

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

عوامل پنج‌گانه اصلاح بورس در دو هفته گذشته

## بازار برمی‌گردد

بازار سرمایه یکی از دوره‌های سخت اصلاحی خود را پشت سر می‌گذارد که در آن قیمت برخی سهام تا بیش از ۵۰ درصد نیز ریزش داشته است. گرچه نحوه آغاز این دوره اصلاحی، مبهم بود و به هیجان بازار دامن...



رقابت آلوده بانک‌ها برای جانماندن از جذب سپرده و ممانعت از فرار سرمایه

# زاویه انحراف سود بانکی

رها شدن بانک‌ها برای افزایش نرخ سود آن هم بدون دستورالعملی مشخص، موجب شده این روزها حتی برخی بانک‌هایی که طبق ضوابط حرکت کرده و نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار را اجرا می‌کنند نیز به مرور وارد رقابتی شوند که مدیران بانکی از آن به رقابت آلوده تعبیر می‌کنند. بانک‌های منضبط این روزها ناچارند برای جانماندن از رقابت جذب سپرده و ممانعت از فرار سرمایه اقدام به افزایش نرخ کنند. از تیرماه سال ۱۳۹۵ که...

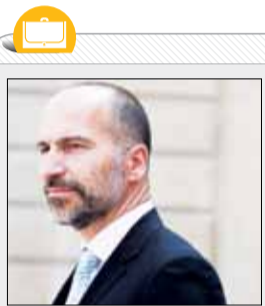
۴

روزانه میلیون‌ها لیتر سوخت قاچاق می‌شود

## کارت هوشمند سوخت باز می‌گردد؟

۳

### مدیریت و کسب و کار



انصراف دارا خسروشاهی  
از حضور در کنفرانس عربستان

- ۵ اقدام به جای ائتلاف وقت بر روی نوشتن طرح تجاری
- ۸ قدم برای جلوگیری از شکست در کسب و کارهای کوچک
- ۱۰۰ ایده کارآمد بازار بای
- ۲۵ راهکار تأثیرگذار برای جذب کاربران بیشتر
- ۲۲ ایده تبلیغاتی با اثربخشی قطعی
- برند به عنوان دارایی استراتژیک

۱۶ تا ۸

۱۵ نکته از سخنان اقتصادی رئیس‌جمهور در مراسم آغاز سال تحصیلی دانشگاه‌ها

## مردم نگران ۱۳ آبان نباشند، همه‌اش تبلیغات است



۲

### سرمقاله

## دفاع از آزادی

«ما این حقایق را بدیهی می‌انگاریم که همه انسان‌ها برابر آفریده شده‌اند و آفریدگارشان حقوق سلب‌ناشدنی معینی به آنها اعطا کرده است که حق زندگی، آزادی و جست‌وجوی خوشبختی از جمله آنهاست.»  
توماس جفرسون - چهارم ژوئیه ۱۷۷۶  
اعلامیه استقلال ایالات متحده آمریکا  
درست ۲۴۲ سال پس از آنکه توماس جفرسون، نویسنده اعلامیه استقلال ایالات متحده جمله فوق را بر تارک اعلامیه استقلال و سپس قانون اساسی آمریکا نهاد، دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری ایالات متحده آمریکا روز ۸ مه سال ۲۰۱۸ در برابر چشم میلیاردها انسان، قانون اساسی ایالات متحده، قوانین بین‌المللی و حقوق طبیعی و ذاتی بشر یعنی «برابری انسان‌ها و حق سلب‌ناشدنی زندگی، آزادی و جست‌وجوی خوشبختی» را به شکل ویرانگری زیر پا گذاشت. ترامپ در اقدامی یکجانبه و خلاف اصول روابط بین‌الملل از توافقنامه پراچارج شد و اعلام کرد به‌صورت یکجانبه تحریم‌های گسترده‌ای علیه ایران اعلام و اجرا خواهد کرد.  
ادامه در همین صفحه

## دفاع از آزادی

قوانین یکجانبه فراسرزمینی می‌کند و بند ۳ همین قطعنامه از کلیه کشورها می‌خواهد که تدابیر اقتصادی یکجانبه با ویژگی فراسرزمینی را به رسمیت نشناسند. اینک بی‌اعتنایی و حتی وهن قطعنامه‌های مجمع عمومی و شورای امنیت سازمان ملل متحد که به تصویب نمایندگان کشورهای عضو این سازمان رسیده است، توسط فردی خودرأی که در رأس دولت یکی از کشورهای عضو قرار گرفته، نقطه سیاهی برای تاریخ جهان متمدن و تاریخچه سازمان ملل است. این نخستین بار است که رئیس‌جمهور یک کشور عضو دائم شورای امنیت رسماً از کشورهای عضو می‌خواهد که یک قطعنامه مصوب شورای امنیت را زیر پا بگذارند! (قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت درباره لغو تحریم‌های ایران مصوب ۲۰ جولای ۲۰۱۵). آیا این اتفاق شگفت‌آور، نشانه‌ای هول‌انگیز از تلاش برای اضمحلال عالی‌ترین نهاد بین‌المللی مبتنی بر عقلانیت جمعی و ارزش‌های دموکراتیک نیست؟ آیا قدرت و استیلای اقتصادی، بالذات، حائز مشروعیت سلب اصالت خرد جمعی از تصمیم‌گیری و سیاستگذاری در عرصه بین‌المللی است؟ ما به‌عنوان روزنامه‌نگاران مستقل، از همه همکاران آزاداندیش خود در سراسر جهان - علی‌الخصوص روزنامه‌نگاران آزاداندیش جهان غرب - می‌خواهیم با شجاعت و جسارت و بدون تأثیرپذیری علی‌الاطلاق از دولت‌ها، در برابر خدشه‌دار کردن اصول آزادی انسانی، که حاصل مرزهای نوع بشر در طول هزاران سال است، سکوت نکنند و حقیقت را همچون جان لاک که فریاد زد: «زندگی، آزادی و حق مالکیت، ارزش‌های اساسی و مافوق قانون است» با صدای بلند فریاد بزنند و نگذارند محصول اندیشه آزادی‌خواهانه اندیشمندان چون توماس جفرسون، جان دیویی، والتر لیپمن، آبراهام لینکلن، مهاتما گاندی، مارتین لوتر کینگ، نلسون ماندلا، جان استوارت میل، فردریش هایک، کارل پوپر، آیزایا برلین، هانا آرنت، فرانسیسکو فوکویاما و دیگر کنشگران و اندیشمندان راه آزادی، به طرز رعب‌آوری به باد سپرده شود.

شکایت می‌برند، حاکمان کاخ سفید به جای تن دادن به حق، قاضیان و مقامات دادگاه را تهدید به تحریم می‌کنند. تحریم‌های یکجانبه آمریکا علیه ایران آشکارا در تضاد با مصوبات و قطعنامه‌های شورای امنیت است. مطابق منشور ملل متحد که در کنفرانس سانفرانسیسکو به تصویب اعضا رسید، به‌منظور پرهیز از یکجانبه‌گرایی، اختیار هرگونه اقدام فوری از جمله تحریم به شورای امنیت واگذار شده است و بر همین اساس ماده ۳۹ منشور ملل متحد وظیفه اصلی حفظ صلح و امنیت بین‌المللی را به‌عهده شورای امنیت گذاشته است تا در صورت تشخیص، توصیه یا تصمیمات مقتضی اتخاذ کند. از این‌رو اقدامات یکجانبه کشورها خلاف نص صریح این منشور بین‌المللی است. همچنین طبق اعلامیه اصول حقوق بین‌الملل در خصوص روابط دوستانه و همکاری میان کشورها، قطعنامه شماره ۲۶۲۵ که در سال ۱۹۷۰ به تصویب اعضا رسید، اصل مبنایی «عدم‌مداخله» را تصریح و بیان کرده که هیچ کشوری حق تشویق استفاده از فشار اقتصادی، سیاسی یا هرگونه فشار دیگری برای مجبور کردن کشور دیگر را ندارد. همچنین قطعنامه A/RES/46/210 مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال ۱۹۹۱ از کلیه کشورها می‌خواهد که فشارهای اقتصادی یکجانبه را که با هدف مداخله در تصمیمات اتخاذ می‌شوند لغو کند. بند ۲ این قطعنامه، فشارهای اقتصادی را که شامل مسدود کردن سرمایه و اموال می‌شود صراحتاً مغایر با منشور ملل متحد می‌داند. باز قطعنامه A/RES/51/22 که در سال ۱۹۹۶ در سال ۱۹۹۶ تحت عنوان «حذف تدابیر فشار اقتصادی به‌عنوان وسیله اجبار سیاسی و اقتصادی» به تصویب مجمع عمومی سازمان ملل متحد رسید، ضمن غیرقانونی دانستن تحریم‌های یکجانبه با ویژگی فراسرزمینی، این قوانین را مغایر با حق دولت‌ها در تعیین سرنوشت اقتصادی خود می‌داند. بند ۲ این قطعنامه نیز وضع‌کنندگان این قوانین را ملزم به حذف

زندگی و زیست میلیون‌ها شهروند ایرانی که از آزادی حق زیستن در شرایط مطلوب برخوردارند، آثار مخربی گذاشته است. دولت ایالات متحده آشکارا دروغ می‌گوید وقتی مدعی می‌شود تحریم‌های این کشور، علیه مجموعه حاکمیت ایران اعمال می‌شود، حال آنکه فشار و محاصره اقتصادی علیه ایران، بر زندگی احاد مردم و به‌ویژه اقشار فرودست آثار زیانبار و بعضاً هولناکی بر جا گذاشته که با هیچ خوانشی از حقوق بشر همسو و همخوان نیست. وقتی دسترسی به دارو، درمان و تجهیزات پزشکی دشوار می‌شود، نشانه آن است که تحریم‌های کور، کودکان و زنان و مردان کشور را نشانه گرفته‌اند. وقتی کالاها، فراتر از قدرت خرید اقشار بزرگی از مردم گران می‌شوند، وقتی هزینه بهداشت، تحصیل و حتی تغذیه مردم نامتناسب با توان‌شان بالا می‌رود، وقتی تحریم‌ها بر صنعت و کشاورزی تأثیر می‌گذارد و فرصت‌های شغلی بسیاری از دست می‌رود، موازی با آن، خانواده‌ها فقیر می‌شوند و این خانواده‌ها، درست همان مردم ایرانند. ما معتقدیم دانش بشری متعلق به ذات بشر است نه ملتی خاص. همانطور که ملت‌های غرب و شرق عالم، از فواید بی‌شمار اندیشه حکیمان و دانش‌اندیشمندان بزرگ ایرانی همچون بوعلی و خوارزمی و خیام و رازی و سعدی و مولانا بهره می‌برند، امروز حق بهره‌مندی از مواهب دانش بشری و محصولات و مشتقات آن، از جمله تکنولوژی و صنعت برای مردم ایران، مانند دیگر ملل جهان، محفوظ است و هیچ دولتی حق ندارد به بهانه‌ای واهی این حق را از ملتی بزرگ و تمدن‌آفرین سلب کند.

### همکاران آگاه و آزاداندیش!

آقای ترامپ با را از تحریم ملت ایران فراتر گذاشته و ملت‌های دیگر را در صورت معامله و مبادله با ملت ایران، تهدید به مجازات کرده است و این عملاً تحریم دیگر ملت‌ها و سلب «حق آزادی بهره‌مندی از معامله و مبادله» برای همه ملت‌هاست که آشکارا مغایر با اصول منشور بین‌المللی حقوق بشر و ذات آزادی نوع بشر است. فاجعه‌بارتر آنکه، وقتی مردم ایران برای احقاق حق خود به دادگاه بین‌المللی لاهه

ادامه از همین صفحه  
این موضوع نیازی به دانش گسترده سیاسی و حقوقی ندارد که وقتی دولتی پای موافقتنامه بین‌المللی را امضا می‌کند، در صورت برگزاری انتخابات و تغییر رئیس دولت، آن موافقتنامه به قوت خود باقی است و تغییر دولت، نه شرط لازم و نه شرط کافی برای نقض یک پیمان بین‌المللی است.  
برجام یک پیمان بین‌المللی میان ۷ کشور است که بر مبنای آن ۶ کشور دیگر تعهد کرده‌اند تا زمانی که ایران از تعهداتش خارج نشده و مقررات آژانس بین‌المللی انرژی اتمی را زیر پا نگذارد، به تعهدشان وفادار و در آن پایدار باشند، اما به‌رغم تأییدات پیاپی آژانس و ارائه گزارش رسمی این نهاد زیرمجموعه سازمان ملل متحد، درباره اینکه ایران کمترین تخطی از قوانین نداشته است، ایالات متحده به‌طور یکجانبه و بدون هیچ بهانه و توجیهی آن را زیر پا گذاشت.  
روزنامه‌نگاران آگاه و مستقل دنیا!  
ما روزنامه‌نگاران ایرانی، مستقل از همه دولت‌ها و به‌عنوان یک صنف روشنگر که با روزنامه‌نگاران جهان هویتی واحد و دغدغه‌هایی مشترک داریم، اینک در قرن بیست‌ویکم و در هنگامه‌ای که تمدن بشری به برداشت واحدی از کرامت انسانی در مفهوم «آزادی» رسیده است، شاهدیم که دولت ایالات متحده، درست برخلاف دیدگاه بنیانگذاران و اندیشه‌مورزان مفهوم دموکراسی و لیبرالیسم، از توماس جفرسون گرفته تا فرانسیسکو فوکویاما، آزادی انسان‌هایی را در سوی دیگر عالم تهدید و تحدید کرده است.  
خروج از برجام، یک رفتار غیردیپلماتیک و غیراخلاقی است اما اعمال تحریم‌های ظالمانه علیه ملتی بزرگ، کنش‌های متخاصمانه و باورناپذیر است. دولت ایالات متحده مدعی است تحریم‌ها، حاکمیت ایران را نشانه رفته است نه مردم را و دولت ایران معتقد است ما از تحریم‌ها آسیبی نمی‌بینیم اما ما به‌عنوان روزنامه‌نگاران مستقل و آزاداندیش دیدگاهی مستقل از دولت‌ها داریم و معتقدیم برخلاف نظر دولت‌های آمریکا و ایران، تحریم‌های ظالمانه ایالات متحده، بر

## آگهی فراخوان عمومی



### شناسایی تولیدکنندگان و تامین کنندگان اقلام مصرفی صنایع پایین دستی فولاد

شرکت فولاد زرنده ایرانیان در نظر دارد از طریق فراخوان عمومی نسبت به شناسایی شرکت‌های تولیدکننده و تامین‌کننده اقلام مصرفی جهت استفاده در مجتمع کنسانتره و گندله‌سازی زرنده به منظور برگزاری مناقصه و عقد قرارداد مربوطه اقدام نماید. لذا از کلیه متقاضیان درخواست می‌گردد جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد فراخوان به آدرس اینترنتی [zisco.midhco.com](http://zisco.midhco.com) مراجعه و حداکثر تا پایان وقت اداری روز دوشنبه به تاریخ ۱۳۹۷/۰۸/۰۷ مدارک مربوطه را به آدرس کرمان، چهار راه امام جمعه، ساختمان بلوار کلینیک (بانک آینده)، طبقه ی چهارم، دبیرخانه کمیسیون معاملات شرکت فولاد زرنده ایرانیان تحویل نمایند. متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن‌های ۱۷-۰۳۴-۲۲۴۶۸۷۱ داخلی ۱۴۴۷ تماس حاصل نمایند.

روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت فولاد زرنده ایرانیان

۲۱۸



سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

۱۵ نکته از سخنان اقتصادی رئیس‌جمهور در مراسم آغاز سال تحصیلی دانشگاه‌ها

# مردم نگران ۱۳ آبان نباشند، همه‌اش تبلیغات است



می‌شود و راه‌های تنگ گشوده می‌شود. بن‌بست‌ها از بین می‌رود. این انتظار فرج است.

✽ برخی می‌گویند گفتاردرمانی نکنید، اما امیددرمانی درست است حالا بله گفتاردرمانی خیلی موثر نیست اما امیددرمانی مهم است. ما امروز در جامعه نیاز به امید به فردا داریم. من نمی‌خواهم بگویم مردم ما امروز مشکل ندارند، شما ممکن است وقتی به فروشگاه می‌روید قیمت اجناس را ببینید که بالا رفته است. من به عنوان رئیس‌جمهور لیست قیمت اجناس را هر روز می‌بینم، می‌دانم وضع زندگی مردم چگونه است، مخصوصاً آنهایی که حقوق ثابت دارند. روشن و طبیعی است شرایطی که ایجاد شده است اما ما در برابر مشکلات و شرایط جدید آیا باید تسلیم این شرایط بشویم یا باید به همدیگر امید بدهیم و به همدیگر کمک کنیم؟

✽ دولت اعلام کرده برای نیازهای ضروری جامعه غیر از کالاهای اساسی در سامانه‌ای به نام نیما که در آن خرید و فروش و عرضه و تقاضا انجام می‌شود، ارز را حدود ۷ هزارو ۵۰۰ تومان تأمین می‌کند و این کار را انجام می‌دهیم. البته نیازمندی‌های دیگری هم ممکن است به حق یا ناحق وجود داشته باشد، مانند ارز مسافری یا درمان بیمار در خارج از کشور و یا اصلا خرید آپارتمان در فلان کشور، اما تشخیص اینکه نیت طرف مقابل چیست و درخواستش چقدر به حق و بجا است آسان نیست اما در شرایط کنونی کشور راه حل مشکلات کمک به همدیگر است راهش این است که در کنار هم قرار بگیریم و به هم کمک کنیم و در رأس این موضوع دانشجویان عزیز، دانشگاه‌ها و اساتید هستند.

✽ در مسأله مشکلات اقتصادی، ما آغازگر و مقصر این جنگ نبودیم. اگر این دولت در این مقطع سرر کار نبود، همین حادثه و مشکلات منتها به دست خودمان رخ می‌داد و به جای اینکه ما با آمریکا مواجه باشیم، با جهان مواجه می‌شدیم. یک کار سیاسی دقیق و عمیقی به خوبی انجام گرفته است. اما مشکل اصلی چیست؟ مشکل اصلی یکی فشار تحریم است، دوم فشار روانی است. این دو تا وارد شده است و تأثیرگذار شده است.

اروپا به طرف ایران می‌آید، می‌گفتم از محالات تاریخ است چراکه ما متحد آمریکا هستیم و امنیت و اقتصاد ما با آمریکا گره خورده و امکان ندارد اگر روزی ایران و آمریکا رو در روی هم قرار بگیرند پشت سر ایران برویم.

✽ ممکن است بگویید اروپایی‌ها نمی‌توانند شرکت‌های خودشان را راضی کنند. این ممکن است، اما دولت‌ها همه پشت سر ایران هستند. گاهی هم ما حریف شرکت‌های خودمان نمی‌شویم. نه شرکت‌های خصوصی، گاهی حریف شرکت‌های دولتی هم نمی‌شویم.

✽ در دنیای امروز آن هم در اروپا که اکثریت قریب به اتفاق شرکت‌ها

و بانک‌های آنان خصوصی بوده و بسیاری از آمریکایی‌ها در آن سهام دارند، اینطور نیست اگر دولت یک تصمیمی گرفت به راحتی بتوانند بروند پشت سر آمریکا؛ شرکت سود و زیان و منافع خودش را حساب می‌کند.

✽ این اشکال روزنامه‌ها و یا فضای مجازی یا صدا و سیمای ما است

که وقتی شرکتی بعد از برجام به ایران می‌آید می‌گویند اصلاً خبری نیست و کسی نیامده است. در صورتی که ۹ شرکت آمده است اما حالا

که دارند خارج می‌شوند هر روز می‌شمارند.

✽ امروز مشکلاتی برای ما از لحاظ اقتصادی خواهد بود. علی‌رغم این که مشکلات فشار به مردم وارد می‌کند، می‌توانیم بهترین راه‌حل را برایش پیدا کنیم و این دولت نیست که بهترین راه‌حل را پیدا کند؛ این همه ما هستیم که باید بهترین راه‌حل را پیدا کنیم.

✽ آمریکا هر کاری خواسته علیه ما انجام داده است نه قبل از ۱۳ آبان قبل از ۱۳ مهر انجام داده و همه کارها را کرده است. چیزی به نام ۱۳ آبانی نیست که مردم را نگران بکند و همه‌اش تبلیغات است.

✽ چه چیزی باعث شد ما در دولت یازدهم پیشرفت کردیم؟ امید مردم به آینده. به نظر کلید اصلی دولت یازدهم امید مردم بود. مردم فضا را روشن می‌دیدند و می‌دیدند که هر روزی گره‌ای گشوده می‌شود. «افضل اعمال امنی انتظار الفرج» بهترین عمل امن را پیامبر فرمودند امید به گشایش‌هاست. ما معمولاً مصداق اثم و اکمل این انتظار فرج را معرفی می‌کنیم در حالی که نه، یعنی بدانیم گره‌ها باز

رئیس‌جمهور روز یکشنبه در آیین آغاز رسمی سال تحصیلی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی و فناوری کشور که در دانشگاه تهران برگزار شد، از اساتید دانشگاه خواست تا دیدگاه‌های خود را برای عبور از مسائل کشور مطرح کنند. حسن روحانی با تأکید بر اینکه دانشگاه می‌تواند مبدا تحولات و مظهر اقتدار باشد، گفت: دانشگاه نقش مهمی در علم، فرهنگ، جامعه‌پذیری نسل جوان، انضباط، قانون‌مداری و مهارت‌آموزی دارد.

گزارش «فرصت امروز» از مهم‌ترین نکات اقتصادی که رئیس‌جمهور در این مراسم بیان کرد را در ادامه می‌خوانید.

✽ در سال ۹۲ انتخاب شده بودم و دو ماه بعد بنا بود دولت تشکیل دهیم به محض انتخاب، قیمت دلار کاهش یافت، بازار آرام شد و امیدها افزایش یافت. در آن دوره ما هنوز کاری نکرده بودیم و دولت فعالیت خود را آغاز نکرده بود اما مردم به آینده بهتر، به تعامل بیشتر با جهان، آرامش بیشتر و فضای امن‌تر و نه امنیت‌تر، امیدوار شده بودند.

✽ اسنادی در کشور داریم که از لحاظ اقتصادی، مقاله می‌نویسند، مصاحبه و نقد می‌کنند، عده‌ای از اساتید هم داریم که اصلاً ندیدیم مصاحبه کنند و در روزنامه حرف بزنند ولی مرتب برای من نامه می‌نویسند. این تأثیرگذارتر است.

✽ ما از این دوره عبور خواهیم کرد اما باید از این مسیر و برای رسیدن به آینده و روزهای بهتر، امیدوارانه و از ساده‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه عبور کنیم.

✽ آن‌ها کار خود را با یک جنگ روانی شروع کردند و جنگ اقتصادی به عنوان هدف میان‌مدت آن‌هاست. جنگ برای موضوع کارآمدی نظام، هدف سوم و مشروعبیت‌زدایی از نظام هدف نهایی آنها است.

✽ امروز بر اثر قوانین ظالمانه آمریکا سرنوشت شرکت‌های اروپایی این است که آنهایی که با ما کار می‌کنند اگر ادامه کار را قطع کنند، توسط دادگاه اروپا جریمه می‌شوند و اگر براساس توافق ادامه همکاری دهند، توسط آمریکا جریمه می‌شوند و چنین مقوله‌ای در تاریخ روابط اتحادیه اروپا و آمریکا نبوده است.

✽ یک نخست‌وزیر کشور مهم اروپایی به من گفت اگر ۵ سال پیش به من می‌گفتند روزی می‌آید که در دعوا بین ایران و آمریکا، اتحادیه

## دریچه

چالش‌های اقتصاد ایران از نگاه صندوق بین‌المللی پول
**شاخص‌های اقتصاد ایران در سال آینده میلادی چیست؟**

در گزارش جدید صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی شده رشد اقتصاد جهان کاهش یابد و تنش‌های تجاری و وضع تعرفه بر کالاهای وارداتی، شرایط مالی سخت‌تر و خروج سرمایه از بازارهای نوظهور، تنش‌های منطقه‌ای در حوزه خاورمیانه و افزایش قیمت نفت از علل رشد ضعیف‌تر اقتصاد جهانی اعلام شده است.

به گزارش خیرآتلاین، صندوق بین‌المللی پول، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای وابسته به سازمان ملل متحد، مسئولیت تنظیم نظام پولی و مالی جهان و تسهیل روابط مالی کشورها را برعهده دارد. هدف این موسسه که از سال ۱۹۴۵ شروع به کار کرده است و هم‌اکنون بیش از ۱۶۵ عضو دارد، اجتناب از شکل‌گیری بحران فراگیر ارزی و تنظیم روابط مالی در سطح جهانی است.

صندوق بین‌المللی پول با لحاظ کردن محیط اقتصاد جهانی، پیش‌بینی‌هایی درخصوص وضعیت حساب‌های چهارگانه کلان اقتصاد در آفق‌های کوتاه‌مدت تا بلندمدت ارائه می‌دهد که این پیش‌بینی‌ها، به همراه دانش عمومی کارشناسان صندوق از تجارب کشورها، دستمایه برخی توصیه‌های سیاستی و بسترسازی‌های نهادی می‌شود.

ایران، به‌عنوان یکی از اعضای پیشگام در تأسیس صندوق بین‌المللی پول، روابط قاعده‌مند و مثبتی با این نهاد معتبر بین‌المللی دارد و مانند سایر کشورها، هیات مشاوره ماده ۴ اساسنامه صندوق یک یا دو بار در هر سال پذیرش می‌شود و طی نشست‌های تخصصی با مقامات مختلف اقتصادی، آخرین وضعیت روابط اقتصادی خارجی و تحولات اقتصاد کلان با کارشناسان مورد بحث قرار می‌گیرد. ماحصل مباحث مذکور، در قالب گزارش‌های کشوری در جلسات هیات اجرایی طرح شده و انتشار می‌یابد. جدیدترین گزارش صندوق بین‌المللی پول نیز از وضعیت اقتصاد ایران در ماه جاری منتشر شده است.

گزارش پایانی ماموریت صندوق بین‌المللی پول را می‌توان در سه بخش پیش‌بینی، اولویت‌ها و پیشنهاده‌ها طبقه‌بندی کرد.

کاهش رشد اقتصادی: صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده است که رشد اقتصاد جهانی در خلال سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۱۸ به ۳.۷درصد برسد. بررسی گزارش قبلی این هیات نشان می‌دهد که رشد اقتصادی در این گزارش ۳.۹درصد بوده است. گزارش جدید صندوق، تنش‌های تجاری و وضع تعرفه بر کالاهای وارداتی، شرایط مالی سخت‌تر و خروج سرمایه از بازارهای نوظهور، تنش‌های منطقه‌ای در حوزه خاورمیانه و افزایش قیمت نفت را از علل رشد ضعیف‌تر اقتصاد جهانی برشمرده است.

اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۷، ۳.۷درصد رشد داشته است و این صندوق در گزارش قبلی نرخ رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۸ را ۴درصد پیش‌بینی کرده بود اما به دلیل بازگشت مجدد تحریم‌های آمریکا علیه ایران، بنابر پیش‌بینی‌های گزارش ماه اکتبر صندوق اقتصاد ایران نه تنها رشد نخواهد کرد بلکه به میزان ۱.۵درصد در سال ۲۰۱۸ و ۳.۶درصد در سال ۲۰۱۹ کوچک‌تر خواهد شد. صندوق بین‌المللی پول در گزارش جدید خود پیش‌بینی رشد اقتصادی کل منطقه خاورمیانه، آفریقای شمالی، افغانستان و پاکستان را نیز در مقایسه با گزارش ماه آوریل کاهش داده است اما کشورهای مذکور کماتر رشد مثبت ۲.۴درصد و ۲.۷درصد را به ترتیب برای سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ تجربه خواهند کرد.

تراز حساب جاری: «تراز حساب جاری» تفاوت میان ارزش صادرات با ارزش واردات کالا و خدمات است و نقطه تلاقی اقتصاد بین‌الملل با واقعیات سیاسی محسوب می‌شود. بنابراین تعریف، کسری حساب جاری به آن معنا است که یک کشور بیش از آنچه صادر می‌کند، کالا و خدمات وارد می‌کند. ثانیاً، تراز حساب جاری را می‌توان به صورت تفاوت میان پس‌انداز ملی (عمومی و خصوصی) و سرمایه‌گذاری ملی (عمومی و خصوصی) تعریف کرد. آمارهای ارائه‌شده در گزارش اخیر صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که اختلاف میان تراز حساب جاری کشورها به دلیل (۱) کاهش مازاد صادرات کشورهای نفتی و (۲) ثبات کسری تراز حساب جاری آمریکا به همراه (۳) کم‌رنگ شدن تأثیر سیاست‌های مالی انبساطی این کشور، به تدریج در خلال سال‌های ۱۹-۲۰۲۲ کاهش خواهد یافت.

تورم: علاوه بر رشد اقتصادی، صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی خود را از نرخ تورم در سال جاری و سال آینده به‌روز کرده است. بر این اساس نرخ تورم (قیمت مصرف‌کننده) سال جاری با گزارش کنونی صندوق معادل در ایران که در ۲۰۱۷، به ۹.۶درصد افزایش یافت، امسال به ۲۹.۶درصد جهش داشته است و پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول برای سال آینده ۳۴.۱۶درصد است.

به نظر می‌رسد پیش‌بینی افزایش نرخ تورم، با واقعیت‌های اقتصاد کشور نیز تطابق داشته باشد. طبق آمارهای بانک مرکزی در حال حاضر نرخ رشد پایه پولی و نقدینگی هر دو در حدود ۲۰درصد گزارش شده است. از سوی دیگر، کاهش نرخ اسمی سود بانکی باعث شده که از رشد سپرده‌های مدت‌دار بکاهد و در نتیجه رشد سپرده‌های جاری را افزایش دهد. این تغییر روند، باعث افزایش نسبت پول به شبه‌پول در نقدینگی می‌شود که در نتیجه آن اثر افزایشی در نرخ تورم خواهد گذاشت.

چالش‌های اصلی اقتصاد ایران: براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول چالش فعلی، فراهم کردن شرایط حصول ثبات پایدار اقتصاد کلان و رشد اقتصادی است. اقتصاد ایران به عنوان یک اقتصاد نفتی به شدت تحت تأثیر ناطلمت بازار نفت بوده و بازگشت تحریم‌های آمریکا چشم‌انداز تولید و فروش نفت ایران را به ترتیب در میان‌مدت و کوتاه‌مدت را نامطلوب کرده است.

