه او را در آینده «خانم دکتر» یا «آقای دکتر» صدا کنند.

دکتر نادریان با بیان اینکه اگر به دنبال تغییر دیدگاه دانشجویان پزشکی هستیم، باید مسئولان برای دیگر رشته‌ها بازار کار مطلوب فراهم کنند، گفت: نبود بازار کار مناسب و وضعیت اقتصادی کشور در برخی از رشته‌های پزشکی موجب

رشد ۴۴ درصدی سود عملیاتی ال جی در فصل سوم ۲۰۱۸

است. Refinitiv نام جدید واحد مالی و ریسک تامسون رویترز است که اکثریت سهام آن را شرکت آمریکایی Blackstone Group خریداری کرده است. پیشتر نیز گفته شده بود که

گزارش مالی ال جی در فصل دوم ۲۰۱۸، حکایت از رکوردشکنی در کسب سود دارد. درآمد ال جی الکترونیکس نسبت به سال قبل، از ۱۳.۴۲۷ میلیارد دلار (۱۵.۲ تریلیون وون) به ۱۳.۶۰ میلیارد دلار (۱۵.۴ تریلیون وون) افزایش یافته، که قابل‌مقایسه با رقم ۱۴.۰۴ میلیارد دلار (۱۵.۹ تریلیون وون) پیش‌بینی شده از سوی ۱۱ تحلیلگر است. براساس داده‌های Refinitiv، انتظار می‌رود که کاهش سود عملیاتی در بخش موبایل ال جی الکترونیکس در سه‌ماهه سوم سال ۲۰۱۸، کمتر از سال قبل باشد. در

این میان، ال جی در مورد عملکرد خود توضیح بیشتری ارائه نکرده و قرار است در اواخر ماه اکتبر (اوایل آبان‌ماه) جزئیات بیشتری در مورد درآمد این شرکت منتشر شود.

سود سه‌ماهه سوم سال ۲۰۱۸ میلادی ال جی الکترونیکس نسبت به سال ۲۰۱۷ میلادی، در حدود ۴۴.۴ درصد افزایش داشته است.

ال جی الکترونیکس اعلام کرد که سود عملیاتی این شرکت در سه‌ماهه سوم سال جاری میلادی، نسبت به زمان مشابه در سال قبل، رشد ۴۴.۴ درصدی را از خود نشان می‌دهد. این رقم کمی پایین‌تر از رقم تخمین‌زده‌شده توسط تحلیلگران بازار است. به گزارش زومیت، پیشتر نیز گفته شد که سود عملیاتی ال جی در فصل دوم سال ۲۰۱۸، رشد ۱۶.۱ درصدی داشته است. ال جی در مستندات رگولاری تخمین زده بود که در ماه‌های جولای تا سپتامبر (تیرماه تا شهریورماه) سودی در حدود ۶۵۹.۷۶ میلیون دلار (۷۴۶

میلیارد وون کره جنوبی) از آن شرکت خواهد شد. براساس گزارش نظرسنجی Refinitiv آماری، این رقم قابل‌مقایسه با ۶۸۵.۵۱ میلیون دلار (۷۷۶ میلیارد وون) پیش‌بینی‌شده از سوی ۹ تحلیلگر



یونیلیور و تلاش برای دوری از کلیشه‌ها در سطح جهانی

یونیلیور سعی دارد صنعت بازاریابی را تشویق کند تا تصویری مترقی‌تر از مردم به نمایش بگذارند و به این ترتیب کلیشه‌های واپس‌گرایانه را از آگهی‌ها حذف کند. برند این اقدام را از سال ۲۰۱۶ در آگهی‌هایش آغاز کرد و مدیرانش بر این باورند که صنعت تبلیغات باید تلاش بیشتری را در این مسیر انجام دهد.

آلین سانتوس، قائم‌مقام بازاریابی بین‌المللی و رئیس بخش کثرت‌گرایی برند می‌گوید: «صنعت ما برای از بین بردن کلیشه‌های مضر سعی زیادی کرده است و این روند باید ادامه پیدا کند، اما ما باید نمایش بیشتری داشته باشیم و این اقدامات تنها به جنسیت مربوط نمی‌شود، بلکه نژاد، طبقه اقتصادی، زبان و گرایش‌های جنسی را هم در بر می‌گیرد.» حال برند در پی این است که بداند این کلیشه‌ها در قسمت‌های مختلف دنیا به چه شکل هستند. کار از آسیا و با تحلیل تبلیغات در چین، هند و اندونزی آغاز شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تنها ۱۳ درصد آگهی‌ها زنان و ۱۸ درصد مردان را در نقش‌های مترقی و پیشرو نشان می‌دهند. به عنوان مثال فقط ۲ درصد آگهی‌ها زنان را در موقعیت‌های الهام‌بخش یا مدیریتی نشان می‌دادند، در حالی که تنها در ۹ درصد آن‌ها مردان سرگرم کارهای خانه و مراقبت از فرزندان بودند و ۳ درصد آگهی‌ها مردان را به عنوان پدران خوب نشان می‌دادند. این بررسی همچنین نشان می‌دهد که بین آگهی‌هایی که از ژانویه تا ۳۱ ژوئیه امسال منتشر شده، فقط ۳ درصد به زنان و ۲ درصد به مردانی بالای ۴۰ سال می‌پرداخته، ۴ درصد زنان و ۱ درصد مردانی را بدون تاکید بر لاغری و زیبایی‌شان به نمایش می‌گذاشت و همچنین در آگهی‌ها از افرادی با معلولیت و ناتوانی خبری نیست. یونیلیور امیدوار است که بتواند اعضای این پیمان کلیشه‌ها (اژانس WPP، فیس‌بوک، گوگل، ماس و جانسون اند جانسون) و دیگران را قانع کند تا از کلیشه‌ها دور شوند و به سمت گروه‌های جدید بروند.

برندینگ مجدد Dunkin بدون دونات

پس از ۶۸ سال با هم بودن، «Dunkin Donuts» رسماً طی فرآیند برندینگ مجدد به «Dunkin» تغییر نام داد. هویت جدید آن، محصول همکاری اژانس‌های خلاقیت «Jones Knowles Ritchie» (JKR) با BBDO نیویورک و «Arc Worl» - برند را تحت نام جدید آن مجدداً راه‌اندازی کرد. این کار با هدف تاکید بر روی تلاش‌های شرکت جهت عرضه «سریع قهوه عالی و تمام عیار» بدون از بین بردن میراث و ارتباط منحصر به فرد خود با مشتریان صورت می‌گیرد. اصلاحات اساسی در حالی احیا و تقویت صدای برند و تجربه فروشگاه‌ها را در بر می‌گیرد که فونت آشنا با رنگ‌های صورتی و نارنجی حفظ خواهد شد. معرفی این رنگ‌ها در سال ۱۹۷۳ میلادی رخ داد. بسته‌بندی، وب‌سایت، آگهی‌های تبلیغاتی، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و موقعیت‌های مکانی بازسازی شده در سراسر ایالات متحده آمریکا این ظاهر تازه را پیدا خواهند کرد. به گفته دیوید هافمن، مدیرعامل «Dunkin Brands»، برندینگ جدید، تلاش شرکت برای مدرنیزه کردن تجربه استفاده از محصولات Dunkin برای مشتریان به حساب می‌آید. او در نهایت افزود که از نسل بعدی رستوران‌های ما گرفته تا نوآوری در منو، سفارش در مسیر و پیشنهادات ارزشمند، همگی با سرعت بالای تلفظ نام Dunkin مطابقت دارند. تلاش مدیران و کارمندان به منظور عرضه نوشیدنی‌های عالی، غذای خوشمزه و راحتی بی‌نظیر صورت می‌گیرد. آن‌ها معتقدند که کوشش‌هایشان تغییر Dunkin را در پی دارد. در ادامه ضمن پذیرش میراث باورنکردنی شرکت، برند برای نسل‌های آینده نیز تناسب و راحتی خود را حفظ خواهد کرد.

تقابل دو پرسنال‌برند؛ ترامپ واقعی و ماتیلدای خیالی

ترامپ را همه می‌شناسیم؛ یعنی توانسته خودش را به همه می‌شناساند و بگوید که حرف حرف خودش است، دمدمی است و می‌خواهد به هر قیمتی دیده شود، حالا ممکن است این قیمت را کشورها و ملت‌های دیگر بپردازند. به عبارت دیگر ترامپ توانسته برای خودش پرسنال‌برندی بسازد که بدون قضاوتش باید بگوییم مو لای درزش نمی‌رود. چند روز پیش خبرگزاری‌های خارجی عکسی را منتشر کردند از تقابل مجسمه ترامپ و دختر کوچک به نام ماتیلدا. اما ماتیلدا کیست؟ ماتیلدا شخصیتی تخیلی و ساخته و پرداخته ذهن دولت دال نویسنده است. دختری که عاشق کتاب است و با دنیای بی‌تفاوت دور و برش به مبارزه برخاسته است. ماتیلدا با نیروی جادویی‌اش خانم ترانچیل، مدیر بد اخلاقش، را از میدان به در می‌کند. او پرسنال‌برندی تخیلی دارد که حالا توانسته مقابل پرسنال‌برند واقعی ترامپ قد علم کند و بعد از ۳۰ سال پای خود را به خبرگزاری‌هایی مثل BBC و CNN باز کند. ماتیلدا در سال ۱۹۸۸ نوشته شده و حالا در سنی‌آمین سالگرد تولدش مجسمه‌ای از او در مقابل ترامپ در محل دفن رولد دال ساخته شده است. شرکت مسئول داستان‌های رولد دال از طرفداران نویسنده پرسیده بود که به نظرشان ماتیلدا در دنیای امروز مقابل چه کسی می‌آیند. بیش از ۴۲ درصد پاسخ‌دهندگان بر این باور بودند که او مخالف سرسخت ترامپ خواهد بود. البته کسانی هم بودند که او را در مقابل تریزا می‌گذاشته بودند، اما به هر حال ترامپ گوی سبقت را برده بود. براساس گزارش CNN ۲۰۰۰ نفر به این پرسش پاسخ داده بودند. برنی میل، مدیر بازاریابی شرکت داستان رولد دال به Independent گفت: «ماتیلدا نشان می‌دهد که هر کسی، بدون توجه به این که چقدر کوچک است و فکر می‌کند توانایی‌اش را ندارد، می‌تواند ترنچیل‌های زندگی‌اش را شکست دهد.» مجسمه ماتیلدا در نشان می‌دهد که روی چند کتاب استفاده که یکی از آنها موبی‌دیک است، او مغرورانه دست به کمر زده و سرش را بالا گرفته است و نگاه ترامپ یادآور صحنه‌ای است که ترامپ را در کنار پسرکی نشان می‌دهد که چمن‌های کاخ سفید را می‌زند. به نظر پاسخ‌دهندگان ماتیلدا می‌تواند با مگان مرکل (دوشس ساکس) و اما واتسون هنرپیشه رابطه خوبی داشته باشد.

منبع: mbanews



قرار داده و نسبت به درستی آن‌ها اطمینان حاصل کنید.

۷- از اهمیت زمان غافل نشوید

این امر که یک سیاست در حال حاضر پاسخگوی کامل نیاز شما بوده، اما پس از مدتی دیگر کاربرد لازم را نداشته باشد، از جمله قوانین طبیعی محسوب می‌شود. در واقع هر چیزی زمان مشخص خود را خواهد داشت. به همین خاطر لازم است تا ضمن شناسایی زمان درست هر اقدام، نسبت به نحوه اجرایی نمودن آن نیز برنامه‌ای دقیق داشته باشید. به همین خاطر امروزه بسیاری از شرکت‌ها در تلاش هستند تا تغییراتی را در حتی آرم تجاری برند خود ایجاد کنند تا از تکراری شدن جلوگیری کرده و تنوع لازم را حفظ نمایند. در این رابطه توجه داشته باشید که لازم است تا خود را با روند تغییرات هر زمان، به خوبی همگام سازید.

