

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

گزیده آمارهای اقتصادی خردادماه امسال
از سوی بانک مرکزی منتشر شد
رشد ۴,۹ درصدی نقدینگی
در بهار

بنا به اعلام بانک مرکزی، نقدینگی در پایان خردادماه امسال، به بیش از یک هزار و ۳۱۴ هزار میلیارد تومان رسیده است که نسبت به اسفندماه ...



یادداشت

توسعه ایران و دولت دوازدهم



ما همیشه توسعه کشور را به عقب می‌اندازیم، چون معتقدیم که توسعه، مسئلهای بلندمدت است و مسائل و مشکلات فعلی ما چون کوتاهمدت است، بنابراین در اولویت هستند. عوامل دیگری هم وجود دارند که مانع توسعه کشور شده‌اند ولی فعلا بحث ما این نیست. بحث فعلی این است که ما ایستاده‌ایم و وظیفه و تعهد دولت دوازدهم در قبال توسعه کشور چیست؟ قبلا هم در مباحث دیگری به تعریف قابل قبول از توسعه و پیشرفت کشور پرداخته بودم...

یادداشت

یک برنامه وفاداری ساده و متفاوت!



یکی از مجموعه‌های زنجیره‌ای معتبر در کشور انگلستان، Waitrose است؛ زنجیره‌ای که با بیش از ۱۰۰ سال...

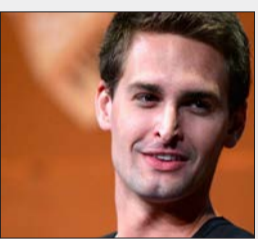
«فرصت امروز» راهکارهای دستیابی به دیپلماسی اقتصادی کارآمد برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی را بررسی می‌کند

دیپلماسی اقتصادی گلوگاه توسعه

مفهوم دیپلماسی اقتصادی، سیاسی و دیپلماسی تجاری دارای حوزه‌های مشترک مفهومی زیادی است و بر وجود و تعامل دو نهاد بازار و دولت با یکدیگر با هدف تامین نیازهای مشخص و رفاه اجتماعی در چارچوب ایجاد قدرت خرید و بازار تاکید دارد. تنظیم و پیشبرد سیاست‌های مرتبط با تولید، انتقال و ...

حذف و اضافه مقررات خودرویی

مدیریت و کسب‌وکار



- لزوم گسترش کسب‌وکارهای الکترونیکی در کشور
- تلفیق آموزش‌های نوین با فناوری‌های سه‌بعدی
- روی موارد کاملا ضروری تمرکز کنید
- هنگامی که بحث گره می‌خورد
- اندازه‌گیری میزان اثربخشی تیم فروش
- باید‌ها و نبایدهای شعار تبلیغاتی

رقابت فیس‌بوک و اسنپ داغ تر می‌شود



اتاق تهران در حمایت از وزرای پیشنهادی صنعت و اقتصاد بیانیه داد

۲۴ خواسته بخش خصوصی

کرباسیان، وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی:

نگاه منفی به صادرات برچیده شود

افزود: نگاه به اصناف نگاه تولیدکننده و محور آن نیز تولید داخل است و باید تولید داخل ارزش باشد و کیفیت در تولیدات داخل مورد توجه قرار گیرد. رؤسای اتاق‌های اصناف مراکز استان‌ها در این نشست با اشاره به قانون مالیات بر ارزش افزوده به‌عنوان دغدغه اصلی اصناف از وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی خواستند تا توجه به رکود بازار در این مورد اقدامات لازم انجام شود. کرباسیان در پاسخ به این درخواست گفت: مالیات بر ارزش افزوده قانونی در مجلس است و تلاش شده برای شفاف‌سازی و سرعت بخشی اقداماتی انجام شود و ما نیز همه تلاش خود را در این زمینه انجام می‌دهیم. وی درباره درخواست اصناف برای بهبود فضای کسب‌وکار گفت: این موضوع همواره در دستور کار دولت یازدهم و دوازدهم بوده و از اعضای اتاق اصناف می‌خواهیم که دیدگاه‌های خود را در اختیار ما قرار دهند. وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی دولت دوازدهم در ادامه به تشکیل شورای گفت‌وگو اشاره کرد و گفت: همواره بین بخش تولید و اصناف تعارض وجود داشته است که برای حل این مساله و به حداقل رساندن این آسیب‌ها، باید شورای گفت‌وگو تشکیل شود. کرباسیان درباره مشکل نقدینگی اصناف نیز گفت: بانک مرکزی به دنبال حبس پول نیست، بلکه با محدودیت‌هایی رویه رو است و نباید انتظار داشته باشیم که ایجاد سرمایه‌گذاری کند، با این حال، قانون اصلاح نظام بانکی را به مجلس ارائه می‌کنیم. وی با بیان اینکه با معرفی شریعتمداری به‌عنوان وزیر صنعت، معدن و تجارت همدلی و هماهنگی بین دو وزارتخانه ایجاد خواهد شد، گفت: باید این موضوع را به فال نیک بگیریم و ثمره آن به کارآفرینان می‌رسد. کرباسیان در پایان از اقدامات علی‌طبیعتا قدرانی کرد.

در قالب پنجره واحد گمرکی سیستمی کرده‌ایم. وی بیان داشت: دولت در برخی زمینه‌ها و در استفاده از یک سری اظهارنظرها محدودیت دارد، اما باید سعی کنیم دانش فکری‌مان را نسبت به حل مسائل افزایش دهیم، به همین دلیل شورای مشورتی با حضور بخش خصوصی شکل خواهد گرفت. کرباسیان با تأکید بر اینکه برای بهبود گردش مالی بنگاه‌ها باید بازار سرمایه بیش از بانک‌ها فعال شود، ادامه داد: در خصوص مسائل بانکی، وزارت اقتصاد در کنار بانک مرکزی خواهد بود، اما این بانک مرکزی است که ناظر بر سیستم بانکی کشور است. وی گفت: لایحه اصلاح نظام بانکی مورد طلب مجلس است و پیگیری این موضوع را در دستور کار قرار خواهیم داد. گزینه پیشنهادی وزارت امور اقتصادی و دارایی با انتقاد از اجرایی نشدن کامل خصوصی‌سازی در کشور اظهار داشت: فقط یک محور این قضیه بحث واگذاری بوده که آن هم در قالب رد دیون دیده شده است. وی همچنین با اشاره به قانون رفع موانع تولید و بهبود مستمر فضای کسب‌وکار، تصریح کرد: مجلس شورای اسلامی زحمت زیادی برای این قانون متقبل شده، اما آیین‌نامه‌های آن باید از سوی دولت تصویب می‌شد و به همین دلیل به این آیین‌نامه‌ها نقد جدی داریم.

تولید داخل افتخار کشور است و باید اصناف به آن توجه کنند

گزینه پیشنهادی وزارت امور اقتصادی و دارایی، تولید داخل را افتخار کشور دانست و افزود: اصناف به‌عنوان رابط بین دولت و ملت باید به آن توجه ویژه داشته باشند. مسعود کرباسیان روز یکشنبه در نشست هم‌اندیشی وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی با رؤسای اتاق‌های اصناف مراکز استان‌ها

شریعتمداری، وزیر پیشنهادی صنعت، معدن و تجارت:

مقررات دست‌وپاگیر، سرمایه‌گذاری خارجی را تحت تأثیر قرار داده است

گزینه پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت دولت دوازدهم می‌گوید: مقررات دست و پاگیر، معطلی‌ها و نامشخص بودن برخی ریسک‌های احتمالی سیاسی، بلایای طبیعی و نامطلوب بودن ضمانتنامه‌های صادره، سرمایه‌گذاری خارجی را در کشور تحت تأثیر قرار داده است. محمد شریعتمداری روز یکشنبه در بیست‌ونهمین نشست هیأت نمایندگان اتاق تهران، با حضور گزینه‌های پیشنهادی وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی و صنعت، معدن و تجارت در محل این اتاق افزود: از سیستم بانکی توقع و انتظاری بیشتری داریم و امیدواریم با هماهنگی وزارت امور اقتصادی و دارایی و بانک مرکزی این رویه اصلاح شود. وی مشکل ترازنامه‌ای و نبود کفایت سرمایه را از جمله مشکلات نظام بانکی برشمرد و افزود: باید در جهت رفع آنها گام‌های عملی برداشته شود. شریعتمداری افزود: به نمایندگان بخش خصوصی اعتقاد راسخ داریم و تلاش می‌کنیم تا اتاق‌ها با کمترین مداخله دولت و بیشترین حضور بخش خصوصی اداره شود. وزیر پیشنهادی صنعت، معدن و تجارت دولت دوازدهم مهم‌ترین مشکل بخش صنعت را مسائل برون‌زایی و تعداد زیاد قوانین و مقررات عنوان کرد. به گفته شریعتمداری، سه کتابچه از پیشنهادات اصلاحی اتاق‌های بازرگانی درباره اصلاح قوانین و مقررات به دست ما رسیده است که فقط باید به اندازه دو دولت زمان صرف اصلاح آنها شود. گزینه پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: به واگذاری مسائل اجرایی از دولت به خارج از دولت اعتقاد دارم و از جمله در زمان تصدیگری وزارت بازرگانی ۶,۴ میلیارد دلار واردات مستقیم دولت را با مشارکت مردم به ۵۰۰ میلیون دلار کاهش دادیم. وی تصریح کرد: اگر به دنبال واگذاری تصدی‌گری‌های دولتی هستیم، باید واگذاری‌ها واقعی باشد و به بخش خصوصی واقعی محول شود. شریعتمداری بر لزوم استفاده از توانایی‌های اتاق‌های بازرگانی و نمایندگان بخش خصوصی از جمله اتاق اصناف با بیش از ۲,۵ میلیون واحد صنفی ثبت شده تأکید کرد و افزود: اگر این مجموعه‌ها اراده کنند، از تولید ملی حمایت می‌شود. وی افزود: باید شرایطی فراهم شود تا دولت و اتاق‌های بازرگانی استانی و شهرستانی تقسیم کار روشنی داشته و حتی از سوی دولت مأموریت‌هایی را بر عهده بگیرند.

مخالفت شریعتمداری با تفکیک وزارتخانه‌ها

وزیر پیشنهادی صنعت، معدن و تجارت درباره ادغام و تفکیک وزارتخانه‌ها گفت: اگر قرار باشد دولت بنگاهداری کند باید چندین و چند وزارتخانه داشته باشد در این صورت باید وزارت صنایع و معادن و بازرگانی را احیا کرد، درحالی‌که این هدف نیست بلکه می‌خواهیم امور دولتی را به بخش خصوصی واقعی واگذار کنیم نه اینکه بنگاه‌ها را از وزارت صنعت بگیریم و به وزارت دفاع یا وزارت رفاه بدهیم.

برنامه ششم در صورت نیاز به تغییر بررسی می‌شود

همچنین محمد شریعتمداری روز یکشنبه در نشست هم‌اندیشی وزیر پیشنهادی صنعت، معدن و تجارت با رؤسای اتاق‌های اصناف سراسر کشور گفت: اصناف می‌توانند همچون کشورهای دیگر برندهای معروف را برای تولید وارد کشور کنند و دست به کارآفرینی بزنند. شریعتمداری گفت: اصناف باید بدانند که مسیر باز است و می‌توانند با ارائه برنامه‌های عملیاتی هر آنچه را که توانایی انجام دارند از دولت طلب کنند و دولت دوازدهم نیز از آنها حمایت می‌کند. وی افزود: ۸۵ هزار واحد تولیدی در کشور فعالیت می‌کنند که از میان آنها ۸۰ هزار واحد، کوچک و متوسط به‌شمار می‌روند که در بخش تولید فعالیت می‌کنند و در بحث اشتغال بسیار اهمیت دارند. معاون اجرایی رئیس جمهوری موضوع تولید را دغدغه دولت اعلام کرد و گفت: بیشترین جایگاه تولید ملی در صنایع کوچک و متوسط است که همواره دغدغه دولت بوده است و اصناف نیز باید محور آن حرکت کنند. وی افزود: تولید جزو ضروریات اصناف است، بنابراین باید برنامه مدونی در این زمینه داشته باشند.

۸۸۹۳۶۶۵۱

سازمان آگهی‌ها

توسعه ایران و دولت دوازدهم

مر تفضی ایمانی‌راد

اقتصاددان و رئیس موسسه مطالعات اقتصادی بامداد

ما همیشه توسعه کشور را به عقب می‌اندازیم، چون معتقدیم که توسعه، مسئله‌ای بلندمدت است و مسائل و مشکلات فعلی ما چون کوتاه‌مدت است، بنابراین در اولویت هستند. عوامل دیگری هم وجود دارند که مانع توسعه کشور شده‌اند ولی فعلا بحث ما این نیست. بحث فعلی این است که ما از دیدگاه درست توسعه، در کجا ایستاده‌ایم و وظیفه و تعهد دولت دوازدهم در قبال توسعه کشور چیست؟ قبلا هم در مباحث دیگری به تعریف قابل قبول از توسعه و پیشرفت کشور پرداخته بودم.

خلاصه این بحث‌ها این است که توسعه یک کشور:

اول، منوط است به توسعه دانش

دوم، منظور از دانش، دانش، دانش ضمنی tacit knowledge است.

سوم، تبلور دانش ضمنی در تولید است، بنابراین وزارتخانه کلیدی در کشور وزارت علوم نیست، بلکه وزارت صمت است.

چهارم، این تولیدات موقعی نشاانگر توسعه‌اند که در درجه اول متنوع باشند و در درجه دوم قابلیت رقابت جهانی داشته باشند.

پنجم، این تولیدات موقعی قابلیت رقابت بین‌المللی دارند که تراکم دانش ضمنی در آنها حاصل یک شبکه گسترده علمی-تخصصی در داخل کشور باشد.

وقتی خودمان را به ارزش‌های حاصله از صادرات نفت و تولید خودرو و فولاد و صنایع اساسی دلخوش نکنیم، آن وقت متوجه خواهیم شد که از قافله توسعه به‌شدت عقب افتاده‌ایم.

براساس محاسبات همکاری مشترک دانشگاه هاروارد و ام‌آی‌تی، که توسعه را براساس گسترش دانش ضمنی تولید و قابلیت رقابت بین‌المللی تعریف کرده‌اند، ایران در سال ۲۰۱۲ از میان ۱۲۴ کشور مورد مطالعه رتبه ۱۱۰ را کسب کرده است و در سال ۲۰۱۵، با استقرار عقلانیت نسبی در اقتصاد کشور از میان همان ۱۲۴ کشور مورد مطالعه رتبه ۹۵ را به دست آورده است. به‌رغم اینکه در دولت یازدهم رتبه توسعه کشور ۱۵ واحد بهبود پیدا کرده ولی کماتر رتبه ایران در میان کشورهای توسعه‌یافته طبقه‌بندی شده است.

متأسفانه رتبه ایران بین ۱۶ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا ۱۵ است که نشان می‌دهد از نظر این شاخص در منطقه هم جایگاه خوبی نداریم. این شاخص به‌نظرم یکی از معتبرترین شاخص‌های بین‌المللی برای سنجش پیشرفت یک کشور است. نام این شاخص، شاخص هم‌تابنگی اقتصادی Economic Complexity Index است و قدمت زمان زیادی است که توسط دانشگاه هاروارد و ام‌آی‌تی به‌طور مشترک محاسبه و منتشر می‌شود. مهم‌ترین یافته این مطالعه این است که کشورهایی که دارای رتبه بالایی در هم‌تابنگی اقتصادی هستند، در نرخ‌های رشد آتی اقتصاد جهانی سهم بالایی را به خود اختصاص می‌دهند.

از این‌رو براساس این شاخص هندوستان، اندونزی، پاکستان، ترکیه، فیلیپین و ویتنام، براساس رتبه‌های بالای هم‌تابنگی اقتصادی، در سال‌های آتی از نرخ‌های رشد بالاتری در آسیا برخوردارند. در میان کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا، اردن دارای بالاترین پتانسیل رشد اقتصادی است. براساس این مطالعه و اطلاعات بسیار گسترده آن، لازم است همان‌طور که تغییر مثبت و بهبود نسبی در توسعه مبانی علمی تولید در کشور در دولت یازدهم برداشته شده است، دولت دوازدهم هم با استناد به این شاخص ارزشمند بین‌المللی (که در یک محیط آکادمیک و غیرسیاسی محاسبه می‌شود) تمام هم‌خود در مصروف عملیاتی کردن این شاخص برای سنجش پیشرفت کشور کند.

در این صورت، دولت دوازدهم بهتر است کمتر به نرخ رشد تکیه کند و بیشتر شاخص موفقیتش را در کیفیت علمی (تراکم دانش ضمنی در تولید) و قابلیت رقابت بین‌المللی آن جست‌وجو کند. در این صورت، ممکن است شاخص‌های عملکردی اقتصادی (همانند نرخ رشد اقتصادی و تولید سرانه) در دولت دوازدهم خیلی رضایت‌بخش نباشد، ولی پایه‌های یک تولید توسعه‌ای و یک جامعه قدرتمند در سطح بین‌المللی بی‌ریزی خواهد شد.

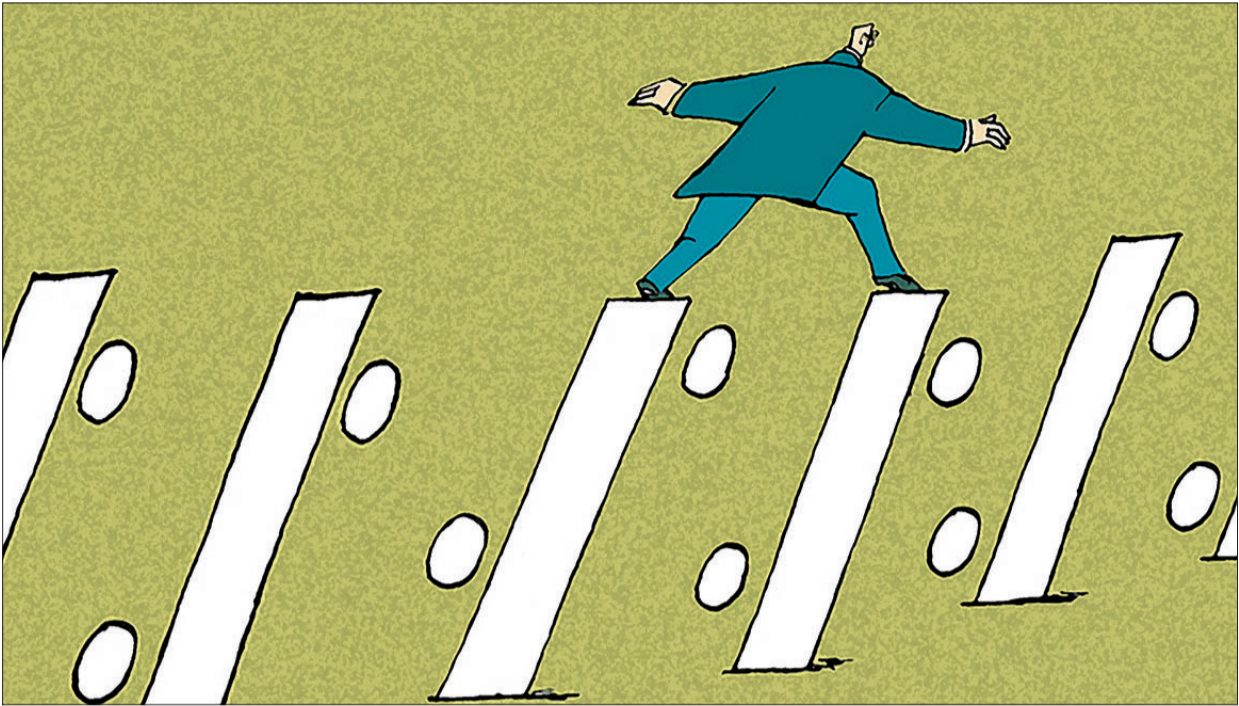
معاون رئیس‌جمهور اعلام کرد

دولت از تفکیک وزارتخانه‌ها منصرف نشده است

در حالی برخی مقامات مسئول اعلام کرده‌اند که به‌ظاهر دولت از تفکیک وزارتخانه‌ها منصرف شده که در این رابطه رئیس سازمان اداری و استخدامی عنوان می‌کند که دولت تصمیمی در این‌باره نگرفته و منصرف نشده است. به گزارش ایسنا، چندی پیش بود که دولت لایحه تفکیک سه وزارتخانه و یک سازمان را به مجلس تقدیم کرد. اما بعد از چندی بحث و بررسی در کمیسیون‌های مربوطه در مجلس به‌ویژه کمیسیون اجتماعی و انتظاماتی که برای به نتیجه رسیدن این موضوع وجود داشت، رئیس اتاق تهران در اظهارات خود اعلام کرده که با وجود پیگیری‌های انجام شده دولت از این کار منصرف شده است. این در حالی است که پیگیری موضوع از انصاری، معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان اداری و استخدامی با این توضیح همراه شد که دولت تصمیمی در این رابطه نگرفته و لایحه‌ای را از مجلس پس نگرفته؛ به عبارتی دولت از این موضوع منصرف نشده است.

«فرصت امروز» راهکارهای دستیابی به دیپلماسی اقتصادی کارآ و کارآمد برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی را بررسی می‌کند

دیپلماسی اقتصادی، گلوگاه توسعه



آورد.»

دکتر ابوالقاسم جمشیدی
کارشناس اقتصادی

موانع موجود در مسیر کارآمدی برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشور

ساختار اقتصادی ایران به‌رغم برخورداری از شرایط بالقوه، فاقد پویایی، تحرک و انعطاف‌پذیری لازم با هدف پیوند سنجدیه و کارآمد با اقتصادهای جهانی و منطقه‌ای و جذب سرمایه‌گذار خارجی است. این امر مستلزم تغییر بینش نخبگان سیاست‌گذار اقتصادی و سیاسی و تصمیم‌گیری در سیاست خارجی و توجه به اهمیت عوامل اقتصادی و حقوقی در عصر حاضر و فراهم کردن اصلاح ساختارهای قانونی، امنیتی و اعتبار اقتصادی ملی در بخش‌های مختلف اقتصاد و تولید است. از جمله موانع:

۱- موانع حقوقی در راه جذب سرمایه‌های خارجی: «هنع امتیاز دادن به خارجی‌ها در اصل ۸۱ قانون اساسی» است.

۲- منع استخدام بیگانگان توسط دولت: اصل ۸۲ قانون اساسی «استخدام کارشناس خارجی از طرف دولت ممنوع است».

۳- محدودیت سازش نسبت به دعاوی با ارجاع آن به داور: اصل ۱۳۹ قانون اساسی، «صلح دعاوی راجع به اموال عمومی و دولتی با ارجاع آن به داور در هر مورد، موقوف به تصویب هیأت وزیران و با اطلاع مجلس شورای اسلامی میسر است».

موانع حاصل از شرایط

اقتصادی

یکی از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی برای سرمایه‌گذاری مستقیم توسط خارجی‌ها، شرایط اقتصادی از تمام جنبه‌های بااهمیت در کشور میزبان است. برطبق جدول آنکسود در رابطه با FDI شرکت‌های بین‌المللی سرمایه‌گذار و صاحب سرمایه فیزیکی و دارای دانش فنی و تکنولوژی و مدیریت به سه گروه تقسیم می‌شوند:

۱- شرکت‌هایی که در جست‌وجوی بازارند.

۲- شرکت‌هایی که در جست‌وجوی منابع و منافع و امتیازند.

۳- شرکت‌هایی که به دنبال بازده و تاثیر هستند.

ایران با توجه به موقعیت ممتاز جغرافیایی و استراتژیکی که دارد، به دلیل مجاورت با آسیای میانه و خلیج فارس و

با داشتن ثروت عظیم نفت، گاز و معادن و جمعیت جوان دارای تحصیلات و رشد بازار و درآمد سرانه قابل خرید با توجه به یارانه‌های مستقیم (آشکار) و غیرمستقیم (پنهان)، یک گزینه بالقوه خوب و دارای مزیت نسبی قابل قبول به شمار می‌رود. لیکن به دلیل ضعف در زیرساخت‌ها و پراکندگی قدرت سیاسی و از نظر ضعف در تکنولوژی و نوآوری‌های نوین و خلاقیت، برای سرمایه‌گذار خارجی در بازار غیرقابل‌تبی، چندان مناسب‌گیری در سیاست ایران بسیار بالا است (به‌عنوان مثال، طبق آمار مأخوذه، هر هزار تن تولید فولاد در ژاپن توسط یک نفر تولید می‌شود. در حالی که همین میزان تولید فولاد در ایران توسط ۱۰ نفر تولید می‌شود). ایران شرکت‌های خارجی که به دنبال بازار یا بازده هستند در گروه یک و سه قرار می‌گیرد. لذا شناسایی جدول (input, output) در اقتصاد

و تمرکز بر اصلاح قوانین و رفع موانع تولید، با حذف موانع کسب‌وکار با رونق بخشی به فعالیت‌های ثروت ساز و سرمایه‌پذیر برای سرمایه‌گذار داخلی و خارجی لازم است.

همچنین توجه و شناسایی و شفافیت‌بخشی به مزیت‌های نسبی امروز کشور ضروری به نظر می‌رسد.

راهکارهای بنیادی دستیابی به دیپلماسی اقتصادی کارآمد و دیپلماسی تجاری کاربردی

الف- راهکارهای حقوقی و قانونی: ۱- اصلاح ممنوعیت قوانین بر مالکیت خارجی بر اموال غیرمنقول در حوزه فعالیت مرتبط.