صندوق بین‌المللی پول همچنین، نرخ بیکاری ایران در سال ۲۰۱۸ را ۲۲.۸درصد پیش‌بینی کرده است که ۱.۱درصد نسبت به برآورد قبلی بیشتر است.

از نگاه کارشناسان صندوق، توجه بخش خصوصی به عنوان موتور رشد اقتصادی و همچنین آزادسازی اقتصاد بر روی تجارت بین‌المللی و سرمایه‌گذاری خارجی، اقدام مناسبی است که می‌بایست از سوی دولت ایران با جدیت دنبال شود. صندوق بین‌المللی پول همچنین اعلام کرد که کارآمد ساختن پروسه‌های اجرایی، جدا شدن دولت از فعالیت‌های تجاری و افزایش انعطاف بازار کار می‌تواند محیط تجارت در ایران را بهبود ببخشد.

## یادداشت

## حال صادرات خدمات فنی و مهندسی خوب است؟

محمدامیرزاده

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

بزرگترین عامل در توسعه خدمات فنی و مهندسی مسائل مربوط به روابط بین‌المللی است. در صادرات خدمات فنی و مهندسی با کشور دیگری سروکار دارید و هرچه روابط سیاسی و اقتصادی بهتری با آن کشور داشته باشید، زمینه همکاری نیز آماده‌تر است. برجام به ایجاد فضایی مفید و موثر برای ورود ایران به بازارهای بین‌المللی کمک کرد. هرچند حواشی اخیر ترامپ و خروج کشور از برجام مشکلاتی را ایجاد کرد اما بسپاری از فعالیت‌های کنونی شرکت‌های تجاری ایرانی را هم می‌توان از برکات برجام قلمداد کرد. با این حال، پس از خروج آمریکا از برجام و موضع‌گیری‌های منفی ترامپ علیه ایران، بعضی کشورها نگران از تحریم آمریکا تلاش می‌کنند کمتر با شرکت‌های ایرانی همکاری کنند. از سوی دیگر عدم برقراری روابط بانکی که صدور ضمانت‌نامه بانکی محدود کرده است، زمانی که امکان استفاده از سوئیفت فراهم نباشد، یا بانکی به نیابت از بانک‌های ایران ضمانت‌نامه به شرکت‌ها ندهد، رشد صادرات فنی و مهندسی هم کند می‌شود. برای فعالیت شرکت‌های ایرانی بازار کم نیست. کشورهای ترکمنستان، عمان، الجزایر و کشورهای اطراف ایران غیر از ترکیه در زمینه صادرات خدمات فنی و مهندسی حرف‌هایی برای گرفتن دارد از همکاری با ایران استقبال می‌کنند اما مشکلات پابرجاست. بسیاری از شرکت‌های ایرانی در عراق فعالیت می‌کردند اما مجبور به توقف کار شده و هنوز بلا تکلیف اند. در داخل کشور نیز متأسفانه آنطور که باید از ظرفیت شرکت‌های فنی و مهندسی خصوصی استفاده نمی‌شود. هرچند مسئولان در شعار از استفاده از توان داخلی می‌گویند اما رویکرد آن‌ها بیشتر متوجه غیر خصوصی‌ها و خصولتی‌هاست و ارگان‌هایی که پس از انجام کار مورد سوال دستگاه‌های نظارتی قرار نمی‌گیرند. از سوی دیگر تحولات بازارهای موزی به تغییر شرایط ساخت و ساز دامن زده است. امروز از کسادی بازار مسکن گفته می‌شود که البته عوامل متعددی بر آن اثرگذار است. بخشی از نقدینگی کشور در ماه‌های گذشته جذب بازارهای زودبازده مثل مسکوکات، ارز و سهام شده است و کمتر به مسکن ورود کرده اما می‌توان گفت با توجه به افزایش قیمت نهادهای مسکن عمر کسادی بازار طلواتی نیست و رونق به بازار مسکن بازخواهد گشت.

چرا صدور پروانه ساخت در تهران متوقف می‌شود؟

## تبعات توقف صدور پروانه ساخت و ساز در پایتخت

طبق مصوبه شورای عالی شهرسازی و معماری که ریاست آن با وزیر راه و شهرسازی عباس آخوندی است، شهرداری تهران به مدت ۵ سال حق صدور پروانه ساخت مگر برای نوسازی بافت فرسوده را ندارد، مصوبه‌ای که قرار است از ابتدای سال آینده اجرایی شود. این خبر را ابتدای هفته زهر صدراعظم نوری یکی از اعضای شورای شهر تهران و معاون برنامه‌ریزی شهردار تهران اعلام کردند و دیروز هم سخنگوی شورای شهر تهران آن را رد کرد و گفت نقل قول درست نیست و شهرداری امکان توقف صدور پروانه ندارد. علی‌اعضا گفته است شهرداری امکان توقف صدور پروانه را ندارد چون ۴۵ درصد از بودجه شهرداری از این محل تأمین می‌شود. اما اگر مصوبه شورای عالی شهرسازی و معماری کشور دقیق باشد، چه اتفاقاتی در حوزه مسکن در پایتخت رخ خواهد داد و تبعات این اقدام ۵ ساله چه خواهد بود. به اعتقاد کارشناسان این مصوبه در صورت اجرایی شدن می‌تواند موج جدیدی از افزایش نرخ مسکن در پایتخت و عمیق شدن رکود ساخت و ساز را به همراه داشته باشد. براساس گزارش مرکز آمار سال گذشته تعداد ۹۳۱۶ پروانه احداث ساختمان توسط شهرداری تهران صادر شده بود که نسبت به سال ۱۳۹۵ با رشد حدود ۷۴ درصدی رو به رو بوده است. متوسط تعداد واحد مسکونی برای هر یک از این پروانه‌ها ۷۰۰ واحد بوده است. همچنین مجموع مساحت زیربنا در پروانه‌های احداث ساختمان صادر شده در سال ۱۳۹۵ حدود ۷۷۵ درصد افزایش داشته است. البته به بالغ بر ۱۱۸۲۳ هزار متر مربع بوده است که نسبت به سال گذشته حدود ۱۱۵ درصد کاهش داشته است. متوسط مساحت زیربنا این دسته از پروانه‌ها در دوره مورد بررسی حدود ۱۲۶۹ متر مربع بوده است. البته در شرایطی در تهران ۹۳۱۶ پروانه ساختمان صادر شده که این عدد در کل کشور ۱۲۲۰۸۱ پروانه احداث واحد مسکونی بوده و نسبت به سال ۱۳۹۵ حدود ۷۷۵ درصد افزایش داشته است. البته به اعتقاد کارشناسان آمارهای سال جاری از صدور پروانه ساختمان اگر منتشر شود ما با کاهش تعداد درخواست پروانه و به دنبال آن صدور به دلیل مشکلات اقتصادی، افزایش هزینه‌های تولید مسکن و در نهایت رکود در این حوزه رو به رو بودیم، اما طبیعتاً ممنوع کردن ساخت و ساز در تهران آن هم به مدت ۵ سال می‌تواند باعث توقف ساخت و ساز، تعطیلی شرکت‌هایی که در زمینه ساخت و ساز مسکن فعالیت می‌کنند، بیکاری کارگران و البته افزایش قیمت شود.

در این زمینه، حجت‌میرزایی معاون برنامه‌ریزی شهرداری تهران که گویا از سمت خود برکنار شده در کانال تلگرامی خود با اعلام مصوبه شورای عالی شهرسازی و معماری نوشته است: «راهی جز محدود کردن پروانه ساخت و ساز از سال ۹۸ تا سال ۱۴۰۲ نیست». البته دلیل اصلی طرح این موضوع را باید در مساله عبور جمعیت‌پذیری شهر از سقف طرح جامع دنبال کرد. بررسی‌ها وزارت راه و شهرسازی درباره «موجودی فعلی مسکن در تهران» و مقایسه آن با «سقف آتی جمعیت‌پذیری» در مناطق مختلف نشان می‌دهد ۹ منطقه در مرکز و جنوب تهران، از گنجایش جمعیتی برای ساخت برخوردار است؛ اما در مناطق شمالی به خاطر «اضافه ساخت»، ظرفیت سکونتی از سقف مجاز عبور کرده است. همچنین طرح جامع تهران خط قرمز جمعیت‌پذیری شهر تهران را در سال ۱۴۰۴ معادل ۱۰ میلیون و ۴۲۰ هزار نفر تعیین کرده است. به این معنی که مجموعه ساخت و سازهای منتهی به سال ۱۴۰۴ باید به گونه‌ای در شهر اتفاق افتد که کل موجودی مسکن پایتخت امکان سکونت حداکثر ۱۰ میلیون و ۴۲۰ هزار نفر را در محدوده شهر تهران فراهم کند. جمعیتی که به اعتقاد کارشناسان همین حالا هم پایتخت در حال عبور از آن است و همین موضوع هم باعث شده که شورای عالی شهرسازی و معماری ممنوعیت ۵ ساله برای صدور پروانه را صادر کند.



شغلی را که فرد در آن سابقه بیشتری داشته به عنوان شغل اصلی وی در نظر گرفته می‌شود.

براساس آخرین پیمایش میدانی صورت‌گرفته در کشور، از مجموع ۲۳ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر شاغل کشور در سال گذشته، حدود ۷۲۷ هزار نفر از شاغلان اظهار کرده‌اند که بیش از یک شغل داشته‌اند. از این میزان ۱۰۵ درصد از افراد چند شغله در شغل اصلی خود مزد و حقوق‌بگیر بخش عمومی، ۲۰۲ درصد مزد و حقوق‌بگیر بخش خصوصی و ۶۳۰۹ درصد در سایر بخش‌ها مشغول فعالیت بوده‌اند. بیشترین درصد چند شغله‌ها هم در گروه کارکنان مستقل قرار داشته است. کارکنان مستقل در واقع کسانی هستند که برای انجام فعالیت‌های شغلی خود حقوق‌بگیر کسی نیستند و هیچ حقوق‌بگیری هم در استخدام ندارند. به عبارتی این عده، زبردست و کارفرما ندارند و فعالیت‌های شغلی خود را به شکل مستقل دنبال می‌کنند تا آزادی عمل بیشتری داشته باشند. در گذشته تعداد کارکنان مستقل کم بود و دولت‌ها معمولاً آنها را نادیده می‌گرفتند یا غیرمترافی می‌دانستند ولی امروز تحت تأثیر معادلات اقتصادی و شرایط حاکم بر اقتصاد در محاسبات آماري به بازی گرفته می‌شوند.

## کارکنان مستقل در صدر دو شغله‌ها

بررسی‌های بازار کار نشان می‌دهد که در طرح آمارگیری نیروی کار، فقط حدود ۳۰۱ درصد کل شاغلان ۱۰ ساله و بیشتر اظهار کرده‌اند که دارای دو شغل و بیشتر هستند. ۱۱ هزار و ۵۷۸ نفر از چند شغله‌ها که شغل اصلی آنها در بخش عمومی است، در شغل دوم خود نیز در بخش عمومی مشغول به کارند، به عبارتی دیگر هر دو شغل آنها در بخش عمومی است.

۱۳ هزار و ۸۵۹ نفر از چند شغله‌ها که شغل اصلی آنها در بخش عمومی است، در شغل دوم خود در بخش خصوصی مشغول کارند؛ به نظر می‌رسد علت این امر می‌تواند ناشی از عدم کفایت مخارج زندگی با حقوق دریافتی در شغل اول باشد. ۵۰ هزار و ۷۷۷ نفر از چندشغله‌هایی که شغل اصلی آنها در بخش عمومی است در شغل دوم خود به عنوان کارفرما، کارکن مستقل و یا کارکن فامیلی بدون مزد مشغول فعالیت هستند.

۴۷۵۹ نفر از چندشغله‌ها که شغل اصلی‌شان در بخش خصوصی است در شغل دوم در بخش عمومی مشغول کارند و ۲۹ هزار و ۱۴۳ نفر از چندشغله‌ها هر دو شغل‌شان در بخش خصوصی است.

۱۱۲ هزار و ۸۳۸ نفر از چندشغله‌ها که شغل اصلی آنها در بخش خصوصی است، در شغل دوم خود به عنوان کارکن مستقل یا کارفرما و یا کارکن فامیلی بدون مزد مشغول فعالیت هستند.

آسیب‌شناسی موانع مشارکت زنان در بازار کار ایران

## دور نمای وضعیت دوشغله‌ها

زنان از جمعیت بیکار در برخی استان‌ها مانند گلستان (سال ۱۳۹۰)، مازندران (سنال ۱۳۹۲) و کرمان (۱۳۹۵ تا ۱۳۹۶) از نصف جمعیت بیکار نیز فراتر رفته است.

دامنه تغییرات در سهم زنان از جمعیت بیکار نشان می‌دهد استان‌های کرمان ۲۶،۵ واحد، سیستان و بلوچستان ۲۴،۷ واحد و خراسان جنوبی ۱۹،۹ واحد بیشترین تغییرپذیری را داشته‌اند. به عبارت دیگر می‌توان گفت بیشترین نوسان در سهم زنان در جمعیت بیکار مربوط به منطقه جنوب شرق ایران بوده است. در مقابل کمترین میزان تغییر طی این سال‌ها مربوط به استان‌های اردبیل (۵،۴ واحد)، البرز (۵،۹ واحد)، اصفهان (۶،۱ واحد) و ایلام (۶،۸ واحد) بوده است. به عبارت دیگر سهم زنان از جمعیت بیکار در این استان‌ها، رویه تقریباً ثابتی داشته است. همچنین از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، سهم زنان از جمعیت بیکار در استان‌های بوشهر، سیستان و بلوچستان، خراسان رضوی، کردستان و کهگیلویه و بویراحمد روند صعودی داشته است. در این بین جمع‌بندی این اعداد نشان می‌دهد که باوجود تلاش‌های صورت‌گرفته در سال‌های گذشته برای افزایش حضور و مشارکت اجتماعی زنان در جامعه عوامل متعددی از جمله تفاوت‌های قومیتی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی استان‌ها از یک سو و نیز ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های اشتغال‌زایی استان‌ها از سوی دیگر نقش مهمی در تفاوت میزان عرضه نیروی کار زنان در استان‌ها داشته است.

## ۷۲۷ هزار نفر با یک شغل راضی نمی‌شوند

اما آمار دیگری که در رابطه با نیروی کار منتشر شده به دلایل گرایش افراد به داشتن شغل دوم برمی‌گردد و مرکز آمار و اطلاعات وزارت کار در گزارشی، اصلی‌ترین و بیشترین دلیل دوشغله بودن افراد در سال گذشته را مشکلات اقتصادی و معیشتی عنوان کرده است. در سال‌های گذشته به دنبال اعمال سیاست‌های بازار کار و دستمزد و شکاف عمیقی که میان درآمد‌ها و هزینه‌های خانوار ایجاد شده، پدیده‌ای به نام دو شغله‌ها شکل گرفته است؛ این پدیده اگرچه تا مدت‌ها قبل به شکل پنهانی بود و اعداد و ارقام خاصی از آن توسط دستگاه‌های متولی ارائه نمی‌شد، اما با گسترش تعداد دوشغله‌ها به تدریج جدی گرفته و جداولی به آن اختصاص داده شد.

به گزارش ایسنا، در طرح آمارگیری نیروی کار، افرادی که اظهار کرده‌اند که کار دیگری هم داشته‌اند، چند شغله به شمار می‌روند. ملاک در نظر گرفتن شغل اصلی یا شغل دوم، تشخیص فرد است و اگر فرد نتواند شغل اصلی خود را تشخیص دهد، شغلی که ساعت کاری بیشتری را به خود اختصاص داده است، به‌عنوان شغل اصلی در نظر گرفته می‌شود و در صورت مساوی بودن ساعات کار همه مشاغل، آن

فرصت امروز؛ بیکاری شاید مهم‌ترین چالش حاضر اقتصاد ایران باشد. بیکاری هم در سطح خرد (فردی و خانوادگی) و هم در سطح کلان (اجتماعی) عوارض منفی بسیاری به همراه دارد و فرد و جامعه را با چالش‌ها و آسیب‌های متعددی روبه‌رو می‌کند. در سطح خرد، بیکاری موجب تنزل سطح رفاه خانواده، آسیب‌های روحی، روانی و اجتماعی و واماندگی از آموزش و ارتقا مهارت می‌شود و در سطح کلان نیز موجب هدر رفتن سرمایه‌های انسانی جامعه می‌شود.

یکی از وعده‌های مهم هر رئیس‌جمهوری که در این سال‌ها و دهه‌ها در پاستور مستقر شده است، افزایش مشارکت اجتماعی و اقتصادی زنان در جامعه بوده است، اما سوال این است که سهم زنان از اقتصاد ایران چقدر است و این افزایش مشارکت اقتصادی زنان که نماد اصلی آن اشتغال است، تا چه اندازه برآورده شده است؟

آماري که مرکز آمار ایران و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی منتشر کرده، نشان می‌دهد جمعیت فعال کشور از ۳۳،۲۸۷،۶۳۳ نفر در سال ۱۳۹۰ با متوسط نرخ رشد ۲ درصد به ۲۶،۵۸۸،۸۱۹ نفر در سال ۱۳۹۶ رسیده است و جمعیت فعال زنان به جز سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ در مابقی سال‌ها با روندی صعودی مواجه بوده است. به طوری که از ۳،۹۶۸،۹۱۶ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۵،۲۳۲،۶۶۱ نفر در سال ۱۳۹۶ رسیده است. به عبارت دیگر از متوسط نرخ رشد سالانه ۴،۷ درصد برخوردار بوده است. سهم زنان از جمعیت فعال طی این سال‌ها بین ۱۶،۲ درصد (سال ۱۳۹۳) تا ۱۹،۷ درصد (سال ۱۳۹۶) در نوسان بوده است. برخی علل این میزان رشد در جمعیت فعال زنان را می‌توان به تغییر دولت، اعمال سیاست‌ها و رویکردهای دولت جدید به اشتغال زنان، تغییر فضای اقتصادی کشور، افزایش تعداد زنان تحصیل‌کرده و ... مرتبط دانست.

## زنان همچنان در جست‌وجوی کار

از سوی دیگر با نگاهی به جمعیت بیکار طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ مشاهده می‌شود که جمعیت بیکار نیز با رشد ۱۰،۸ درصدی از ۲،۸۷۷،۶۰۸ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۳،۲۱۰،۲۰۶ نفر در سال ۱۳۹۶ افزایش یافته است. همچنین جمعیت زنان بیکار نیز با نرخ رشد سالانه ۳،۸ درصدی از ۸۳۰،۹۹۶ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۱،۰۳۷،۵۱۶ نفر در سال ۱۳۹۶ افزایش یافته است. سهم زنان از جمعیت بیکار طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ (به جز سال ۱۳۹۳) روند افزایشی داشته و کمترین میزان آن ۲۸،۹۲۸ درصد در سال ۱۳۹۰ و بیشترین مقدار ۳۲،۲ درصد در سال ۱۳۹۶ بوده است.

بررسی‌های صورت‌گرفته از سوی مرکز آمار (۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶) نشان می‌دهد در حداقل ۲۰ درصد استان‌های کشور حدود یک سوم جمعیت بیکار را زنان تشکیل می‌دهند و در بین این سال‌ها سهم

روزانه میلیون‌ها لیتر سوخت قاچاق می‌شود

## کارت هوشمند سوخت باز می‌گردد؟

احتمال وجود دارد. آنچه که مسلم است دولت مکلف است طبق قانون بودجه سال ۱۳۹۷ قیمت‌ها را ثابت نگه دارد.

بختیار با اشاره به مطالب منتشر شده درخصوص سهمیه‌بندی بنزین گفت: با توجه به تفاوت فاحشی که بین قیمت سوخت در داخل و خارج از کشور به دلیل افزایش نرخ ارز ایجاد شده، میزان قاچاق سوخت افزایش یافته است و این امر اقتضا می‌کند بحث سهمیه‌بندی عملیاتی شود یا سامانه کارت سوخت اجرایی شود.

همچنین سیدعلی ادیبانی عضو کمیسیون انرژی مجلس معتقد است: وقتی قبول داریم که کشور در شرایط جنگ اقتصادی است باید پذیرفت این شرایط الزامات خود را دارد و مجموعه ساز و کارهای کشور، مجموعه امکانات و ظرفیت‌ها چه در حاکمیت و چه در بین مردم باید به سمت دفاع محکم از عزت ملی در راستای دفع توطئه دشمن حرکت کنند.

او در گفت‌وگو با خبرآنلاین گفت: اکنون به لحاظ فقر منابع مالی در برخی موارد نیاز داریم تا دولت و سیاست‌ها به سمتی برود که بتواند منابع مالی را جذب کرده و از آن سو منابع ریخت و پاش‌ها و هزینه‌های اضافه شود. اما اینکه آیا مردم حاصل و ظرفیت افزایش قیمت بنزین و سایر حامل انرژی را دارند یا خیر، باید گفت که چنین موردی در دستور کار مجلس و دولت نیست و این مساله به عنوان یک پیش‌فرض

فرصت امروز؛ این روزها رسانه‌ها از احتمال سهمیه‌بندی بنزین و احیای کارت سوخت خبر می‌دهند و به نظر می‌رسد که نظام تصمیم‌گیری کشور قصد دارد بار دیگر از کارت هوشمند سوخت به مثابه مانع و سد راه قاچاق سوخت بهره‌برد. چندی پیش بود که دولت در لایحه بودجه، پیشنهاد حذف کارت هوشمند سوخت را مطرح کرد و مجلس به آن رأی مثبت داد، اما حالا دوباره زرمزه احیای کارت هوشمند سوخت به گوش می‌رسد و به نظر می‌رسد دولت‌مردان با آزمون و خطا پذیرفته‌اند که تنها از این راه می‌توان با قاچاق روزانه ۱۵ میلیون لیتر سوخت و بنزین مقابله کرد.

این در حالی است که این روزها تمام مرزهای کشور درگیر قاچاق سوخت است. افزایش چشمگیر قیمت دلار در چند ماه گذشته کافی بود تا آتش قاچاق سوخت بیش از پیش در کشور شعله‌ور شود و با اینکه رسانه‌ها بارها نسبت به آثار زیان‌بار قاچاق سوخت در اقتصاد هشدار داده‌اند، اما هنوز اقدام پیشگیرانه‌ای برای کنترل آن انجام نشده است.

پیگیری‌ها نشان می‌دهد که هنوز توافقی برای سهمیه‌بندی سوخت حاصل نشده است. علی‌بختیار عضو ناظر مجلس در شورای عالی انرژی در این باره گفت: تاکنون اجازه‌ای برای سهمیه‌بندی سوخت از سوی مجلس شورای اسلامی به دولت داده نشده است، اما در آینده این



بانک مرکزی اعلام کرد

**استعلام پیامکی سوابق چک برگشتی امکانپذیر شد**

بنابر اعلام بانک مرکزی از این پس می‌توانید با ارسال شناسه استعلام ۱۶ رقمی مندرج در چک‌های صیادی به سامانه استعلام پیامکی بانک مرکزی، از وضعیت اعتباری صادرکننده چک مطلع شوید. به گزارش بانک مرکزی، مشتریان می‌توانند با ارسال شناسه استعلام ۱۶ رقمی مندرج در چک‌های صیادی به سامانه استعلام پیامکی این بانک با شماره ۰۲۱۷۰۱۷۰۱ و در قالب (۱\*۱) شناسه استعلام ۱۶ رقمی) از وضعیت اعتباری صادرکننده چک از نظر تعداد و مبلغ چک‌های برگشتی ثبت شده نزد بانک مرکزی مطلع شوند. بر این اساس در پیامک پاسخ، اطلاع‌رسانی به صورت رتبه‌بندی شده براساس یکی از رنگ‌های زیر اعلام می‌شود:

- وضعیت سفید: صادرکننده چک فاقد هرگونه سابقه چک برگشتی بوده یا در صورت وجود سابقه، تمامی موارد رفع سوء اثر شده است.
- وضعیت زرد: صادرکننده چک دارای یک فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۵۰ میلیون ریال تعهد برگشتی است.
- وضعیت نارنجی: صادرکننده چک دارای دو الی چهار فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۲۰۰ میلیون ریال تعهد برگشتی است.
- وضعیت قهوه‌ای: صادرکننده چک دارای پنج تا ۱۰ فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال تعهد برگشتی است.
- وضعیت قرمز: صادرکننده چک دارای بیش از ۱۰ فقره چک برگشتی یا بیش از مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال تعهد برگشتی است.

همچنین هزینه هر استعلام موفق ۳۵۰۰ ریال است و این هزینه، ارتباطی با تعداد پیام‌های پاسخ ارسال شده برای درخواست‌کننده استعلام ندارد. لازم است متن ارسالی جهت اخذ استعلام بدون هیچ‌گونه کاراکتر اضافی همچون خط فاصله و فقط به صورت عددی در قالب اعلام شده برای سامانه ارسال شود. درحال حاضر از هر شماره تلفن همراه تنها چهار استعلام در روز قابل اخذ است.

چنانچه درخواست‌کننده استعلام قبل از تکمیل عملیات استعلام اقدام به ارسال استعلامات متعدد کند، نتیجه ارسال شده مربوط به آخرین شناسه استعلام اخذ ارسال شده خواهد بود. درخصوص اشخاص حقوقی فاقد شناسه ملی ثبت شده در پایگاه داده بانک مرکزی، امکان اخذ استعلام وجود نخواهد داشت. این موضوع در پیامک پاسخ با عبارت «شناسه ملی ... قابلیت استعلام ندارد» اطلاع‌رسانی می‌شود. همچنین درخصوص برگ چک‌های متعلق به اشخاص حقیقی دارای حساب مشترک، وضعیت اعلام‌شده مربوط به فرد دارای بالاترین مبلغ و بیشترین تعداد چک برگشتی از بین صاحبان حساب خواهد بود.

- در صورتی که به هر دلیل اعم از به‌رورسانی زیرساخت‌های اطلاعاتی تا مدت زمان ۱۵ دقیقه پاسخی از مرکز صیاد دریافت نشود نتیجه با پیامک «عدم امکان اخذ استعلام» به کاربر اعلام خواهد شد. بدیهی است کاربران می‌توانند در مقاطع زمانی بعدی نسبت به اخذ استعلام اقدام کنند

**قابل توجه سرمایه‌گذاران محترم صندوق سرمایه‌گذاری اندیشه زرین پاسارگاد**

طبق تصمیمات مجمع صندوق در تاریخ ۱۳۹۷/۰۶/۱۲ و تأییدیه سازمان بورس و اوراق بهادار، مفاد بند ۱۰-۳ امینامه صندوق مبنی بر هزینه‌های قابل پرداخت از محل دارایی‌های صندوق افزایش یافت.

برای آگاهی از جزئیات بیشتر به وب‌سایت [www.azpfund.com](http://www.azpfund.com) مراجعه فرمایید

رقابت آلوده بانک‌ها برای جا نماندن از جذب سپرده و ممانعت از فرار سرمایه

**زاویه انحراف سود بانکی**

تعمیر کردند، بلکه دست به افتتاح حساب با سودهای بالای ۲۰ درصد که به ۲۳ درصد هم می‌رسید، زدند. در حالی که نظر می‌رسید این طرح آنها در فاصله دوم تا یازدهم شهریورماه سال جاری اجرایی شود که شواهد نشان از آن نداشت و آخرین بررسی‌های میدانی از این حکایت دارد که هنوز بانک‌ها سودهای بالای ۲۳ درصد را به مشتریان خود پیشنهاد و با آن افتتاح حساب می‌کنند که این نرخ تا ۸ درصد از سود متعارف بانکی فاصله دارد.

انحراف بانک‌ها در سود و تخلفی که نسبت به نرخ متعارف دارند، موجب شده تا اکنون توازن در دریافت سود در شبکه بانکی از تعادل خارج شود؛ به طوری که در حال حاضر برخی بانک‌ها همچنان به سود ۱۵ درصدی پایبند هستند آن هم در شرایطی که در کنار آنها بانک‌های دیگر در حال پرداخت سودهای جذاب هستند. در عین حال که در روندی غیرمتعارف نرخ سود تسهیلات (۱۸ درصد) پایین‌تر از نرخ سود سپرده قرار دارد.

**بازهم سود عامل انحراف شد**

گفت‌وگو با جمشیدی، دبیر کانون بانک‌های خصوصی در رابطه با پرداخت سودهای بالا در بانک‌ها و همچنین اختلاف نرخ سود موجود با سود ۱۸ درصدی تسهیلات یا ارائه توضیحاتی از سوی وی همراه بود.

بنابه گفته وی، نامتوازن بودن سودهایی که در بانک‌ها و براساس برآوردهای هر بانکی در حال دریافت است، بار دیگر موجب رقم خوردن رقابتی مخرب و آلوده میان آنها می‌شود، چرا که وقتی برخی بانک‌ها پایبند به نرخ سود مصوب هستند، به تدریج در شرایطی قرار می‌گیرند که سپرده‌های آنها ممکن است فرار کرده و به سمت بانک‌های با سود بالا برود. آنهم وقتی بانکی تحت نظارت بانک مرکزی قرار دارد و از این نظر موجه است و سود بالا هم پرداخت می‌کند، صاحب سرمایه ترجیح می‌دهد منابع خود را جابه‌جا کند، از این رو بانکی که اجراکننده سود ۱۵ درصدی است، متضرر خواهد شد.

جمشیدی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: وقتی بانک‌ها ببینند قرار است منابع از آنها خارج شود و با کمبود نقدینگی مواجه و ناچار به بازگرداندن سودهای بالا در بانک‌ها و همچنین اختلاف نرخ سود موجود با سود ۱۸ درصدی تسهیلات یا ارائه توضیحاتی از سوی وی همراه بود. بنابه گفته وی، نامتوازن بودن سودهایی که در بانک‌ها و براساس برآوردهای هر بانکی در حال دریافت است، بار دیگر موجب رقم خوردن رقابتی مخرب و آلوده میان آنها می‌شود، چرا که وقتی برخی بانک‌ها پایبند به نرخ سود مصوب هستند، به تدریج در شرایطی قرار می‌گیرند که سپرده‌های آنها ممکن است فرار کرده و به سمت بانک‌های با سود بالا برود. آنهم وقتی بانکی تحت نظارت بانک مرکزی قرار دارد و از این نظر موجه است و سود بالا هم پرداخت می‌کند، صاحب سرمایه ترجیح می‌دهد منابع خود را جابه‌جا کند، از این رو بانکی که اجراکننده سود ۱۵ درصدی است، متضرر خواهد شد.

