

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

صعود یکباره شاخص بورس به قله تاریخی ۹۹ هزار واحد
رکورد شکنی بازار سرمایه
فرصت امروز: بورس تهران روز چهارشنبه، شاهد رشد تاریخی شاخص کل بود و نماگر اصلی بورس، برای اولین بار در تاریخ بازار سرمایه توانست رکورد رشد بیش از دو هزار و ۷۰۰ واحدی را در یک روز به ثبت برساند. چنانچه به‌زعم بسیاری از کارشناسان، نقدینگی که...



یادداشت

جهش در قیمت خودرو از کجا شروع شد؟



فرید زاوه
کارشناس
صنعت خودرو

آشفته‌گی‌ها به بازار خودرو هم رسید. موج افزایش ناگهانی و شدید قیمت خودروها در بازار خصوصاً در چند روز اخیر به مرز نزدیک می‌شود که خرید خودرو را برای اکثر مصرف‌کنندگان غیرممکن کرده است. هر چند قیمت‌های پیشنهادی این روزها از لحاظ قدرت خرید عمومی نمی‌تواند پایدار باشد و سرمایه‌گذاران بیشتر روی قطع یا کاهش شدید تولید و واردات در ماه‌های آتی خصوصاً از مرداد سال جاری هم‌زمان با شروع تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا حساب کرده‌اند؛ محاسبه‌ای که متناسب با برنامه‌ریزی شرکت‌های خودروسازی و تغییر یا تثبیت رویه دولت در مدیریت بازار خودرو می‌تواند درست یا کاملاً غلط از آب درآید.

واقعیت این است که ریشه این جهش‌ها را در هم‌زمانی فشار غیرمنطقی متولی صنعت و تجارت در دولت یازدهم برای کاهش رقابت در بازار خودرو...



تقابل جنگ سرد سیاست و تب داغ فوتبال

صنعت فوتبال در اوج

تقابل جنگ سرد سیاست و تب داغ فوتبال

صنعت فوتبال در اوج

با این حال، جام جهانی روسیه امروز برگزار می‌شود و تب داغ فوتبال برای چند هفته، تمام دنیا را فرا می‌گیرد و جنگ سرد سیاست را کنار می‌زند. اما سؤالی که بسیاری از اقتصاددانان علاقه دارند تا درباره آن کنجکاوی کنند، مواهب میزبانی جام جهانی است. اینکه سود حاصل از برگزاری این تورنمنت برای میزبانان جام جهانی چقدر است و آیا از منظر اقتصادی برگزاری جام جهانی به‌صرفه است یا نه؟

روسیه چقدر خرج کرد؟

دولت روسیه گفته برای میزبانی جام جهانی ۲۰۱۸، تاکنون نزدیک به ۷ میلیارد دلار خرج کرده است؛ هزینه‌ای که عمدتاً مربوط به زیرساخت‌ها و امکانات سخت‌افزاری برگزاری جام جهانی و برگزاری بازی‌ها بوده است. سایت فیفا نیز اعلام کرده که ۱۲ استادیوم ورزشی در ۱۱ شهر با ظرفیت ۵۵۰ هزار نفر در روسیه میزبان بازی‌ها هستند. ۲۷ هتل جدید، ۱۳ بیمارستان و ۱۲ ایستگاه برق برای برگزاری بهتر مسابقات ساخته شده و برای بازسازی یا ساخت ۱۰ استادیوم ۱۳ هزار نفر به کار گرفته شدند و در یک کلام، برگزاری جام جهانی در روسیه ۲۰۰ هزار شغل ایجاد کرده است. همچنین پیش‌بینی می‌شود در طول برگزاری جام جهانی، ۲ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار توسط توریست‌ها وارد روسیه شود. به گزارش اعتماد، مؤسسه اقتصادی مکنزی نیز اعلام کرده که سود نهایی روسیه از برگزاری جام جهانی بیش از ۱۳ میلیارد دلار خواهد بود. اما از طرفی دیگر برخی پیش‌بینی‌ها پا را از این هم فراتر می‌گذارند. طبق گزارشی جدید از آسوشیتدپرس درباره تأثیر اقتصادی مسابقات جام جهانی، رشد تولید ناخالص داخلی روسیه می‌تواند در یک بازه ۱۰ ساله از ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ به ۲۶ تا ۳۰٫۸ میلیارد دلار برسد. همچنین روسیه بعد از جام جهانی دچار تورمی دو تا سه درصدی خواهد شد.

تنها سود اقتصادی مطرح نیست

البته سود اقتصادی، تنها دلیل کشورها برای میزبانی جام جهانی نیست و مواهب سیاسی این تورنمنت نیز برای میزبانان جام جهانی اهمیت زیادی دارد، چنانچه بخش مهمی از این جنگ سرد برای به دست آوردن میزبانی جام جهانی توسط کشورها به‌خاطر همین مسائل سیاسی است، به‌خصوص درباره روسیه و قطر که هر دو زیر سایه تحریم قرار دارند و جام جهانی

فرصت امروز: جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه در حالی امروز به‌طور رسمی شروع می‌شود که تحت تأثیر حاشیه‌های مختلف جهان فوتبال قرار گرفته است. از جمله خبر غیرمنتظره اخراج سرمربی تیم اسپانیا در فاصله یک روز مانده تا مصاف با پرتغال و همین‌طور انتخاب آمریکا، کانادا و مکزیک به صورت مشترک به عنوان میزبانان جام جهانی ۲۰۲۶ در جلسه کنگره فیفا. پس از آنکه چند روز پیش خبر انتخاب یون لوپتگی سرمربی اسپانیا به عنوان جانشین زیدان در رئال مادرید منتشر شد، سران فدراسیون فوتبال اسپانیا، انتشار این خبر را خیانت به تیم ملی کشور خود تلقی کردند و درحالی‌که تنها یک روز به بازی لاروخا با پرتغال زمان باقی مانده، در یک حرکت غیرمنتظره فرناندو هیرو را به عنوان سرمربی اسپانیا در جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه انتخاب کردند. اما این تنها خبر جالب و غیرمنتظره دنیای فوتبال در فاصله چند ساعت تا شروع جام جهانی روسیه و برگزاری بازی افتتاحیه نبود و تصمیم مهم کنگره فیفا برای انتخاب میزبان جام جهانی ۲۰۲۶، دنیای فوتبال را تحت تأثیر خود قرار داد. به گزارش دیلی میل، جلسه کنگره فیفا عصر روز چهارشنبه برگزار شد و در نهایت با رأی کشورها، آمریکا، کانادا و مکزیک به عنوان میزبانان مشترک جام جهانی ۲۰۲۶ انتخاب شدند. اگرچه هنوز تصمیم قطعی گرفته نشده که جام جهانی ۲۰۲۲ قطر با ۳۲ تیم برگزار شود یا ۴۸ تیم، اما این‌طور که مشخص است جام جهانی ۲۰۲۶ قطعاً با حضور ۴۸ تیم برگزار خواهد شد.

میزبانی جام جهانی

کسب میزبانی جام جهانی همواره بحث‌برانگیز بوده است و درباره تمام میزبانی‌های جام جهانی در طول تاریخ مناقشات زیادی شکل گرفته است، تا آنجا که در موارد زیادی، میزبان‌های انتخاب شده به فساد و عدم رعایت اخلاق متهم شده‌اند. این مهم به‌ویژه درباره انتخاب روسیه به عنوان میزبان جام جهانی ۲۰۱۸ و همچنین انتخاب قطر برای میزبانی جام جهانی ۲۰۲۲ از سوی کشورهای غربی به خصوص انگلستان و آمریکا به‌طور واضح و آشکار بیان شد و چه بسا اگر می‌توانستند میزبانی جام جهانی را از این دو کشور پس می‌گرفتند؛ دو کشوری که در دنیای سیاست در یک سال اخیر با مشکلات بسیاری روبه‌رو شدند و روسیه از جانب اروپا و قطر از سوی کشورهای عربی مورد تحریم قرار گرفتند.

خرید و فروش در بازار خودرو به حداقل رسید

این نمایشگاه‌دار خودرو درباره دلیل رشد شدید قیمت‌ها در این بازار می‌گوید: یکی از دلایل خارج شدن آمریکا از برجام است، زیرا فروشندگان تصور می‌کنند خودروسازان خارجی از ایران خارج می‌شوند و تولید خودروهای مشترک متوقف می‌شود، همین موضوع باعث التهاب بازار و رشد شدید قیمت‌ها شده است. وی خاطرنشان می‌کند: علاوه بر این قیمت ارز نیز رشد شدیدی داشته است و خواه ناخواه افزایش نرخ ارز تأثیر خود را بر قیمت تمام خودروهای وارداتی و داخلی نشان می‌دهد. این وضعیت در حالی است که پیش از این نیز امیرحسین قناتی، مدیرکل دفتر صنایع خودرو و نیرومحرکه و وزارت صنعت، معدن و تجارت وعده داده بود که در هفته‌های آتی با عرضه بیشتر خودرو قیمت‌ها در بازار متعادل شود. برخی کارشناسان نیز به مصرف‌کنندگان توصیه می‌کنند فعلاً از خرید خودرو خودداری کنند تا حباب شکل گرفته در این بازار از بین برود و قیمت‌ها کاهش یابد.

پیش از این یک کارشناس صنعت خودرو با انتقاد از ضعف نظارت وزارت صنعت، معدن و تجارت بر بازار خودرو گفته بود: گذشته از دلایلی همچون احتمال قطع همکاری خودروسازان خارجی و افزایش نرخ ارز، دلیل اصلی وضع آشفته بازار خودرو ضعف نظارت بر این حوزه است. امراالله امینی اظهار کرده بود: موضوع تحریم و نرخ ارز جای خود، حتی اگر همکاری تمام خودروسازان خارجی با خودروسازان داخلی نیز قطع شده و تولید این خودروها متوقف شود آیا تفاوت بین قیمت کارخانه و بازار خودروها باید به ۱۰۰ میلیون تومان برسد؟! عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی تأکید کرده بود: مشکل این است که وزارت صنعت، معدن و تجارت دست بسته ایستاده و به جای نظارت فقط نظاره می‌کند. امیدواریم مسئولان مربوطه هر چه زودتر وارد عمل شده و با بنگاه‌هایی که خودروها را حتی تا حدوداً دو برابر قیمت اصلی در بازار عرضه می‌کنند برخورد کنند.

هم‌زمان با رشد نجومی قیمت‌ها، فعالان بازار خودرو از به حداقل رسیدن خرید و فروش در این بازار خبر می‌دهند، به‌گونه‌ای که مصرف‌کنندگان رغبتی به خرید با قیمت‌های نجومی ندارند. به گزارش ایسنا، چند هفته‌ای است که بازار خودرو ملتهب شده و تفاوت قیمت کارخانه و بازار خودروها به حدود ۹۰ میلیون تومان نیز رسیده است. به عنوان مثال قیمت مزدا تیپ ۳ در کارخانه ۱۳۱ میلیون تومان بوده اما در بازار به ۲۲۹ میلیون تومان رسیده است.

قیمت کارخانه پژو ۲۰۰۸ نیز در حالی ۱۱۵ میلیون تومان است که در بازار این خودرو به ۲۱۰ میلیون تومان عرضه می‌شود. سراتو ۲۰۰۰ اتوماتیک آپشنال نیز در کارخانه به قیمت ۱۱۳ میلیون تومان و در بازار به قیمت ۱۶۸ میلیون تومان عرضه می‌شود. در این شرایط کارشناسان معتقدند احتمال قطع همکاری خودروسازان خارجی و توقف تولید خودروهای مشترک تولیدی با خودروسازان خارجی باعث سودجویی واسطه‌ها و تعیین نرخ‌های نجومی برای این خودروها شده است. از آن سو نیز سایر خودروهای داخلی با افزایش قیمت قابل توجهی در بازار روبه‌رو هستند، به‌گونه‌ای که این خودروها حداقل چند میلیون تومان گران‌تر نسبت به قیمت کارخانه در بازار عرضه می‌شوند.

در چنین شرایطی اما فعالان بازار خودرو می‌گویند که با وجود رشد نجومی قیمت‌ها خرید و فروش در این بازار به حداقل رسیده و معامله چندان انجام نمی‌شود. علیرضا پورحسینی، نمایشگاه‌دار و کارشناس بازار خودرو در این باره می‌گوید: در بازار خودرو همه کلافه شده‌اند. فقط قیمت‌ها به شکل نجومی بالا رفته و همه هم فقط نگاه می‌کنند چون حجم معاملات بسیار کم است.

وی ادامه می‌دهد: تک و توک معامله در بازار انجام می‌شود و خرید و فروش چندان وجود ندارد، زیرا مصرف‌کنندگان واقعی می‌بینند که هر روز قیمت‌ها تغییر می‌کند و جا می‌خورند و تمایلی به خرید با قیمت‌های نجومی ندارند.

- ۵دلیلی که گوگل بهترین مکان برای هر کارمندی است
- چگونه به میلیاردری خودساخته تبدیل شوید
- در جست‌وجوی تفاوت‌ها
- ۸ راهی که شما را در امر فروش، متخصص جلوه می‌دهند
- ۶ راهکار برای نجات تبلیغات
- تفاوت بین فوری و ضروری چیست؟



مدیریت و کسب‌وکار



هوش مصنوعی قهرمان
جام جهانی را پیش‌بینی کرد



یادداشت

جهش در قیمت خودرو از کجا شروع شد؟



فرید زاوه

کارشناس صنعت خودرو

آشفته‌گی‌ها به بازار خودرو هم رسید. موج افزایش ناگهانی و شدید قیمت خودروها در بازار خصوصاً در چند روز اخیر به مرزی نزدیک می‌شود که خرید خودرو را برای اکثر مصرف‌کنندگان غیرممکن کرده است. هر چند قیمت‌های پیشنهادی این روزها از لحاظ قدرت خرید عمومی نمی‌تواند پایدار باشد و سرمایه‌گذاران بیشتر روی قطع یا کاهش شدید تولید و واردات در ماه‌های آتی خصوصاً از مرداد سال جاری هم‌زمان با شروع تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا حساب کرده‌اند؛ محاسبه‌ای که متناسب با برنامه‌ریزی شرکت‌های خودروسازی و تغییر یا تثبیت رویه دولت در مدیریت بازار خودرو می‌تواند درست یا کاملاً غلط از آب درآید.

واقعیت این است که ریشه این‌جهش‌ها را در همزمانی فشار غیرمنطقی متولی صنعت و تجارت در دولت یازدهم برای کاهش رقابت در بازار خودرو با انحصاری کردن واردات و توقف چند ماهه آن و نهایتاً افزایش شدید تعرفه واردات با نگرانی‌های سیاسی اخیر باید جست‌وجو کرد. همچنین نقش سازمان‌هایی مانند استاندارد با پروسه‌های سخت‌گیرانه و برخورد‌های غیرحرفه‌ای با منتقاصیان واردات و تولید خودرو و مشکلات مکرر آنها در پروسه‌های طولانی و وقت‌گیر اخذ مجوزها را نباید نادیده گرفت که در کنار کاهش شدید امنیت سرمایه‌گذاری در این حوزه و وصل کردن‌های بی‌پاسخ مجوز واردات، نوسانات ارزی و تغییر سیاست‌های تخصیص و ناتوانی دولت در بازگردان ارز حاصل از صادرات غیرنفتی به چرخه پولی، قیمت‌گذاری دستوری برمبنای دستورالعمل‌های غیرمنطقی و غیرقابل اجرا، در نهایت شرایطی را ایجاد کرده است که کوچک‌ترین سیگنالی توانسته است بازار را به وضعیت هشدار برساند. هرچند به‌زودی شاهد ورود مجدد سازمان‌های نظارتی مانند سازمان حمایت از مصرف‌کننده برای تثبیت قیمت‌ها خواهیم بود، ولی تجربه شفاف چند دهه اخیر نشان داده است این ابزار اصولاً کارایی نداشته و نمی‌توان تورم را با سرکوب قیمت‌ها کنترل کرد و تنها منجر به فشار شدید روحی روانی به پرسنل و مدیران این سازمان‌ها، شرکت‌ها و به‌خصوص مشتریان و مصرف‌کنندگان نهایی شده و نهایتاً با افزایش عدم شفافیت عملکرد شرکت‌های فعال، قیمت‌ها تنها روی کاغذ تثبیت می‌شود.

این وضعیت پیچیده در بازارهای خودرو، مسکن و سکه به‌زودی در بازار سایر کالاهای فسادناپذیر بادوام و قابل معامله مانند صنایع الکترونیک مصرفی هم بروز خواهد کرد و در نهایت کنترل همه ارکان بازار را غیرممکن می‌سازد و به زحمت قابل تقدیر تورم تک‌رقمی پایدار سال‌های اخیر آسیب جدی وارد می‌کند. برای حل مشکلات موجود باید سیاست‌گذاری اصولی اتخاذ شود. تلاش برای تثبیت قیمت در میدا توزیع مشکلی را حل نمی‌کند و حتی آزادسازی قیمت‌گذاری برای واردکنندگان و تولیدکنندگان می‌تواند التهاب‌های بازار را به شدت کاهش دهد. در عین حال، کاهش تعرفه و مالیات‌های غیرمستقیم و حذف محدودیت‌های قانونی واردات برخی کالاها مانند خودرو و قطعات در کنار تعریف مالیاتی سنگین بر معاملات مکرر کالاهای قابل ردیابی مانند خودرو می‌تواند التهاب را از این بازار دور سازد؛ هرچند ممکن است به بازارهای دیگر منتقل کند.

با توجه به دورنمای مشکلات احتمالی تحریم‌های آمریکا از مرداد سال جاری، به نظر می‌رسد تیم اقتصادی دولت خصوصاً متولی تجارت و تولید، نیازمند بازنگری اساسی در نوع نگرش خود به موضوع بازار خودرو است و اصرار بر ادامه رویه قبلی می‌تواند حجم مشکلات را به حدی افزایش دهد که حل آنها به‌راحتی میسر نباشد.

نفت



رویترز از افزایش ۱۰ درصدی واردات نفت هند از ایران خبر داد

رکورد جدید واردات نفت هند از ایران

واردات نفت هند از ایران با وجود تهدید تحریم‌های جدید آمریکا، در ماه مه حدود ۷۰۵ هزار بشکه در روز افزایش داشت که بالاترین حد از اکتبر سال ۲۰۱۶ به این طرف بود.

به گزارش رویترز، اما واردات نفت هند از ژوئن به دلیل تصمیم دو ایالتی‌شاه جدید برای محدود کردن خریدشان از ایران در آستانه بازگشت تحریم‌های آمریکا، ممکن است کاهش پیدا کند.

دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا هشت‌ماه مه اعلام کرد که این کشور از توافق هسته‌ای سال ۲۰۱۵ با ایران خارج می‌شود و تحریم‌های جدیدی را علیه تهران وضع خواهد کرد که هدف آنها کاهش صادرات نفت است. طبق آمار کشتیرانی و منابع صنعتی آگاه، واردات نفت هند از ایران در ماه مه ۱۰.۲ درصد نسبت به ماه پیش از آن رشد کرد و حدود ۴۵ درصد بالاتر از مدت مشابه سال گذشته بود. طبق آماری که در مطبوعات داخلی منتشر شده است، صادرات نفت ایران در ماه مه به ۲.۷ میلیون بشکه در روز صعود کرد که رکورد بالایی از زمان رفع تحریم‌های بین‌المللی در سال ۲۰۱۶ محسوب می‌شود. پالایشگاه‌های دولتی هند در سال مالی ۲۰۱۸-۲۰۱۷ به دلیل اختلاف بر سر حق توسعه یک میدان گازی بزرگ، خرید نفت از ایران را کاهش داده بودند.