۲- اصلاح ماده ۱۹ قانون جلب و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در ایران. در رابطه با حل اختلاف میان دولت ایران با سرمایه‌گذاری خارجی درخصوص تعهدات دوسویه است که طرفین را ملزم به مراجعه به دادگاه‌های ایران می‌نماید. در صورت پیوست قوانین و اتخاذ سیاست‌های مناسب برای کسب اطمینان سرمایه‌گذاران برای ورود به بخش‌های زیربنایی جهت سرمایه‌گذاری است. مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهند

ایران به مرکز حل اختلاف مربوط به سرمایه‌گذاری (ICSID) وابسته به بانک جهانی و لغو ماده ۱۹ نگرانی سرمایه‌گذاران خارجی را برطرف خواهد ساخت.

ب- راهکار سیاسی: باید چالش‌های بین ایران و غرب حل و فصل شود و باید از هرگونه تشنج در روابط

خارجی پرهیز شود و در سیاست داخلی مفاهمه داخلی بین مسئولین لازمه تنش‌زدایی و نشان دادن اقتدار سیاسی ایران در دنیا خواهد بود. نقش سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای و توجه به شرکت‌های چند ملیتی و چگونگی تعامل با آنان از اهمیت خاصی برخوردار است.

ج- راهکارهای اقتصادی:

فقدان استراتژی پویا و عملکردی اقتصادی، اتکای بیش از حد اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی و فقدان هماهنگی در اجرای سیاست‌های اقتصادی و اقتصاد مقاومتی، موجب عوارض متعددی شده که بازدارنده جلب سرمایه خارجی و ثبات و امنیت اقتصادی شده است. ضرورت اصلاحات اقتصادی و رفع موانع تولید و رونق بخشیدن به کسب‌وکار ثروت ساز و ایجاد فضای رقابت شروع در بازار از اهم واجبات برای خروج از تنگناهای اقتصاد فعلی به نظر می‌رسد.

همچنین اجرای سیاست‌های پولی مناسب اقتصادی می‌تواند تورم را کنترل و از پول ملی حفاظت کند و سیاست‌های مالی منطقی می‌تواند نظام بخشی مناسب بر ارائه یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم به‌طور شفاف و تدوین قوانین کارآ و فراهم‌سازی امکانات و ابزارهای لازم برای جلوگیری از فرای مالیاتی و قاچاق می‌تواند نقش موثری در جذب سرمایه‌گذاری خارجی داشته باشد.

سخن پایانی

در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، زیرساخت‌های ناکافی به‌ویژه در سطح روستاها و عدم وجود سرمایه‌گذاری لازم و کافی در بخش‌های زیربنایی، رشد اقتصادی را محدود کرده است. رشد اقتصادی بالای ۸ درصد در سال تنها در پرتو یک دیپلماسی اقتصادی کارآمد عملکردی ملهم از اقتصاد مقاومتی محقق می‌شود. این دیپلماسی خود نیازمند اصلاح قوانین و اتخاذ سیاست‌های مناسب برای کسب اطمینان سرمایه‌گذاران برای ورود به بخش‌های زیربنایی جهت سرمایه‌گذاری است. مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهند که این سیاست‌ها باید به‌طور سیستمیک در سه حیطه اقتصادی، سیاسی و حقوقی مدیریت کارآ و تجربه‌اندوز عزت عبور کرد.

صورت پذیرد.

هر چند تمامی ابعاد ذکر شده در فرآیند ایجاد دیپلماسی اقتصادی کارآمد مبتنی بر ساز و کارهای بین‌المللی و در نتیجه جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی موثر هستند، لیکن بعد سیاسی و به‌طور ویژه سیاست خارجی کشورها از اهمیت بیشتری برخوردار است. در مقایسه ابعاد فوق، آشکار است که پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران و ایجاد تنش در روابط ایران و غرب، تحمیل جنگ توسط قدرت‌های بزرگ و حمایت غربی‌ها و عرب‌ها از آن در آغاز انقلاب و مسائلی همچون حقوق بشر و از همه مهم‌تر برنامه هسته‌ای و تحریم‌های متعاقب آن، موجب انزوای سیاسی و اقتصادی ایران در منطقه و جهان شده، به‌گونه‌ای که بعضا در نشست‌های بین‌المللی در رابطه با مسائل منطقه نقش ایران کم‌رنگ یا نادیده انگاشته شده یا از حضور بازمانده است. همین امر عرصه جولان را برای قدرت‌نمایی کشورهای رقیب در منطقه همچون ترکیه، عربستان سعودی و کشورهای کوچک متحد در جنوب حوزه خلیج فارس هموار کرد و تداوم روابط تنش‌زای غرب موجب شده که آمریکا ستیزه‌جویانه با تحمیل تحریم‌های ظالمانه و بازدارنده جلوی رشد و توسعه اقتصاد و همکاری‌های منطقه‌ای را محدود و خنثی کند. از آن جمله مخالفت آمریکا با گذر مسیر خطوط انتقال انرژی آسیای میانه از طریق خاک ایران یا انتقال گاز از طریق خط لوله صلح به هند، فرصت‌های سرمایه‌گذاری مهمی روی مزیت نسبی ایران را از ما گرفته است.

با این حال، با دیپلماسی مماشات و مسالمت‌آمیز و مدیرانه با کشورهای متخاصم از جمله کشورهای عربی که تحت حمایت و هدایت کشورهای باج خواه قرار دارند، می‌توان با رعایت همبستگی تمام گروه‌های سیاست‌ورز داخلی با تکیه بر سرمایه اجتماعی و ملی از تنگناها و جریان‌های سخت‌بر میانی میثاق ملی و نزدیکی ارکان حاکمیت با ملت بر تنگناهای اقتصاد بیمار فائق آمد و به سلامت از این گذر زمان با عزت عبور کرد.

اقتصاد کلان

SMEها، موتور محرکه اقتصاد

صنایع کوچک و متوسط چه جایگاهی در اقتصاد ایران دارند؟

به‌روش‌های مختلفی می‌توان صنایع را تقسیم‌بندی کرد که یکی از آنها، تقسیم‌بندی بر حسب تعداد اشتغال است که صنایع را به سه گروه تقسیم می‌کند: اشتغال‌های کمتر از ۵۰ نفر تحت عنوان صنایع کوچک، از ۵۰ تا ۱۵۰ نفر صنایع متوسط و بالای ۱۵۰ نفر صنایع بزرگ نامیده می‌شوند.

به گزارش پایگاه خبری اتاق ایران، طبق آمار موجود بیش از ۹۰درصد صنایع ایران را صنایع کوچک و متوسط تشکیل می‌دهد. همان‌طور که آمار نشان می‌دهد سهم بسیار بالایی از کشور به این صنایع اختصاص دارد که این موضوع را بسیار حائز اهمیت می‌کند. صنایع کوچک و متوسط دارای ویژگی‌های بسیار زیادی هستند که از آن جمله می‌توان به انعطاف‌پذیری این صنایع در مقابل نوسانات اقتصادی، سلاقی متغیر بازار، تنوع تولید، تغییر محصول تولیدی در حداقل زمان و... نام برد و دلیل این ویژگی‌ها کم بودن تعداد کارکنان، حجم پایین سرمایه‌گذاری، چابک بودن و... است. همچنین این صنایع حد واسط بین صنایع خانگی و صنایع بزرگ هستند که در برخی موارد با برون‌سپاری بخشی از فعالیت‌های خود به‌بنگاه‌های اقتصادی خانگی به‌عنوان پیمانکار فرعی سهم موثری در اقتصاد خانواده و اشتغال دارند.

حمایت از صنایع کوچک و متوسط یعنی حمایت از تولید ملی، در راستای تحقق اهداف اقتصادی ایران. هنگامی که یک صنعت در کشور با سرمایه‌گذاری نسبتا

پایینی شروع به فعالیت می‌کند، یک زنجیره عظیم اقتصادی را در راستای فعالیت خود به حرکت وادار می‌کند. بدین معنی که هر بنگاه اقتصادی برای شروع احتیاج به مکانی برای اجرای طرح دارد. پس خواهان‌خواه برای استقرار دفتر مرکزی و محل کارخانه وارد بازار ملک، زمین و مسکن می‌شود تا محل مناسبی را تهیه کند. پس از آن به‌منظور تجهیز واحدها و دفاتر احتیاج به تهیه ادوات کاری و اداری است که از تولیدات داخلی تامین می‌شود. گام بعدی اجرای نظام استخدام طبق فرآیند از پیش تعریف شده‌ای است که تاثیر مستقیمی بر بحث اشتغال می‌گذارد.

بعد از این مرحله، احتیاج به تامین مواد اولیه مباحث مربوط به حمل‌ونقل کالا از طریق راه‌های زمینی، ریلی، هوایی و دریایی است. سپس عرضه محصول مورد نظر به مشتریان و موضوعاتی پیرامون زنجیره تامین کالا و انبار محصول مطرح می‌شود. مدتی که از زمان فعالیت واحد صنعتی گذشت نیاز به توسعه و رشد دارد پس به بازار آموزشی در جهت افزایش سطح دانش و مهارت کارکنان روی می‌آورد که این آموزش می‌تواند دوره‌های آموزشی کوتاهمدت ضمن خدمت باشد یا آموزش دانشگاهی که در نهایت مدرکی تحت عنوان یک مقطع تحصیلی اعطا می‌شود.

نیاز به تبلیغات در راستای جذب مشتریان بیشتر از دیگر مواردی است که تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد. با توسعه واحد صنعتی، قدرت صادرات محصول تولیدی بیش از پیش احساس می‌شود و این قابلیت به وجود می‌آید که محصول از شهری به شهر دیگر، از استانی به استان دیگر یا حتی به کشورهای دیگر صادر شود. طبق آمار موجود در کشور حدود ۸۸ هزار واحد صنایع کوچک و متوسط در کشور موجود است که با حمایت این صنایع به‌عنوان سرپنجه‌های تولید می‌توان سهم موثر، مستقیم و غیرمستقیمی بر تولید داخلی، اشتغال و اقتصاد ایران گذاشت.

مرکز پژوهش‌های مجلس گزارش داد

رونق تجاری‌سازی از طریق نظام مالیاتی اختراع

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی چگونگی تجاری‌سازی از طریق نظام مالیاتی اختراع را بررسی کرد. به گزارش «فرصت امروز»، مرکز پژوهش‌های مجلس با بیان اینکه در سال‌های اخیر دانش و فناوری به‌عنوان مهم‌ترین فاکتورهای رشد و توسعه اقتصادی مطرح شده است، افزود: در همین راستا دولت‌ها با توجه به قابلیت‌ها و امکانات خود، ابزارهای مختلفی برای حمایت از توسعه دانش و فناوری ارائه کرده‌اند و به موازات آن، تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات نیز اهمیت بیشتری یافته است. از این‌رو، ابزارهای حمایت از تجاری‌سازی نیز مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گرفته است. یکی از این ابزارها، مشوق‌های مالیاتی برای درآمدهای حاصل از اختراعات است. این مشوق‌ها به شکل کاهش یا معافیت مالیاتی برای درآمد حاصل از اختراعات ارائه می‌شوند.

در این گزارش آمده است: در ایران موضوع معافیت‌های مالیاتی اختراعات و اکتشافات در ماده (۱۴۴) قانون مالیات‌های مستقیم مطرح شده که به موجب آن، درآمد حاصل از اختراعات ثبت شده به مدت ۱۰ سال از پرداخت مالیات معاف است. عدم شفافیت در دامنه شمول قانون یعنی عدم تصریح مخترعین حقیقی یا حقوقی، نادیده گرفتن انواع دارایی‌های فکری مانند طرح‌ها و علائم تجاری در متن قانون، شفاف نبودن تعریف درآمد ناشی از فعالیت‌های پژوهشی و تحقیقاتی از سایر درآمدها و عدم توجه به بخش کسب‌وکار خصوصی و تعاونی در کنار مراکز پژوهشی و تحقیقاتی، درآمدهای حاصل از فروش دارایی‌های فکری و بهره مالکانه، فعالیت‌های تحقیق و توسعه در خارج از کشور و سقف سود شرکت از جمله مواردی است که می‌توان در اصلاح ماده ۱۴۴ و آیین‌نامه اجرایی آن مدنظر قرار داد.

یادداشت



همفکری با بخش خصوصی، ضامن موفقیت وزیر پیشنهادی صنعت



امیرحسین کاوه عضو اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

تشکل‌های بخش خصوصی نقش مهمی در تصمیم‌سازی دولت‌ها دارند. اکنون در جمهوری اسلامی شمار زیادی از این تشکیلات مردم‌نهاد شکل گرفته است و انتظار می‌رود دولت دوازدهم از این مجموعه‌ها مشورت لازم را بگیرد. جامعه بدون قانون به هرج و مرج می‌رسد و قوانینی که شکل اجرایی پیدا نکنند، ارزشی نخواهند داشت. بنابراین خواسته دست‌اندرکاران بخش‌های مختلف از وزیران پیشنهادی به‌ویژه صنعت، معدن و تجارت به قوانین و آیین‌نامه‌های اجرایی آنهاست. چنانچه قانونی در اجرا با مشکل روبرو است، باید با فوریت ضمن بهره‌گیری از نظر بخش خصوصی، نسبت به اصلاح مقررات و آیین‌نامه اجرایی اقدام شود؛ زیرا فرصت‌سوزی، مانع دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ است. اکنون ۱۹ کمیسیون تخصصی با قابلیت ارائه مشاوره لازم در بخش عملکردی همه وزارتخانه‌ها در اتاق ایران فعالیت می‌کنند و در واقع به منزله مشاوران امین محسوب می‌شوند. کمیسیون‌های تخصصی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در پانزدهم اسفند ۱۳۹۶ به‌عنوان اتاق فکر بخش خصوصی شکل گرفتند. اتاق ایران در دولت یازدهم نسبت به رویدادهای مختلف واکنش لازم را داشت و بیانیه‌هایی در زمینه خام‌فروشی، ارزان‌فروشی، مواد اولیه، زنجیره تامین و... صادر کرد، اما چندان مورد توجه قرار نگرفت. اکنون که دولت دوازدهم در چهار سال پیش رو همه امور اجرایی کشور را عهده‌دار است، انتظار می‌رود به دیدگاه اتاق ایران که در واقع پارلمان بخش خصوصی است، توجه لازم را داشته باشد. برای وزارت صنعت، معدن و تجارت در دولت دوازدهم انتخاب اصلح صورت گرفته که ضامن موفقیت وی، همفکری و مشاوره با تشکل‌ها و بخش خصوصی است. تجربه چهار سال گذشته نشان داد بخش خصوصی برای برخی مشکلات خود باید انرژی زیادی را صرف کند تا دولت (وزارت صنعت، معدن و تجارت) نسبت به رفع مانع‌های تولید اقدام کند، اما اکنون پیشنهاد این است که بازوهای تخصصی تعریف شود و با مشارکت دولت و بخش خصوصی در قالب کارگروه‌های تخصصی بتوانند به راحتی موانع را برطرف سازند.

منبع: ایرنا

تجربه‌های اجرایی؛ نقطه قوت وزیر پیشنهادی اقتصاد



هادی حق‌شناس کارشناس اقتصادی

وزیر پیشنهادی از دو جهت قابل بررسی است؛ ابتدا اینکه وی تجربه اجرایی قابل قبولی دارد. همان‌طور که اعلام شده وی پیش‌تر معاون وزیر اقتصاد، نفت و بازرگانی بوده و به این ترتیب تجرب ارزشمندی را در سطح معاونت کسب کرده است، ولی نکته کلیدی این است که وزارت امور اقتصادی و دارایی با عنوان متولی سیاست‌های مالی و بخشی از سیاست‌های پولی به یک اقتصادخوان و حتی اقتصاددان نیاز دارد. طبیعتاً هر وزیر اقتصادی که معرفی می‌شود و بعدها وقتی عملکرد آن در بونه نقد قرار می‌گیرد، با وزیر قبلی مقایسه می‌شود. از این جهت می‌توان گفت نکته قوت علی طیب‌نیا در برابر مسعود کرباسیان این بود که وی نه‌تنها اقتصادخوان بود و مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری خود را در رشته اقتصاد گذرانده بود و جزو برترین‌های دانشگاه بود بلکه از نظر تئوری‌های اقتصادی نیز وی یک اقتصاددان بود و از نظر تئوریک در بخش سیاست‌گذاری‌های مالی و بخش سیاست‌گذاری‌های پولی رویه علمی را در اقتصاد حاکم کرد. پیش از طیب‌نیا نیز وزارت اقتصاد معمولاً به وزیری اقتصاددان یا اقتصادخوان سپرده می‌شده است، مثلاً داود دانش‌جعفری، مرحوم نوربخش و... البته کرباسیان این نقطه قوت را دارد که تجربه‌های اجرایی متعددی داشته و در دولت یازدهم نیز چهار سال به‌عنوان رئیس کل گمرک ایران مشغول به کار بوده است، ولی به هر حال ضعف اقتصاددان نبودن مسعود کرباسیان غیرقابل کتمان است و این امیدواری وجود دارد که این ضعف با استفاده از تیم اقتصادی قوی توسط دولت دوازدهم جبران شود. ما امیدواریم که تجرب کرباسیان به کمک او آید و وی بتواند تجربه موفق در وزارت اقتصاد رقم بزند. با این حال نکته‌ای که لازم است یادآوری شود این است که بعضی از معضلات اقتصادی ایران مانند تورم‌های دورقمی یا بهره‌وری پایین و... فقط مربوط به یک دوره نیست و این موارد مشکلات بلندمدت اقتصاد ایران هستند که برای حل آنها به تیم اقتصادی توانمند و هماهنگ نیاز داریم. دولت یازدهم در شرایط بحرانی سال ۱۳۹۲ بر سر کار آمد؛ یادمان نرود که آن زمان هم تورم بالای ۳۰ درصد بود، هم رشد منفی بود و هم بازارهای ارز متلاطم بود و این دولت یازدهم بود که موفق شد ثبات را بر بازار شاخص‌های کلان برقرار کند و دولت دوازدهم نیز باید بتواند ادامه روند اصلاحات را پیش گیرد.

منبع: ایسنا

اتاق تهران در حمایت از وزرای پیشنهادی صنعت و اقتصاد بیانیه داد

۲۴ خواسته بخش خصوصی



زیر، امید دارد رای مثبت نمایندگان در مجلس شورای اسلامی، همکاری بخش خصوصی با وزرا را امکان‌پذیر و اهداف ذیل را برای توسعه اقتصاد ملی و نیز اهداف بخش خصوصی کشور محقق سازد:

- ۱- توجه و تاکید بر اجرای کامل ماده ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار مبنی بر استفاده موثر از نظرات بخش خصوصی در پیشنهاد قوانین و تدوین آیین‌نامه‌ها.
- ۲- توجه خاص و استفاده حداکثری از ظرفیت موجود در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی در چارچوب نقش‌آفرینی بیش از پیش بخش خصوصی.
- ۳- برنامه‌ریزی برای خروج فضای اقتصادی کشور از شرایط رکود اقتصادی با رویکرد جلوگیری از بروز تورم با اقداماتی نظیر توانمندسازی بخش خصوصی، بهبود محیط کسب‌وکار، تسهیل دسترسی به منابع مالی و ورود به بازارهای جهانی.
- ۴- تسهیل دسترسی به منابع مالی و ورود به بازارهای جهانی.
- ۵- تغییر رویکرد در رویه خصوصی‌سازی و رعایت اصل واگذاری به بخش خصوصی موثر.
- ۶- برنامه‌ریزی وزرای اقتصادی به منظور شفاف‌سازی حداکثری در حوزه عملکرد خود، مبارزه هوشمند با فساد و امور اقتصادی و دارایی، با کوله‌باری از تجربیات اجرایی، تداعی‌گر آینده‌ها و پرورنق برای اقتصاد ملی کشور و نشانی برای دستیابی به منویات اقتصاد مقاومتی است. در ادامه بیانیه آمده است: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، با استقبال از انتخاب گزینه‌های پیشنهادی برای تصدی وزارتخانه‌های یادشده، مطالبات فعالان بخش خصوصی را به این شرح ارائه و با جلب توجه وزیران پیشنهادی به موارد

مدیریت نمایشگاه‌های تجاری به بخش خصوصی کشور.

- ۱۸- تمرکز بر موضوع کمیت تولید دارو با توجه به مسئولیت قانونی وزارت صنعت، معدن و تجارت در وزارتخانه یادشده و ابقای مقوله کیفیت صنعت دارو، در حوزه عملکرد وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.
- ۱۹- تمرکز اختیارات تجاری در حوزه‌های مختلف در وزارت صنعت، معدن و تجارت.
- ۲۰- برنامه‌ریزی هدفمند به منظور جمعیت تقاضا با هدف افزایش بهره‌وری و نیز ارتقای توان رقابتی نزد تولیدکنندگان داخلی.
- ۲۱- برنامه‌ریزی و ایجاد بستر مناسب برای تشویق سرمایه‌گذاران خارجی برای طرح‌های تولید مشترک با اولویت بهره‌گیری از تولیدات واحدهای یادشده در طرح‌های توسعه‌ای و مناقصه‌های دولتی.
- ۲۲- ضرورت تدوین استراتژی توسعه صنعتی کشور با هدف توسعه متوازن اقتصاد ملی و رشد پایدار و چندجانبه کشور.
- ۲۳- جوان‌گرایی در انتخاب معاونان و استفاده از نیروهای تازه‌نفس و صاحب ایده.
- ۲۴- توجه ویژه به مشکلات و وضعیت شرکت‌های استارت‌آپی و اس ام ای‌ها (بنگاه‌های کوچک و متوسط) به‌خصوص در حوزه مالیاتی.

اتاق تهران در خاتمه این بیانیه افزوده است: تشکیل کمیته‌ای متشکل از وزرا و نمایندگان اتاق تهران به منظور حفظ تماس دائم و مستمر با هدف بررسی و حل مشکلات موجود، موضوعی است که می‌تواند دولت دوازدهم را به الگویی مثال‌زدنی از تعامل بخش خصوصی و دولتمردان مبدل سازد.

برای مقابله با مشکلات نظام بانکی کشور مشتمل بر به‌کارگیری روش‌های کارآمدتر پیشگیرانه و پیاده‌سازی راهبردهای کارتر در رویارویی با بحران. ارتباط نزدیک‌تر مقام‌های ناظر بر بازارهای پول و سرمایه با هدف انتقال دیدگاه‌ها، اصلاح بازار مالی و توسعه متوازن آنان.

- ۹- برنامه‌ریزی برای عادی‌سازی مناسبات بانکی با نظام بین‌المللی برای کاهش ریسک و افزایش مبادلات ارزی با استفاده از ابزارهای بانکی نظیر I.C. یوزانس و...
- ۱۰- ارائه برنامه مشخص با زمانبندی اجرایی برای الحاق کشور به سازمان تجارت جهانی با مکانیزم انعقاد قراردادهای تجاری دوجانبه در چارچوب مقررات WTO و به‌صورت FTA.
- ۱۱- لزوم آزادسازی قیمت‌ها و حذف تدریجی کنترل قیمت و نرخ‌گذاری.
- ۱۲- تک‌نرخی شدن ارز مبنی بر حقایق اقتصادی و مستند به قوانین برنامه‌های چهارم، پنجم و احکام دائمی برنامه ششم توسعه.
- ۱۳- هدفمندی پرداخت مشوق‌های صادراتی با رویکرد افزایش صادرات غیرنفتی با ارزش افزوده بالا در حوزه کالا و خدمات.
- ۱۴- مدیریت تعادل محور در حوزه تنظیم واردات و صادرات با هدف تعادل بازار داخل با اجتناب از اعمال موانع تعرفه‌ای غیرتعرفه‌ای.
- ۱۵- تعدیل تعرفه واردات با هدف کاهش قاچاق کالا.
- ۱۶- انتشار کتاب مقررات صادرات و واردات پیش از آغاز سال شمسی و تثبیت تعرفه، دست‌کم به مدت یک سال با هدف ایجاد شفافیت در معاملات تجاری.
- ۱۷- واگذاری موضوع تصدی‌گرایانه

وزیر راه و شهرسازی در نشست فراکسیون نظارت بر اجرای برنامه‌های توسعه کشور:

تمرکز وزارت راه و شهرسازی روی توسعه حمل‌ونقل ریلی است



وجود داشته باشد تا جرقیل کانتینرها را روی ریل قرار دهد که با این شیوه صرفه‌جویی نیز محقق می‌شود. تحقق اهداف ما به زیرساخت‌ها و نوسازی ناوگان مرتبط است. آخوندی افزود: حدود ۶ هزار واگن ریلی را با همکاری روسیه در ایران تولید می‌کنیم. از جمله برنامه‌های ما این است که روی ریل تمرکز ویژه‌ای داشته باشیم تا بتوانیم از موقعیت جغرافیایی ایران استفاده کنیم که البته این موضوع در حوزه‌های هوایی، دریایی و ریلی است. وی افزود: قطار سریع‌السیر تهران- قم- اصفهان را به‌صورت بین‌المللی تامین مالی کرده و در قراردادی دیگر برای تامین ریل با هندی‌ها قراردادی را منعقد ساختیم زیرا در این حوزه باید از منابع بین‌المللی استفاده کنیم. وزیر پیشنهادی راه و شهرسازی دولت دوازدهم گفت: ایران را به ۱۰ کریدور توسعه تقسیم کرده‌ایم، به طوری که این کریدورها همه ایران را پوشش می‌دهند.