جمشیدی گفت که الزامات تمام سپرده‌های که بانک‌ها جمع‌آوری می‌کنند، صرف پرداخت تسهیلات نمی‌شود که موجب زیان آنها با توجه به بالاتر بودن سود سپرده شود. این در حالی است که برخی بانک‌ها از این سپرده‌ها برای پوشش بدهی خود به بانک مرکزی استفاده می‌کنند، برخی آن را برای انجام تعهداتی که در پروژه‌ها دارند، صرف می‌کنند و اگر هم بخشی از آن را تسهیلات بپردازد، می‌دانند که چگونه آن را جبران کنند. حال از طریق نگه داشتن سپرده‌ها که از سود آن استفاده می‌کنند یا روش‌های دیگر.

جمشیدی گفت که الزامات تمام سپرده‌های که بانک‌ها جمع‌آوری می‌کنند، صرف پرداخت تسهیلات نمی‌شود که موجب زیان آنها با توجه به بالاتر بودن سود سپرده شود. این در حالی است که برخی بانک‌ها از این سپرده‌ها برای پوشش بدهی خود به بانک مرکزی استفاده می‌کنند، برخی آن را برای انجام تعهداتی که در پروژه‌ها دارند، صرف می‌کنند و اگر هم بخشی از آن را تسهیلات بپردازد، می‌دانند که چگونه آن را جبران کنند. حال از طریق نگه داشتن سپرده‌ها که از سود آن استفاده می‌کنند یا روش‌های دیگر.

جمشیدی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: وقتی بانک‌ها ببینند قرار است منابع از آنها خارج شود و با کمبود نقدینگی مواجه و ناچار به بازگرداندن سودهای بالا در بانک‌ها و همچنین اختلاف نرخ سود موجود با سود ۱۸ درصدی تسهیلات یا ارائه توضیحاتی از سوی وی همراه بود. بنابه گفته وی، نامتوازن بودن سودهایی که در بانک‌ها و براساس برآوردهای هر بانکی در حال دریافت است، بار دیگر موجب رقم خوردن رقابتی مخرب و آلوده میان آنها می‌شود، چرا که وقتی برخی بانک‌ها پایبند به نرخ سود مصوب هستند، به تدریج در شرایطی قرار می‌گیرند که سپرده‌های آنها ممکن است فرار کرده و به سمت بانک‌های با سود بالا برود. آنهم وقتی بانکی تحت نظارت بانک مرکزی قرار دارد و از این نظر موجه است و سود بالا هم پرداخت می‌کند، صاحب سرمایه ترجیح می‌دهد منابع خود را جابه‌جا کند، از این رو بانکی که اجراکننده سود ۱۵ درصدی است، متضرر خواهد شد.

جمشیدی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: وقتی بانک‌ها ببینند قرار است منابع از آنها خارج شود و با کمبود نقدینگی مواجه و ناچار به بازگرداندن سودهای بالا در بانک‌ها و همچنین اختلاف نرخ سود موجود با سود ۱۸ درصدی تسهیلات یا ارائه توضیحاتی از سوی وی همراه بود.

رها شدن بانک‌ها برای افزایش نرخ سود آن هم بدون دستورالعملی مشخص، موجب شده این روزها حتی برخی بانک‌هایی که طبق ضوابط حرکت کرده و نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار را اجرا می‌کنند نیز به مرور وارد رقابتی شوند که مدیران بانکی از آن به رقابت آلوده تعبیر می‌کنند. بانک‌های منضبط این روزها ناچارند برای جا نماندن از رقابت جذب سپرده و ممانعت از فرار سرمایه اقدام به افزایش نرخ کنند. به گزارش ایسنا، از تیرماه سال ۱۳۹۵ که نرخ سود بانکی به ۱۵ درصد کاهش پیدا کرد، تاکنون دیگر دستورالعملی از سوی شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی برای کاهش نرخ سود مصوب نشده است، اما در شهریورماه سال گذشته با توجه به انحرافی که بانک‌ها در سود داشتند، بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای هشتمین شبکه بانکی را ملزم به کاهش نرخ سود تا ۱۵ درصد کرد. البته قبل از اجرای آن فرصتی بین دوم تا یازدهم شهریورماه در اختیار آنها بود که برای نگهداشت منابع دست به افتتاح حساب‌های با سود بالا زدند.

با این حال در ادامه با توجه به نوساناتی در نیمه دوم سال قبل که در بازار ارز اتفاق افتاد، برخی معتقد بودند که عدم جذابیت نرخ سود موجب ورود بخشی از نقدینگی به بازار ارز و دامن زدن به التهابات آن شده است.

بر این اساس بانک مرکزی برای جبران، دست به انتشار اوراق گواهی سپرده ۲۰ درصدی در بهمن ماه زد تا بخشی از نقدینگی به بانک‌ها برگردد، اما با وجود انتشار بیش از ۲۴۰ هزار میلیارد تومان اوراق عمدتاً به تمدید حساب‌های قبلی انجامید تا اینکه پول جدیدی وارد بانک‌ها شود.

در سال جاری و در شهریورماه یعنی زمان سررسید سپرده‌های مدت‌داری که در شهریورماه سال گذشته بانک‌ها در آستانه کاهش نرخ سود افتتاح کرده بودند، بانک مرکزی به آنها اجازه داد که این سپرده‌ها را به مدت یک ماه دیگر تمدید کند تا تصمیم‌گیری در مورد ادامه آن انجام شود.

در همین جریان بانک‌ها نیز نه‌تنها سپرده‌های قبلی را با سود بالا

**آگهی ابلاغ اوراق مالیاتی**

در اجرای ماده ۲۰۸ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب اسفند ماه سال ۱۳۶۶ بدینوسیله برگ‌های تشخیص مالیاتی با مشخصات زیر به مودیان ذیربط ابلاغ می‌گردد. تا ظرف ۳۰ روز از تاریخ درج این آگهی به اداره امور مالیاتی مربوطه مراجعه و نسبت به حل و فصل پرونده و تسویه حساب مالیاتی اقدام نمایند. در غیر اینصورت طبق موازین قانونی اقدام خواهد شد.

ردیف	شماره پرونده	نام و نام خانوادگی	شماره برگ تشخیص	تاریخ برگ تشخیص	عملکرد سال	منبع مالیاتی	درآمد مشمول مالیات (ریال)	اصل بدهی مالیاتی (ریال)	کد مالیاتی	نشانی اداره امور مالیاتی
۱	۰۰۱/۴	رامین کریمی	۵۵۹۴۵	۹۷/۴/۲۶	۱۳۹۱	مشاغل	۵۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۸,۳۴۲,۵۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۲	۰۰۷/۴	جواد عمرانی	۵۵۹۶۲	۹۷/۴/۲۶	۱۳۹۱	مشاغل	۸۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۲۵,۲۵۵,۵۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۳	۰۰۸/۴	مسعود عابدی	۵۵۹۴۰	۹۷/۴/۲۶	۱۳۹۱	مشاغل	۵۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۸,۳۴۲,۵۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۴	۰۶۲/۴	حامد آهن آلات قائم-امیری	۶۷۵۱۷	۹۷/۴/۳۱	۱۳۹۱	مشاغل	۴۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۶,۸۷۴,۰۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۵	۰۷۶/۸۸	آهن آلات مسعود	۴۷۹۰۲	۹۷/۴/۱۹	۱۳۹۱	مشاغل	۸۸۲,۰۰۰,۰۰۰	۲۴۵,۳۳۵,۴۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۶	۰۷۹/۸۸	اصغر بختیاری	۴۴۳۷۱	۹۷/۴/۱۹	۱۳۹۱	مشاغل	۱,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۵۰,۵۸۰,۰۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۷	۰۹۳/۸۸	تهیه و توزیع مواد ریخته گری	۶۵۱۷۸	۹۷/۴/۳۱	۱۳۹۱	مشاغل	۱,۵۳۶,۰۰۰,۰۰۰	۴۶۸,۰۶۲,۴۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۸	۱۲۷/۸۸	فروشگاه بهاران	۶۲۴۷۰	۹۷/۴/۳۰	۱۳۹۱	مشاغل	۱,۱۴۶,۰۰۰,۰۰۰	۳۳۱,۶۹۸,۹۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۹	۱۴۸/۸۸	علیرضا جابری	۵۵۴۶۵	۹۷/۴/۲۶	۱۳۹۱	مشاغل	۲,۵۰۴,۰۰۰,۰۰۰	۸۰۶,۵۲۳,۶۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۱۰	۱۳۳/۸۹	آعن آلات رضایی	۴۲۵۷۰	۹۷/۴/۱۲	۱۳۹۱	مشاغل	۵۰۴,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۲,۰۴۸,۸۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۱۱	۱۶۱/۸۹	تهران بست	۵۵۴۵۷	۹۷/۴/۲۶	۱۳۹۱	مشاغل	۵۳۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۴۱,۳۳۹,۵۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۱۲	۱۷۵/۸۹	فروشگاه توکلی	۵۴۸۴۴	۹۷/۴/۲۶	۱۳۹۱	مشاغل	۵۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵۴,۸۲۶,۰۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۱۳	۲۰۷/۸۹	سید مرتضی ممقانی	۴۷۵۳۵	۹۷/۴/۱۷	۱۳۹۱	مشاغل	۵۵۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۴۸,۳۳۳,۶۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۱۴	۲۳۵/۸۹	مجید بزمه	۴۵۵۸۹	۹۷/۴/۱۶	۱۳۹۱	مشاغل	۴۱۴,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۵,۰۷۵,۸۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی
۱۵	۲۵۲/۸۹	حمداله حسینیور	۴۷۵۵۶	۹۷/۴/۱۷	۱۳۹۱	مشاغل	۵۷۶,۰۰۰,۰۰۰	۱۵۳,۶۲۷,۲۰۰	۱۵۴۲	بزرگراه نواب نیش بریانک شرقی

اداره روا بط عمومی امور مالیاتی شهر و استان تهران

## نماگر بازار سهام

اختلال در هسته معاملاتی صدای همه را در آورد  
شدت ریزش قیمت در بورس کم شد

روز یکشنبه در حالی روند کاهش قیمت سهامها در بورس اوراق بهادار مقداری متعادل شد که برای مدتی در سامانه معاملات اختلاالی به وجود آمد و امکان سفارش گیری و انجام معاملات متوقف شد. اما از ساعت ۱۱:۵۰ دوباره سفارش گیریها از سر گرفته شد و تا ساعت ۱۲:۳۰ ادامه پیدا کرد.

به گزارش ایسنا، برخی از معامله گران بازار سرمایه معتقدند در چنین زمانهایی باید معاملات ابطال و ساعات معاملاتی تمدید شود. طی ماههای گذشته چند بار دیده شده که هسته معاملات بورس برای مدتی مختل شده و معامله گران را با مشکل مواجه کرده است.

در عین حال چندی پیش رئیس جمهور گفت که قرار است «نفت خام در بورس انرژی عرضه شود». در اواخر هفته گذشته نیز شرکت ملی نفت ایران اعلام کرد که «در همراه نفت خام در بورس عرضه می شود». برخی معتقدند موضوع مشکلات هسته معاملات برای بورس نفت نیز ممکن است رخ دهد و باید قبل از عرضه نفت در بورس برای موضوعات زیرساختی راهکارهای مناسب پیدا کرد. روز شنبه قیمت سهامها در بورس اوراق بهادار به شدت کاهش بود و تقریباً در تمام گروههای صادرات محور شاهد صف پدیدار فروش بودیم. عرضه سنگین حقوقیها در روزهای گذشته، بیشترین تاثیر را روی کاهش شدن قیمت های بازار و افت نماگر اصلی بورس داشت، اما روز یکشنبه روند کاهش قیمت ها کندتر شد و نسبت به روز قبل شاخص کل بازده نقدی و قیمتی ۱۰۸ واحد افت کرد و به تراز ۱۷۴ هزار و ۹۲۴ واحدی رسیده است.

شاخص کل هموزن نیز با ۲۹۱ واحد کاهش عدد ۲۸ هزار و ۴۴۹ واحدی را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور با ۲۸۵ واحد افت تا رقم ۱۸۷ هزار و ۱۳۰ واحدی پایین آمد و شاخص بازار اول و دوم هر یک به ترتیب ۲۴۳ و ۲۴۳ واحد افت کردند.

پالایش نفت اصفهان، گروه مدیریت سرمایه گذاری امید و پالایش نفت تهران سه نمادی بودند که به ترتیب با ۲۵۳، ۱۳۴ و ۱۱۷ واحد بیشترین تاثیر کاهنده را روی شاخص کل داشتند. در طرف مقابل فولاد مبارک اصفهان، معدنی و صنعتی چادرمو و سرمایه گذاری نفت، گاز و پتروشیمی تامین به ترتیب ۱۶۹، ۱۴۱ و ۱۲۸ واحد تاثیر افزاینده روی شاخص های بازار داشتند.

برخلاف روز شنبه قیمت سهامها در گروه فرآورده های نفتی، کک و سوخت هسته ای اکثر روند افزایشی را از سر گرفت و در سهامهایی نیز شاهد رشد نزدیک به ۴ درصد بودیم. سهامداران گروه فلزات اساسی نیز شاهد دست به دست شدن بیش از ۴۰ میلیون سهم به ارزش حدود ۲۳ میلیارد تومان بودند. در گروه محصولات شیمیایی نیز روند قیمت برخی از سهامها مخالف روز شنبه افزایشی بود؛ هرچند شرکت هایی که قیمت سهامشان در حال کاهش باشد نیز در این گروه دیده شد اما خودروییها یکدست منفی بودند و با کاهش حدود ۴ درصدی قیمت مواجه شدند.

ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۲۲۳ میلیارد تومان رسید و این رقم ناشی از دست به دست شدن ۱.۳ میلیارد سهم و اوراق مالی است. آیفکس نیز ۱۲.۷ واحد افت کرد و به رقم ۱۹۲۷ واحدی رسید. ارزش معاملات فرابورس ایران به رقم ۴۳۵ میلیارد تومانی رسید و حجم معاملات رقم یک میلیارد سهم و اوراق مالی را رد کرد.



جهت گیری به سمت خرید اوراق بدون ریسک انجام شده باشد اما به حال این فروش سنگین، بازار را نگران کرده بود.

به عقیده وی، سومین نگرانی بازار از دور دوم تحریم های آمریکا و ۱۳ آبان نیز قابل انکار نیست که باعث شده برخی سهامداران ترجیح بدهند بخشی از سهام خود را نقد کنند. همچنین نگرانی بازار در خصوص عدم پذیرش fat و بروز مشکلات و محدودیت برای اقتصاد کشور نیز می تواند چهارمین دلیل منطقی بازار برای نگرانی و آغاز اصلاح باشد. رضاپور، نگرانی برخی از سهامداران بدون تحلیل از افت نرخ ارز و اثرگذاری آن بر بازار سرمایه را پنجمین عاملی برشمرد که باعث اصلاح بازار شد. به گفته او، این افراد بر مبنای جو روانی بازار خرید می کردند و با افت قیمت دلار از ۱۸ به ۱۱ هزار تومان عقب کشیدند در حالی که محاسبات تحلیلی نشان می دهد با دلار بالای ۸ هزار تومان نیز بسیاری از گروه های بازار اعم از معدنی، فلزی، پتروشیمی، پالایشی، شیمیایی، بانک های دارای ذخایر ارزی و هلدینگ هایی که در این صنایع سرمایه گذاری کرده اند، می توانند سودآوری خوبی داشته باشند. مدیرعامل هلدینگ تانا انرژی ادامه داد: با برگشت بازار و مثبت شدن گروه های پیشرو، یقیناً دیگر سهام حاضر در بازار سرمایه نیز روند صعودی می گیرند و چه ساحتی برخی از آنها با وجود اینکه بنیاد چندان مناسبی نیز ندارند، رشد بیشتری داشته باشند اما سهامداران باید با تحلیل و در نظر گرفتن ریسک بازار اقدام به خرید یا نگهداری سهام کنند.

او با تأکید بر اینکه بازار سرمایه تحت تأثیر این عوامل چهارگانه اصلاح کرده است و بازار همچنان می تواند رشد کند، گفت: به نظر می رسد قیمت سهام در هفته آخر مهرداد و پس از اصلاح اخیر، برای خرید مناسب باشند و کسانی که از این فرصت برای بازه میان مدتی استفاده کنند، برندگان بازار باشند و مقایسه ظرفیت سودآوری بازار سرمایه در شش ماه آینده با فرصت های سرمایه گذاری در بازارهای دیگر نیز این مسئله را تأیید می کند.

عوامل پنج گانه اصلاح بورس در دو هفته گذشته

## بازار برمی گردد

سهام فرابورسی با بازده قیمتی ۲۰ درصدی (از منفی ۱۰ تا مثبت ۲۰) افت های بیش از ۵۰ درصدی را در سهام خود تجربه کرده اند و جالب اینجاست که قوانین جدید بورس مبنی بر توقف نمادهای دارای نوسان غیرعادی در مدت زمان کوتاه مشمول حال این شرکتها نشده است. بر اساس دستورالعمل جدید سازمان بورس برای توقف و بازگشایی نمادها، چنانچه قیمت سهام شرکت طی ۵ روز کاری بیش از ۲۰ درصد (مثبت یا منفی) یا طی ۱۵ روز کاری بیش از ۵۰ درصد (مثبت یا منفی) نوسان کند نماد متوقف و ناشر باید اطلاعیه شفاف سازی منتشر کند. ضمناً معیار فوق برای شرکت های مندرج در بازار پایه معادل ۴۰ خواهد بود، اما در ریزش اخیر این دستورالعمل حتی برای برخی از سهام اجرا نشده است؛ برای مثال نماد تجار (گسترش تجارت و سرمایه ایرانیان) در بازار پایه فرابورس از ۹ مهر تا امروز بیش از ۵۶ درصد ریزش داشته اما مشمول دستورالعمل توقف نشده است.

سکوت سازمان بورس در قبال اتفاقات اخیر بازار سرمایه و اتفاقاتی نظیر اجرای نابرابر قوانین در بازار، بیش از پیش به شک سهامداران مبنی بر زورآزمایی برخی از مدیران سازمان بورس در پشت پرده یا دخالت برخی حقوقیها در روند این بازار دامن زده و آنها را سرگردان کرده است.

## ۵ عامل اصلاح بورس

البته ناگفته نماند اغلب فعالان بازار سرمایه چنین اصلاحی را پیش بینی می کردند، اما نحوه آغاز این اصلاح و اتفاقاتی که در ادامه آن افتاد باعث ریزش شدید بازار و غافلگیری آنها شد. در همین زمینه، احسان رضاپور، تحلیلگر بازار سرمایه، ۵ دلیل برای اصلاح تند بازار سرمایه در مهرداد برشمرد و گفت: نکته اول این است که بسیاری از افراد حاضر در بورس تهران در سه ماه اخیر بازده خوبی کسب کرده اند و برخی حتی بالای ۱۰۰ درصد در سود بوده اند. نکته دوم نیز آن است که عرضه سهامداران حقوقی در روزهای قبل از آغاز اصلاح تشدید شده بود که می توانست با هدف شناسایی سود یا احتیاط در معاملات و

بازار سرمایه یکی از دوره های سخت اصلاحی خود را پشت سر می گذارد که در آن قیمت برخی سهام تا بیش از ۵۰ درصد نیز ریزش داشته است. گرچه نحوه آغاز این دوره اصلاحی، مبهم بود و به هیجان بازار دامن زد، اما یک کارشناس بازار سرمایه، هتگرانی و دلیل منطقی برای این اصلاح برمی شمرد و معتقد است بازار باز هم به روند صعودی بخواهد گشت.

اما نگاهی به معاملات همراه نشان می دهد که بازار سرمایه هشتم مهر امسال شاهد اتفاقی عجیب بود و در پایان نخستین ساعت معاملاتی، عرضه سنگین سهام در اغلب نمادها را تجربه کرد، به گونه ای که بسیاری از سهام طرف چند دقیقه از صف خرید به صف فروش رسیدند. این اتفاق سریعاً به شایعاتی دامن زد که برخی مدیران سازمان بورس را در مظان اتهام قرار می داد.

به گزارش پایگاه خبری اتاق ایران، در روز دوشنبه، ۹ مهرماه اما بازار کار خود را با تردید آغاز کرد و برخی از نمادها خود را به صف خرید رساندند اما باز هم شدت عرضه ها کار دست بازار داد و دوباره بازار قرمز شد. شایعه خرابکاری برخی از حقوقی های کلان بازار در کنار ایرادهایی که برای هسته معاملاتی ایجاد شده بود، زنگ خطر را برای سهامداران به صدا درآورد و هرچند برخی این مسائل را در حد توهم توطئه می دانستند اما باعث شد جو هیجانی و فشار فروش بیش از پیش شدت بگیرد.

سقوط ۲۳ هزار واحدی شاخص کل از ۱۹۷ هزار واحد تا حوالی ۱۷۴ هزار، برآیند این اتفاقات در دو هفته اخیر بوده است که معادل ۱۵ درصد است اما از آنجایی که اغلب شرکت های بزرگ در ریزش اخیر بورس راه خود را از بازار جدا کردند و حتی در روزهایی شاخص را تا بازه مثبت بالا کشیدند، زبان اغلب سهامداران بازار سرمایه بیش از ۱۱۵ درصد بوده و حتی در مواردی به بیش از ۵۰ درصد نیز رسیده است. به عنوان مثال، سهامداران فعال در بازار پایه یا برخی

## آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی (فشرده) شماره ۷۵-۷/۹۷ ت (نوبت چهارم)



**شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران** در نظر دارد تأمین و انجام خدمات ماشین آلات سنگین معدنی (با راننده) جهت انجام عملیات مربوطه در مجتمع پتاس خوروبیابانک را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به شماره ثبت ستاد ۰۳۴-۰۲۸۰۰۰۰۹۷۱۰۲۰۰ و با جزئیات مندرج در اسناد مناقصه با تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۴,۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰ (چهار میلیارد و نهصد میلیون) ریال (واریز نقدی یا ضمانتنامه بانکی) برگزار نماید. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۷/۷/۲۳ و مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت تا ساعت ۱۷ مورخ ۹۷/۸/۵ می باشد. علاقمندان شرکت در مناقصه می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی با شماره های دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱-۰۲۱ و مرکز ۰۲۱-۲۷۳۱۳۱۳۱ تماس حاصل نمایند و یا به آدرس اینترنتی [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) مراجعه نمایند. م.الف ۲۴۶۳

## فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه خرید (دو مرحله ای)

نوبت دوم



به شماره درخواست (۹۶۰۰۲۰۵) شماره مناقصه ۱۲۶۱/د ج ۹۷/

**شرکت بهره برداری نفت و گاز گجساران** در نظر دارد شیرهای برقی MOV مورد نیاز خود را از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید. لذا مناقصه گران می توانند با رعایت نکات درج شده در سایت های [gogpc.nisoc.ir](http://gogpc.nisoc.ir) و [HTTP://IETS.MPORG.IR](http://IETS.MPORG.IR) (پایگاه ملی مناقصات) نسبت به دریافت و تکمیل اسناد ارزیابی کیفی، مطابق برنامه زمانبندی شده ذیل اقدام و مدارک مربوطه را به آدرس: گجساران شرکت بهره برداری نفت و گاز گجساران دبیرخانه کمیسیون مناقصات اتاق ۲۴ ارسال نمایند. آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی ۹۷/۸/۲۳ تاریخ گشایش پاکت ارزیابی کیفی ۹۷/۸/۲۷

لازم به ذکر است برنامه زمانبندی و تحویل اسناد مناقصه پس از ارزیابی کیفی برای شرکت هایی که حداقل نمره اعلام شده را کسب نمایند طی دعوت نامه اطلاع رسانی خواهد شد در ضمن ارائه تصویر برابر با اصل آخرین تغییرات صاحبان امضاء مجاز درج شده در روزنامه رسمی الزامی بوده و امکان ارائه ۲۵٪ پیش پرداخت مقدور نمی باشد.

طبق قانون حمایت از تولید کنندگان داخلی، در صورت وجود سازندگان/ تولید کنندگان داخلی، مشروط به تأیید فنی کلای پیشنهادی اولویت خرید با آنها می باشد.

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۳۴۰۵

شرکت بهره برداری نفت و گاز گجساران

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۷/۲۲  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۷/۲۳

## توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری ایران و عمان



استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های هایتک، نانو‌تکنولوژی، IT و ICT گفت: پیرو مذاکرات سال گذشته هیات اعزامی به عمان به سرپرستی معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری، پیگیری موارد مطرحه و درخواستی از سوی بخش خصوصی ایران به عهده اتاق مشترک ایران و عمان واگذار شده است.

ضرابی با اشاره به اقداماتی که در راستای این مسئولیت انجام شده گفت: اتاق مشترک آمادگی دارد با اطلاع از زیرساخت‌ها و نوع تسهیلاتی که می‌تواند در اختیار شرکت‌های ایرانی در عمان قرار گیرد شرکت‌های ایرانی را ترغیب کند با همکاری ایسن اتاق به همکاری با طرف‌های عمانی بپردازند.

وی همچنین پیشنهاد کرد همایشی در تهران با حضور نمایندگان شورای پژوهش‌های علمی عمان، دانشگاه سلطان قابوس، مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات عمان و اتاق عمان برگزار شود تا تسهیلات و خدماتی که می‌تواند در اختیار فعالان بخش خصوصی ایران قرار گیرد تشریح شود.

قائم‌مقام سُشورای پژوهش‌های علمی عمان و قائم‌مقام پارک علم و فناوری عمان ضمن استقبال از پیشنهاد برگزاری همایش توجیهی در تهران گفت: توسعه بخش نانو و فناوری‌های نانو زیر نظر دانشگاه سلطان قابوس، بخش ICT زیر نظر مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات عمان و چهار حوزه غذا و تکنولوژی، آب و محیط زیست، انرژی (نفت) و گاز و انرژی‌های تجدیدپذیر) و سلامت زیر نظر شورای پژوهش‌های علمی عمان است.

تولید سیلات و آبزیان گفت: فعالان اقتصادی ایرانی این توانمندی را دارند که در کنار پوششش بازار عمان تولیدات خود را از طریق عمان به دیگر بازارها صادر کنند.

وی افزود: این امکان برای شرکت‌های عمانی وجود دارد که نسبت به سرمایه‌گذاری در ایران با هدف صادرات در حوزه شیلات اقدام کرده و از منابع ارزان قیمت صندوق توسعه ملی استفاده کنند.

ضرابی نزدیکی دو کشور را مزیتی برای آغاز اقدامات هماهنگ در زمینه شیلات دانست.

سعید العوفی، معاون وزیر کشاورزی و شیلات عمان نیز ضمن تأیید توانایی ایران در زمینه شیلات گفت: آماده‌ایم روابط خود را در زمینه صادرات شیلات ایران به عمان و صادرات مجدد آن به دیگر کشورها توسعه دهیم.

رئیس اتاق مشترک ایران و عمان پیشنهاد کرد در سفری که العوفی طی دو ماه آینده به ایران خواهند داشت، همایشی با حضور ایشان و بخش خصوصی دو کشور فعال در حوزه شیلات برگزار شود و دو طرف ضمن ارائه توانمندی‌های خود در این همایش، در جلسات رو در رو شرکت کنند که این پیشنهاد مورد استقبال معاون وزیر کشاورزی عمان قرار گرفت.

براساس این گزارش رایزنی هیأت ایرانی با مسئولان علم و فناوری عمان نیز بخش دیگری از سفر به عمان بود. رئیس اتاق مشترک ایران و عمان در دیدار با قائم مقام سُشورای پژوهش‌های علمی و قائم مقام پارک علم و فناوری عمان با اشاره به توانمندی‌های ایران در حوزه

هیاتی به سرپرستی رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و عمان با سفر به مسقط شرایط حضور بیشتر تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی در عمان را به منظور سرمایه‌گذاری مشترک و صادرات مجدد بررسی کرد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از اتاق بازرگانی ایران، هیات اتاق مشترک ایران و عمان در این سفر در دیدار با وزیر صنعت و تجارت عمان راه‌های بهره‌مندی هرچه بیشتر تجار و بازرگانان و سرمایه‌گذاران ایرانی از موافقتنامه تجارت آزاد عمان با کشورهای مختلف، حل موانع و مسائل بانکی، استفاده از بنادر عمان به عنوان بندر ترانشیپ جهت ترانزیت کالاهای ایرانی و همچنین افزایش حجم سرمایه‌گذاری‌های مشترک را مورد بررسی قرار دادند. در این نشست مقرر شد اتاق مشترک ایران و عمان با همراهی سفارت ایران در مسقط و مسئولان دولتی عمان تا دستیابی به یک توافق چندجانبه و حل مسائل و مشکلات، مذاکرات را پیگیری کنند.

به گفته محسن ضرابی، رئیس اتاق مشترک ایران و عمان، طی این سفر موضوع اعطای خط اعتباری برای صدور خدمات فنی و مهندسی و افزایش صادرات به عمان نیز بررسی شد و چگونگی ایجاد صندوق مشترک میان دو کشور نیز مورد توجه قرار گرفت. فراهم آوردن راه‌هایی برای توسعه صادرات شیلات از ایران به عمان توسط بخش خصوصی دو کشور از دیگر موضوعاتی بود که در نشست با معاون وزیر کشاورزی و شیلات و مدیرعامل شرکت شیلات عمان مورد توافق قرار گرفت. ضرابی در این جلسه با اشاره به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های ایران در

### کالا ایرانی اما برندش چینی است!

جدی برای کسب و کارهای موجود است. این مدرس برندینگ استان یزد با بیان این‌که متأسفانه در حال حاضر بسیاری از برندهای مطرح استان و کشور به دلیل عدم توجه به تقویت آنها به نام برندهای چینی در بازار عرضه می‌شوند، تصریح کرد: روح بخشیدن به محصولات برای برقراری ارتباط مناسب برای حضور موثر در جوامع بین‌المللی یکی از

**لزوم تدوین استراتژی توسعه صادرات**

عباس علوی‌راد با اشاره به استراتژی اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، اظهار کرد: در بسیاری از کشورهای جهان که امروزه سیستم اقتصادی پویا و قدرتمندی دارند، استراتژی توسعه صادرات نقش مهمی ایفا می‌کند. شناسایی نیاز بازارهای جهانی و تدوین راهبردی مناسب برای حضور موثر در جوامع بین‌المللی یکی از اولویت‌های استراتژی توسعه صادرات است، بنابراین توجه به مقوله برند از دیگر الزامات حضور موفق در بازارهای مختلف جهان است. این استاد اقتصاد دانشگاه آزاد با بیان این‌که عدم معرفی صحیح و کامل محصولات بومی یکی از مهم‌ترین علل آسیب‌پذیری جدی بازار است، گفت: برندها از بعد توسعه صادرات می‌توانند در تحقق اهداف این مهم موثر باشند.