۸- ارتباط لازم را میان اقدامات خود ایجاد کنید

به این امر که تمامی موارد به کار رفته در تبلیغ، با محصول و نیاز شما در ارتباط باشند به خوبی فکر کرده و در تلاش برای ایجاد پیوند هرچه بیشتر باشید. برای مثال استفاده از یک قهرمان ورزشی برای تبلیغ نوشابه انرژی‌زا، انتخابی کاملاً درست است. با این حال همین افراد برای تبلیغ یک محصول مرتبط با کودکان بدون شک بی‌ارتباط خواهند بود. به همین خاطر لازم است تا در این رابطه فکر کرده و برنامه دقیقی داشته باشید. در نهایت این امر که بتوانید افراد را نیز به نوعی با تبلیغ خود درگیر نمایید، خود نتیجه کار را افزایش خواهد داد.

۹- خوش‌بین باشید

بدون خوش‌بین بودن شفا قادر به ایجاد ایده‌های خوب نخواهید بود. این امر یک واقعیت است و به همین خاطر ضروری است تا فرد را برای امور بازاریابی و تبلیغات خود انتخاب کنید که از این مهارت برخوردار باشد. بدون شک شما با ایده‌های بدبینانه قادر نخواهید بود تا بر روی مخاطب تاثیر مثبت و مناسبی را ایجاد نمایید. این امر شما را در ارائه یک تصویر منفصانه باری خواهد کرد.

۱۰- بیش از حد از chabait (طعمه برای کلیک کردن) استفاده نکنید

در این روش سایت‌ها به انتشار تیترا و مطالبی که در ظاهر جذاب هستند، پرداخته و هدفی جز تبلیغ ندارند. برای مثال ممکن است یک سایت اقدام به انتشار موضوعاتی نماید که برای خواننده جذاب و در عین حال بدون بار علمی و متنی خاصی می‌باشد. این امر تنها برای این است که مخاطب به سایت مربوطه مراجعه کرده و تبلیغات را مشاهده کنند. در اکثر این سایت‌ها فرد حتی به مطلب مورد نظر نیز دست پیدا نخواهد کرد. اگرچه این امر میزان بازدید سایت شما را افزایش می‌دهد، با این حال فراموش نکنید که استفاده بیش از حد آن در درازمدت نتیجه عکس را به همراه خواهد داشت. در نهایت توجه داشته باشید که از سال ۲۰۱۷ این اقدام در زمینه سئو دیگر نتیجه قبل را به همراه ندارد.

منبع: hellodigital

۳- نسبت به شکست واکنش خوبی از خود نشان دهید

با نگاهی به تمامی برندهای مطرح جهان، به این نکته بی‌خواهید ببرد که تمامی آن‌ها چندین مورد تبلیغات ناموفق را در کارنامه خود دارند. جالب است بدانید که بیش‌تر این موارد مرتبط با شروع فعالیت آن‌ها است. به همین خاطر نباید از خود انتظارات عجیبی داشت. با این حال در این رابطه واکنش شما نسبت به این اتفاقات طبیعی عامل تعیین‌کننده خواهد بود. در واقع این امر که شما از آن‌ها درس گرفته و به دنبال پیشرفت و بهبود خود باشید، به عاملی تبدیل خواهد شد که در نهایت موفقیت مناسبی را برای شما به ارمغان خواهد آورد. در نهایت توصیه می‌شود تا تبلیغ خود را در محیطی کوچک‌تر مورد آزمایش قرار داده تا بتوانید قبل از پرداختن به آن، ایرادات کار را برطرف کنید.

۴- انتظارات مخاطبان را در اولویت کار خود قرار دهید

برای موفقیت تبلیغ خود لازم است تا جامعه‌شناسی خوبی را داشته باشید. در واقع از جمله اشتباهات بزرگ برندها این است که مخاطب را فراموش کرده و خواست خود را مورد توجه قرار می‌دهند. این امر در حالی است که تبلیغ شما در راستای ایجاد ارتباط کافی با مخاطب، نیازمند نزدیکی به سلیقه و انتظارات آن‌ها خواهد داشت. در این رابطه پژوهش عامل تعیین‌کننده محسوب شده و لازم است تا اطلاعات کافی در اختیار داشته باشید.

۵- برای تمامی روش‌های خود بودجه یکسان تعریف نکنید

برخی از شرکت‌ها بر این باور هستند که بدون در اختیار داشتن بودجه مناسب، قادر به فعالیت مفید در زمینه تبلیغات نخواهند بود. این امر در حالی است که محدود بودن بودجه مزیت‌های بزرگی را به همراه دارد. برای مثال این امر باعث خواهد شد تا مدیریت بهتری را بر روی بودجه خود صورت داده و مجبور باشید تا تمامی روش‌ها را مورد ارزیابی قرار دهید. در نهایت فراموش نکنید که خلاقیت از دل همین شرایط بیرون خواهد آمد. به همین خاطر هم است که امروزه برندهای بزرگ سیاست محدود کردن بودجه را در پیش گرفته و با این اقدام، به صورت حرفه‌ای‌تر عمل می‌نمایند. با توجه به توضیحات ارائه‌شده، لازم است تا تمامی روش‌های خود را یکسان نداشته و اولویت‌بندی مناسبی را داشته باشید. فراموش نکنید که در این رابطه هر شرکتی باید با توجه به امکانات و نیاز خود عمل کند. به همین خاطر مقایسه در این امر اقدامی هوشمندانه نخواهد بود. همچنین این امر که بخشی از هزینه‌ها را به آموزش حرفه‌ای این امر نیز اختصاص دهید، خود کمک بسیار خوبی محسوب خواهد شد.

۶- فراموش نکنید که تمامی درست و قابل ارزیابی نیستند

اگرچه شما برای انجام امور بازاریابی خود به پایگاه داده مناسب نیاز خواهید داشت، با این حال باید توجه داشته باشید که تمامی منابع شما از ارزش کافی برخوردار نبوده و نمی‌توان آن‌ها را اطلاعاتی دقیق تصور کرد. در همین راستا لازم است تا منابع موق خود را شناسایی کرده و از پرداختن به تمامی داده‌ها خودداری کنید. در این رابطه توصیه می‌شود تا همواره داده‌های خود را مورد ارزیابی و مقایسه با سایرین

مترجم: امیر آل علی

در دنیای امروز تبلیغات نقش کلیدی را در موفقیت کسب‌وکارهای مختلف ایفا می‌کند. بدون شک تمامی برندها نیازمند فعالیت در این حوزه هستند با این حال در این زمینه نحوه انجام کار نیز تعیین‌کننده محسوب می‌شود. در این رابطه توجه داشته باشید که هر تبلیغی نیازمند زمان و هزینه است که هدر رفتن آن بدون شک یک شکست سنگین برای برند شما خواهد بود. در این رابطه توصیه می‌شود تا از همان ابتدای کار و شروع فعالیت در این حوزه، به شکلی حرفه‌ای عمل کرده و ریسک کار را تا حد امکان کاهش دهید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰ قانون مهم تبلیغات، خواهیم پرداخت.

۱- نسبت به کیفیت محصول خود اطمینان کافی را به دست آورید

محصول شما تنها زمانی موفق خواهد بود که محصول معرفی‌شده مشابه ادعاهای مطرح‌شده باشد. در واقع در موارد متعددی مشاهده شده است که برندها اقدام به بزرگنمایی کرده و محصول خود را دارای ویژگی‌ها و قابلیت‌هایی می‌دانند که ابدا در آن وجود ندارد. در واقع تبلیغ تنها باید معرف وجود شما باشد. به همین خاطر نباید انتظار داشت که مخاطب صرفاً به اطلاعات موجود اکتفا نماید. به همین خاطر توصیه می‌شود تا قبل از تبلیغ محصول، نسبت به ویژگی‌های آن به اطمینان کافی دست پیدا کرده و سپس از روش‌های مختلف و جذاب برای معرفی و تبلیغ آن استفاده کنید. در این رابطه آزمایش قبل از عرضه، از جمله اقدامات مفید محسوب می‌شود.

۲- به خاطر داشته باشید که تبلیغات نیازمند زمان کافی است

این امر که همواره اهداف و نتایج کوتاه‌مدت را مورد بررسی قرار دهید، باعث خواهد شد تا در مدت زمان کوتاه از اقدامات تبلیغاتی خود منصرف شده و به دنبال راهکار دیگری باشید. این امر در حالی است که تبلیغات امری زمان‌بر بوده و کیفیت کار شما تنها می‌تواند تغییرات کوچکی را ایجاد کند، با این حال نمی‌توان در بهترین حالت نیز انتظار داشت که اقدامات شما نتایج خود را طی چند روز آینده نشان دهد. به همین خاطر لازم است تا این باور را در خود شکل دهید که تبلیغ شما زمان کافی را برای نشان دادن تاثیر خود نیاز خواهد داشت. همچنین توجه داشته باشید که این مدت زمان با توجه به روشی که در پیش گرفته‌اید، متفاوت خواهد بود. به همین خاطر نباید اقدامات تبلیغاتی خود را با یکدیگر مقایسه کرد. در نهایت توجه داشته باشید که لازم است تا نتایج اقدامات خود را مورد بررسی قرار داده و اقدامات بعدی را به شکلی حرفه‌ای‌تر انجام دهید. در واقع این امر که علت ناموفق بودن تبلیغ به علت یکسری موارد کوچک ولی با اهمیت باشد، بسیار زائد بوده و به همین خاطر نباید فوراً به دنبال جایگزین کردن روش سابق باشید.

ایستگاه بازاریابی

۱۰۰ ایده کارآمد بازاریابی (۲)

به قلم: کتی کوآن کارفرین و نویسنده حوزه بازاریابی و تبلیغات
مترجم: امیر آل علی

۷- به دنبال کشف مشکلات باشید

شما با برطرف کردن حتی یک نیاز جامعه، قادر به کسب موفقیت‌های چشمگیر خواهید بود. با این حال در این رابطه کشف آن‌ها مهم‌ترین بخش داستان محسوب می‌شود. در واقع با توجه به این امر که فضای کسب‌وکار در حال حاضر به نحوی است که رقابتی بی‌شماری در هر عرصه وجود دارد، این امر یک احتمال است که نیاز مدنظر شما توسط سایر برندها نیز به روش‌های گوناگون برطرف شده باشد. به همین خاطر لازم است تا در این رابطه به دنبال چند مورد بوده و همواره موارد جدید را کشف کنید.

۸- با مشتریان خود ارتباط برقرار سازید

به هر میزانی که ارتباط بیش‌تری را با مخاطبان و مشتریان خود داشته باشید، برند شما بهتر در ذهن آن‌ها حک خواهد شد. با این حال در این رابطه ارتباط شما باید کاملا دوطرفه بوده و امکان صحبت و اقدام از جانب آن‌ها نیز میسر باشد.

۹- از توییت استفاده کنید

بدون شک بهترین مکان برای ایجاد محتوا توییت است. این امر به علت ویژگی ساختاری این شبکه اجتماعی بوده که حتی اینستاگرام نیز به خوبی آن نمی‌تواند عمل نماید. به همین خاطر بسیار مهم است تا این شبکه را به اولویت اول خود تبدیل کنید.

۱۰- به دنبال گواهینامه‌های مختلف باشید

این گواهینامه‌ها در واقع تندیسی‌هایی هستند که شما به خاطر فعالیت‌های خود می‌توانید دریافت کنید. برای مثال گواهینامه‌های استاندارد و یا رعایت حقوق مشتری و... از جمله موارد موجود در این رابطه محسوب می‌شوند. بدون شک در اختیار داشتن حداکثری آن‌ها به افزایش محبوبیت و وجهه شرکت، کمک خواهد کرد.