روزانه ۲ میلیون سفر انجام می‌شود و در کشور نیز یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون سفر انجام می‌شود که همه روی جاده است و انتقال ۴۰ درصد این سفرها از جاده به ریل نیازمند اتفاق بسیار بزرگی است که باید رخ دهد. وزیر پیشنهادی راه و شهرسازی دولت دوازدهم با بیان اینکه نظام حمل‌ونقل خودرومحور باید به سمت حمل‌ونقل ریلی حرکت کند و

وزیر پیشنهادی راه و شهرسازی دولت دوازدهم گفت نظام حمل‌ونقل خودرومحور باید به سمت حمل‌ونقل ریلی حرکت کند و تعادلی در این زمینه ایجاد شود.

به گزارش «فرصت امروز» از روابط عمومی شرکت راه‌آهن ایران؛ عباس آخوندی، وزیر پیشنهادی راه و شهرسازی در نشست فراکسیون نظارت بر اجرای برنامه‌های توسعه کشور اظهار داشت: پروژه‌های حمل‌ونقل گران‌قیمت هستند و باید در این حوزه سرمایه‌گذاری‌های زیادی انجام شود. تمرکز برنامه ششم نیز بر این است که صندوق توسعه حمل‌ونقل تشکیل شود. وی افزود: دارایی‌هایی که در حوزه حمل‌ونقل داریم، دارایی‌های ارزشمندی هستند. برای مثال ایستگاه راه‌آهن تهران می‌تواند به یک مرکز توسعه تبدیل شود. با این شرایط تمرکز بر حمل‌ونقل ریلی هدف دیگر ما بود. آخوندی ادامه داد: در تهران

دریچه



علی طیب‌نیا در حاشیه جلسه هیأت دولت: تغییر در وزارت اقتصاد برای انسجام و هماهنگی بین تیم اقتصادی دولت است

علی طیب‌نیا در حاشیه جلسه هیأت دولت در جمع خبرنگاران، گفت: در ابتدای دولت یازدهم شرایط اقتصادی کشور بسیار خفگیر بود و ما در برقراری ثبات و آرامش و در اقدامات کوتاه‌مدت در دولت موفق بوده‌ایم و توانستیم ثبات و آرامش را به ایران برگردانیم. به گزارش ایلنا، وزیر اقتصاد و امور دارایی با بیان اینکه امروز شرایط برای اصلاحات ساختاری و نهادی در اقتصاد ایران فراهم شده است و ما با چالش‌های جدی مواجهیم، گفت: در حوزه نظام بودجه‌ریزی، بودجه و عدم تعادل، منشأ بی‌نظمی در سیاست‌گذاری اقتصادی در ایران است و در حوزه نظام تامین مالی و به‌ویژه در نظام بانکی به اصلاحات اساسی در کشور نیاز داریم. او ادامه داد: بدهی‌های دولت که از گذشته به ارث رسیده بود در شرایط نابسامانی قرار داشت و صندوق‌های باننشستگی با مشکلات فراوان و عدم تعادل و کسری‌های متعدد مواجه است و مشکلات محیط زیستی و محدودیت آب را هم باید به این مشکلات اضافه کنیم. طیب‌نیا با تاکید بر اینکه مقابله با این شرایط و حل و فصل مشکلات کشور مستلزم داشتن یک برنامه منسجم و یک تیم کاری هماهنگ است، اظهار داشت: امیدوارم دولت دوازدهم همانند دولت یازدهم به‌خصوص در زمینه اصلاحات ساختاری و نهادی در اقتصاد ایران موفق باشد چراکه شرایط، شرایط سختی است و مدیریت این شرایط مستلزم این است که همه ارکان نظام با هم هماهنگ باشند و این هماهنگی، هم‌دلی و همراهی که مردم با دولت داشتند، ادامه پیدا کند و مطمئنم ادامه پیدا خواهد کرد. او بیان کرد: مجموعه دولت هم باید بتواند با انسجام و تمام قوا تلاش کند تا بتوانیم این مشکلات را حل و فصل کنیم تا اقتصاد ایران در یک مسیر هماهنگ و پرشتاب حرکت کند. وزیر اقتصاد و دارایی، اظهار داشت: وزارت اقتصاد وزارتخانه بزرگی است و حدود ۵۰ سازمان مستقل در این وزارتخانه وجود دارند که هر کدام از آنها مانند گمرک و سازمان خصوصی‌سازی، بیمه مرکزی و... به مثابه یک وزارتخانه هستند. مجموعه‌های بزرگی در این خانواده وجود دارند که همه با چالش‌های جدی مواجه هستند و در حوزه خصوصی‌سازی و در زمینه اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ با مشکلات و محدودیت‌هایی مواجه بودیم. او با بیان اینکه البته توفیقاتی به دست آوردیم و تلخی‌ها و شیرینی‌های خاص خود را داشت، افزود: در زمینه بهبود محیط کسب‌وکار با یکی از اولویت‌های اصلی من بود، در وزارت اقتصاد و دارایی سعی کردم همکاری نزدیکی در بخش خصوصی برقرار کنم و سخنگوی بخش خصوصی در دولت باشم که در این حوزه توفیقاتی داشتیم اما به نظر من کافی نبود. او درباره اینکه چه نمره‌ای به عملکرد خود می‌دهد، گفت: اگر توفیقی به دست آمد نتیجه کار دسته جمعی بود و شاید کمترین نقش را من حقیر در این زمینه داشتم و آنچه می‌توانم بگویم این است که از تمام توان خود استفاده کردم و حتی زمانی که شب در خواب بودم به مسائل کاری و اقتصادی فکر می‌کردم و هیچ‌گاه فارغ از آن نبودم، اما اینکه نتیجه کار ما چه بود و چه نمره‌ای به آن می‌دهیم باید مردم قضاوت کنند. طیب‌نیا درباره سؤالی مبنی بر اینکه تورم مهم‌ترین میراث شما بود و وزیر اقتصاد بعدی قرار است رونق را به تولید برگرداند به نظر شما سرنوشت مهار تورم به کجا می‌انجامد؟ بیان کرد: در دولت یازدهم هم هدف اصلی من رشد اقتصادی بود و فکر می‌کنم از بین اهدافی که دولت دنبال می‌کند، مهم‌ترین آن رشد و افزایش توان تولید است. او با بیان اینکه اگر بخواهیم ایجاد اشتغال کرده و با فقر مقابله کنیم یا دارای قدرت اقتصادی در عرصه جهانی باشیم نیازمند رشد هستیم، بیان کرد: در سیاست‌های ابلاغی، مقام معظم رهبری هدف اصلی را رشد اقتصادی مستمر و پایدار اعلام کردند که البته با توزیع عادلانه دستاوردها هم همراه باشد. وزیر اقتصاد گفت: اگر روی ثبات و مقابله با تورم تاکید داریم، برای این است که مقابله با تورم را شرط لازم برای دستیابی به رشد اقتصادی می‌دانم. در جامعه‌ای که تلاطم و بی‌ثباتی وجود دارد، نرخ ارز و قیمت‌ها تغییر می‌کند، بنابراین یک سرمایه‌گذار نمی‌تواند نتیجه کارش را با اطمینان پیش‌بینی کند که در نتیجه سرمایه‌گذاری انجام نمی‌شود. او تاکید کرد: اگر می‌خواهیم سرمایه‌گذاری شود و تشویق به آن داشته باشیم، ثبات در اقتصاد کلان و قوانین خوب و محیط کسب‌وکار مناسب لازم است که امیدواریم شرایطش در دولت دوازدهم به نحو مناسب‌تری فراهم شود. طیب‌نیا درباره اینکه تغییر وزیر اقتصاد در دولت دوازدهم ناشی از تغییر رویکرد است یا تغییر تاکتیکی در تصمیم‌گیری‌های کشور، اظهار داشت: شاید به دلیل ایجاد انسجام و هماهنگی بین تیم اقتصادی باشد.

۱۳ هزار میلیارد ریال ارزش صندوق‌های ETF در بازار سرمایه

شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سجام) ارزش صندوق‌های قابل معامله (ETF) در بازار سرمایه را بیش از ۱۳ هزار میلیارد ریال اعلام کرد. بر اساس جدیدترین آمارها، ارزش صندوق‌های قابل معامله در تیرماه امسال به رقم ۱۳ هزار و ۳۵ میلیارد ریال رسید. در حال حاضر ۲۶ صندوق قابل معامله در بازار سرمایه ایران فعال هستند و صندوق اعتماد آفرین پارسیان با ارزشی معادل ۵۳۴۳ میلیارد ریال بزرگ‌ترین صندوق ETF است. صندوق‌های قابل معامله صندوق امین ۱۳۵۹ میلیارد ریال، صندوق پایدار سپهر با ۱۱۱۳ میلیارد ریال، توسعه ۱۰۰۶ میلیارد ریال، صندوق کیان با ۸۴۲ میلیارد ریال و صندوق آرمان آتی کوثر با ۳۵۵ میلیارد ریال به ترتیب در رتبه‌های دوم تا ششم بزرگ‌ترین صندوق‌های ETF بازار سرمایه قرار دارند.

بورس کالا

عرضه انواع مس در تالار محصولات صنعتی و معدنی

روز یکشنبه، تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالای ایران عرضه ۱۲ تن کنسانتره فلزات گرانبها را تجربه کرد. تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالای ایران روز یکشنبه ۲۲ مردادماه میزان عرضه ۲۶۰ تن مس مفتول، ۶۰۰ تن مس کاند و ۲۰ هزار تن مس کم‌عیار بود. این گزارش حاکی است ۹۳ هزار و ۱۷۲ تن گندم خوراکی و ۱۴۲ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. افزون بر این، ۸۴ هزار قطعه جوجه یک روزه، ۲۵۰ تن جو دامی، ۳۰۰ تن روغن خام، ۲ هزار و ۴۷۵ تن شکر سفید، ۵۲ هزار و ۵۰۰ تن گندم خوراکی و ۴ هزار تن گندم دوروم نیز در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. تالار صادراتی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۱۲ هزار و ۸۰۰ تن قیر و ۱۰۰ تن عایق رطوبتی بود. تالار فراورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۶۹ هزار و ۲۴۴ تن انواع قیر، مواد شیمیایی، وکیوم باتوم و مواد پلیمری بود. بازار فرعی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۷۰ هزار قطعه جوجه یک‌روزه و ۲۰۹ تن انواع ضایعات فلزی، آنیلین و متیلن دی فنیل دی ایزوسیانات بود.

بورس انرژی

نخستین عرضه‌های فصلی در تابلوی برق بازار فیزیکی

بورس انرژی روز یکشنبه شاهد نخستین عرضه کالای برق نیروگاه سیکل ترکیبی خوی و دومین عرضه کالای برق نیروگاه سیکل ترکیبی قم در تابلوی برق بازار فیزیکی به ترتیب به میزان ۷۵ و ۱۰۰ هزار کیلووات و به قیمت پایه هر کیلووات ۴۵۰ ریال بود. این عرضه‌ها نخستین عرضه‌های فصلی برق با دوره تحویل فصل پاییز در تابلوی برق بازار فیزیکی بورس انرژی ایران است.

شرکت‌ها و مجامع

پوشش ۳۶ درصدی پیش‌بینی «گکوثر»

شرکت هتل بین‌المللی پارسیان کوثر اصفهان پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۶ را با سرمایه ۱۱۰ میلیارد ریال به‌صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت هتل بین‌المللی پارسیان کوثر اصفهان پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی ۹۶ را مبلغ یک هزار و ۲۳ ریال برآورد و اعلام کرد در دوره سه‌ماهه نخست این سال مالی با اختصاص ۳۶۸ ریال سود به ازای هر سهم به ۳۶ درصد از پیش‌بینی‌هایش رسید. «گکوثر» در دوره سه‌ماهه نخست سال مالی ۹۵ مبلغ ۲۸۰ ریال سود به ازای هر سهم کتار گذاشت و ۳۲ درصد از پیش‌بینی‌هایش را پوشش داد.

افزایش ۱۷۲ درصدی پیش‌بینی‌های «تایرا»

شرکت تراکتورسازی ایران پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۶ را حسابرسی نشده و با سرمایه یک‌هزار و ۸۰۰ میلیارد ریال منتشر کرد. شرکت تراکتورسازی ایران پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۶ را حسابرسی نشده مبلغ ۳۴۷ ریال اعلام کرده است و طی دوره سه ماهه مبلغ ۸۷ ریال سود به ازای هر سهم کتار گذاشت و به ۲۵ درصد از پیش‌بینی‌هایش رسید که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل معادل ۱۷۲ درصد افزایش یافت. «تایرا» در سه ماهه نخست سال مالی ۹۵ مبلغ ۳۲ ریال سود به ازای هر سهم اختصاص داد و ۷۰ درصد از پیش‌بینی‌هایش را محقق کرد.

حجم معاملات در گروه‌های برتر کاهش یافت

عقبگرد قیمت سهام در بورس تهران



سیدمحمدصدر الغروی
sadrgharavi@yahoo.com

بورس اوراق بهادار تهران روز یکشنبه افت ۱۰۱ واحدی شاخص کل را به خود دید و نماگر بازار سهام در پایان معاملات روز یکشنبه ۲۲ مردادماه ۹۶ با کاهش معادل ۰.۱۲ درصد تا رقم ۸۱ هزار و ۶۶۱ واحد افت کرد. در معاملات روز یکشنبه گروه‌های فلزات اساسی، خودرو و فرآورده‌های نفتی با بیشترین حجم و ارزش معاملات در صدر برترین گروه‌های صنعت قرار گرفتند. در دومین روز هفته فولاد مبارکه اصفهان، کشتیرانی ایران و لایوتورسازی دکتر عبیدی هر یک به ترتیب ۲۹.۳۴ و ۹ واحد تاثیر مثبت

منتخب خود مواجه باشد. این در حالی است که انتظار برای رشد قیمت در بازارهای جهانی همچنان نگاه‌ها را به گروه فلزات اساسی دوخته است. در این بین جابه‌جایی بلوک ۱۶ میلیون سهمی در جریان بازار نقدی روی سهام فولاد مبارکه میان حقوقی‌ها جالب توجه بود. بر این اساس افزایش انگیزه فروش از سوی معامله‌گران اغلب حقوقی در گروه پارس‌خودرو و زامیاد اغلب مدیران سرمایه‌گذاری برای تنظیم عرقه داماسنج بازار سهام با گروه پالایشی‌ها را کاهش داد. یکی دیگر از چالش‌های این روزهای بازار سهام بازار بدهی با اوراق اسناد دارندگان این اوراق دربر داشته است و همین مسئله باعث کوچ نقدینگی به این بازار شده است.

با گروه‌های بازار سهام

در دومین روز معاملات این هفته در گروه فرآورده‌های

نفتی کوک و سوخت هسته‌ای شاهد افت قیمت سهام در تمامی شرکت‌ها به جز یک نماد بودیم، به طوری که در این گروه پالایش نفت بندرعباس بیشترین تاثیر منفی را روی داماسنج بازار گذاشت. در این نماد بیش از ۶۷ درصد از عرضه‌ها را سهامداران حقیقی و ۴۸ درصد از خریدها را حقوقی‌ها انجام دادند. در گروه خودرو قیمت سهام شرکت‌هایی همچون پارس‌خودرو و زامیاد که از حجم نسبتا بالایی در دادوستدها برخوردار بودند، چندان تغییری نداشت اما نوسانات آنها رو به مثبت بود. در عین حال دیگر نمادها روند رو به کاهشی را در قیمت پایانی از خود نشان دادند و معدود نمادهایی مانند نیرو محرکه، موتورسازان تراکتورسازی ایران و آهنگری تراکتورسازی ایران توانستند از رشد نسبتا بالایی برخوردار باشند. در نماد فولاد مبارکه اصفهان که بیشترین تاثیر افزایشنده را روی داماسنج

بازار سهام داشت ۳۸ درصد عرضه‌ها توسط سهامداران حقیقی و ۶۱.۸ درصد خریدها را حقوقی‌ها برعهده گرفتند. در گروه فلزات اساسی دیروز ۵۳ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱۲ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت. **ایفکس در محدوده سبز** معاملات فرابورس ایران در دومین روز کاری این هفته با دادوستد ۲۱۰ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۹۴۴ میلیارد ریال دنبال شد. سهامداران دادوستدهای روز یکشنبه را همچنین با رشد یک واحدی ایفکس و بازگشایی ۴ نماد معاملاتی پشت سر گذاشتند. بر این اساس شاخص کل فرابورس با افزایش یک واحدی به پله ۹۲۴ واحدی رسید و در جریان بازار نمادهای معاملاتی شرکت سرمایه‌گذاری تدبیرگران فارس و خوزستان، فولاد هرمزگان جنوب، کارخانجات کابل‌سازی ایران و شرکت پرمیت بازگشایی

شدند. همچنین سهامداران به معامله ۱۴۳ میلیون سهم به ارزش ۳۴۴ میلیارد ریال در مجموع بازارهای اول و دوم نیز پرداختند و نماد شرکت ریل‌پداز سیر با نقل و انتقال ۲۶ میلیون سهم به ارزش ۴۷ میلیارد ریال بیشترین حجم و ارزش معاملاتی را در این دو بازار تجربه کرد. نگاهی به تابلوی نمادهای پر بازدید نشان می‌دهد نمادهای «ذوب»، «بمپنا» و «اوان» در صدر ایستادند و نمادهای «اوان»، «فچار» و «حریل» در حالی بیشترین افزایش قیمت را تجربه کردند که نمادهای «کمرجان»، «حسیر» و «قشیر» بالاترین افت قیمتی را شاهد بودند. معامله‌گران بازار پایه نیز ۶۴ میلیون سهم به ارزش ۱۳۱ میلیارد ریال در ر تابلوهای معاملاتی این بازار دست به دست کردند و به ترتیب نماد معاملاتی شرکت‌های کود شیمیایی اوره لردگان و صنایع و معادن احمیای سیاهان بیشترین حجم و ارزش معاملاتی را به خود اختصاص دادند. در سوی دیگر بازار شاهد جابه‌جایی نزدیک به ۱۰۲ هزار ورقه سفیدات مسکن به ارزش حدود ۸۰ میلیارد ریال بودیم که اوراق تسه اردیبهشت‌ماه ۹۶ بیشترین حجم و ارزش معاملاتی را در مقایسه با سایر تسه‌ها به ثبت رساند. این اوراق در دامنه قیمتی ۷۶۸ تا ۸۰۰ هزار ریال مورد مبادله قرار گرفتند. معاملات بازار اوراق با درآمد ثابت نیز با خریدوفروش ۳۶۸ هزار ورقه به ارزش ۳۴۳ میلیارد ریال پیگیری شد. در این بازار اسناد خزانه مرحله نهم در صدر این بازار ایستاد و بیشترین حجم و ارزش معاملاتی را تجربه کرد.



روند رو به رشد بازار پس از گزارش‌های سه‌ماهه ناشران

رشد نداشته‌اند، بلکه با کاهش درآمد و سودآوری نیز همراه بوده‌اند. البته این نکته را نباید فراموش کرد که اصولا شرکت‌های دارویی در نیمه دوم سال عملکرد به مراتب بهتری نسبت به نیمه ابتدای سال دارند. در برخی گروه‌ها نیز شاهد گزارش‌های ناامیدکننده بوده‌ایم و از این دسته می‌توان به گروه خودرو و مواد غذایی اشاره کرد. گزارش‌های سه‌ماهه میل به سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری را افزایش داده و اغلب در همه جای دنیا بورس از مهم‌ترین مراکز تمایل افراد برای سرمایه‌گذاری است. با توجه به اینکه همه افراد دانش و زمان کافی برای حضور در این بازار را ندارند، مطمئن‌ترین و بهترین گزینه انتخابی برای آنها صندوق‌های سرمایه‌گذاری است که طی سال‌های اخیر در بازار ایران نیز جایگاه ویژه خود را پیدا کرده‌اند و سرمایه‌گذاری از این طریق در حال افزایش است. ارزش صندوق‌های سرمایه‌گذاری تا پایان خردادماه به بیش از



امکان ورود خریداران حقیقی به معاملات پتروشیمی بورس کالا فراهم شد

روزهای غیربهین‌یابی انجام می‌شود خریداران حقیقی می‌توانند اقدام به ثبت سفارش و خرید محصول کنند. در سایت بهین‌یاب ثبت نشده و سهمیه‌ای برای آنها لحاظ نمی‌شود، ولی مصرف‌کننده محصولات عرضه شده در بورس کالا هستند نیز بتوانند از کاتال ریگ پتروشیمی بورس کالا نیاز مصرفی خود را تامین کنند. سلطانی‌نژاد افزود: در گام اول در عرضه‌هایی که در

تقاضا، برخی محدودیت‌هایی که از سال ۱۳۸۹ تاکنون برای خریداران و مصرف‌کنندگان خرید حقیقی جهت خرید محصولات و فرآورده‌های عرضه شده در این بازار اعمال شده بود، به‌تدریج با توجه به شرایط بازار حذف خواهد شد. حامد سلطانی‌نژاد اظهار کرد: با توجه به اینکه در خصوص برخی کالاها در بورس کالا مازاد عرضه وجود دارد، با مصوبه هیأت پذیرش بورس

با مصوبه هیأت پذیرش بورس کالا ایران، امکان ورود اشخاص حقیقی در خرید محصولات پتروشیمی که در بورس کالا با مازاد عرضه روبه‌رو هستند، فراهم شد. مدیرعامل شرکت بورس کالا ایران گفت: در راستای بهبود روند معاملات محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی در بورس کالا ایران، افزایش شفافیت معاملاتی، عرضه منظم و تعادل هر چه بیشتر عرضه و

دریچه

بورس اوراق بهادار با توجه به بهبود نسبی گزارش‌های سه‌ماهه ناشران، روند رو به رشدی را آغاز کرده است، به طوری که می‌توان از رشد ۵۰ درصدی شاخص کل در تیرماه به‌عنوان گواه این مسئله سخن گفت. این روند افزایشی همچنان در ماه جاری هم ادامه داشته است. اکثر ناشران بورسی دارای سال مالی منتهی به اسفند، در مجامع عمومی سالانه گزارش‌های عملکرد و پیش‌بینی‌های مناسبی برای دوره سه‌ماهه نخست سال ۹۶ ارائه دادند. افزایش قیمت فولاد و سایر فلزات در گروه فولادی تأثیری بسزایی داشته و با توجه به مناسب بودن وضعیت جهانی کامودیتی‌ها در گروه فلزات اساسی، شاهد شرکت‌هایی بودیم که موفق به پوشش بودجه شدند. علاوه بر آن، گزارش‌های پیش‌بینی را همراه با تعدیل منتشر کردند. همچنین این گروه در مقایسه با دوره زمانی مشابه سال

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش موتورسازان تراکتورسازی ایران در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که معادن منگنز ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
خموئور	۵.۹۰۲	۵
کمنگنز	۲.۳۵۷	۴.۹
لخزر	۹.۶۵۵	۴.۸۱
قشرین	۲۳.۱۳۴	۴.۷۷
خاهن	۳.۴۱۸	۴.۴۳
صصفها	۱۶.۲۷۴	۴.۳۸
چافست	۱۱.۰۶۲	۴.۲۹

بیشترین درصد کاهش

لنت ترمز ایران صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. سیمن همگنان در رده دوم این گروه ایستاد. تکنوتار هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
خلنت	۴.۸۸۱	(۴.۹۵)
سهگمت	۲.۴۱۶	(۴.۸۸)
تکنو	۲.۸۹۹	(۴.۷۹)
غشبد	۲.۷۴۳	(۴.۷۶)
ثاباد	۳.۱۶۷	(۴.۶۷)
ویبیمه	۲.۹۱۶	(۴.۵۵)
ثامان	۲.۰۸۸	(۴.۴۴)

پر معامله ترین سهم

فولاد مبارکه اصفهان پر معامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. حق تقدم بین المللی توسعه ساختمان در رده دوم این گروه ایستاد. پارس خودرو هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
فولاد	۱۷۹۶	۲۶۵۷۳
ناختخ	۵۳	۱۸.۸۶۵
خیارس	۹۰۱	۱۵.۲۲۸
شپلی	۵۲۴	۱۳.۱۹۱
شتران	۲۵۶۹	۱۲.۴۲۷
وخارزم	۷۲۲	۱۲.۱۹۲
کمنگنز	۲۳۵۷	۱۰.۸۶۷

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را فولاد مبارکه اصفهان به خود اختصاص داد. آهنگری تراکتورسازی ایران رتبه دوم را به دست آورد. پالایش نفت تهران هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فولاد	۱۷۹۶	۴۷.۷۱۸
خاهن	۳۴۱۸	۳۳.۸۲۴
شتران	۲۵۶۹	۳۱.۹۲۹
کمنگنز	۲۳۵۷	۲۵.۶۱۰
شبریز	۵۲۶۰	۲۲.۷۲۶
کترام	۳۰۷۶	۲۱.۵۹۶
فملی	۱۸۸۵	۱۹.۵۷۷

بیشترین سهام معامله شده

فولاد مبارکه اصفهان در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که آهنگری تراکتورسازی ایران در این گروه دوم شد و پارس خودرو در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
فولاد	۱۷۹۶	۱۹۷۷
خاهن	۳۴۱۸	۱۱۷۹
خیارس	۹۰۱	۱۰۴۵
شتران	۲۵۶۹	۱۰۲۷
کترام	۳۰۷۶	۹۰۲
ناژن	۳۲۷۰	۸۵۸
پرداخت	۲۱۹۴۱	۷۹۶

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته داروسازی زاگرس فارمد پارس به دست آورد. سایپا شیشه در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
ددام	۵۱۲۲	۱۰.۴۴
کاپا	۱۷۲۷	۸.۶۴
خمجور	۲۲۲۵	۵.۵۶
خکمک	۹۰۳	۴.۵۲
خریخت	۱۱۳۲	۳.۷۷
خلنت	۴۸۸۱	۳.۴۹
قثابت	۱۶۵۸	۳.۳۲

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرمایه گذاری خوارزمی در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. شیشه و گاز جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
کازم	۷۲۲	۱.۹۳
وکارمز	۴۳۹۳	۲.۰۸
واعتبار	۱۳۹۸	۲.۵۹
پردیس	۱۰۹۸	۳.۲۹
ویانک	۱۷۴۴	۳.۳۶
ورنا	۱۰۲۲	۳.۴۱
ما	۱۶۱۳	۳.۵۸



آمازون از اپلیکیشن پیام‌رسان خود

رونمایی می‌کند

اپلیکیشن مستقل و کاربردی **Anytime** برای گوشی‌های هوشمند، تبلت‌ها، کامپیوترهای شخصی و ساعت‌های هوشمند ارائه خواهد شد. این اپلیکیشن به کاربران امکان چت کردن از طریق تایپ کردن پیام و ویدئو را می‌دهد، همچنین امکان بازی کردن را فراهم می‌آورد و البته میان خود و سرویس‌های خدماتی دیگر آمازون مانند خرید کردن از طریق وب‌سایت تعامل برقرار می‌کند.