علوی‌راد با اشاره به این‌که بحث برندسازی یکی از شاخه‌های جدی دیده شده در سیاست‌های اقتصادی مقاومتی است، تصریح کرد: مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی را توجه درون‌گرا به ظرفیت‌های داخلی برای تولید محصولات بومی می‌داند. وی، توسعه صادرات محصولات بومی را یکی از اهداف جدی اقتصاد مقاومتی دانست و بیان کرد: توجه به مقوله برندسازی، موتور محرک تولیدکنندگان بومی برای حضور در بازارهای جهانی است.

### احتمال کاهش ۴۰درصدی قیمت موبایل

کردم از قیمت‌گذاری تا تأمین ارز و سهم بازار رخ دهد، شاهد کاهش قیمت موبایل تا ۴۰درصد و حتی بیشتر خواهیم بود، اما باید این نکته را مدنظر قرار داد که فروشنده موبایل، گران‌فروش نیست و عمده تخلف برای توزیع‌کنندگان و واردکنندگان عمده تلفن همراه است، البته این مسئله را که برخی فروشندگان هم ممکن است مرتکب تخلف می‌شود قاجاقی به صفر رسانده است، بنابراین مسئولان باید هرچه سریع‌تر در راستای ساماندهی بازار موبایل اقدامات لازم را انجام دهند، تا التهابات بازار آن برطرف شود.

رئیس اتحادیه فروشندگان تلفن همراه با اشاره به صفر شدن قاجاقی موبایل در راستای اجرای طرح رجیستری تلفن همراه اظهار کرد: در گذشته نه‌چندان دور، سالانه بالغ بر ۲۰۰۰ میلیارد تومان تلفن همراه به کشور قاجاقی می‌شد، اما از زمانی که طرح رجیستری اجرایی شده قاجاقی آن تقریبا به صفر رسیده است، بنابراین مسئولان باید هرچه سریع‌تر در راستای ساماندهی بازار موبایل اقدامات لازم را انجام دهند، تا التهابات بازار آن برطرف شود.

کردند و همین امر بازار ایران را در برابر شوک‌های اقتصادی ضربه‌پذیر کرده است.

**ایران فاقد هیچ‌گونه برند جهانی**

احمدی در ادامه با بیان این‌که ایران در عصر امروز درگیر جنگ اقتصادی است و نیاز جدی به جنگجوی اقتصادی دارد، تصریح کرد: ایران در بیش از هزار برند برتر جهان حتی یک برند برتر را به خود اختصاص نداده و این یکی از جدی‌ترین معضلات کشور در حوزه توسعه تجارت است. این مدرس برندینگ با اشاره به ظرفیت‌های استان یزد در حوزه‌های مختلف تولید کاشی و سرامیک، نساجی و . . .، گفت: عدم توجه به مقوله برندسازی صنایع شاخص استان یزد را در چارچوبی ثابت محدود کرده و راه توسعه آنها در مسدود کرده است.

وی، عدم توجه به توسعه برند را یکی دیگر از چالش‌های توسعه اقتصادی در استان یزد و ایران دانست و بیان کرد: متأسفانه توسعه فیزیکی تنها راه شناخته شده در بازار ایران است.

**ارتقای برند لازمه بیمه کسب و کار**

احمدی خاطرنشان کرد: نهادینه کردن فرهنگ تولید محتوا در حوزه برندینگ یکی از موثرترین راهکارهای توسعه اقتصادی و بیمه کردن صنایع در تحولات اقتصادی است.

وی با اشاره به حضور غیرحرفه‌ای محصولات بومی ایرانی در بازارهای جهانی، گفت: تولیدکنندگان بومی می‌توانند با توجه بیشتر به برندهای تجاری خود شیوه حضور هوشمندانه و موثر در بازارهای بین‌المللی را فرا گرفته و سودآوری حضور خود در جوامع مختلف را افزایش دهند. احمدی در ادامه برند را مکمل واحدهای آن از دی واحدهای تولیدی و صنعتی عنوان کرد و افزود: کوتاه‌نگری در توسعه اقتصادی آفتی

جنگ امروز جهان جنگ اقتصادی است و پیروزی در آن مستلزم داشتن سرباز و لشکری است که به برند ایرانی اسلامی و بومی مسلح باشد.

در حال حاضر کشورهای نظیر ژاپن و کره‌جنوبی با تربیت سربازان اقتصادی به برندهای مطرح و شاخص جهان تبدیل شدند و این در حالی است که متأسفانه هنوز ایران هیچ یک از برندهای ۱۰ ردیف برتر جهان را به خود اختصاص نداده و تا زمانی که نتواند به این مهم دست یابد نمی‌توان آن طور که باید و شاید به توسعه اقتصادی در داخل و خارج امید داشت.

**مدیریت حرفه‌ای، نیاز بازار امروز**

به گزارش ایسنا، داود احمدی، مدرس و مشاور برندینگ سازمان مدیریت صنعتی در میزگردی که با عنوان «اقتصاد مقاومتی و برند ایرانی» در این دفتر خبری برگزار شد، با بیان این‌که نسل مدیریت بازار از تولید به فروش و بازاریابی و در حال حاضر به برندسازی رسیده است، اظهار کرد: برند هویت و روح یک محصول است که نقش مهمی در جذب مخاطب ایفا می‌کند.

وی عدم شناخت و تعریف صحیح از حوزه برند را یکی از مشکلات حوزه اقتصادی و فعالیت‌های تجاری در شرایط کنونی دانست و افزود: تدوین ساز و کار حرفه‌ای برای ورود به مدیریت اقتصادی مهم‌ترین نیاز بازار امروز است.

این مدرس برندینگ سازمان مدیریت صنعتی با بیان این‌که عدم آموزش مدیران در حوزه برند از دیگر چالش‌های جدی توسعه اقتصادی است، گفت: بسیاری از فعالین اقتصادی که با باوری اشتباه خود را پیشرو در حوزه برندینگ می‌دانند در حقیقت رویایی از برند را تجربه

### اخبار

ذخایر یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تنی زغال سنگ مغفول ماند؟

#### واردات زغال سنگ با ۳ برابر قیمت داخلی!

تولید سالانه یک و نیم میلیون تن زغال سنگ در مقابل ذخایر یک میلیارد و ۲۰۰ هزار تنی کشور هیچ است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، صنعت زغال سنگ با وجود ذخایر غنی در کشور با بحران واردات روبه‌رو است از این‌رو نه تنها آینده شغلی چندین هزار نفر مشغول به کار در این صنعت به خطر می‌افتد، بلکه با توجه به بهره‌برداری‌های پیش روی چند واحد فولادی، این صنایع هم با مشکل کمبود زغال سنگ برای تأمین سوخت کوره‌های خود مواجه می‌شوند .

جایگاه ایران در بازار زغال سنگ

ایران با تولید حدود یک میلیون و ۲۰۰ هزار زغال سنگ در سال سهم ۴.۰درصدی این محصول در دنیا را داراست و از سویی با توجه به قدیمی بودن تکنولوژی استخراج این محصول، بهای تمام شده در کشور در مقایسه با سایر نقاط جهان مقداری بالاتر است و همین موضوع باعث شنیده شدن زمه‌های واردات گسترده زغال سنگ شده است .

تولید یک و نیم میلیون تن زغال سنگ در مقابل ذخایر یک میلیارد و ۲۰۰ هزار تنی

صمدی رئیس کمیته معدن خانه اقتصاد در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان،گفت: زغال سنگ یکی از مهم‌ترین کانی‌هاست. کشور ایران حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تن ذخیره قطعی زغال سنگ دارد و در حال حاضر کل تولید زغال سنگ ما یک و نیم میلیون تن در سال است که نسبت به یک میلیارد تن اصلا عدد قابل توجهی نیست.

رئیس کمیته معدن خانه اقتصاد افزود: در شرایط فعلی مصرف زغال سنگ در کشور حدود ۲میلیون تن در سال است یعنی ۵۰۰ هزار تن آن را وارد می‌کنیم و در آینده نزدیک با راهاندازی برخی طرح‌های فولادسازی کوره بلند این‌ مصرف به ۳وَنیم میلیون تن می‌رسد و اگر قرار است از بخش معدن ارزش افزوده ایجاد شود باید از همین امروز به سمت ظرفیت‌های جدید تولید زغال سنگ برویم و آن را با توجه به ذخایری که داریم ایجاد کنیم .

صمدی در ادامه اظهار کرد: باید قیمت محصولات واقعی شود. در حال حاضر هر تن زغال سنگ که وارد کشور می‌شود حدود ۲میلیون تومان قیمت آن برای فولادساز حساب می‌شود و این در حالی است که قیمت داخلی زغال سنگ تنی ۶۱۰ هزار تومان است و تازمانی که چنین اختلاف قیمتی باشد کسی دنبال توسعه معدن زغال سنگ و تجهیز و سرمایه‌گذاری در حوزه زغال سنگ نمی‌رود، ولی اگر این قیمت را با توجه به قیمت‌های جهانی واقعی کنیم علاوه بر این که پاسخگوی صفر تا صد نیازهای زغال سنگ کشور خواهیم بود حتی می‌توانیم به یک صادرکننده جدی نیز تبدیل شویم.

#### نقض بخشنامه هیات وزیران از سوی بانک کشاورزی بخشودگی وام کشاورزان به جایی نرسید

نقض بخشنامه هیات وزیران از سوی بانک کشاورزی یک مقام مسئول گفت بانک کشاورزی مصوبه هیات وزیران مبنی بر بخشودگی جرایم، دیرکرد و امهال وام برای مدت سه سال را نقض کرد.

محمد شفیع ملک‌زاده، رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با تأکید بر اجرای مصوبه دولت در خصوص بخشودگی وام کشاورزان اظهار کرد: براساس مصوبه هیات دولت، بانک کشاورزی موظف است ضمن بخشودگی سود، کارمزد و جریمه وام کشاورزان خسارت‌دیده، بازپرداخت آن را به مدت سه سال امهال کند.

وی از معایرت ابلاغیه رئیس سازمان برنامه و بودجه با مصوبه دولت خبر داد و گفت: رئیس سازمان برنامه و بودجه طی صدور ابلاغیه به بانک مرکزی اصل بدهی، سود و جرایم دیرکرد اقساط را نیز لحاظ کرده است، ضمن آنکه به جای امهال سه ساله وام، اصل و سود بدهی برای مدت سه سال قسط‌بندی شده است که این بخشنامه با مصوبه هیات دولت تناقض دارد.

ملک‌زاده ادامه داد: با توجه به آنکه مسائل و مشکلات مختلف در بخش کشاورزی از جمله خشکسالی، سرمازدگی و... خسارات زیادی را به بخش وارد کرد که اکثر کشاورزان نتوانستند درآمدی کسب کنند، از این رو به درخواست تشکل‌ها، هیات وزیران با بخشودگی جرایم، دیرکرد و امهال اصل وام برای مدت سه سال موافقت کرد.

رئیس نظام صنفی کشاورزی ادامه داد: با توجه به شرایط نامساعد کشاورزان و خسارت‌های سنگینی که طی سال‌های اخیر به آنها وارد شد، صدور ابلاغیه اخیر به بانک‌ها اجحاف در حق کشاورزان است.

وی در پایان تصریح کرد: با توجه به تاخیر در اعلام نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی، توزیع قطره چکانی مطالبات کشاورزان و نبود نقدینگی لازم برای کشت محصول در آغاز سال زراعی جدید از دولت تقاضا داریم که بانک‌ها را مکلف به اجرای ابلاغیه معاون اول رئیس جمهور مبنی بر بخشودگی جرایم که در تاریخ ششم شهریور ماه ابلاغ شد، کند تا کشاورزان خسارت‌دیده تحت فشار قرار نگیرند.



## قیمت واقعی بنزین چقدر است؟

عضو کمیسیون انرژی مجلس گفت وقتی قبول داریم که فعلا کشور در شرایط جنگ اقتصادی است باید پذیرفت این شرایط الزامات خود را دارد که مجموعه ساز و کارهای کشور، مجموعه امکانات و ظرفیتها چه در حاکمیت و چه در بین مردم باید به سمت دفاع محکم از عزت ملی در راستای دفع توطئه دشمن حرکت کند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از خبر آنلاین، سیدعلی ادبانی با بیان این مطلب اظهار کرد: مردم در این سالها نشان داده‌اند که به پای نظام می‌ایستند و در چارچوب باورهای ملی خود دشمن را ناامید می‌کنند.

وی تأکید کرد: اکنون به لحاظ فقر منابع مالی در برخی موارد نیاز داریم تا دولت و سیاستها به سمتی برود که بتواند منابع مالی را جذب کرده و از آن سو مانع ریخت و پاشها و هزینههای اضافه شود.

وی بیان کرد: اینکه آیا مردم تحمل و ظرفیت افزایش قیمت بنزین و سایر حامل انرژی را دارند یا خیر باید گفت؛ چنین موردی در دستور کار مجلس و حتی دولت نیست و به عنوان یک پیش‌فرض این مساله مطرح می‌شود. یک فرض این است که آیا باید در قیمت بنزین و حامل‌های انرژی تجدید نظر کنیم یا خیر؟ ادبانی تصریح کرد: زمان فعلی متناسب با زمان جنگ اقتصادی نیست، دولت متاسفانه در لایحه بودجه پیشنهاد حذف کارت هوشمند سوخت را داد و مجلس به آن رأی داد و دوباره فوریتی تصویب کرد مبنی بر اینکه کارت هوشمند سوخت باقی بماند؛ آن مقطع زمانی بنده به عنوان نایب‌رئیس کمیسیون انرژی اعلام کردم کار دولت مبنی بر حذف کارت هوشمند سوخت اشتباه است. یعنی در اصل این کار با محاسبات اقتصادی و انرژی کشور قابل انطباق نبود.

نماینده قلمشهر و سوادکوه گفت: خوشبختانه اکنون بعضی از دولتمردان و مسئولان اعلام کرده‌اند که موافق برگشت کارت هوشمند سوخت هستند که کاری عقلایی است زیرا روزانه تا ۱۵ میلیون لیتر قاچاق سوخت و بنزین داریم که از جیب مردم و بیت‌المال در اصل هدر می‌رود.

ادبانی درباره چگونگی قاچاق این حجم عظیم از بنزین توضیح داد: خلأ قانونی وجود ندارد در اصل شاهد خلأ در سیاستها و اجرا هستیم برای نمونه باید توجه داشت که حذف کارت هوشمند سوخت کاری اشتباه بود نتیجه این کار در شرایط فعلی قابل مشاهده است و دود آن اکنون به چشم مسئولان فرو می‌رود. وی افزود: باید مدیریت هوشمندانه نسبت به سوخت کشور به ویژه بنزین و گازوئیل اعمال شود.

ادبانی در پاسخ به این سوال که آیا دولت می‌تواند با بازگرداندن کارت سوخت در ممانعت از قاچاق سوخت موفق شود، گفت: قطعا می‌تواند زیرا زیرساخت‌های این کار آماده است اکنون دریافت گازوئیل با کارت سوخت رانندگان انجام می‌شود و خودروهای سواری با استفاده از کارت سوخت جایگاهداران بنزین دریافت می‌کنند لذا زیرساخت‌های اصلی با فرآیند کارت موجود است اما متاسفانه مصرف سقف ندارد و بعضی افراد مصرف بی‌رویه دارند و کسانی که خارج از الگوی مصرف صحیح از بنزین استفاده می‌کنند باید پول متناسب با قیمت تمام‌شده بنزین را پرداخت کنند.

ادبانی بیان کرد: این مساله خلاف عدالت است که کسی که سرمایه‌دار است به همان نسبت از پارانه استفاده کند که کسی که محروم و فقیر است بنابراین این شیوه باید تغییر کند.

کاهش نرخ ارز چقدر بر تغییر قیمت خودرو تأثیر گذار است

### معمای ارزانی در بازار

به فاصله اندک از زمانی که قیمت دلار در بازارهای استان‌های مختلف شکسته شد و دلار با چند قیمت و بر مبنای محل مبادله آن خرید و فروش شد، بحث‌ها بر سر کاهش قیمت خودرو بالا گرفت؛ بازاری که شاید بعد از طلا دومین بازاری بود که از گرانی دلار متأثر شد و نرخ صعودی آن چنان بی‌محابا بالا رفت که حتی در برخی موارد فعالان بازار هم اظهار نظری در مورد علت این رشد قیمتی داشتند و اعلام می‌کردند که بازار از دست فعالان و تولیدکنندگان خارج شده و دلان هستند که به میل خود بازار را مدیریت می‌کنند و شاید همین مدیریت دلالی بود که موجب شد در کمترین بازه زمانی از افت قیمت دلار در بازار به یکباره خبرها حکایت از کاهش قیمت خودرو در بازار بدهد.

خبرهایی که می‌گفتند برخی مدل‌ها تا ۵۰ میلیون تومان کاهش قیمت داشتند. البته این کاهش قیمت‌ها در شرایطی است که هنوز خودرو به قیمت مشابه سال قبل بازنگشته و هنوز هم در بازار خودرو شاهد گپ قیمتی با همان حباب قیمتی هستیم؛ حبابی که موجب شد برخی خودروهای وارداتی به جهت محدودیت‌هایی که در مورد واردات اعمال می‌شود هم‌اکنون نزدیک به سه برابر افزایش کاذب داشته باشند. حال اگر این حباب کمی ترک بردارد و قیمت‌ها کاهش یابد اما باز هم با توجه به محدودیت‌های اعمالی در واردات باز هم نمی‌توانیم به کاهش قیمت‌ها آن‌طور که باید و شاید امیدوار باشیم.

چرا که همچنان واردات ممنوع است و سامانه ثبت سفارش هم بسته است در همین حال وضع تعرفه‌های جدید و عوارض گمرکی جدید موجب می‌شود قیمت‌ها آن‌طور که باید متأثر از کاهش قیمت دلار نباشد. البته این روال در مورد داخلی‌ها اگر چه کمی متفاوت است و تأثیر بیشتری دارد اما باز هم با توجه به سهم ارزی خودروهای ساخت داخل برخی از شرایط در مورد واردات همچون عوارض گمرکی مواد اولیه و... اجازه کاهش قیمت‌ها را به آن شکلی که مورد درخواست مردم است نمی‌دهد.

با این حال اما سعید مؤتمنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو پیش‌بینی کرده که تا چند روز آینده کاهش قیمت بیش‌تری را در بازار شاهد باشیم و این افت به‌ویژه برای خودروهای وارداتی به دلیل نبود تقاضا بیش‌تر خواهد بود. این مقام صنفی با اشاره به کاهش شدید قیمت انواع خودروهای داخلی و خارجی در بازار تأکید کرد: با این وجود همه فروشنده هستند، اما خریداری وجود ندارد. کاهش یک تا ۲ میلیون قیمت‌ها در خودروهای داخلی را شاهد بودیم اما در خودروهای خارجی به دلیل کاهش ارزش دلار افت تا ۵۰ میلیون تومان هم به ثبت رسید.

# نقشه راه حفظ کیفیت در دوران تحریم



فعالیت در این حوزه، بازار لوازم یدکی است، نمی‌تواند با کیفیت بالا و مورد احتیاج در خطوط تولید اقدام به عرضه قطعات کنند، بنابراین با توجه به این ضعف منابع تأمین قطعه، کیفیت خودروهای داخلی با افت همراه خواهد بود. تعداد دیگری از کارشناسان بر این نکته تأکید دارند که خودروسازان با توجه به آغاز تحریم‌ها، به نوعی ناگزیر به جایگزینی تأمین‌کنندگان چینی با شرکت‌های اروپایی و ژاپنی هستند، بنابراین با تکیه بر تجربه گذشته، شرکت‌هایی را باید جایگزین منابع تأمین اروپایی کنند که از سطح کیفی بالاتری در زمینه تولید قطعات برخوردار باشند. این کارشناسان تأکید می‌کنند باید شرکت‌های خودروساز، با مطالعه دقیق‌تر علاوه بر صرفه‌جویی در هزینه‌کرد منابع مالی، قطعات مورد نیاز خود را از شرکت‌های تهیه کنند که از کیفیت تولید بالاتری برخوردار باشند. در مقابل این دو دسته از کارشناسان که راهکارهایی در ارتباط با بهبود کیفیت محصولات تولیدشده در خطوط تولید خودروسازان داخلی ارائه می‌دهند، تفکر دیگری معتقد است که در این دور جدید تحریم‌ها، زنجیره خودروسازی به مانند دور گذشته عمل خواهد کرد و با بهانه کردن تحریم‌ها به سمت تولید محصولات بی‌کیفیت خواهد رفت. این گروه از کارشناسان می‌گویند که تحریم‌های اعمال‌شده علیه صنعت خودرو، بهترین بهانه برای تولیدکنندگان داخلی است تا هر محصولی را با هر کیفیتی به بازار عرضه کنند و از آنجا که بازار به صورت انحصاری در اختیار آنها قرار دارد، مصرف‌کنندگان داخلی به این دلیل که جایگزین دیگری ندارند، مجبورند تا محصولات داخلی را با هر سطحی از کیفیت خریداری کنند.

اما کیفیت همچنان در پایین‌ترین سطح خود قرار داشت. حال در شرایطی قرار داریم که تحریم‌های بین‌المللی بار دیگر بازگشته و تحریم‌های صنعت خودرو از مردادماه گذشته آغاز شد است. با توجه به اینکه صنعت خودرو یک بار در آزمون تحریم‌ها قرار گرفته و نتوانسته نمره قبولی در ارتباط با کیفیت محصولات بگیرد، این بار خودروسازان با توجه به تجربه گذشته، چه برنامه‌ای در دستور کار قرار خواهند داد؟ آیا خودروسازان با توجه به اینکه ابعاد تحریم‌ها را می‌شناسند می‌توانند تأثیرپذیری از تحریم‌ها را کاهش دهند؟ شرکت‌های خودروساز برای اینکه تأثیرپذیری کمتری داشته باشند، چه نظرات‌هایی را باید در خطوط تولید خود تقویت کنند؟ یا چه نظرات‌هایی را به روندهای نظارتی کیفی خود اضافه کنند؟ کارشناسان در ارتباط با این مساله دیدگاه‌های مختلفی دارند، اما در یک نقطه اشتراک دارند و آن این است که قطعا در این دور از تحریم‌ها باز هم صنعت خودرو از ناحیه کیفیت ضربه خواهد خورد و کیفیت محصولات تحت‌تأثیر این محدودیت‌ها روند کاهشی خواهد داشت. بخشی از کارشناسان با توجه به اینکه پیش از این هم صنعت خودرو تحریم شده معتقدند در دور دوم تحریم‌ها، شوک ناشی از آن، اثر کمتری نسبت به دور قبل خواهد داشت؛ زیرا خودروسازان در دور اول تحریم‌ها، توانستند منابع تأمین جایگزین را پیدا کنند و تأمین‌کنندگان جدید، که عمدتاً چینی هستند، در این مدت توانسته‌اند کیفیت قطعات تولیدی خود را به کیفیت قطعات مورد استفاده در خطوط تولید خودروسازان داخلی نزدیک کنند، اما از آنجا که شرکت‌های چینی، مستقیم برای خطوط تولید شرکت‌های خودروساز قطعه تولید نمی‌کنند و هدفشان از

کیفیت همواره از مسائلی چالش‌برانگیز صنعت خودروی کشور بوده است، با این حال قرار گرفتن خودرو در لیست تحریم‌های اولیه هسته‌ای کیفیت خودرو را به نازل‌ترین سطح طی نیم قرن فعالیت این صنعت رساند. بررسی وضعیت خودرو در سال‌های ۹۱ و ۹۲ بیانگر آن است که با آغاز تحریم‌ها، شرکت‌های خودروساز با یک چالش جدی در خطوط تولید خود مواجه شدند.

به گزارش پدال نیوز، نمودار تیراژ محصولات داخلی روند کاهشی در پیش گرفت و افت تولید مهمان خطوط تولید خودروسازان شد. دلیل این مساله را باید در خروج شرکای بین‌المللی این صنعت از یک طرف و قطع همکاری منابع تأمین قطعات مورد استفاده در خطوط تولید خودروسازان که معادل تولید داخلی نداشتند، جست‌وجو کرد. هنگامی که مدیران شرکت‌های خودروساز با بحران تیراژ روبه‌رو شدند، تمام هم و غم خود را به صعودی کردن نمودار تیراژ شرکت‌های خود معطوف کردند. در این میان آنچه بیش از همه قربانی این استراتژی مدیران خودروساز شد، کیفیت محصولات بود. در واقع در آن زمان چنانچه خودروسازان می‌خواستند براساس استانداردهای رایج و test plan‌هایی که پیش‌تر رعایت می‌کردند، اقدام به تولید کنند، قطعا با کاهش بیش از پیش تیراژ در خطوط تولید خود مواجه می‌شدند، پس حفظ تیراژ با افزایش آن هدف غایی صنعت خودرو در آن سال‌ها قرار گرفت، سال‌هایی که کیفیت قربانی تیراژ شد. هرچند خودروسازان بعد از اینکه توانستند تا حدودی خود را از شوک ناشی از تحریم‌ها خارج کنند، با جایگزین کردن شرکت‌های چینی به جای تأمین‌کنندگان اروپایی، کره‌ای و ژاپنی، سر و سامانی به وضع تیراژ خود دادند،

افزایش قیمت تأیر منجر به قطع سهمیه نمایندگی‌ها می‌شود

## سرعت افزایش مطالبات تأیرسازان کاسته شد

صورت مرحله‌ای موافقت کرد در حالی که تأیرسازان خواستار افزایش ۲۵درصدی قیمت تأیر بودند.

### خودروسازان در پرداخت مطالبات تأیرسازان بازنگری کردند!

وی در ادامه با اشاره به فشار ناشی از قیمت تمام شده به تأیرسازان به آمار مطرح از سوی رئیس انجمن در خصوص مطالبات بالای ۳۰۰ میلیارد تومانی تأیرسازان از خودروسازان اشاره کرد و گفت: البته خودروسازان به دلیل فشارهای موجود روند بهتری را در پرداخت بدهی‌های تأیرسازان در پیش گرفتند البته همچنان مشکلات و تأخیر در پرداخت مطالبات صنعت تأیر وجود دارد اما روند بهتری در پرداخت مطالبات صورت گرفته و در واقع سرعت افزودن مطالبات کمتر شده است.

تنها همچنین به وضعیت تأمین ارز صنعت تأیرر پرداخت و اضافه کرد: از ابتدای امسال ارز درستی به دست تأیرسازان نرسیده و در این مدت درگیر چرم و خم نوسان نرخ ارز و تعیین مقررات ارزی بودند به همین دلیل برای خرید مواد بسیار دچار زحمت شدند و برای همین کارخانجات نتوانستند تمام مواد اولیه مورد نیاز را تأمین کنند لذا امکان تولید کارخانجات براساس برنامه فراهم نشد و مشکلاتی در این زمینه ایجاد شد اما با تمهیداتی که ستاد تنظیم بازار در نظر گرفت و بهبود جریان تأمین مواد اولیه صنعت تأیر هم‌اکنون روند تولید سرعت داخل خواهد شد.

## توسعه در خودروسازی کشور دستاورد مقاومت در برابر تحریم‌هاست

به بازارهای خارجی وابسته بوده، با کمک و همکاری گروه خودروسازی سایپا داخلی‌سازی شده که با این امر، یک تحول مهم در این صنعت شکل خواهد گرفت. وی که از بخش‌های تأمین قطعات، بررسی کیفیت و ارتباطات سازه‌گستر بازدید می‌کرد، ادامه داد: توانمندسازی قطعه‌سازان داخلی و کمک به تولید قطعات دارای فناوری پیشرفته، صنعت خودروسازی ایران را از منابع خارجی بی‌نیاز کرده و موجب رشد و شکوفایی در داخل خواهد شد. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا تأکید کرد: تولید قطعه مهم و پیچیده ECU دروازه ورود به میدان تولید سایر قطعات پیشرفته در داخل است و می‌تواند ما را مبدل به یک کشور دارای فناوری

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا گفت باتلاش قطعه‌سازان داخلی و همکاری گروه خودروسازی سایپا، قطعه ECU خودرو داخلی‌سازی شد.

به گزارش سرویس دریافت خبر کارپرس، محسن جهودی در بازدید از شرکت سازه‌گستر سایپا با اشاره به ضرورت توجه به توسعه داخلی‌سازی قطعات خودرو در دوران تحریم‌ها افزود: در صورتی که صنعت خودروسازی ایران بتواند در برابر تحریم‌های فعلی ایستادگی کرده و از ظرفیت‌های خود به‌خوبی استفاده کند، در آینده این صنعت بسیار قوی‌تر و پویاتر خواهد بود.

به گفته جهودی قطعه ECU خودرو که برخوردار از فناوری بسیار پیشرفته‌ای است و صنعت خودروسازی ایران برای تأمین آن، همواره

## نخستین جشنواره صنایع خلاق برگزار شد

نخستین جشنواره صنایع خلاق با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی، ۱۸ تا ۲۰ مهرماه در زاهدان برگزار شد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نخستین جشنواره صنایع خلاق به همراه رویداد سه روزه کارآفرینی نوگام صنایع خلاق از هجدهم تا بیستم مهرماه سال جاری با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی ریاست جمهوری و همچنین پارک علم و فناوری استان سیستان و بلوچستان، در شهر زاهدان برگزار شد. این رویداد در شش حوزه صنایع خلاق از جمله: بازی‌سازی، انیمیشن (پویانمایی)، صنایع‌دستی، طراحی، تولید محتوای دیجیتال، گردشگری برگزار خواهد شد. در این رویداد کارگاه مسابقه طراحی پاپوین شهری نیمروز، ساخت پاپوین‌های شهری توسط تیم‌ها و اعلام نتایج مسابقه طراحی پاپوین در موضوع طراحی شهری برگزار می‌شود.