با این‌حال پس از این‌که ایران موافقت کرد تخفیف‌های قابل توجهی را برای حمل نفت عرضه کند، این پالایشگاه‌ها طرح‌هایی را برای افزایش واردات در سال مالی جاری از آوریل اعلام کردند.

هند سومین مصرف‌کننده بزرگ نفت جهان بوده و دومین مشتری نفتی بزرگ ایران پس از چین است.

دارمندرا پرادهان، وزیر نفت هند، هفته گذشته اعلام کرد این کشور تا زمان مشخص شدن وضعیت تحریم‌های آمریکا دست نگه داشته و منتظر خواهد ماند. ایران ماه میلادی گذشته سومین صادرکننده بزرگ نفت به هند پس از عراق و عربستان سعودی بود و امارات متحده عربی نیز جای ونزوئلا را به عنوان چهارمین صادرکننده بزرگ نفت به این کشور گرفت. هند مجموعاً ۴.۳۴ میلیون بشکه در روز در ماه مه نفت وارد کرد که حدود ۲.۸ درصد بالاتر از مدت مشابه سال گذشته بود.

فرصت امروز: نااطمینانی فضای اقتصاد ایران را فراگرفته است. پس از آنکه برجام موجب گشایش‌های سیاسی و اقتصادی در سال‌های گذشته برای ایران شد، حالا با خروج آمریکا از برجام و شکافی که میان دو سوی آتلانتیک دربارۀ ادامه برجام اتفاق افتاده است، به نظر می‌رسد حیات برجام به خطر افتاده و یا باید با اقتصاد بدون برجام راه را ادامه داد یا در این مسیر به همراهی اروپا تکیه کرد. هرچه هست، این فضای نااطمینانی و بی‌اعتمادی به آینده اقتصاد ایران، تبعات زیادی دارد و باید هرچه زودتر استراتژی مشخصی در این باره اتخاذ کرد.

به عنوان نمونه، اتفاقی که در ابتدای امسال در بازار ارز افتاد، باعث شده در هشت ماه اخیر ارزش پول ملی و قدرت خرید مردم ۸۰درصد کاهش پیدا کند، این در حالی است که سال ۹۶ در حال نزدیک شدن به قدرت خرید سال ۹۰ بودیم، اما با این وضعیت اگر هیچ عامل مخرب دیگری بر اقتصاد کشور تأثیر نگذارد شاید ۱۰ سال دیگر قدرت خرید مردم به قدرت خرید سال ۹۰ برسد.

در همین زمینه وحید شقاقی، اقتصاددان معتقد است که جنگ ارزی به مراتب از جنگ نظامی خطرناک‌تر است. به اعتقاد او، از یکی از مهم‌ترین متغیرهای هر اقتصادی است؛ این متغیر در حدی اهمیت دارد که می‌توان با ایجاد بحران ارزی یک کشور را به‌طور نامحسوس و حتی مخرب‌تر از جنگ نظامی نابود کرد.

شقاقی در گفت‌وگو با ایسنا، با تشریح اثرات خطرناک‌تر جنگ ارزی نسبت به جنگ نظامی گفت: در جنگ نظامی مردم حضور دشمن را می‌بینند اما در جنگ ارزی دشمن به صورت چراغ خاموش و بدون اینکه مردم متوجه شوند می‌تواند یک کشور را ساقط و نظام اقتصادی را تغییر دهد؛ این موضوع اهمیت ارز در اقتصاد را نشان می‌دهد.

او در خصوص وضعیتی که این‌روزها در متغیر ارزی کشور وجود دارد، توضیح داد: کاهش ارزش پول ملی در برابر ارزهای خارجی چون دلار و یورو، هم نتیجه سیاست‌های بین‌المللی و فراملی است و هم از عوامل درونی ناشی می‌شود.

این استاد اقتصاد دانشگاه خوارزمی با بیان اینکه اقتصاد ما از گذشته در برابر این مسئله ضربه‌پذیر و شکننده بوده است، خاطرنشان کرد: اقتصاد ایران در سال ۹۱ با یک جنگ ارزی شدید مواجه شد و پس از فشار بر منابع ارزی، قیمت دلار از ۱۱۰۰ تومان به ۳۷۰۰ تومان افزایش پیدا کرد.

شقاقی افزود: در نتیجه این وضعیت تورم به بالای ۳۵ درصد رسید؛ قدرت خرید مردم به شدت کاهش پیدا کرد و رشد اقتصادی کشور منفی ۶.۸ درصد شد؛ تبعات آن وضعیت هنوز هم ادامه دارد، طوری که قدرت خرید مردم به قدرت خرید سال ۹۰ نرسیده و در روزهای اخیر حتی دوباره رو به

کاهش گذاشته است.

۶۰ درصد تجارت ایران با ۴ کشور است
او ادامه داد: تجربه جنگ ارزی آن سال به ما نشان داد که کشور آمریکا از طریق دفتر کنترل دارایی‌های خارجی (اوفک) نقشه ارزی ایران را شناخته و بر همان اساس به متغیر ارزی ما ضربه می‌زند.

این استاد اقتصاد دانشگاه خوارزمی با بیان اینکه متأسفانه نقشه ارزی ایران بسیار ضعیف است، تصریح کرد: آمریکا از طریق اوفک می‌دانست که صادرات پتروشیمی ما به چند کشور محدود می‌شود و ما در چند نقطه از دنیا بستنکار ارز می‌شویم؛ آنها حتی می‌دانستند که بین ۵۰ تا ۷۰درصد از مصرف ارز ما در امارات به خصوص دویی خلاصه می‌شود.

وی فقدان تنوع در شرکای تجاری و اقتصادی خارجی را یکی دیگر از عوامل ضعف نقشه ارزی کشور عنوان کرد و گفت: بین ۵۰ تا ۶۰ درصد واردات و صادرات ما فقط به چهار کشور محدود می‌شود؛ این عدم تنوع شکنندگی اقتصاد ما را بالا برده است. شقاقی یکی دیگر از عوامل ایجاد مشکل در متغیر ارز کشور را از ناحیه صادرکنندگان پتروشیمی دانست و گفت: صادرات پتروشیمی در تأمین ارز کشور نقش زیادی دارد اما متأسفانه در سال‌های اخیر صادرکنندگان پتروشیمی ارز حاصل از فروش را به کشور وارد نکرده و در حساب‌های خارجی نگه داشتند.

سال ۱۴۰۷ قدرت خرید مردم مشابه قدرت خرید سال ۱۳۹۰ می‌شود

این استاد اقتصاد دانشگاه خوارزمی ادامه داد: با وجود همه این تجربه‌ها و علم به ضعف نقشه ارزی کشور و تهدیدات ناشی از عدم تنوع در شرکای تجاری، کشور ما باز در سال‌های ۹۶ و ۹۷ به وسیله همان عوامل محرک قبلی دچار چالش ارزی شد و امروز کار به جایی رسیده که دلار از ۳۵۰۰ تومان به ۶۸۰۰ تومان رسیده است.

وی افزود: این افزایش قیمت دلار، باعث شده طی هشت ماه اخیر ارزش پول ملی و قدرت خرید مردم ۸۰درصد کاهش پیدا کند، این در حالی است که سال ۹۶ در حال نزدیک شدن به قدرت خرید سال ۹۰ بودیم اما با این وضعیت اگر هیچ عامل مخرب دیگری بر اقتصاد کشور تأثیر نگذارد شاید ۱۰ سال دیگر قدرت خرید مردم به اندازه قدرت خرید سال ۹۰ برسد.

شقاقی این وضعیت را به سکنه اقتصادی تعبیر کرد و گفت: در سکنه اول که سال ۹۱ رخ داد ارزش پول ملی ۲۰۰ درصد کاهش یافت و در سکنه دوم که اخیراً رخ داده ارزش پول ملی ۸۰ درصد افت کرد. این دو سکنه دلایل مشابهی داشت اما متأسفانه ما از تاریخ درس عبرت نمی‌گیریم. شقاقی به اهمیت نسبت نقدینگی به تولید ناخالص داخلی در اقتصاد کشورهای مختلف اشاره

کاهش ۸۰ درصدی قدرت خرید مردم در ۸ ماه گذشته

اقتصاد ایران سخته زد



مبادرت کنیم.

این استاد اقتصاد دانشگاه خوارزمی با تأکید بر مدیریت سختگیرانه ارزی در شرایط کنونی خاطرنشان کرد: صادرکنندگان پتروشیمی نیز باید ارز حاصل از فروش محصولات را به کشور وارد کنند و از طرف دیگر با قاچاق هم برخورد جدی صورت گیرد.

وی با اشاره به بعد خارجی اقدامات لازم برای بهبود شرایط اخیر نیز گفت: نقشه ارزی ایران باید تغییر کند و شرکای تجاری ما باید متنوع شوند؛ اینکه ۷۰ درصد مصرف ارزی ما در امارات باشد ما را گرفتار خواهد کرد.

تورم ناشی از افزایش قیمت دلار در راه است
شقاقی مجدداً به کاهش ۸۰ درصدی ارزش پول ملی پس از افزایش اخیر قیمت ارز اشاره و اعلام کرد: هر کاهشی در پول ملی تورم به دنبال دارد و تورم ناشی از این کاهش ۸۰ درصدی هنوز به اقتصاد کشور وارد نشده است، بنابراین پیش‌بینی می‌شود تا پایان امسال تورم به بالای ۳۰ درصد برسد، از همین رو باید تدابیر لازم برای این موضوع نیز اتخاذ شود.

وی در پاسخ به اینکه آیا خروج آمریکا از برجام و بازگشت سه ماهه و شش ماهه تحریم‌ها می‌تواند به بحرانی‌تر شدن شرایط اخیر دامن بزند یا خیر، تصریح کرد: برای این موضوع می‌توان چند سناریو عنوان کرد؛ یکی اینکه اروپا در مقابل فشارهای آمریکا مقاومت کرده و در برابر ایران انعطاف نشان دهد و بانک‌های دولتی سرمایه‌گذار و شرکت‌های با ماهیت دولتی اروپایی با ایران همکاری کنند و همچنین نفت ایران را بخرند.

شقاقی افزود: روند موجود موید سناریو اول نیست چون اتحادیه اروپا امروز در موضع ضعف قرار دارد؛ از طرف دیگر تجارت بالایی بین اروپا و آمریکا برقرار است؛ اروپا سالانه ۴۴۰ میلیارد دلار صادرات به آمریکا و ۲۷۰ میلیارد دلار واردات از این کشور دارد و این یعنی تراز تجاری اروپا با آمریکا مثبت ۱۷۰ میلیارد دلار است و قطعاً تمایلی به از دست دادن این امتیاز ندارد. از طرف دیگر شرکت‌های اروپایی هم تحت سیطره دولت‌های اروپایی نیستند و زیر بار تحریم آمریکا نمی‌روند، بنابراین سناریو فوق خیلی محتمل نیست.

شقاقی، دومین سناریو را به همکاری روسیه و چین عنوان کرد و گفت: همکاری این دو کشور به خصوص چین برای رفع چالش‌های ارزی و صادراتی و وارداتی ناشی از بازگشت تحریم‌ها اهمیت زیادی دارد، بحثی که در این سناریو نیز مطرح است کم‌لطفی ایران به چین پس از برجام و تمایل شدید به سمت اروپاست و سؤال اینجاست که آیا چین این همکاری را با ایران انجام می‌دهد یا خیر.

کرد و با بیان اینکه یکی دیگر از دلایل وضعیت امروز اقتصاد به همین شاخص مربوط می‌شود، افزود: معمولاً بعد از انقلاب این نسبت در ایران بین ۵۰ تا ۶۰ درصد بود اما اکنون به ۱۱۰ درصد رسیده است؛ این وضعیت مانند ابری باران‌زاست و باید در جایی بیارد و امروز در بازار سکه، خودرو و مسکن باریده است.

وی با بیان اینکه معمولاً در اقتصاد جهانی نسبت نقدینگی به تولید ناخالص داخلی بین ۶۰ تا ۷۰ درصد است، گفت: رسیدن این نسبت به ۱۱۰ درصد برای اقتصاد ما بد است چون به دلیل ضعف نظام مالی و بانکی نمی‌توانیم نقدینگی را به سمت تولید ببریم و همین باعث سرگردانی مخرب نقدینگی می‌شود.

نسبت نقدینگی به تولید به مرز هشدار رسیده است

این استاد اقتصاد ادامه داد: امروز نسبت نقدینگی به تولید ناخالص داخلی در ایران به مرز هشدار رسیده است و طرف تقاضای ارز را تحریک می‌کند، در حدی که می‌تواند هر بازاری را منفجر کند، بنابراین هر طور شده باید این نقدینگی به سمت تولید برود یا اینکه در حساب‌های سپرده بلندمدت با جریمه بالا برای برداشت، منجمد شود تا دارنده نقدینگی در هر زمان ممکن برای برداشت نقدینگی اراده نداشته باشد.

وی از عدم مدیریت ارز در کشور از طرف متولی عرضه ارز نیز انتقاد کرد و گفت: تراز گردشگری و تراز تجاری کالاهای غیرنفتی ایران منفی است؛ قاچاق کالا نیز حجم بسیاری از ارز کشور را خارج می‌کند؛ مثلاً سال گذشته تراز گردشگری ما منفی ۱۰ میلیارد دلار برآورد شد یا اینکه میزان قاچاق کالا ۱۵ میلیارد دلار اعلام شد؛ تراز تجاری کالاهای غیر نفتی نیز ۷ میلیارد دلار بود.

شقاقی خاطرنشان کرد: این یعنی سال گذشته بیش از ۳۰ میلیارد دلار ارز از کشور خارج شده است؛ بخشی از وضعیت امروز کشور به همین دلیل است.

شقاقی با بیان اینکه امروز حفظ منابع ارزی برای ایران حیاتی است، تصریح کرد: سال گذشته ۲.۵ میلیون ایرانی به ترکیه سفر کردند؛ اگر هر نفر به‌طور متوسط هزار دلار با خود از کشور خارج کرده باشد یعنی ۲.۵ میلیارد دلار ارز از دست رفته است؛ ما نباید به این راحتی اجازه دهیم منابع ارزی از کشور خارج شود.

جلو نشت ارز را بگیریم

وی با بیان اینکه در این زمان سخت باید به تصمیمات سخت تن بدهیم و جلو نشت ارز را بگیریم، تصریح کرد: امروز ۵۰ درصد از واردات ما باید حذف شود؛ سبک زندگی مصرفی مردم باید تغییر کند چون مجبوریم این تغییر را به وجود آوریم و فقط به واردات کالاهای بسیار ضروری



دریچه

آیا خصوصی‌سازی همان مردمی‌سازی اقتصاد است؟

مصائب خصوصی‌سازی در ایران

این تصور که خصوصی‌سازی دقیقا معادل با مردمی‌سازی اقتصاد است و حتما به رشد و بهرهوری اقتصادی می‌انجامد از آن دسته پیش‌فرض‌هایی است که در میدان عمل کاملا درست از آب در نمی‌آید.

«کوچک زیباست»؛ این یکی از معروف‌ترین شعارها در حمایت از کوچک‌سازی دولت و خصوصی‌سازی در ابعاد گسترده است؛ شعاری که مارگارت تاچر، نخست‌وزیر وقت بریتانیا در سال ۱۹۷۹ با شعار بهبود اوضاع اقتصادی در این کشور مطرح کرد. این پیش‌فرض که باید اموال دولتی را به هر طریقی که شده به بخش خصوصی منتقل کرد باعث شد تا در آن کشور خصوصی‌سازی در ابعادی گسترده و با قیمت‌هایی بسیار کمتر از حد واقعی آن به اجرا دربیاید؛ اتفاقی که البته باعث مشکلاتی در آن برهه زمانی در بریتانیا شد.

به گزارش ایسنا، اینکه خصوصی‌سازی معادل با مردمی‌سازی فرض شود تصوری کاملا درست نیست، چرا که این روند دقیقا برعکس است، یعنی در خصوصی‌سازی این اموال دولتی _بخوانید بیت‌المال_ است که به منظور ایجاد بهره‌وری بیشتر به فروش می‌رسد. این اموال مردمی در بیشتر موارد لزوما به کارآفرینان یا سرمایه‌داران حقیقی منتقل نمی‌شود. کارآفرینان همان‌هایی هستند که می‌توانند با سرمایه‌های موجود کسب و کاری مولد را ایجاد و موجبات ایجاد اشتغال و

حتی رشد اقتصادی را هم فراهم کنند.

در ایران خصوصی‌سازی، بعد از انقلاب و در سال‌های ابتدایی دولت جهاد سازندگی در سال ۱۳۶۸ به‌طور جدی در دستور کار قرار گرفت. این عملیات اما به گفته بسیاری از کارشناسان نتوانست به اهداف خود _که ایجاد رشد و شکوفایی اقتصادی بود_ اصابت کند. علت هم در نحوه اجرای این برنامه که به برنامه تعدیل ساختاری هم معروف است و هم در ابعاد گسترده و تقریبا بی‌حساب کتاب آن ارزیابی شده است.

هرچند طراحان سیاست‌های تعدیل ساختاری معتقدند این برنامه‌ها در بلندمدت می‌تواند به کاهش فقر و رشد اقتصادی کشور کمک کند، اما تجربه اجرای این سیاست‌ها

در کشورهای مختلف از جمله آرژانتین، برزیل، اکوادور، اندونزی، شیلی و بسیاری از کشورهای دیگر نشان داده است که این برنامه‌ها در بلندمدت نه‌تنها باعث ایجاد رشد اقتصادی نشده‌اند بلکه موجبات فقر و فلاکت ملت‌ها را هم در بلندمدت فراهم کرده‌اند. اجرای این برنامه‌ها که از طریق دو نهاد بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول (که در آمریکا استقرار دارند) هدایت می‌شوند بر آزادسازی تجاری و خصوصی سازی‌های گسترده متمرکز است که باعث می‌شود مقوله «تولید» از تمرکز دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه خارج شود و در بلندمدت باعث می‌شود تا آن کشورها با انواع پدیده‌های ناشی از بیکاری و فقر مواجه شوند.

ابراهیم رزاقی، عضو بازنشسته هیأت علمی دانشگاه تهران، در توضیح سیاست‌های تعدیل ساختاری در ایران گفت که این سیاست‌ها از ابتدا برای کشوروهایی طراحی شده بود که نیازمند وام بودند. حامی این سیاست صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی است که به‌رغم اختلاف آمریکا با کشورمان در آن دوران اما از آن حمایت کردند.

این اقتصاددان با اشاره به نحوه اجرای خصوصی‌سازی به عنوان رکن اصلی پیاده‌سازی سیاست‌های تعدیل ساختاری در دوره دولت سازندگی، اظهار کرد: در آن دوران بسیاری از شرکت‌های دولتی با این بهانه که بازدهی مناسبی ندارند خصوصی شدند تا آن هم با قیمتی بسیار پایین‌تر از حد واقعی آن شرکت‌ها که جزو اموال بیت‌المال حساب می‌شد. این در حالی بود که می‌توانستیم برای بهبود عملکرد آن شرکت‌های دولتی از نیروهای فعال و سالم‌تری استفاده کنیم.