این سرویس جدید یک راه ارتباطی از طریق **Alexa** برای تماس گرفتن ارائه می‌دهد و می‌تواند از طریق دستگاه **Echo** آمازون هم تماس‌های مستقیم بین کاربران ایجاد کند. این بدان معنی است که مردم می‌توانند از طریق گوشی‌های همراه و وسایل دیگر با یکدیگر در تماس باشند.

یادداشت



تلفیق آموزش‌های نوین با فناوری‌های سه‌بعدی



شیده‌سادات هاشمی

مشاور ارشد و تبلیغگر مدیریت

هر زمان که از تکنولوژی و نقشی و ارتباط آن با آموزش سخن می‌مانیم می‌آید، استفاده از آموزش مجازی و سی‌دی‌های آموزشی به ذهن افراد متبادر می‌شود.
انشارترین و متداول‌ترین شیوه استفاده از تکنولوژی برای افراد جامعه، استفاده از لارآتورهای ویدئو، هفدون‌ها و کامپیوتر است. درحالی‌که در جوامع صنعتی، استفاده از پدیده نسبتاً نو ظهور شبیه‌سازی (Simulation) گام را فراتر برده و به جای آموزش نظری صرف، افراد را با محیط کار و اتفاقات واقعی آن آشنا می‌سازد.

این نوع آموزش برای مخاطب یادآور صفحه دانش‌بورد آموزش خلبانان یا ایجاد فضای خلاق و بی‌وزنی برای فضاپروان بوده و درک آن ملموس‌تر است.
دیگر مورد متداول استفاده از ماکت‌های منطقف و دارای قابلیت‌های نسبتاً زیاد در آموزش امور پزشکی و درمانی (پوستاری، مامایی و کمک‌های اولیه) است که امر آموزش را تسهیل و اثربخشی‌تر کرده است.
در واقع این نحوه آموزش، موخن تنوری از پشت میز و صندلی را به آموزش عملی و کاربردی نزدیک‌تر کرده و در مقایسه با آموزش سنتنی برای یک فرد در شرایط بکسان، اثربخشی آموزش را به مراتب افزایش داده است.

شیوه آموزشی که تاکنون در خصوص آن صحبت کردیم، استفاده از ابزارهای فیزیکی مشابه موجود در محیط کار بود که در سال‌های اخیر کم و بیش از آنها استفاده شده است.

اروزه آموزش چشمچشمگیر دیگری به جلو داشته و استفاده از ابزارهای شبیه‌سازی نیز به کمک شیوه‌ای آموزشی موجود آمده است. در این راستا، تمییز از محققان و متخصصان شاخه‌های مختلف لازم است تا بتوانند شرایط را به‌گونه‌ای بسیار نزدیک به واقعیت شبیه‌سازی کنند. این آموزش‌ها، شبیه‌سازی سه‌بعدی محیط کار را برای کارآموز فراهم آورده و به او این امکان را می‌دهند که پیش از قرار گرفتن در فضای واقعی محیط کار، با ابزارهای کار آشنا شده و هرگونه مهارت فیزیکی مورد نیاز را تمرین کرده، کنش و واکنش حرکات در محیط کار را مشاهده کرده و اثرات هر گونه فعالیت فیزیکی در این محیط را به‌طور کامل درک و لمس کند.

برای طراحی محیط شبیه‌سازی سه‌حداقل به همکاری متخصصان از شاخه‌های (۱) شغل و پیشه مورد نظر، (۲) رشته کامپیوتر و (۳) متخصصان شبیه‌سازی نیاز است که اولی بتوانند نسبت به بیان و توصیف شرایط مختلف هر طبقه و نتایج آن اقدام کرده و تحلیلگر و کد نویس و متخصص شبیه‌سازی، محیط را به زبان و در محیط نرم‌افزاری متناسبی طراحی و مستقر سازند. در این شیوه یادگیری، کارآموز با لباس کار و شرایط منطبق با محیط کار در مقابل مانیتورهای بزرگ قرار گرفته و با استفاده از دکمه‌ها یا فرماها، دیدگاه و وظایفی را که در محیط کار به او محصور می‌شود انجام می‌دهد.
پیداسازی این رویه آموزشی منافع و دستاوردهای بسیاری دارد که از آن جمله می‌توان به کاهش صدمات جسمی حاصل از اشتباهات انسانی، افزایش ایمنی محل کار، کاهش هزینه‌های شایعات، اتلاف و شکست‌های ناشی از خطا در انجام وظیفه و… اشاره کرد.
صدمات انسانی در بسیاری از مشاغل به هزینه‌های جبران‌ناپذیر معنوی و مادی منتهی می‌شود که این گونه آموزش‌ها تا حدود زیادی قادر به پیشگیری و کنترل آن می‌شوند.
گرچه تنها پیشگیری از هزینه‌های معنوی و کاهش صدمات به سرمایه‌انسانی، می‌تواند دلیل کافی برای اجرای این نوع آموزش باشد.

توسعه تجاری‌سازی دارایی‌های فکری در دستور کار

مدیرعامل فرابورس با اشاره به جزئیات حمایت‌های بازار سرمایه از سرمایه‌گذارهای جوسونه گفت که توسعه تجاری‌سازی دارایی‌های فکری در دستور کار قرار گرفته.
امیر هامونی با اشاره به تأمین مالی به‌عنوان یکی از برنامه‌های وزیر پیشنهادی اقتصاد در دولت چهارم گفت: سرمایه‌گذاری جوسونه، منبع بسیار مهمی برای راهاندازی کسب‌وکارهای نوها و شرکت‌های کوچک با پتانسیل رشد بلندمدت است که توان تأمین منابع مالی رایج مانند بانک را ندارند.
به گزارش آریا بازار به نقل از مهر، مدیرعامل فرابورس ایران با اشاره به اینکه این منابع برای ریسک زیاد و به‌تبع آن بازدهی مورد انتظار بالایی برای سرمایه‌گذار به دلیل دارد، در خصوص اقدامات فرابورس در راستای تقویت سرمایه‌گذاری جوسونه افزود: در سال‌های اخیر، علاوه بر برنامه‌ها و اقداماتی که در دولت به منظور توسعه اقتصاد دانش‌بنیان انجام شده، چندین برنامه توسعه‌ای نیز در فرابورس ایران برای حرکت در این مسیر آغاز شده که یکی مهم‌ترین آنها رونمایی از صندوق سرمایه‌گذاری جوسونه است.
در دی ماه سال گذشته بوده است و، هدف از این اقدام را گسترش کارآفرینی

کسب‌وکار امروز



اسنپ چت ۱۷۳ میلیون کاربر فعال روزانه دارد

رقابت فیسبوک و اسنپ داغ‌تر می‌شود

رقابت فیسبوک و اسنپ داغ‌تر می‌شود

تعداد کاربران فعال روزانه اسنپ‌چت در سه‌ماهه دوم ۲۰۱۷ به ۱۷۳ میلیون نفر رسیده است که اکثر آنها اهل آمریکای شمالی هستند. اسنپ‌چت اعلام کرد که توانسته است در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۷، تعداد کاربران فعال روزانه خود را به ۱۷۳ میلیون نفر برساند. این رقم در مقایسه با بازه مشابه سال گذشته، ۲۱ درصد افزایش داشته است؛ در بازه مشابه سال ۲۰۱۶، تعداد کاربران فعال روزانه اسنپ‌چت، ۱۴۲ میلیون نفر بود. با وجود این پیشرفت چشمگیر، اسنپ‌چت نتوانست به پیش‌بینی وال‌استریت در این بازه زمانی که ۱۷۵ میلیون نفر بود، دست پیدا کند.

پیشترین استقبال از اپلیکیشن اسنپ‌چت مربوط به آمریکای شمالی است. با اینکه در اروپا هم استقبال خوبی از اسنپ‌چت می‌شود، ولی میزان رشد کاربران در آمریکای شمالی بهتر از اروپا ارزیابی می‌شود، اما خارج از این دو منطقه، اسنپ‌چت طرفداران زیادی ندارد. یکی از دلایل این موضوع به مشکلات نسخه اندروید اسنپ‌چت بازمی‌گردد. خارج از آمریکا، اندروید از محبوبیت بیشتری در مقایسه با iOS برخوردار است و اپلیکیشن اندروید اسنپ‌چت هم مشکلات زیادی دارد؛ بنابراین اسنپ‌چت واضح است که چرا این اپلیکیشن نتوانسته محبوبیت زیادی در خارج از آمریکا و اروپا داشته باشد. ایوان اشپیکل، مدیر عامل اسنپ‌چت، دو جریان جلسه خبری روز پنجشنبه اعلام کرد که در تلاش است تمام ایرادات نسخه اندروید این اپلیکیشن را برطرف کند، ولی این موضوع تا سال ۲۰۱۸ طول خواهد کشید.

تشکیل شورای عالی مدیریت سرمایه‌های انسانی

یک کارشناس ارشد بازار کار طرح کارورزی را علمی، دقیق و قابل دفاع می‌داند او می‌گوید نظام دانشگاهی در ایران باید به بازار کار متصل شود تا SegWit نام دارد، از دور خارج کرد و فضای زیادی در بالا‌ها آزاد شد تا از این طریق، ظرفیت بیت‌کوین برای انجام تراکنش‌ها بیشتر آزاد شود.
دلیل دیگر را باید افزایش حساسیت ول استریت نسبت به پول رمزنگاری شده بدبینیم. این روزها می‌توان به‌وفور در کانال‌های تلویزیونی نظیر CNBC حضور کارشناسان و تحلیلگرانی را مشاهده کرد که در مورد بیت کوین و آینده آن سخن می‌گویند. همین افزایش حساسیت وال استریت باعث شده است سرمایه‌گذاران بیشتری به‌سوی پول رمزنگاری شده جذب شوند و از این‌رو حتی شماری برای نخستین بار اقدام به خرید این پول کنند.

با وجود افزایش حرق‌الحاده ارزش بیت کوین، مشخص نیست که آینده برای این پول چگونه رقم خواهد خورد. شاید در طول ۲۴ ساعت آینده ارزش بیت کوین سقوط ۵۰ درصدی را تجربه کند و ارزش آن توجیه به اینکه در تمام کشورهای توسعه‌یافته دنیا، موضوع تعمل ناشناخته و بی‌مسووی‌ها و هماهنگی‌ها در حوزه بازار کار است.

و کسب‌وکار با اشاره به چالش‌های پیش روی طرح کارورزی، ادامه داد: با توجه به اینکه در تمام کشورهای توسعه‌یافته دنیا، موضوع تعمل ناشناخته و بی‌مسووی‌ها و هماهنگی‌ها در حوزه بازار کار است.

فصت امروز ۹

همکاری اسکایپ با بی‌ام و

مایکروسافت در حال گسترش همکاری‌های خود با BMW برای کار گذاشتن اسکایپ درون خودروهای دارای iDrive این کمپانی است. BMW نخستین کمپانی خودروسازی بود که Office 365 را درون خودروهای خود تعبیه کرد. این قابلیت جدید هم به صاحبان خودرو این امکان را می‌دهد که از درون خودرو جلسات اسکایپی خود را برگزار کنند.

به گزارش ام بی‌بی نیوز، این سیستم با هدف اعلام نوتیفیکیشن‌ها به صاحب خودرو و امکان گرفتن تماس بدون وارد کردن دستی شماره به وجود آمده است. همین‌طور BMW با کمک برنامه تعاملی خدمات مایکروسافت به یکپارچگی لیست مخاطبان، لیست کارهای برای انجام و لیست ترافرهای کاری کمک شایانی کرده است. BMW در نظر دارد ابتدا از طرح بیزینسی اسکایپ در کشورهای فرانسه، آلمان و بریتانیا رونمایی و سپس آن را برای کشورهای دیگر فعال کند.

یادداشت

لزوم گسترش کسب‌وکارهای الکترونیکی در کشور

نابشاند، اما اگر این فرآیند به صورت بلندمدت نگاه شود و اتفاقاتی که برای این‌گونه کسب‌وکارها در کلاس‌ها در آینده رخ می‌دهد (اتساع بازار) به نظر می‌رسد تصمیمی لازم و صحیح است. یکی از مهم‌ترین موارد برای استفاده افراد از کسب‌وکارهای اینترنتی و خرید از آنها موضوع اعتماد است.

گاهی مشاهده می‌شود در برابر حضور در سایر شهرها این توجه آورده می‌شود که خدمات ما بر بستر اینترنت هست و امروزه همه به اینترنت دسترسی دارند و می‌توانند از ما خرید کنند اما باید توجه داشت حضور در سایر شهرها صرف دسترسی مشتریان بالقوه نیست.

همانطور که ذکر شده موضوع اعتماد بسیار حائز اهمیت است که این موضوع صرفا با حضور کسب‌وکار در فضای مجازی در شهرستان‌ها تأمین نمی‌شود. به همین

نمی‌شود به همین وجه‌های بهتر است صاحبان این‌گونه کسب‌وکارها به صورت دوره‌ای در شهرهای مدنظر با برگزاری حراجی‌ها یا حضور در مراکز علمی نظیر دانشگاه‌ها و مدارس سبی در ایجاد اعتماد و انتقال فرهنگ لازم برای خرید اینترنتی کنند. علاوه بر موارد ذکر شده یکی از مهم‌ترین دستاوردها در مزیت حضور در سایر شهرها برای کسب‌وکارهای اینترنتی عدم حضور کسب‌وکارهای اینترنتی در سایر شهرهای تهران، اصفهان و … بیشتر فعال هستند. همان‌طور که می‌دانیم پیامد عدم حضور کسب‌وکارهای اینترنتی در سایر شهرهای توسعه یافته کشور موجب گسترش شهرهای کسب و تمرکزشان بر کلانشهرها باعث اتساع بازار و عدم نیل به اهداف و انتظارات فروش و … صاحبان خود می‌شود. به همین دلیل لازم است این کسب‌وکارها در سایر نقاط کشور نیز حضور داشته باشند و خدمات خود را مانند کلانشهرها ارائه دهند. از سوی دیگر عدم حضور این کسب‌وکارها در سایر شهرها سبب عدم شکل‌گیری و رشد فرهنگ لازم برای خرید اینترنتی می‌شود که مانع از توسعه مورد نظر در این حوزه می‌شود. بنابراین صاحبان این کسب‌وکارها باید برای دسترسی به بازاری با وسعت کل کشور در سایر شهرها نیز اقدام به فعالیت کنند. در ابتدا شاید ورود به بازارهای کوچک شهرستان‌ها در کوتاه‌مدت سودآور و به‌صرفه باشد.

با توجه به موارد فوق پیشنهاداتی به منظور حضور موثر کسب‌وکارهای اینترنتی در سایر شهرها ارائه می‌دهد:
۱- حضور در مراکز دانشگاهی و علمی به دلیل بروز بودن این مراکز و فضای مساعدتر برای حضور.

۲- برگزاری مسابقات و رویدادهای مرتبط با کسب‌وکارهای اینترنتی
۳- ایجاد کارگاه‌های آموزشی و خریدوفروش آنلاین در میان اقشار مختلف
۴- برگزاری سمینارها و دوره‌های آموزشی جهت معرفی خدمات.

کاهش ریسک‌پذیری اقتصادی ایران با تسهیل شرایط کسب‌وکار

گمرک ایران اعلام کرد بخش بزرگی از افزایش ریسک بالا در اقتصاد ایران در نتیجه تحریم‌ها حاصل شده بود، که در شرایط جدید انتظار این است که رتبه ریسک‌پذیری ایران در گزارش‌های آتی کاهش یابد. به جز تحریم‌ها تسهیل شرایط کسب‌وکار با تغییر قوانین و مقررات و ابزارهای نوین تجارت می‌تواند ریسک‌پذیری اقتصاد ایران را کاهش دهد.

یکی از پنج عاملی که اقتصاد ایران را برای تجار ریسک‌پذیر کرده، به حوزه تجارت مربوط است. سرمایه‌گذاری که قصد ورود به ایران را دارند، می‌خواهند مطمئن بیا این کنند که چه نوع سرمایه‌گذاری‌ای در اقتصاد ایران ریسک کمتری دارد. برای تجار و تولیدکننده‌های داخلی هم دسترسی به اطلاعاتی که ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد، بسیار حائز اهمیت است. در گذشته به دلیل آنکه اطلاعات واردات و صادرات به صورت دستی طبقه‌بندی می‌شد، زمان زیادی طول می‌کشید که هر دو بخش اقتصاد ایران حکایت داشت. استفاده از ابزارهای نوین تجارت می‌تواند ریسک‌پذیری را کاهش دهد. به علاوه، اطلاعاتی که در گذشته به دلیل آنکه اطلاعات واردات و صادرات به صورت دستی طبقه‌بندی می‌شد، زمان زیادی طول می‌کشید که هر دو بخش اقتصاد ایران حکایت داشت. استفاده از ابزارهای نوین تجارت می‌تواند ریسک‌پذیری را کاهش دهد. به علاوه، اطلاعاتی که در گذشته به دلیل آنکه اطلاعات واردات و صادرات به صورت دستی طبقه‌بندی می‌شد، زمان زیادی طول می‌کشید که هر دو بخش اقتصاد ایران حکایت داشت.

تجارت و تولید از میزان کالای وارداتی و صادراتی ارزش‌های گمرکی، نوع کالاهای گمرکی و این ریسک بالا در نتیجه تحریم‌ها حاصل شده بود، که در شرایط جدید انتظار این است که رتبه ریسک‌پذیری ایران در گزارش‌های



سیدرشید شاهچراغ دانش‌آموخته‌مدیریت‌کارآفرینی‌دانشگاه‌تهران

در عصر حاضر رشد کسب‌وکارهای الکترونیکی و مبادلات تجاری در بستر اینترنت یکی از مصادیق پیشرفت و توسعه جوامع است. به همین خاطر در سال‌های اخیر تلاش شده است با فراهم‌آوری زیرساخت‌های لازم در این حوزه به افزایش نفوذ کسب‌وکارهای الکترونیکی کمک شود؛ به‌طوری‌که امروزه می‌توان گفت در تمامی شهرهای کشور امکان دسترسی به اینترنت و شبکه‌های تلفن همراه فراهم است.

با توجه به وجود کسب‌و کارهای سنتی در شهرها باید شاهد ایجاد و رشد کسب‌وکارهای اینترنتی باشیم زیرا روند به وجود آمدن این کسب وکارها بدین‌گونه است، یعنی ابتدا زیرساخت‌های دسترسی به اینترنت فراهم می‌شود و سپس سهمیه‌های مجازی کسب و کار ها ی سنتنی به وجود می‌آیند. اما آنچه که ما شاهد آن هستیم رشد نامتوازن کسب و کار های الکتتر و نیسکی است. امروزه کسب وکار های مبتنی بر فناوری اینترنت فقط در چند کلانشهر کشور نظیر تهران، اصفهان و … بیشتر فعال هستند. همان‌طور که می‌دانیم پیامد عدم حضور کسب‌وکارهای اینترنتی در سایر شهرهای توسعه یافته کشور موجب گسترش شهرهای کسب و تمرکزشان بر کلانشهرها باعث اتساع بازار و عدم نیل به اهداف و انتظارات فروش و … صاحبان خود می‌شود. به همین دلیل لازم است این کسب‌وکارها در سایر نقاط کشور نیز حضور داشته باشند و خدمات خود را مانند کلانشهرها ارائه دهند. از سوی دیگر عدم حضور این کسب‌وکارها در سایر شهرها سبب عدم شکل‌گیری و رشد فرهنگ لازم برای خرید اینترنتی می‌شود که مانع از توسعه مورد نظر در این حوزه می‌شود. بنابراین صاحبان این کسب‌وکارها باید برای دسترسی به بازاری با وسعت کل کشور در سایر شهرها نیز اقدام به فعالیت کنند. در ابتدا شاید ورود به بازارهای کوچک شهرستان‌ها در کوتاه‌مدت سودآور و به‌صرفه باشد.



گمرک ایران اعلام کرد بخش بزرگی از افزایش ریسک بالا در اقتصاد ایران در نتیجه تحریم‌ها حاصل شده بود، که در شرایط جدید انتظار این است که رتبه ریسک‌پذیری ایران در گزارش‌های

جنبه‌های مثبت و منفی تبلیغات اینترنتی

تبلیغات اینترنتی شبیه تبلیغ در مطبوعات است چون با وجود آنکه این تبلیغ روی سایت می‌رود باز هم حاشیه و مرز مشخص و معینی دارد. می‌توان اینطور به قضیه نگاه کرد؛ وقتی روزنامه‌ای را ورق می‌زنید هیچ وقت برای تشخیص مقاله از تبلیغ مشکلی ندارید چون آگهی‌های روزنامه کادر مشخصی دارند و اغلب اوقات این آگهی‌ها کوچکند و یک صفحه بزرگ را اشغال نمی‌کنند. آگهی‌های اینترنت هم همین‌طورند. بیشتر این آگهی‌ها داخل چیزی به نام بنر قرار می‌گیرند، بعضی از آگهی‌ها نیز ممکن است داخل چیزی به نام دکمه قرار گیرند. به گزارش هورموند، البته آگهی‌های اینترنتی شبیه آگهی‌های بازرگانی تلویزیونی هم هستند چون تبلیغات اینترنتی نیز با انیمیشن و فیلم توجه بیننده را جلب می‌کنند. آگهی اینترنتی شبیه تابلوی آگهی نیز است چون هر دو این نوع تبلیغات باید توجه بیننده را به خود جلب کند و درمورد اتفاقی که در شرف وقوع است اطلاعاتی بدهند. تبلیغ در اینترنت مانند رسانه‌های دیگر، جنبه‌های مثبت و منفی خاص خود را دارد. اینجا به بعضی جنبه‌های مثبت تبلیغ در اینترنت اشاره می‌کنیم.

خیلی راحت می‌توان بازار را آزمایش کرد. اگر بخواهید بروشور تهیه کنید مجبورید قبل از اینکه بفهمید این برنامه تبلیغی مفید است یا نه آن را چاپ و توزیع کنید. پاسخ مثبت یا منفی به تبلیغ از طریق اینترنت خیلی سریع‌تر مشخص می‌شود. تبلیغات اینترنتی ارزان‌تر تمام می‌شوند. از آنجا که در این تبلیغات هزینه‌ای برای چاپ و توزیع صرف نمی‌شود، هزینه کل تبلیغ نسبتاً به صرفه از آب درمی‌آید.

تبلیغات اینترنتی ۲۴ ساعت روز، ۷ روز هفته و ۳۶۵ روز سال در معرض دید هستند. تعویض آگهی در رسانه‌های دیگر است. اگر لازم باشد آگهی اینترنتی عوض نشود نیاز به چاپ و ضبط مجدد نیست فقط باید کد تبلیغ اینترنتی را عوض کرد تا در عرض چند دقیقه آگهی تغییر کند. مشتریان می‌توانند بدون ترک خانه آگهی و مغازه شما را ببینند و از شما خرید هم بکنند. دسترسی به این درجه از راحتی خیلی آسان نیست.

بسیار راحت می‌توان به مخاطبان دسترسی پیدا کرد. راز موفقیت این کار هم در این است که آگهی را جایی بگذارید که مشتریان آن را ببینند. اگر قرار است جای خارجی بفروشید تبلیغ را در سایت فروش نان فانتزی و شیرینی بگذارید تا در سایتی که موتور سیکلت و دوچرخه می‌فروشد. سعی کنید خود را در جای مشتری بگذارید و حتی امکان حدس بزنید این مشتری‌ها از چه سایت‌هایی دیدن می‌کنند. این سایت‌ها جای مناسب برای تبلیغات شما هستند. حال می‌خواهیم به نکات منفی تبلیغات اینترنتی اشاره کنیم.

آمار و ارقام تبلیغات اینترنتی را خیلی راحت می‌توان ثبت کرد. فرد بازدیدکننده به راحتی می‌تواند آمار و اطلاعات موردنظر را کسب کند و از آن بدتر قطع شود، تعداد کلیک‌های هر صفحه خیلی پایین و در حدود ۲ درصد است و این نشان می‌دهد که کسانی که آگهی را می‌بینند ندرتاً روی آن کلیک می‌کنند تا از سایت بازدید یا خرید کنند. تبلیغات اینترنتی هنوز کاملاً جا نیفتاده است. هیچ‌کس درست نمی‌داند کدام آمار ارزش بیشتری دارد. چند سال قبل تبلیغاتچی با فکر می‌کردند هرچه تعداد بیننده‌های تبلیغی بیشتر باشد آمار فروش بالاتر می‌رود. توجه آنها این بود که هزاران چشم ناظر بر تبلیغ تبدیل به صدها خریدار می‌شود؛ لزوماً چنین نیست. کمی بعد تصور می‌شد هرچه تعداد کلیک‌ها بیشتر باشد آمار فروش بالاتر می‌رود اما این هم درست از آب درنیامد. امروزه تبلیغاتچی‌ها معتقدند تنها راه صحیح برای سنجش موفقیت تبلیغ، شمارش افرادی است که واقعاً کالای تبلیغ شده را می‌خرند. نکته در این است که چون مردم درست نمی‌دانند چه چیزی خوب است از هر جایی که بتوانند آمار و اطلاعات جمع‌آوری می‌کنند؛ البته هر آماری هم به دردیخبر نیست.