### دریچه

## چگونه درجه کیفی خود را در گوگل ارتقا دهید

مترجم: علی اکبری

مقاله زیر برگرفته از کتاب پری مارشال، مایک رودز و ویلیام تاد به عنوان راهنمای کامل کلیدواژه‌های گوگل است. من یک بار مسئولیت مشاوره یکی از آژانس‌های مددکاری را برعهده گرفتم. هنگامی که به اکانت گوگل آژانس نگاه می‌انداختم، همه چیز بهم ریخته و افتضاح بود. از تمام اشکال کلمات کلیدی استفاده شده بود و امکان آن وجود نداشت که برای انتخاب آنها دلیل مشخصی پیدا کرد. این کلمات کلیدی با همدیگر هماهنگی نداشتند، آگهی‌های تبلیغاتی با کلمات کلیدی هماهنگ نبودند و صفحه اصلی هیچ سختی با آگهی‌ها نداشت. خوشبختانه اکانت AdWords آنها همچنان به راه بود و مشتريان جدیدی را ورودی می‌کرد. هنگامی که با دقت و تمرکز بیشتری اوضاع را بررسی کردم به این نتیجه رسیدم که دلیل اصلی تمام این مسائل مشخص نبودن الگوریتم‌های درجه کیفی گوگل اکانت آنها بود. از آنجایی که همه چیز به شدت ناهماهنگ بود، کلمات کلیدی آنها رتبه‌ای برابر با ۳ داشت. کلمات کلیدی به غایت مبهم بودند و آگهی‌های تبلیغاتی هم عملاً چیزی را نشان نمی‌دادند. تنها چند کلمه کلیدی مورد قبول بودند و دقیقاً همان‌ها ترافیک لازم را ایجاد کرده بودند. همانجایی بود که من متوجه شدم الگوریتم درجه کیفی گوگل بیش از هر چیز دیگری برای پایین‌ترین مخرج مشترک ممکن طراحی شده است. این الگوریتم به آژانس‌های تبلیغاتی معمولی کمک می‌کند تا از پرداخت مالیات‌های گزاف جلوگیری کرده و نشان می‌دهد که کوچک‌ترین اقدام درست می‌تواند نتایج بسیار خوبی همراه داشته باشد. با برطرف کردن آسیب‌ها به شکلی آرام و مطمئن، درجه کیفی اکانت گوگل آنها بالا رفت، میزان هزینه براساس کلیک کاهش یافت و مشتریان بیشتری به سایت مراجعه کردند. در اینجا چند نکته بسیار سریع و تأثیرگذار برای افزایش میزان امتیاز درجه کیفی گوگل ارائه شده است:

آگهی‌های خود را به شکلی تهاجمی مورد آزمون شکاف قرار دهید کلیک بر مبنای رتبه (CTR) بزرگ‌ترین فاکتور در درجه کیفی‌تان است و بهترین راه برای ارتقای CTR امتحان کردن آگهی‌های جدید است. هدف، بالاتر بودن کارکرد آگهی‌های جدید نسبت به آگهی‌های قبلی است.

**کلمات کلیدی خود را به گروه‌هایی کوچک و هدف‌دار تقسیم کنید** هرچه تعداد کلمات کلیدی کمتری در هر گروه داشته باشید، شانس افزایش میزان همبستگی آگهی‌ها بیشتر خواهد بود و این کار به نوبه خود میزان CTR را هم افزایش می‌دهد.

نکته مهم: یکی دیگر از فاکتورهای مهم در زمینه درجه کیفی، مقدار CTR کلی اکانت است. به‌شدت توصیه می‌شود که تمام گروه‌های آگهی پرتراфик در هر کمپین را بهینه‌سازی کنید.

تطابق صفحات اصلی (فروند) خود را افزایش دهید

در خصوص درجه کیفی، به آلمان صفحه اصلی‌تان به چشم قبول/رد نگاه کنید. اگر صفحه‌تان خوب و روبه ارتقا است صرف کردن زمان برای آن نتیجه زیادی در بر نخواهد داشت. اگر صفحه‌تان بد است به دنبال مسائل مهم بگردید و آنها را برطرف کنید. برای مثال اگر صفحه

اصلی‌تان خالی است و خلوت به نظر می‌رسد می‌توانید اطلاعاتی را در اختیار کاربران خود بگذارید و نحوه راهبری سایت را به آنها معرفی کنید تا آزادی مورد نیاز را برای تصمیم‌گیری داشته باشند و ببینند که آیا حاضرند اطلاعات خود را در اختیار شما بگذارند یا نه.

یک قانون عمومی می‌گوید اگر درجه کیفی‌تان چهار و یا پایین‌تر است، دلیلش ضعیف بودن صفحه اصلی‌تان است. اگر امتیازتان پنج و یا بالاتر است پس کارکرد صفحه اصلی‌تان خوب است و بایستی برای افزایش میزان CTR خود اولویت‌های دیگری را امتحان کنید.

### کلمات کلیدی منفی

این روش برای ارتقای میزان CTR حکم دینامیت را دارد. یک تغییر کوچک می‌تواند نتایج را دوبله کند. اما مسلماً این روش برای تازه‌کاران کارکرد لازم را ندارد. یک کلمه کلیدی اشتباه می‌تواند کل اکانت را با خاک همسان کند. اگر می‌خواهید از کلمات کلیدی منفی استفاده کنید، ابتدا با دقت هرچه تمام‌تر از آن‌ها در گروه‌های آگهی خود استفاده کنید، اگر چند روز یکبار از این کلمات کلیدی استفاده کنید زمان کافی را برای بررسی نتایج خواهید داشت.

کلمات کلیدی منفی دقیقاً چه هستند؟ تصور کنید که شما فروشنده محصولی هستید که ریزش مو در مردان را درمان می‌کند. بسیار بدبختی است که یکی از کلمات کلیدی مد نظرتان «ریزش مو» خواهد بود. اما مردم برای ریزش موی حیوانات خانگی‌شان هم در اینترنت جست‌وجو می‌کنند. برای این مساله فکری کرده‌اید؟

اینجاست که پای کلمات کلیدی منفی به میدان می‌آید. شما می‌توانید از نشان داده شدن محصولات‌تان به کسانی که به دنبال درمان ریزش موی حیوان خود هستند، جلوگیری کنید. فقط کافی است که به زبانه کلمات کلیدی رفته و وارد بخش کلمات کلیدی منفی بشوید و کلماتی که می‌خواهید را وارد کنید. (کلمات کلیدی منفی همیشه با علامت منفی نشان داده می‌شوند.)

شما می‌توانید چندین کلمه کلیدی منفی را بر روی گروه آگهی خاصی و یا بر روی کل کمپین اعمال کنید. در خصوص مثال محصول ریزش مو، گزینه دوم بسیار کاربردی‌تر است. حال هر کس به دنبال محصولات ریزش مو باشد و پس از این عبارت، کلماتی همچون سگ، گربه و... را بنویسد، آگهی شما به ایشان نشان داده نمی‌شود. کلمات کلیدی منفی بسیار قدرتمند هستند، چرا که از ایجاد ترافیک بی‌بهره جلوگیری می‌کنند. اگر شما ۱۰۰۰ بازدید و ۵۰ کلیک داشته باشید، نرخ CTR برابر با ۵ درصد خواهد بود. اگر با استفاده از کلمات کلیدی منفی نیمی از این ورودی‌های غیرضروری را محدود کنید و همچنان هم ۵۰ کلیک داشته باشید، آنگاه نرخ CTR شما به ۱۰ درصد خواهد رسید.

هرچه میزان ورودی‌های غیرضروری کاهش پیدا کند، نرخ CTR افزایش پیدا کرده و به همان میزان درجه کیفی بهبود می‌یابد. این قدرت کلمات کلیدی منفی را نشان می‌دهد.

بهترین راه برای پیدا کردن کلمات کلیدی منفی در واقع جست‌وجو پیرامون کلمات کلیدی فعلی و حذف کلمات کلیدی‌ای است که بازتاب‌کننده محصولات و خدماتی هستند که در واقع تولیدکننده آنها نیستید.

منبع: entrepreneur

# انصراف دارا خسروشاهی از حضور در کنفرانس عربستان

مدیرعامل اوپر، دارا خسروشاهی به‌همراه چند کارآفرین بزرگ دیگر، به‌خاطر حادثه پیش‌آمده برای خبرنگار عربستانی، از حضور در کنفرانسی در این کشور انصراف داد. به‌گزارش زومیت، دارا خسروشاهی، مدیرعامل اوپر اعلام کرد که از حضور در کنفرانس بزرگ سرمایه‌گذاری در کشور عربستان سعودی انصراف می‌دهد. او دلیل این انصراف را ناپدید شدن خبرنگار عربستانی، جمال خاشقچی عنوان کرد. خسروشاهی روز گذشته در بیانیه‌ای به سرویس خبری CNBC، خبر انصراف خود را به‌صورت رسمی بیان کرد.

کنفرانس مذکور با نام Future Investment Initiative در شهر ریاض برگزار خواهد شد و لقب «داووس در صحرا» نیز برای آن انتخاب شده است. این لقب اشاره‌ای به کنفرانسی مشابه در داووس سوئیس دارد که به‌صورت سالانه توسط انجمن جهانی اقتصاد برگزار می‌شود.

مدیرعامل اوپر اولین شخصیت مشهوری نیست که از کنفرانس ریاض انصراف می‌دهد. پیش از این مدیران بسیاری دیگری به‌خاطر ناپدید شدن جمال خاشقچی، نویسنده واشنگتن پست و از منتقدان جدی رژیم سعودی، از حضور در این کشور خودداری کرده‌اند. جمال خاشقچی در هفته‌های اخیر، تیر اول بسیاری از اخبار حوادث بوده است. گزارش‌ها حاکی از آن است که او آخرین بار به سفارت عربستان به ترکیه رفته است و از آن به‌بعد نشانه‌ای از او در دسترس نیست.

بنیان‌گذار ویرجین گروپ یعنی ریچارد برانسون، مالک سرویس رسانه‌ای لس‌آنجلس تایمز یعنی پاتریک سون شینونگ، هم‌بنیان‌گذار شرکت AOL، استیو کیس و هم‌بنیان‌گذار هافینگتون پست یعنی آریانا هافینگتون نیز پیش از این از حضور در این رویداد انصراف داده‌اند.

ترس و نگرانی در مورد خاشقچی زمانی به اوج خود رسید که خبرها، حاکی از کشته شدن او توسط مأموران سعودی در سفارت این کشور در ترکیه داد. واشنگتن پست چندی پیش گزارشی منتشر کرد که در آن ادعاهایی جدید توسط دولت ترکیه عنوان شده بود. دولت این کشور به آمریکا اعلام کرده بود که اسنادی صوتی و تصویری مبنی بر کشته شدن این خبرنگار در داخل سفارت عربستان در دست دارد. البته عربستان سعودی تاکنون هرگونه دخالت در ناپدید شدن این ژورنالیست را تکذیب کرده است. خسروشاهی در ایمیل روز گذشته برای CNBC نوشت:

من از گزارش‌های منتشرشده در مورد جمال خاشقچی بسیار ناراحت هستم. ما این وضعیت را به‌دقت دنبال می‌کنیم و تا زمانی که حقایقی جدید در این مورد مشخص نشود، من به کنفرانس FII در ریاض نخواهم رفت.

اظهارنظرهای عمومی خسروشاهی در مورد عربستان سعودی اهمیت بالایی دارند. یکی از صندوق‌های سرمایه‌گذاری سلطنتی این کشور با نام Saudi Arabian Public Investment Fund در سال ۲۰۱۶ سرمایه‌ای ۲.۵ میلیارد دلاری به اوپر واریز کرد. به‌علاوه، سافت بانک یکی از بزرگ‌ترین سهامداران این غول تاکسی‌های اینترنتی است که آن هم اکثر سرمایه خود را از عربستان سعودی دریافت می‌کند.

البته اوپر پس از مدیریت خسروشاهی تغییرات متعددی را شاهد بوده است. او جایگزین مدیرعامل بحث‌برانگیز این شرکت یعنی تراویس کالانیک شد و قطعاً باید تغییراتی در این شرکت ایجاد می‌کرد. او وظایف دشواری نیز در این زمینه داشته است. مواردی همچون دعوای حقوقی و کسب مجوز فعالیت در لندن، تصادف مرگبار یکی از خودروهای خودران اوپر در آرژوننا و دعوای حقوقی بزرگ با شرکت خودروهای خودران گوگل یعنی ویمو، از چالش‌های مهم خسروشاهی بوده‌اند.

نکته مهم دیگر در مورد Uber این است که این شرکت در سال ۲۰۱۹ یک IPO برگزار خواهد کرد. خسروشاهی خبر این عرضه عمومی سهام را ماه گذشته اعلام کرد.

## نزدیک به ۱۴۰۰ میلیارد تومان فروش شرکت‌های دانش‌بنیان نانوفناور

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری گفت در حالی که ایران با دارا بودن جایگاه چهارم جهانی در تولید علم نانو را در اختیار دارد، فروش محصولات نانو فناور ایرانی در سال گذشته به ۱۴۰۰

میلیارد تومان نزدیک شد و امسال نیز رشد خواهد داشت. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در آیین افتتاحیه یازدهمین جشنواره و نمایشگاه فناوری نانو با اشاره به جایگاه جهانی مطلوب ایران در حوزه تولید علم و فروش محصولات نانوفناوری گفت: با ریل‌گذاری و سیاست‌های خوبی که در حوزه نانوفناوری داشته‌ایم ایران توانسته است جایگاه چهارم جهانی تولید علم نانو را از آن خود کند. رئیس ستاد توسعه فناوری نانو افزود: جایگاه مطلوب ایران در حوزه تولید علم نانو در حوزه فروش صنعتی نیز اتفاقات خوبی افتاده است و ما امروز نانو فناوری به فروش نزدیک به ۱۴۰۰ میلیارد تومان رسیده‌ایم این میزان قطعاً امسال رشد قابل توجهی همراه خواهد بود. ستاری، همچنین به

صادرات بین‌المللی محصولات نانو فناور ایران ساخت اشاره کرد و افزود: در حالی که بیش از ۴۲ کشور جهان هدف صادراتی ایران در حوزه نانو فناوری قرار دارند صادرات این محصولات در سال گذشته بیش از ۶۲ میلیون دلار رسید. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، لازمه رونق فروش و صادرات بیشتر محصولات نانو را توسعه زیست‌بوم مشاهده سرمایه‌گذاری و نقش‌آفرینی بخش خصوصی افزود: خوشبختانه زیست‌بومی در شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد شده است متکی به دولت نیست و اکنون بیش از ۳ هزار و ۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان و هزاران استارت‌آپ با نقش‌آفرینی بخش خصوصی و بدون وابستگی به دولت فعالیت می‌کند.

رئیس ستاد توسعه فناوری نانو، ضرورت ایجاد بست‌های مالی برای فراهم شدن زمینه صادرات محصولات دانش‌بنیان را یادآور شد و افزود: بازارهای بسیار خوبی برای محصولات نانوفناور ایرانی وجود دارد که لازمه تحقق آن ایجاد فرهنگ تبادل مالی بین ایران و سایر کشورها است.



## بیش از ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان در نمایشگاهی گردهم آمدند

مجازی و ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری در این زمینه فعال هستند و در صدد حمایت برای رشد این شرکت‌ها برمی‌آیند.

صادقی خاطرنشان کرد: به‌طور کل این نمایشگاه برای شرکت‌های های‌تک در نظر گرفته شده است و تمامی آنها از معاونت علمی مجوز دانش‌بنیان بودن را دریافت کرده‌اند. در این نمایشگاه ما پردازی افزون بر اقدامات معاونت علمی صورت داده و برای شرکت‌ها مدال افتخار در نظر گرفته‌ایم.

وی عنوانین این مدال‌ها را افتخار اشتغال دانش‌بنیان، صادرات دانش‌بنیان، برند ملی دانش‌بنیان و فناوری ویژه عنوان کرد و توضیح داد: صادرات دانش‌بنیان شرکتی است که حداقل ۱۰۰ هزار دلار

صادرات داشته باشد. برند دانش‌بنیان به شرکتی اطلاق شده است که فروش ۵ میلیارد تومان را داشته باشد. برند ملی نیز شرکتی خوانده می‌شود که حداقل ۱۰۰ پرسنل بیمه شده داشته باشد.

دبیر دومین نمایشگاه شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و نوآور از حضور بیش از ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان و علاوه بر آن حضور ۸ شرکت خلاق در این دوره از نمایشگاه خبر داد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، محمدابراهیم صادقی، دبیر دومین نمایشگاه شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و نوآور که ۱۹ تا ۲۲ مهرماه در مجموعه نمایشگاهی بوستان گفت‌وگو برپاست، گفت: بیش از ۱۰۰ شرکت در این رویداد حضور دارد که یا دانش‌بنیان هستند یا به شرکت‌های دانش‌بنیان خدمت می‌دهند. البته در این دوره بخش جدید هم به این گروه افزوده شده است.

وی شرکت‌های خلاق را بخشی که امسال به این نمایشگاه افزوده شده

است عنوان کرد و افزود: ۸ شرکت در قالب برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق در این رویداد حضور دارند. ستاد فناوری‌های نرم و هویت‌ساز و ستاد توسعه فناوری‌های اطلاعات، ارتباطات و فضای







## ایجاد زیرساخت برای همکاری صنعت و دانشگاه بر مبنای اقتصاد زیستی

کارگروه اقتصاد زیستی ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی برای ایجاد زیرساخت برای همکاری صنعت و دانشگاه بر مبنای اقتصاد زیستی برنامه‌های متعددی در نظر گرفته است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کارگروه اقتصاد زیستی ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری که با هدف پیشبرد اهداف راهبردی ستاد توسعه زیست فناوری برای رشد و ارتقای اقتصاد مبتنی بر محصولات و خدمات زیستی کشور، در چارچوب سیاست‌ها و راهبردهای مصوب ستاد توسعه زیست فناوری و همسو با نقشه راه زیست فناوری کشور تشکیل شده، به دنبال اجرایی‌سازی طرح افزایش همکاری صنعت و دانشگاه بر مبنای اقتصاد زیستی است.



### یادداشت

## ۳ اصل مهمی که قبل از آغاز سفر کارآفرینی باید از آنها اطلاع داشته باشید

در برنامه تمرینی روزمره‌تان غرق کنید. بسیاری برای فراموش کردن مشکلات به الکل پناه می‌برند، حال آن که ورزش کردن جایگزین بسیار موثرتری است که همواره به من در پشت سر گذاشتن روزهای سخت کمک کرده است. برای مثال در سال ۱۹۸۸، وقتی ارزش خالص منفی شد، ۱۸۰۰۰۰ دلار بدهی روی کارت اعتباری داشتم و به جز سوپرمارکت هیچ دارایی دیگری نداشتم که به پیشیزی بی‌ارز، این ورزش بود که به دادم رسید. یادم می‌آید که هر روز بعد از ۱۵ ساعت و نیم کار سخت، ۲۰ دقیقه تا باشگاه رانندگی می‌کردم و آنجا روی تردمیل می‌دویدم و مدام به خودم می‌گفتم: «هی فروشمش، می‌فروشمش، می‌فروشمش». در نهایت نیز بعد از یک سال توانستم معامله خوبی انجام دهم. ورزش روزانه تنها چیزی بود که آن روزها مرا سرپا نگه داشت؛ ورزش نیروی محرکه‌ای بود که انگیزه را در من تزریق می‌کرد. به آرامی شروع کنید و برنامه ورزشی روزانه‌ای را که دوست دارید، برای خودتان تعریف کنید؛ این ورزش می‌تواند تمرین با وزنه، کار با دوچرخه ثابت، دویدن روی تردمیل یا ترکیبی از ورزش‌های مورد علاقه‌تان باشد. نکته مهم این است که به خودتان قول بدهید که ورزش را در هر شرایطی فراموش نمی‌کنید و برنامه‌تان را پشت گوش نمی‌اندازید. برای این که در ابتدا بتوانید سه یا چهار بار در هفته ورزش کنید، باید اراده‌ای قوی داشته باشید، اما ورزش کردن بعد از گذشت چند ماه برای‌تان آسان‌تر می‌شود. وقتی ورزش به بخشی از زندگی‌تان تبدیل شد، آثار آن به تدریج مشخص می‌شود. احساس بهتری درباره خودتان پیدا می‌کنید که فقط به ورزش کردن مربوط نمی‌شود، بلکه از پایبندی بودن به قول و تعهدی نشأت می‌گیرد که برای بهبود وضعیت‌تان به خودتان داده‌اید. ورزش کردن نظم و انضباط را به شما یاد می‌دهد و اعتماد به نفس‌تان را بیشتر می‌کند.

### اصل سوم: خودتان را در حلقه‌ای از افراد موفق و مثبت‌اندیش یا همفکر قرار دهید

اگر می‌خواهید یک بوکسور خوب شوید، باید با قهرمان بوکس رقابت کنید. ممکن است در این مسابقه ببازید، اما مطمئناً درس‌های زیادی از آن خواهید گرفت. اگر می‌خواهید در کسب و کارتان موفق شوید، باید از اشخاصی درس بگیرید که راهی را که شما در آغاز قرار دارید، طی کرده‌اند. من همواره دوستان مسن‌تری را انتخاب می‌کنم که از من موفق‌تر عمل کرده‌اند و به این ترتیب همواره کوچک‌ترین فرد در حلقه دوستانم بوده‌ام، اما می‌دانم که می‌توانم درس‌های ارزشمندی را از دوستان بزرگ‌تر خود یاد بگیرم. همچنین سعی کنید که دوستانی مثبت‌اندیش و همفکر انتخاب کنید. همفکر بودن به معنای داشتن اهداف مشابهی است که لزوماً یکسان نیستند، در هر حال شما و دوستان همدل‌تان هر دو برای رسیدن به موفقیت‌های بزرگ تلاش می‌کنید. مثبت‌اندیشی نیز بسیار مهم است. افراد منفی‌باف دائماً به دنبال بهانه می‌گردند، حال آن که اشخاص مثبت‌اندیش راه‌حل پیدا می‌کنند. وقتی بقیه می‌گویند: «هن دیگر نمی‌توانم و تسلیم می‌شوم.» افراد مثبت‌اندیش می‌گویند: «ما می‌توانیم با همکاری هم راه‌حلی را پیدا کنیم. بیایید راه‌های الف، ب و ج را امتحان کنیم.» افراد مثبت‌اندیش حتی در شرایط بد نیز نکته مثبتی پیدا می‌کنند و نیمه پر لیوان را می‌بینند. به لطف احاطه شدن توسط افراد مثبت‌اندیشی که مرا بهتر از خود می‌شناسند، توانستم ضمن برخورداری از تشویق و حمایت دوستان همفکر، اطلاعات بیشتری را درباره کسب و کار و املاک و مستغلات به دست بیاورم. مهم نیست که می‌خواهید چه کاری انجام دهید، مطمئن باشید که قرار گرفتن در حلقه‌ای از دوستان موفق و همفکر برای‌تان مفید خواهد بود. در هر صنعتی که فعالیت داشته باشید، دلگرمی و حمایت افراد موفق انگیزه بالایی را در شما تزریق خواهد کرد.

منبع: entrepreneur

### نویسنده: Manny Khoshbin

متروجم: مریم امیری‌خواه

اگر می‌خواهید بدانید که مهم‌ترین اصول برای شروع یک کسب و کار موفق کدام است، با ما همراه باشید. اگر تازه سفر جذاب کارآفرینی را شروع کرده‌اید، باید از همین ابتدا با سه اصل کلی آشنا شوید و در ادامه راه نیز هیچ‌گاه آنها را فراموش نکنید.

### اصل اول: خاستگاه خود را از یاد نبرید

وقتی مردم از من می‌پرسند که چه عاملی در پشت سر گذاشتن فراز و نشیب‌های مهمی که در این سال‌ها با آنها برخورد کرده‌ام، به من کمک کرده و چطور در برابر این مشکلات دوام آورده‌ام، به آنها جواب می‌دهم که هیچ وقت جایی را که از آن آمده‌ام، فراموش نمی‌کنم. خاطره زندگی کردن در یک ماشین و در سطل اشغال دنبال غذا و لباس گشتن باعث می‌شود که بیشتر تلاش کنم و نگرش صحیحی را در خود ایجاد کنم. البته این کار آسان نبوده است، نمی‌گویم فقط مثبت فکر کردم تا همه چیز روبه‌راه شد، بلکه در برابر ضربه‌ها و شکست‌های اجتناب‌ناپذیری که در طول راه پیش می‌آمد، هرگز تسلیم نشدم؛ چون به هیچ وجه نمی‌خواستم به عقب برگردم. هر وقت در طول مسیری که در آن روز به روز موفق‌تر می‌شدم، به سال‌های سخت گذشته فکر می‌کردم، این جمله را با خودم تکرار می‌کردم که نمی‌خواهم به عقب برگردم. اکثر افراد در مسیر رشد خود با چالش‌های متعددی روبه‌رو می‌شوند که باید بر آنها غلبه کنند؛ این چالش‌ها می‌تواند فقر، مشکلات خانوادگی، زندگی در خانواده تک سرپرست، مشکلات عاطفی، چالش‌های جسمی و انواع بیماری‌ها، مورد ظلم واقع شدن، کم بودن تعداد دوستان، سوء مصرف الکل یا مواد مخدر، مورد سوءاستفاده جسمی قرار گرفتن، قربانی تبعیض یا تعصب شدن یا ترکیبی از این موارد باشند. در حالی که برخی می‌خواهند گذشته و ریشه‌های خود را فراموش کنند، عده‌ای ترجیح می‌دهند همواره گذشته خود را به یاد بیاورند تا از این گذشته سخت و مشکلاتی که به سلامت پشت سر گذاشته‌اند، نیرو بگیرند. چنانچه جایگاه فعلی خود را با موقعیتی که در گذشته داشته‌اید، مقایسه کنید، حتی اگر هنوز در آغاز راه کارآفرینی باشید، متوجه می‌شوید که چه مسیر طولانی و دشواری را طی کرده‌اید تا به این استقلال برسید.

به علاوه از یاد نبردن گذشته‌تان باعث می‌شود که تواضع و فروتنی‌تان را حفظ کنید. مسلماً نمی‌خواهید که تمام عمر این چالش‌ها را بهانه پیشرفت نکردن بکنید و برای خودتان تاسف بخورید. بهانه آوردن بسیار آسان است: «منی که در یک خانواده ثروتمند به دنیا نیامده‌ام، چطور می‌توانم موفق شوم؟» یا «با این کودکی سختی که من داشته‌ام، چطور می‌توانم خودم را باور کنم؟» داستان‌های بی‌شماری درباره موفقیت افرادی وجود دارد که خودشان را از هیچ به همه چیز رسانده‌اند و رویاهای خود را زندگی کرده‌اند. نکته اینجا است که خاطرات روزهای سخت گذشته باید نیروی محرکه شما برای بیشتر تلاش کردن و از میان برداشتن موانع باشد. حتی اگر از خانواده ثروتمندی باشید، حتماً باز هم مشکلات و دشواری‌هایی را در زندگی شخصی‌تان تجربه کرده‌اید.

### اصل دوم: ورزش کنید و جسم و ذهن‌تان را تقویت کنید

اکثر افراد فکر می‌کنند که ورزش کردن تنها برای تناسب اندام مفید است، حال آن که ورزش به سلامت ذهن نیز کمک می‌کند. ورزش استرس و اضطراب را کم می‌کند و انگیزه شما را برای فعالیت بیشتر، افزایش بهره‌وری و تمرکز و حتی خلقی‌تر شدن افزایش می‌دهد. ذهن سالم در بدن سالم است و ورزش کردن باعث می‌شود که حال‌تان از نظر روحی و عاطفی نیز بهتر شود. با ورزش کردن می‌توانید مشکلات‌تان را فراموش کنید و فارغ از دنیا خودتان را

## دستورالعمل اجرایی هفتمین جشنواره ملی رویش ابلاغ شد

هفتمین جشنواره ملی رویش و جشنواره‌های رویش دانشگاهی با مشارکت حداکثری دانشگاه‌های دولتی، ستادی و غیرانتفاعی برگزار خواهد شد. این جشنواره در دو سطح ملی و دانشگاهی برنامه‌ریزی شده که در رویکرد جدید،

دستورالعمل اجرایی هفتمین جشنواره ملی رویش و جشنواره‌های رویش دانشگاهی، همزمان با بیستمین سال تاسیس کانون‌های فرهنگی، اجتماعی، هنری و دینی در دانشگاه‌ها به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور ابلاغ شد.



بخش غیررقابتی و حمایت‌های معنوی آن در راستای افزایش مسئولیت اجتماعی و توسعه کارآفرینی فرهنگی و اجتماعی دانشجویان تقویت شده است. برای هماهنگی و انسجام هرچه بیشتر این جشنواره در هر دو سطح ذکر شده، برای نخستین بار دستورالعمل اجرایی با همکاری و دریافت نظرات صاحب‌نظران حوزه صف و ستاد تهیه و تدوین شده است که برای اجرا به دانشگاه‌ها ابلاغ شد. مدیرکل فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم افزود: رویکرد جشنواره تقویت کارآفرینی اجتماعی، افزایش شور و نشاط دانشجویی، تقویت ابعاد کیفی کانون‌ها و زمینه‌سازی برای بروز و ظهور خلاقیت‌های دانشجویی در عرصه‌های مختلف فرهنگی و هنری، مهارتی است. این رویکرد حکایت از ایجاد یک فضای تعاملی جدید بر مبنای جذب حداکثری دانشجویان در مجموعه‌های فرهنگی، هنری، اجتماعی و مذهبی دانشجویان دارد.

به گزارش ایسنا، جشنواره ملی رویش و جشنواره‌های رویش دانشگاهی، همزمان با بیستمین سال تاسیس کانون‌های فرهنگی، اجتماعی، هنری و دینی در دانشگاه‌ها به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور ابلاغ شد. به گزارش ایسنا، جشنواره ملی رویش و جشنواره‌های رویش دانشگاهی، همزمان با بیستمین سال تاسیس کانون‌های فرهنگی، اجتماعی، هنری و دینی در دانشگاه‌ها به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور ابلاغ شد. به گزارش ایسنا، جشنواره ملی رویش و جشنواره‌های رویش دانشگاهی، همزمان با بیستمین سال تاسیس کانون‌های فرهنگی، اجتماعی، هنری و دینی در دانشگاه‌ها به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور ابلاغ شد. به گزارش ایسنا، جشنواره ملی رویش و جشنواره‌های رویش دانشگاهی، همزمان با بیستمین سال تاسیس کانون‌های فرهنگی، اجتماعی، هنری و دینی در دانشگاه‌ها به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور ابلاغ شد.