۱۱- دوستانی بانفوذ و محبوب برای خود داشته باشید

این افراد به علت شهرتی که در اختیار دارند، مورد توجه ویژه رسانه‌ها و مردم هستند. به همین خاطر ایجاد ارتباط و دوستی نزدیک با آن‌ها، بدون شک مزیت‌های بازاریابی بزرگی را به همراه خواهد داشت.

۱۲- تبلیغات آنلاین را فراموش نکنید

در صدر تمامی روش‌های تبلیغاتی و به خصوص تبلیغات آنلاین، تلفن‌های همراه نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کنند. در واقع این امر بسیار محتمل است که یک فرد در طول روز خود وقتی را به تلویزیون، روزنامه و مجلات اختصاص ندهد. با این حال بدون شک حداقل چندبار شبکه‌های اجتماعی و صفحات اینترنتی را مورد بازدید قرار می‌دهد. به همین خاطر تبلیغات در این زمینه می‌تواند با ریسک بسیار کم‌تری همراه باشد. با این حال لازم است تا اطلاعات کافی در رابطه با میزان محبوبیت هر سایت و صفحه‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی، در اختیار داشته باشید.

۱۳- امکان به اشتراک‌گذاری را ایجاد کنید

این امر نه تنها برای ترافیک سایت شما مفید خواهد بود، بلکه باعث خواهد شد تا مطالب مدنظر شما با بازدید بیش‌تری مواجه شود. به همین خاطر لازم است تا امکان انتشار و به اشتراک‌گذاری تمامی مطالب را به خوبی فراهم آورید.

۱۴- پیوندی مناسب با برند خود برقرار سازید

تمامی اقدامات شما باید با برندان همراه باشد. برای مثال حتی ارسال یک ایمیل ساده نیز باید به برند شما مرتبط باشد. به همین خاطر در تلاش باشید تا ارتباط لازم را میان اقدامات خود برقرار ساخته و از انجام کارهای متفرقه و غیرمرتبط، خودداری کنید. در نهایت این امر به شما یک نظم و شکلی حرفه‌ای‌تر را خواهد بخشید که بدون شک تاثیرگذاری به مراتب بیش‌تری را به همراه خواهد داشت.

۱۵- حمایت از رویدادهای مهم

این گونه رویدادها توجه بسیاری را معطوف به خود می‌کنند که این امر یک فرصت تبلیغاتی محسوب خواهد شد. به همین خاطر لازم است تا به خوبی حمایت خود را از آن‌ها اعلام کنید. در این رابطه به هر میزانی که مراسم با کسب‌وکار شما ارتباط بیش‌تری داشته باشد، احتمال موفقیت شما افزایش پیدا خواهد کرد. با این حال لازم است تا همواره مطابق با بودجه خود رفتار کرده و از تحمیل هزینه‌های بیش از حد جلوگیری شود.

۱۶- حامی مالی یک رقابت باشید

در این رابطه بهتر است تا ورزش‌های پرطرفدار جامعه هدف خود را شناسایی کرده و خود را به خوبی با روند برگزاری مسابقات ادغام کنید. این امر بدون شک به دیده شدن برند شما منجر شده و فرصت‌های بی‌شمار تبلیغاتی را فراهم خواهد کرد.

۱۷- به خاطر داشته باشید که همواره اضافه کردن یک مورد جدید کافی نیست

گاهی لازم است تا اقدامات تبلیغاتی و بازاریابی خود را مورد بازبینی قرار داده و از حفظ تاثیر و اهمیت آن‌ها اطمینان حاصل کنید. بدون شک یک سیاست ممکن است در طول زمان تاثیر اولیه خود را از دست بدهد که لازم است تا به آن توجه کافی را داشته باشید. در نهایت این امر امکان انجام بهتر کارها را فراهم خواهد کرد.

۱۸- تخفیف‌های ویژه و مدت‌دار را در اختیار مشتری قرار دهید

این امر باعث خواهد شد تا همواره میزان فروش شما روندی صعودی را تجربه نماید و افراد نیز فرصت‌های مقرون به صرفه‌تری را در اختیار داشته باشند. اگرچه این امر میزان سود شما را از فروش هر محصول کاهش خواهد داد، با این حال به علت افزایش چشم‌گیر مشتری، خود منافع شما را تامین خواهد کرد.

ادامه دارد ...

۷ کمپین بازاریابی محتوایی موفق که دنیا را تکان داد



از کوکاکولا گرفته تا جنرال الکتریک و نینتندو:

با جست‌وجویی ساده در اینترنت شما به مستند موسسه «یک آرزو کن» دست خواهید یافت. این ویدئو به طور ویژه برای منطقه خلیج (حومه سانفرانسیسکو) طراحی شده است. این موسسه برای ترویج هرچه بیشتر ویدئوی عالی‌اش از شبکه‌های اجتماعی در کنار کمپین فیزیکی‌اش استفاده کرد. نتیجه تلاش‌های موسسه توجه همگانی به آرزوی کودکانی با بیماری نادر بود. در زمینه کمک به کودکان هنوز هم ویدئوی موسسه «یک آرزو کن» به عنوان بهترین کمپین تمام دوران‌ها شناخته می‌شود. پیوند عاطفی کاربران با این ویدئو بسیار شدید بود. به گونه‌ای که بسیاری اقدام به کمک مالی به موسسه و کودک موردنظر کردند.

نکات کلیدی

خب، ما از ایده موسسه یک آرزو کن و کمپین بنم کوجولو چه چیزهایی یاد می‌گیریم؟ نکته مهم در اینجا تمرکز بر روی حضور و فعالیت مخاطب در کمپین‌مان است. در مورد کمپین موردنظر تیم بازاریابی به خوبی مخاطب‌ها را جذب ایده‌اش کرد. به این ترتیب علاوه بر کمک به کودک بیمار مبلغ قابل توجهی برای سایر طرح‌های خیریه موسسه نیز جمع‌آوری شد.

جنرال الکتریک و هشتگ ویزه‌اش

هنگامی که به بازاریابی تاثیرگذاری در شبکه‌های اجتماعی فکر می‌کنیم، گزینه نخست ما به احتمال زیاد برندی مانند جنرال الکتریک نخواهد بود. با این حال برند جنرال الکتریک یکی از برترین کمپین‌ها در زمینه کسب‌وکارهای B2B را در چنته دارد. در این کمپین شرکت به جای تمرکز بر روی محصولات رایج‌اش مانند واشرها و دستگاه‌های نظافتی به افراد تاثیرگذار دنیای شبکه‌های اجتماعی برای توسعه نمایش هرچه بهتر سایر محصولاتش نظیر موتورهای جت و توربین‌های بادی اعتماد کرد.

در کمپین #GEInstaWalk برند جنرال الکتریک از ۶ فرد تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی و برخی از طرفداران برای بازدید از خط تولید تجهیزات دعوت کرد. هدف از این کار به اشتراک‌گذاری تجربه بازدید از خط تولید برند با دیگر افراد، به صورت غیرمستقیم، بود. بازدیدکنندگان با مشاهده دقیق خط تولید و به اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدئوهای جذاب به توسعه برند جنرال الکتریک کمک می‌کردند. در حقیقت هدف اصلی در کمپین شرکت نمایش پشت صحنه کسب‌وکار به گونه‌ای خلاقانه بود.

نتیجه این کمپین بسیار جالب بود. جنرال الکتریک بدون پرداخت حتی یک دلار موفق به جذب ۸ میلیون کاربر به کمپینش شد. همچنین در اینستاگرام نیز ۸ میلیون کاربر از ویدئوهای شرکت بازدید کردند.

نکات کلیدی

اگر به دنبال برگزاری کمپین مبتنی بر بازاریابی تاثیرگذاری هستید، الگوی جنرال الکتریک به دردتان خواهد خورد. ایده شما باید برای مخاطب جذابیت خاص خود را داشته باشد. در این صورت دیگر نیازی به پرداخت هزینه نیست، بلکه مخاطب با علاقه خاصی به پیشنهاد شما پاسخ مثبت خواهد داد.

اپ نشستن یا اسکات چارمین

چارمین به عنوان چهارمین کمپین این مقاله کیفیت عالی را از خود به نمایش گذاشته است. این برند تولیدکننده دستمال نوالت اپی تحت عنوان «نشستن یا اسکات» طراحی کرده است. ایده اصلی این اپ یافتن سرویس‌های بهداشتی نزدیک افراد و ارائه اطلاعات مهمی مانند تمیزی آنهاست. به منظور فهم این کمپین باید به نکته زیر توجه کنیم: در صورتی که یک سرویس بهداشتی تمیز باشد، افراد به راحتی با نشستن از آن استفاده خواهند کرد. در غیر این صورت حالتی مانند تمرین ورزشی اسکات برای افراد پیش می‌آید.

نکات کلیدی

به منظور موفقیت در دنیای بازاریابی محتوایی شما نیازی به بودجه کلان ندارید. با ایده‌ای ساده مانند یافتن سرویس‌های بهداشتی تمیز نیز موفقیت به دست می‌آید. در حقیقت اپ برند چارمین بسیار ساده و در عین حال جذاب طراحی شده است. به این ترتیب مخاطب در عین کاربرد مفید اندکی هم با آن سرگرم می‌شود.

هوت سویت و بازی ویدئویی

اگر با هوت سویت آشنایی ندارید، باید بدانید که این برند در زمینه ارائه خدمات مدیریتی به بازاریاب‌ها فعالیت دارد. اگرچه خدمات این برند بسیار جالب به نظر می‌رسند، اما آنها برای فروش بیشتر دست به بازی جالبی زده‌اند.

به نظر همه ما با سریال مشهور شبکه HBO به نام «بازی تاج و تخت» آشنایی داریم. برند هوت سویت برای استفاده از شهرت این سریال به منظور نمایش ارزش‌های اجتماعی‌اش دست به تولید ویدئویی تحت عنوان «بازی پادشاهان اجتماعی» زد.

در این ویدئو با الگوبرداری از سریال به نمایش مدیریت قلمرو

به قلم: ری چیل نویسنده و کارشناس حوزه بازاریابی

ترجمه: علی آلی

امروزه اغلب بازاریاب‌ها از اهمیت محتوا آگاهی دارند. با این حال چالش اصلی شیوه خلق محتوایی جذاب برای جلب نظر مخاطب در میان خیل عظیمی از کمپین‌هاست. اگر شما قصد عبور از رقابت‌های بی‌پایان در راستای جلب نظر مخاطب را دارید، باید محتوای خود را به گونه‌ای کاملا ویژه و چشم‌نواز تهیه کنید.

گاهی اوقات تولید محتوای مطلوب به هنگام صحبت بسیار ساده‌تر از زمان عمل است. به همین دلیل در این مقاله ما مجموعه‌ای از موفق‌ترین کمپین‌های حوزه بازاریابی محتوایی را برای الگوبرداری شما در کمپین برندان کنار هم جمع کرده‌ایم. از ویدئوهای جذاب گرفته تا مطالب وبلاگی زیبا، این مقاله هفت مورد از برترین نمونه‌های بازاریابی محتوایی را برای شما آماده کرده است. همچنین در بخش پایانی هر کمپین یک کادر «نکات کلیدی» برای فهم بهتر اهمیت و نقاط مهم هر کدام از کمپین‌ها در نظر گرفته‌ایم.