تلاش برای جلب و حفظ مشتری از طریق اینترنت خیلی عالی است. مشکل عمده در این زمینه شلوغی بیش از حد بعضی صفحات است. اطلاعات خیلی زیاد ناگهان پیش روی خواننده قرار می‌گیرد. به همین دلیل بیشتر خوانندگان ترجیح می‌دهند تبلیغات را نادیده بگیرند و این دلیل اصلی درصد پایین پاسخ‌های مثبت است. اما با وجود نکات منفی اشاره شده، اینترنت دارد تبدیل به ابزاری می‌شود که حتی از حد تصور طراحان و مدیران اجرایی نیز خارج است.

اینترنت یک فناوری اجتماعی و مردمی است. با گسترش سایت می‌توان پیشنهاد مکالمات اینترنتی و ارسال خبرنامه داد. گروه‌های الکترونیکی هم جالب و نتیجه بخشند. مردم جوامع کوچک را دوست دارند و اینترنت امکان شرکت در چنین جوامعی را برای آنها فراهم می‌کند. خلاصه تمام این ارتباطات به این معنی است که می‌توان آنچه را که مردم لازم دارند به مردم فروخت. نه تنها این نکته مفید است بلکه صحیح هم است.

۵ پرسش اساسی برای انتخاب آژانس تبلیغاتی



سوال نخست: آژانس مذکور چه تجربه یا تخصصی در کارنامه خود دارد؟

اصلی‌ترین دلیلی که یک کسب‌وکار باید تیمی متخصص در زمینه بازاریابی خواهد شد، مهم‌ترین ویژگی‌های قابل توجه یک آژانس تبلیغاتی «تجربه» و «تخصص» است.

به گزارش پول نیوز، چندین سال است که رشد رسانه‌های اجتماعی، برنامه‌های موبایلی مرتبط با این برنامه‌ها یا هر بستر اجتماعی آنلاین دیگری با سرعت باور نکردنی جریان دارد. از طرفی حوزه بازاریابی و تبلیغات بیشتر از هر زمان دیگری دچار تحول و دگرگونی شده است. با مثالی ساده می‌توان متوجه نقش مهم و حیاتی آژانس‌های تبلیغاتی در موفقیت کسب‌وکارهای امروزی شد. کسب‌وکاری را فرض کنید که هیچ اعتقادی به استفاده از ابزارهای بازاریابی و تبلیغاتی ندارد. این در حالی است که می‌دانیم رسانه‌های اجتماعی به موقعیت ارزشمندی در زندگی تک تک افراد روی کره زمین دست یافته‌اند. شانس کسب‌وکار مذکور به منظور پیشرفت و گستردگی بیشتر را تا چه اندازه بالا می‌داند؟ حقیقت همین است! اگر از ابزارهای تبلیغاتی برای شناساندن هرچه بهتر کسب‌وکار خود به مردم بهره‌برداری نکنید، به‌زودی از میدان رقابت با سایر کسب‌وکارهای موفق حذف خواهید شد.

اما یک آژانس تبلیغاتی قابل اطمینان نیز ملزم به رعایت چارچوب‌هایی است که در قالب سئوالاتی مشخص به آنها خواهیم پرداخت. در واقع چه خود مالک چنین آژانسی باشید و چه از خدمات یکی از آنها استفاده کنید، پرسش‌هایی اساسی وجود خواهد داشت تا بتوان آن را به خوبی محک زد.

تبلیغات خلاق



آگهی بالا که برای شرکت فولکس واگن طراحی شده، شاهکاری از ترندهای بصری است. این تصویر که روی سطحی دوبعدی قرار گرفته است، سه بعدی به نظر می‌رسد و با بینایی و دید فرد بازی می‌کند و فیزیک را به چالش می‌کشد.

نیازهای تبلیغاتی شما باشد؟ با دید باز تصمیم‌گیری کنید و این دید مستلزم آگاهی از تمام جزئیات و فعالیت‌های شرکتی است که قصد همکاری با آن را دارید.

سوال سوم: استراتژی اصلی آژانس چیست؟

توصیه طلایی: «با آژانسی همکاری کنید که از یک استراتژی انعطاف‌پذیر پیروی می‌کند.» اگر به دنبال شرکتی هستید که بتواند کسب‌وکار شما را در تمام طول مسیر پیروزی تبلیغاتی به سلامت هدایت کند، باید انتخابی انعطاف‌پذیر داشته باشید. هر مؤسسه‌ای از یک استراتژی منحصر به فرد حمایت کرده و براساس آن رفتار می‌کند، اما همکاری‌ای مؤثر خواهد بود که بتواند شرایط خود را بر شرایط متغیر کسب‌وکار شما منطبق سازد. پس بهتر است

سوال پنجم: فواصل زمانی بررسی نتایج به چه صورت است؟

یکی دیگر از نکات مهم که باید توسط هر آژانس تبلیغاتی مشخص شود، فواصل زمانی بررسی نتایج کار خواهد بود. آیا این فاصله به صورت ماهانه است؟ هفتگی چطور؟ جلسات حضوری برگزار می‌شود یا ارتباط از طریق دیگری همچون ایمیل برقرار می‌شود؟ آیا داده‌های به دست آمده به خوبی طبقه‌بندی می‌شوند؟ تأثیر هر داده بر موفقیت یا تضعیف کسب‌وکار چطور؟ اینها موارد بسیار مهمی هستند که باید همگی توسط شرکت نام برده عنوان شده و پیش از هر گونه عقد قرار داد و همکاری مشخص شوند. در واقع آژانس تعهدی نسبت به بررسی نتایج و تجزیه و تحلیل آنها بر عهده خواهد گرفت که وی را به انجام هرچه بهتر وظایف خود قادر سازد. پنج پرسشی که مطرح و به صورت خلاصه در مورد هر یک بحث شد، اصلی‌ترین نکاتی هستند که یک آژانس تبلیغاتی باید به آنها توجه کند. شما نیز به‌عنوان مدیر یک کسب‌وکار با در اختیار داشتن آگاهی کافی از آنها، می‌توانید گام‌هایی استوارتر در راستای پیشرفت کاری خود و کل مجموعه بردارید.

از همان ابتدای کار درباره این موضوع مهم با آژانس تبلیغاتی منتخب خود، بحث و گفت‌وگو کنید. تنها در صورتی شراکت را ادامه دهید که اصول کلی مدنظر آنها به خطمشی شما نزدیک باشد. در غیراین صورت متحمل دردسر بسیار خواهید شد.

سوال چهارم: تعریف آژانس از نحوه اندازه‌گیری موفقیت چیست؟ این سوال را شاید بتوان مهم‌ترین پرسش در میان تمامی موارد این لیست به شمار آورد. اگر با طرفی سر و کار داشته باشید که نتواند نتیجه فعالیت خود را محک بزند، شکست تبلیغاتی کسب‌وکارتان تضمین شده

اصلی‌ترین دلیلی که یک کسب‌وکار باید تیمی متخصص در زمینه بازاریابی و تبلیغات در اختیار داشته باشد، این است که از آن پس می‌تواند بر دیگر حیطه‌های مهم شغل خود متمرکز شده و نگرانی‌ای در مورد نحوه جلب نظر مردم نداشته باشد

ایستگاه تبلیغات



بایدها و نبایدهای شعار تبلیغاتی

۱- شعار تبلیغاتی باید به آسانی به خاطر سپرده شود

شعار تبلیغاتی باید به آسانی به خاطر سپرده شود و دیر از ذهن‌ها فراموش شود. برای به خاطر سپاری آسان یک شعار می‌توان از کلمات موزون و جناس و شعرگونه استفاده کرد.

به همین دلیل است که اکثر شرکت‌ها در آگهی‌های تبلیغاتی خود از واژه‌های شعرگونه و تصاویر متحرک استفاده می‌کنند.

۲- شعار تبلیغاتی تا حد امکان کوتاه باشد

هرچه شعار تبلیغاتی کوتاه‌تر باشد، تبلیغ مؤثرتر خواهد بود و تأثیر بیشتری بر مشتری می‌گذارد و بهتر به یاد می‌ماند.

به یاد داشته باشید بهترین شعارهای دنیا معمولاً پنج کلمه بیشتر نیستند.

۳- شعار تبلیغاتی باید عامیانه باشد

اگر مردم عادی مشتریان شما هستند از کلمات تخصصی و حرفه‌ای استفاده نکنید، همچنین بهتر است شعار شما احساسی باشد تا منطقی زیرا بیشتر خریده‌ها احساسی هستند تا منطقی.

۴- شعار تبلیغاتی باید حداقل یک مزیت و برتری را نسبت به رقبا بیان کند

باید با شنیدن شعار تبلیغاتی بی به مزیت رقابتی برده، همچنین نیازی از مشتری را که می‌تواند برطرف کند مشخص کرد.

به شعاری که تازه برای خود انتخاب کرده و بر کیفیت محصول اشاره دارد دقت کنید؛ «همیشه کیفیت، همیشه تازه» درحالی‌که رقیب شما پروژک این شعار را انتخاب کرده «طبیعت منشا پاکیزگی».

۵- شعار تبلیغاتی باید باورپذیر باشد و دور از ذهن نباشد

اگر یک شعار آتقدر دور از واقع باشد که تمسخر شنونده را برانگیزد و در او احساس منفی ایجاد کند، در فروش تأثیر منفی ایجاد می‌کند. برای مثال می‌توان به شعار قبلی چسب رازی اشاره کرد؛ «چسب رازی، بهترین چسب دنیا».

آیا به نظر شما چسب رازی بهترین چسب دنیاست؟ به همین منظور چسب رازی شعار خود را تغییر داده است، به‌طوری‌که دور از ذهن نباشد و همچنین موزون بودن خود را حفظ کند. به دو کلمه متناسب رازی و راضی دقت کنید؛ «همه راضی، از چسب رازی».

مثال دیگر شرکت هواپیمایی مازی که چندی پیش یکی از هواپیمای شرکت ناپدید شد و هیچ خبری از آن نشد. پس از این ماجرا شرکت جهت افزایش مشتریان خود شعار زیر را انتخاب کرد؛ «اگر نمی‌دانید به کجا می‌خواهید سفر کنید، پروازهای مازی را انتخاب کنید.» انتشار این شعار باعث خشم بازماندگان قربانیان هواپیمای ناپدید شده مازی شد که در نهایت شرکت مجبور شد شعار خود را حذف کند.

۶- شعار تبلیغاتی باید متمایزکننده محصول یا خدمات باشد

شعار تبلیغاتی باید تفاوت یک محصول یا محصول‌های شرکت رقیب را به روشنی نشان دهد. برای مثال می‌توان شعار زیر را ذکر کرد.

بس: با بس تفاوت را احساس کنید.

پورشه: جایگزینی نیست.

فولکس‌واگن: کوچک فکر کنید.

آی مکس: بزرگ فکر کن.

۷- شعار تبلیغاتی قابل استفاده توسط رقبا نباشد

شعار تا حد امکان به‌گونه‌ای طراحی شود که نام برند را در خود داشته باشد و برای دیگر رقبا قابل استفاده نباشد. مثلاً:

- سن ایچ و دیگر هیچ

- مهمان، خوشمزه و خوشام

- فقط بیک مثل بیک می‌نویسد.

و در نقطه مقابل می‌توان به شعار تبلیغاتی شرکت یخچال‌سازی امرسان اشاره کرد؛ «زیبا جادار مطمئن.» یا شرکت پاکسان و چرخ خیاطی کاجیران که از یک شعار تبلیغاتی استفاده کرده‌اند؛ «کاجیران به اقتصاد خانواده می‌اندیشد و پاکسان به سلامت خانواده می‌اندیشد.»

در این شعار اصلاً به نام برند و ویژگی متمایز اشاره نشده است، همچنین شعار تبلیغاتی شامپوهای سان سبک «سان سبک یعنی زندگی منتظر نمی‌ماند.»

این شعار با محصول هیچ مرتبط نبوده و همچنین حس بی‌تفاوتی یا حتی منفی را در شنونده القا می‌کند.

۸- شعار تبلیغاتی باید احساسات یا حس غرور را در مشتریان تشدید کند

مشرف‌کننده پس از شنیدن شعار تصور کند در صورت استفاده از محصول احساس خوبی خواهد داشت. مثلاً: - بانک کارآفرین: دانش جهانی راه‌حل ایرانی صابون پیرس: آماده شوید تا به بانوی زیبا تبدیل شوید لورئال: چون شما ارزشش را دارید

شامپو بچه جانسون: اشک بس است. و در نقطه مقابل شعارهایی هستند که خنثی بوده و هیچ ارزش حسی ندارند. مثلاً تبلیغ پوشاک هاکوپیان؛ «همگام با پیشگامان صنعت پوشاک جهان.»

۹- شعار تبلیغاتی باید مشتری را به عمل و کاری دعوت کند

مثلاً شرکت ایل از مخاطبش می‌خواهد که متفاوت فکر کند یا شرکت کوکاکولا؛ «کوکاکولا بنوشید، متفاوت فکر کنید».



اندازه گیری میزان اثربخشی تیم فروش

فروش بخش اصلی یک کسب و کار است. در واقع همه بخش‌های دیگر کار می‌کنند تا بخش فروش بتواند کار را به درستی پیش ببرد. از همین رو فرآیند فروش باید به درستی و دقت اجرا شود. آخرین مرحله از این فرآیند به اندازه گیری اختصاص یافته است. در واقع، شما باید بدانید که میزان اثربخشی تیم فروش شما چقدر بوده و چه کارهایی را برای بهبود بیشتر آن باید انجام داد.

آیا فرآیند فروش شما مؤثر است؟

تاکنون صدها روش برای اندازه گیری عملکرد فروش طراحی شده است، اما خود را درگیر راهکارهای پیچیده نکنید.

در ادامه یک روش بسیار ساده و مؤثر برای ارزیابی فروش شما آورده شده است. تعداد سرخ‌های بازاریابی که تبدیل به فرصت شده‌اند. فرصت‌هایی که به فروش منجر شده‌اند. قبل از اینکه میزان اثربخشی تیم فروش را با این دو معیار اندازه گیری کنید، اجازه دهید چرخه فروش را با هم بررسی کنیم.

مراحل چرخه عمر فروش

اگر به چرخه عمر فروش توجه کنید، می‌توانید مخاطبان خود را براساس موقعیتی که دارند، دسته بندی کنید.

فرد دسته اصلی وجود دارد: (۱) سرخ‌های بازاریابی (۲) سرخ‌ها (۳) مشتریان

سرخ‌های بازاریابی: این مرحله در مورد چگونگی جذب مشتری است. به عنوان مثال، شما صاحب کسب و کاری در حوزه طراحی وب هستید. شما اغلب مشتریان خود را از لینکدین می‌یابید و آدرس ایمیل آنها را یافته و تلاش می‌کنید نخستین ارتباط را با آنها برقرار کنید. **فرصت‌ها:** بعد از اینکه سرخ‌های بازاریابی را یافتید، به آنها ایمیل می‌زنید. اگر یکی از آن سرخ‌های بازاریابی به ایمیل شما پاسخ مثبت داد و از شما خواست که در مورد نحوه همکاری بیشتر صحبت کنید، او را می‌توانید در گروه فرصت‌ها قرار دهید.

مشتریان: همه آن افرادی هستند که بعد از صحبت با تیم فروش، به محصولات تیم علاقه‌مند بوده و ارتباط با کسب و کار شما را شروع می‌کنند.

در واقع مشتریان کسانی هستند که به کسب و کار شما از طریق خرید محصول، درآمد ارائه می‌کنند.

چه تعداد از سرخ‌های بازاریابی شما به فرصت تبدیل می‌شوند؟

این نرخ به شما اطلاعات زیادی راجع به بازاریابی و فروش‌تان می‌دهد.

آیا فروشندگان قادر هستند سرخ‌های بازاریابی را به فرصت تبدیل کنند؟ آگاهی از این موضوع بسیار مهم و ارزشمند است، زیرا اگر متوجه شوید که مشکل از این بخش است یا نیست، می‌توانید استراتژی‌های درست‌تری را اتخاذ کنید. شاید تیم فروش در بخش تبدیل سرخ‌های بازاریابی به فرصت خوب عمل می‌کند، اما تیم بازاریابی سرخ‌های کافی را در اختیار تیم فروش قرار نمی‌دهد. دوم اینکه آیا فروشندگان شما به‌طور مؤثری سرخ‌های بازاریابی را پیگیری می‌کنند؟ در صورتی که تعداد سرخ‌های بازاریابی مناسبی در اختیار تیم فروش قرار می‌گیرد، اما آنها نمی‌توانند فرصت‌های کافی را به دست آورند؛ باید روش‌ها را مورد بررسی قرار دهید. در چنین وضعیتی دو مشکل ممکن است وجود داشته باشد.

۱- تیم بازاریابی سرخ‌های مناسبی را در اختیار تیم فروش قرار نمی‌دهد.

۲- تیم فروش به خوبی پیگیری فروش نیست.

چه تعداد از فرصت‌ها به فروش نهایی منجر می‌شوند؟

شما باید تعداد کل فرصت‌هایی را که به دست آوردید با تعداد کل فروش‌های نهایی مقایسه کنید.

اگر اختلاف بزرگی بین آنها وجود دارد، نخستین کاری که باید انجام دهید، یافتن دلیل عدم خرید است. اینکه چرا فرصت‌های شما به فروش تبدیل نمی‌شوند همیشه اشتباه از سوی تیم فروش نیست، شاید قیمت‌گذاری‌های شما به درستی انجام نشده است. شاید برند شما به اندازه کافی قدرتمند نیست. باید دلیل اصلی را یافته و سپس استراتژی صحیحی را اتخاذ کرد.

یک نکته بسیار مهم در اثربخشی تیم فروش

البته باید به صنعت خود توجه کنید، زیرا نرخ تبدیل فرصت به فروش در صنایع مختلف متفاوت است. براساس تجزیه و تحلیل‌هایی که تیم تحقیقات بازار هاب اسپات از ۸۹۰۰ شرکت در ۲۸ صنعت انجام داده است، متوسط نرخ تبدیل فرصت به فروش در صنعت گردشگری ۱۱ درصد است، در حالی که برای صنعت هنر حدود ۲۸ درصد است. به همین دلیل در این بخش بیشتر باید خودتان را با رقیب مقایسه کنید. اگر رقیب بهتر از شما عمل می‌کنند، احتمالاً مشکلی در کسب و کار شما وجود دارد که باید آن را برطرف کنید.

اگر به نتایج مشابهی با رقیب دست می‌یابید، باید با استراتژی‌های تمایز خودتان را از رقیب متمایز کنید. در واقع بیشتر روی برندینگ کار کنید.

نتیجه گیری

اندازه گیری همواره به عملکرد بهتر منجر شده است. بدون اندازه گیری نتایج فروش‌تان نمی‌توانید مشکل اصلی را که در کسب و کارتان وجود دارد بیابید. بنابراین دو معیاری را که در این مطلب به آنها اشاره شد به دقت دنبال و سعی کنید برای بهبود نتایج، استراتژی‌های صحیحی را اتخاذ کنید.

منبع: hubspot

یک برنامه وفاداری ساده و متفاوت!

نگاهی به چگونگی برنامه وفاداری My Waitrose



علیرضا جعفری
مشاور برنامه‌های وفاداری

یکی از مجموعه‌های زنجیره‌ای معتبر در کشور انگلستان، Waitrose است؛ زنجیره‌ای که با بیش از ۱۰۰ سال قدمت، به فروش مایحتاج روزانه مردم مشغول است. از میوه و خوراکی‌های ارگانیک گرفته تا انواع نوشیدنی‌ها و غذاهای آماده سرد و گرم؛ از خدمات خشکشویی تا انتشار مجلات و برگزاری کلاس‌های آشپزی، همه و همه در این مجموعه بی‌نظیر ارائه می‌شوند. در سال ۱۹۰۴، سه شریک تجاری به نام‌های Wallace Rose و Arthur Waite و David Taylor خرده‌فروشی

فروشگاه‌های این زنجیره از خدمات مجموعه استفاده می‌کنند. تنها بعد از مدت دو تا سه هفته، کارت رایگان تا هر اندازه که مشتری فرستاده می‌شود. امتیازهایی که دارندگان کارت‌های Waitrose از آنها برخوردارند شامل ۱۰ درصد تخفیف روی کالاهای مشخص، دریافت نوشیدنی (چای یا قهوه) رایگان تا هر اندازه که مشتری بخواهد، مجلات و روزنامه‌های رایگان، خدمات خشکشویی با تخفیف ویژه، ۱۰ درصد تخفیف شرکت در کلاس‌های آشپزی مجموعه، ۲۰ درصد تخفیف در استفاده از خدمات کافی‌شاپ، ۲۰ درصد تخفیف بر هر کالایی که مشتری انتخاب کند، ارائه روزانه ۱۰۰ قلم کالای مصرفی به صورت رایگان، تخفیف‌های باورنکردنی در سفارش‌های آنلاین، شرکت در قرعه‌کشی ماهانه به ارزش ۵۰۰۰ پوند برای یک نفر و ۵۰۰ پوند برای ۱۰ نفر و جلسات رایگان آشپزی برای ۱۰ نفر به ارزش ۱۰۰ پوند، تورهای آموزشی و تفریحی به مزارع ارگانیک فروشگاه، انجام خرید به صورت سلف سرویس ... و ... است. بنا بر گفته مدیرعامل این زنجیره بزرگ، فراهم آوردن قهوه رایگان برای مشتریان (بدون اینکه از فروشگاه خریدی انجام داده باشند)، Waitrose را به دومین تأمین‌کننده بزرگ قهوه در بریتانیا تبدیل کرده است. مشتریان وفادار Waitrose، از این امکان جالب برخوردارند که در هر ساعتی از شبانه‌روز، بدون انجام هیچ‌گونه خریدی به فروشگاه بیایند و تا آنجا که میل دارند از قهوه و چای‌های خوش طعم و رایگان فروشگاه استفاده کنند؛ امکانی که با وجود مزایای بسیار، درس‌هایی نیز برای این شرکت به همراه داشته است.

عضویت در این برنامه وفاداری، صرفیت در این برنامه وفاداری، می‌تواند به تفاوت ساختار و اجرای برنامه با برنامه‌های وفاداری سایر خرده‌فروشان نظیر Tesco اشاره داشت؛ تفاوتی که در آن، حرفی از امتیاز و جمع‌آوری آن همین منظور اعلام می‌شود و شامل خریدهای حضوری در فروشگاه نیست. مشتریان به هنگام خرید وفاداری خود هستند. در غیر این صورت از مزایای مشتریان وفادار بی‌بهره می‌مانند. در خریدهای اینترنتی، به دلیل استفاده از حساب کاربری، اعلام کد وفاداری کافی به آنها نمی‌گویییم برود امتیاز جمع کنید و بعد بیابید. می‌گوییم در لحظه از خرید خود و از بودن در کنار ما لذت ببرید، با فروشندگان مؤدب و خوش‌رو ما برخورد کنید و از نظم مجموعه شگفت‌زده شوید. در کنار نوشیدن یک فنجان قهوه خوش طعم، از خواندن روزنامه و مجلاتی که متعلق به شما است، لذت ببرید. تمام اینها دلایل خوبی برای دوباره آمدن و حضور مجدد هر شعبه مناسب با شرایط و موقعیت جغرافیایی خود به خدمت مشغول است.

امکان ارائه خدمات خشکشویی، خدمات پمپ بنزین و کلاس‌های آشپزی در هر شعبه‌ای مهیا نیست. هر شعبه متناسب با شرایط و موقعیت جغرافیایی خود به خدمت مشغول است.

روزنامه‌های رایگان ارائه شده در مجموعه شامل Daily Telegraph, Daily Mail, The Guardian, The Times و Scottish Daily Mail است. سایر روزنامه‌های بالاتر از ۵ پوند، بسته به میزان خرید مشتری در آن روز، با تخفیف در اختیار وی قرار خواهد گرفت.

مجلات رایگان، بیشتر در حوزه خوراکی و آموزش آشپزی است. استفاده از آنها ارتباطی با خرید مشتری ندارد.

دریافت کلیه خدمات و کالاهای رایگان منوط به ارائه کارت وفاداری از طرف مشتری به فروشندگان حاضر در فروشگاه یا دستگاه‌های کارتخوان است.

مشتریان وفادار، با هر رسید

ندارد. مشتریان از ابتدا تا انتها، فقط مشتری وفادار فروشگاه می‌مانند. این ویژگی هم می‌تواند مثبت باشد و هم منفی! البته باید دیدگاه مسئولان مجموعه را در این زمینه به دقت جویا شد. آنها می‌گویند «شاید در نظر شما روزنامه، مجله، قهوه یا هر محصول رایگان، برای یک برنامه وفاداری جذاب نباشد، اما ما مطمئن هستیم کاری را انجام می‌دهیم که خواسته قلبی مشتریان است. ما مشتریان خود را به خریدهای بعدی موعول نمی‌کنیم. به آنها نمی‌گوییم برود امتیاز جمع کنید و بعد بیابید. می‌گوییم در لحظه از خرید خود و از بودن در کنار ما لذت ببرید، با فروشندگان مؤدب و خوش‌رو ما برخورد کنید و از نظم مجموعه شگفت‌زده شوید. در کنار نوشیدن یک فنجان قهوه خوش طعم، از خواندن روزنامه و مجلاتی که متعلق به شما است، لذت ببرید. تمام اینها دلایل خوبی برای دوباره آمدن و حضور مجدد هر شعبه متناسب با شرایط و موقعیت جغرافیایی خود به خدمت مشغول است.