## آرتیبیشن جزو ۱۸ تیم برتر اتاق بازرگانی تهران به جیتکس راه یافت

این گزارش حاکی است، در جشنواره جیتکس سال ۹۶، ۴۵۰۰ استارت‌آپ توانستند حضور یابند که یکی از استارت‌آپ‌های ایرانی (آرتیبیشن) توانست به مرحله نهایی جایزه ۱۸۰ هزاردلاری راه پیدا کند.



در ادامه این گزارش آمده است، در سال ۹۷ نیز استارت‌آپ‌های زیادی از سراسر دنیا دستاوردهای خود را به جهان معرفی خواهند کرد که از بین آنها تاکنون ۷۰۰ استارت‌آپ به جیتکس راه یافته‌اند که استارت‌آپ آرتیبیشن یکی از آنها است. روابط عمومی شرکت آسیاتک در پایان تصریح کرد: شرکت آسیاتک به عنوان برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور، حمایت از استارت‌آپ‌ها را در دستور کار خود قرار داده و در این راستا دانش، تکنولوژی و حمایت‌های مالی خود در راستای ارتقای این شرکت‌ها استفاده خواهد کرد.

شرکت انتقال داده‌های آسیاتک در راستای فعالیت‌های خود در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی و در جهت توسعه صنعت و خدمات ICT، از استارت‌آپ‌ها حمایت می‌کند.

بر همین اساس، استارت‌آپ آرتیبیشن مورد حمایت آسیاتک قرار گرفته است. آرتیبیشن تنها تیم هنری در جیتکس ۲۰۱۸ دومی است که توانست از مرحله اول صعود کرده و جزو یکی از ۱۸ تیم استارت‌آپی باشد که به این رقابت راه یافته است. به گزارش روابط عمومی شرکت آسیاتک، این رویداد در ۲۲ مهرماه به مدت ۵ روز برگزار می‌شود که توسط اتاق بازرگانی تهران در بخش «ستاره‌های آینده جیتکس» برای شرکت‌های نوپای فناوری اختصاص یافته است. تا تولیدات و ایده‌های خلاقانه برای سرمایه‌گذاران بین‌المللی به نمایش گذاشته شده و امکان همکاری با دیگر استارت‌آپ‌ها مهیا شود.

### برند به عنوان دارایی استراتژیک

معمولاً برای بسیاری از شرکت‌ها، برندها توسط بازاریابان و اغلب با کمک مشاوران و آژانس‌های تبلیغاتی خارج از شرکت مدیریت می‌شوند، اگرچه در سال‌های اخیر به نظر می‌رسد آگاهی و یا شناخت رو به رشدی از نقش استراتژیک برندها در میان مدیران ارشد به وجود آمده است. در همین رابطه محققان گزارش کرده‌اند که:

در شرکت‌های رهبر و پیشرو، مدیرعامل نقش سرپرستی و مسئولیت برند را برعهده دارد. برندسازی دیگر تنها مسئولیت مدیران برند زودگذر و ناپایدار نیست، بلکه به عنوان نقطه اتکایی برای روابط شرکت، نه‌تنها با مشتریانش، بلکه همچنین با کارکنان خود قرار گرفته است. این موضوع همچنین توسط سرآلن شپارد، هنگامی که رئیس و مدیرعامل شرکت گراند متروپولیتن پیک بود، تأکید شده است (یک شرکت بریتانیایی فعال در صنعت کالاهای مصرفی تندگردش که امروزه DiAGEO PIC شده است).

در گراند متروپولیتن اعتقاد داشتیم برندهای ما ارزشمندترین دارایی‌های ما هستند. کسب و کار ما در صنعت غذایی، نوشیدنی‌ها و خرده‌فروشی تماماً درباره برندهای مصرفی بود. ما از برندهای خود جهت افزودن ارزش به محصولات غذایی و نوشیدنی و فروشگاه‌های خرده‌فروشی خود و تشویق مشتریان به وفاداری و اطمینان استفاده می‌کردیم. این امر به نوع خود این اجازه را به ما می‌داد که برای بالا بردن سود که منافع سهامداران و کارکنان بود خرج کنیم.

برندها مرکز و هسته کسب و کار ما هستند. اگر بخواهیم تمامی فعالیت‌های خدمات، فروش، توزیع و تولید خود را تحت قرارداده‌ها واگذار کنیم و مالکیت باقی‌مانده برای ما تنها برندهای ما باشند، می‌توانیم سودآور و موفق باقی بمانیم. این برندهای ما هستند که سود امروز ما را فراهم می‌کنند و سودهای آینده ما را نیز حمایت و پشتیبانی می‌کنند.

به‌طور سنتی، برندسازی نقش مهمی در صنعت کالاهای مصرفی بازی می‌کند، به این دلیل کافی که دستیابی به تمایز بلندمدت حائز اهمیت به سادگی از طریق توسعه محصول و نوآوری که معمولاً به‌راحتی توسط رقبا تقلید می‌شوند، دشوار است. امروزه اگرچه این درک وجود دارد که برندها نه‌تنها به عنوان ابزار بازاریابی برای محصولات مصرفی، بلکه همچنین به این خاطر که می‌توانند دارایی‌های استراتژیک کلیدی در خود شرکت نیز باشند، اهمیت پیدا کرده‌اند. به‌طور مشابه، به نظر می‌رسد این دیدگاه در دیگر بخش‌ها نیز که به‌طور سنتی برندسازی در آن بخش‌ها مهم تلقی نمی‌شد، مانند کالاهای مصرفی پادوام، خدمات، شرکت‌های مهندسی، شرکت‌های تکنولوژی نوین و سازمان‌های غیرانتفاعی به علاوه کسب و کار الکترونیک پدیدار شده است.

**منبع:** hormond

موضوع: **تبلیغات و برندینگ**

## چطور ایسلند توانست کشوری جدید بسازد؟

در این مطلب می‌بینیم که چطور یک کشور برای حل یک مشکل، متحد می‌شوند و در ۲۰ سال خود را از نو می‌سازد. ۲۰ تا ۳۰ سال قبل ایسلند بین کشورهای اروپایی رتبه اول مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی بین نوجوانان را به خود اختصاص داده بود. نوجوانان این کشور به نوشیدنی‌های الکلی نه نمی‌گفتند و انگار هیچ تدبیری نتیجه‌ای نداشت. همه کشور تحت تأثیر این عادت‌های مخرب قرار داشت و امنیت به واژه‌ای گم‌شده تبدیل شده بود.

حالا اما آمار ۴۲درصدی نوجوانان ۱۵ تا ۱۶ ساله‌ای که مشروبات الکلی می‌نوشیدند به ۵درصد کاهش پیدا کرده است. بعد از بی‌پاسخ‌ماندن تمام اقدامات انجام‌شده در طول ۲۰ سال گذشته، برنامه‌ای همه‌گیر در این کشور اجرا شد که «جوانان در ایسلند» نام داشت و برای کاهش درصد مصرف مواد مخدر و نوشیدنی‌های الکلی بین نوجوانان به وجود آمده بود.

هدف برنامه «جوانان در ایسلند» این بود که والدین را وادار کند وقت بیشتری را با فرزندان‌شان بگذرانند. در ایسلند بزرگسالان کار را به همه چیز ترجیح می‌دهند و به همین دلیل این بزرگ‌ترین چالش برنامه مذکور بود. والدین می‌بایست زودتر به خانه می‌آمدند و در خانه هم برای گذراندن وقت با فرزندان‌شان برنامه‌ریزی می‌کردند. در بسیاری محله‌ها والدین شب‌ها و نیمه‌شب‌ها در خیابان کشیک می‌دادند تا از بیرون نبودن نوجوانان اطمینان پیدا کنند.

قوانین هم تغییر کرد و تبلیغ الکل غیرقانونی اعلام شد و سن قانونی خرید برای الکل ۲۰ و برای سیگار ۱۸ تصویب شد. همچنین براساس یک قانون حضور نوجوانان ۱۳ تا ۱۶ ساله بعد از ساعت ۱۰ شب در زمستان و نیمه‌شب‌های تابستان ممنوع شد.

دولت کنار وضع قوانین کنترل‌کننده اقدامات دیگری را برای تشویق جوانان به ترک مشروبات الکلی و مواد انجام داد؛ اختصاص بودجه برای تأسیس مراکز ورزشی، هنری، رقص و کلوب‌های دیگر. هدف از این کار دادن امکان تجربه نوع دیگری از زندگی بود. اقداماتی هم انجام شد تا فرزندان خانواده‌ها کم‌درآمد هم بتوانند به‌راحتی از این امکانات استفاده کنند. کودکان در پایتخت ایسلند برای استفاده از این تسهیلات مبلغی دریافت می‌کنند.

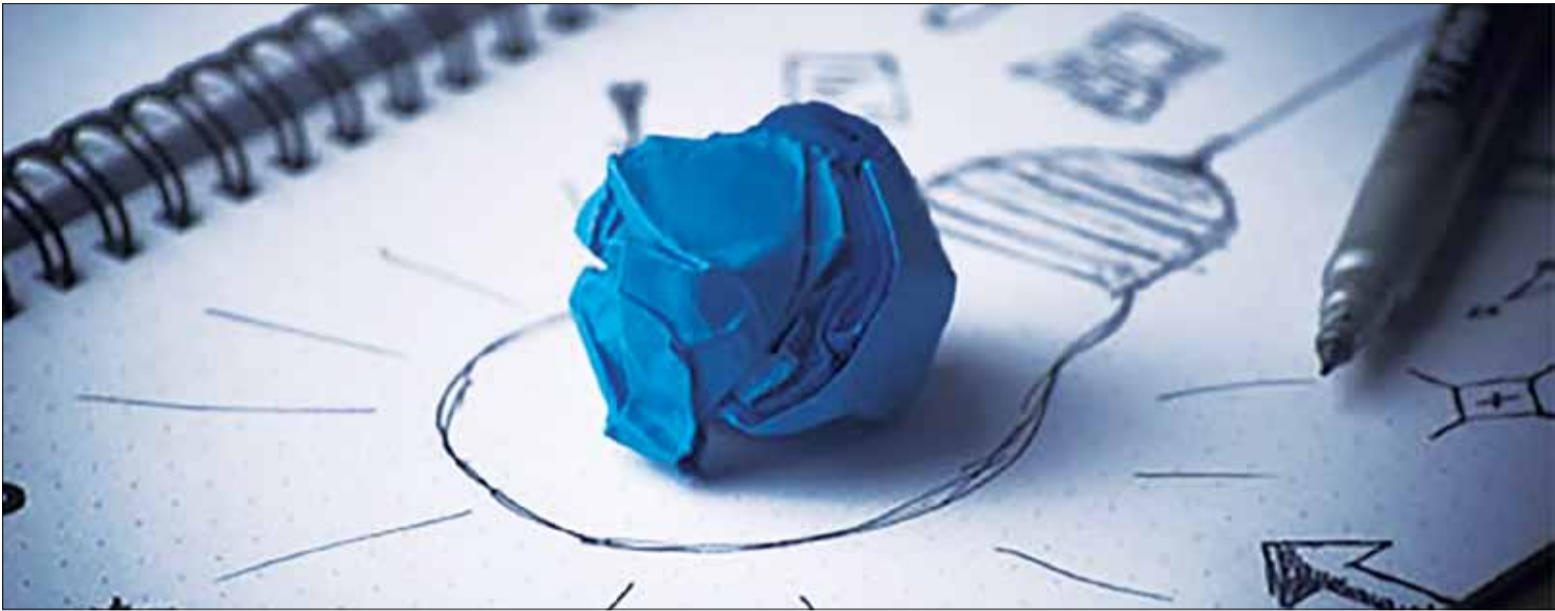
هر سال نوجوانان ایسلند در مدرسه‌ها به پرسش‌های تحقیق مربوط به این برنامه پاسخ می‌دهند و تصمیم‌گیری‌های سال بعد براساس این تحقیق صورت می‌گیرد، تا به این ترتیب پویایی و پاسخگویی برنامه تضمین شود.

موفقیت این برنامه موجب شد تا کشورهایایی مثل هلند، لیتوانی و . . . آن را در کشور خود به کار ببرند.

**منبع:** mbanews

چگونه تبلیغات موفق داشته باشیم؟

# ۲۲ ایده تبلیغاتی با اثربخشی قطعی



به این ترتیب ما باید با برخی از هنرمندان خیابانی تماس برقرار کنیم. دلیل این کار تبدیل ایده‌های برندمان به طرح‌های خیابانی است. به این ترتیب رهگذرهای مختلف نسبت به فعالیت برندمان در فضاهای جدید مطلع خواهند شد. همچنین به دلیل تازگی بسیاری از مخاطب‌ها به نام برندمان توجه بیشتری خواهند داشت.

#### ۱۴. سرمایه‌گذاری بر روی کارت‌های جذاب

به‌طور معمول افراد به کارت‌های کسب‌وکار به عنوان فضایی برای تبلیغات نگاه نمی‌کنند. با این حال در تبلیغات مدرن باید هر فضایی را، هرچند کوچک، به عنوان میزبان هنر تبلیغاتی‌مان قلمداد کنیم. بسته به نوع کسب‌وکارمان همگی توانایی بهره‌مندی مزیت کارت‌های کسب‌وکارمان را داریم. به عنوان مثال برند «بن ویوانت» به عنوان تولیدکننده پنیر کارت خود را در قالب یک رنده تولید کرده است. به این ترتیب مخاطب با مشاهده آن یاد فرآیند رنده کردن پنیر خواهد افتاد.

#### ۱۵. استفاده از صداهای جذاب

ساختار ذهن ما نسبت به صداهای تازه حساسیت بالایی دارد. به این ترتیب برای جلب نظر مخاطب به محتوای تبلیغاتی‌مان تمرکز بر روی استفاده از صداهای بدیع و خلاقانه ایده بسیار مؤثری خواهد بود.

#### ۱۶. نمایش برندمان به عنوان یک هنرمند

نکته جالب در مورد مشاهده هنرمندانه امور توانایی خلق آثار تازه و جذاب است. به این ترتیب مخاطب بدون نیاز به تلاش زیاد توجه‌اش به برندتان جلب خواهد شد. توجه به جلوه‌های هنری همیشه در زمینه تبلیغات تأثیرگذار است. در حقیقت مخاطب نیازمند مشاهده تبلیغات تازه و جدید است. کلیشه‌های قدیمی همیشه مورد بی‌توجهی مخاطب قرار خواهد گرفت.

#### ۱۷. دیوانگی همیشه جذاب است

برخی از تبلیغات به طرز شگفت‌انگیزی دیوانه‌وار هستند. در حقیقت این نوع از تبلیغات تمام محاسبات سنتی را در هم می‌ریزند. به همین خاطر اغلب افراد بدان جذب خواهند شد. اگر به دنبال جلب نظر طیف وسیعی از مخاطب‌ها هستید، ترک عادت‌های رایج در حوزه ساخت تبلیغات را به شما توصیه می‌کنم.

#### ۱۸. تأثیرگذاری از طریق ویدئو

فرمت ویدئو یکی از تأثیرگذارترین ابزارهای جلب نظر مخاطب در حوزه تبلیغات است. در حقیقت به هنگام ضبط ویدئو شناس ما برای جلب توجه بیشتر می‌شود. به این ترتیب با داشتن فرصتی بیشتر برای تعامل با مخاطب و توان افزودن صوت به ماجرا به‌راحتی فرآیند تبلیغات تأثیر گذارتر خواهد شد.

#### ۱۹. اشتباه همیشه بد نیست

بی‌شک امروزه گرافیک‌های باکیفیت چشم هر مخاطبی را می‌ریابد. با این حال برخی از برندها از قصد هنوز هم بر روی گرافیک‌های دو بعدی تکیه می‌کنند. این فرآیند به دلیل علاقه مخاطب به مشاهده برخی از المان‌های قدیمی در فرآیند تبلیغاتی روی می‌دهد. بسیاری از افراد نام نوستالژی را برای آن انتخاب می‌کنند. در حقیقت نوستالژی و مخاطب فرصت مشاهده دقیق محتوای خلاقانه در قالبی قدیمی و دوست داشتنی را می‌دهد. در این میان شاید برخی این کار را اشتباه قلمداد کنند، اما اشتباه همیشه هم بد نیست.

#### ۲۰. ویدئوی لایو در فیس‌بوک

امروزه سرویس لایو فیس‌بوک شهرت بسیار زیادی در میان کاربران دارد. یکی از دلایل این محبوبیت شمار بالای کاربران این پلتفرم است. همچنین باید به کاربردهای تبلیغاتی آن نیز اشاره کرد. بر این اساس بسیاری از افراد از سرویس لایو برای توسعه کسب‌وکار شخصی‌شان استفاده می‌کنند. برندهای کوچک و بزرگ نیز از سرویس لایو برای معرفی محصول جدید یا پخش پیش‌نمایش تیزرهای تبلیغاتی‌شان نهایت استفاده را می‌برند.

#### ۲۱. خلق یک سفر کوتاه اینستاگرامی

من نخستین بار این ایده را در صفحه رسمی مرسدس بنز مشاهده کردم. منظور من از خلق یک سفر جذاب در اینجا ارائه محتوای جالب در خصوص محصولات‌مان است. به گونه‌ای که انگار مخاطب را به دل یک سفر جالب برده‌ایم.

#### ۲۲. گام بزرگ به سوی موفقیت

همه ما در شبکه‌های اجتماعی با محدودیت‌های زیادی مواجه هستیم. قوانین دست و پا گیر از یکسو و نیاز به توجه به سلیقه مخاطب از سوی دیگر همه ما را دچار مشکل می‌کند. با این حال اقدام برای ایجاد کمپین‌های بزرگ با نادرده‌گیری قوانین پلتفرم‌های اجتماعی هرگز ایده جالبی نیست. در این صورت شاید کمپین ما به سرعت از سوی شبکه اجتماعی مورد نظر با محدودیت مواجه شود. همیشه احترام به قوانین پلتفرم‌ها بهترین راهکار برای دستیابی به موفقیت محسوب می‌شود.

**منبع:** wordstream

#### ۵. اشاره جالب به خرده فرهنگ‌ها

بی‌شک برای گروه‌های طرفدار مد و پوشاک مشاهده تبلیغی با حضور یک شخصیت معروف جذابیت خاصی خواهد داشت. در این بخش تأکید من بر روی استفاده از افراد مشهور در حوزه کسب‌وکارمان است. به این ترتیب فرآیند تعامل ما با مخاطب بسیار ساده‌تر از گذشته خواهد شد.

#### ۶. خنده‌دار باشید

تبلیغات موفق همگی در زمینه سرگرم‌سازی و استفاده از شوخی‌های خنده‌دار مهارت دارند. در حقیقت آنها از شوخی‌های بسیار رایج برای سرگرمی استفاده می‌کنند. در غیر این صورت شوخی‌های خاص فقط عده‌ای محدود را به خنده خواهد انداخت.

#### ۷. طنز سیاه همیشه جواب می‌دهد

مردم علاوه بر خنده گاهی نیاز به یادآوری نکات تلخ زندگی نیز دارند. بر این اساس ژانر طنز سیاه علاوه بر حوزه سینما در تبلیغات نیز طرفدارهای خاصی دارد. نکته مهم در اینجا تأکید بر روی نکات سیاه و تلخ زندگی به منظور خنداندن مخاطب است.

#### ۸. نمایش حیوانات زیبا

به مانند هر حوزه دیگری مخلوقات زیبا برای مردم جذاب است. فرقی ندارد بحث ما در زمینه سینما، سیاست یا تبلیغات باشد، در هر صورت حیوانات زیبا چشم هر بیننده‌ای را به خود جلب خواهد کرد. شاید اگر شما اندکی خلاقیت به خرج دهید، تبلیغات‌تان با هزینه‌ای بسیار اندک تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد. یک شرکت آمریکایی به عنوان یک برند تولید مایع ظرفشویی با استفاده از گربه‌ای زیبا دل مخاطب‌ها را به دست آورد. موضوع اصلی این تبلیغ یادآوری ضررهای استفاده از مشروبات الکلی بود. شعار آن نیز «هستی خطرناک است» بود. در این تبلیغ یک مرد میانسال در حالت مستی اقدام به شست‌وشوی ظرف‌های خانه‌اش می‌کند. با این حال به جای اسکاچ گریه خانگی‌اش را بر می‌دارد. چنین تبلیغی در عین سرگرمی مخاطب پیام اصلی ما را نیز منتقل خواهد کرد.

#### ۹. فعالیت در خارج از چارچوب متداول

یافتن بیلبوردهای خلاقانه که با حالت معمولی سایر بیلبوردها متفاوت هستند، همیشه جذاب خواهد بود. به عنوان مثال برخی از برندها نظیر کوکا کولا و چیک فیلا اقدام به طراحی بیلبوردهای سه بعدی کرده‌اند. این نمونه‌ها در مسیرهای شهری و بین شهری بیش از سایر گونه‌های عادی توجه مخاطب را جلب خواهد کرد. در سایر حوزه‌های تبلیغاتی نیز توجه به ایده‌های جذاب همشه باعث بهبود فرآیند جلب مخاطب خواهد شد. بنابراین توصیه من در اینجا توجه به سایر حوزه‌های خلاقانه، که خارج از چارچوب عادی هستند، به منظور جلب مخاطب هرچه بیشتر است.

#### ۱۰. اهدای کوله پشتی رایگان

ما درم همیشه یک نکته جالب را بیان می‌کرد: هیچ‌کس بدون کوله پشتی زندگی نمی‌کند. در حقیقت همه ما حداقل یک کوله پشتی برای خود داریم. در زمینه تبلیغات من یکی از طرفدارهای سر سخت اهدای لوازم رایگان هستم. بر این اساس لوازمی مانند بطری آب، مداد، خودکار، قلمدادی و حتی کت گزینه‌های جذابی خواهند بود.

#### ۱۱. اجازه دهید دیگران برای شما تبلیغات کنند

این مورد بسیار راحت است. یک راهکار جالب برای تبلیغ برندمان از سوی دیگران تهیه قالب‌های جذاب در اینستاگرام و اسنب چت است. به این ترتیب مخاطب با استفاده از آن قالب‌ها فرصت ثبت و به اشتراک‌گذاری تصاویر زیبا را خواهد داشت. شیوه این کار بسیار ساده است و فقط باید با یک طراح گرافیک همکاری کنیم. سایر موارد تبلیغاتی را کاربران برای ما انجام خواهند داد.

#### ۱۲. ایجاد یک گرید در اینستاگرام

همه ما گاهی اوقات پست‌های جالب گرید در اینستاگرام مشاهده می‌کنیم. این پست‌ها به صورت یک تصویر کلی به هنگام مشاهده پروقایل یک برند به نمایش در می‌آیند. بر این اساس با کلیک بر روی هر بخش یکی تکه از تصویر کلی نمایان خواهد شد. این ایده یکی از راهکارهای خلاقانه برای جلب نظر افراد در اینستاگرام است. در حقیقت بسیاری از برندها چنین ایده جالبی را به‌طور متوسط یکبار در ماه امتحان می‌کنند. از نظر اقتصادی این ایده یکی از کم‌هزینه‌ترین موارد محسوب می‌شود. در اینجا نیز ما فقط باید با یک طراح گرافیکی همکاری کنیم.

#### ۱۳. اهمیت توجه به هنر خیابانی

این مورد در فهرست علاقه‌مندی من جایگاه نخست را دارد. به‌طور معمول این بخش تحت عنوان «تبلیغات خیابانی» شناخته می‌شود. همه ما با هنر خیابانی به عنوان فرصتی برای هنرمندان گمنام به منظور نمایش هنرشان آشنا هستیم. با این حال برای برندها توجه به خیابان به عنوان محل تبلیغاتی در حالت غیررسمی چندان محلی از اعراب ندارد. فضاهای عادی در خیابان و کوچه‌ها همانطور که میزبان هنر خیابانی هستند، می‌توانند از هنر اهالی تبلیغات نیز میزبانی کنند.

**به قلم:** ماری لیسستر بازاریاب دیجیتال و فعال حوزه تبلیغات

**ترجمه:** علی‌العلی

من به عنوان یک فعال حرفه‌ای در زمینه بازاریابی و تبلیغات تا سال ۲۰۱۵ هیچ شبکه کابلی را ندانستم. فقط در زمان پخش سریال‌های جذاب نت‌لیکس و برخی از رویدادهای مهم ورزشی زحمت روشن کردن تلویزیون را به خود می‌دادم. وقتی اولین بار شبکه کابلی خریدم، پس از توضیحات راهنما برای ساعت‌ها به تبلیغات آن خیره شدم. در هر صورت در شبکه‌های کابلی تبلیغات بیش از هر چیزی به چشم می‌خورد. با این حال این تبلیغات به هیچ وجه خسته‌کننده نبود. همه تیزرها به صورت جذاب، بدیع و سرگرم‌کننده طراحی شده بودند. براساس آمار مؤسسه [S] در سال ۲۰۱۴ مردم در هر روز بیش از ۵ هزار تبلیغ متفاوت را مشاهده کرده‌اند. با این حال از این رقم فقط و فقط ۱۵۳ تبلیغ مورد توجه مخاطب قرار خواهد گرفت. در زمینه تعامل و جذب مخاطب رقم مورد نظر از این هم کمتر می‌شود. در حقیقت تنها ۱۲ تبلیغ توانایی جلب نظر مخاطب را دارند. با توجه به این آمارها برای تبدیل شدن به یکی از برندهای موفق در زمینه تبلیغات کار بسیار دشواری پیش روی ماست.

در چند روز اخیر من مدام به ایده‌های خلاقانه برای جلب نظر مردم و فروش بیشتر فکر کردم. نتیجه فعالیت ذهنی من تهیه فهرستی از برترین ایده‌های تبلیغاتی بوده است. اجازه دهید این ایده‌ها را با یکدیگر مورد بررسی قرار دهیم

#### ۱. تأکید بر شخصیت مخاطب با پرسش‌های جالب

چند وقت پیش یکی از دوستان من توصیه جالبی را در زمینه تبلیغات موفق مطرح کرد: اگر علاقه‌مند به جلب رضایت مخاطب هستید، راهکار ساده تقاضای صحبت طرف مقابل در خصوص خودش است. این شیوه در اغلب اوقات موجب الفای احساس بهینه در طرف مقابل نسبت به برند ما می‌شود. در هر صورت وقتی شما علاقه بیشتری به کسب اطلاع پیرامون مخاطب نشان دهید، پیام واضحی برای آنها مخابره می‌شود: برند ما برای مخاطب ارزش قائل است. روش حاضر دقیقاً شیوه کار برند Buzzfeed است. آنها برای شناخت بهتر مخاطب‌های خود به سوی طرح سوالاتی جذاب حرکت کرده‌اند. به این ترتیب در خلال پاسخ به پرسش‌ها مخاطب به بیان ویژگی‌های شخصی و اطلاعاتی عمومی در زمینه علاقه‌مندی‌های خود ترغیب می‌شود.

#### ۲. نقشه‌های تبلیغاتی شهر

این ایده تبلیغاتی شاید در نگاه نخست برای اتوبوس‌های گردشگری بسیار جذاب باشد. هنگامی که در آخرین سفرم مشغول جمع کردن وسایل بودم، به نقشه تبلیغاتی جالبی برخورد کردم. در حقیقت این نقشه قبلاً از سوی یک برند به عنوان هدیه به گردشگران داده شده بود. به عنوان یک فعال تبلیغاتی این ایده به نظر بسیار جالب آمد.

به‌طور معمول نقشه‌های تبلیغاتی دارای لوگوی بزرگ برند مورد نظر هستند. به این ترتیب علاوه بر استفاده مشتریان از نقشه نیم نگاه می‌هم به برند مورد نظر خواهند داشت. نکته جالب در مورد نقشه‌ها وجود نسخه‌های کاملاً رایگان بر روی گوشی‌های هوشمند است. با این حال بسیاری از افراد همچنان ترجیح می‌دهند از نقشه‌های معمولی استفاده کنند. در این صورت با توجه به خواست مخاطب شما توجه زیادی را به برندتان جلب خواهید کرد.

#### ۳. خلق کتاب کوپن

هنگامی که کوچک بودم، برای کسب درآمد شیرینی و کیک خانگی می‌فروختم. به منظور ترغیب هرچه بیشتر مشتریان به خرید محصولات خود برخی اوقات کوپن‌های تخفیف نیز به آنها می‌دادم. امروزه کوپن‌های مختلف در همه جا مشاهده می‌شوند. نکته جالب اینکه هنوز هم کتاب کوپن دارای طرفدارهای خاص خود است. این کتاب‌ها دارای کوپن‌های مختلف در کنار هم هستند. به این ترتیب افراد بنابر نیازشان از هر کوپن استفاده خواهند کرد. بی‌شک حضور فعال برندمان در این کتاب‌ها برای توسعه کسب‌وکارمان بسیار مفید خواهد بود.

#### ۴. استفاده از محیط‌زیست به عنوان مزیت برندمان

یکی از گونه‌های تبلیغاتی جالب در چند سال اخیر تبلیغات مبتنی بر ابدای زیست‌محیطی است. این نوع تبلیغات نه‌تنها از بیلبوردهای خشک جذاب‌تر هستند، بلکه معمولاً در فضاهای به دردتخور مورد استفاده قرار می‌گیرند. گاهی اوقات این ایده‌ها به قدری جالب و در عین حال ساده هستند که مخاطب گمان می‌کند بچه‌ای ۵ ساله آنها را طراحی کرده است. در هر صورت بحث محیط‌زیست امروزه برای بسیاری از مردم اهمیت خاصی دارد. به این ترتیب با تأکید بر روی امری مهم برای مخاطب شما توان جذب نگاه بیشتری به برندتان را خواهید داشت.

## ایستگاه بازاریابی

## ۱۰۰ ایده کارآمد بازاریابی (۸)

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

در ۷ شماره پیشین به ۷۶ مورد از ایده‌های کارآمد بازاریابی اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

## ۷۷- برگزاری نشست‌های ماهانه

اگرچه تصور اکثر افراد در این رابطه نشست‌های درون شرکتی است، با این حال در این بخش منظور اصلی سمینارهای همگانی است. در این رابطه الزامی به حضور در یک تالار وجود نداشته و از طریق اینترنت نیز می‌توانید اقدامات لازم را صورت دهید. با این حال اهمیت آن برای نمایش قابلیت‌ها و توانایی‌های خود از ضرورت بسیار بالایی برخوردار است.