او در توضیح علل تضعیف صنایع داخلی در دوران سازندگی، ادامه داد: در آن دوره بسیاری از صنایع وجود داشتند که با سود بسیار کمی کار می‌کردند اما چرخ تولید را می‌چرخاندند. با این حال دولت در آن زمان با پایین‌آوردن قیمت دلار باعث شکست این صنایع شد، چراکه در این شرایط واردات گسترش پیدا کرد و نسبت به تولید داخلی ارزان‌تر شد.

وی با بیان اینکه خصوصی‌سازی در کشور ما عملا بسیاری از ویژگی‌هایی که برای آن تعریف می‌کنند را به همراه نداشت، اظهار کرد: خصوصی‌سازی در ایران نتوانست کیفیت تولیدات را بالا ببرد ضمن اینکه بهره‌وری را هم نتوانست محقق کند. برای مثال در صنایع الکترونیکی ما که زمانی تا ۱۰۰۰دلارگر را به خود مشغول کرده بودند، اما با خصوصی‌سازی عملا ورشکسته شدند، به‌طوری‌که حتی زمین‌های این کارخانجات حالا برای فروش به منظور ساخت‌وسازهای دیگر حراج شده است.

این استاد دانشگاه با بیان اینکه هدف آمریکا در آن دوران این بود که ایران را از هدف تولید منصرف کند، ادامه داد: این هدف متأسفانه تا حدود بسیار زیادی محقق شده است و حالا ما به همان خاطر حدود ۲۰ میلیون نفر انسان زیر خط فقر داریم که بخش عمده آن به دلیل بیکاری ناشی از عدم وجود صنایع تولیدی بوده است.

گفتنی است برنامه‌های تعدیل ساختاری (Structural adjustment programmes)، شامل وام‌های ارائه‌شده توسط صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی به کشورهایی است که بحران‌های اقتصادی را تجربه کرده‌اند. این دو نهاد بر-تون وودزی کشورهای قرض‌گیرنده را ملزم می‌کنند در ازای گرفتن وام‌های جدید (و یا نرخ‌های بهره پایین‌تر در وام‌های موجود) سیاست‌های خاصی (لزوما در راستای خصوصی‌سازی‌های گسترده) را پیاده کنند. صندوق بین‌المللی پول معمولا سیاست‌گذاری‌ها را انجام می‌دهد و بانک جهانی هم مسئول تنظیم اقدامات لازم است. این برنامه از طریق شروطی که تعیین می‌کنند به‌طور کلی برنامه‌ها و سیاست‌های «بازار آزاد» را پیاده می‌کنند. برنامه‌های این سیاست شامل تغییرات داخلی (خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی) و همچنین خارجی (کاهش موانع تجاری) است.

صف‌کشی دولت و مجلس درباره FATF



بر مطرح می‌کنند هیچ اشرافی به موضوع ندارند. تنها اقدامی که کشورها در همکاری با FATF انجام می‌دهند این است که به جامعه جهانی اعلام می‌کنند که سازوکارهای مالی و قانونی در داخل کشورشان این قابلیت را دارد که با پولشویی مقابله کنند. به این ترتیب هیچ اطلاعاتی درباره موضوعات مالی کشورها رد و بدل نمی‌شود.

فرض کنیم قوانین یک کشور مبارزه با پولشویی و عدم تأمین مالی تروریسم را می‌پذیرد. در این زمینه کشورها کاملا حق تحفظ دارند و حتی اگر ابهاماتی درباره رفتارهای مالی‌شان مطرح باشد، آن را به قوانین داخلی خود ارجاع می‌دهند. مثلا در مورد جمهوری اسلامی ایران چنین حق تحفظی اعلام شده که اطلاعات مربوط به نهضت‌های آزادی‌بخش را اعلام نمی‌کند. همین که هر کشوری اعلام کند فلان سازمان آزادی‌بخش را طبق قوانین داخلی خود تروریست نمی‌داند، FATF متعرض آن نمی‌شود. در واقع اصلا FATF سازوکاری برای جمع‌آوری اطلاعات ندارد.

دروغی که دلوایسان می‌گویند

دلوایسان درباره FATF یک دروغ بزرگ را مطرح می‌کنند و می‌گویند FATF مرتبط با برجام است. در این خصوص بررسی‌ها نشان می‌دهد مقدمات کارهای مربوط به FATF توسط دولت یازدهم و دوازدهم انجام نشده بلکه سابقه آن به دولت‌های نهم و دهم برمی‌گردد.

گفته می‌شود بعد از تصویب و ابلاغ قانون مبارزه با پولشویی در سال ۸۶ ایران خود را مکلف به خروج از لیست سیاه می‌کند. در همین راستا دبیر شورای عالی امنیت ملی در سال ۱۳۸۹ موکدا از برخی نهادها و وزارتخانه‌ها درخواست می‌کند که مقدمات خروج از لیست سیاه را فراهم کنند.

از سوی دیگر در خرداد سال ۸۹ که هنوز بحث برجام مطرح نبود، دولت احمدی‌نژاد لایحه مبارزه با تأمین مالی تروریسم را تصویب و به مجلس تقدیم کرد. این قانون پهن‌ماه سال ۹۰ مصوب شد. این مصوبه در اسفند ۹۰ به شورای نگهبان ارسال شد و شورا به آن ایراد اصل ۱۵۸ قانون اساسی گرفت. اشکال شورای نگهبان این بود که این قانون باید

بپیوندد. آنچه هم‌اکنون مطرح است صرفا خروج از لیست سیاه و تبدیل وضعیت ایران به حالت نرمال است. این در حالی است که طبق گزارش‌های FATF کشورهای افغانستان و یمن و عراق وضعیت نرمال‌تری نسبت به ما دارند.

آیا FATF قرارداد است؟

برخلاف بحث‌های رایجی که افراد ناآشنا مطرح می‌کنند FATF یک گروه بین دولت‌هاست که حتی قطعنامه هم صادر نمی‌کند و تصمیماتش صرفا در حد بیانیه است؛ بیانیه‌هایی که حتی برای کشورها لازم‌الاجرا نیست. درواقع تنها کاری که انجام می‌دهد، رتبه‌بندی ریسک کشورها در «مبارزه با پولشویی» و عدم تأمین مالی تروریسم» است. کشورها برای اینکه ریسک را در دو مقوله فوق، بالا نبرند بیانیه را به نهادهای مالی و بانکی خود ارجاع می‌دهند.

نظام تصمیم‌گیری چگونه است؟

مکانیزم FATF رای‌گیری نیست بلکه تصمیمات از طریق اجماع اتخاذ می‌شود. سعی می‌کنند به اجماع اولیه برسند و یا حد وسط را در نظر بگیرند. اگر در لیست سیاه بنامین چه اتفاقی می‌افتد؟ با تلاش‌های مستمر دولت یازدهم حدود دو سالی است ابزار مقابله علیه ایران تعلیق شده، اما اگر قوانینی را که هم‌اکنون در مجلس در دست بررسی است، تصویب نشود مجددا به لیست سیاه برمی‌گردیم. معنای بازگشت به لیست سیاه این است که FATF اعلام خواهد کرد ریسک ایران در پولشویی و تأمین مالی تروریسم بالاست و درواقع از برقراری هرگونه رابطه مالی پیشگیری می‌کند.

بیانیه‌ها الزام‌آور نیست، اما...

همانطور که اشاره شد بیانیه‌های FATF الزام‌آور نیست و کشورها مجبور نیستند آن را رعایت کنند، اما در صورت عدم اجرا عملا میزان ریسک خود را افزایش می‌دهند. به همین دلیل معمولا کشورها حاضر نیستند بیانیه‌ها را زیر پا بگذارند.

همکاری با FATF یعنی افشای اطلاعات مالی ایران؟

از مباحث غلطی که رسانه‌ای شده این است که گفته می‌شود با پیوستن به FATF اطلاعات ایران از کشور خارج می‌شود و در اختیار بیگانگان قرار می‌گیرد. به نظر می‌رسد کسانی که این ادعا

در روزها و ماه‌های اخیر صحبت‌های زیادی درباره تصویب چند لایحه در مجلس صورت گرفته و حاشیه‌های زیادی را هم به وجود آورده است. از جمله آنها، پیوستن ایران به FATF بود که تیرماه سال ۹۵ و به دنبال اجرای برجام و همچنین برخی اقدام‌های ایران در زمینه مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم، نام ایران را از فهرست کشورهای FATF که لازم است علیه آنها اقدام‌های متقابل اتخاذ شود برای مدت یک سال تعلیق کرد. به همین منظور دولت با ارسال لایحه‌ای به مجلس خواستار تصویب قانونی این موضوع از سوی ایران شد اما با مخالفت‌های جدی در مجلس روبه‌رو شد.

به گزارش خبرآنلاین، FATF (گروه کاری اقدام مالی) در سال ۱۹۸۹ توسط گروه G7 تأسیس شد و مقر آن در سازمان همکاری توسعه اقتصادی OECD در پاریس است. بدنه اصلی FATF از ۲۵ کشور و دو سازمان تشکیل شده که اکثر آنها کشورهای توسعه‌یافته هستند. اعضای اصلی غیرکشوری کمیسیون اروپا و شورای همکاری خلیج‌فارس هستند. علاوه بر اعضای اصلی حدود ۴۰عضو ناظر هم در FATF عضو هستند که از جمله آنها می‌توان از بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و اینترپل و... نام برد.

در میان کشورهایی که به عنوان ناظر عضویت دارند، اسرائیل و عربستان برای جمهوری اسلامی ایران دارای اهمیت ویژه‌ای هستند. این اهمیت آنجا دوچندان می‌شود که این دو کشور تا پایان ۲۰۱۸ عضو اصلی می‌شوند.

چند کشور به FATF نپیوسته‌اند؟

سایر اعضای FATF در قالب مناطق مختلف دنیا طبقه‌بندی شده‌اند. در واقع مجموعا ۱۹۴ عضو منطقه‌ای در آن حضور دارند و تنها دو کشور ایران و کره شمالی آن را نپذیرفته‌اند.

آیا بحث این روزها عضویت است؟

درحالی‌که دلوایسان سیاسی تلاش می‌کنند با ایجاد توهم درباره FATF چنین القا کنند که ایران در حال عضویت در آن است، بررسی‌ها نشان می‌دهد که اصلا چنین موضوعی مطرح نیست و حتی اگر ایران بخواهد به آن بپیوندد باید فرآیندی چندساله را طی کند و ابتدا باید به گروه منطقه‌ای

رئیس‌دفتر رئیس‌جمهور با اعلام اینکه موضوع گرانی به جد در دولت مطرح شده است، گفت: رئیس‌جمهور خواسته‌اند همه دستگاه‌های ذی‌ربط به موضوع گرانی ورود پیدا کنند. محمود واعظی در حاشیه جلسه هیأت دولت در جمع خبرنگاران با اشاره به پیگیری‌های رئیس‌جمهور برای کنترل گرانی در جامعه، گفت: موضوع گرانی به جد در دولت مطرح شده است، شاهد بودیم حتی بخش‌هایی که ارز ۴۲۰۰می‌گیرند محاسبات آنها برای فروش اجناس با ارز بالاتر است. وی ادامه داد: رئیس‌جمهور شدیدا خواستند که همه دستگاه‌های ذی‌ربط به موضوع گرانی ورود کنند، از سوی دیگر اجناسی که در انبار مانده به سرعت در اختیار مردم قرار گیرد.

واعظی با اشاره به اینکه در زمینه خودرو یک فضای احساسی و روانی به وجود آمده است، تصریح کرد: خودروسازها خودروها را با قیمت مصوب در اختیار مردم قرار دهند. وی ادامه داد: گرانی از موضوعات جدی است که آقای روحانی، وزرا و مسئولان ذی‌ربط را مسئول کرده و هفته آینده (دوشنبه) ایشان جلسه‌ای را برای تصمیم‌گیری در مورد این موضوع برگزار خواهند کرد. رئیس‌دفتر رئیس‌جمهور به گرانی سکه نیز اشاره کرد و گفت: قرار شده است بحث‌های لازم در مورد این موضوع صورت گیرد و تصمیم‌هایی در این رابطه اتخاذ شود.

وی همچنین در مورد تخصیص ارز خاطرنشان کرد: ما از ۴۲۰۰ تومانی را به همه کسانی که ثبت

سفارش می‌کنند، واگذار می‌کنیم و در این زمینه مشکلی نداریم. واعظی در پاسخ به این پرسش که چه اولویت‌ها و برنامه‌هایی برای مقابله با گرانی دارید، اظهار کرد: اولویت‌ها تعیین شده، اما تصمیمات

باید بعد از مشورت با اصناف، تولیدکنندگان، اتاق بازرگانی و بخش خصوصی گرفته شود تا همه نسبت به این تصمیمات اقناع باشند. این گفت‌وگوها شروع شده است و رئیس‌جمهور هم روز گذشته از وزرا خواسته‌اند همت جدی داشته باشند و کار را خود برعهده بگیرند.

وی با اشاره به اینکه شرایط کشور به گونه‌ای است که اتاق‌های فکر در خارج از کشور تشکیل شده است تا از فرصت خروج آمریکا از برجام استفاده کنند، تصریح کرد: آنها مرتب سیگنال‌های منفی

برای افکار عمومی می‌فرستند، بنابراین ما هم باید انسجام و هماهنگی بیشتری داشته باشیم و اجازه ندهیم اختلاف‌نظرها و اختلاف سلیقه‌ها ابزاری در دست مخالفان کشور باشد. اگر اقدامی به نفع کشور است، به دلیل برخی مسائل سیاسی و جناحی نباید آن اقدامات نادیده گرفته شود. مطالبی که در

مجلس درباره لایحه پولشویی مطرح شد، درست نیست و صفت‌هایی که به دیگران هم دادند، در شأن آن نمایندگان که آن مباحث را مطرح کردند، نیست. واعظی در پایان با بیان اینکه این لایحه در دولت دهم مطرح شده است و هیچ ارتباطی با این دولت ندارد، گفت: کسانی که اکنون با این لایحه مخالفت می‌کنند حامی دولت دهم بودند.



در روز میلاد امام حسن مجتبی (ع)

۵۷۹۰ دانش آموز روستایی، میهمان سفره افطار کارکنان بانک آینده شدند

۵۷۹۰ دانش آموز روستاهای استان‌های خراسان جنوبی و هرمزگان، در روز میلاد امام حسن مجتبی (ع)، میهمان سفره افطاری بانک آینده شدند.

مراسم افطار و پذیرایی از دانش‌آموزان در مناطق محروم و کمتر برخوردار کشور، به همت کارکنان حوزه بانکداری الکترونیکی بانک آینده و هماهنگی جامعه یابوری فرهنگی در روز پنجشنبه، ۱۰ خردادماه سال ۱۳۹۷، همزمان با میلاد امام حسن مجتبی (ع) کریم اهل بیت، در ۱۳ روستای شهرستان‌های قائنات و بیرجند در استان خراسان جنوبی و هفت روستای استان هرمزگان، برگزار شد. مراسم افطاری دانش‌آموزان در مناطق محروم در چارچوب «طرح افطار ۲۰»، در پی فراخوان جامعه یابوری فرهنگی برای تهیه و توزیع بسته‌های غذا، برنامه‌ریزی و اجرا شد.

قیمت اوراق تسهیلات مسکن افزایش یافت

وام مسکن ۱۲۰ میلیونی، ۱۶ میلیون تومان

قیمت هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن طی معاملات این هفته فرابورس ایران حدود ۳۰۰۰ تومان افزایش یافته و هر برگ از این اوراق به قیمت حدودی ۶۷ تا ۶۸ هزار تومان معامله می‌شود. به گزارش ایسنا، در حال حاضر امتیاز تسهیلات مسکن فروردین ۱۳۹۷ کمی بیشتر از ۶۸ هزار تومان است، ولی مابقی تسه‌ها عمدتا با حدود قیمت ۶۷ هزار و ۵۰۰ هزار تومان داد و ستد می‌شود. در هفته‌های گذشته برای مدتی قیمت این اوراق نوسان چندانی نداشت و حدود ۶۴ تا ۶۵ هزار تومان داد و ستد می‌شد.

اگر قیمت اوراق ۶۷ هزار تومانی را مبنا قرار دهیم با توجه به اینکه زوج‌های تهرانی برای دریافت وام ۱۰۰ میلیون تومانی مسکن باید ۲۰۰ برگ تسهیلات مسکن خریداری کنند، آنها باید ۱۳ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان صرف خرید این ۲۰۰ برگ کنند. این مبلغ با احتساب ۲۰ میلیون تومان وام جعاله که بابتش باید ۴۰ برگ بهادار ۲ میلیون و ۶۸۰ هزار تومانی خریداری کرد، در مجموع برای دریافت وام ۱۲۰ میلیون تومانی مسکن حدود ۱۶ میلیون و ۸۰ هزار تومان می‌شود.

همچنین زوج‌های غیرتهرانی که در شهرهایی با جمعیت بیشتر از ۲۰۰ هزار نفر زندگی می‌کنند، می‌توانند تا سقف ۸۰ میلیون تومان وام بگیرند که برای گرفتن این مبلغ باید ۱۶۰ ورق بهادار خریداری کنند که با این حساب باید ۱۰ میلیون و ۷۲۰ هزار تومان بابت خرید این اوراق بپردازند که با احتساب ۲ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان برای خرید اوراق وام جعاله، در مجموع برای دریافت وام ۱۰۰ (میلیون تومانی باید ۱۳ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان پرداخت کنند.



علاوه بر این زوج‌های ساکن در سایر شهرهای با جمعیت زیر ۲۰۰ هزار نفر می‌توانند برای گرفتن ۶۰ میلیون تومان وام مسکن ۱۲۰ برگ بهادار خریداری کنند که باید ۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان بابت خرید اوراق بپردازند که برای دریافت ۲۰ میلیون تومان دیگر بابت وام جعاله باید ۲ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان بپردازند. این زوج‌ها در مجموع برای دریافت وام ۸۰ میلیون تومانی باید ۱۰ میلیون و ۷۲۰ هزار تومان پرداخت کنند.

مجردهای تهرانی نیز می‌توانند تا سقف ۶۰ میلیون تومان و غیرزوج‌هایی که در مراکز استان‌های بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت قرار دارند تا سقف ۵۰ میلیون تومان و در نهایت غیرزوج‌های ساکن در سایر مناطق تا سقف ۴۰ میلیون تومان وام دریافت کنند که به ترتیب هر کدام باید ۱۲۰، ۱۰۰ و ۸۰ برگ بهادار اوراق تسهیلات مسکن را از فرابورس ایران خریداری کنند. با این حساب مجردهای تهرانی باید برای خرید این اوراق ۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، افراد ساکن در مراکز استان بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت مبلغ ۶ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان و افراد گروه سوم مبلغ ۵ میلیون و ۳۶۰ هزار تومان پرداخت کنند. البته در صورت تمایل برای دریافت وام ۲۰ میلیون تومانی جعاله باید مبلغ ۲ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان دیگر هم بپردازند.