مختص به شخص دارنده کارت است، یعنی شخصی که در سایت شرکت ثبت نام کرده و نامش روی کارت درج شده است. استفاده دیگر افسراد از یک کارت از نظر شرکت پذیرفته نیست و در صورت مشاهده، برخورد جدی صورت می‌گیرد.

مشتریان در هر لحظه که بخواهند می‌توانند از عضویت باشگاه، خارج شوند. تنها کافی است به سایت شرکت مراجعه کرده و حساب کاربری کارت خود را غیرفعال کنند.

Waitrose- در قبال گم شدن، خرابی و سرقت کارت وفاداری مشتریان هیچ گونه مسئولیتی ندارد. مشتریان سرت کارت خود را باید به شرکت اطلاع دهند.

خرید خود از فروشگاه، از یک شانس برای شرکت در قرعه کشی ماهانه Waitrose برخوردار خواهند شد. خریدهای آنلاین در صورتی که با حساب کاربری مشتری و ارائه کد وفاداری صورت پذیرد، جزو شانس‌های قرعه‌کشی محسوب خواهد شد. خرید آزاد (مشتریان عادی)، شامل قرعه کشی نیست.

افراد دارنده کارت وفاداری باید سن‌شان حداقل بالای ۱۸ سال باشد.

مزایای برنامه وفاداری

از جمله مزایای بزرگ این برنامه وفاداری، می‌تواند به تفاوت ساختار و اجرای برنامه با برنامه‌های وفاداری سایر خرده‌فروشان نظیر Tesco اشاره داشت؛ تفاوتی که در آن، حرفی از امتیاز و جمع‌آوری آن همین منظور اعلام می‌شود و شامل خریدهای حضوری در فروشگاه نیست. مشتریان به هنگام خرید وفاداری خود هستند. در غیر این صورت از مزایای مشتریان وفادار بی‌بهره می‌مانند. در خریدهای اینترنتی، به دلیل استفاده از حساب کاربری، اعلام کد وفاداری کافی به آنها نمی‌گویییم برود امتیاز جمع کنید و بعد بیابید. می‌گوییم در لحظه از خرید خود و از بودن در کنار ما لذت ببرید، با فروشندگان مؤدب و خوش‌رو ما برخورد کنید و از نظم مجموعه شگفت‌زده شوید. در کنار نوشیدن یک فنجان قهوه خوش طعم، از خواندن روزنامه و مجلاتی که متعلق به شما است، لذت ببرید. تمام اینها دلایل خوبی برای دوباره آمدن و حضور مجدد هر شعبه متناسب با شرایط و موقعیت جغرافیایی خود به خدمت مشغول است.

معایب برنامه وفاداری

برنامه My Waitrose، با وجود مزایا، جذابیت‌ها و تفاوت‌های بسیار، معایبی نیز دارد که قابل چشم‌پوشی نیست؛ اول آنکه در این برنامه، طبقه‌بندی مشتریان وفادار معنا و مفهومی ندارد. مشتریان با عادی و گداری هستند یا وفادار. تفاوتی ندارد که مشتری یک سال است که وفادار مانده یا سه سال. نوع خریدهای آنها نیز در طولانی مدت تأثیر چندانی بر هدایای آنها نخواهد داشت. هر مشتری در لحظه تطمیع می‌شود و تمام البته از حق نگذریم که برای ایجاد حس پیگیری، شرکت از قرعه‌کشی‌های ماهانه نیز بهره برده است. این روش ممکن است بعد از مدتی برای مشتری تکراری و خسته‌کننده باشد. باید دید شرکت Waitrose در آینده چه تغییراتی را در برنامه وفاداری خود اعمال خواهد کرد.

نکته دیگر آنکه شرایط عضویت در باشگاه مشتریان وفادار Waitrose نیازی به سابقه خرید ندارد. با این شیوه مشتریان وفادار به معنای واقعی قابل تشخیص نیستند. در ضمن، پیشنهاد شگفت‌انگیز این شرکت برای ارائه قهوه و چای رایگان بدون وجود خرید ممکن است برای این زنجیره هزینه‌های اضافی به بار آورد. مشتریان فرصت‌طلب کم نیستند که با تهیه یک کارت ساده وفاداری، در هر روز بارها به این فروشگاه‌ها مراجعه کنند و بدون هیچ‌گونه خریدی به نوشیدن مشغول شوند.

ارتباط با نویسنده: me@alirezajafari.com

مشتریان ابدی

چگونه می‌توان مشتریان بالقوه را به مشتریان واقعی تبدیل کرد؟



یکی از اهدافی که در بازاریابی و کسب و کارهای مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد، تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان بالفعل است.

به گزارش پارک بازاریابی ایران، علاوه بر اینکه اغلب شرکت‌ها و برندها تلاش می‌کنند تا مشتریان دائمی خود را داشته باشند و انرژی زیادی را صرف نگهداری مشتریان ثابت خود می‌کنند، بلکه در کنار آن تلاش می‌کنند مشتریان جدید را نیز جذب کنند. در این نوع از بازاریابی که به بازاریابی مصرف‌کننده شناخته شده است، بازاریابان سعی می‌کنند اکثر افرادی را که برای خرید مراجعه می‌کنند به خریداران بالفعل تبدیل کنند. به بیان دیگر، افراد را ترغیب به خرید کنند. برای رسیدن به این هدف، اقدامات مختلفی از جمله موارد زیر انجام می‌شود.

۱- در نظر گرفتن تخفیف بازاریابی

مطابق تجربیات مشاوره بازاریابی و فروش، برخی از شرکت‌ها تلاش می‌کنند برگه‌های تخفیفی را طراحی کنند که مشتریان به برگه‌ها استفاده می‌کنند، بتوانند با تخفیف‌هایی که در نظر گرفته شده است محصولات مورد نیاز خود را تهیه کنند. این تخفیف‌ها برای بسیاری از مشتریان و افراد، یک نیروی برانگیزاننده برای خرید است. بنابراین، ممکن است با اینکه قصد خرید ندارند، ولی اقدام به تهیه این برگه‌ها و استفاده از تخفیف‌ها کنند. از آنجا که صاحبان شرکت‌ها و کسب و کارها از این تمایل افراد و ترغیب‌کننده مشتریان و خریداران آگاهی دارند، سعی می‌کنند از این ابزار برای ایجاد انگیزه در مشتریان استفاده کنند و بر رفتار آنها تأثیر بگذارند.

۲- برگزاری نمایشگاه‌ها

به نظر مشاوره بازاریابی، نمایشگاه‌هایی که هر از چند گاهی برگزار می‌شود یکی از ابزارهایی است که شرکت‌ها می‌توانند به نمایش، معرفی و فروش محصولات خود بپردازند. بنابراین، شرکت‌ها اقدام به برگزاری نمایشگاه‌ها می‌کنند و قصد دارند از این طریق، به معرفی کالاهای خود پرداخته و انگیزه کافی برای خرید در بازدیدکنندگان ایجاد کنند.

۳- توجه به ویژگی‌های فیزیکی محل فروش

ممکن است شرکت‌ها از فضاهای مختلفی برای معرفی و فروش کالاهای خود استفاده کنند. این فضاها هم می‌توانند فضاهای واقعی و واحدهای فروش باشند و هم می‌توانند از طریق فضاهای مجازی و سایت‌ها انجام شود. شرکت‌ها از هر فضای که برای معرفی و فروش محصولات خود استفاده می‌کنند باید به ویژگی‌های فیزیکی و ظاهری این فضاها توجه کنند. در صورتی که شما از فضاهای واقعی و واحدهای فروش استفاده می‌کنید باید ویتترین‌ها و ظاهر محل فروش خود را به گونه‌ای طراحی کنید که بتواند توجه مشتریان را به خود جلب کند. ویتترین‌ها و محصولات که در ویتترین قرار می‌گیرند می‌توانند نقش مهمی در جذب مشتریان داشته باشند. در صورتی که شما از طریق اینترنت و فضای مجازی به تبلیغ، معرفی و فروش کالاهای مورد نظر خود می‌پردازید، باید در طراحی سایت خود دقت لازم را داشته باشید. برای رسیدن به این هدف باید در سایت خود به بخش‌های مختلف توجه داشته باشید. از جمله این بخش‌ها می‌توان به عکس‌ها و تصاویر کالا و محصولات، قیمت کالاها، نحوه خرید، نحوه ارتباط با شرکت، پرداخت‌های اینترنتی و ... اشاره کرد. علاوه بر این بخش‌ها باید طراحی ظاهری سایت شما جذاب باشد و بتواند مشتریان را زمان بیشتری در سایت شما نگه دارد.



بازاریابی خلاق

کتاب های الکترونیکی بنویسید - کتاب‌ها از انواع دیگر محتوا ارزش بیشتری دارند و تخصص شما را تأیید می‌کنند. شما می‌توانید آنها را بفروشید یا به‌صورت رایگان در ازای گرفتن آدرس ایمیل کاربران ارائه دهید.

کلید



معرفی گام به گام بخش‌های اصلی یک طرح کسب‌وکار

مایک تاپسون، یکی از قهرمانان مشت‌زنی سابق، هنگامی که از او در مورد برنامه‌هایش پرسیده شد، اذعان داشت که هر برنامه‌ای دقیقاً به هنگام تصمیم‌گیری در ذهن شکل می‌گیرد. نظریه او دقیقاً مشابه نظر به‌های جدید در مدرسه‌های کارآفرینی است که معتقدند بداهه عمل کردن باعث خلاقیت و نوآوری می‌شود. آنها بر این باورند که می‌توانید زمان خود را به جای صرف کردن برای نوشتن یک طرح ۲۰صفحه‌ای، صرف کارهای متفاوت‌تری کنید.

به گزارش ibazaryabi در مقابل این نظریه رویکردی با عنوان برنامه‌ریزی هدفمند وجود دارد که اغلب تحقیقات و پژوهش‌ها موفقیت آن را اثبات کرده‌اند. یکی از بهترین برنامه‌ریزی‌ها برای کسب‌وکارها، نوشتن یک طرح کسب‌وکار خوب و کارا است که در آن مشخص می‌کنند ما «هم‌اکنون در چه وضعیتی هستیم»، «می‌خواهیم از کجا به کجا برسیم» و اینکه «چگونه می‌توانیم به آنجا برسیم».

۷ بخش اصلی از یک طرح کسب‌وکار یا بیزینس پلن

یک طرح کسب‌وکار شامل اهداف یک کسب‌وکار است؛ دلالی که نشان می‌دهد آن اهداف و راه‌های رسیدن به آنها قابل دستیابی است. طرح کسب و کار به کسب و کارها در جلوگیری از شکست کمک می‌کند. هدف از طراحی این طرح درک روشنی از نقاط قوت و ضعف و قوت کرده‌اند. یکی از بهترین برنامه‌ریزی‌ها برای کسب‌وکارها، نوشتن یک طرح کسب‌وکار خوب و کارا است که در آن مشخص می‌کنند ما «هم‌اکنون در چه وضعیتی هستیم»، «می‌خواهیم از کجا به کجا برسیم» و اینکه «چگونه می‌توانیم به آنجا برسیم».

خلاصه اجرایی

خلاصه اجرایی، خلاصه‌ای از اهداف یک کسب‌وکار است که جنبه‌های مختلف یک کسب‌وکار در آن مورد بررسی قرار می‌گیرد. گاهی اوقات شما نیاز دارید که طرح کسب‌وکار یا بیزینس پلن خود را به سرمایه‌گذاران نشان دهید. بنابراین باید مطمئن شوید که توضیحاتی درباره کسب‌وکار شما، محصولات، خدمات ارائه شده و نیازهای مالی‌تان به صورت کامل در طرح آورده شده است.

شرح کسب‌وکار

این جایی است که شما خوانندگان را به کسب‌وکار معرفی می‌کنید؛ توصیف محصولات و خدماتی که کسب‌وکار شما در قبال ارائه و کجا و چگونه شما در ارائه آن به مشتریان بالقوه خود برنامه‌ریزی کنید. در حال حاضر، شما باید یک ایده روشن را در مورد کدام صنعت یا کسب‌وکاران تا مطرح کنید و مشتری‌های مورد نظر خود را انتخاب کنید. همچنین شامل تجزیه و تحلیل صنعت و کسب‌وکار خود را متناسب است. همچنین چشم‌انداز آینده را شامل می‌شود. چگونگی پیشرفت‌های بیشتر در صنعت شما را تحت تأثیر قرار می‌دهد که ممکن است روی کسب‌وکار شما تأثیر بگذارد و واقعیت‌ها را به اثبات برساند.

تجزیه و تحلیل بازار و رقبا

یک تحلیل کامل از بازار برای کسب‌وکارها بسیار مهم و حیاتی است. این تحلیل باید چرخه خرید، عادت‌های خرید مشتریان، آمادگی برای پذیرش محصولات و مواردی از این قبیل را تجزیه و تحلیل کند. به‌طور خلاصه در این مرحله، شما باید ثابت کنید که بازار مناسبی برای محصولات و خدمات شما وجود دارد. همچنین باید راجع به رقبای خود تحقیق کنید. این یافته‌ها به شما کمک خواهد کرد تا یک مزیت رقابتی واقعی نسبت به رقبای خود داشته باشید. استراتژی‌هایی که برای این بخش تهیه کرده‌اید باید در طرح کسب‌وکار شما گنجانده شوند.

بازاریابی و فروش

بازاریابی و فروش یکی از اصلی‌ترین ارکان کسب‌وکارها است، لذا اختصاص دادن یک مرحله مهم به این بخش ضروری به نظر می‌رسد. این بخش شامل استراتژی‌های بازاریابی و ترویج محصولات شما است؛ تبلیغات، ترویج محصولات و روابط عمومی. در این بخش تمامی راهکارها برای افزایش تعداد سرخ‌های بازاریابی، افزایش تبدیل‌ها و حفظ مشتری آورده می‌شود. تمامی موارد ذکر شده باید واقعی و مبتنی بر حقایق باشند.

مدیریت و عملیات تجاری

این بخش به برنامه‌ریزی کسب‌وکار شما بستگی دارد که اغلب شامل تدارکات و الزامات توسعه کسب‌وکارها است. زیرساخت‌ها، تجهیزاتی همچون وای‌فای و مسئولیت‌های تیم مدیریت در این بخش نوشته می‌شود.

وضعیت مالی

موفقیت یا شکست کسب‌وکارها را میزان سود آنها مشخص می‌کند، بنابراین طبیعی است که یکی از بخش‌های اساسی طرح کسب و کار شما به آن اختصاص یابد.

جنبه‌های اصلی:

- گزارشی کامل از منابع درآمدی کسب‌وکار
- پیش‌بینی هزینه‌ها
- طرح‌های جذاب برای افزایش درآمد و رشد کسب‌وکار.

مدیریت ریسک و پلن‌های پیشنهادی

حتی اگر برنامه شما بسیار کامل و بی‌نقص باشد، باز هم ممکن است اشتباهاتی رخ دهد.

طرح شما باید شامل استراتژی‌هایی باشد که در صورت بروز اشتباهات راهکارهایی را پیشنهاد دهد.

به‌عنوان مثال، یکی از استراتژی‌ها می‌تواند تغییر استراتژی‌های بازاریابی باشد، در صورتی که نتایج دلخواه رخ ندهد. تحقیقات ثابت کرده‌اند تیم‌هایی که برای خود بیزینس پلن دارند، اغلب موفق‌تر هستند و در مقابل مشکلات با برنامه‌تر رفتار می‌کنند.

منبع: smallbiztrends

راهکارهای بازگرداندن بحث به جریان اصلی در ملاقات‌های کاری

هنگامی که بحث گره می‌خورد



مقابل وی را به‌طور کامل متقاعد نکنید، تعهد و باورش به پروژه یا پیشنهادتان را جلب نکرده‌اید. این درست همان مشکلی بود که دیوید را در دستیابی به اهدافش ناگام ساخت. در حقیقت دیوید گمان می‌کرد که اگر به هر شیوه ممکن در مشاخره برطرف مقابل پیروز شود، معنای آن پذیرش طرح و ایده‌اش خواهد بود. اگر با مشکلی مانند آنچه در بالا شرح داده شد، دست‌نچینه نرم می‌کنید، این مقاله به شما کمک خواهد کرد تا خلاقیت و هوش بیشتری را در گفت‌وگو به کار برید. به‌طور خلاصه، شما نیازمند تحت تأثیر قرار دادن طرف مقابل و استفاده از خلاقیت در پیشبرد بحث هستید. در ادامه شیوه‌های مؤثر به منظور دستیابی به این هدف را بررسی خواهیم کرد.

مقابل وی را به‌طور کامل متقاعد نکنید، تعهد و باورش به پروژه یا پیشنهادتان را جلب نکرده‌اید. این درست همان مشکلی بود که دیوید را در دستیابی به اهدافش ناگام ساخت. در حقیقت دیوید گمان می‌کرد که اگر به هر شیوه ممکن در مشاخره برطرف مقابل پیروز شود، معنای آن پذیرش طرح و ایده‌اش خواهد بود. اگر با مشکلی مانند آنچه در بالا شرح داده شد، دست‌نچینه نرم می‌کنید، این مقاله به شما کمک خواهد کرد تا خلاقیت و هوش بیشتری را در گفت‌وگو به کار برید. به‌طور خلاصه، شما نیازمند تحت تأثیر قرار دادن طرف مقابل و استفاده از خلاقیت در پیشبرد بحث هستید. در ادامه شیوه‌های مؤثر به منظور دستیابی به این هدف را بررسی خواهیم کرد.

ترجمه: علی آل علی

اگر از صحبت‌های صمیمانه با دوستان و برخی از همکاران بگذریم، گفت‌وگویی تأثیرگذار و تمربخش یکی از کارهای دشوار حوزه کسب‌وکار محسوب می‌شود. در این مقاله مونیکو والکور از مؤسسه هارواد بیزینس به بررسی راهکارهای بازگرداندن گفت‌وگو به مسیر اصلی پرداخته است.

چند ماه پیش یکی از دوستانم به نام دیوید مدیریت بخش تجاری مدرسه‌ای در کالیفرنیا را بر عهده گرفت. وی ابتدا برنامه خود را تهیه و در راستای آن اقدام به استخدام و همکاری با نیروهای مورد نیاز کرد. پیش از شروع به کار دیوید با همه کارمندان گفت‌وگویی در مورد اهداف مدرسه و وظایف‌شان داشت. قصد وی از این گفت‌وگو، علاوه بر آگاه ساختن کارمندان، ایجاد احساس تعلق و وفاداری به اهداف تعیین شده بود. با این حال پس از گذشت یک سال از شروع این پروژه هنوز اهداف ابتدایی که قرار بود در عرض سه ماه محقق شود، نیمه‌کاره باقی مانده است.

هنگامی که با وی در مورد علت شکست آن پروژه صحبت کردم، نکته جالبی در سازوکار گفت‌وگویی دیوید با همکاران و کارمندانش یافتم. لیلا مسئول بخش خدمات آنلاین مدرسه‌ای بود که دیوید در آن کار می‌کرد. هنگامی که دیوید طرح برگزاری امتحانات به صورت آنلاین را ارائه داد، لیلا به دلیل وجود مشکلات سخت‌افزاری با آن مخالفت کرد. مشاخره میان آن دو بدون اینکه نتیجه خاصی در بر داشته باشد، پایان یافت. البته دیوید گمان می‌کرد که لیلا را متقاعد کرده تا پروژه پیشنهادی را انجام دهد، اما این تنها آن چیزی بود که دیوید گمان می‌کرد.

واقعیت آن است که اگر در فرآیند مذاکره و گفت‌وگو با طرف

مقابل وی را به‌طور کامل متقاعد نکنید، تعهد و باورش به پروژه یا پیشنهادتان را جلب نکرده‌اید. این درست همان مشکلی بود که دیوید را در دستیابی به اهدافش ناگام ساخت. در حقیقت دیوید گمان می‌کرد که اگر به هر شیوه ممکن در مشاخره برطرف مقابل پیروز شود، معنای آن پذیرش طرح و ایده‌اش خواهد بود. اگر با مشکلی مانند آنچه در بالا شرح داده شد، دست‌نچینه نرم می‌کنید، این مقاله به شما کمک خواهد کرد تا خلاقیت و هوش بیشتری را در گفت‌وگو به کار برید. به‌طور خلاصه، شما نیازمند تحت تأثیر قرار دادن طرف مقابل و استفاده از خلاقیت در پیشبرد بحث هستید. در ادامه شیوه‌های مؤثر به منظور دستیابی به این هدف را بررسی خواهیم کرد.

همه ما تصاویری از خود داریم که براساس بازخوردهای دیگران تغییر می‌یابد. این تصاویر شخصی ارتباط مستقیمی با اعتماد به نفس و واکنش‌های ما در برابر محرک‌های بیرونی دارد. بر همین اساس اگر در فرآیند گفت‌وگو به این تصاویر و الگوهای ذهنی توجه شود، احتمال توافق و یافتن نقطه نظر مشترک افزایش خواهد یافت

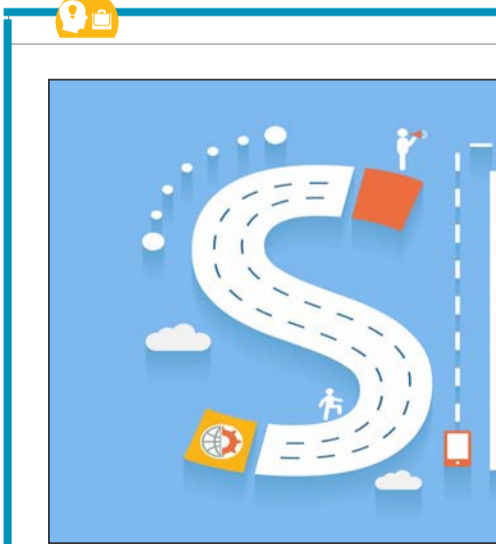
بیرون خواهد آمد.

در راستای برقراری گفت‌وگویی موفق تجاری برگزار می‌شود، بر اهمیت تغییر دیدگاه خود و طرف مقابل نسبت به بحث جاری تأکید می‌شود. به‌طور خلاصه، این بدان معناست که در بیشتر بحث‌های گره خورده، طرفین به یکدیگر به چشم رقیب نگاه می‌کنند. این امر ناشی از خصلت طبیعی کسب‌وکار است، اما اگر می‌خواهید بحث مؤثری داشته باشید و تجربه دیوید برای‌تان تکرار نشود، چشم‌انداز خود و طرف مقابل را از بحث دو رقیب به بحث دو همکار ارتقا دهید. حقیقت آن است که هنگام بحث هر دو طرف بر سر یک مشکل گفت‌وگو کرده و به نوعی همکار به حساب می‌آیند. همکاری برای حل یک مشکل مشترک نیازمند دستیابی به یک

باشیم؛ تا زمانی که نسبت به دیدگاه طرف مقابل به بحث آگاه نشویم، امکان حصول توافق بعید به نظر می‌رسد. در مثالی که در ابتدای بحث از دیوید آوردم، هنگام مصاحبه با لیلا متوجه شدم که یکی از مشکلات اساسی دیوید همین بوده است. لیلا در این مورد بر بی‌تفاوتی طرف مقابل نسبت به تجربه وی و سایر همکاری‌ها تأکید می‌کند: «دیوید هرگز تلاش نکرد نسبت به دیدگاه ما علاقه‌ای نشان دهد. در واقع به ندرت به صحبت‌های ما گوش می‌داد. همچنین وی فقط به فکر پرتاب کردن پروژه‌هایش به سمت ما بود. من یک متخصص حوزه

روابط سازمانی نیستم، اما گمان می‌کنم تفاوت آشکاری میان رفتار دیوید و همکاری در یک کسب‌وکار وجود دارد.» تلاش برای آگاهی از دیدگاه طرف مقابل به خودی خود هدف چندان مؤثری نیست. بدین معنا پس از آگاهی متقابل از زاویه دید باید در راستای دستیابی به یک یا چند هدف منسجم گام برداشت. این مرحله نیازمند تعدیل دوطرفه خواسته‌هایی است که در ابتدای بحث فاصله‌شگرفی از یکدیگر داشتند.

اهمیت بیان صریح احساس و نظر در روند گفت‌وگو هر دو طرف احساس و نظر خاصی در مورد هر یک از بخش‌های مورد مذاکره دارند. تأثیرگذاری این احساس‌های درونی تنها هنگامی محقق خواهد شد که به صورت درست و روشمند در قالب جملات بیان شود. به منظور دستیابی سریع به این مرحله بهتر است از جملاتی نظیر «دوست دارم در این بحث نگرانی‌های‌مان را کنار گذاشته و فارغ از اینکه نتیجه کار



سئو و توسعه وب‌سایت - این روزها سئو و توسعه وب‌سایت اهمیت بسیار زیادی پیدا کرده‌اند. بسیاری از کارآفرینان از وارد شدن به این حوزه‌ها احساس امنیت نمی‌کنند؛ زیرا تکنولوژی آن با سرعت زیادی در حال تغییر کردن است. بیش از ۲۰۰ فاکتور در الگوریتم‌های رتبه‌بندی وجود دارد و به همین دلیل بسیاری از صاحبان کسب‌وکار ترجیح می‌دهند که سئوی خود را به افراد متخصص بسپارند. اگر تخصص خوبی در این زمینه داشته باشید، از هر کجای دنیا می‌توانید مشتری داشته باشید و درآمد کسب کنید.