کوکا کولا: «به کودک به اشتراک بذار»

مقاله خود را با یکی از بهترین کمپین‌های بازاریابی محتوایی از سوی یکی از بزرگ‌ترین برندهای حال حاضر جهان شروع خواهیم کرد. برند کوکاکولا برای سال‌های متمادی در بازاریابی و تبلیغات ایده‌های تعاملی فوق‌العاده‌ای را به کار گرفته است. به طور معمول ایده‌های این برند در عین جذابیت ارتباط عاطفی مطلوبی را نیز با مخاطب برقرار می‌کند. صرف نظر از سایر موفقیت‌های این برند، در اینجا ما قصد توجه به کمپینی را داریم که از سال ۲۰۱۱ و کشور استرالیا شروع شده است. کمپین «یه کوک به اشتراک بذار» به هر عاشق نوشیدنی‌های کوکاکولا فرصت استفاده از نوشیدنی شخصی‌سازی شده را می‌دهد. بر این اساس افراد توانایی شخصی‌سازی بطری خود با درج نام‌شان را دارند. اگر حوصله این کار را ندارید، جست‌وجوی نام‌تان در فروشگاه‌ها (نام‌های زیادی به صورت پیش‌فرض بر روی بطری‌ها درج شده) نیز جذابیت خاص خود را خواهد داشت. این کمپین به لطف شبکه‌های اجتماعی خیلی زود به شهرت بالایی دست یافت. بر این اساس کاربران پلتفرم‌های مختلف به سرعت شروع به اشتراک‌گذاری محتوای جالب در مورد کمپین کوکاکولا کردند.

در حالی که این کمپین فعال بود، برند کوکاکولا نام‌های ویژه هرچه بیشتری براساس نوع کشور موردنظر بر روی بطری‌ها درج می‌کرد. نکته مهم درخصوص کمپین این غول دنیای نوشیدنی کاملا روشن است: تمرکز بر روی علاقه مشتریان به شخصی‌سازی کالاها. به این ترتیب نه تنها ما توانایی یافتن نام‌مان بر روی بطری را به دست آوردیم، بلکه امکان یافتن نام دوستان‌مان و هدیه یک نوشیدنی جالب نیز وجود داشت.

با درخواست به اشتراک‌گذاری یک کوک با دیگران، کمپین شرکت به خوبی بر روی ارتباط عاطفی مشتریان با یکدیگر و البته خود تمرکز کرد. محور اصلی محتوای شرکت به اشتراک‌گذاری ویدئوها و تصاویر مختلف از نوشیدنی محصولات کوکاکولا در میان جمع‌های دوستانه بود. این استراتژی به شرکت در راستای فاصله‌گیری از رقابت در دنیای بازاریابی کمک کرد. به این ترتیب تمام توجه‌ها به کمپین کوکاکولا جلب شد.

نکات کلیدی

شاید شما بودجه تبلیغاتی به اندازه برند کوکاکولا نداشته باشید. با این حال چنین امری به معنای ناتوانی شما در بازاریابی محتوایی نیست. مفهوم «شخصی‌سازی» بدون در نظر گرفتن بودجه‌های کلان هم معنای خاص خود را دارد. یکی از ساده‌ترین راهکارها در این میان استفاده از سرویس‌های ایمیلی برای جلب توجه هرچه بیشتر است. همچنین نحوه رفتار مشتریان به هنگام خرید حرفه‌های زیادی برای ما دارد.

کمپین «به آرزو کن بنم کوجولو»

در حوزه بازاریابی محتوایی فقط برندهای بزرگ و محبوب در میان مشتریان موفق نیستند. سازمان خیریه «یک آرزو کن» یکی از موسسه‌های خلاق در زمینه خلق تجربه‌های بی‌نظیر و لذت‌بخش برای کودکان دارای مشکلات زیستی، مانند سرطان، است. اگرچه سازمان‌های خیریه راهکارهای زیادی از جمله جلب داوطلب‌ها، ارسال پیام‌های رایگان و جذب سرمایه‌های دولتی دارند، اما موسسه «یک آرزو کن» شیوه نوین و خلاقانه‌ای را در پیش گرفته است.

به منظور خلق تجربه‌ای جذاب برای کودکان موسسه «یک آرزو کن» با شهر سانفرانسیسکو همکاری نزدیکی ایجاد کرد. یکی از کودکان شهر سانفرانسیسکو که با بیماری نادرى دست به گریبان بود، آرزوی تبدیل شدن به بنم را داشت. موسسه تصمیم گرفت آرزوی این کودک را به شیوه‌ای بسیار خلاقانه و در قالب یک مستند کوتاه به حقیقت بدل کند.

سؤالاتی که باید پیش از شروع تجارتي کوچک از خود بپرسید

مترجم: اشکان کوشش

در ابتدای سال ۲۰۱۷، ۹۹.۳ درصد کل کسب و کارهای خصوصی را تجارت‌های کوچک تشکیل می‌دادند و ۹۹.۹ درصد آنها شرکت‌های کوچک یا متوسط (SMEs) بودند. تمامی افراد شاغل در SMEs را ۱۶.۱ میلیون نفر و ۶۰ درصد کل شاغلین بخش خصوصی انگلستان تشکیل می‌دادند. مجموع مبادلات شرکت‌های SMEs ۱.۹ تریلیون پوند و معادل ۵۱ درصد مبادلات کل بخش خصوصی انگلستان است. در آمریکا و در سال ۲۰۱۶، ۲۸۸ میلیون تجارت کوچک وجود داشتند که ۹۹.۹ درصد از کل تجارت‌های ایالات متحده را شامل می‌شدند. SMEs شاکله اصلی برخی از بزرگترین اقتصادهای جهان را تشکیل می‌دهند و یکی از بخش‌هایی هستند که سریع‌ترین رشد را به خود اختصاص داده‌اند. آیا شما در شرایط مشابه قرار دارید و به فکر راه‌اندازی تجارت شخصی خود هستید؟ باید بگویم این تغییر مسیر حرفه‌ای، مهیج‌ترین کاری است که تا به حال انجام داده‌ام؛ مهیج‌ترین، محرک‌ترین و رضایت‌بخش‌ترین چالشی که خود را با آن روبه‌رو کرده‌ام. خلاصه‌کردن تمامی آنچه تجربه کرده‌ام آسان نیست، اما در اینجا به چهار سؤال اصلی که باید پیش از شروع تجارت از خود بپرسید، اشاره خواهم کرد.

۱. چرا این کار را انجام می‌دهم؟

شما باید به ایده، طراحی، محصول و بازه محصولات خود ایمان داشته باشید. باید عاشق آن و معتقد باشید مردم محصول شما را خواهند خریدند و تملک آن به زندگی‌شان کمک خواهد کرد. شاید دلیل شما برای به اشتراک‌گذاری محصول‌تان این است که مشتریان را راضی یا زندگی آنها را ساده‌تر خواهید کرد. در مورد نقاط منحصربه‌فرد خود برای فروش فکر کنید. با ارائه محصول خود چه مسئله‌ای را حل می‌کنید؟ باید در مورد بازار هدف و مشتریانی که می‌خواهید محصولات خود را به آنها بفروشید، ایده‌های داشته باشید. هنگامی که پروفایل مشتریان خود را می‌سازید، تا حد امکان مشخصات آنها را ثبت کنید. شاید انجام این کار زمانبر باشد، اما اگر توانایی دایر کردن گروه‌های متمرکز و نظرسنجی محصولات را داشته باشید، زیرساخت‌های قدرتمندی برای خود خواهید ساخت. در مورد سن، وضعیت مالی، جنسیت، علایق و مهم‌تر از همه آنچه آنها را ترغیب به خرید محصول شما می‌کند، فکر کنید. این مسئله می‌تواند همزمان با دگرگونی‌های شرکت شما تغییر کند که البته امری طبیعی است. «چرا»ی تجارت نیز بسیار مهم است، زیرا زمینه‌سازی ارزش‌های برند را صورت می‌دهد، صفات شرکت را مشخص می‌کند و هدفي والا برای مجموعه شما به وجود می‌آورد. این اتفاق اغلب می‌تواند نیروی انگیزشی برای پیشرفت یک مجموعه باشد.

۲. آیا نامی برای برند خود دارم؟

این مرحله اصولاً اولین سختی پیش‌روی بیشتر افراد است. سؤالاتی که باید بپرسید از این قبیل هستند:

- آیا نمایش‌دهنده طرح و یا محصولات است؟
- آیا صفات برند را بازتاب می‌دهد؟
- آیا منحصربه‌فرد است یا به اسم برندی دیگر بسیار شباهت دارد؟
- آیا انعطاف‌پذیری لازم برای گسترش تجارت و بازه محصولات را دارد؟
- آیا برای درخواست مشتریان هدف جاذبه دارد؟
- آیا توانایی خرید دامن‌های با این نام وجود دارد؟

طبعاً انتخاب نام یک برند بسیار شخصی است، اما کلید یافتن آن مشخص‌بودن بازتاب تجارت و دارا بودن شرایط لازم برای رشد و ارتقای تجارت است. دقت در انتخاب و تصمیمی نبوده برند بسیار مهم است. همچنین به منظور برقراری ارتباط با مردم، نام برند باید ساده باشد. مهم‌تر از همه انجام تحقیقات لازم مبنی بر ثبت‌نام نام‌های مشابه برای تجارت‌های دیگر است. شما می‌توانید از جست‌وجوی اینترنتی، لیست‌های محلی و وبسایت‌های IPO تحقیقات خود را انجام دهید.

۳. هویت برند من چیست؟

هویت برند داستانی است که شما به وسیله محصولات، لوگو، نام، رنگ‌ها، نشانه‌های چاپی و شعار خود تعریف می‌کنید. تمامی اینها در مورد چگونگی خواسته شما مبنی بر درک از جانب مشتری است. روانشناسی رنگ کلید درک و تصویرسازی برند است و متخصص برندسازی منابع زیادی را در این زمینه در اختیار دارد. هویت شما باید برندان را به یادماندنی سازد. نایک یک مثال عالی در این زمینه است، زیرا برندی قابل‌شناسایی دارد. این امر مساعدهتی بصری در راستای شناخت برند و محصولات شما و دقیقاً همان موردی است که یک برندساز مؤثر باید توان انجام آن را داشته باشد. برندهای موفق داستان‌سرای می‌کنند و با این کار خود را در موقعیتی منحصربه‌فرد قرار می‌دهند. داستان‌سرای خوب تماماً به ساخت ارتباطی احساسی باز می‌گردد. رنگ‌ها، لوگو، نام و شعار دنباله‌رو پیام اصلی هستند و برای ساخت داستان برند گرد هم می‌آیند. داستان یک برند در مورد انگیزه‌های شروع تجارت، چرایی فعالیت‌های روزمره، چرایی اهمیت‌دادن مشتریان و اعتماد آنها به شما خواهد بود.