اوراق تسهیلات مسکن توسط بانک مسکن منتشر می‌شود. این اوراق قابلیت معامله در فرابورس ایران را دارد و ارزش اسمی هر برگ ۵ میلیون ریال است. مدت اعتبار اوراق تسه حداکثر تا دو دوره شش ماهه قابل تمدید است. این اوراق با توجه به اینکه چقدر تا زمان اعتبارش باقی مانده دارای قیمت متفاوتی است. در صورتی که مدت اعتبار این اوراق به اتمام رسیده و دارنده اوراق از تسهیلات آن استفاده نکند، نماد معاملاتی آن متوقف خواهد شد و وجوه پرداختی دیگر به دارنده اوراق بازپرداخت نخواهد شد.

رشد قیمت سکه ظاهرا قرار نیست متوقف شود. از شهریورماه ۱۳۹۶ سکه در مسیر افزایش قیمت قرار گرفته و از یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان تا بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان گران شده است. این در حالی است که با روند رو به رشدی که قیمت سکه طی می‌کند شاید دارندگان سکه‌های پیش‌فروش در زمان ثبت‌نام تصور هم نمی‌کردند که سود سرمایه‌گذاری آنها تا این حد بالا باشد. به گزارش ایسنا، از بهمن‌ماه سال گذشته بانک مرکزی برای ایجاد تعادل در بازار طرح پیش‌فروش سکه از کالال بانک ملی را در دستور کار قرار داد و در مرحله اول فقط سکه‌های با سررسید شش ماهه و یک‌ساله پیش‌فروش شد و در ابتدای سال جدید با تغییراتی که در سیاست ارزی ایجاد شد، نحوه پیش‌فروش نیز تغییر کرده و به هفت مرحله افزایش یافت، به طوری که از اواخر فروردین‌ماه سکه‌های با سررسیدهای یک، سه، شش، ۹، ۱۲، ۱۸ و ۲۴ ماهه پیش‌فروش شد. البته با توجه به استقبال بالایی که از طرح پیش‌فروش در مرحله جدید وجود داشت و ظرفیت به پایان رسید طولی نکشید که متوقف شد.

در حدود سه ماه اجرای طرح پیش‌فروش سکه بالغ بر ۷ میلیون و ۶۰۰ هزار قطعه فروش رفت که نزدیک به ۱۱۴ هزار و ۵۰۰ نفر خریدار این تعداد بودند. با توجه به اینکه زمان سررسید پیش‌فروش یک ماهه تمام شد سکه‌های فروخته‌شده در این دوره چندی پیش تحویل مشتریان شده و سررسیدهای دیگر در ادامه وارد بازار می‌شود، به

گونه‌ای که برای سال جاری تا ۵ میلیون و ۹۰۰ هزار قطعه و در سال آینده یک میلیون و ۳۴۰ هزار قطعه و در سال ۱۳۹۹ تا ۴۰۸ هزار قطعه سکه تحویل خواهد شد. اما در پیش‌فروش با توجه به اینکه قیمت‌ها قطعی هستند هر آنچه در زمان تحویل بین قیمت پیش فروش و بازار وجود داشته باشد سود صاحبان این سکه‌ها محسوب می‌شود و قرار نیست مبلغی مازاد پرداخت کنند. این در حالی است که اکنون با توجه به روند رو به رشدی که قیمت سکه طی می‌کند و در ماه‌های گذشته برگشت به عقب محسوسی نداشته، تاکنون سود قابل توجهی برای خریداران به همراه داشته است که نسبت به سود حاصل از سرمایه‌گذاری این مبلغ در حساب سپرده بانکی قابل توجه است.

در ادامه این گزارش سود ناشی از سرمایه‌گذاری در پیش‌فروش سکه با توجه به قیمت روز ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومانی این کالا و نرخ سود سپرده بانکی ۱۵درصد سالانه مورد مقایسه قرار می‌گیرد. خریداران سکه با سررسید یک ماهه برای هر قطعه یک میلیون و ۵۹۰هزار تومان هزینه کردند که در حال حاضر نسبت به سکه ۲میلیون و ۵۰۰ هزار تومانی بازار برای هر قطعه ۹۱۰ هزار تومان در یک ماه گذشته سود بردند، این در حالی است که سرمایه‌گذاری این مبلغ در بانک با سود سپرده ۱۵درصد برای یک ماه حدود ۲۰ هزار تومان سود به همراه دارد.

سکه‌های با پیش‌فروش سه ماهه یک میلیون و

۵۴۰ هزار تومان ثبت‌نام شدند که اکنون و با گذشت حدود دو ماه از این سرمایه‌گذاری ۹۶۰ هزار تومان نسبت به نرخ بازار سود به مبلغ خرید برای هر قطعه اضافه شده است، در حالی که سود ناشی از سپرده این مبلغ در بانک برای یک ماه حدود ۱۹هزار و ۲۵۰ تومان و برای سه ماه نزدیک به ۵۸هزار تومان است. همچنین مبلغ خرید سکه‌های با سررسید شش ماهه حدود یک میلیون و ۴۷۵ هزار تومان بود که تا همین لحظه خریداران برای هر قطعه حدود یک میلیون و ۲۵ هزار تومان سود بردند، در حالی که سود بانکی این مبلغ برای هر ماه حدود ۱۸ هزار تومان و در شش ماه نزدیک به ۱۱۰ هزار تومان است. برای سکه‌های با سرسید ۹ ماهه بانک مرکزی از هر قطعه یک میلیون و ۴۱۰ هزار تومان دریافت کرده که اکنون سود خرید سکه در ازای این مبلغ به یک میلیون و ۹۰ هزار تومان می‌رسد، در حالی که سود سپرده بانکی برای یک میلیون و ۴۱۰ هزار تومان در هر ماه نزدیک به ۱۸ هزار تومان و در ۹ماه سرمایه‌گذاری به ۱۶۰هزار تومان می‌رسد. اما سکه‌های با سررسید ۱۲ ماهه با نرخ یک میلیون و ۳۵۰ هزار تومان پیش‌فروش شده است. با توجه به قیمت روز سکه در حال حاضر سود اختصاص‌یافته به صاحبان این سررسیدها به یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان در هر قطعه می‌رسد. اگر این مبلغ در بانک سپرده‌گذاری شود برای هر ماه حدود ۱۷ هزار تومان و در ۱۲ ماه ۲۰۴ هزار تومان است.

سکه‌های با سررسید ۱۸ ماهه که با یک میلیون و

مقایسه سود سکه در هفت سررسید نسبت به نرخ ۲میلیون و ۵۰۰ هزار تومانی فعلی سکه و سود ۱۵درصد بانکی

سررسید پیش فروش	قیمت پیش فروش (تومان)	سود سکه نسبت به نرخ فعلی (تومان)	سود بانک در دوره سر رسید (تومان)	اختلاف سود (تومان)
یک ماهه	یک میلیون و ۵۹۰ هزار	۹۱۰ هزار	۲۰ هزار	۸۹۰ هزار
سه ماهه	یک میلیون و ۵۴۰ هزار	۹۶۰ هزار	۵۸ هزار	۹۰۲ هزار
شش ماهه	یک میلیون و ۴۷۵ هزار	۲۵ هزار	۱۱۰ هزار	۹۱۵ هزار
۹ ماهه	یک میلیون و ۴۱۰ هزار	یک میلیون و ۹۰ هزار	۱۶۰هزار	۹۳۰ هزار
۱۲ ماهه	یک میلیون و ۳۵۰ هزار	یک میلیون و ۱۵۰ هزار	۲۰۴ هزار	۹۶۴ هزار
۱۸ ماهه	یک میلیون و ۲۴۵ هزار	یک میلیون و ۲۵۵ هزار	۲۸۰ هزار	۹۷۵ هزار
۲۴ ماهه	یک میلیون و ۱۱۶ هزار	یک میلیون و ۳۸۴ هزار	۳۳۵ هزار	یک میلیون و ۵۰ هزار

سکه بخریم یا نخریم؟

رصد نمی‌شود، لذا مردم باید مراقب باشند که از نوسانات آسیب نبینند. محدودلی گفت: با توجه به شرایط فعلی پیش‌بینی می‌شود ظرف روزهای آینده بانک مرکزی به بازار سکه ورود کند و قیمت‌ها کاهش شود. وی تأکید کرد: با توجه به اینکه کشور غنی و با قدمت ۸۰۰۰ ساله داریم، اگر می‌خواهیم از تلاطمات بین‌المللی در امان باشیم، چاره‌ای نداریم جز اینکه صنایع‌محور و تولیدمحور باشیم، اما اکنون باتولیدمحور بودن در جامعه فاصله کیلومتری داریم که باعث نوسانات در بازار می‌شود.

تأکید بر اینکه قیمت‌های کنونی واقعی نیست، توضیح داد: سکه بیش از ۴۰۰ هزار تومان حباب دارد و بازار ملتهب است؛ چراکه تقاضای زیادی وارد بازار سکه شده که رشد کاذب قیمت را به همراه آورده است. محدودلی با بیان اینکه بازار باید به ثبات برسد، توصیه کرد: نباید در بازار ملتهب خرید کرد که منجر به ضرر شود. به گفته وی، هفته آینده نیز وضعیت بازار و قیمت‌ها بر همین اساس پیش‌بینی می‌شود. عضو هیأت‌مدیره انجمن صنفی طلا و جواهر تصریح کرد: گاها بازار به‌طور شایسته

طرح قدیم ۲میلیون و ۴۲۰ هزار تومان، نیم‌سکه یک میلیون و ۲۴۰ هزار تومان، ربع‌سکه ۷۰۵ هزار تومان و سکه گرمی ۴۰۳ هزار تومان است. وی با بیان اینکه قیمت‌ها در بازار چهارشنبه نسبت به میانگین قیمت‌ها در بازار روز گذشته ثابت است، افزود: قیمت هر اونس طلا در بازار جهانی ۱۲۹۵دلار است. همچنین هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲۱۱ هزار تومان و هر مثقال طلای ۱۸ عیار ۹۱۳ هزار تومان فروخته می‌شود.

عضو هیأت‌مدیره انجمن صنفی طلا و جواهر با

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان طلا و جواهر آخرین قیمت‌ها از بازار طلا و سکه را اعلام و توصیه کرد که با توجه به ملتهب‌بودن بازار و جابجایی‌بودن قیمت سکه نباید در بازار ملتهب خرید کرد که منجر به ضرر شود. همچنین طی روزهای آینده پیش‌بینی می‌شود قیمت‌ها کاهش یابد. عبادالله محدودلی، عضو هیأت‌مدیره انجمن صنفی طلا و جواهر در گفت‌وگو با ایسنا، درباره آخرین قیمت‌ها از بازار طلا و سکه گفت: قیمت سکه تمام طرح جدید ۲میلیون و ۵۲۵ هزار تومان، سکه تمام

گرانی در بازار و انفعال انجمن‌های کاغذی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

هیأت مدیره انجمن‌ها تشکیل شده است ولی چرا مردم اطلاعی ندارند مگر قرار نبود طبق قانون، اعضای هیأت‌مدیره با رأی مردم باشند؟ وقتی اعضای هیأت‌مدیره‌ها، به‌طور میانگین با ۱۰۰ رأی در شهرستان‌ها یا کلانشهرها انتخاب می‌شوند یعنی انتخاب واقعی نبوده است. به گزارش تسنیم، موج گرانی در بازار ارز و طلا و خودرو و اقلام خوراکی، در حالی جامعه را دچار نگرانی کرده است که امید مردم به نقش‌آفرینی و نظارت نهادهای نظارتی دولتی و غیردولتی از جمله انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان هم هر روز کم‌رنگ‌تر می‌شود. انتقاداتی به وضعیت فعلی انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از عدم تأثیرگذاری بر بازار و پیگیری مطالبات و حقوق مردم گرفته تا بحث ابهام در برگزاری انتخابات هیأت‌مدیره انجمن‌های استانی مطرح است که به برخی از آنها اشاره می‌شود. درحالی‌که مصرف‌کنندگان از گرانی و گران‌فروشی نجومی کالا و خدمات نظیر گوشت، خودرو، ارز و سکه دچار شوک شده‌اند، انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان غایب اصلی است.

براساس مصوبه سال ۸۸ مجلس شورای اسلامی مقرر بوده در تمام شهرستان‌های کشور، هیأت‌مدیره انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، با آرای مردم و مصرف‌کنندگان، انتخاب شوند و در استان‌ها، هیأت‌مدیره استانی و در کشور هیأت‌مدیره ملی تشکیل شود. هیأت مدیره انجمن‌ها تشکیل شده است ولی چرا مردم و مصرف‌کنندگان اطلاعی ندارند مگر قرار نبوده براساس قانون، اعضای هیأت‌مدیره با رأی مردم باشند؟ وقتی اعضای هیأت‌مدیره‌ها، به‌طور میانگین با ۱۰۰ رأی در شهرستان‌ها یا کلانشهرها انتخاب می‌شوند یعنی فراخوان و انتخاب واقعی در کار نبوده است، چرا مردم نشانی انجمن‌هایی را که برای حمایت از آنان تشکیل شده است، نمی‌دانند؟ چرا انجمن ملی، حتی یک تابلو به اندازه یک پلاک واحد مسکونی ندارد؟ انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان چه حمایتی از مصرف‌کنندگان در این آشفته‌بازار کرده‌اند؟ چرا مرجع نظارتی خاص (سازمان حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان) و سازمان بازرسی کل کشور اقدام موثری نکرده‌اند؟ چه کسانی از تشکیل این انجمن‌ها سود می‌برند، مصرف‌کنندگان یا افراد خاص؟

رقابت تولیدکنندگان اسباب‌بازی و سرگرمی در تهران

هشتمین نمایشگاه بازی و اسباب‌بازی از ۱۱ تا ۱۵ تیرماه با حضور ده‌ها شرکت تولیدکننده و خدماتی حوزه اسباب‌بازی در تهران برگزار می‌شود. به گزارش تسنیم، این نمایشگاه با رویکرد ملی برگزار می‌شود و شامل بازی و اسباب‌بازی ایرانی، اسلامی و صدها نوع بازی‌های مختلف فکری و همچنین بازی‌های بومی است. معرفی اسباب‌بازی‌های موثر در رشد جسمی و ذهنی کودکان، آشنایی تولیدکنندگان با نیازهای این قشر، ارائه و معرفی آخرین دستاوردهای تولیدکنندگان داخلی و ترویج مبانی اصولی ارتباط آگاهانه، یکپارچه‌سازی فعالیت‌های حوزه اسباب‌بازی، ایجاد فرهنگ انتخاب درست اسباب‌بازی، ایجاد فضای فرهنگی و توسعه سرگرمی و اسباب‌بازی مهم‌ترین اهداف برگزاری این نمایشگاه است. در این نمایشگاه که با رویکرد تولیدات ملی و حمایت از صنعت اسباب‌بازی داخلی برگزار می‌شود، شرکت‌های تولیدکننده داخلی صدها مدل از انواع اسباب‌بازی‌های الکتریکی، روبات‌ها، انواع چرتکه، پازل، بازی‌های رنگ‌شناسی، خمیربازی و بازی‌های کمک‌آموزشی را در معرض دید علاقه‌مندان به ویژه کودکان و نوجوانان قرار خواهند داد. در هشتمین نمایشگاه بزرگ بازی و اسباب‌بازی؛ اسباب‌بازی و تولیداتی که با تأیید شورای نظارت بر اسباب‌بازی کشور برپا می‌شود، صرفاً اسباب‌بازی و تولیداتی که متناسب با فرهنگ ایرانی، اسلامی طراحی و تولید شده و برای رشد و شکوفایی کودکان مفید است، عرضه می‌شود. یکی از اتفاقات خوب این نمایشگاه ارائه مشاوره است، مباحثه‌ها جهت انتخاب اسباب‌بازی مناسب، برگزاری کارگاه‌های رنگ‌شناسی، کارگاه اسباب‌بازی و حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و اجرای برنامه‌های متنوعی برای کودکان و خانواده‌ها است. هشتمین نمایشگاه بزرگ بازی و اسباب‌بازی از ۱۱ تا ۱۵ تیرماه هر روز از ساعت ۹ صبح الی ۸ شب در محل سالن حجاب کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان برگزار می‌شود.

تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی به مواد اولیه وارداتی افزایش قیمت کالاها توجیه ندارد وزیر اقتصاد گفت مواد اولیه وارداتی به کشور به صورت مداوم رصد می‌شود و ارز ۴۲۰۰ تومان به آن اختصاص می‌یابد، بنابراین نباید با افزایش قیمت روبه‌رو باشیم. به گزارش تسنیم، مسعود کرباسیان، وزیر امور اقتصادی در حاشیه آیین بهره‌برداری از شش سامانه و خدمات الکترونیک وزارت امور اقتصاد و دارایی در رابطه با نوسانات ارزی روزهای اخیر و تأثیر آن روی قیمت کالاها و خدمات، گفت: مواد اولیه وارداتی به کشور به صورت مداوم رصد و کنترل می‌شود و با ارز ۴۲۰۰ تومان به آن اختصاص می‌یابد، بنابراین نباید با افزایش قیمت روبه‌رو باشیم. بعضا انعکاس افزایش قیمت‌ها بیشتر از کاهش قیمت کالاها است. وی گفت: چند ماه پیش قیمت‌های واردات با ارز بالاتری انجام می‌شد اما اکنون که با ارز پایین‌تری نیز انجام می‌شود بالطبع باید کاهش بیشتری به لحاظ قیمت وجود داشته باشد؛ آراش بیشتری به مردم در این زمینه بدهیم و حتما دولت وظیفه خود را انجام می‌دهد. وزیر اقتصاد درخصوص طرح جامع مالیاتی به منظور شفافیت و ساده‌سازی پرداخت مالیات، گفت: این موضوع را با همکارانم پیگیری می‌کنیم، سازمان مالیاتی به خصوص وزارت ارتباطات سهم مهمی در همکاری‌ها دارند، یکی از موارد به طرح جامع مالیاتی بازمی‌گردد شاید برخی امور سهم زیادی در درآمدهای مالیاتی نداشته باشد اما با ارباب‌رچوع در ارتباط است. کرباسیان گفت: موضوع نقل و انتقال ملک برون‌سپاری خواهد شد زیرا عوارض ساختمان توسط شهرداری اخذ می‌شود و هر سال براساس منطقه‌بندی عوارض از سوی شهرداری تعیین می‌شود؛ اینکه یک نفر بخواهد مالیات آن را بپردازد از دفاتر اسناد رسمی نامه دریافت می‌کند تا بدهی مالیاتی آن مشخص شود و پس از آن برای انتقال سند، مفاضا حساب مالیاتی باید دریافت کنیم.

چگونه پنبه طلای سفید زده شد؟

وقتی پنبه به‌راحتی از مدار صادرات خارج می‌شود



چراکه پنبه مواد اولیه مورد نیاز صنایع نساجی است که اگر قیمت آن از نرخ‌های جهانی بالاتر رود، صنایع اقدام به واردات پنبه و نخ خارجی می‌کنند که به همین خاطر قیمت پنبه نمی‌تواند افزایش ناگهانی داشته باشد.

کاویانی ادامه داد: مسئولان امر با به‌کارگیری برخی تمهیدات و اعطای یارانه به بخش تولید باید از ضرر و زیان کشاورزان جلوگیری کنند. این مقام مسئول با بیان اینکه قاچاق پوشاک ضربه مهلکی به صنایع نساجی و تولید پنبه وارد می‌کند، افزود: با توجه به افزایش هزینه‌های تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل و ثبات نرخ خرید تضمینی وش پنبه، قاچاق پوشاک می‌تواند ضربه مهلکی به تولید پنبه وارد کند، چراکه دولت در جهت حمایت از بخش ریسندگی، نرخ خرید تضمینی پنبه را در سال جاری افزایش نداد تا فشاری بر این بخش وارد نشود.