کارتابل



روی موارد کاملاً ضروری تمرکز کنید

فرصت امروز: انسان به علت محدودیت‌هایی که در حوزه توانایی‌های خود دارد، نمی‌تواند هم‌زمان روی چند هدف متمرکز باشد و اگر بخواهد چندین هدف را با هم به جلو سوق دهد، این امکان وجود دارد که از کیفیت کار به‌شدت کاسته شود. به همین خاطر معمولاً مدیران در تلاش برای ترتیب‌بندی و اولویت‌بخشی به اهداف خود هستند.

چیزی که مسلم است این است که هر هدف نیازمند هزینه‌هایی است. در رابطه با هزینه، تنها بحث مالی مطرح نیست و زمانی که صرف آن می‌شود نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. به همین خاطر در صورتی که به نتیجه مطلوب نرسد، ضرر بزرگی را متحمل شرکت خواهد ساخت. تصور غالب افراد این است که انجام چندکار هم‌زمان باعث جلو افتادن نسبت به سایرین خواهد شد، با این حال فراموش نکنید که در ابتدا باید بدانید که به چه کاری مشغول هستید و اهمیت انجام آن تا چه میزان است. برای مثال ممکن است در برنامه یک‌ساله خود موارد متعددی را ذکر کنید که ممکن است حجم آن چندین برابر سایر رقبای شما باشد، با این حال در صورتی که در انتخاب آنها دقت عمل کافی را نداشته باشید، بیشتر کار کردن شما منجر به پیشی گرفتن از سایرین نخواهد شد. علت این امر هم به این خاطر است که شما به علت آنکه در عرصه پر سرعت رقابت با محدودیت زمانی مواجه هستید، باید روی مواردی تمرکز کنید که واقعا مهم و حیاتی هستند و از انجام موارد بیهوده جلوگیری کنید. درواقع شما باید وقت و هزینه خود را روی مواردی خرج کنید که نیاز شرکت است.

با نگاهی عمیق به این واقعیت بی‌خواهید برد که کار تمامی ندارد و زمان به سرعت از مقابل چشمان شما گذر خواهد کرد. به همین خاطر باید در انجام کارهای خود ابتدا به موارد کاملاً ضروری و مهم بپردازید. با این کار این توانایی را پیدا خواهید کرد که حتی برخی از کارهای خود را از لیستی که تهیه کرده‌اید، حذف کنید که این خود امری بسیار سودمند و مفید است.

ایده

استفان کاوی، تعلیم‌دهنده، نویسنده، تاجر و سخنران انگیزشی آمریکایی است که محبوب‌ترین کتاب او هفت عادت مردمان مؤثر نام دارد. (کتاب «هفت عادت مردمان مؤثر» بیش از ۲۵ میلیون نسخه در سراسر جهان فروخته است و نسخه صوتی آن نخستین کتاب صوتی بود که بیش از یک میلیون نسخه فروخت. بیل کلینتون، رئیس‌جمهور وقت آمریکا در سال ۱۹۹۴، پس از رایزنی و مشاوره با استفان کاوی گفت که بهره‌وری آمریکا بسیار افزون‌تر خواهد شد اگر افراد راهنمایی‌های کاوی را پی بگیرند و دنبال کنند.)

اگر می‌خواهید در زندگی و روابط شخصی‌تان تغییرات جزئی به وجود آورید، به گرایش‌ها و رفتارشان توجه کنید، اما اگر دل‌تان می‌خواهد قدم‌های کوانتومی بردارید و تغییرات اساسی در زندگی‌تان ایجاد کنید، باید نگرش‌ها و برداشت‌های‌تان را عوض کنید. در راستای موفقیت لازم است نگرش خود را تغییر دهید. در رابطه با اهداف نیز همین‌طور است و باید بتوانید اهدافی را برای خود تعیین کنید که سایرین از درک و انجام آن عاجز هستند. حقیقت این است که به محض تغییر برداشت، همه چیز ناگهان عوض می‌شود.

استفان کاوی بیان می‌کند که در راستای موفقیت لازم است اهداف خود را به نهایت سه مورد کاهش دهید.

به محض شروع شناسایی سه هدف کاملاً ضروری، به ترتیب پی به این امر خواهید برد که برخی دغدغه‌های شما ادا مهم نبوده و می‌توان حتی آنها را نادیده گرفت. بدون شک هر شرکتی برای پیشرفت نیاز به هدفی دارد و این هدف به هر میزان که روشن‌تر باشد، نتایج مطلوب‌تری را در پی خواهد داشت.

کارآفرین انگلیسی «مارتا لیسن فاکس» نیز همواره به اهمیت تمرکز روی اهداف، تأکید دارد. درواقع وی با بیان اینکه جزئیات زیاد باعث می‌شود از اصل دور شویم، به سایرین توصیه می‌کند تمرکز خود را خرج مواردی کنند که واقعا از اهمیت بالایی برخوردار هستند. وی علت اصلی این امر را که افراد در پایان روز نمی‌توانند به موفقیت چشمگیری دست پیدا کنند، شناسایی ناقص آنها که منجر به افزایش تعداد خواسته‌ها خواهد شد می‌داند.

آنچه در عمل باید انجام دهید

- سعی کنید اهداف ضروری و مهم خود را به سه عدد کاهش دهید.

این امر بدون شک شما را در موقعیت بهتری قرار خواهد داد و باعث خواهد شد کاری را انجام دهید که واقعا برای شما سودمند است.

بازسازی ۲ دستگاه خودروی آتش‌نشانی با همت پرسنل شرکت نفت و گاز مسجد سلیمان

اهواز - شنبه قجواند : رئیس اداره **HSE** شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان از تعمیر و بازسازی ۲ دستگاه خودروی اطفای آتش با همت پرسنل این اداره خبر داد . سهراب ترکیان اظهار داشت : ۲ دستگاه خودروی اطفای آتش این اداره به دلیل سالها کارکرد دچار نقایص و مشکلاتی در سیستم تأسیسات مکانیکی شده بودند که در راستای استفاده بهینه از منابع و بهره وری صحیح و افزایش راندمان کار با تأکید بر اصل اقتصاد مقاومتی ، تعمیر و بازسازی شدند. وی با اشاره به اقدامات صورت گرفته روی این ۲ خودروی عملیاتی و استراتژیک گفت : تعویض مخزن آب و فوم - تعویض اصلاح پامپینگ - اصلاح سیستم بارگیری و لوله کشی فوم به همراه انجام تعمیرات اساسی پمپ از جمله مواردی بودند که با صرف صدها نفر ساعت زمان با همت پرسنل این مجموعه و با کمترین هزینه ممکن صورت گرفت .این مقام مسئول در حوزه **HSE** شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان افزود : با توجه به هزینه بسیار زیاد خریداری یک خودروی اطفای آتش ، بازسازی و تعمیرات اساسی خودروهای فعلی ضمن عملیاتی نگه داشتن آنها موجبات صرفه جویی اقتصادی فراوان و تسریع در ارایه خدمات در هنگام حادثه را موجب شده است. ترکیان ادامه داد : با این اقدامات بار دیگر این خودروها که طی سالهای اخیر در مواقع بسیار حساس و آتش سوزی های بزرگ وارد عمل شده اند و شراره های آتش را خاموش کرده اند ، عملیاتی باقی ماندند تا توان این مجموعه در آن هنگام همچنان پابرجا و استوار باقی بماند. لازم به ذکر است شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان در ۶ گستره ای وسیع به طول ۴۱۰ کیلومتر و وسعت ۲۷۰۰ کیلومتر مربع فعالیت می نماید؛ با دارا بودن دهها تأسیسات صنعتی و غیر صنعتی ضمن ایجاد شرایط و ضوابط فعالیت ایمن و بدور از هرگونه حادثه ، در مواقع بروز بحران هایی همچون آتش سوزی های مراع و جنگل ها و از این قبیل با استمداد مراجع ذیصلاح با مشارکت فعال و حضور در کوتاه ترین زمان ممکن که نشان از آمادگی نیروهای عملیاتی اداره **HSE** دارد نقش مهم و اساسی در اطفای آتش و بازگشت آرامش ایفا می نماید و طی سالهای اخیر آتش سوزی های بسیاری که در سطح مراع و جنگل های واقع در حوزه عملیاتی وسیع این شرکت خصوصا در فصل تابستان و گرمای سوزان منطقه بوقوع پیوسته با مشارکت و حضور پرسنل و ناوگان اطفای آتش این شرکت به سردی گراییده است .

بازدید از پایانه مرزی مهران و محورهای مواصلاتی استان

ایلام-هدی منصوری -مهندس نرورزی مدیرکل دفتر نگهداری راههای روستای و فرعی و هیات همراه و مهندس دلخواه مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام از سایت پایانه مرزی مهران و محورهای مواصلاتی استان به صورت میدانی بازدید به عمل آوردند. در این بازدید مهندس دلخواه ضمن عرض خوش آمد گویی اهم فعالیت های انجام گرفته و تسریع در بازسازی و ترمیم و بیان نمود. وی گفت: در سال ۹۶ به نسبت سال قبل مقیسات بیشتری در جهت تردد حال زوار اب عبد الله الحسین (ع) صورت گرفته و در تلاش هستیم با توجه به نزدیک شدن به ایام اربعین سردر رودی پایانه مرزی را به اتمام برسانیم.در ادامه این بازدید مهندس نرورزی مدیرکل دفتر نگهداری راههای روستای و فرعی با بیان اینکه استان ایلام از لحاظ راه روستای و فرعی از استان های کم برخوردار است اظهار داشت با توجه به حجم بالای تردد در محور های مواصلاتی استان در ایام خاص از نگاه ویژه سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای به این استان از کشور خیر داد و ضمن تقدیر و تشکر از زحمات شبانه روزی پرسنل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام تأکید کرد: اعتبارات ویژه ای برای بعضی از پروژه های راه روستای و فرعی در نظر گرفته شده است.

بازدید سرزده مهندس رسول آموئی از مرکز پاسخگویی ۱۱۸ شهرستان رشت

رشت- مهناز نوری - مدیر مخابرات منطقه گیلان با حضور در مرکز پاسخگویی ۱۱۸ رشت از تلاش های شبانه روزی همکاران این مرکز تقدیر بعمل آورد. مهندس آموئی ضمن بازدید از این مرکز، با تأکید بر حفظ حرمت مشتریان و ارائه خدمت مطلوب گفت: مرکز پاسخگویی ۱۱۸، یکی از مراکز خدماتی و رایگان مخابرات گیلان است که علیرغم هزینه های سنگین آن، شامل تمامی امکانات سخت افزاری، رفاهی و پرداخت به موقع حقوق پرسنل، تلاش دارم تا این خدمات همچنان برای خانواده ها، رایگان ارائه شود.وی در خصوص ارائه خدمات ویژه به مشتریان خاص، اظهار داشت:

این مرکز در نظر دارد برای مسترینان ویژه و VIP اعم از هتل ها، رستوران ها، داروخانه ها،مطب پزشکان،مگانهای تجاری و اقتصادی و فروشگاه های بزرگ از طریق تبلیغات و بازاریابی ،بسترهای مناسب تجاری را فراهم سازد. مهندس آموئی با اشاره به اینکه اکثر پرسنل مرکز ۱۱۸ را خانم ها تشکیل می دهند افزود: طرح دور کاری همکاران ۱۱۸ در دست بررسی است و ان شاءالله پس از نهایی شدن طرح و ایجاد راهکارهای لازم ،همکاران ۱۱۸ بعنوان مادران نسل آینده در محیط خانواده و در کنار فرزندان و سایر اعضای خانواده می توانند وظایف شغلی و اداری خود را نیز انجام دهند. مدیر مخابرات منطقه گیلان با اشاره به حجم بالای تماس های روزانه با مرکز ۱۱۸ گفت: روزانه بطور متوسط قریب به ۴۰ هزار نفر با این مرکز تماس می گیرند، باید سازمانی فراهم کنیم تا از میزان تماس با مرکز ۱۱۸ کاسته شود. وی افزود: در شرایط فعلی هر اتفاق ناخواسته ای که در سطح استان بیافتد،میزبان تماسها با مرکز ۱۱۸ بشدت افزایش می یابد، کوچکترین اتفاقی که در خصوص قطعی آب، برق، گاز یا بارش برف و باران رخ دهد، سیل تماس ها به سمت ۱۱۸ جاری می شود. ما اعتقاد داریم با همکاری و تعامل می توانیم نسبت به اصلاح روش مذکور و ایجاد ساز و کارهای مناسبتر، برای کاهش نگرانی، اضطراب و استرس در جامعه را فراهم سازیم. شایان ذکر است در پایان این دیدار با اهداء هدایایی از زحمات پرسنل مرکز ۱۱۸ قدردانی بعمل آمد.

۳۹ روستای آسیب دیده در سیل اخیر گلستان در کمتر از ۴۸ ساعت از نعمت آب شرب سالم و بهداشتی بهره مند شدند

گرگان- کریمی : رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی استان گلستان گفت: ۳۹ روستا در شهرستان های ، آزادشهر رامیان ، علی آباد، کلاله، مینودشت ،گنبد و گلیکش که در سیل مورخ ۱۰ مرداد ماه دچار قطعی آب شده بودند در کمتر از ۴۸ ساعت از نعمت آب شرب سالم و بهداشتی بهره مند شدند. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی استان گلستان، مهندس شکبکیافر ضمن اعلام خبر فوق افزود: حجم خسارات وارده به تاسیسات آبفاز در سیل اخیر ۳۳ کیلومتر خط انتقال، ۱۶ کیلومتر شبکه توزیع، ۲ باب مخزن ذخیره، ۲۲ آبدانه بهداشتی و چشمه ، ۲ باب حوضچه و شیرآلات و ۷ مورد تاسیسات برقی میباشد. وی ادامه داد: با تلاش شبانه روزی پرسنل و کارکنان ستاد مدیریت امور شهرستانها و با توجه به حجم خسارات وارده عملیات اجرایی بازسازی تاسیسات در کمترین زمان ممکن انجام گردید و ۱۰۲۲۶ مشترک از نعمت آب شرب سالم و بهداشتی بهره مند شدند. مهندس شکبکیافر میزان خسارات وارده بر تاسیسات آبرسانی را ۸۳۷۰ میلیون ریال عنوان کرد. وی در پایان افزود: در زمان وقوع حادثه و قطع آب علاوه بر روستاهای تحت پوشش این شرکت، سایر روستاها نیز از خدمات آبرسانی از طریق ناوگان آبرسانی سیار بهره مند گردیدند.

سرپرست روابط عمومی گاز گلستان بر کنترل سیستم لوله کشی داخلی منازل تأکید کرد

گرگان- نادر کریمی : مهدی مقدسی با بیان اینکه گاز طبیعی موجب آسایش است و در مصرف آن توصیه های ایمنی را باید جدی بگیرد گفت: در حال حاضر که در فصل گرم سال قرار داریم و مشترکین گرمای همچنان مبادرت به سفرهای تابستانه می کنند بنابراین نیاز است نکاتی را مورد توجه قرار دهند. وی افزود:هم استثنائاتی عزیز توجه داشته باشند چنانچه برای مدت طولانی قصد مسافرت یا ترک منزل را دارند حتماً وسایل گازسوز را خاموش کرده و شیرهای مافند ویژه شیراصولی گاز بعد از کنتور را ببندند.مقدسی تصریح کرد: با توجه به شرایط آب وهوای استان گلستان که با درصد رطوبت بالا همراه است،این امر باعث زنگ زدگی و خوردگی فلزات ویژه لوله های فلزی و تاسیسات گاز می شود بنابراین این گلستان است سیستم لوله کشی داخلی منازل را در طول سال هر چند وقت یکبار کنترل نمایند . سرپرست روابط عمومی گاز گلستان در ادامه گفت: مشترکین گرمای توجه داشته باشند درصورت زنگ زدگی یا خوردگی فورا زنگ زدائی و محل مورد نظر مرمت و رنگ آمیزی شود وچنانچه بازسازی نشود منجر به نشت گاز و بسیار خطر آفرین است.

معاون برنامه ریزی آبفای هرمزگان خبر داد

جذب سربازان نخبه در آبفای هرمزگان

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- "منصور توسلی" معاون برنامه ریزی و بهبود مدیریت آبفای هرمزگان از جذب و به کارگیری سربازان نخبه در این شرکت خبر داد.توسلی گفت: این شرکت بر اساس دستورالعمل وزارت نیرو در خصوص استفاده از سربازان نخبه در قالب طرح پژوهشی؛ با جذب دانش آموختگان مقطع کارشناسی ارشد و دانشجویان دکتری با معدل بالاتر از ۱۶ اقدام می نماید. وی افزود: آبفای هرمزگان، ۱۶ سرباز نخبه را از بین واجدین شرایط در ۱۰ رشته مکانیک (سیالات)، عمران (مضامی گرایش ها)، برق(الکترونیک ، قدرت)، مهندسی صنایع، شیمی، حقوق، روابط بین الملل،حسابداری، مدیریت منابع انسانی و کامپیوتر نرم افزار جذب خواهد کرد. توسلی تصریح کرد: افزایش آشنایی با روش های چهارشنبه ۱۸ مرداد ماه ۹۶ به مدت دو هفته، در خواست خود را شخصا به بنیاد نخبگان استان واقع در چهار راه گشتگوی تمدن‌ها ارائه دهند تا ارزیابی این افراد جهت مکاتبات لازم با نیروهای مسلح انجام گیرد.لازم به ذکر است: کلیه هماهنگی ها بااستی از طریق بنیاد نخبگان استان صورت گیرد و پس از ارزیابی نهایی انجام شده توسط این بنیاد، افراد واجد شرایط به شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان معرفی خواهند شد.

رتبه برتر استان بوشهر از نظر کشف سرتقاها

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: فرمانده نیروی انتظامی استان بوشهر گفت : در بخش کشفیات مواد مخدر از ابتدای سال تاکنون ۲ تن کشفیات مواد مخدر در استان و شهرستان ها داشته ایم که این میزان نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱۷ درصد افزایش داشته است.وی ادامه داد: با تلاش همکاران ما در پلیس مبارزه با مواد مخدر روز گذشته یک محموله ۱۵۰ کیلو گرم تریاک در جاده شهید موسوی شهرستان عسولویه نیز کشف شده است.عباس زاده به کشفیات کالاهای قاچاق در استان اشاره کرد و بیان داشت: در ۵ ماهه نخست اسماال ۱۰۰ میلیارد و ۸۹۳ میلیون تومان کالای قاچاق در استان کشف شده است که این مورد نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۵۲ درصد افزایش داشته است.وی در ادامه به افزایش ۲۱۱ درصدی برخورد پلیس با خودرو های ششویی در سطح استان اشاره کرد: ۶ هزار و ۱۲۱ دستگاه خودرو شوتی اعمال قانون و توقیف شده است که بعد از تغییر وضعیت در اختیار صاحبان قرار گرفته است.عباس‌زاده عنوان کرد: نیروی انتظامی متولی تولید امنیت نیست بلکه حافظ و پاسدار امنیت است و تلاش می‌کند که این امنیت را به بهترین شکل در استان بوشهر ایجاد کند. وی ادامه داد: امروز همه به معروف و نهی از منکر برابر مصوبه شورای فرهنگ عمومی برای ۲۴ دستگاه در کشور، ۳۱۰ راهکار اجرایی پیش بینی شده است که متناسفانه برخی از این دستگاهها به وظایف خود توجه نمی‌کنند. وی با بیان اینکه استان بوشهر در سه سال متوالی رتبه برتر کشور را از نظر کشف سرتقا ها داشته، افزود: از هر هزار سرتقا، ۹۶۵ مورد کشف شده که رتبه برتر در کشور، نشان از اشراف اطلاعاتی و آمادگی عملیاتی پلیس دارد.رئیس پلیس استان بوشهر با بیان اینکه قتل‌های به وقوع پیوسته در کوتاه‌ترین زمان کشف می‌شود گفت: در قتل اخیر در برازجان قاتل و همدمت وی شناسایی شده که بزودی دستگیر و تحویل مقامات قضایی استان بوشهر می‌شوند.

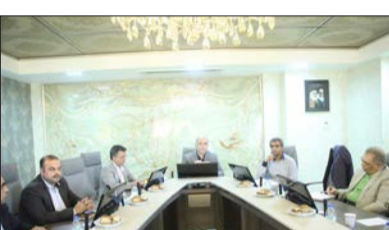
چالش‌های حوزه روابط عمومی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی بررسی شد
نشست هم اندیشی روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران
و مناطق شمالغرب کشور در منطقه آذربایجان شرقی



سازمان مستلزم فعالیت پویا و بدون وقفه روابط عمومی هاست و روابط عمومی خوب باید آینده نگر و آسیب شناس باشد تا با انجام پیش بینی لازم و کمک به مدیریت جهت کنترل بحران ها و ذینفعان در راستای شکوفایی و دستیابی به اهداف سازمان با انجام ششویه های علمی در حوزه روابط عمومی، افزود: حیات

در کمیسیون آموزش اتاق بازرگانی اصفهان مطرح شد

احیا و ایجاد عناصر اکوسیستم کارآفرینی در استان اصفهان مورد تأکید قرار گرفت



خواهد کرد.وی کمک به منتخبین در تدریس و توسعه توانمندی ارایه به سطح استان بهره‌مندی از اساتید تراز ملی جهت ارتقا توانمندی‌های منتخبین و بهره‌مندی از اساتید بین‌المللی جهت دستیابی به استانداردهای مطرح در حوزه تدریس در سطح بین‌الملل از جمله فعالیت‌های این کمیته پرشمرد.سید عبدالحسین ساسان استاد اقتصاد دانشگاه در این

با حضور وزیر بهداشت و درمان در نوشهر

افتتاح همزمان ۱۰۰ پروژه بهداشتی در سراسر استان مازندران



ساری- دهقان : از ابتدای سال ۹۵ احداث ۱۰۰ پروژه بهداشتی آغاز شده است که برای ساخت این پروژه ها بالغ بر ۲۶ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان هزینه شد. دکتر قاسم جان بابایی ، رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در حاشیه مراسم افتتاح همزمان ۱۰۰ پروژه بهداشتی در سراسر استان مازندران که در بندر نوشهر برگزار خواهد شد به طرح تحول سلامت اشاره کرد و گفت: با اجرای طرح تحول سلامت اقدامات خوبی در حوزه بهداشتی انجام شده است.وی با بیان اینکه حوزه سلامت اولویت دولت است، افزود:از ابتدای سال ۹۵ احداث ۱۰۰ پروژه بهداشتی آغاز شده است که برای ساخت این پروژه ها بالغ بر ۲۶ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان هزینه شده که از این رقم ۱۱ میلیارد تومان برای احداث بنا و مابقی برای خریداری تجهیزات

عبثی پور اعلام کرد

جابه‌جایی کانتینر در بندر شهید رجایی شتاب گرفت



۹۶، در مجموع ۹۰۵ هزار TEU کانتینر در بندر شهید رجایی تخلیه و بارگیری شد که در همسنجی با مدت مشابه سال گذشته

مدیرعامل شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره):

تولیدات پالایشگاه امام خمینی (ره) از برنامه سالانه پیشی گرفت



معاون فرهنگی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی عنوان کرد

ایجاد فضای باز رسانه‌ای در راستای احقاق حقوق شهروندی



تبریز- اسد فلاح: معاون فرهنگی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی با اشاره به ایجاد فضای باز رسانه‌ای در دولت یازدهم گفت: ایجاد این فضا، در راستای احقاق و اجرای حقوق شهروندی در جامعه انجام شده است. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، محمدحسن جمیده در مراسم تجلیل از خبرنگاران و فعالان عرصه اطلاع رسانی مرافه افزود: تسهیل محور مجوز برای نشریات و رسانه ها باید با مخاطب شناسی و شناسایی ذائقه مردم وی اضافه کرد: ساماندهی و الکترونیکی کردن سوابق رسانه ها و مطبوعات و نیز سهولت در درخواست مجوز رسانه ای، از اقدامات مجوز دهنده در این راستا بوده و از اختراعات دولت یازدهم در حوزه فرهنگ و رسانه است. جمیده در ادامه داد: فضای باز رسانه‌ای ایجاد شده برای رسیدن به هدف ترسیم شده باید از سوی رسانه ها و مطبوعات مورد نقد و بررسی منبسی قرار گیرد.وی با انتقاد از عدم توجه برخی دستگاه ها و نهادهای به مسائل فرهنگی در جامعه گفت: متاسفانه هم اکنون ۸۵ درصد از بودجه فرهنگی کشور در مسائل غیرفرهنگی صرف و هزینه می شود و با وجود اینکه بخش کوچکی از اعتبارات فرهنگی به فرهنگ و ارشاد اسلامی تخصیص می یابد لیکن این دستگاه باید پاسخگوی تمام مسائل فرهنگی باشد. وی با اشاره به رسالت خبرنگاری به عنوان کاری فرهنگی در جامعه، ادامه داد: کار رسانه‌ای، فعالیتی مضاعف و اینترگرانه در عرصه فرهنگی است. وی اضافه کرد: رسانه و

کاهی رئیس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران نیز ضمن تشکر از میزبانی منطقه آذربایجان شرقی و توصیف شهر تبریز بعنوان شهری پاکیزه و نظام مند با مردمان قانون مدار، گفت: روابط عمومی چشم و گوش و زبان سازمان بوده و مغز متفکر و بانک اطلاعاتی آن می باشند. رئیس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران همچنین با اشاره به شرایط و وظایف امروزه روابط عمومی بر حساسیت عملکرد این حوزه نسبت به گذشته تأکید کرد و افزود: آنچه کار روابط عمومی را بیش از پیش حساس تر نموده بحث تکنولوژی های نوین و فناوری روز می باشد که بار شبکه های مجازی و سیستم‌های الکترونیکی راه این حوزه اضافه کرده است. فاطمه کاهی بحث مسئولیت های اجتماعی و حقوق شهروندی و نیز مقوله پاسخگویی به نیازهای مخاطبین را در کنار کار اطلاع رسانی روابط عمومی را بیشتر، پیشنهادت و چالش های عنوان شده در جهت ارتقاء و بهبود عملکرد و وضعیت این حوزه بیان کردند. در جمع بندی این نشست، پیشنهادت و چالش های عنوان شده مورد بررسی قرار گرفت و بر ایند آن جهت پیگیری و اقدام لازم طی صورتجلسه ای مدون و تنظیم گردید.