## ۷۸- ارائه بسته‌های پیشنهاد ویژه

تا به حال به این نکته فکر کرده‌اید که به چه علتی تاکنون دو و یا چند بسته تخفیف‌دار را به صورت یک پکیج عرضه نکرده‌اید؟ بدون شک این امر باعث خواهد شد تا مشتری میزان تخفیف به مراتب بیشتری را حس نمایند. به همین خاطر لازم است تا در تهیه چنین بسته‌هایی فعالیت لازم را صورت دهید. در این رابطه بهتر است تا تمامی محصولات مورد استفاده نوعی ارتباط را با یکدیگر داشته باشند تا شانس خرید آن‌ها افزایش پیدا کند.

## ۷۹- از Google AdWords استفاده کنید

این برنامه یک سرویس تبلیغات اینترنتی است که و بر پایه کلیدواژه‌های تعریف شده، کار می‌کند. با این اقدام شانس دیده شدن سیاست شما به شدت افزایش پیدا خواهد کرد. با این حال ذکر این نکته ضروری است که این امر رایگان نیست. در واقع این روش جایگزینی برای سئو است. تفاوت کاربرانی که از این طریق وارد سایت می‌شوند با سایرین در این است که این افراد قصد خرید بالاتری را دارند.

## ۸۰- به دنبال مشتریان گروهی باشید

این امر که برای مثال بتوانید با یک مؤسسه آموزشی برای فروش محصولات خود قرارداد ببندید، بدون شک میزان فروش شما را با صدوی چشمگیر مواجه خواهد ساخت. در این رابطه توجه داشته باشید که لازم است تا پیشنهادی را ارائه دهید که آن‌ها مزیت‌هایی را نیز برای خود احساس کنند.

## ۸۱- شخصی سازی را برای مشتریان خود انجام دهید

این امر بسیار طبیعی است که برخی از مشتریان خواهان تغییراتی در محصولات شما باشند، در این رابطه لازم است تا مطابق خواست آن‌ها عمل کنید. فراموش نکنید در صورت عدم تأمین نیاز آن‌ها از جانب شما، همواره این احتمال وجود دارد که برندهایی دیگر حاضر به انجام این کار باشند. همچنین مشتریان خود را حتی پس از یک خرید رها نکرده و همواره آن‌ها را از جدیدترین محصولات و تخفیف‌ها آگاه سازید.

## ۸۲- از خانواده و دوستان خود استفاده کنید

این امر نه تنها برای شما دایره‌ای از آدم‌های مورد اعتماد را ایجاد خواهد کرد، بلکه به علت اهمیتی که برای این افراد دارید، آنها حاضر به کمک‌های بسیار خواهند بود. به همین خاطر لازم است تا از آن‌ها برای انجام برخی از کارها استفاده کنید.

## ۸۳- کاری متفاوت را انجام دهید

همواره لازم است تا در رابطه با بازار خود تحقیقات و پایگاه داده مناسبی را داشته باشید. با تکیه بر این اقدام شما قادر خواهید بود تا شرایط را برای انجام یک کار جدید محاسبه کرده و بهترین گزینه را انتخاب کنید. همواره این احتمال را مدنظر قرار دهید که ممکن است بنا به هر دلیلی اوضاع بازار فعلی تغییرات منفی‌ای را داشته باشد. به همین خاطر متنوع ساختن منابع درآمدی از جمله تصمیمات هوشمندانه خواهد بود.

## ۸۴- حامی یک تیم جوان ورزشی باشید

این امر نه تنها برای شما مزیت‌های تبلیغاتی را خواهد داشت، بلکه باعث خواهد شد تا بتوانید نظر مساعد جوانان را که مشتریان آینده محسوب می‌شوند، به خود جلب کنید. با این حال این اقدام تنها برای آینده نبوده و این جوانان بدون شک در رابطه با برند شما با خانواده و اطرافیان خود صحبت خواهند کرد.

## ۸۵- یک مسابقه برگزار کنید

بدون شک رقابت و مسابقه امری است که مورد استقبال عموم قرار خواهد گرفت. با این حال در این رابطه بهتر است تا جایزه تعیین‌شده از بین محصولات تولیدی باشد. در رابطه با نوع مسابقه نیز با توجه به ویژگی‌ها و علائق جامعه هدف خود، اقدام کنید.

## ۸۶- طراحی‌های خلاقانه داشته باشید

این امر که افراد شما را نسبت به سایرین متفاوت بدانند خود به تنهایی می‌تواند به یک عامل مهم خرید تبدیل شود. در واقع منحصر به فرد بودن از جمله مواردی است که مطلوب محسوب می‌شود. در این رابطه لازم است تا طراحی‌های خود را به نحوی انجام دهید که تفاوت‌ها به خوبی آشکار باشد. در این رابطه در تلاش باشید تا این امر در تمامی سطوح حتی برای کارت شرکت نیز رعایت شود.

## ۸۷- تبلیغات انسانی را فراموش نکنید

هیچ دلیلی وجود ندارد که نتوانید از افراد به شکلی خلاقانه برای تبلیغ محصول خود استفاده کنید. در این رابطه کارمندان شرکت، در دسترس‌ترین گزینه‌های موجود محسوب می‌شوند. به همین خاطر لازم است تا در وهله اول از آن‌ها برای این امر استفاده کنید. برای مثال به تن کردن تیشرت‌هایی که در آن لوگو، نام و شعار شرکت ذکر شده است، از جمله رایج‌ترین روش‌های مرسوم محسوب می‌شود.

ادامه دارد...



## ۲۵ راهکار تأثیرگذار برای جذب کاربران بیشتر به سایت‌مان



به قلم: گابریل پیکارد و ایتهد کارفرین مستقل و روزنامه‌نگار  
ترجمه: علی آل علی

در سال ۲۰۱۶ نزدیک به ۲۰۹۶ میلیون کاربر در اینترنت به جست‌وجوی محصولات، مقایسه سطح قیمت‌ها و خرید آنلاین پرداخته‌اند. در قرن ۲۱ داشتن سایتی پر امکانات و دارای محصولات‌مان به منظور فروش اینترنتی مزیت رقابتی انکارناپذیری محسوب می‌شود. با این حال همانطور که کارشناس‌های مشهور حوزه تجارت آنلاین اعتقاد دارند، در صورت عدم بازدید کاربران از سایت ما انگار آن سایت اصلاً وجود ندارد. به همین خاطر جذب کاربران به سایت شرکت همیشه جزو اهداف اصلی هر برندی است.

## چگونه ترافیک سایت‌مان را افزایش دهیم؟

هر کسب‌وکاری برای توسعه برندش نیاز به حضور در دنیای آنلاین دارد. علاوه بر شبکه‌های اجتماعی مدیریت یک سایت حرفه‌ای نیز مورد نیاز است. هدف اصلی از اداره یک سایت رسمی برای برندگان نمایش کسب‌وکار، محصولات و فروش بیشتر است. به همین خاطر باید مخاطب را به سایت‌مان جلب کنیم. در این مقاله به ۲۵ راهکار خلاقانه و بدیع به منظور دستیابی به این هدف اشاره شده است. اجازه دهید هر کدام از راهکارها را به صورت جداگانه مورد بررسی قرار دهیم.

## ۱. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای جذب بازدیدکنندگان

امروزه تقریباً همه برندها در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. یکی از راهکارهای خلاقانه در این میان برای جلب نظر کاربران استفاده از اکانت‌های‌مان در شبکه‌های اجتماعی به منظور هدایت افراد به سایت رسمی برندگان است. بی‌شک شیوه‌های بسیاری برای دستیابی به این هدف وجود دارد. با این حال بهترین شیوه به اشتراک‌گذاری لینک مطالب سایت‌مان در ذیل پست‌های اکانت رسمی برند خود در شبکه‌های اجتماعی مختلف است.

۲. اطمینان از هماهنگی سایت با الگوریتم موتورهای جست‌وجوگر  
بهینه‌سازی سایت برندگان با استفاده از کلیدواژه‌های مهم بسیار ضروری است. همچنین به‌روزرسانی مطالب و بارگذاری مقاله به صورت منظم در سایت‌مان به سهولت دسترسی کاربران به آنها کمک شایانی خواهد کرد. هر چه مطالب سایت ما تازه‌تر و هماهنگ‌تر با کلیدواژه‌های کاربردی باشد، رتبه بهتری در جست‌وجوهای کاربران خواهد داشت.

## ۳. ایجاد وبلاگ در سایت و به‌روزرسانی آن

ایجاد یک وبلاگ در داخل مجموعه سایت‌مان یکی از بهترین راهکارها برای جذب کاربران است. این شیوه علاوه بر حل مشکلات کاربران آنها را به برندگان نیز علاقه‌مند خواهد کرد. ضرورت مدیریت وبلاگ تهیه مطلب به صورت مداوم است. به این ترتیب مخاطب باید همیشه مطالب تازه و کاربردی در سایت ما پیدا کند.

## ۴. استفاده از کمپین‌های مبتنی بر مقدار کلیک

نیل پاتل به عنوان یکی از افراد تأثیرگذار در حوزه بازاریابی بر روی تبلیغات پولی به عنوان راهکاری مطلوب برای جذب مخاطب به سایت برندها تأکید دارد. کمپین‌های PPC الگویی از تبلیغات مبتنی بر مقدار کلیک کاربران است. به این ترتیب میزان پرداخت ما براساس سطح کلیک مخاطب بر روی تبلیغ آنلاین کمپین‌مان صورت خواهد گرفت. مزیت اصلی این روش عدم پرداخت هزینه برای مشاهده تبلیغ‌مان از سوی کاربران بی‌علاقه به برندگان است.

## ۵. استفاده از کارت بیزینس برای توسعه آنلاین برندگان

امروزه کارت‌های بیزینس الگویی قدیمی برای توسعه برند قلمداد می‌شود. با این حال همچنان این شیوه قدیمی تأثیرگذاری خاص خود را دارد. درج مشخصات سایت، اکانت‌های شبکه‌های اجتماعی و آدرس دفتر مرکزی از جمله کارهای مهم برای جذاب‌سازی یک کارت بیزینس است. به این ترتیب مخاطب هدف ما وقتی به اینترنت نیز دسترسی ندارد، نام سایت و اکانت‌های برندگان در شبکه‌های اجتماعی به گوشش خواهد خورد.

## ۶. بازدید از برنامه‌های تجاری

برنامه‌های تجاری یکی از بهترین راهکارهای برای توسعه برند محسوب می‌شود. در این برنامه‌ها معمولاً فرصت بیان ویژگی‌های برندگان در کنار معرفی محصولات وجود دارد. به این ترتیب به صورت کاملاً رایگان شما فرصت بیان داستان کسب‌وکارتان را خواهید داشت.

## ۷. استفاده از بازاریابی تأثیرگذاری برای جذب ترافیک

بازاریابی تأثیرگذاری بر روی استفاده از یک فرد تأثیرگذار در عرصه کسب‌وکارمان به منظور توسعه جایگاه برندگان یا حتی معرفی محصولی خاص تأکید دارد. نکته اصلی در خصوص بازاریابی تأثیرگذاری تلاش برای همکاری با افراد مشهور و در عین حال مرتبط با حوزه کسب‌وکارمان است. در غیر این صورت تبلیغات ما سلبریتی محور خواهد بود.

## ۸. افزودن آدرس وبسایت بر روی لباس‌های فرم شرکت

اگر کسب‌وکار شما نیازمند استفاده از لباس فرم است، بر روی آنها آدرس سایت‌تان را درج کنید. به این ترتیب هر فردی با مشاهده لباس کارمندان شما به‌راحتی آدرس سایت‌تان را نیز مشاهده خواهد کرد.

## ۹. هماهنگ‌سازی سایت با گوشی‌های هوشمند

امروزه بسیاری از کاربران از طریق گوشی‌های هوشمند به جست‌وجو در فضای اینترنت می‌پردازند. به این ترتیب اگر سایت برندگان با پلتفرم گوشی‌های هوشمند سازگار نباشد، طیف وسیعی از مخاطب‌های هدف‌مان را از دست خواهیم داد. راهکار در اینجا بسیار ساده است، اطمینان از سازگاری محتوای سایت‌مان با مرورگرهای گوشی‌های هوشمند.

## ۱۰. نویسندگی میهمان در سایر سایت‌ها

به غیر از تمرکز بر روی تولید محتوا در سایت رسمی برندگان امکان حضور فعال در سایر سایت‌های خبری و تحلیلی نیز وجود دارد. مزیت اصلی این روش درج نام برندگان در بخش نویسنده است. به عنوان مثال اگر برند شما در سایت معتبری نظیر Business Insider یا Inc مقاله میهمان ارسال کند، بخش زیادی از کاربران آنها به سوی سایت شما هدایت می‌شوند.

## ۱۱. دعوت از سایر افراد برای نویسندگی میهمان در سایت ما

همانطور که ما برای دیگر سایت‌ها به عنوان میهمان مقاله ارسال می‌کنیم، دعوت از دیگران برای نگارش مقاله به عنوان نویسنده میهمان ایده مناسبی خواهد بود. در چنین همکاری هم شما به عنوان برند میزان سود می‌برید و هم طرف مقابل توانایی جذب مخاطب بیشتر را خواهد داشت.

## ۱۲. نگارش مطلب در لینکدین

لینکدین مشهورترین شبکه اجتماعی کارآفرینان محسوب می‌شود، بنابراین با فعالیت در این پلتفرم شما شانس جلب نظر مخاطب‌های فرهیخته و سطح بالا را خواهید داشت. بسیاری از افراد با مطالعه مطالب در لینکدین به سوی بازدید از سایت رسمی آن شرکت یا کارآفرین ترغیب می‌شوند.

## ۱۳. نمایش جزئیات سایت‌مان در دفتر یا فروشگاه برندگان

گاهی اوقات به اشتراک‌گذاری لینک مطالب مهم سایت‌مان از طریق درج آنها بر روی دیوار فروشگاه یا دفتر مرکزی شرکت راهکار سودمندی خواهد بود. این شیوه نیازمند هیچ‌گونه کار اضافی نیست. همچنین از نظر اقتصادی کاملاً رایگان خواهد بود. در هر صورت دیوار شرکت و فروشگاه متعلق به شماست.

## ۱۴. استفاده از وسایل حمل و نقل شرکت به بهترین شکل ممکن

به‌طور معمول برندهای بزرگ دارای وسایل حمل و نقل مخصوص هستند. اگر برند شما نیز جزو این دسته از کسب‌وکارهاست، توصیه من به شما درج آدرس سایت‌تان بر روی خودروهای شرکت است. به این ترتیب حجم زیادی از مخاطب‌ها به سایت شما جلب می‌شوند.

## ۱۵. تبلیغات در رسانه‌های چاپی

هنوز هم ۱۷ درصد از کسب‌وکارهای کوچک در رسانه‌های چاپی تبلیغات درج می‌کنند. اگرچه در نگاه اول رسانه‌های چاپی دیگر کاربردی ندارند، اما اخیراً استقبال از روزنامه‌ها و مجلات دوباره بالا

رفته است.

## ۱۶. استفاده از کمپین‌های ایمیل مستقیم

بازاریابی ایمیلی یکی از قدیمی‌ترین الگوهای دیجیتال بازاریابی محسوب می‌شود. شیوه کار در اینجا ارسال یک ایمیل جذاب برای کاربران مرتبط با حوزه کسب‌وکارمان است. به این ترتیب آنها از حضور برند ما مطلع خواهند شد.

## ۱۷. انتشار مصاحبه‌ها با افراد مهم

مصاحبه با افراد مهم همیشه برای مخاطب جذاب است. در انتخاب افراد مهم باید میزان تأثیرگذاری‌شان بر روی کسب‌وکار و شهرت آنها را مد نظر قرار دهیم. در این صورت مصاحبه ما جذاب و خواندنی از کار در می‌آید.

## ۱۸. انجام مصاحبه با سایت‌های دیگر

همانطور که مصاحبه سایت ما با افراد سرشناس خوراکی خبری مناسبی است، گفت‌وگو با رسانه‌های معتبر از سوی ما نیز برای توسعه برندگان مفید خواهد بود. مزیت اصلی این روش مشاهده طیف وسیعی از کاربران است. در حقیقت رسانه مدنظر ما باید حداقل دو برابر سایت ما بازدیدکننده داشته باشد.

## ۱۹. برگزاری مراسم‌های مرتبط با کسب‌وکار

حوزه کسب‌وکار امروزه گستردگی زیادی دارد. بر این اساس هدف اصلی ما باید فعالیت در شاخه تخصصی‌مان باشد. یکی از راهکارهای فعالیت بهینه در شاخه تخصصی برگزاری مراسم‌های مرتبط با کسب‌وکارمان است. در خلال این مراسم‌ها اخبار زیادی پیرامون سخنرانی‌ها در سایت برندگان بارگذاری می‌شود. این امر به معنای مراجعه طیف وسیعی از کاربران به سایت ما برای پیگیری اخبار است.

## ۲۰. ایجاد لینک‌های داخلی در سایت‌مان

هنگام تولید مطلب در سایت‌مان باید بر روی به اشتراک‌گذاری لینک‌های مرتبط تمرکز داشته باشیم. این لینک‌ها باید در خلال مطالعه یک مطلب به مخاطب توصیه شود. منظور من از لینک در اینجا آدرس مقاله‌های مشابه با موضوع مورد علاقه هر بازدیدکننده است.

## ۲۱. انتشار مطالعات دقیق در سایت‌مان

یکی از بخش‌های مهم هر کسب‌وکاری انجام مطالعات دقیق و کاربردی است. انتشار نتایج این مطالعات در سایت رسمی شرکت به افزایش اعتبار و جلب هرچه بیشتر نظر مخاطب کمک شایانی خواهد کرد. در این زمینه حتی به اشتراک‌گذاری مطلب‌مان با سایر سایت‌های مشهور نیز ایده مناسبی خواهد بود.

## ۲۲. مطالب قدیمی به‌روز

نکته مهم در خصوص مطالب قدیمی اقدام برای به‌روزرسانی مداوم آنهاست. به این ترتیب مطالب ما همیشه به‌روز و کاربردی خواهند بود.

## ۲۳. تبلیغات در رادیوی محلی

شاید عجیب باشد، اما هنوز هم رادیوهای محلی طرفدارهای خاص خود را دارد. بر این اساس تبلیغات در این سایت‌ها ایده بسیار مناسبی محسوب می‌شود. با بیان آدرس سایت‌مان در انتهای تبلیغ همیشه از شانس مخاطب برای مراجعه به سایت‌مان مطمئن خواهیم شد.

## ۲۴. به‌روزرسانی وبلاگ‌های قدیمی

گاهی اوقات یک برند برای مدت‌های طولانی به وبلاگ خود رسیدگی نمی‌کند. اگر شما نیز چنین شرایطی را دارید، باید به سرعت نسبت به آپدیت وبلاگ‌تان اقدام کنید. برای این کار علاوه بر تولید محتوای جدید بر روی به‌روزرسانی مطالب قدیمی نیز تأکید داشته باشید.

## ۲۵. استفاده از یوتیوب برای توسعه سایت

یوتیوب در چند سال اخیر خود را به عنوان بزرگترین شبکه اجتماعی ویدیو محور معرفی کرده است. با توجه به اهمیت فرمت ویدئو در دنیای امروز فعالیت در یوتیوب بسیاری از برندها را به شهرت بین‌المللی می‌رساند، بنابراین باید در اسرع وقت نسبت به راه‌اندازی یک کانال یوتیوب برای برندگان اقدام کنیم. آدرس سایت رسمی شرکت را نیز باید در بخش بیوگرافی کانال‌مان درج کنیم.

منبع: smallbiztrends

## ۸ قدم برای جلوگیری از شکست در کسب و کارهای کوچک

نویسنده: Mike Kappel

ترجمه: امید گوهری

شکست در هر کسب و کاری ممکن است اتفاق بیفتد. شاید شما سرمایه بسیاری را صرف تولید محصولی کرده‌اید که مورد استقبال قرار نگرفته است و یا دقیقاً هنگام پرداخت قبوض دچار مشکل مالی شده‌اید. این اتفاقات همیشه به معنای پایان کار و ورشکستگی کسب و کارهای کوچک نیست؛ بلکه می‌تواند فرصتی برای بازگشت و ایجاد شرایطی به مراتب بهتر باشد. به عنوان یک کارآفرین با سابقه‌ای بیش از ۳۰ سال، چنین مشکلاتی را تاکنون تجربه کرده‌ام. برای مثال یکی از استارت‌آپ‌های من با رکود در فروش مواجه و این شرایط در بحران مالی بزرگ آمریکا بدتر نیز شد. پس از چند ماه بحران مالی، متوجه شدم زمان «تلاش و یا قبول شکست» فرا رسیده است. خوشبختانه به دنبال تغییرات عمده‌ای که ایجاد شد، توانستم استارت‌آپ را به مسیر درستی هدایت کنم. اگر با شرایط بدی مواجه شده‌اید، مهمترین نکته عدم دست‌دادن امید است. در اینجا به ۸ مورد برای جلوگیری از شکست استارت‌آپ اشاره شده است.

## ۱. هوشیار باشید!

تشخیص شکست کسب و کار همیشه آسان نیست. شاید نسبت به اتفاقات، صرف‌نظر از علائم موجود، هوشیار نباشید. در صورت عدم‌هوشیاری ممکن است سرمایه بسیاری را صرف مخارج مختلف کنید و خود را در چاه عمیق‌تری بیندازید. نسبت به شکست بی‌توجه نباشید و مسائل را آن‌طور که هست بپذیرید، در غیر این صورت در مسیر شکست کسب و کار قدم بر می‌دارید. باید مسائل را بپذیرید تا تغییرات مناسبی جهت حفظ شرکت‌تان ایجاد کنید.

## ۲. شرایط را بسنجید

به محض اینکه حس کردید موردی در کسب و کارتان در جای درست قرار ندارد، باید در آن عمیق شوید تا مشکل را بیابید. اینکه ندانید چگونه مسئله را حل کنید، به معنای عدم‌توانایی شما در یافتن آن نیست. شاید تراز مالی شما منفی و یا میزان فروش‌تان کاهش یافته باشد. مشکل هرچه باشد، باید با آرامش آن را بسنجید. نیاز نیست همان لحظه روش حل مشکل را بیابید؛ بررسی کنید و یادداشت بردارید. زمانی که استارت‌آپ من به مشکل برخورد، از هرچه در کسب و کار می‌دیدم و می‌شنیدم یادداشت برمی‌داشتم. من به فروشندگان مان و آنچه به مشتریان می‌گفتند گوش دادم و عملکرد مدیران را بررسی کردم. کارمندان من از حضور همیشگی‌ام راضی نبودند، اما این موضوع به من در ارزیابی مشکلات کمک می‌کرد.

## ۳. مسائل کم‌بازده را از بین ببرید

به محض پیداکردن مشکل موجود در کسب و کار، طرحی را برای بهبود شرایط بیابید. ارزیابی شرایط به من نشان داد مسائلی منجر به کاهش سرعت عملیات موجود در کسب و کار شده‌اند. به‌عنوان مالک یک کسب و کار کوچک، ممکن است تعداد کارمندان‌تان خیلی زیاد نباشد و هر یک مشغول به انجام وظایف مختلفی باشند، اما ائتلاف وقت انتخاب مناسبی نیست. در نتیجه اگر کارمندان‌تان زمان زیادی را صرف اموری غیرضروری می‌کنند که می‌توان آنها را به صورت خودکار نیز انجام داد، سرعت در کسب و کارتان کاهش می‌یابد. استفاده از نرم‌افزارها روشی برای از بین بردن بازدهی پایین است. برای مثال نرم‌افزارهای مالی و حسابداری می‌توانند با کنترل مسائل مالی به شما زمان بیشتری برای مدیریت کسب و کار بدهند.

## ۴. انتظار موارد غیرمنتظره را داشته باشید

مشکلات امری اجتناب‌ناپذیر در کسب و کار هستند. در حقیقت تمام این مسائل بخشی از کارآفرینی بودن هستند. آماده بودن برای اتفاقات غیرمنتظره پیش از بروز مشکل و همچنین کین ابراز آن کاربرد دارد. همواره مبلغی را برای موارد ضروری کنار بگذارید و در صورت مواجهه با شرایط دشوار، خود را مبهول مشکل بزرگ‌تر کنید. وقتی استارت‌آپ من به مشکل برخورد، بحران اقتصادی آن را بدتر کرد. من باید آماده شرایط سخت‌تری می‌شدم، اما این کار را نکردم و تنها خود را سردرگم‌تر از پیش ساختم. شما نمی‌توانید اقتصاد کشور، فصول و الگوی خرید مشتریان را مدیریت کنید. تنها چیزی که در اختیار شماست، آمادگی برای شرایط بدتر است.

## ۵. مخارج اضافی را کنترل کنید

بسیاری از کسب و کارها هزینه‌هایی دارند که به سود تبدیل نمی‌شود. برای مثال ممکن است برخی خدمات و محصولات شما به فروش نرسند. این هزینه‌ها و مخارج غیرضروری را حذف کنید تا فرآیندها برای‌تان ساده‌تر شوند. از تولید محصولاتی با فروش کم دست بردارید. به دنبال تأمین‌کنندگان جدید باشید تا مازموام خود را ارزان‌تر بخرید و یا از عمده‌فروشان خرید کنید تا هزینه‌های‌تان کاهش یابد.

## ۶. جا نزنید

وقتی به مشکلی بر می‌خورید و یا کسب و کارتان نزدیک به فروپاشی است، همواره به یاد داشته باشید که مسائل ممکن است تغییر کنند. ناامید نشوید و نگرش توأم با شکست نداشته باشید، که در این صورت قطعاً شکست خواهید خورد. اطمینان حاصل کنید کارمندان‌تان امیدشان را از دست نمی‌دهند. نگرش منفی، مشتریان را فراری می‌دهد. برای تقویت خود به تمام سدهایی فکر کنید که با موفقیت از آنها عبور کرده‌اید.

## ۷. در دسترس مشتریان باشید

در گذر زمان باید بر رشد کسب و کار خود تمرکز کنید. یک روش برای رشد، دسترسی آسان مشتریان به خدمات شماست. برای جذب مشتریان جدید، در دسترس باشید، قیمت‌های رقابتی ارائه کنید و تجربه کاربری مشتریان را بهبود بخشید. نیازی به تبلیغات پرهزینه برای محصولات نیست. روش‌های تبلیغاتی ارزان‌قیمت بسیاری وجود دارند، مانند تبلیغ در رسانه‌های اجتماعی، ارسال پست جدید در وبلاگ کسب و کار و استفاده از بازاریابی ایمیلی.

## ۸. به کارمندان‌تان گوش کنید

همیشه به خاطر داشته باشید که کارمندان دارای‌های ارزشمند کسب و کارتان هستند. آنها می‌توانند روش‌های خلاقانه‌ای برای بهبود و رشد کسب و کار داشته باشند. کارمندان به شما در شناخت آنچه موردنیاز مشتریان‌تان است کمک می‌کنند و زمانی که به آنها گوش کنید، تهیج می‌شوند و در رشد شرکت همکاری بیشتری با شما خواهند داشت.

منبع: allbusiness

## ۵ اقدام به جای ائتلاف وقت بر روی نوشتن طرح تجاری



نویسنده: Richard Harroch

ترجمه: امید گوهری

از قدیم استارت‌آپ‌ها به سه دلیل طرح تجاری می‌نوشتند: چشم‌انداز خود را برای کسب و کار نشان دهند، کسب و کارشان را به سرمایه‌گذاران معرفی کنند و نشان دهند چگونه سوالات کلیدی‌شان را حل می‌کنند. اما من به شما می‌گویم که نوشتن طرح تجاری ارزش تلاش ندارد. تجربه طی سال‌ها کار با استارت‌آپ‌ها، کارآفرینان و سرمایه‌گذارهای خطرپذیر باعث شده نتیجه بگیرم که نوشتن طرح تجاری به دلایل زیر نوعی ائتلاف وقت است:

• زمانبر است- آماده‌سازی طرح کسب و کار حتی با استفاده از برنامه‌های کامپیوتری نیز بسیار زمانبر است؛

• بسیار زود از رده خارج می‌شود- به دلیل مواجهه با مسائل جدید، طرح کسب و کار به سرعت از رده خارج می‌شود؛

• هیچ‌کس وقت ندارد آن را بخواند- سرمایه‌گذاران عموماً زمان برای خواندن طرح کسب و کار ندارند. آنها صدها استارت‌آپ را بررسی می‌کنند، بنابراین بهتر است توجه‌شان را به مطلبی کوتاه‌تر جلب کنید.

بنابراین پیشنهاد می‌دهم به جای ائتلاف وقت با ارزش خود بر روی یک طرح تجاری، هنگام شروع کسب و کار این پنج قدم را بردارید:

## ۱. آماده‌سازی ارائه اسلایدی برای سرمایه‌گذاران آینده‌نگر

به تازگی ارائه اسلایدی برای سرمایه‌گذاران جای طرح تجاری را گرفته است. این ارائه عموماً شامل ۱۵ تا ۲۰ اسلاید پاورپوینت می‌شود که دریافت سرمایه از سرمایه‌گذاران کاری سخت و زمانبر است، بنابراین تأمین مالی یک استارت‌آپ بسیار مهم و بیان داستانی جالب و قانع‌کننده و در عین حال کوتاه بسیار مؤثر واقع می‌شود.