۴. آیا قیمت‌گذاری محصولات من صحیح است؟

قیمت‌گذاری امری است که باید به صورت مستمر بررسی و تغییر داده شود. مهم‌ترین سؤالات در این زمینه موارد زیر هستند:

- هزینه‌های پایه چقدر است؟
- میزان سودآوری هدف چقدر است؟
- میزان قیمت بازار محصول توسط رقبا چقدر است؟
- گرایش‌های بازار چگونه است؟
- میزان پولی که مشتری ایده‌آل پرداخت خواهد کرد چقدر است؟

پروفایل‌سازی مشتریان و تحقیق بازار در این زمینه بسیار ارزشمند خواهد بود. مادامی که هزینه‌های پایه را محاسبه می‌کنید، زمان را نیز در نظر بگیرید. این مورد شامل زمانی می‌شود که صرف طراحی و تهیه مواد اولیه می‌کنید. به عنوان تجارتي جدید، مالیات بر ارزش افزوده (VAT) به شما تعلق نخواهد گرفت، اما باید مالیات‌های پرداختی احتمالی در سطح داخلی و بین‌المللی را نیز محاسبه کنید. تملی اینها ایده‌های اولیه در مورد هزینه‌ها به شما خواهد داد. حال اگر درآمد هدفی داشته باشید، می‌توانید قیمت خرده‌فروشی را با افزودن سود به هزینه تولید مشخص کنید. اگر این کار را در مرحله طراحی و به عنوان تمرینی آزمایشی انجام دهید، می‌توانید قابلیت فروش محصول خود را نیز بررسی کنید. گاه قیمت خرده‌فروشی شما نسبت به گرایش بازار و قیمت رقیب‌تان بسیار بالاست، یا زمانی بسیار طولانی را صرف ساخت محصول می‌کنید و یا مواد اولیه‌تان بسیار گران‌قیمت هستند؛ در این صورت اگر کاهش هر یک از این فاکتورها امکانپذیر نباشد، فروش محصول عملاً غیرممکن خواهد بود و باید از تولید آن صرف‌نظر کرد. داشتن محصولی با قیمت بسیار بالاتر نسبت به محصولات مشابه منطقی است، اما اگر توان ارائه توضیحات مبنی بر برتری محصول و با افزودن ارزشی به تجربه مشتریان به صورتی منحصربه‌فرد و نهادینه در مدل بازاریابی خود را نداشته باشید، درصد موفقیت بسیار پایینی می‌آید. خریداران پیش از خرید همواره ارزش محصول را در ازای قیمت آن ارزیابی می‌کنند. اگر شما به افراد موردنظر رسیدنیاید و به طراحی و کیفیت و جدیدبودن محصولات خود ایمان راسخ دارید، می‌توانید درصد موردنظران را به عنوان سود اضافه کنید و اگر مشتری به مشخصات برند شما متعهد باشد، از محصولات شما خریداری خواهد کرد. قیمت زیاد به اندازه فروش زیرقیمت با است، اما در نهایت این میزان خبرگی شمامت که می‌تواند معادله را تغییر دهد و عموماً تولیدکنندگان خلاق از آن چشم‌پوشی می‌کنند.

منبع: forbes



مترجم: مریم امیری خواه

- تمام تلاش را برای منظم بودن می‌کنم؟
- فکر می‌کنم هیچ کس به خوبی خود نمی‌تواند کارها را انجام دهد. به همین دلیل کنترل تقریباً تمام امور را به عهده می‌گیرم؟
- زمان زیادی را به آماده شدن برای ملاقات با مشتریان یا تماس با مشتریان احتمالی اختصاص می‌دهم، چون نگرانم که مبادا دیگران فکر کنند، همه چیزهایی را که باید بدانم، نمی‌دانم؟
- معتقدم که استطاعت مالی کافی را ندارم تا نیرویی را برای کمک استخدام کنم؟ (بهرتر است بدانید که دست تنها کاری از پیش نخواهید برد.)
- واقعاً و از صمیم قلب معتقدم که زمان کافی برای انجام دادن کارهایی که فقط و فقط خودم می‌توانم انجام دهم، ندارم؟ (به خاطر داشته باشید که این خود ما هستیم که شرایطی را که به آن باور داریم، خلق می‌کنیم.)
- زمانی را در برنامه روزانه‌ام برای پرداختن به اتفاقات غیرمنتظره خالی می‌گذارم؟ (تمام ساعات روز را پر نکنید.)
- کار و زندگی‌ام را رها می‌کنم تا مشکل یک نفر دیگر را حل کنم؟ (واقعاً کار دوست‌تان تا این حد مهم و فوری است؟)
- آیا برنامه‌ای برای مدیریت مشکلات غیرمنتظره به روشی موثر و سازماندهی شده دارم تا این امور خارج از برنامه تاثیر چندانی بر اولویت‌هایم نگذارند؟
- توانایی‌ام در مدیریت زمان را به طور مرتب کنترل می‌کنم تا به این ترتیب بهتر بتوانم نقاط ضعف و قدرتم را تشخیص دهم؟
- زمان و روز مشخصی را برای تماس‌های تلفنی در نظر گرفته‌ام تا با وقفه‌های نیم ساعته و یک ساعته بین این تماس‌ها روبه‌رو نشوم؟ (مطمئن باشید که هیچ کار مهمی را نمی‌توانید در این فواصل کوتاه انجام دهید.)
- زمان و زمان مشخصی را برای انجام دادن کارهای خاص در نظر گرفته‌اید؟ (برای مثال صبح‌های سه‌شنبه را برای تماس‌های فروش کنار بگذارید، هر روز از ساعت ۱- ۱۲ ظهر را به پاسخگویی ایمیل‌ها و تماس‌های تلفنی اختصاص دهید و به روز کردن وبلاگ و بازاریابی را به صبح‌های پنجشنبه موکول کنید.)
- در انجام دادن وظایف مهم تبدلی می‌کنم و مدام امروز و فردا می‌کنم؟
- نظرم درباره پول و نقدینگی چیست؟ فکر می‌کنم هر چقدر که پول داشته باشم، باز هم کم است؟ (این طرز فکر ترسی غیرواقعی را القا می‌کند که در نهایت به تصمیم‌گیری‌های اشتباه منجر می‌شود.)
- هر بار که تلفن زنگ می‌زند، گوشی را برمی‌دارم و به تمام ایمیل‌ها جواب می‌دهم؟
- همه کارها را به خاطر یک یا دو مشتری پرتوقع رها می‌کنم؟
- به کارکنانم آموزش می‌دهم تا مجبور نباشم که به سوالات تکراری آنها پاسخ دهم؟
- به موازات ارتقای سطح دانش و توانایی‌های کارکنانم، وظایف و مسئولیت‌های بیشتری را به آنها محول می‌کنم تا بار خودم سبک‌تر شود؟
- جلسات دوره‌ای با کارکنان برگزار می‌کنم تا همه متحد و هم‌داستان باشند؟ (برگزاری جلسات دوره‌ای از بروز بسیاری از مشکلات و سوءتفاهم‌ها جلوگیری می‌کند.)
- فرهنگ اعتماد و وفاداری را در شرکت‌م پرورش داده‌ام؟ (کارایی و بهره‌وری کارکنان در شرکتی با فرهنگ مثبت افزایش قابل ملاحظه‌ای می‌یابد.)
- اصراری برای نگه داشتن کارکنان با عملکرد ضعیف ندارم و اجازه می‌دهم که بروند؟
- برای انجام دادن کارهای تکراری از دستسگاه‌ها و سیستم‌های به روز استفاده می‌کنم؟
- همیشه از این می‌ترسم که مبادا یک یا چند نفر از کارکنان

بازرزش شرکت مرا ترک کنند؟ (به خاطر داشته باشید که برای هر فردی جایگزین مناسبی وجود دارد.)

۳۶. به کارکنانم دستور می‌دهم که تمام کارها را به صورت مستند بایگانی کنند، تا هنگام ترک کردن یکی از کارکنان دچار بحران نشوم؟ (به علاوه این روال ارزش شرکت را بالاتر می‌برد.)

۳۷. می‌خواهم که همه مرا دوست داشته باشند؟ (اگر بخواهید محبوب همه باشید، زمان زیادی را برای جلب رضایت دیگران به هدر می‌دهید و استثنای‌های فراوانی را قائل می‌شوید تا محبوبیت‌تان کم نشود.)

۳۸. آیا کسب و کارم آنقدر منعطف هست که بتوانم در مواقع لزوم، به ویژه تابستان‌ها در کنار فرزندان و خانواده‌ام باشم؟

ب. در استرس و هرج و مرج زندگی می‌کنم و سعی می‌کنم بین زمان‌هایی که نیازها و خواسته‌های خانواده‌ام را تأمین می‌کنم، ساعتی را هم برای کار کردن پیدا کنم؟

ت. از دیگران کمک می‌گیرم یا نیرویی را برای کمک کردن به خودم استخدام می‌کنم تا بتوانم بدون مزاحمت روی کسب و کارم متمرکز شوم و از زمانی که با فرزندانم هستم، لذت ببرم؟

۳۹. می‌دانم که چه ساعتی از روز برایم بهترین وقت است و کارهایی را در این زمان طلایی انجام می‌دهم، که به انرژی و خلاقیت بالایی نیاز دارند؟ (کارهایی را که نیاز به انرژی بیشتری دارند، در ساعاتی انجام دهید که سرحال‌تر هستید.)

۴۰. مطمئن هستم که الگوی فعلی کسب و کارم سوددهی قابل قبولی دارد یا این که فقط چشم‌پسته پیش می‌روم؟

۴۱. هنوز هم به کارم علاقه دارم یا این که خستگی آن شور و شوق اولیه را سرکوب کرده است؟ (اکنون زمان آن رسیده است که متوجه شوید، چه محرکی دوباره آتش علاقه‌تان را شعله‌ور خواهد کرد.)

۴۲. برای تمام روزهای هفته برنامه‌ریزی می‌کنم و فهرست کارها را هر روز صبح یا آخر شب مرور می‌کنم؟

۴۳. عادت‌های صبحگاهی سالمی را برای خودم تعریف کرده‌ام که هیجان و انرژی را در من تزریق کند یا این که مدتی روی تخت دراز می‌کشم و ایمیل‌ها را چک می‌کنم؟

۴۴. هدف‌های معینی را برای خودم تعریف کرده‌ام و راه رسیدن به آنها را می‌دانم؟ (ایهام و بلاتکلیفی یکی از دلایل اصلی ضعف در مدیریت زمان است.)

۴۵. دائماً فکرها و ایده‌های جدید و هیجان‌انگیز به ذهنم می‌رسد و اهداف قبلی‌ام را رها می‌کنم تا راه‌های رسیدن به این افکار درخشان را بررسی کنم؟

۴۶. کارهای خانه را در ساعات اداری انجام می‌دهم و در طول روز مدام از این شاخه به آن شاخه می‌پریم؟

۴۷. اجازته می‌دهم که چون در خانه کار می‌کنم، دیگران به گونه‌ای با من رفتار کنند که انگار هیچ کاری ندارم؟

۴۸. حداقل یک بار در سال مرخصی می‌گیرم و به تعطیلات می‌روم؟ (خستگی بیش از حد ناشی از فشار کار، کارایی و بهره‌وری را کاهش می‌دهد.)

۴۹. از این که به اندازه کافی برای خانواده‌ام وقت نمی‌گذارم، احساس گناه می‌کنم؟ (احساسات منفی ذهن را پریشان می‌کند و فرد را از پا درمی‌آورد.)

۵۰. برای سرمایه‌گذاری کردن بر روی خودم و کسب و کارم با کارشناسان مشورت می‌کنم یا همه تصمیم‌ها را خودم به تنهایی می‌گیرم؟

هیچ چیزی نیست که نشود آن را تغییر داد یا بهبود بخشید. فقط باید خودتان را باور کنید و از این توهم که می‌توانید همه چیز را کنترل کنید، دست بردارید و از دیگران کمک بگیرید.