جلسه بر لزوم توجه به تفاوت‌های موجود در دو جز اصلی ادبیات کارآفرینی، یعنی شخص نوآفرین و کارآفرین و مدیران این عرصه اشاره کرد. وی نادی مشاور عالی اتاق بازرگانی اصفهان در این جلسه با ارایه طرح چارت سازمانی صد شرکت کارآفرین برتر جهان در سطوح CEO, CFO, CTO,CIF, گفت: نقش هر یک از این عناوین در پاری‌رساندن به کارآفرین در جهت پیاده‌سازی آینده ترسیم‌ی تأکید کرد.وی بر لزوم توجه به آموزش و تربیت مدرس در حوزه کارآفرینی جهت چاره یابی و رفع معضلات مطرح در آن تأکید کرد.محمدعلی نادی عضو کمیسیون در این جلسه به معرفی و بررسی موضوع آموزش اسپینزا پرداخت و گفت: آموزش همانند یک مشاور است.مشاوری که می‌تواند در جامعه نقش هدایتگر و یا اسپینزا را ایفا نماید.وی افزود:آموزش اسپینزا به‌عنوان یک آموزش بکنواخت، بی‌حرکت، غیرفعال، بی‌هدف و عاری از یادگیری هدفمند است و باعث ایجاد نگرش منفی برای فراگیر نسبت به آموزش میشود.

۲۰ مرکز جامع سلامت روستایی و ۸۰ خانه بهداشت می باشد که اعتبارات این پروژه ها ، کشوری و از محل طرح تحول سلامت تأمین شده است.جان بابایی به احداث ۱۶۸کلینیک ویژه دندان پزشکی در استان اشاره کرد و گفت: یکی از اقدامات صورت گرفته جامعه به مدارس توسط دندانپزشکان و ارائه خدمات دندانپزشکی به دانش آموزان بوده است.وی به احداث ۱۱۱ پایگاه اورژانس جاده ای اشاره کرد و افزود: در چند سال اخیر ۴۴ دستگاه آمبولانس نیز به پایگاه های اورژانس افزوده شده است.وی با اشاره به مشکلات بیماران در بحث هتلینگ بیمارستانی اشاره کرد و گفت: یکی از برنامه های وزارت بهداشت ارتقای هتلینگ بیمارستانی بوده است که تا اکنون ۴۴۰ میلیارد ریال برای هتلینگ بیمارستانی هزینه شده است.

۳۵ درصد افزایش داشته است.به گفته عبثی پور، از تعداد ۶۲۲ هزار TEU کانتینر بر جایجا شده طی این مدت، ۱۶۰ هزار TEU مربوط به محموله های ترانزیتی بوده است که رشد ۲۷ درصدی در این زمینه به ثبت رسید.وی اضافه کرد: طی چهار ماهه نخست سال جاری، نزدیک به ۲۸ هزار TEU کانتینر مربوط به محموله های صادراتی با رشد ۲۵درصدی و ۲۵۰هزار TEU کانتینر حامل کالاهای وارداتی با افزایش ۲۸ درصدی بوده است.مدیرکل بندار و دریانوردی هرمزگان در پایان تعداد کانتینرهای ترانشیبی در بندر شهید رجایی را نیز رقمی حدود ۹۲ هزار TEU اعلام کرد و افزود: جایایی اینکه کالاهای در چهارماهه اخیر ۱۱۵ درصد افزایش داشته است.

معاون فرهنگی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی عنوان کرد

ایجاد فضای باز رسانه‌ای در راستای احقاق حقوق شهروندی

نظر تعداد رسانه ها در رتبه سوم کشوری و از نظر پایگاه های خبری با ۸۲ پایگاه رسانه در رتبه نخست کشوری قرار دارد. حسینی با اشاره به فعالیت های رسانه‌ای در رتبه هفدهم بعنوان شهر فعال در این عرصه افزود: ۱۴ رسانه و نشریه هم اکنون در این شهرستان در حال فعالیت بوده و ۶ درخوردت نشریه نیز در نوبت بررسی در هیات نظارت بر مطبوعات قرار دارد. وی با تأکید بر ثبت الکترونیکی مجوز فعالیت برای نشریات محلی ادامه داد: این نشریات برای ادامه فعالیت رسانه‌ای خود در راستای ساماندهی امور رسانه ای، در سامانه جامع رسانه ای کشور ثبت نام کنند. رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی مرافه در این نشست با اشاره به تعدد رسانه ها و مطبوعات در این شهرستان گفت: هم اکنون ۱۰ عنوان نشریه محلی دارای مجوز، سه نمایندگی نشریات سراسری، پنج سرپرستی نشریات منطقه ای، ۲ نماینده خبری نشریات و نیز سه خبرگزاری و پایگاه خبری دارای مجوز در این شهرستان فعالیت می کنند. احمد دادرس فیاض افزود: این شهرستان به ظرفیت های بسیار مناسبی در عرصه فرهنگ و رسانه برخوردار بوده و این امر مسئولیت بزرگی را متوجه خبرنگاران، فعالان رسانه ای و متولیان امر فرهنگی می کند. وی با اشاره به ایجاد انجمن صنفی خبرنگاران در این شهرستان ادامه داد: ایجاد این انجمن فرصتی مناسبی برای رسیدگی و رفع مشکلات صنفی این قشر فرهنگی و رسانه ای را فراهم می کند.

راه‌هایی برای تقویت قدرت تصمیم‌گیری

هرچقدر گزینه‌های بیشتری برای انجام یک کار وجود داشته باشند، تصمیم‌گیری سخت‌تر می‌شود. بسیاری از افراد باور دارند زندگی در زمان گذشته، از برخی جهات راحت‌تر از حال حاضر بوده است. در آن زمان تنوع محصولات و خدمات به‌اندازه امروز نبود و در نتیجه مردم تصمیم‌گیری راحت‌تری داشتند. این روزها همه‌چیز به اندازه‌های زیاد و متنوع شده است که مردم باید مدت‌زمان زیادی برای انتخاب میان آنها صرف کنند. این تصمیم‌گیری‌ها نه تنها زمان زیادی از ما هدر می‌دهد، بلکه سرمایه با ارزش ما نیز برای این تصمیم‌گیری‌های بی‌اهمیت از بین می‌رود.

متخصصان علوم اعصاب معتقدند شبکه تصمیم‌گیری مغز ما قادر به اولویت‌بندی کردن نیست. ما هرروز با اطلاعات زیادی سروکار داریم و باید بهترین آنها را انتخاب کنیم. این یعنی انرژی زیادی برای گرفتن تصمیم‌های مهم نخواهیم داشت. این موضوع ارتباطی با تعداد تصمیم‌هایی که می‌گیریم ندارد، بلکه به میزان فکر کردن ما درباره یک موضوع بستگی دارد.

همه ما از پشیمانی می‌ترسیم

گاهی اوقات حتی انتخاب کردن یک طعم بستنی نیز می‌تواند چالش بزرگی باشد. شاید این موضوع ساده به نظر برسد؛ اما ترس از انتخاب نامناسب باعث می‌شود که انسان‌ها به پیش‌پاافتاده‌ترین تصمیم‌ها نیز بهای زیادی بدهند. در چنین شرایطی، بدترین حالت این است که طعم بستنی را دوست نخواهید داشت و مقدار کمی از پول‌های‌تان هدر خواهد رفت. از آنجایی که ریسک این تصمیم‌ها بالا نیست، بعد از گذشت مدتی با حسرت به آنها فکر نخواهید کرد. استفاده از پنج راهی که در ادامه این مقاله آمده است، به شما کمک می‌کند که تفاوت میان تصمیم‌گیری‌های مهم و غیرمهم را تشخیص دهید. سعی کنید تمام تمرکز خود را بر تصمیم‌های مهم و ریسکی بگذارید و انرژی خود را برای تصمیم‌های غیرمهم هدر ندهید.

۱- رضایت خود را در اولویت قرار دهید

یکی از ساده‌ترین راه‌ها این است که همواره دنبال رضایت خود باشید. به‌عنوان مثال اگر به دنبال وسیله‌ای برای نوشتن هستید، نخستین خودکاری را که می‌بینید، بردارید و امتحان کنید؛ اگر توانست رضایت شما را جلب کند، همان را انتخاب کنید. انسان‌های خوشحال کسانی هستند از داشته‌های خود احساس رضایت می‌کنند، نه کسانی که بیشتر دارند. شاید شما نتوانید بهترین خودکار ممکن را داشته باشید، اما همین که از داشتن خودکار فعلی خود احساس رضایت می‌کنید کافی است. این طرز تفکر یکی از مشکلات تصمیم‌گیری را حل می‌کند.

۲- گزینه‌های خود را محدود کنید

فرض کنید می‌خواهید به‌صورت آنلاین کفش بخرید. سایت‌های فروش آنلاین معمولاً بیش از ۱۰ صفحه محصول متنوع به کاربران نشان می‌دهند. در نگاه اول تعداد کفش‌های انتخابی بسیار زیاد و گمراه‌کننده به نظر می‌رسد. بنابراین بهتر است از انواع فیلترها برای محدود کردن انتخاب‌های خود استفاده کنید. قیمت، مدل، سایز، رنگ و... از جمله مواردی هستند که انتخاب‌های شما را محدود می‌کنند. گاهی اوقات پیش می‌آید که یک نفر قصد داشته باشد دو مدل کفش را به‌طور هم‌زمان خریداری کند. در چنین شرایطی نیز بهتر است که کارها جداگانه انجام شوند. ابتدا یکی از کفش‌ها را انتخاب کنید و سپس سراغ انتخاب کفش دیگر بروید. هرچقدر مدل‌ها محدودتر باشند، قدرت تحلیل و انتخاب مغز نیز بیشتر می‌شود.

۳- نظر دیگران را جویا شوید

اگر می‌خواهید برای اتاق خواب‌تان رنگ کاغذ دیواری مناسب انتخاب کنید. بهتر است با یک طراح داخلی مشورت کنید. البته سلیقه شما حرف اول را می‌زند، اما زمانی که انتخاب‌ها محدود شدند، می‌توانید نظر دیگران را نیز جویا شوید. اعضای خانواده، دوستان یا یک فرد باتجربه می‌توانند راهنمایی خوبی در این زمینه به شما بدهند.

۴- زمان خود را محدود کنید

یکی دیگر از راه‌های تسریع تصمیم‌گیری این است که برای خودتان محدودیت زمانی تعیین کنید. هر چقدر زمان بیشتری به تصمیم‌گیری اختصاص دهید، گزینه‌های بیشتری را بررسی می‌کنید و انتخاب خودتان را سخت‌تر خواهید کرد. زمان مشخصی را به تصمیم‌گیری اختصاص دهید و خودتان را مجبور کنید که در همان مدت، بهترین تصمیم را بگیرید.

۵- از تجربیات گذشته درس بگیرید

هرچقدر گزینه‌های بیشتری برای تصمیم‌گیری وجود داشته باشند، میزان اضطراب و صدهایی که در ذهنمان می‌پیچند نیز بیشتر می‌شود. همه انسان‌ها در انتخاب میان خوب و بد احساس سردرگمی خواهند کرد. بهترین کار این است که اتفاقات گذشته و تجربیات آن را در ذهن مرور و از آنها به‌عنوان راهنما استفاده کنید. دفعه بعد که خواستید تصمیم مهمی بگیرید، موارد گفته‌شده در این مقاله را در ذهن مرور کنید. این کار کمک می‌کند که بهترین تصمیم را در کوتاه‌ترین زمان ممکن بگیرید.

منبع: INC

فرصت امروز روزنامه مدیریتی-اقتصادی

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت همپین توزیع نشر گستر امروز
آدرس: میرزای شیرازی-نیش‌کویه چهار-پلاک ۶۸-واحد ۴
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۴

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱۶۲، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۲۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۴۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱

آموز مشتریان: ۸۸۹۳۳۳۹۹

آین نامه اخلاقی حرفه‌ای روزنامه

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

سایت: WWW.FORSATNET.IR

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

دوشنبه | ۲۳ مرداد ۱۳۹۶ | شماره ۸۵۵ | صفحه ۱۶

شرکت ال‌جی، فبلت وی ۳۰ را به همراه وی ۳۰ پلاس عرضه خواهد کرد



منابع مطلع در کره جنوبی از معرفی و عرضه فبلت ال‌جی وی ۳۰ به همراه مدل پلاس آن در اوایل شهریور خبر می‌دهند. شرکت ال‌جی الکترونیکس مدتی پیش تایید کرد که فبلت پرچمدار جدیدش را ۳۱ آگوست (۹ شهریور) معرفی می‌کند، اما اشرارهای نند که قرار است نسخه دیگری از ال‌جی وی ۳۰، پیش از برگزاری نمایشگاه

IFA در برلین معرفی شود. بااین‌حال چندان دور از ذهن نبود که شرکت سازنده، نسخه‌های مختلفی از وی ۳۰ را برای عرضه در بازارهای مختلف راهی بازار کند. اطلاعات فاش شده، به این موضوع اشاره دارد که یک مدل کاملاً متفاوت از ال‌جی وی ۳۰ اواخر ماه آگوست و پیش از اینکه به همراه مدل استاندارد در

۲۴ شهریور وارد بازار شود، معرفی خواهد شد. مدل پایه ال‌جی وی ۳۰ نزدیک به ۷۰۰ دلار قیمت خواهد داشت، درحالی‌که نسخه پلاس آن با برچسب قیمتی ۸۷۵ دلار عرضه خواهد شد. نسخه استاندارد ال‌جی وی ۳۰ به ۶۴ گیگابایت حافظه داخلی از نوع فلش مجهز شده است و البته از قابلیت شارژ بی‌سیم پشتیبانی خواهد کرد.

برای مطالعه ۷۵۹ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: من در حال راهاندازی استارت‌آپی مانند اسنپ در یکی از شهرهای شمالی هستم چه راهکارهایی برای راهاندازی موفقیت من پیشنهاد می‌کنید؟

الگو برداری از استارت‌آپ‌های موفق

پاسخ کارشناس: در استارت‌آپ ایده‌های خلاقانه و نوآورانه بسیار مهم هستند. گرچه اسنپ نیز کپی استارت‌آپ اوپراست، اما ایده‌های نو موفق‌ترند. نکته دوم اینکه شما می‌توانید از تجربیات اسنپ و تپسی و کاریپنو و... برای راهاندازی استارت‌آپ حمل‌ونقل آنلاین استفاده کنید، اما این را فراموش نکنید که شما برای موفقیت باید با شرکت‌های بزرگ رقابت کنید. شاید گام اول و مهم شما مطالعه و تحقیق باشد. شما باید

براساس آمار و ارقام بدانید که شهر شما دارای چه ظرفیتی برای استفاده از سیستم آنلاین حمل‌ونقل دارد. میزان استفاده مردم از تاکسی تلفنی چه قدر است؟ هزینه‌ها و تعرفه‌ها چگونه است؟ مسافت‌ها و ترافیک‌های شهری چگونه است؟ سطح درآمد مردم به چه میزان است؟ امکانات زیرساختی مانند اینترنت در چه موقعیتی است؟ میزان مشارکت مسئولان و ادارات به چه نحوی است؟ اتومبیل‌های شما در چه سطحی است؟ رانندگان آیا آمادگی همکاری در این زمینه را دارند؟ این نکته را فراموش نکنید که استارت‌آپ‌هایی مانند اسنپ

و تپسی برای شهرهای بزرگ طراحی شده‌اند و بخش زیادی از رانندگان کسانی هستند که در وقت اضافه به این سیستم حمل‌ونقل اضافه می‌شوند. علاوه بر این میزان مسافت مبدأ و مقصد در کلان‌شهرها نسبت به شهرهای کوچک نیز متفاوت است. همین‌طور عادت به زندگی شهرنشینی در کلان‌شهرها یک ضرورت است. آیا شهر کوچک شما دارای شرایط برابری با شهرهای بزرگ ایران است. برای راهاندازی استارت‌آپ حتما مطالعه و تحقیق را فراموش نکنید و به جزئیات با دقت پاسخ دهید تا بتوانید استارت‌آپی موفق راهاندازی کنید.

مدرسه مدیریت

بهترین ابزار گفت‌وگوی آنلاین

Tawk.to

به‌عنوان یک ابزار رایگان به شما اجازه صحبت با بازدیدکننده از طریق یک صفحه کاملاً سفارشی را می‌دهد. اگر چه قابلیت‌های کمتری نسبت به بقیه ابزار گفت‌وگوی آنلاین دارد، اما دارای کیفیت بالایی است. شما بسیار ساده می‌توانید Tawk.to را در سایت خود نصب کنید. همچنین می‌توانید تشخیص دهید که بازدیدکننده از کدام کشور و با چه آدرس ISP و IP با شما تماس گرفته است. بنابراین شما به راحتی می‌توانید منطقه جغرافیایی او را پیدا کنید. از قابلیت‌های دیگر این ابزار انجام گفت‌وگوی آنلاین به صورت هم‌زمان با چند بازدیدکننده است.

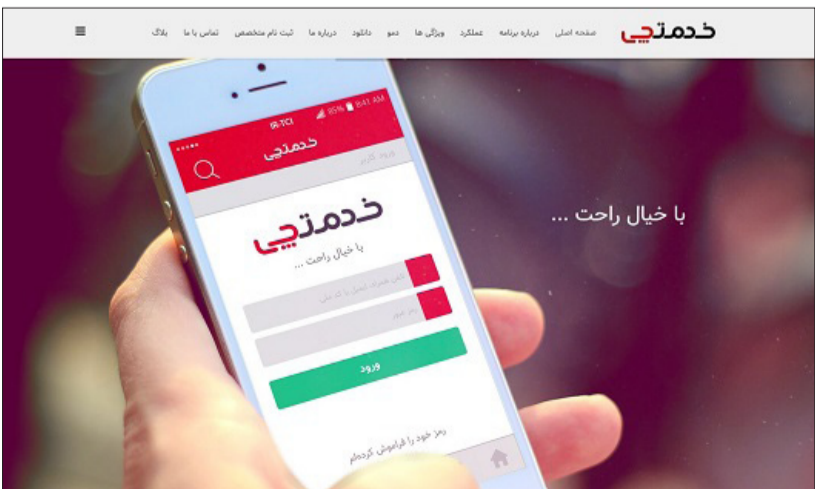
ویژگی‌های کلیدی:

- نمایش بازدید کنندگان سایت به صورت لحظه‌ای
- انجام گفت‌وگو از طریق موبایل

- سفارشی کردن سایت با نصب ابزارک‌های مختلف
- ترجمه و محلی‌سازی خوشامدگویی‌ها
- نصب یک دقیقه‌ای
- تعامل با مخاطب از طریق محرک‌ها.

Liveperson

یک ابزار غیررایگان که به شما اجازه نظارت و برقراری ارتباط مستقیم با مشتریان را می‌دهد. همچنین شما اجازه پیدا می‌کنید که در زمان تصمیم‌گیری برای خرید یک محصول یا سرویس با مشتری ارتباط برقرار کنید. این ابزار در افزایش بازگشت سرمایه و اعتماد و وفاداری مشتری بسیار کارآمد است. به همین دلیل هم است که Liveperson بسیار مورد توجه قرار گرفته است. همچنین باید بدانید که این ابزار کاملاً با فیس‌بوک سازگار است.



با خیال راحت ...

زنان روستاهای شمال

این هم هدیه من به شما!

پارسا امیری

کارشناس فروش



هوای مه‌آلود و خنک جاده دیلمان به سیاهکل همیشه تو خاطر من هست. درختان سبز و ایشارهای کوچک که هرازگاهی تو جاده دیده می‌شد و دره‌های کوچک مه‌آلود لذت وصف ناشدنی داشت. در کنارهای جاده زنان روستایی بساط کوچکی پهن کرده بودند. به اصرار همسر من یکی از این بساط‌ها ایستادیم. به محض ایستادن دختر کوچولوی زیبایی به استقبال ما آمد و به همان لهجه شیرین گیلکی سلام داد و ما را به کنار بساط خود دعوت کرد.

مادرش که حدود ۴۰ سالگی سن داشت به محض دیدن ما از جایش بلند شد و با همان شرم و حیای روستایی با ما احوال‌پرسی کرد و رو به خانم من گفت: اینها همه کار خودمه. شب‌ها می‌شینم و اینها رو درست می‌کنم. تو بساط اون همه چیز بود از ترشی بادمجان و سبزی تا مربای بهارنارنج و تمشک وحشی. داخل برخی از قوطی‌های شیشه‌ای سبزیجات معطر شمال بود که بوی خوش آنها ساعت‌ها حال آدم را خوب می‌کرد. در کنار این بساط زنبیل‌های حصیری خوش رنگی بود که به جای کیسه‌های پلاستیکی ترشی و مربا رو توی اون می‌داشت و به مردم می‌داد.

مهربانی زن روستایی در کنار صداقت و راست‌گفتاری اون که از چشمانش پیدا بود باعث شد تا به خانم بگم چند تا مربا ازش بخرم. اما چون می‌خواستم قیمت اون رو بدونم از همسرم خواستم قیمت‌ها رو ازش بسوال کنم. واقعا باید نگاهی به من کرد و به آرامی گفت: واقعا باید قیمت بپرسم؟ گفتم: یعنی اشکالی داره؟ همسرم لبخندی زد و گفت: اشکال که نداره اما ما وظیفه داریم از اینها خرید کنیم؟ سرم را بلند کردم و با تعجب گفتم: وظیفه؟! همسرم درحالی‌که دستی به رو سری‌اش می‌کشید مرا به کناری کشاند و به آرامی گفت: ببین محمد ما وظیفه داریم از کسانی که کار می‌کنند حمایت کنیم. این زن نان‌آور خانه هستند و حتما چند تا فرزند تو خونه منتظرند تا مادرشان برای‌شان خرجی ببره. ما وقتی مسافرت می‌ریم کلی هزینه می‌کنیم. چه اشکالی داره از اینها خرید و از کسب‌وکارهای خانگی زنان شمالی حمایت کنیم.

من که کاملاً موافق حرف‌های همسرم بودم، گفتم: من همین جوری سوال کردم. همسرم کمی بلندتر خندید و گفت: حالا قیافه آدم مظلوم و محبوب رو به خودت بگیر و در حالی که لبخند روی لب‌هایش بود، گفت: می‌دونی خرید کردن از اینها چه قدر حسن داره؟ قیافه‌ای به خود گرفتم و گفتم خب بله خیلی حسن داره. همسرم بدون توجه به جواب من ادامه داد: محصولات اینها همگی خانگی است. یعنی ارگانیک هست و مواد شیمیایی توش نیست. به علاوه کاملاً تمیز و بهداشتی هستند. همانطور که لباس‌های این خانم زیبا و تمیز هستند.

در حالی که آستین پیراهنم را تا می‌کردم، گفتم: قبول دارم، راست می‌گی ما که این همه ادعا می‌کنیم کسب‌وکارها نیاز به حمایت دارند خوب اول خودمون از این کسب‌وکارها حمایت کنیم. مشغول گپ و گفت بودیم که زن فروشنده با همان لهجه شیرین گیلکی رو کرد به همسرم و گفت: خانم جان ترشی بادمجان حرف نذاره. البته رو هم با مادرم درست کردم، خیلی خیلی خوشمزه است. براتون کنار بذارم؟ همسرم درحالی‌که لبخندی بر لب داشت رو به فروشنده کرد و گفت: من می‌خوام از همه محصولات شما یکی به دونه بردارم. زن شمالی درحالی‌که برق چشمانش نشان از شادی داشت گفت: ای به چشم خانم جان. من که کناری ایستاده بودم و این صحنه رو نگاه می‌کردم به همسرم گفتم: به نظرت برای سوغاتی از همین‌ها بگیریم بهتر نیست؟ همسرم بی‌درنگ گفت: عالی.

و به زن فروشنده گفتم: از هر کدام دو تا بذار. در حالی‌که زنبیل مرباها و ترشی‌ها رو توی صندوق عقب ماشین می‌گذاشتم از زن مهربان فروشنده خداحافظی کردیم و سوار ماشین شدیم تا به سمت سیاهکل حرکت کنیم. دختر کوچولو سیاهکلی دوان دوان با یک عروسک پارچه‌ای به سمت ما شین آمد و درحالی‌که بسیار ذوق زده بود عروسک را به دستم داد و گفت: این هم هدیه من به شما. درحالی‌که از این همه مهربانی و صمیمیت اشک شوق در چشمان من و همسرم جمع شده بود در میان انبوهی از مه‌های زیبا به سمت سیاهکل حرکت کردیم.