به گفته وی با توجه به بهره بالای بانکی، تولید برای صنعت نساجی صرفه اقتصادی ندارد که در نهایت این امر کاهش تولید پنبه و افزایش حجم قاچاق پوشاک را به همراه دارد که از مسئولان انتظار می‌رود با اعطای تسهیلات ازان‌قیمت و یارانه به بخش تولید علاوه بر کاهش واردات پنبه و نخ از قاچاق پوشاک نیز جلوگیری کند.

این مقام مسئول در پاسخ به این سوال که تولیدکنندگان کاهش ۳۰درصدی ظرفیت صنایع را ناشی از کمبود پنبه داخل و محدودیت واردات می‌دانند، گفت: این امر صحت ندارد چراکه هیچ محدودیتی در واردات نیست و تنها صنایع نساجی به سبب وجود برخی مشکلات اقتصادی با حداقل ظرفیت خود کار می‌کنند.

بسته پیشنهادی بخش تعاون در راستای حمایت از تولید داخلی

بر فعالیت‌های غیرتولیدی و غیرمولد، تمرکز و تقویت دیپلماسی سیاسی-اقتصادی برای توسعه صادرات محصولات داخلی، استراتژی توسعه صنعتی با همکاری بخش‌های غیردولتی، تهیه بسته‌های حمایتی از تولیدکنندگان برای ارتقای بهره‌وری و اصلاح فرآیند تولید، اراده جدی قوای سه‌گانه برای بهبود فضای کسب و کار و کاهش مجوزها و امضاهای طلایی، ثبات اقتصاد کلان (تورم، نرخ ارز، نرخ سود و...)، اصلاح عملکرد سیستم بانکی در جهت هدایت نقدینگی جامعه به سمت بخش‌های مولد، تبلیغات رسانه‌ای در حمایت از کالای ایرانی را از دیگر اولویت‌های پیشنهادی در راستای حمایت از تولیدات داخلی برشمرد.

وی تأکید کرد: بخش تعاون به عنوان یکی از ۳بخش اصلی اقتصاد، از ظرفیت مناسبی برای توسعه تولید داخلی برخوردار است.

صنایع نساجی تا ابتدای فصل برداشت با مشکل کمبود پنبه روبه‌رو نشوند.

وی از افزایش نرخ جهانی پنبه خبر داد و گفت: امسال نرخ جهانی پنبه به ۲ دلار و ۲۲ سنت افزایش یافت که براساس افزایش نرخ جهانی پنبه، نرخ پنبه داخلی نیز افزایش خواهد یافت.

کاویانی با انتقاد از ثبات نرخ خرید تضمینی وش پنبه در سال زراعی ۹۷-۹۶ بیان کرد: نرخ خرید تضمینی وش پنبه همانند سال زراعی گذشته ۳هزار و ۲۰۰ تومان است که این امر با واکنش کشاورزان روبه‌رو شد، اما به سبب افزایش نرخ جهانی و به‌تبع آن خرید پنبه به نرخ‌های بالاتر توسط صنایع پیش‌بینی می‌شود که امسال نیازی به حضور تعاون روستایی برای خرید تضمینی محصول نیست که این امر می‌تواند کشاورزان را به امر کشت ترغیب کند.

وی با بیان اینکه دستیابی به خودکفایی پنبه مستلزم زمان است، افزود: سالانه ۱۲۰ هزارتن پنبه در صنایع نساجی مورد استفاده قرار می‌گیرد که ظرف مدت‌زمان دو تا سه سال امکان تولید این میزان پنبه در داخل وجود ندارد و به همین خاطر وزارت جهاد کشاورزی با برنامه‌ریزی مناسب باید به تدریج سطوح را افزایش دهد.

مدیرعامل صندوق توسعه کشت پنبه توزیع بذور مناسب و نهاده‌های ارزان‌قیمت و خرید محصول با قیمت مناسب را از جمله عوامل موثر در افزایش سطوح کشت پنبه دانست.

وی در پاسخ به این سوال که ثبات نرخ خرید تضمینی وش پنبه می‌تواند بر کاهش تولید محصول اثرگذار باشد، بیان کرد: ثبات نرخ خرید تضمینی نمی‌تواند بر کاهش تولید پنبه تأثیرگذار باشد، زیرا این مقام مسئول با بیان اینکه سال گذشته ۶۶هزارتن پنبه مورد نیاز صنایع نساجی وارد شد، اظهار کرد: از ابتدای سال تاکنون ۱۵ هزار تن پنبه خارجی وارد شده است که با احتساب ۱۵ هزارتن پنبه داخلی باقیمانده در انبارها انتظار می‌رود که در ریشه در اقتصاد مقاومتی دارد. رئیس اتاق تعاون ایران، اظهار کرد: ضروری است که مسئولان نظام اقتصادی با برنامه‌ریزی‌های دقیق و اولویت‌دادن به موضوعات مهم طی سال جاری، تمام اهتمام خود را برای تحقق شعار سال ۹۷ و رسیدن به اهداف سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران متمرکز و با مشارکت‌دادن شکل‌های غیردولتی در تصمیم‌گیری‌های کلان اقتصاد، آن را در مسیر ریل‌گذاری‌شده قرار دهند.

۲۰درصد تجارت جهانی خرما در قبضه ایران

درجه دو به یک به میزان ۴۷ هزار و ۷۸۰ هکتار و حذف و جایگزینی نخیلات به وسعت ۴۵ هزار و ۳۶۰ هکتار طی برنامه پنج ساله ششم توسعه پیش‌بینی شده است.

لطیفیان در بخش دیگری از سخنان خود گفت: ایران طی ۱۰ ساله گذشته همواره در معرض خشکسالی بوده و پیش‌بینی‌ها حاکی از اینکه کشور

در این شرایط باقی خواهد ماند.

مدیرکل دفتر امور میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری وزارت جهاد کشاورزی افزود:

نظر می‌رسد مسئولان برای تحقق این آرمان علاوه بر به‌کارگیری عزم و اراده جدی باید حمایت‌های ویژه‌ای از کشاورزان به عمل آورند تا آنها همانند گذشته به کشت این محصول استراتژیک امیدوار شوند.

با وجود آنکه کشت پنبه در سال‌های اخیر به دلیل برخی مشکلات کاهش یافته و تاکنون وعده‌های دولت برای احیا و خودکفایی مجدد این محصول به جایی نرسیده است به سراغ مسئولان ذی‌ربط می‌رویم تا از دلایل این موضوع با خبر شویم:

محمدحسین کاویانی، مدیرعامل صندوق توسعه کشت پنبه با اشاره به اینکه سطح زیرکشت پنبه در سال زراعی ۹۷-۹۶، ۷۰۵ هزار هکتار است، اظهار کرد: اگرچه کشاورزان بعد از برداشت گندم مشغول کشت پنبه هستند، اما وزارت جهاد کشاورزی پیش‌بینی کرده که امسال از مجموع ۷۰۵ هزار هکتار سطح زیرکشت محصول حدود ۵۵ هزارتن پنبه تصفیه‌شده تولید شود.

وی افزود: با توجه به نبود صرفه اقتصادی کشت پنبه در اوایل بهار، اراضی پس از برداشت گندم، جو، کلزا، سیب‌زمینی و... به کشت این محصول اختصاص می‌یابد.

کاویانی پنبه مورد نیاز صنایع نساجی را ۱۲۰ هزارتن اعلام کرد و گفت: با توجه به احتساب تولید داخل، ۶۵ هزارتن نیاز کشور از طریق واردات تأمین می‌شود.

این مقام مسئول با بیان اینکه سال گذشته ۶۶هزارتن پنبه مورد نیاز صنایع نساجی وارد شد،

اظهار کرد: از ابتدای سال تاکنون ۱۵ هزار تن پنبه خارجی وارد شده است که با احتساب ۱۵ هزارتن پنبه داخلی باقیمانده در انبارها انتظار می‌رود که

تا اوایل سال ۸۲ به سبب مازاد تولید پنبه مخالف سرسخت واردات بودیم اما رفته‌رفته بی‌توجهی مسئولان به تولید این محصول استراتژیک، افزایش واردات کشت پنبه را به کما برد.

به گزارش خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان، روزگار پنبه‌کاران از دهه ۸۰ به بعد ناشی از وجود برخی مشکلات و معضلات به سفیدی پنبه‌ای که تولید می‌کنند، نیست که در نهایت این امر دستاوردی جز تباهی صنعت نساجی، کشاورزان و جولان پوشاک قاچاق و خارجی در مغازه‌های سطح کشور نداشته است.

این در حالی است که تا اوایل سال ۸۲ به سبب مازاد تولید پنبه مخالف سرسخت واردات بودیم، چراکه در آن زمان علاوه بر تأمین نیاز داخل در بازارهای هدف نیز حرفی برای گفتن داشتیم که رفته‌رفته بی‌توجهی مسئولان به تولید این محصول استراتژیک، افزایش واردات جهت تأمین نیاز صنایع و نبود توان رقابتی در بازار و جایگزین شده محصولات رقیب در داخل، کشت پنبه را به کما برد. اگرچه هر از گاهی مسئولان و کارشناسان انتقاداتی نسبت به واردات قانونی و غیرقانونی پوشاک خارجی مطرح می‌کنند و تنها دلیل آن را زمین‌خوردن تولید پنبه می‌دانند و می‌گویند که با توجه به پتانسیل کشور در تولید پنبه مورد نیاز صنایع، باید برنامه‌ریزی و مدیریت مناسبی جهت خودکفایی این طلای سفید به کار گرفته شود، اما این امر مستلزم رقابت پوشاک داخلی با خارجی است تا مجددا رونق به صنعت نساجی کشور بازگردد.

البته ناگفته نماند که پنبه جزو ۹ محصولی است که در راستای تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی باید تولید آن به خودکفایی برسد، که به

رئیس اتاق تعاون ایران با تشریح مهم‌ترین چالش‌های اقتصادی، ۱۴ محور پیشنهادی برای حمایت از تولید داخلی را مطرح کرد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، بهمن عبداللهی، رئیس اتاق تعاون ایران با بیان اینکه عنایت ویژه مقام معظم رهبری بر تولید داخلی در چند سال اخیر محور بیانات ایشان بوده است، اظهار کرد: رشد سرمایه‌گذاری داخلی، فراهم‌کردن بسترهای مناسب برای رشد اقتصادی، فراهم‌کردن زمینه برای توانمندی بخش تعاونی و خصوصی و مردمی‌کردن اقتصاد، عملیاتی‌کردن سیاست‌های کلی نظام و بهبود فضای کسب و کار، توجه به کیفیت تولید داخلی، اولویت خرید کالا‌های داخلی ریشه در اقتصاد مقاومتی دارد.

وی ادامه داد: لزوم استفاده از فناوری‌های جدید و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در تولید محصولات داخلی، مشارکت بخش مردمی اقتصاد به مدیرکل دفتر امور میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری وزارت جهاد کشاورزی گفت: در حال حاضر ۲۰درصد تجارت جهانی خرما در اختیار ایران است و ۱۵درصد خرمای جهان در ایران تولید می‌شود.

به گزارش تسنیم، مسعود لطیفیان در مصاحبه با رادیو ضمن اشاره به اینکه سطح زیرکشت نخیلات فعلی کشور ۲۵۰ هزار هکتار است، افزود: هم‌اکنون ۲۱درصد سطح زیرکشت و ۱۵درصد میزان تولید خرمای جهان مربوط به این مرز و بوم است.

وی همچنین اظهار داشت: خوشبختانه طی چند سال اخیر عملکرد مقدار تولید خرما در کشور از رشد پنج برابری برخوردار بوده است.

مدیرکل دفتر امور میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری وزارت جهاد کشاورزی گفت: طبق آمار سطح زیرکشت خرما در مملکت طی سنوات گذشته به‌طور متوسط ۱.۸ و نرخ رشد تولید ۲۰.۱درصد بوده است.

وی تصریح کرد: طرح توسعه زیرکشت نخیلات کشور ۵هزار هکتار، اصلاح و تبدیل باغات خرمای

خوشبختانه سیاست‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت برای مقابله با خشکسالی در دستور کار دستگاه‌های مرتبط قرار گرفته که به‌وسیله اعمال این سیاست‌ها از قبیل توسعه سیستم‌های آبیاری تحت فشار و استفاده از ارقام متحمل به شوری و خشکی می‌توان اردمان مصرف آب و آبیاری را در باغات کشور بالا برد.

وی اضافه کرد: جدا از این خرما در بحث شوری و خشکی گیاهی مقاوم به حساب می‌آید البته ناگفته نماند مقاومت به معنی افت عملکرد نیست.

وقتی ترمز مشتری مداری کشیده می شود



بر اساس آمارهای تجارت خارجی کشور در ۱۰ ماهه منتهی به دی‌ماه سال جاری ۲۶۷۰۰ خودرو با حجم موتور زیر ۲۰۰۰ سی‌سی وارد کشور شده است که ارزش ارزی آنها حدود ۶۸۲ میلیون دلار بوده است. همچنین ۱۹۲۰۰ خودرو با حجم ۲۵۰۰ تا ۲۵۰۰ سی‌سی از گمرکات مختلف وارد کشور شده که ارزش آنها بیش از ۵۲۰ میلیون دلار بوده است، به این ترتیب تنها در این دو مورد (به‌غیر از خودروهای هیبریدی) نزدیک به ۴۶هزار خودرو وارد کشور شده است.

به گزارش پدال‌نیز، چندی پیش اعلام شد که شرکت کرمان‌موتور به خاطر عدم توانایی در تحویل هیوندای النترا مونتاژی به مشتریان خود گفته تا از میان سانئافه، جک S3 و جک S5 یک خودرو را انتخاب کنند. حال سایپا هم در بخشنامه‌ای اعلام کرده که فعلاً نمی‌تواند رنو ساندرو دنده‌ای را تحویل دهد و مشتریان می‌توانند به جای آن تندر ۹۰ را تحویل بگیرند.

شرکت‌های خودروسازی به جهت دارا بودن حمایت‌های دولتی و همچنین قدرت فشار به مردم، در هر زمینه‌ای که صلاح بدانند به مردم و مشتریان خود فشار می‌آورند، این فشارها از گران کردن بی‌دلیل خودرو گرفته تا تأخیر در تحویل و حتی

عوض کردن سفارش ثبت‌شده مشتری ادامه دارد. البته نباید خدمات نامناسب و رفتار بعضاً نادرست برخی از نمایندگی‌های این خودروسازان را در برابر خواسته‌های بحق مردم از قلم انداخت.

چندی پیش اعلام شد که یکی از خودروهای محبوب بازار، افت تولید شدید را تجربه کرده و احتمالاً شرکت تولیدکننده، محصولی دیگر را به مشتریان تحویل می‌دهد. حال می‌پنیم که این شنیده‌ها امروز به‌صورت مستقیم رنو ساندرو دنده‌ای را نشانه گرفته‌اند و اگر مشتریان تحویل اردیبهشت این خودرو بخواهند سوار بر هاجیکی دنده‌ای با کیفیت مناسب شوند، باید سلیقه خود را تغییر داده و نسخه سدان آن را با ظاهری قدیمی‌تر تحویل بگیرند.

در جمع ثبت‌نام‌کنندگان ساندرو دنده‌ای برای تحویل اردیبهشت سال جاری، هستند مشتریانی که مصرف‌کنندگان واقعی‌اند و حال آنچنان دلخوشی از این تغییر ندارند. جالب است در بخشنامه جدید اعلام شده که حق تغییر رنگ برای مشتریان میسر نیست. شاید بهتر بود که گروه سایپا و پارس‌خودرو نیز برای جبران این اتفاق، حداقل امتیازهایی را برای این گروه از مشتریان در نظر می‌گرفت.

مشتری خواست ما انجام دادیم!

با اعلام خبر تبدیل ساندروهای دنده‌ای به تندر ۹۰

دنده‌ای، برخی مشتریان ساندروهای اتوماتیک نگران هستند که طی هفته‌های آتی، چه بر سر حواله‌هایشان می‌آید و آیا سایپا از پس تحویل نسخه‌های اتوماتیک برمی‌آید یا خیر؟ با پیگیری برخی رسانه‌ها، گویا این پاسخ از جانب مدیران سایپا اعلام شده که مشتریان خودشان تندر ۹۰ را به‌جای ساندرو می‌خواهند! شرکت خودروسازی سایپا اعلام کرد که «در پی درخواست جمعی از مشتریان درباره جایگزینی خودروی تندر ۹۰ به جای ساندرو، معاونت بازاریابی و فروش گروه خودروسازی سایپا با هدف کسب رضایت مشتریان، اقدام به صدور بخشنامه‌ای کرد که این طرح کاملاً اختیاری بوده و هیچ‌گونه اجباری برای دریافت خودروی تندر ۹۰ به‌جای ساندرو وجود ندارد. اما نکته عجیب این است که در بخشنامه سایپا برای اطلاع‌رسانی به نمایندگی‌ها، هیچ کلمه‌ای به معنی اختیار اعلام نشده است و تهدات خود به مشتریان این سری از خریداران ساندرو دنده‌ای را تحویل رنو تندر ۹۰ نده‌ای می‌داند. باید منتظر بود و دید که آیا مشتریان می‌توانند از فردا همان رنو ساندرو دنده‌ای را تحویل بگیرند یا باید برای زودتر رسیدن به خودرو همان تندر ۹۰ دنده‌ای را انتخاب کنند. **آپشن‌هایی که آپشن نیستند**

وضعیت نابسامان بازار خودرو این روزها به اوج خود رسیده و شرکت‌های بزرگ خودروسازی کشور که همان سایپا و ایران‌خودرو هستند با جابه‌جا کردن مرزهای تضییع حقوق مصرف‌کننده، دست به اقدامات عجیب و غریب می‌زنند. حذف برخی قسمت‌های خودروها از این دست اقدامات است. نام‌نگاری‌های شرکت سایپا با نمایندگی‌های فروش نشان می‌دهد این شرکت از ۱۵ بهمن‌ماه سال ۹۶ با ارسال یک بخشنامه به نمایندگی‌های فروش اعلام کرده، از این تاریخ زه جانبی کلیه محصولات گروه ۱۱۱۰، ۱۱۱۰ X1۰۰۰ و ۱۳۲حذف شده است و در این رابطه نسبت به خودروهای ارسال شده از سوی پیمانکاران تحویل و به ثبت آن در سیستم فروش اقدام کنند. براساس این بخشنامه مردم باید با پرداخت ۲۷هزار تومان در بازار نسبت به خرید زه که قبل‌روی خودرو نصب بود، اقدام کنند. البته این شرکت پیش از این هم به حذف برخی امکانات خودروی پراید از جمله ضبط به‌نام آپشن اقدام کرده بود که همین امر نارضایتی بیشتر مردم را به‌دنبال داشته است، اما متأسفانه تاکنون هیچ پاسخ منطقی در این رابطه به مصرف‌کننده ارائه نشده و میزان رضایت‌مندی آنها هر روز از این محصول کاهش پیدا می‌کند.