منبع: inc



برگزاری یادواره شهدای منتسب به کارکنان شرکت توزیع نیروی برق استان اردبیل و مراسم تجلیل از رزمندگان هشت سال دفاع مقدس وهمکار مدافع حرم



اردبیل - خبرنگار فرصت امروز- یادواره شهدای منتسب به کارکنان شرکت توزیع نیروی برق استان اردبیل و مراسم تجلیل از رزمندگان هشت سال دفاع مقدس وهمکار مدافع حرم روز سه شنبه ۳ مهرماه سالجاری در محل شورابیل ، حسینیه نمایشگاه فرهنگی رزمی دفاع مقدس برگزار شد. این مراسم با حضور مدیران عامل صنعت آب و برق ، فرماندار اردبیل ، فرمانده سپاه حضرت عباس و برخی مدیران استانی و کارکنان شرکت توزیع نیروی برق استان اردبیل و جمع کثیری از رزمندگان و خانواده های شهدا برگزار شد ، ابتدا مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان ضمن تسلیت ایام محرم ، از برگزار کنندگان نمایشگاه دفاع مقدس همزمان با هفته دفاع مقدس تشکر نمود . مهندس محمدی از تقدس دفاع مقدس سخن گفته افزود ایمان راستین و تربیت دینی موجب پیروزی انقلاب و هشت سال دفاع مقدس بود وی با اشاره به این که جامعه امروز مدیون رشادت ها و ایثار و از خودگذشتگی شهدا و ایثارگران ۸سال دفاع مقدس است، گفت: برای گرامیداشت یاد و خاطره رشادت های ایثارگران و ۴۱ شهید منتسب به کارکنان شرکت توزیع و ۲ شهید حادثه منا که از کارکنان شرکت توزیع نیروی برق استان و تجلیل از یکی از همکاران رزمنده مدافع حرم می باشد این مراسم برگزار می شود. وی افزود، همانطور که امام راحل فرمودند: " جنگ نعمت است " یعنی در جامعه پیرو پیمبر (ص) در این جنگ هر چه پیش بیاید ، از آن می توان به عنوان نعمت استفاده کرد ادامه داد: امام(ره) از جنگ به عنوان یک نعمت یاد می کردند و مقاومتی که مردم ما در سایه ۸ سال دفاع به دست آوردند باعث پیشرفت و توانمندی در حوزه های مختلف شد. مهندس محمدی گفت اگر انسان هزار سال عمر کند و هر روز هزار رکعت نماز بخواند و دعا کند: " اللهم ارزقنا توفیق الشهداء فی سبیلک " تا در این مسیر نرود و به آن معنویت نرسد شهادت اتفاق نمی افتد.

شهر دار بندر عباس:

هر گونه اقدام تروریستی و ایجاد وحشت در میان مردم محکوم است

بندر عباس - خبرنگار فرصت امروز - شهردار بندرعباس به دنبال وقوع حادثه تروریستی در شهر اهواز، هر گونه اقدام تروریستی و ایجاد رعب و وحشت در میان مردم محکوم کرد. عباس امینی زاده با ابراز همدردی نسبت به حادثه تلخ اهواز که منجر به شهادت حدود ۳۰ نفر از هموطنان نظامی و غیرنظامی و مجروح شدن چند نفر دیگر شد، اظهار کرد: در پای حمایت، هدایت و رهبری دشمنان همیشه کشور عزیزمان ایران در این حادثه غم‌انگیز که موجب آرزو شدن دل تمام ایرانیان و بشر دوستان شده، مشهود است. وی آمریکا و هم‌پیمانانش را حامی اصلی تروریسم در دنیا دانست و افزود: متأسفانه هر از گاهی شاهد وقوع حوادث اینچنینی در کشور هستیم در حالی که نگاه مثبت مردم به نظام جمهوری اسلامی و آرمان‌های انقلاب نه تنها کمتر نشده، بلکه بیش از پیش نیز افزایش می‌یابد. شهردار بندرعباس با تأکید بر اینکه وجود مردم شریف، غیور و شهیدپرور کشورمان را رمز اتحاد، همبستگی و ایستادگی در برابر توطئه‌های دشمنان دانست و خاطرنشان کرد: بدون شک دشمنان و عوامل آنها با این گونه حوادث تروریستی اتحاد بین اقشار مختلف مردم ولایتمدار را هدف قرار داده‌اند که ناکامی آنها عینی است. امینی زاده تأکید کرد: جمهوری اسلامی ایران حق دارد، فورا به این اقدام بزدلانه، فاطمانه پاسخ دهد، آن هم نه فقط از طریق بازداشت و محاکمه دست اندکاران داخلی این حادثه بلکه از طریق بازخواست قدرت های متفقهای و بین المللی که پشت پرده این اقدام تروریستی قرار دارند.



تسهیل زندگی روستاییان گلستان با برقراری اینترنت پرسرعت

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - جلسه هم اندیشی در خصوص توسعه فیبرنوری و نقاط جدید پروژه USO با حضور مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان مهندس احمدی مدیر کل ICT استان و مهندس لشکرپلویکی مدیر کل زیرساخت و جمعی از مدیران مرتبط برگزار شد. پروژه ملی USO که بیش از ۲۵۰۰۰ روستا در سطح کشور را تحت پوشش اینترنت پرسرعت بر بستر فناوری 4G قرار خواهد داد، باهدف صعود عمومی روستایی و ارائه خدمات دسترسی به اینترنت پرسرعت در روستاهای سراسر کشور تعریف شده است. در این نشست مهندس شهرداری کاهش شکاف طبقاتی را نگاه ویژه به مناطق محروم دانست و گفت: نگاه ما به اینترنت روستایی، نگاه ویژه ایست و تسهیل زندگی روستاییان با برقراری اینترنت پرسرعت در دستور کار قرار دارد

صعود تیم کوهنوردی شرکت آب منطقه ای گلستان به ارتفاعات باران کوه

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - تیم کوهنوردی شرکت آب منطقه ای گلستان به مناسبت گرامیداشت هفته دفاع مقدس به ارتفاعات باران کوه (شصت کلا) گرگان صعود کردند به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گلستان، در این کوهنوردی یک روزه که با حضور اعضا پایگاه مقاومت بسیج کوثر شرکت آب منطقه ای از جمله، مدیر عامل شرکت، معاونین و مدیران و همکاران برگزار شد، تیم کوهنوردی شرکت آب منطقه ای توانست بعد از حدود ۲ ساعت به آبشار باران کوه واقع در ارتفاعات جنگل شصت کلا گرگان صعود کنند. ادامه برنامه، همکاران پس از اقامه نماز جماعت با حضور حجت الاسلام دپلم دبیر شورای فرهنگی دینی شرکت آب منطقه ای گلستان و گرامیداشت یاد و خاطره شهیدان هشت سال دفاع مقدس به بازگویی خاطرات روزهای جبهه و جهاد پرداختند. گفتنی است آبشار باران کوه در ۱۸ کیلومتری جنوب غربی گرگان و در مسیر جنگل رودخانه شصت کلا واقع شده است.

سمینار "نقش بانوان در کاهش تنش خانواده" در بندر بوشهر برگزار شد

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: سمینار نقش بانوان در کاهش تنش خانواده در سالن جلسات برج اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر برگزار شد. به گزارش روابط عمومی، فاطمه سجادی فر مشاور مدیر کل و مسئول امور بانوان اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر در اینبار گفت: بمنظور تحکیم و حفظ بنیان خانواده و همچنین افزایش سطح آگاهی و آموزه های بانوان این اداره کل ، سمیناری تحت عنوان " نقش بانوان در کاهش تنش در خانواده" در سالن جلسات برج بندربرگزار شد. سجادی فر افزود: در این سمینار که با استقبال بانوان شاغل این اداره کل برگزار گردید دکتر ملاکی از اساتید حوزه روانشناسی به بیان مطالب و راهکارهایی در باب نقش بانوان در ایجاد آرامش و ثبات و رفع تنش در خانواده پرداختند. وی اضافه کرد: همچنین بمنظور مشارکت نفات شرکت کننده و ارائه دیدگاه های آنان، در انتهای سمینار گفتگوی آزاد و همچنین جلسه پرسش و پاسخ نیز انجام گرفت. سجادی فر ضمن تقدیر از حمایت های مدیر کل بنادر و دریانوردی استان ، بیان کرد : امور بانوان اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر با برنامه ریزی های سالانه خود موضوعات و منتهای متنوعی را در راستای هرچه بهتر شدن باردهی بانوان در محل کار و همچنین در خانواده صورت داده که فراخور با مناسبت های مختلف به آنها جامع عمل می پوشاند.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران مطرح کرد :

اجرای بیش از ۴۸۵ کیلومتر شبکه گاز در مازندران طی ۶ ماهه اول سال

ساری - دهقان - مدیرعامل شرکت گاز مازندران گفت:در ۶ ماه نخست امسال بیش از ۴۸۵ کیلومتر شبکه گاز در استان مازندران اجرا شد. "جعفر احمدپور" از اجرای بیش از ۴۸۵ کیلومتر شبکه گاز در ۶ ماه امسال در این استان خبر داد و افزود: هم اکنون بیش از ۲۰ هزار و ۵۱ کیلومتر شبکه گاز در استان اجرا شده است. وی اظهار داشت: همچنین در ۶ ماه امسال ظرفیت پذیرش بیش از ۱۶ هزار و ۸۰۰ مشترک ایجاد شده و ۲۳ هزار و ۶۰۰ مشترک نیز به جمع مشترکین گاز استان افزوده شده اند. مدیرعامل شرکت گاز مازندران با اشاره به اینکه هم اکنون بیش از یک میلیون و ۳۴۰ هزار مشترک گاز در استان از خدمات شرکت گاز استفاده می کنند افزود: در ۶ماه امسال حدود ۱۳ هزار و ۲۲۵ انشعاب نیز نصب گردیده و انشعابات نصب شده در کل استان به بیش از ۷۵۴ هزار مورد افزایش یافته است. احمدپور خاطرنشان کرد: در این مدت شرکت گاز استان توانسته ۲۲ هزار و ۸۵۰ خانوار جدید را تحت پوشش گاز قرار دهد و تعداد کل خانوار تحت پوشش به یک میلیون و ۴۷۲ هزار و ۸۱۵ خانوار افزایش یابد. وی تصریح کرد:در حال حاضر در استان مازندران ۵۵ شهر و همچنین ۲۰۰ روستا از نعمت گاز طبیعی برخوردار می باشند ضمن اینکه عملیات گازرسانی به بیش از ۴۰۰ روستا و ۳ شهر نیز در دست اجرا می باشد. احمدپور در خصوص گازرسانی به روستاها نیز اظهار داشت: هم اکنون بیشتر توان شرکت گاز استان صرف توسعه گازرسانی به روستاهای استان شده که امید می رود در آینده نزدیک جمعیت روستایی تحت پوشش گاز افزایش چشمگیری پیدا کند.

به مناسبت روز سالمند صورت گرفت:

دیدار سخنگوی شورای اسلامی رشت با اعضای کانون بازنشستگان شهرداری رشت

رشت - مهناز نوبی - فاطمه شیرزاد سخنگوی شورای اسلامی رشت به مناسبت روز سالمند در بازدید از کانون بازنشستگان شهرداری رشت از زحمات آنان قدردانی کرد.شیرزاد گفت: به وجود همه بازنشستگان افتخار می کنیم و تکریم از بازنشستگان باید در دستور کار مسئولان قرار گیرد. سخنگوی شورای اسلامی رشت با تأکید بر اینکه پرداخت مطالبات و معوقات سال گذشته بازنشستگان شهرداری در دستور کار سرپرست شهرداری قرار گیرد، گفت: پرداخت مطالبات بازنشستگان با سرعت بیشتری انجام شود. وی خاطرنشان کرد: مراسم تجلیل از بازنشستگان شهرداری در دستور کار سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری رشت قرار گیرد در این دیدار فاطمه شیرزاد با اهدای شاخه گللی از زحمات اعضای کانون بازنشستگان شهرداری قدردانی کرد. در این دیدار سیده مریم رضاطبع مدیر اجرایی حوزه ارتباط با رسانه های شهرداری رشت نیز حضور داشت.