ارائه اسلایدی شما باید اصول زیر را دارا باشد:

- بررسی اجمالی شرکت (مروری کوتاه بر فعالیت‌های مجموعه)
- چشم‌انداز یا مأموریت شرکت (چشم‌انداز یا مأموریت شرکت چیست؟)
- تیم (مهره‌های اصلی و پیشینه کاری مرتبط با آنها)
- مشکل (مشکلی که قرار است حل کنید)
- راه‌حل (راه‌حلی که برای آن مشکل دارید)
- فرصت‌های بازار (بازار هدف چقدر بزرگ است؟)
- مشتریان هدف (مشتریان هدف و دلیل اهمیت خواسته‌های آنان)
- تکنولوژی شرکت (تکنولوژی موجود در شرکت در چه سطحی است و چه تفاوتی ایجاد می‌کند؟)

- رقبا (رقبای اصلی چه کسانی هستند؟)
  - کشش شرکت (مشتریان اولیه و همکاران)
  - مدل تجاری (مدل تجاری شما چیست؟)
  - برنامه بازاریابی (چه برنامه‌ای در پیش دارید؟ برای به‌دست‌آوردن مشتری چقدر هزینه می‌کنید و مشتری همیشگی به چه معناست؟)
  - برنامه‌های مالی (جریان مالی و سود و زیان پیش‌بینی‌شده چقدر است؟)
  - سؤال اصلی (میزان سرمایه‌ای که لازم دارید).
- بسیاری استارت‌آپ‌ها در زمان تهیه این ارائه اشتباهات غیرقابل‌اجتنابی می‌کنند. در اینجا لیستی از بایدها و نبایدها آمده است:

## بایدها

• این کلمات را در پایین و سمت چپ صفحه اول بنویسید: «محرمانه و اختصاصی. نوشته‌شده به وسیله (نام شرکت)، (سال)، تمامی حقوق محفوظ است»

• مخاطب را در رابطه با فرصت بزرگ بازار قانع کنید

• از گرافیک و تصاویر جذاب استفاده کنید

• پیش از جلسه، اطلاعات را با فرمت PDF ارسال کنید. سرمایه‌گذار

احتمالی را محدود به دانلود از Google Docs, Dropbox و سایر

خدمات آنلاین نکنید، چرا که ممکن شود فایل شما خوانده نشود

• یک نسخه نمایشی از محصول خود را در زمان ارائه حضوری همراه داشته باشید

• یک داستان قانع‌کننده، جذاب و به‌یادماندنی تعریف کنید تا علاقه‌تان به کسب و کار را نشان دهد

• نشان دهید بیش از یک ایده و انگیزه ارتقای محصول، جذب مشتری و... را دارید

• روندی ثابت در نظر بگیرید تا سرمایه‌گذاران شما را به خاطر بسپارند

• در تمامی اسلایدها از یک فونت، سایز و عنوان مشخص استفاده کنید

نباید

• ارائه شما نباید حاوی بیش از ۱۵ تا ۲۰ اسلاید باشد (تمرکز سرمایه‌گذاران محدود است)

• در اسلایدها از کلمات زیاد تا حد ممکن پرهیز کنید

• جزئیات مالی کم‌اهمیت را در ابتدا مطرح نکنید

• سعی نکنید همه چیز را در ارائه خود بیاورید. هنگام ارائه حضوری فرصت دارید برخی مسائل را مطرح کنید

• از اصطلاحاتی که سرمایه‌گذار امکان دارد متوجه نشود استفاده نکنید

• نیازی به نمایش تاریخ نیست، زیرا امکان دارد ارائه شما را قدیمی نشان دهد

• از طراحی ضعیف، گرافیک بد و کم‌کیفیت اجتناب کنید. می‌توانید یک گرافیکست استخدام کنید تا اسلایدهای‌تان حرفه‌ای‌تر به نظر برسند.

## ۲- آماده‌سازی نمونه اولیه مناسب از محصول

یک نسخه اولیه از محصول‌تان آماده کنید. این کار سبب می‌شود نظر سرمایه‌گذاران آسان‌تر جلب شود. همچنین به شما دیدگاهی می‌دهد تا بتوانید در صورت نیاز کارمند جدید استخدام کنید. نسخه اولیه محصول‌تان به خوبی نسخه‌های بعدی نخواهد بود، اما شما باید یک نقطه شروع داشته باشید.

برای شروع لازم نیست محصول شما عالی باشد، اما باید تا حد ممکن خوب و با پیشنهادهایی رقابتی شما تفاوتی محسوس داشته باشد. در اولین قدم محصول‌تان را به بازار عرضه نکنید و اجازه دهید از اولین خریداران‌تان بازخورد بگیرید.

درست است که برای شروع به MVP (کمینه محصول پذیرفتنی) نیاز دارید، اما حتی آن نسخه هم باید خوب و متمایز از رقبا باشد. برخی استارت‌آپ‌ها یکسری محصول تولید می‌کنند تا ایرادات آن را بگیرند. شریل سندبرگ (Sheryl Sandberg)، مدیر عملیات فیس‌بوک می‌گوید، «انجام‌دادن بهتر از عالی‌بودن است.»

## ۳- تحقیق درباره فرصت‌های بازار و رقبا

عمیقاً راجع به فرصت‌های بازار و محصولات و خدمات رقیب تحقیق و همواره تلاش کنید از رقبای‌تان بهتر باشید و محصول‌تان را ارتقا دهید. یکی از راه‌ها، قرار دادن اطلاع‌رسان گوگل است تا به محض ورود اطلاعات جدید راجع به محصولات شرکت‌های رقیب، شما را

مطلع سازد.

انتظار این را داشته باشید که سرمایه‌گذاران احتمالی، درباره رقبا و فرصت‌های موجود در بازار از شما سوالاتی بپرسند. هر کارآفرینی که خود را بی‌رقیب تصور کند قطعاً در آینده دچار مشکل می‌شود، بنابراین انتظار سوالات زیر را داشته باشید:

• بازار در دسترس شما چه اندازه است؟ چه مقدار از آن قابل دسترس برای شرکت است؟

• رقبای اصلی شرکت چه کسانی هستند؟

• آن رقبا چه میزان از بازار را جذب کرده‌اند؟

• مزیت رقابتی شرکت شما چیست؟

• در مقایسه با رقبای‌تان چه قیمت، ویژگی و عملکردی پیشنهاد می‌دهید؟

• موانع ورود به بازار چیست؟

## ۴- آماده‌سازی پیش‌بینی‌های مالی دقیق

آماده‌سازی پیش‌بینی‌های دقیق مالی به دلایل زیر برای یک کسب و کار بسیار مهم است:

• تخمین کارآمدی کسب و کار

• تخمین نقدینگی موردنیاز برای شروع استارت‌آپ

• ارائه پیش‌بینی‌های مالی کلیدی (قیمت هر محصول، هزینه ارتقای محصول، مخارج بازار، مخارج کارمندان، کرایه و دیگر هزینه‌ها)

• داشتن آمادگی در صورت درخواست سرمایه‌گذار.

پیش‌بینی‌های مالی عموماً برای یک دوره ۳ تا ۵ ساله و شامل موارد زیر است:

• سود و زیان

• جریان نقدینگی

• دسته‌بندی جزئی درآمدها و مخارج

• ترازنامه

• مفروضات اساسی.

درست است که پیش‌بینی‌های مالی شما با نتایج واقعی کاملاً منطبق نخواهد بود، اما طی روند توسعه تجاری، قابل‌بازبینی و اصلاح است.

## ۵- در نظر داشتن دلایل انصراف احتمالی سرمایه‌گذاران

دلایل گوناگونی وجود دارد که سرمایه‌گذاران را از انجام تجارت با شما منصرف می‌کند، بنابراین تلاش کنید دلایل زیر را بیابید و مطمئن شوید به شما آسیب نمی‌زند:

• ایده تجاری بسیار کوچک است

• خلاصه طرح و یا ارائه تجاری شما خسته‌کننده است

• درباره سوالاتی که سرمایه‌گذاران می‌پرسند فکر نکرده‌اید

• تنها یک ایده دارید و هنوز کششی را از سمت بازار تجربه نکرده‌اید

• تیم مدیریتی خوبی ندارید

• از رقبا درک درستی ندارید

• رقبای قدرتمندی هستند که تا الان سرمایه‌گذار جذب کرده‌اند

• برنامه‌ریزی‌های مالی شما غیرواقعی است

• محصولات و خدمات شما متقاعدکننده نیست

• برنامه‌ای به صرفه برای جذب بازار و مشتری ندارید

• نمونه اولیه خوبی از محصول‌تان ندارید.

به یاد داشته باشید شما یک طرح تجاری طولانی برای شرکت‌تان نمی‌خواهید. کارهای بسیاری مهم‌تری است که برای ساخت کسب و کار موفق می‌توانید انجام دهید.

منبع: allbusiness







### راهکارهای غلبه بر چالش‌های شغلی

مترجم: مریم امیری خواه

زندگی بدون چالش‌های جدید کسل‌کننده و ملال‌آور می‌شود. هر مشکل و چالش جدیدی که در راه زندگی با آن روبه‌رو می‌شوید، تجربه‌تان را بیشتر می‌کند و به رشد و بالندگی‌تان کمک می‌کند. هر چقدر هم که منظم یا آماده باشید، همواره مواععی وجود دارد که سسد راه‌تان شود، شما را وادار کند که از ناحیه امن خود خارج شوید و تدبیری برای حل این مشکلات بیندیشید. نخستین کاری که در مواجهه با یک چالش باید انجام دهید، این است که دست از کار بردارید، نفس عمیق بکشید و قبل از دست زدن به هر اقدامی خوب فکر کنید. در این مقاله با راهکارهای دیگری برای غلبه بر چالش‌های شغلی آشنا می‌شوید.

#### ۱-مشکل واقعی را تعریف کنید

نخستین کاری که باید انجام دهید، این است که مشکل واقعی را تعیین کنید. تعریف مشکل را با پرسیدن سؤالات مرتبط شروع کنید تا بتوانید مشکل را ریشه‌یابی کنید. سپس مشکل را فرموله کنید و آن را به همکاران توضیح دهید و مطمئن شوید که او نیز مشکل را به خوبی درک کرده است. صحبت کردن درباره مشکل کمک می‌کند که درک بهتری از آن پیدا کنید. درک مشکل نخستین گام برای حل آن است.

#### ۲-مشکل را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم کنید

سر و کله زدن با یک مشکل بزرگ دشوار است، اما اگر آن را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم کنید، به‌راحتی می‌توانید این مشکلات کوچک‌تر را یک به یک از پیش پا بردارید. معمولاً مشکلات کوچک‌تری در دل مشکلات بزرگ‌تر وجود دارد، بنابراین سعی کنید این موانع کوچک‌تر را تشخیص دهید و راه‌حل‌هایی را برای غلبه بر آنها پیدا کنید. خواهید دید همان طور که یک به یک بر این مشکلات کوچک غلبه می‌کنید، اعتماد به نفس‌تان بیشتر می‌شود و با قدرت بیشتری بر موانع بزرگ پیروز می‌شوید.

#### ۳-از دیگران کمک بگیرید

زمانی که به مشکل برخورداید و نمی‌توانید راه را از چاه تشخیص دهید، کمک گرفتن از دیگران هیچ اشکالی ندارد. می‌توانید از همکاران که همیشه با هم کار می‌کنید یا سرپرستان بخواهید که به شما کمک کند. اگر نمی‌خواهید دست کمک به سوی دیگران دراز کنید یا کارآفرینی هستید که به تنهایی کار می‌کنید، مشکل‌تان را با دوست مورد اعتمادی در میان بگذارید که چالش مشابهی را تجربه کرده است. به این ترتیب متوجه می‌شوید که در مقابل مشکلات تنها نیستید و اطرافیان‌تان نیز قبلاً چنین چالش‌هایی را تجربه کرده‌اند.

#### ۴-هر چالش تجربه‌تان را بیشتر می‌کند

زندگی بدون چالش‌های جدید ملال‌آور می‌شود. هر مشکل و چالش جدید بار تجربه‌تان را سنگین‌تر می‌کند و گامی رو به جلو در مسیر رشد و پیشرفت محسوب می‌شود. اگر می‌خواهید کارهای فوق‌العاده انجام دهید، باید بدانید که در مسیر رسیدن به موفقیت با مشکلات مختلفی روبه‌رو خواهید شد.

### مدرسه مدیریت

### حفظ اختیار عمل در استفاده از ابزار

مترجم: مهدی کاظمیون

رابرت میل تورپ(Robert Mapplethorpe) یکی از مشهورترین عکاسان قرن بیستم بود که رفتار او در قبال ابزارهایش درس‌هایی برای کارآفرینان امروز به همراه دارد. در سال ۱۹۷۰ میل تورپ از دوستی یک دوربین ۳۶۰ Land اجاره کرد. این دوربین دستگاهی سیاه و سفید و زمخت، اما از نظر فنی ساده بود. وی این دوربین را چون «صداقت بیشتری در خود داشت» به عنوان ابزاری خلاقانه جهت ابزار احساسات خود انتخاب کرد. میل تورپ در ادامه حرفه خود توان خرید ابزارهای بهتری را به دست آورد، اما همچنان از دوربین نه‌چندان پیشرفته خود استفاده می‌کرد. این کار به روشنی برخاسته از خلاقیت وی بود، اما کارآفرینان علاقه‌مند به نوآوری نیز می‌توانند نکاتی از این رویه بیاموزند. در اینجا در مورد افرادی صحبت می‌کنم که به دنبال ابزارهای در دسترس با بهرهوری بالا هستند و می‌خواهند بدانند کدام نرم‌افزار یا خدمات برای یافتن مشتریان و طرفداران بیشتر ایده‌آل هستند.

#### خود را به چند ابزار دستچین‌شده محدود کنید

«اگر روزی سپری شود که در آن کاری مربوط به عکاسی انجام ندهم، مانند این است که امری ضروری برای زندگی را نادیده گرفته‌ام و یا یادم رفته است از خواب بیدار شوم.» گرچه میل‌تورپ این امکان را داشته که از دوربین‌های گران‌تر و قدرتمندتر استفاده کند، خود را به عکاسی با دوربین ارزان‌قیمت محدود کرد تا بتواند عکاس بهتری شود. یک نویسنده ممکن است به جای اینکه دائماً در فکر آخرین نرم‌افزار خودانتشاری باشد، از برنامه‌های استفاده کند که با آن آشنایی دارد. یک کارآفرین با یک کسب و کار اینترنتی نوپا می‌تواند به جای اینکه دائماً در فکر ابزارهای پیشرفته اتوماسیون بازاریابی باشد، خود را به یک سرویس دهنده ایمیل محدود سازد. با این کار نویسنده و کارآفرین می‌توانند به جای نگرانی درباره آخرین نرم‌افزار دیجیتال و ویژگی‌های قابل تنظیم آن، به‌روزرسانی‌های، کلمات عبور و مواردی نظیر اینها، بر بهبود محصولات تمرکز کنند.

#### کار را در اولویت قرار دهید

«من وسواس خاصی نسبت به زیبایی دارم. می‌خواهم همه‌چیز بی‌نقص باشد و شب البته هیچ‌چیزی بی‌نقص نیست. این وضعیت بدی است چون آدم هیچ‌وقت راضی نمی‌شود.» میل تورپ از طریق عکاسی صرف و نه پرداخت شهریه کلاس‌های گرانقیمت، آموخت که یک عکس خوب چه ویژگی‌هایی دارد. به‌طور مشابه یک کارآفرین که می‌خواهد وب‌سایتی سودآور راه‌اندازی کند، نیازی ندارد پیش از راه‌اندازی کامل وب‌سایتش، کار با وردپرس را به‌طور دقیق بیاموزد. او به جای این کار می‌تواند بر روی حل مسئله جذب مشتری به صفحات یک وب‌سایت تازه‌کار تمرکز کند. در نهایت پاسخ به این سؤال است که به کارآفرین می‌آموزد محتوای خوب برای یک وب‌سایت چگونه تهیه می‌شود. کارآفرینان ضمن انجام این کار، مهارت‌های ثانویه مانند وردپرس، طراحی و دیگر موارد را نیز می‌آموزند.

#### برای خود حد و مرز تعیین کنید

«در عکاسی شما هدفگیری می‌کنید؛ مقدار زیادی انرژی صرف لحظات کوتاه می‌شود و سپس به سراغ سوژه بعدی می‌روید.» فیود منجر به خلاقیت می‌شوند. میل تورپ در بسیاری نمایشگاه‌هایش به جای وسواس به خرج دادن در مورد رنگ‌ها، خود را مقید به استفاده از عکس‌های سیاه و سفید کرده بود. فرض کنید نگران این هستید که پول زیادی برای راه‌اندازی کسب و کار رویایی خود نیاز دارید، اما توان مالی سرمایه‌گذاری بر روی مواردی چون تبلیغ محصول یا خدمات خود در گوگل یا فیس‌بوک را ندارید. حال می‌توانید ساعت ۴:۳۳ صبح بیدار بمانید و نگران نداشتن‌های‌تان باشید، یا می‌توانید برای سرمایه خود حد و مرز تعیین کنید و آن را بر روی یک منبع جذب بازدید ارزان سرمایه‌گذاری کنید. برای مثال می‌توانید تحقیق کنید که چگونه می‌توانید وب‌سایت خود را بهینه سازید و به صورت خودکار رتبه مناسبی در گوگل به دست آورید تا بازدید رایگان و تأثیرگذاری از وب‌سایت شما صورت گیرد.

#### روند کاری را نسبت به ابزار در اولویت قرار دهید

من نیز به اندازه دیگر افراد عاشق ابزار هستم، اما گاهی اوقات ابزار بر سر راه سازنده قرار می‌گیرد. ابزاری که ما استفاده می‌کنیم از جنبه‌های گوناگونی دچار مشکل هستند. آنها ما را وسوسه می‌کنند بر روی لینک‌ها کلیک کنیم، کلیدهای مختلفی را فشار دهیم، گزینه‌های متفاوتی را انتخاب کنیم، میان صفحات جابه‌جا شویم و آنها را بالا و پایین کنیم. این ابزار تشنه توجه، همواره ما را به سمت خود می‌کشاند و میان ما و کارمان فاصله می‌اندازند. راه حل این است که مطلع باشید چه ابزاری در دسترس و چه زمانی به یک نرم‌افزار، محصول یا خدماتی خاص برای حل یک مسئله نیاز دارید. در نهایت کسب وکار شما باید نسبت به هر ابزاری در اولویت باشد. منبع: **forbes**

# فرصت امروز

### روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| دوشنبه | ۲۳ مهر ۱۳۹۷ | شماره | ۱۱۸۰ | صفحه | ۱۶ |

**صاحب امتیاز:** موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

**مدیر مسئول و سردبیر:** محمدرضا قدیمی

**چاپ:** هنر سرزمین سبز

**آدرس:** میرزای شیرازی –نیش کوچه چهارم – پلاک ۶۸ – واحد ۴

**دفتر مرکزی:** ۸۸۸۹۵۳۴۲ – ۸۸۸۹۵۳۴۱

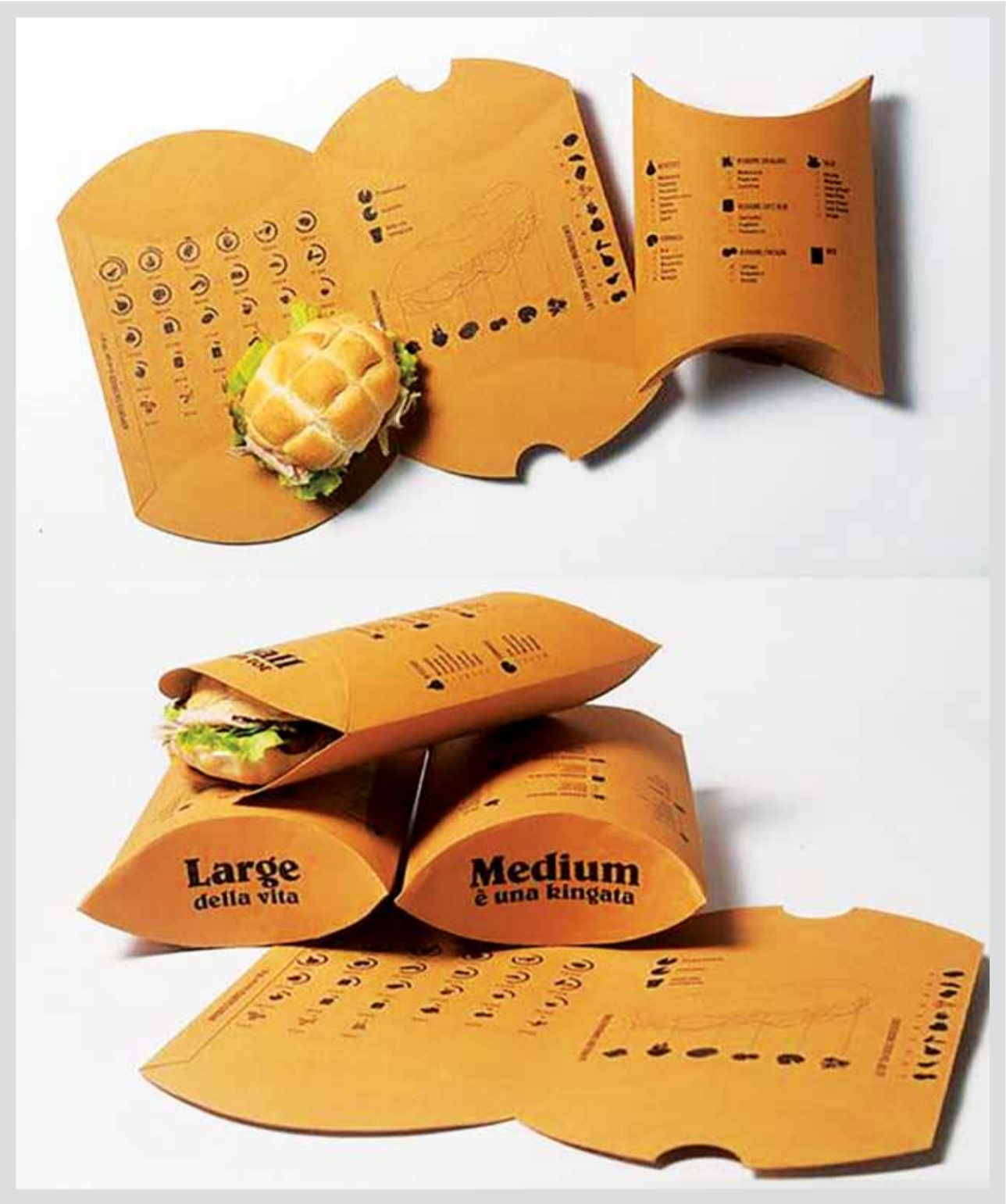
**روابط عمومی:** ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۳۹۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

**آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:** WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR      INFO@FORSATNET.IR

### تبلیغات خلاق



### مسیر موفقیت

## چگونگی میخکوب کردن مخاطبان در ۶۰ ثانیه نخست

را بشناسند، چه اولین باری باشد که شما را می‌بینند،

می‌خواهند که شما آنها را به هیجان بیاورید. تفاوتی ندارد که برای هیأت مدیره سخنرانی می‌کنید یا در یکی از شلوغ‌ترین سخنرانی‌های تد برنامه دارید، در هر حال شنوندگان منتظرند که احساسات‌شان را به غلیان دریاورید. مخاطبین‌تان از شما انتظار دارند که آنها را با جریان سیال سخنان‌تان به جایی ببرید که کاملاً برای‌شان جدید باشد.

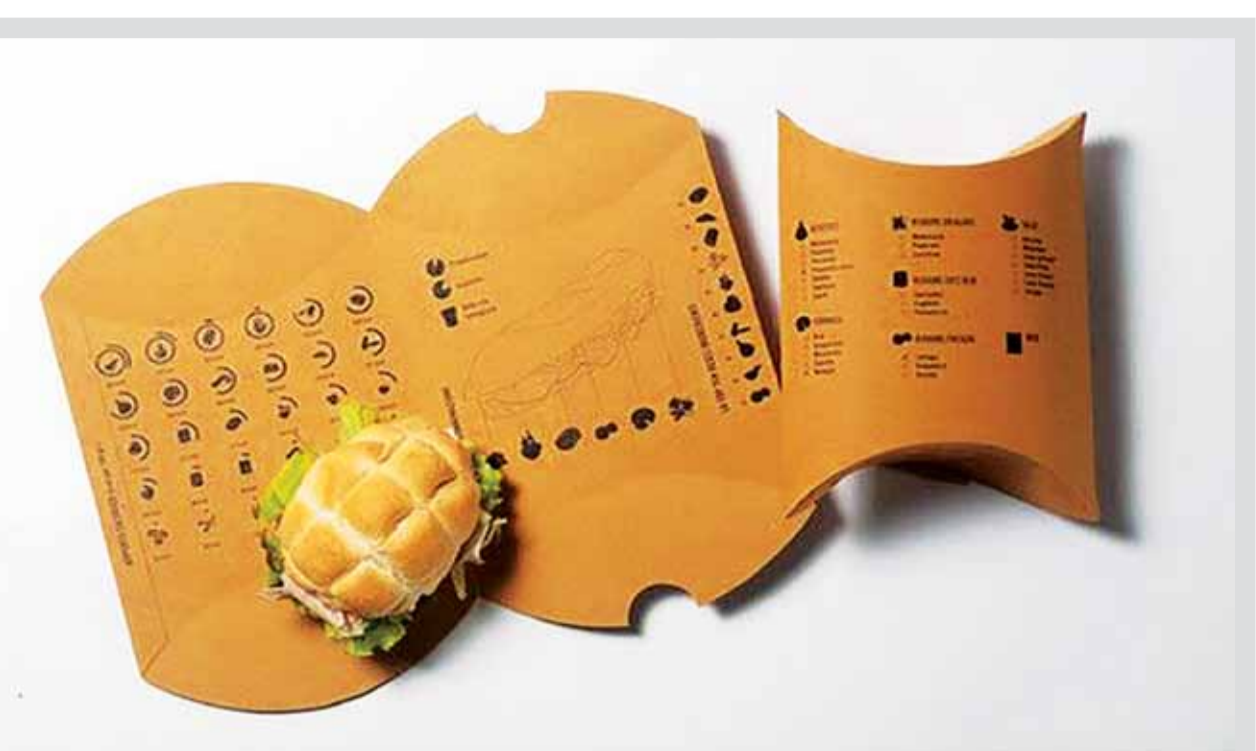
واقعاً فکر می‌کنید آنها در این سفر شما را همراهی خواهند کرد، اگر نهایت هیجانی که می‌توانید در آنها تزریق کنید، این باشد: «بسیار خب، خیلی ممنون که تشریف آوردید. من عادت به سخنرانی در جمع ندارم، اما دوستان اصرار کردند تا چند جمله‌ای را در آخر بگویم. می‌خواستم بگویم که. . .»

مطمئن باشید که با چنین مقدمه پیش‌یافتاده‌ای از همان ابتدا همه شروع به خمیازه کشیدن خواهند کرد. همان‌طور که می‌بینید، نوع مقدمه و موخره نیست که مهم‌است. این موضوع بسیاری از سخنرانان را سردرگم می‌کند. نکته حیاتی، صرف نظر از نوع آغاز و پایان‌تان نیروبی است که با آن با شنوندگان‌تان ارتباط برقرار می‌کنید. اجازه دهید بیشتر درباره این نیروی ارتباطی صحبت کنیم.

#### جلب توجه مخاطبین

مقدمه سخنرانی یک هدف دارد: شنوندگان را متقاعد کنید تا ارزشمندترین و نایاب‌ترین دارایی خود، یعنی وقت و توجه‌شان، را برای دقایق متمادی در اختیارتان بگذارند. مقدمه سخنرانی قرار نیست که صلح جهانی را به ارمغان بیاورد یا مانند نمایشنامه‌های شکسپیر پرطمطراق باشد. مقدمه سخنرانی باید به گونه‌ای باشد که شنوندگان را مجاب کند که این سخنرانی ارزش گوش دادن و وقت گذاشتن را دارد.

برای شروع سخنرانی گزینه‌های متعددی، مانند بازگو کردن نقل قول، مطرح کردن یک سؤال عمیق یا ارائه یک پیشنهاد پیش رو دارید. شروع جذابی که هیچ‌گاه شکست نمی‌خورد، این است: «می‌خواهم یک داستان برای‌تان تعریف کنم.» واقعاً چه کسی دوست ندارد که به یک داستان هیجان‌انگیز گوش بدهد؟ در واقع تقریباً تمام مقدمه‌ها باید به‌طور ضمنی یا به صراحت در قالب یک داستان بیان شود، چون هر سخنران ماهری حداقل یک



داستان در چنته خود دارد.

استیو جابز سخنرانی خود را در جشن فارغ‌التحصیلی استنفورد در سال ۲۰۰۵ اینگونه شروع کرد:

«استش را بخواهید، من هیچ‌وقت از دانشگاه فارغ‌التحصیل نشدم و این مراسم نزدیک‌ترین مواجهه من با فارغ‌التحصیلی است. امروز می‌خواهم سه داستان را از زندگی خودم برای‌تان تعریف کنم. فقط همین، هیچ موضوع مهمی را نمی‌خواهم بگویم، فقط سه داستان. داستان اول از این قرار است. . .»

همین شروع داستانونه کافی است تا مخاطبان سراپا گوش شوند. چون جایز را می‌شناسیم و فهمیده‌ایم که قرار است سه داستان را برای‌مان تعریف کند، اگر داستان جذابی نشویم، حس می‌کنیم که به ما خیانت شده است. دوست داریم سه داستان را از زبان جابز افسانه‌ای بشنویم. جایز به همین سادگی توجه ما را به دست آورده و چند دقیقه از زمان بارزش‌مان را مال خود کرده است.

#### بهترین نوع مقدمه

سؤال اغلب مشتربانی که برای سفارش سخنرانی به متخصصین مراجعه می‌کنند، این است که چطور باید سخنرانی‌شان را شروع کنند؟

نوشتن سخنرانی یک هنر است، نه یک علم. تنها جواب درست به این سؤال که «چه چیزی باید انتخاب کنم؟» این است «هر چیزی که جواب بدهد.»

بنابراین باید تمرین کنید، تجربه کسب کنید و خودتان ببینید که چه مقدمه‌ای برای سخنرانی‌تان و انتقال پیام‌تان مناسب است. شاید مقدمه مناسب شما متن یک ترانه یا یک شعر باشد. ممکن است آمار تکان‌دهنده‌ای که از یک مقاله سفید جدید استخراج کرده‌اید، توجه مخاطبین‌تان را جلب کند. مقدمه‌های انتخابی خود را روی دوستان‌تان امتحان کنید و مؤثرترین آنها را انتخاب کنید.

اگر شنوندگان‌تان بعد از شروع توفانی شما آماده شنیدن بقیه سخنرانی بودند، می‌توانید مطمئن شوید که توجه‌شان را جلب کرده‌اید و آنها به این نتیجه رسیده‌اند که این سخنرانی ارزش گوش دادن را دارد. با این توصیف رمز یک شروع میخکوب‌کننده این است: مقدمه سخنرانی‌تان را به گونه‌ای تدوین کنید که ارزش وقت گذاشتن و توجه کردن را داشته باشد. بعد از آن همه چیز در اختیار شما قرار می‌گیرد.

منبع: **incarabia**