اگر افزایش قیمت خودرو به دلیل کاهش تولید باشد، شورای رقابت بر خورد می کند

شیوا اظهار داشت: به هرحال با خروج خودروسازان خارجی از ایران شرکت‌های مربوطه براساس قراردادهای باید پول متقاضیان پیش‌خريد خودرو را پس بدهند یا به آنها خسارت پرداخت کنند. وی همچنین در مورد چگونگی میزان افزایش قیمت در نظر گرفته شده سه شرکت خودروسازی داخلی توسط شورای رقابت اظهار داشت: در چند سال اخیر شورای رقابت مسئولیت دارد، در رابطه با خودروهای انحصاری دستورالعمل تنظیم قیمت صادر کند و برای خودروهای که در بازار رقیب ندارند و قیمت آنها کمتر از ۴۵ تا ۵۰ میلیون تومان است، دستورالعمل صادر کند.

رئیس شورای رقابت با بیان اینکه شورای رقابت سال گذشته در خرده‌امه آخرین قیمت‌گذاری را در مورد خودروهای مشمول انجام داد، افزود: از خرده‌امه سال گذشته تاکنون هیچ‌گونه افزایش قیمتی صورت نگرفته، اما با تشکیل این جلسه براساس سه متغیر مجوز افزایش قیمت سه خودرو ساز صادر شد.

وی با اشاره به اینکه سه متغیر از سوی بانک مرکزی، شرکت کیفیت استاندارد و برنامه ششم بهره‌وری میزان افزایش قیمت خودروها اعلام می‌شود، گفت: براساس محاسبات مرکز ملی رقابت، میزان حداکثر افزایش قیمت خودروهای سایپا ۱۰٫۷ درصد، محصولا ایران خودرو ۱۸٫۷ درصد و مدیران خودرو ۶۲٫۵ درصد اعلام شد.

مقصر گرانی خودرو کیست؟

پرش قیمت خودروها این روزها همه را شگفت‌زده کرده، افزایش نجومی نرخ خودروهای داخلی و خارجی هفته سیاهی را در بازار خودرو رقم زده که هنوز دلیل روشنی برای آن وجود ندارد.

خیلی‌ها وزارت صنعت را مسئول آشفتنگی و گرانی در بازار خودرو می‌دانند؛ این درحالی است که مسئولان وزارت صنعت از بازگشت ثبات به بازار ظرف یک‌ماه آینده خبر می‌دهند. از آن سو، شورای رقابت روز گذشته مجوز افزایش قیمت خودروهای کمتر از ۴۵میلیون تومانی تولید داخل را صادر کرد. ماجرا اما به همین جا ختم نمی‌شود و مجلسی‌ها هم برای ساماندهی بازار خودرو وارد عمل شدند، به‌طوری که عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی خبر از سازوکار تعیین قیمت خودرو در دامنه‌های قیمتی متفاوت داده که براساس آن برای خودروهای بالای ۴۵میلیون، قیمت رقابتی با تعیین قیمت خودروساز و نظارت سازمان حمایت انجام می‌شود. اما پشت پرده گرانی خودرو اوج گرفتن دلار، ممنوعیت واردات خودرو و هر چه که هست، دودش به چشم جامعه مصرفی می‌رود؛ به‌راستی چه کسی پاسخگو است؟

التهاب در بازار خودرو

بازار خودرو در ایران دست‌کم پس از اعلام ناگهانی ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های واردات خودروهای خارجی دست‌خوش التهاب شده است. جدا از این ضربه اول، ضربه دوم نیز با اعلام خروج یک‌طرفه ایالات‌متحده آمریکا از برجام به بازار خودروهای خارجی و البته بازار خودروهای داخلی وارد شد. این درحالی است که تحقیق و تفحص‌های مجلس و دستگاه‌های نظارتی، به صراحت تخلف وزارت صنعت، معدن و تجارت و دسترسی برخی واردکنندگان خاص به سیستم ثبت سفارش را درست در مقطعی که ممنوعیت اعلام شده بود، تأیید کرده است.

بعد از تصمیم وزارت صنعت برای توقف ثبت سفارش واردات خودرو، قیمت خودروهای وارداتی به طرز عجیبی افزایش یافت که البته فاکتور تعیین‌کننده دیگر در تغییر قیمت آن، تغییرات نرخ ارز هم هست. اما دولت اعلام کرده که به واردکنندگان خودرو هم دلار ۴۲۰۰ تومانی تخصیص می‌دهد که در این صورت، نوسانات نرخ ارز نباید خیلی روی قیمت تأثیرگذار باشد.

سکوت نسبی در اردوگاه دولت

خبر‌گزاری مهر در همین رابطه می‌نویسد: اکنون حتی کمتر خبری از برگزاری جلسات شورای سیاست‌گذاری خودرو از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت به گوش می‌رسد و مشخص نیست که چرا محمد شریعتمداری وزیر صنعت، معدن و تجارت تا این اندازه به صنعت خودرو و به‌خصوص مصرف‌کنندگان و بازاریارش بی‌تفاوت است. واقعیت آن است که مدت‌هاست بازار خودرو شرایط آشفته‌ای را سپری می‌کند. قیمت‌ها با افزایش شدیدی مواجه شده‌اند و چه در حوزه بازار خودروهای داخلی و چه در حوزه بازار خودروهای خارجی، آشفتنگی و عدم نظارت کاملاً مشهود است. اکنون عملاً هیچ نهاد ناظری برای نظارت بر قیمت‌های خودرو در بازار وجود ندارد و حتی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی هم دست روی دست گذاشته و کاری به آشفته بازار خودرو ندارند. از سویی، بررسی‌های میدانی از بازار خودرو، از قیمت‌های عجیب و غریب برای خودروهای داخلی و خارجی در کف بازار حکایت دارد که از هیچ عقل و منطق اقتصادی تبعیت نمی‌کنند. گرانی‌های بی‌سابقه در بازار خودرو، شکل‌گیری بازار سیاه و حاشیه قیمت عجیب در مورد برخی خودروها، قدرت خرید مردم را به‌شدت کاهش داده و تنها سود برخی واردکنندگان، تولیدکنندگان و دلالان را تأمین می‌کند.

بررسی‌های میدانی هم از حاشیه بازار یک تا ۲۳ میلیون تومانی برخی خودروهای داخلی در بازار حکایت دارد. به عنوان نمونه، بین قیمت کارخانه و بازار خودرو سراتو ۲۰۰۰ اتومات، حاشیه قیمت ۲۲میلیون تومانی وجود دارد و خودروی پورطرفدار ساندرو استپ‌وی نیز حاشیه قیمت ۲۲میلیون تومانی دارد. در مورد خودروهای خارجی این اعداد نجومی‌تر هم هستند. به عنوان نمونه، بین قیمت نمایندگی و قیمت بازار خودروی هیوندای توسان، حدود ۱۰۴ میلیون تومان اختلاف قیمت وجود دارد. با این همه، در تازه‌ترین اظهار نظر از سوی یک مقام دولتی، مدیرکل صنایع خودرو وزارت صنعت وعده داد با اقداماتی که در زمینه پیش‌فروش خودرو صورت می‌گیرد تا یک ماه آینده قیمت‌های نجومی خواهند شکست. امیرحسین قناتی می‌گوید: در عرضه خودرو مشکلی به وجود نیامده بلکه هجوم نقدینگی سرگردان به بازار خودرو و افزایش تقاضا این حاشیه افزایش قیمت‌ها را به وجود آورده است. قناتی، با بیان اینکه سال جاری حدود ۲۲۵ هزار دستگاه خودرو سند فروش خورده، این نابسامانی حاشیه بازار را کار واسطه‌ها و دلالان می‌داند. او با اشاره به اینکه خودروساز برای تأمین نیاز مالی خود باید خود را به فروش برسانند، توضیح می‌دهد: شرکت‌های خودروسازی براساس نیاز بازار خودرو تولید می‌کنند، از این رو اجازه نمی‌دهیم برای افزایش قیمت خودرو در بازار خودروها را دپو کنند. به گفته قناتی، شرکت‌های خودروسازی سالانه براساس نیاز بازار یک‌میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه خودرو تولید می‌کنند. براساس آمار اعلامی وزارت صنعت، سال جاری بالغ بر ۲۶۰ هزار دستگاه خودرو تولید شده که در مقایسه با تولید در مدت مشابه سال قبل بیش از ۲۵درصد بیشتر است. همچنین به گفته این مقام دولتی، شرکت‌های خودروسازی براساس دستورالعمل شورای رقابت عمل می‌کنند و باتوجه به تقاضا در بازار این اجازه به خودروساز داده خواهد شد تا تعداد بیشتری خودرو پیش‌فروش کند. او در عین حال با اشاره به اینکه این حاشیه بازار در اعیاد پیش رو برطرف خواهد شد و شرکت‌های خودروسازی فروش خودرو را در برنامه دارند، بر ثبات در بازار تأکید دارد، چراکه به گفته او حداکثر تا یک‌ماه آینده شاهد ثبات در بازار خواهیم بود و این افزایش قیمت خودرو به نفع وزارت صنایع و شرکت‌های خودروساز نیست و از این افزایش قیمت حمایت نمی‌کنیم.

مجلس ورود می‌کند

در شرایطی که دولتی‌ها در مورد افزایش افسار گسیخته قیمت خودرو در بازار سکوت پیشه کرده‌اند، مجلس شورای اسلامی بنا دارد به ماجرا ورود کند. در همین رابطه، یکی از اعضای کمیسیون صنایع مجلس از ارائه گزارشی از نابسامانی بازار خودرو و اقدامات وزارت صنعت در صحن مجلس خبر می‌دهد. به گفته حمیدرضا فولادگر، نایب‌امانی‌ها از اواخر سال ۱۳۹۵ شروع و ابتدا مقرر شد تنها شرکت‌های دارای نمایندگی مجاز به ثبت سفارش خودروهای خارجی شوند و سپس در تیرماه ۱۳۹۶ ثبت سفارش واردات خودرو کاملاً متوقف شد. البته در همان مقطع نیز ۵ تا ۶ هزار دستگاه خودرو غیرقانونی ثبت سفارش شد و چند ماه بعد تعرفه‌های جدید به اجرا درآمد که همین نابسامانی بازار خودروهای خارجی تأثیرش را روی خودروهای داخلی هم گذاشت.

سیر نزولی قیمت بیت کوین کماکان ادامه دارد

قیمت بیت کوین کماکان کاهش پیدا می کند و ظاهرا قرار نیست نمودار نوسان قیمت بیت کوین روی عدد ثابتی بایستد. به گزارش زومیت، چندی پیش ارزش بیت کوین بالا رفت و شاهد صعود قیمت ارز رمزنگاری شده بیت کوین بودیم؛ تا جایی که قیمت آن به حدود ۱۹ هزار دلار رسید. ولی این وضعیت تغییر کرده است و اکنون شاهد افت ارزش بیت کوین هستیم. قیمت بیت کوین در حدود ۶۷۸۵ دلار در نوسان است. از نظر برخی تحلیلگران بازار، نوسان شدید قیمت بیت کوین تمام شده است و دیگر شاهد آن نخواهیم بود. ولی برخی نظر متفاوتی دارند و معتقدند این اول کار است و باید منتظر نوسان قیمت بیشتری باشیم.



دریچه

راهکارهایی برای راهاندازی کسبوکار بین‌المللی

دنیای کسبوکار دیرزمانی است که از حالت محلی به بین‌المللی تغییر کرده و در نتیجه، فرصت‌های در دسترس را برای شرکت‌ها افزایش داده است.

تکنولوژی دنیای امروز را بیش از پیش به هم متصل کرده است. در وضعیت کنونی، تجارت بین‌المللی و ارائه خدمات و محصولات به کشورهای دیگر آسان‌تر شده است. شرکت‌هایی که در بازار محلی خود به موفقیت‌های نسبی می‌رسند، می‌توانند با مطالعه بازارهای بین‌المللی و برنامه‌ریزی مناسب برای آنها، وارد دنیای جدید شوند و جریانی گسترده از سود و درآمد به شرکت خود جاری کنند. در مورد شرکت‌های ایرانی، اگرچه برخی محدودیت‌ها و تحریم‌ها مانع ارتباط کافی با تجارت جهانی شده‌اند، اما هنوز هم راهکارهایی برای اجرای کسبوکارهای بین‌المللی وجود دارد. نکته مهم این که مدیران کسبوکارها در صورت تصمیم به ورود به این بازارها صرف نظر از موانع موجود باید برنامه‌ریزی جامعی داشته باشند. آنها باید زیرساخت‌ها و چشم‌اندازهای شرکت را در مرحله اول برای بازار جهانی اصلاح کنند و سپس به دنبال رفع موانع ارتباط با کشورهای دیگر باشند. در ادامه این مقاله به بررسی راهکارهایی برای آمادگی هرچه بیشتر به منظور حضور در بازارهای جهانی می‌پردازیم.

۱- شروع سریع و پابرنامه

رقابت در بازارهای بین‌المللی بسیار بیشتر از بازار محلی است و سرعت بیشتری دارد. البته این حقیقت نباید باعث شود مدیران تصمیم‌های سراسیمه بگیرند و از برنامه‌ریزی دقیق غافل شوند. به بیان دیگر، حرکت آهسته و پیوسته در نفوذ به این بازارها، بهترین راهکار است. برنامه‌ریزی استراتژیک و پایداری نسبت به آن، این نفوذ را تضمین می‌کند.

مشاوران کسب و کار معتقدند تفکر برای گسترش جهانی فعالیت باید از روزهای اولیه تأسیس شرکت در ذهن مدیران باشد. هرچه زودتر وارد بازارهای بین‌المللی شوید، بهتر می‌توانید معیارهای موفقیت و کلیت بازار را بررسی کنید. علاوه بر آن شما بازیگر اول رقابت می‌شوید که نقاط قوت و ضعف بازار را درک خواهید کرد.

۲- انجام تحقیقات پیش از عمل

پیش از اجرای هر برنامه توسعه، مهم‌ترین بخش انجام تحقیقات است. صاحبان صنایع پیش از ورود به هر بازاری باید آن را به خوبی مطالعه کنند. یکی از بخش‌های این تحقیقات می‌تواند حضور در کشور مقصد و مطالعه آداب و رسوم و ارتباط آنها با کسبوکارهای شبیه به شما باشد. نکته بدیهی این که با افزایش شناخت در مورد بازار مقصد، موفقیت شما تضمین‌شده‌تر خواهد بود. شناخت برندهایی که در بازار مقصد موفق شده‌اند و درک چگونگی پیروی از آنها، قدم بعدی در تحقیقات است. از طرفی، مطالعه شرکت‌های شکست‌خورده در آن بازار نیز اهمیت خاص خود را دارد، چرا که از به‌کارگیری استراتژی‌های محکوم به شکست جلوگیری می‌کند.

تحقیقات شامل مطالعه رقابت نیز می‌شود. با گسترش روزافزون تجارت بین‌المللی، باید انتظار هر دو گروه رقبای محلی و جهانی را داشته باشید. در نتیجه در مورد رقبای نیز تحقیق کنید و به دنبال ارزش افزوده‌ای باشید که شما را در چشم مشتریان خاص جلوه بدهد.

۳- استخدام مشاور مناسب

مدیران کسبوکارها می‌توانند تحقیقات جامعی در مورد بازار هدف

۶- حفظ ارتباط

همانطور که گفته شد، در مسیر توسعه بین‌المللی شما تا مدتی نامعلوم به مسافری همیشگی تبدیل خواهید شد. در نتیجه حفظ ارتباط با تیم‌های اولیه شرکت و تیم‌های جدید در کشور مقصد، اهمیتی حیاتی دارد. خوشبختانه ابزارهای ارتباطی در دنیای کنونی به وفور در دسترس هستند و می‌توان با انتخاب نمونه‌ای کاربردی، از مزایای آن برای ارتباط هرچه بهتر با تیم‌ها استفاده کرد. دشواری‌ها و چالش‌های خاص خود را دارد. همانطور که گفته شد این گسترش چالش‌هایی بسیار بیشتر از توسعه در بازار کشور خودتان دارد. البته پس از راهاندازی اولیه و در صورت به‌کارگیری استراتژی‌های نفوذ مناسب، می‌توان انتظار موفقیت‌های چشمگیری را برای شرکت داشت.

منبع PERSONALBRANDINGBLOG



با استفاده از این

هوش مصنوعی قهرمان ج

می‌کند که در آن یک نتیجه بالقوه در هر آموزشی تخمین زده می‌شود.

نتیجه حاصل‌شده توسط این روش، می‌تصادفی است و بنابراین با موفقیت از اشن حال نشان می‌دهد که چه عناصری در اینجا «گرو» و تیمش از این رویکرد استفاده عوامل بالقوه که ممکن است نتیجه بازی را مدل محققان شامل عناصر واضحی مانند مانند میانگین سنی و تعداد بازیکنان آنها با این حال، این مدل همچنین تا آنجا تأثیر غیرمستقیم داشته باشند، از جمله ج ملیت مربیان را در نظر گرفت.

سپس این تیم روش‌های پیش‌بینی با ب

یک تیم از محققان از یک روش جدید برای تجزیه و تحلیل مجموعه‌ای از داده‌های بزرگ به نام «رویکرد تصادفی جنگل» برای تعیین قهرمان جام جهانی ۲۰۱۸ استفاده کردند. به گزارش ایسنا و به نقل از بیژنس اینسایدر، یک مدل جدید از یادگیری ماشین با شبیه‌سازی ۱۰۰هزار باره مسابقات جام جهانی ۲۰۱۸، تیم ملی اسپانیا را با اختلاف کمی نسبت به تیم ملی آلمان به عنوان قهرمان احتمالی این مسابقات معرفی کرد.

تیمی به رهبری «آندریاس گرو» از دانشگاه فنی دورتموند در آلمان، یادگیری ماشین و تجزیه و تحلیل آماری را برای شناسایی قهرمان احتمالی جام جهانی ۲۰۱۸ گردهم آوردند. این تیم ۱۰۰هزار بار این مسابقات را شبیه‌سازی کرد و از سه روش مختلف مدل‌سازی براساس عملکرد تیم‌ها در تمام بازی‌های قبلی از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴ استفاده کرد. مقاله آنها که این هفته منتشر شد، جزئیات روش‌های مورد استفاده را به نام «رویکرد تصادفی جنگل» بیان کرد؛ روشی که اخیرا برای تجزیه و تحلیل مجموعه داده‌های بزرگ براساس مفهوم پیش‌بینی رویدادهای آینده توسعه یافته است.

این روش برای پیش‌بینی، از یک درخت تصمیم‌گیری پیچیده و ترکیبی استفاده

اعلام فراخوان رونمایی از محصولات برتر پارک فناوری پردیس معاونت علمی

خواهد بود. بر این اساس و طبق روندهای پیش‌بینی‌شده برای ارزیابی محصولات، طی این فراخوان از شرکت‌های متقاضی که دستاوردهای جدیدی در تولید محصولات دانشی حوزه‌های مختلف فناوری داشته‌اند

دعوت می‌شود تا در فرآیند انتخاب برترین محصولات و دستاوردهای فناورانه پارک مشارکت کنند. شاخص‌های موثر در انتخاب محصولات برتر عدم معرفی محصول و یا نوع ارتقاافته آن در دوره‌های قبلی رونمایی اجلاس خانواده پارک و یا در جشنواره‌ها و رسانه‌های داخلی و خارجی کشور، کامل‌بودن فرآیند تجاری‌سازی طی‌شده و وجود سابقه فروش حداکثر دو سال متناسب با ظرفیت بازار محصول، دارابودن مجوز و تأییدیه فنی از مراجع ذی‌صلاح، تأثیرگذاری بر رفع نیازهای حیاتی و استراتژیک کشور و کاهش یا قطع وابستگی به کشورهای خارجی، انجام



فرآیندهای لازم به‌منظور اخذ مالکیت‌های معنوی لازم مرتبط با محصول، وجود محصول در فهرست کالاها و خدمات دانش‌بنیان و یا دارابودن ظرفیت حضور در این فهرست است.