با مواد مخدر، پلیس اطلاعات و امنیت عمومی، پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات، پلیس مهاجرت و گذرنامه، پلیس دیپلماتیک، پلیس بین الملل، فرماندهی مرزبانی و یگان ویژه در راستای ارتقاء احساس امنیت و آسایش شهروندان مأموریت های محوله را به نحو شایسته

رئیس شورای مدیریت بحران برق خوزستان:

برای عبور از بحران ها اکنون نیازمند حمایت و پشتیبانی هستیم



به داشتن فرصت لازم، باید با تأمین بودجه پروژه های مختلف برق رسانی و پایدارسازی در اولویت قرار گرفته و هرچه سریعتر عملیات مقولوم سازی و پیشگیرانه به اتمام برسد. دشت بزرگ در بخش دیگری از صحبت های خود به پروژه های خرید و اجرای پوشش عایقی، تعویض زنجیر مفره و شستشوی پست ها و خطوط انتقال و فوق توزیع اشاره کرد و افزود: در سال نود و شش ۴۱ پست انتقال و فوق

توزیع اشاره کرد و افزود: در سال نود و شش ۴۱ پست انتقال و فوق

مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی :

برگزاری دهمین جشنواره ملی فراگیری نخستین واژه آب در آذربایجان غربی

این منظور در قالب دهمین جشنواره ملی فراگیری نخستین واژه آب، شاهد برگزاری دومین مسابقه نقاشی آب= زندگی خواهیم بود که فراخوان این مسابقه اول مهر ماه صادر شده است. مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان اظهار داشت: علاوه بر برگزاری این مسابقه، کارگروه هم اندیشی با اولیاء دانش آموزان مقطع ابتدایی در تاریخ ۲۱ تا ۲۶ مهر ماه، کارگاه آموزشی مدیریت آب ویژه آموزگاران از یکم آبان تا ۲۰ آبان ماه برای معلمان مقطع ابتدایی به ویژه کلاس اولی هـا، نواختن زنگ آب و برگزاری جشن آب از ۱۹ تا ۲۳ آبان ماه برای دانش آموزان مقطع ابتدایی مدارس برگزیده، آموزش دانش آموزان کلاس اولی از ۱۹ آبان تا ۲۰ آذر از دیگر برنامه هایی است که در قالب این جشنواره برگزار می شود.



مدیریت مصرف آب فرا گرفتند. رضایی یادآور شد: با توجه به اهمیت حفظ منابع آبی موجود، شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور بنا دارد امسال تعداد بیشتری دانش آموز، اولیا و مربیان را زیر پوشش ببرد. وی با اشاره به اهمیت برگزاری این جشنواره، اعلام کرد: برای

ارومیه - خبرنگار فرصت امروز- داریوش رضایی اظهار داشت: دهمین جشنواره ملی فراگیری نخستین واژه آب با هدف یادگیری مفاهیم، نقش و اهمیت آب در زندگی و آشنایی دانش آموزان با محدودیتهای جدی منابع آبی و روش های مصرف بهینه آب برگزار می شود. وی تصریح کرد: با توجه به کاهش منابع آبی استان و بحران آب در کشور، فرهنگ سازی و ترویج فرهنگ مصرف بهینه آب در بین خانواده ها ضرورت می یابد که برای این منظور این جشنواره در سطح ملی و به تبع آن در آذربایجان غربی برگزار می شود. مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان ادامه داد: این جشنواره سال گذشته به صورت سراسری برگزار و طی برگزاری آن، ۲۵۰ هزار دانش آموز، ۱۷ هزار نفر از اولیاء دانش آموزان و ۲۱ هزار نفر از معلمان سراسر کشور آموزشهای لازم را در

قدردانی استاندار قم از مجاهدت های نیروی انتظامی در برقراری نظم و امنیت استان



تلاش و مجاهدت خستگی ناپذیر و سلحشوری های بی وقفه خود، زمینه اقتدار و امنیت کشور را فراهم می نمایند. فرصت را مغتنم

با مشارکت سپاه کربلا و آباشهری مازندران:

نخستین جشنواره اصلاح الگوی آب برگزار شد



مسئول دفتر نمایندگی ولی فقیه سپاه کربلای مازندران، در سخنانی به بیان اهمیت آب پرداخت و گفت: این مایه حیات در وضعیت قرار دارد که لازم و واجب است در مصرف آن رعایت شود. حجت الاسلام پدالاه غلامی، افزود: تا ۲۵ سال آینده نیمی از ساکنان جهان با مشکل کمبود آب مواجه می شوند.

مدیرکل روابط عمومی و امور بین الملل و ارتباطات مردمی

مراسم تودیع و معارفه رییس اداره گاز شهرستان دلجان برگزار گردید



و شهرستان دلجان، جابه جایی روسای ادارات شهرستانها را بعنوان امری درجهت رشد،خلاقیت و نوآوری و پرورش نیروی انسانی باتجربه و در راستای تعالی و ارتقاء یک سازمان به شمار آورد.در پایان ضمن قرارت حکم انتصاب آقای مجید قربانی ایشان به عنوان سرپرست اداره گاز دلجان منصوب و از زحمات آقای مجید صادقی در طول مدت تصدی این مسئولیت تقدیر به عمل آمد.

انجام می دهد. وی با اشاره به اینکه وجود نظم و امنیت در جامعه حاصل تلاش های دلسوزانه عوامل انتظامی در سراسر کشور است، گفت: امنیت از اولویت دارترین خواسته های افراد جامعه و مسئولان، نظام است که در هفته نیروی انتظامی سال جاری شعار " پلیس مقتدرامین مردم است " چشم اندازی روشن برای پیشرفت و تعالی جامعه ترسیم کرده است. نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی هفته نیروی انتظامی را فرصتی برای توسعه سرمایه اجتماعی پلیس از طریق ارتقای منزلت اجتماعی دانست و گفت: مردم، مردم نیروی انتظامی را از خود می دانند و پلیس باید با امانت داری، سلامت، صداقت و اخلاق عملی این اطمینان و اعتماد را در دل مردم به وجود آورد. امام جمعه تبریز با بیان اینکه تحقق شعار " پلیس مقتدر، امین مردم " با تعامل و مشارکت مردم امکان پذیر است ادامه داد: کارآمدی ناجا با توجه به گستره ی دامنه فعالیت های پلیس در ایجاب و ارتقا ایمنی و آرامش مردم بسیار چشمگیر و قابل تقدیر است. در ابتدای این دیدار محسن حسن خانی فرمانده نیروی انتظامی آذربایجان شرقی با بیان گزارشی از فعالیت های این نیرو تأکید کرد: آذربایجان شرقی از امن ترین استان های کشور است و نیروی انتظامی حافظ امنیت عمومی و تضمین کننده سرمایه گذاری ها در استان است.

رئیس شورای مدیریت بحران برق خوزستان:

توزیع در سه فاز برای انجام پوشش عایقی انتخاب شدند که از این تعداد ۱۲ پست انتقال فوق توزیع انجام شده و مابقی آن در مرحله خرید پوشش عایقی با بررسی و ارسال در دفتر قرار دادها است. وی بیان کرد: در سال نود و شش ۵ هزار و ۲۵۸ زنجیر مفره در خطوط فوق توزیع تعویض شده و ۲۲۰ پست انتقال و فوق توزیع و ۹۱۳ دکل شستشو شده است. رئیس شورای مدیریت بحران صنعت برق استان های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد به آمار و ارقام سال ۹۷ نیز اشاره کرد و گفت: برای سال ۹۸ برنامه ریزی برای پوشش عایقی ۵۷ پست انتقال و فوق توزیع انجام شده که از این تعداد مقداری انجام شده و انتهای تمامی این پست ها نیازمند تأمین بودجه برای خرید پوشش عایقی است. دشت بزرگ تصریح کرد: از ابتدای سال ۹۷ تاکنون ۹۵۷ زنجیر مفره در خطوط فوق توزیع تعویض شده و ۱۲۳ پست انتقال و فوق توزیع به همراهِ ۱۲۳ دکل از خطوط شستشو شده است.

مهارت‌های لازم برای بازاریابان در دوران هوش مصنوعی

مترجم: اشکان کوشش

هوش مصنوعی مدت‌هاست که به موضوعی رایج تبدیل شده است و به عنوان عاملی جهت پیشرفت صنایع مختلف استفاده می‌شود. براساس گزارشی از سیلزفورس(۵۱)، Salesforceدرصد از رهبران بازاریابی اظهار داشته‌اند در زمان کنونی از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند و ۲۷درصد نیز در حال برنامه‌ریزی برای به کارگیری آن در دو سال آینده هستند. با توجه به این روند روبه‌رشد، هوش مصنوعی به طور تصاعدی بر چگونگی کارکرد جوامع و تغییر شیوه فعالیت ما تأثیر می‌گذارد.

همانند تمامی تکنولوژی‌های قابل تغییر، هوش مصنوعی نیز بازاریابان حرفه‌ای را تحت تأثیر قرار داده و نگران آینده شغلی خود ساخته است. آیا باید نسبت به تهدید موقعیت شغلی خود توسط هوش مصنوعی احساس خطر کنید؟

بازاریابان نباید ترسی به خود راه دهند؛ هوش مصنوعی هنوز جایگزینی برای آنها و یا همکاران‌شان نیست. هوش مصنوعی به طور شگفت‌انگیزی پیشرفته است، اما برای برتری بر IQانسان‌ها و هوش هیجانی از مهارت و خیرگی کافی برخوردار نیست.

ما هنوز پتانسیل کلی هوش مصنوعی را تجربه نکرده‌ایم و زمانی که این تکنولوژی به مرحله بهرهوری برسد به حمایت انسان‌ها نیاز خواهد داشت. این اتفاق سبب می‌شود بازاریابان نیازمند مهارت‌های تازه‌ای باشند. گرچه هوش مصنوعی ممکن است جایگزین تعداد کمی از روتین‌های بازاریابی شود، اما باعث به وجودآمدن وظایف جدید و تغییر فعالیت‌های متخصصین مدرن بازاریابی خواهد شد.

در ادامه به چگونگی پذیرش آینده بازاریابی با هوش مصنوعی و افزایش مهارت‌ها جهت تکامل در کنار آن، اشاره خواهیم کرد.

هوش مصنوعی را با آغوش باز بپذیرید

برای پیشرفت در مهارت‌هایی که هوش مصنوعی را حمایت می‌کنند، در قدم اول باید کاربردهای کنونی و پتانسیل‌های آن را شناخت.

هوش مصنوعی توانایی انجام کارهای تکراری به صورت خودکار و طبقه‌بندی حجم عظیمی از اطلاعات را دارد. این توانایی از تطابق نوع محتوای موجود با شخصی خاص، تا اصلاح آن محتوا را شامل می‌شود. هوش مصنوعی در فراهم‌سازی دیدگاه‌های عمیق برای مشتریان و بهینه‌سازی روندهای کاری تبحر دارد. با خودکارسازی فعالیت‌های زائد، هوش مصنوعی برای انسان‌ها امکان ایجاد استراتژی‌هایی پیچیده و اولویت‌بندی وظایف هدفدار را فراهم می‌کند.

بهترین راه برای پایداری در زمان گسترش هوش مصنوعی، پذیرفتن نقاط قوت آن و چگونگی نقش تکمیلی‌اش در توانایی‌های انسان است. با کسب درکی صحیح از محدودیت‌ها و امکانات هوش مصنوعی، به چگونگی تأثیر آن در تغییر و بهبود روند کاری خود پی خواهید برد.

در زمینه‌های تحلیلی و داده خبره شوید

هوش مصنوعی با بهبود تصمیم‌گیری‌های داده‌محور، امور بازاریابی را بسیار کارآمد کرده است. در حال حاضر بازاریابان توانایی بهتری در تشخیص مشتریان موردنظر و درک نیازهای آنها دارند.

هوش مصنوعی برای مدیریت و طبقه‌بندی اطلاعات، بسیار مجهز است. این تکنولوژی دیدگاه‌ها را مشخص، طرح‌ها را پیش‌بینی و روابط ارزشمندی که ممکن است انسان‌ها از قلم ببندازند را برجسته می‌سازد.

اطلاعات ارسالی توسط هوش مصنوعی، نیازمند ترجمه انسانی است. بازاریابان باید قابلیت درک و تحلیل اطلاعات را داشته باشند و خروجی‌ها را برای اجرای روابط و اعمال معنادار تفسیر کنند. در نتیجه آنها می‌توانند رفتارها و محرک‌های احتمالی مصرف‌کنندگان را درک کنند.

نمی‌توانید هوش هیجانی را قیمت‌گذاری کنید

به کارگیری پیوسته هوش مصنوعی در دنیای مشتری‌مداری، روابط متقابل میان مشتریان و برند و خرید از آنها را تغییر می‌دهد. این نوع از تکنولوژی خواسته‌ها و توقعات مشتریان را افزایش می‌دهد و بازاریابان را به ارائه تجربه‌ای بهتر برای آنها وادار می‌کند.

هوش مصنوعی چشم‌اندازی اجتماعی ارائه می‌دهد که از طریق آن می‌توانید پیام را از طریق چند کانال و براساس رفتار مشتریان به آنها برسانید، اما در زمینه توان احساسی موردنیاز برای برقراری روابط واقعی با مصرف‌کنندگان این تکنولوژی ضعیف عمل می‌کند. هوش مصنوعی توان درک زمینه‌ها و قسه مشتریان را ندارد. فاکتورهای متفاوتی مانند موقعیت و فرهنگ، تأثیرات بسیار زیادی را بر تجربه و داستان مشتریان می‌گذارند و این‌گونه موارد عموماً تنها توسط انسان‌ها قابل‌درک هستند. همدلی انسانی و هوش اجتماعی به ما اجازه می‌دهند مصرف‌کنندگان را درک و محتوایی را براساس سفر و تجربه مشتریان طراحی کنیم که توسط هوش مصنوعی غیرممکن است.

ترکیبی از مهارت‌های تحلیلی پیچیده و EQ، بازاریابان را برای استفاده از هوش مصنوعی قدرتمند ساخته است. آنها می‌توانند از راه‌هایی که در گذشته غیرممکن بود با مشتریان اصلی ارتباط برقرار کنند.

خلاقیت بی‌همتا را نمی‌توان شبیه‌سازی کرد

مصرف‌کنندگان از یک برند توقعی بیش از یک محصول یا خدمات عالی دارند. آنها می‌خواهند با برند ارتباط برقرار کنند و توقع تجربه خرید فوق‌العاده و بی‌نظیر را دارند. این تجربه باعث ایجاد وفاداری و خرید دوباره خواهد شد.

هیچ چیز نمی‌تواند بهتر از یک انسان در برقراری رابطه احساسی با انسان دیگر عمل کند. هوش مصنوعی به افراد اجازه می‌دهد بر روی کارهای خلاقانه و فعالیت‌هایی تمرکز کنند که ماشین‌ها قادر به انجام آنها نیستند. اگر تفکری خلاقانه و منحصربه‌فرد برای تکمیل مهارت‌های دقیق فنی دارید، توانایی شما به وسیله هیچ تکنولوژی‌ای قابل‌جایگزینی نخواهد بود.

آموزه‌های زندگی از بایدهای پایداری است

هوش مصنوعی زمان و تلاشی که بازاریابان صرف کارهای روزمره می‌کنند را کاهش می‌دهد، اما هرگز توانایی جایگزینی ملزومات فعالیت‌های موفق بازاریابی را ندارد. بازاریابانی که به صورت پیوسته به یادگیری و بسط مهارت‌های‌شان مشغولند، همواره در این صنعت باقی خواهند ماند.

هوش مصنوعی همیشه به ورودی‌های انسانی برای بهینه‌سازی ارزش خود نیاز دارد. بازاریابان باید بسیاری از مهارت‌های تکنیکی جدید را برای پیش‌افتادن از دیگران بیاموزند. انجام این کارها باعث خواهد شد شما به زبان هوش مصنوعی صحبت کنید و به عنوان یک بازاریاب ارزش بیشتری به دست آورید. بهترین نیروهای بازاریابی از تکنولوژی‌های جدید برای ارتقای مهارت‌ها و گرفتن نتایج بهتر برای کارفرمایان خود استفاده می‌کنند.

منبع: ama

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

| یکشنبه ۱۵ مهر ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۷۴ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: 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

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۱۰ شغلی که شانس شما را برای میلیونر شدن افزایش خواهد داد

می‌تواند از آن بهره‌مند باشد. به همین خاطر این امر برای تمامی افراد جهان مهم تلقی می‌شود. این امر شانس کسب ثروت را در این حوزه بسیار افزایش می‌دهد. از جمله نمونه‌های موفق در این رابطه بدون شک آقای شیونگ است که عنوان ثروتمندترین پزشک جهان را به دست آورده است. وی موسس برند آرابکس است که بزرگ‌ترین شرکت در زمینه تولید لوازم پزشکی به شما می‌رود. همچنین وی از جمله پیشگامان درمان بیماری‌های سخت و انواع سرطان‌ها است. بدون شک شهرت بسیار بالای وی باعث شده است تا بسیاری از ثروتمندان جهان، برای درمان خود به وی مراجعه کنند.

۸-مخترع

مطالعه موردی: جیمز دیسون

کشور:انگلستان

دارایی خالص:۴.۲ میلیارد دلار

وی موفق شده است تا با چندین اختراع خود را به شهرت و ثروت بسیار برساند. از جمله آن‌ها می‌توان به جارو برقی بدون پاکت و پنکه بدون پرده اشاره کرد. مزیت بزرگ وی در بهبود عملکرد و کاهش نقص‌های محصولاتی است که درواقع وجود داشته ولی از کارایی حداکثری بهره‌مند نیستند. علت موفقیت و توجه بسیار به پنکه تولیدی وی، در بی‌خطر بودن و سهولت تمیز کردن آن است، که مورد توجه بسیاری در سرتاسر جهان قرار گرفته است. وی در حال حاضر شرکتی را تاسیس نموده است که بیش از ۵۰۰ مهندس، صنعتگر و دانشمند در آن مشغول به کار هستند تا بتوانند همواره اختراعی جدید را روانه بازار کنند. در این شرکت هر ساله برترین اختراع، معرفی شده و به آن جایزه‌ای با نام دیسون، تعلق می‌گیرد.

۹-مدیرعاملی صندوق پوشش سرمایه

مطالعه موردی: استیو کوهن

کشور: آمریکا

دارایی خالص:۱۳ میلیارد دلار

درواقع این صندوق‌ها تمرکز خود را روی سرمایه‌گذاری بر موقعیت‌هایی می‌گذارند، که می‌تواند سودآوری بسیار بالایی را به همراه داشته باشد. استیو کوهن پس از دریافت لیسانس اقتصاد خود، شرکت سک را تاسیس کرد، که در همین حوزه معرفی شده، فعالیت دارد. وی از همان ابتدای جوانی در بازار سهام با مبالغ اندک فعالیت کرده است و به عنوان یکی از خبره‌های این عرصه معرفی می‌شود. وی در رابطه با موفقیت در این عرصه عقیده دارد که به نحوی رفتار کرد که هیچ پرونده‌ای برای مدت طولانی بلاتکلیف نماند. درواقع وی سرعت عمل را در کارها بسیار مهم و ضروری می‌داند.

۱۰-حسابداری

مطالعه موردی: دنیس کایتز

کشور:انگلستان

دارایی خالص: ۳.۶ میلیارد دلار

وی از همان ابتدای جوانی با کار به عنوان حسابدار در شرکت‌های مختلف موفق شد تا به سرمایه مناسبی دست پیدا کند. همین امر وی را به فکر راه‌اندازی یک شرکت آنلاین برای پیش‌بینی سوق داد که نام آن را بت ۳۶۵ گذاشت. در حال حاضر این سایت به عنوان بزرگ‌ترین مکان پیش‌بینی آنلاین به شمار می‌رود که خود موفقیت بسیاری را برای وی به همراه داشته است. وی همواره عقیده دارد که کار حسابداری وی باعث شده است تا بتواند در حال حاضر مدیریت این سایت را به خوبی برعهده گیرد.
منبع: careeraddict

قادر خواهید بود تا با کم‌ترین امکانات، با استفاده از شغل نویسندگی، به ثروت‌های فوق‌العاده دست پیدا کنید.

۳-ورزش حرفه‌ای

مطالعه موردی: مایکل جردن

کشور: آمریکا

دارایی خالص:۱.۳ میلیارد دلار

از مایکل جردن به عنوان بزرگ‌ترین بازیکن بسکتبال تاریخ نام برده می‌شود. وی به همراه محمدعلی کلی و پله به عنوان سه ورزشکار برتر قرن بیستم انتخاب شده است. وی اگرچه کودکی بسیار سختی را داشته، با این حال به علت محبوبیت رشته ورزشی بسکتبال، موفق شد تا با درخشش در این عرصه به شهرت و ثروت فوق‌العاده‌ای دست پیدا کند. با این حال در این رابطه فعالیت‌های تبلیغاتی وی، خصوصاً همکاری با برند نایک نیز تأثیرگذار بوده است.

۴-کارآفرینی

مطالعه موردی: بیل گیتس

کشور: آمریکا

دارایی خالص: ۸۶ میلیارد دلار

این امر که یک نیاز جامعه را برطرف کنید، بدون شک برای شما موفقیت را به همراه خواهد داشت. این امر جمله‌ای است که هنری فورد(موسسه شرکت خودروسازی فورد) به آن تاکید داشته است. در این رابطه بیل گیتس بهترین مثال محسوب می‌شود. وی با تاسیس شرکت مایکروسافت، موفق شد تا برای چندین سال متمادی خود را به عنوان ثروتمندترین فرد جهان معرفی کند. در حال حاضر مایکروسافت به عنوان بزرگ‌ترین ارائه‌کننده نرم‌افزارهای رایانه‌ای در دنیا، شناخته می‌شود.

۵-وکالت

مطالعه موردی: ویچای سانگ تانگ

کشور: تایلند

دارایی خالص: ۱.۵ میلیارد دلار

وی نماینده نخست وزیر سابق کشور تایلند بوده که در رابطه با خود همواره عنوان کرده است که در سکوت خبری به کار خود ادامه می‌دهد. وی با فعالیت گسترده و کارنامه درخشان در حوزه وکالت، موفق شده است تا به ثروتی میلیاردی دست پیدا کند. وی همچنین بزرگ‌ترین سهامدار بیمارستان بانکوک شناخته می‌شود، که در جهان به اعتبار خاصی رسیده است.

۶- توسعه املاک و مستغلات

مطالعه موردی: لی کاشینگ

کشور: هنگ کنگ

دارایی خالص: ۲۴.۴ میلیارد دلار

این حرفه بدون شک یک مسیر امن برای رسیدن به ثروت محسوب می‌شود که نوعی کسب‌کار چندگانه است. حوزه فعالیت آن‌ها نیز شامل ساخت و ساز، نوسازی، مشاوره و خرید فروش است. لی کاشینگ شرکت چند شاخه‌ای چونتگ کوئگ هولدننگز را تاسیس کرده است که به فعالیت‌های دیگری نظیر مخابرات و اینترنت نیز می‌پردازد. از و به عنوان ثروتمندترین فرد آسیا و هشتمین فرد ثروتمند در جهان نام برده می‌شود که عمده موفقیت وی به علت حضور فعال در همین عرصه توسعه املاک و مستغلات است.

۷-پزشکی

مطالعه موردی: سون شیونگ

کشور: آمریکا

دارایی خالص: ۸.۶ میلیارد دلار

بدون شک سلامتی بزرگ‌ترین نعمتی است که هر فردی