فراخوان رونمایی محصولات برتر فناوریانه شرکت‌های عضو پارک فناوری پردیس معاونت علمی در اجلاس سالانه و جشنواره برترین‌های این پارک، اعلام شد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری

ریاست جمهوری، «اجلاس سالانه و جشنواره برترین‌های پارک فناوری پردیس معاونت علمی» هر ساله با هدف ارائه گزارش یک‌ساله عملکرد پارک، آگاهی از آخرین اقدامات و دستاوردهای شرکت‌های عضو، رونمایی از دستاوردهای برجسته فناورانه، انتخاب برترین شرکت‌های عضو پارک و سازمان و اشخاص حقوقی همکار در زمینه‌های مختلف با حضور مدیران ارشد شرکت‌ها و نمایندگان برخی از سازمان‌های دولتی و صنعتی مرتبط با فعالیت‌های پارک برگزار می‌شود. رونمایی از آخرین دستاوردهای فناورانه شرکت‌های عضو

نیز یکی از برنامه‌های اصلی این رویداد است. معاون امور اقتصادی وزیر اقتصاد و دارایی تصریح کرد: سامانه سام موجب کاهش زمان صرفی انجام امور اداری می‌شود که با وجود این سامانه ضمن رصد مراحل در نظر گرفته شده امکان مکاتبه با بالاترین مقام نهاد مربوط به مجوز به‌وجود می‌آید.

و توسط هیأت مقررات‌زدایی و تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار مورد بهینه‌سازی قرار دهیم.

میرشجاعی گفت: مرکز ملی پالایش محیط کسب و کار دارایی چهار بخش از جمله سام، دادور، یاور و نما است که هر یک از آنها قادر به حل بخشی از معضلات کسب و کارهاست.

وی ادامه داد: سامانه سام درخصوص اطلاع‌رسانی مجوزهای کشور، سامانه دادور در حوزه دریافت شکایات، انعکاس و پیگیری و رسیدگی به شکایات متقاضیان صدور مجوزهای کسب و کار، سامانه یاور به عنوان مرکز تماس فوریت‌های محیط کسب و کار و همچنین سامانه نما به عنوان پایگاه آخرین اطلاعات مجوزها و استعلامات کشور فعالیت دارد.

معاون امور اقتصادی وزیر اقتصاد و دارایی تصریح کرد: سامانه سام موجب کاهش زمان صرفی انجام امور اداری می‌شود که با وجود این سامانه ضمن رصد مراحل در نظر گرفته شده امکان مکاتبه با بالاترین مقام نهاد مربوط به مجوز به‌وجود می‌آید.

حسین میرشجاعی، معاون امور اقتصادی وزیر اقتصاد در مراسم رونمایی از شش سامانه الکترونیکی وزارت امور اقتصادی و دارایی اظهار کرد از میان چهار زیرسامانه مربوط به مرکز ملی پالایش محیط کسب و کار کشور دو زیرسامانه آماده عملیاتی‌شدن و اجراست.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی در مورد اقداماتی که در جهت بهینه‌سازی امور کسب و کار انجام شده است، گفت: اقداماتی همچون شناسایی جزئیات مجوزهای دستگاه‌های اجرایی، بررسی مجوزهای متعادی از دستگاه‌های اجرایی در قالب ابداع مجوز، ادغام و یا ابطال مجوزها، تهیه پایگاه اطلاعات مجوزها و استعلامات کشور و ... انجام شده است.

معاون امور اقتصادی وزیر اقتصاد و دارایی در مورد اقدامات بهینه‌سازی که در برنامه‌های آتی پیش‌بینی شده است، بیان کرد: مطابق برنامه‌های تدوینی قصد داریم تا فرآیندهای صدور مجوزهای مصوب‌شده به یک از دستگاه‌های اجرایی مراحل گذشته برای کاهش زمان و هزینه مراحل صدور مجوزها را احصا





مشکل طرح‌های کار آفرینی از نظر «ابتکار»

معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری دو مشکل عمده در طرح‌های کارآفرینی کشور را تسهیلات‌محوری و منجرنشدن دوره‌های آموزشی به اشتغال عنوان و خاطرنشان کرد: چشم امید ما به استفاده از تجربه جهاد دانشگاهی در این زمینه و بهره‌مندی از روحیه بالای اعضای آن است. به گزارش ایسنا، معصومه ابتکار در آیین امضای تفاهم‌نامه همکاری مشترک با جهاد دانشگاهی که (۲۲ خرداد) برگزار شد، ضمن اشاره به سابقه همکاری موثر خود با جهاد دانشگاهی در سازمان محیط‌زیست، جهاد دانشگاهی را آغازگر یک جریان در سطح دانشگاه‌ها دانست و گفت: از جمله فعالیت‌های موثر این نهاد می‌توان به ایجاد تشکل‌های زیست‌محیطی دانشجویی و برگزاری مناظره‌های دانشجویی اشاره کرد.

یادداشت

چگونه از مدرک «بی‌مصرف» دانشگاهی خود برای یافتن شغلی غیرآکادمیک استفاده کنیم؟

- توانایی تجزیه مفاهیم پیچیده به بخش‌های کوچک‌تر
- توانایی یافتن شیوه‌های خلاقانه در تشریح اطلاعات
- توانایی صحبت کردن درمقابل جمعی از مخاطبان
- توانایی ترغیب افراد به درک دیدگاهی متفاوت
زمانی که فهرست‌تان را آماده کردید، در آن الگوهای مشخصی را خواهید یافت. همانطور که در فهرست بالا مشاهده می‌کنید، خلاقیت، برقراری ارتباط و تعامل، توانایی آموزش دادن و متقاعد کردن افراد بخشی از فعالیت‌های گوناگون ذکر شده است. اگر شما هم فهرست مختص به خودتان را آماده کنید، خواهید دید مجموعه‌ای از مهارت‌های منحصربه‌فرد ظاهر خواهند شد.

۳- با افراد شاغل در حوزه موردنظر تان صحبت کنید
پس از آن که فهرست خود را آماده کردید، پرسش بعدی مطرح می‌شود؛ چگونه متوجه شویم این مهارت‌ها قابلیت انتقال به یک شغل را دارند؟ حال وقت آن رسیده است تا چند مصاحبه اطلاعاتی انجام دهید. سراغ افرادی بروید که در حرفه موردعلاقه شما مشغول هستند و از ایشان بخواهید در مورد مهارت‌هایی توضیح دهند که در شغل خود به کار می‌گیرند یا تصور می‌کنند از اهمیت بیشتری برخوردار هستند.

این افراد ممکن است دوستان شما باشند، یا دوستان دوستانان، یا افرادی که در رویدادها و سمینارها ملاقات کرده‌اید و یا حتی افرادی کاملاً غریبه باشند که در لینکدین با آنها آشنا شده‌اید. حتی اگر خیلی با یکدیگر صمیمی نیستید یا طرف مقابل خیلی خوش‌برخورد نیست، بازهم خواهید توانست ۲۰ دقیقه از وقت‌شان را بگیرید.

۴- تمام این موارد را در رزومه خود وارد کنید
حال که تحقیق کرده‌اید و می‌دانید چه انگیزه‌هایی شما را ترغیب می‌کند و از چه مهارت‌هایی در نقش حرفه‌ای خود در آینده استفاده خواهید کرد، وقت آن رسیده است که تمام این موارد را در رزومه خود وارد کنید. مهارت‌هایی را که در فهرست دوم تعیین کردید در کنار تجارب بگذارید که در فهرست اول مشخص کرده‌اید. برای نمونه:

دستیار آموزشی، دانشگاه تمپا، فلوریدا، ۲۰۱۷ تاکنون
- تبیین نمونه‌هایی از کاربرد حساب دیفرانسیل و انتگرال در زندگی روزمره، برای آموزش مفاهیم پایه به دانشجویان رشته‌های غیرریاضی
- استفاده از عناصر بصری و دانه‌نگاری برای بیان داستان جهت درک بهتر مخاطب دشواری‌های آموزش ریاضی
- همکاری در ایجاد طرحی جدید در برنامه آموزش ریاضی به دانش‌آموزان پایه متوسطه با بودجه‌ای ازپیش آماده‌شده

۵- فرد مصاحبه‌کننده را با رزومه خود متقاعد کنید
تجارب که در بالا به آنها اشاره کردیم، می‌توانند به پاسخ‌های متقاعدکننده‌ای در مصاحبه بدل شوند.

برای مثال اگر در مصاحبه سؤالی در مورد حل مسئله با غلبه بر چالش‌ها از شما پرسیده شود، می‌توانید در پاسخ توضیح دهید چگونه با وجود تردید دانش‌آموزان آنها را متقاعد می‌کنید که می‌توانند ریاضی یاد بگیرند. اگر از شما در مورد مهارت‌های ارتباطی سؤالی پرسیده شود، می‌توانید توضیح دهید چرا طرح ویژه آموزش ریاضی را انتخاب کرده و چه تحقیقاتی انجام داده‌اید تا برنامه‌ای کاربردی با نتایج رضایت‌بخش پیاده‌سازی کنید. به‌محض این‌که مهارت‌های قابل‌انتقال خود را پیدا کنید، به تمام آنچه برای مصاحبه‌ای موفقیت‌آمیز نیاز دارید، دست خواهید یافت. این پاسخ‌ها ریشه در تجارب و مهارت‌های حقیقی شما دارند و برای مخاطب غیردانشگاهی قابل‌درک خواهند بود.

منبع: fastcompany

به قلم کریستین لاج مترجم:سعیده کریمی

ازجمله دلایلی که سبب شد در رشته ادبیات قرون وسطی مدرک دکترا بگیریم، علاقه‌ای بود که به زبان داشتیم؛ یادگیری آن، مطالعه آن و ترجمه از زبانی به زبان دیگر. این روزها بخشی از زمان حرفه‌ای خود را صرف ترجمه می‌کنم؛ اما نه از زبان انگلیسی باستان به انگلیسی معاصر. به افراد باهوش و بااستعداد کمک می‌کنم تا مهارت‌هایشان را از محیط دانشگاهی به دیگر حوزه‌های صنعت، ترجمه و بازرگانی کنند. اگر خارج از محیط دانشگاهی به‌دنبال شغل باشید، حتماً به عبارت «مهارت‌های قابل‌انتقال» برمی‌خورید. منظور از این عبارت آن است که شما می‌توانید از مهارت‌های نرم (از جمله مهارت‌های ارتباطی، تفکر انتقادی و مدیریت پروژه) که در دوره دکترا کسب کرده‌اید بهره ببرید و آنها را در دیگر صنایع به‌کار ببندید. حقیقت این است که سخت می‌توان با مخاطب غیرآکادمیک درمورد مهارت‌هایی صحبت کرد که طی دوره دکترا کسب کرده‌اید. شما عادت دارید از منظر کارهای پژوهشی، آموزشی، کارهای نوشته‌شده و چاپ‌شده به مهارت‌هایتان نگاه کنید. تمام کسانی که با مدرک دکترا به‌دنبال کار هستند نیز همین عادت را دارند، بنابراین سخت می‌توان تفاوت شما را از دیگران تشخیص داد. بی‌شک شما درطول دوره دکترا مهارت‌های فراوانی کسب کرده‌اید و حال وقت آن است تا دریابید این مهارت‌ها کدامند و چگونه می‌توانید آنها را به مسئول استخدام ارائه کنید.

۱- از کارهایی که مایلید انجام دهید، فهرستی تهیه کنید
چه چیزی شما را ترغیب می‌کرد تا به تحصیل ادامه دهید. شاید تمایل داشتید در زمینه‌ای خاص تخصص پیدا کنید. شاید عشق شما به یادگیری و اشتراک یا در میان گذاشتن افکارتان با دیگران و شاید شوق نوشتن محرک شما بوده است. دلیل این امر هرچه که بود، می‌تواند انگیزه‌ای مختص به شما محسوب شود. از هر کاری که دوست دارید در نقش فعلی خود انجام دهید یک لیست تهیه کنید. اگر احساس سردرگمی دارید و نمی‌دانید چگونه این لیست را آماده کنید، می‌توانید با پاسخ به این پرسش‌ها آغاز کنید:

الف- دوست دارید هرروز چه‌کاری انجام دهید؟
ب- چه چیزی موجب دلگرمی شما می‌شود و با وجود موانع و شکست‌ها شما را به ادامه کار ترغیب می‌کند؟

برای مثال آیا دوست دارید به دانش‌آموزان حساب دیفرانسیل و انتگرال آموزش دهید؟ نتایج کار و پژوهش‌هایتان را به مخاطبان متخصص ارائه دهید؟ یا این‌که ایده‌پردازی کنید و دیگر افراد را تشویق کنید با افکارتان موافقت کنند؟ اگر این‌طور باشد، فهرست شما چیزی شبیه به این خواهد بود:

- یافتن شیوه‌هایی جهت تشریح مفاهیم ریاضی به دانش‌آموزان، به‌نحوی که برایشان قابل‌فهم باشد
- ایجاد ابزار بصری از داده‌ها، به‌منظور درگیر کردن مخاطبان و تشویق ایشان به بحث و گفت‌وگو
- درک مخاطب به‌منظور ایجاد مباحثی که برای ایشان جذابیت داشته باشد و احتمال موافقت‌شان با نظرات من را افزایش دهد.

۲- علایق را به مهارت تبدیل کنید
پس از آن‌که فهرستی از موارد ملموس و واقعی که به آنها علاقه‌مندید تهیه کردید، مهارت‌های مورد نیاز هر کدام را تجزیه و تحلیل کنید. برای مثال، به‌منظور تدریس حساب دیفرانسیل و انتگرال چه مهارت‌هایی لازم است؟ برای آن‌که در ارائه اطلاعات پیچیده توانایی پیدا کنید به چه مهارت‌هایی نیاز دارید؟ با درنظر گرفتن مثال گذشته، همان علایق را می‌توانید به این مهارت‌ها تبدیل کنید:



یادگیری ماشین

جام جهانی را پیش‌بینی کرد

بهبود قابل ملاحظه دقت پیش‌بینی ترکیب کرد. در نهایت، این ترکیب روش‌ها به عنوان مدل نهایی انتخاب شد و براساس برآوردهای آن، مسابقات جام جهانی ۲۰۱۸ بیش از ۱۰۰ هزار بار شبیه‌سازی شد و احتمال برنده‌شدن هر تیم به دست آمد. این روند در پایان، اسپانیا را با احتمال ۱۷.۸درصد موفقیت و ۷۳درصد احتمال رسیدن به نیمه‌نهایی، به عنوان قهرمان احتمالی جام جهانی ۲۰۱۸ انتخاب کرد. با این حال، محققان افزودند: اگر آلمان مرحله گروهی را با موفقیت کامل پشت سر بگذارد، شانس رسیدن به نیمه‌نهایی برای این تیم به ۵۸درصد می‌رسد. محققان می‌گویند: این مدل با اختلاف کمی اسپانیا را قبل از مدافع عنوان قهرمانی یعنی آلمان، قهرمان جام جهانی ۲۰۱۸ اعلام کرده است. اگر این نتایج در جام جهانی ۲۰۱۸ ثابت شود، این مطالعه یک قدم کاملاً جدید برای یادگیری ماشین و تسخیر دنیا توسط هوش مصنوعی معرفی خواهد شد. این روش جدید حتی ممکن است بساط سایت‌های شرط‌بندی را نیز برچیند.

تشویق دانشجویان به کار تیمی مهم‌ترین وظیفه دانشگاه‌ها

در ارتباط با توسعه کار آفرینی

نهادهای اجرایی برای توانمندسازی اجتماع نخبگانی و بهره‌مندی از این نیروی انسانی مستعد است تا بتوانند نقش خود را به خوبی ایفا کنند. وی به نهادینه‌شدن فرهنگ علم و فناوری و تفکر دانش‌بنیان اشاره کرد و اضافه کرد: در صورتی می‌توان به توانمندی اقتصادی و تولید و اشتغال پایدار رسید که به دستگاه‌های علمی و پژوهشی استان مانند دانشگاه‌ها، مراکز رشد و پارک‌های علم‌وفناوری توجه ویژه صورت گیرد. در این صورت با جذب استعدادهای برتر در این نهادها به حضور آنان در استان تداوم بخشیده و در نهایت موجب اثرگذاری بیشتر آنان در استان باشد. رئیس بنیاد نخبگان چهارمحال‌وبختیاری تأکید کرد: مهم‌ترین وظیفه دانشگاه‌ها در ارتباط با توسعه فناوری و کارآفرینی، تشویق دانشجویان به کار تیمی و خلق ایده و رویدادهای ایده‌پردازی، راه‌اندازی مراکز شتابدهی نوآوری، تشکیل گروه‌های تحقیقاتی جامع، توسعه مراکز رشد دانشگاهی و تشکیل شرکت‌های دانش‌بنیان و حمایت از پارک علم‌وفناوری است.



این بنیادان است. بنیادیان گفت: افراد تحت حمایت بنیاد ملی نخبگان براساس قوانین و آیین‌نامه‌های مصوب شناسایی می‌شوند. بنیادهای استانی نهادهای میان‌بخشی هستند بنابراین نیازمند همکاری و هم‌افزایی

ر شاخه با توجه به مجموعه‌ای از داده‌های انگیزشی از تعداد زیادی درخت تصمیم‌گیری تپناه و داده تکراری اجتناب می‌کند. در عین اد آن مهم هستند. کردند تا اطمینان حاصل شود که بسیاری از تعیین کند، در نظر گرفته شده باشند. در تبه‌بندی تیم‌ها توسط فیفا و آمار هر تیم، در لیگ قهرمانان اروپا بود. پیش رفت که دیگر عناصر مرتبط که احتمالاً معیت کشورها و تولید ناخالص داخلی و حتی بهترین عملکرد را پیدا کرد و آنها را به منظور

تسهیل فضای کسب‌وکارهای دانش‌بنیان مهم‌ترین اقدام دولت است

برای کسب‌وکارهای دانش‌بنیان طراحی و اجرا شده است. وی با اشاره به نقش بسیار مهم وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سازمان تأمین اجتماعی در تسهیل فضای کسب‌وکار دانش‌بنیان خاطر نشان کرد: به دلیل نپایبودن اغلب کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، مشکلاتی در تعامل با سازمان تأمین اجتماعی وجود دارد که باید برای آنها راه‌حلی ارائه داد. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در این جلسه با تأکید بر اهمیت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان گفت: موضوع اشتغال یکی از مسائل اصلی کشور است و باید به صورت ویژه برای اشتغال فارغ‌التحصیلان در برنامه توسعه اشتغال فراگیر و برنامه توسعه اشتغال روستایی و عشایری مسیر ویژه‌ای را تدارک دید.

رییعی با اشاره به تجربیات گذشته کشور در زمینه توسعه اشتغال بیان کرد: باید از زنجیره‌های صنعتی و تولیدی و شرکت‌های بازاریابی و فروش حمایت کرد که تعداد زیادی از بنگاه‌ها و افراد را به تحرک وادار کند.



معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در نشست مشترک معاونت علمی و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت مهم‌ترین اقدامی که دولت‌ها برای تحرک اقتصادی باید انجام دهند، تسهیل فضای کسب‌وکار و کاهش فضای فعالان اقتصادی است.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، به منظور تسهیل کسب‌وکارهای دانش‌بنیان جلسه‌ای مشترک با حضور علی ربیعی وزیر تعاون کار و رفاه اجتماعی و سورونا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، برگزار و تصمیماتی برای حل مشکلات و موانع کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتخاذ شد. سورونا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشاره به اجرای قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان بیان کرد: تلاش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بر حمایت از کسب‌وکارهای دانش‌بنیان است. تاکنون با دستگاه‌های مختلفی مانند مالیات، گمرک و ستاد کل نیروهای مسلح مسیرهای خاص و ویژه‌ای

هنوز مشخص نیست که تبلیغات در قرن بیست و یکم چگونه خواهد بود، در هر حال، صنعت تبلیغات باید به این تشخیص برسد که نسبت به جهان خارج تا چه حد آسیب پذیر است. تعداد زیادی از موسسات تبلیغاتی به دلیل وضعیت وخیم اقتصادی اواخر دهه هشتاد و اوایل دهه نود که بودجه های تبلیغاتی به طور جدی کاهش یافتند، تعطیل شدند. مهم ترین تأثیر در سرنوشت تبلیغات، بیش از آنکه ناشی از شرایط اقتصادی باشد، ناشی از تغییرات جمعیتی است. مصرف کنندگان، پیرتر و پخته تر خواهند شد. از این گذشته، این افراد قابلیت پذیرش زیادی نسبت به دیدگاه ها و شیوه های زندگی مختلف، پذیرش بیشتری نسبت به فناوری و توجه زیادی به مسائل اجتماعی و محیطی خواهند داشت، به علاوه آنان اهل مطالعه نخواهند بود. دیدگاه آنان چنین خواهد بود: به حداکثر برسانید، مصالحه نکنید. برای تبلیغ کنندگان این موضوع به مفهوم یک راهبرد خلاقانه خواهد بود که بیشتر از گذشته مبتنی بر واقعیت ها و نشانه هایی است که هر گاه مصرف کنندگان آنها را لازم داشته باشند، به آنان عرضه خواهد شد. مورد اخیر را فناوری رسانه ها فراهم خواهد کرد. نظیر سیستم کابلی تعاملی که به مصرف کننده امکان می دهد تا پیام تبلیغاتی را تبدیل به سفارش کالا کند. هر قدر به سیستم های کابلی و ماهواره ای که ظرفیت ارائه صدها انتخاب را دارند، نزدیک تر می شویم پیام ها بیشتر و بیشتر به انتخاب های مصرف کننده منطبق خواهند شد. بازاربانان و دادوستد کنندگان نسبت به قبل، انتظارات بیشتری از تبلیغات دارند. تبلیغات باید به راه خود ادامه دهد و به سرعت این کار را انجام دهد. روش ترویج فروش که مستقیماً بر فروش تأثیر می گذارد، در بیشتر موارد، جایگزین تبلیغات شده است. علاوه بر این، مشتریان، درخواست خدمات ارزش افزوده بیشتری را از موسسات تبلیغاتی دارند، بدون اینکه بخواهند هزینه بیشتری بابت آن بپردازند. برای مقابله با این درخواست های جدید، موسسات، تعداد کارکنان خود و همچنین خدماتی را که فاقد صرفه اقتصادی اند، به دقت کاهش دادند. آنها همچنین فشار فوق العاده ای به شرکت های رسانه ای وارد آورده اند تا نرخ های شان را کاهش دهند و شاخص های بهتری از اثر بخشی ارائه کنند. رسانه ها به شکرانه پیشرفت های جاری در فناوری، می توانند گزارش دهند که چگونه یک آگهی به خصوص در خرید واقعی، در تغییر نام تجاری و در اینکه مصرف کننده محصولی را به خاطر بسیاری تأثیر می گذارد. پاسخگویی، هم مورد انتظار و هم قابل اثبات خواهد بود.

بدون شک، بزرگ ترین روند در دهه نود ادامه رشد در ارتباطات بازاریابی یکپارچه شده است و خواهد بود. طبق گفته پروفیسور تبلیغات در دانشگاه نورتن وسترن، دان ای شولتز، مفهوم ارتباطات بازاریابی یکپارچه شده (IMC) اساساً این مفهوم بازاریابی را دنبال می کند: ما با نیازها و خواسته های مصرف کننده شروع می کنیم و سپس به نام تجاری باز می گردیم. به دلیل پیشرفت های حاصل در کسب داده ها درباره کسانی که خریداران واقعی محصول اند اکنون دست و پنجه نرم کردن شولتز با این رویکرد امکان پذیر است. در گذشته فرض بر این بود که جهان یک بازار گروهبی است و به همین دلیل، ارتباطات بازاریابی استاندارد شده، اقدامی مناسب بود. در نتیجه، برنامه ریزی از درون به بیرون بود که به موجب آن، برنامه ریزی بازاریابی و تبلیغاتی را از پیش، بازاربانان، معین می کردند. این راهبرد بر این نکات متمرکز بود که بازاریاب، چه خبری می خواهد بدهد؟ چه وقت این خبر را می خواهد بدهد؟ به نظر وی چه چیزهایی در خصوص نام تجاری اهمیت دارد و از چه نوع رسانه ای می خواهد استفاده کند؟ امروز تبلیغ کنندگان توانایی برنامه ریزی از بیرون به درون را دارند. با به کارگیری مقادیر پایای داده ها درباره مصرف کنندگان و مشتریان آتی، تبلیغ کننده می تواند آنچه را مصرف کنندگان در تمام اوقات انجام می دهند، اندازه گیری کند، نوع تلاش های ترویجی را که مصرف کنندگان به آنها پاسخ می دهند یا نمی دهند، بسنجند و زمانی را که مصرف کنندگان پاسخ های خود را تغییر می دهند، مشخص کند.

ارتباطات بازاریابی یکپارچه بدین معناست که رابطه میان تبلیغ کننده و مؤسسه تبلیغاتی نیز تغییر خواهد کرد. تیم کرول رئیس سی ای او نستله آمریکا، این ارتباط را به اختصار در سخنرانی خود در گردهمایی سالانه انجمن موسسات تبلیغاتی آمریکا توضیح داده است. موسسات تبلیغاتی باید به مشتریان کمک کنند تا مفاهیم جذاب بازاریابی به کار رود. این مفاهیم می تواند به عنوان سکوی پرتاب برای دامنه وسیعی از دیگر ابزارهای موجود بازاریابی به کار رود. فهرست مزبور شامل مواردی است همچون بسته بندی، ترویج در فروشگاه ها، پست مستقیم، پاسخ مستقیم، خرید محصولات از طریق تلفن و اینترنت، بازاریابی مبتنی بر پایگاه داده ها، برنامه های مربوط به باز خرید کوپن، برنامه ریزی برای تلویزیون کابلی و ... روند دیگری که نسبت به ادامه راه خود مطمئن است، جهانی شدن تبلیغات است. در سال های اولیه ۱۹۹۰ که مرزهای تجاری در بیشتر نواحی اروپا برداشته شد، آن را به وسیع ترین بازار به هم پیوسته در جهان تبدیل کرد. اروپای شرقی، روسیه و چین، حداقل بخشی از بازارهای خود را به روی محصولات غربی گشودند. در این اوضاع، تبلیغ کنندگان در حال حرکت به داخل این بازارها هستند و موسسات تبلیغاتی، مشغول تشکیل موسسات عظیم چند ملیتی با قابلیت انجام دادن تحقیقات بین المللی و امکانات خرید رسانه ای در سراسر جهانند. در هر حال تبلیغات جهانی قصد مقابله با تبلیغات محلی را ندارد، بلکه هدف، همزمان کردن تبلیغات جهانی و محلی است. استاندارد کردن تبلیغات یا منطبق کردن آن با ویژگی های هر منطقه، یک سؤال راهبردی مهم در آینده خواهد بود. همراه با روند جهانی شدن، حرکتی به طرف استحکام به بازاریابی جای گیری درست در بخش های بازار و حتی در مورد افراد به چشم می خورد. تبلیغات جمعی تغییر خواهد کرد. فناوری های جدید، به تبلیغ کنندگان امکان می دهد تا به گروه های منتخب مصرف کنندگان از طریق رسانه های انتخابی دسترسی پیدا کنند. بازاربانان با هدف گیری بازارهای انتخاب ویژه، به دنبال اجرای برنامه های بازاریابی و رسانه ای خواهند بود. توسعه حجم تجارت و پیچیدگی روزافزون خرده فروشی، تغییر رویکرد در تبلیغات را می طلبد. دانش، قدرت است و قدرت از بازاربانان، به طرف خرده فروشان در حال انتقال است و منبع آن قدرت، اطلاعات است. در آینده، خرده فروشی، نقش فعال تری در زمینه ارتباطات بر عهده خواهد داشت و با افزایش تراکم و پیچیدگی، نزدیک تر شدن به خرده فروشی، امری حیاتی خواهد بود. تبلیغ کننده و مؤسسه تبلیغاتی، هر دو باید نقش فعال تری در بازاریابی خرده فروشی محلی ایفا کنند. شعار تبلیغات در آینده، مسئولیت پذیری خواهد بود. تبلیغات مجبور خواهد شد میان خلاقیت و سودآوری، به بندبازی پرخطرهای دست بزند و در این میان، بقا به شایستگی هر چه بیشتر بستگی خواهد داشت.



مخاطب های تان راهنمایی خواهد کرد. در این زمینه ثبت آمارهای کمی و کیفی کسب و کارمان پس از اجرای هر طرح ضروری است. این آمارها به خوبی از میزان تأثیرگذاری ارزش انتخابی شما حکایت خواهد داشت.

استفاده از کمپین های دوگانه

استفاده از دو کمپین به صورت همزمان و آزمایشی یکی از راهکارهای قدیمی و همچنان مؤثر در زمینه جذب مخاطب است. به این ترتیب با جمع آوری اطلاعات پیرامون هر کدام از کمپین ها علاوه بر آگاهی از میزان تأثیرگذاری هر کدام سلیقه مخاطب را نیز به دست خواهیم آورد. در این زمینه توجه داشته باشید که موفقیت کمپین تان به دقت پژوهش های جانبی بستگی دارد، بنابراین در فرایند تحلیل داده ها از هر گونه کاستی پرهیز کنید.

استفاده از پیش بینی های مبتنی بر اطلاعات فعلی در زمینه ذخیره زمان بسیار مؤثر خواهد بود. در واقع اهمیت زمان در کسب و کار بر هیچکس پوشیده نیست. به این ترتیب با تحلیل دقیق اطلاعات و پیش بینی مؤثر روند جذب مخاطب و موفقیت کمپین تبلیغاتی خود را تسریع کنید.

پایان دادن به کمپین در صورت نیاز

در نهایت، اگر کمپین تان نمایش مطلوبی ندارد، همیشه امکان متوقف سازی آنها وجود دارد. پیشنهاد من آزمایش تمام المان های کسب و کارتان به منظور یافتن عامل اصلی شکست است. اگر کمپین شما عملکرد موثقی ندارد، پایان دهی به آن به حفظ وجهه حرفه ای تان کمک شایانی خواهد کرد. درست همانطور که ادامه بیش از حد تبلیغی موفق منجر به دلسردی مخاطب می شود، در مورد کمپین بی کیفیت نیز باید به سرعت دست به کار شد.

بی تردید عیب یابی یک کمپین حتی پس از توقفش به ما در زمینه ارائه تبلیغ های بهتر در آینده کمک خواهد کرد. در این زمینه باید تمام توصیه هایی را که در این مقاله ارائه شد، به یاد داشته باشید. به این ترتیب نقطه ضعف کمپین تان را یافته و در تبلیغ بعدی از بروز آن جلوگیری خواهید کرد.

منبع: inc

وقتی باید تبلیغ مان را نجات دهیم

۶ راهکار برای نجات تبلیغات و جلوگیری از کلیشه ای شدن آنها

از طراح های تبلیغات آنلاین به جای استفاده از الگوریتم قدیمی پرداخت در ازای هر کلیک (CPC) به سوی الگوی پرداخت در ازای هر هزار بازدید (CPM) حرکت کرده اند. به این ترتیب شما برای هر هزار بازدید از تبلیغ تان به سایت یا پلتفرم میزبان هزینه ای مشخص پرداخت خواهید کرد. مزیت استفاده از این شیوه امکان برقراری رابطه ای وسیع تر با مخاطب هاست. در حقیقت در الگوی جدید تبلیغات داستان کامل تری پشت هر آگهی وجود دارد. در این زمینه باید به یک نکته مهم توجه داشت: عرضه تبلیغات در سایت های پربازدید و به صورت ویژه که با هزینه بیشتری برای شما همراه است، الزاماً به معنای موفقیت بیشتر نیست. در اینجا باید نوع نگاهمان به تبلیغات را تغییر دهیم. در واقع تمرکز مخاطب دیگر روی تبلیغات بزرگ و ویژه نیست، بلکه به دنبال نوعی داستان تبلیغاتی همسو با نیازهای خویش است. به این ترتیب با تغییر نوع پیشنهادمان به مشتریان یکی از عوامل اصلی شکست کمپین تبلیغاتی مان را از میان برخواهیم داشت.

چرخش میان شبکه های تبلیغاتی و

مخاطب های متفاوت

استفاده از پلتفرمی نظیر گروه های فیس بوکی به عنوان تنها راهکار ممکن برای جذب مخاطب اگرچه امکان مناسبی در راستای کسب اعتبار برای برندگان است، اما در زمینه جذب مخاطب عملکرد شایانی از خود به جای نخواهد گذاشت. براین اساس باید پلتفرم های تبلیغاتی مان را از یکدیگر جدا کنیم. به این ترتیب با طیف وسیع تری از مخاطب ها مواجه خواهیم شد. در این میان، برنامه ویژه ای برای کسانی که پاسخی مثبت به تبلیغات تان می دهد، داشته باشید. این پاسخ شامل ارسال ایمیل ویژه یا حتی بسته های تخفیفی می شود.

به طور معمول برندهایی که در شبکه های تبلیغاتی مختلف فعال هستند، تبلیغات ویژه ای را برای هر شبکه طراحی می کنند. توصیه من در اینجا استفاده از چرخشی از تبلیغات ویژه هر شبکه در پلتفرم های گوناگون است. به این ترتیب بدون نیاز به صرف

تبلیغات خلاق



ایستگاه بازاریابی

۸ راهی که شما را در امر فروش متخصص جلوه می دهند

به قلم مارک ویشاک متخصص استراتژی فروش
مترجم: مروراید فیض

موفق ترین فروشندگان دنیا، ابتدا شبیه فروشنده ها نیستند. آنها در عوض، رفتاری شبیه متخصصان صنعت خود دارند که قادرند چالش های اصلی مشتریان احتمالی و دلخواه خود را حل و فصل کنند. به زبان ساده، اگر حرفه شما فروش کالا است، پس شما در فروش کالاهای خود متخصص هستید. اطلاع مشتریان احتمالی شما از این موضوع، به خودتان بستگی دارد. با اینکه مشتریان احتمالی تنها متوجه اتفاقات رخ داده در شرکت های خودشان هستند، شما می توانید به آنها دید اجمالی ارزشمندی از گرایشات باب روز در تمامی صنعت ارائه دهید. اما آیا مشتریان شما هم این گونه به موضوع نگاه می کنند؟ اگر این طور نیست، شاید شما به جای یک فرد متخصص، شبیه یک فروشنده مبتدی هستید.

هشت روش ساده زیر به شما کمک خواهند کرد تا شهرتی به عنوان متخصص فروش دست و پا کنید، بتوانید اعتماد مشتریان احتمالی را به دست آورید و بر اهداف فروش خود چیره شوید.

۱- همانند یک فروشنده نیندیشید

اگر می خواهید برای مشتریان احتمالی خود، شبیه یک متخصص به نظر برسید، پیش از هر کاری دیگر نباید مثل یک فروشنده فکر کنید. وقتی شما مانند یک فروشنده فکر می کنید، بی درنگ از هر فرصتی برای تبلیغ کالا یا خدمت خود استفاده خواهید کرد. به جای این کار، آرام بگیرید و گوش دهید. تلاش کنید تا صلاحیت مشتریان احتمالی خود را در وهله اول تشخیص دهید. تأمل جدی، نخستین قدم برای آن است که مشتریان شما را به چشم یک متخصص ببینند.

۲- ذهنیت یک پزشک را اتخاذ کنید

به جای فکر کردن مانند فروشنده ها، سعی کنید ذهنیت یک پزشک را اتخاذ کنید. من هیچ گاه پزشکی را ملاقات نکرده ام که این گونه با چرب زبانی بگوید «ما روشی جدید و باورنکردنی داریم که هر چه زودتر باید درموردش با شما صحبت کنم. این روش قرار است همه چیز را تغییر دهد»، برعکس، پزشکان خوب ابتدا سوالاتی می پرسند تا مطمئن شوند قبل از تشخیص بیماری، کاملاً مشکل شما را فهمیده اند. بنابراین قبل از پیشنهاد راحل، با درک کامل درماندگی عمیق مشتریان احتمالی خود، از این رویکرد تقلید کنید.

۳- «ت. ش. چ» را کنار بگذارید

بیشتر فروشندگان مقدار زیادی «ت. ش. چ»- ترغیب، شور و اشتیاق و چرب زبانی- دارند. به آنها گفته شده که این رفتار، لازمه بستن قراردادهای فروش بیشتر است که البته واقعیت ندارد. اگر مجبوری مشتری احتمالی را ترغیب کنید، وی احتمالاً صلاحیت دریافت محصول شما را ندارد. شور و اشتیاق، به ریاکاری و دورویی شباهت دارد و چرب زبانی، در نقطه مقابل تلاش برای درک مشکل یک مشتری احتمالی قرار دارد. به جای تبدیل ملاقات های فروش خود به یک جلسه «ت. ش. چ»، رویکردی واقعی اتخاذ کنید که به دنبال فهم و تشخیص چالش های اصلی باشد. در این صورت است که مشتریان احتمالی، شما را به چشم یک متخصص قابل اعتماد خواهند دید.

۴- چالش هایی را که مشاهده کرده اید، با مشتریان در میان بگذارید

شما به عنوان یک متخصص، اطلاعات ارزشمندی درمورد صنعت دارید که مشتریان احتمالی، جویای دانستن آنها هستند. توجه مشتریان را جلب کنید و در آغاز مکالمات خود با مشتریان احتمالی، ارزش درک شده (ارزشی که مشتری تصور می کند با استفاده از محصول شما کسب خواهد کرد) خود را با درمیان گذاشتن برخی از آن اطلاعات افزایش دهید. سعی کنید فهرستوار، چند نمونه از چالش های مشاهده شده در صنعت مشتریان را بیان کنید. این کار باعث ایجاد ارزش خواهد شد، به مشتری احتمالی دلیلی برای وابستگی ارائه خواهد داد و همانند سکویی برای گفت و گو خوب عمل خواهد کرد.

۵- درمورد معضلات مشتریان سوال کنید

پس از درمیان گذاشتن برخی از چالش های معمول که مشاهده کرده اید، تنها این سوال را بپرسید که «آیا هیچ کدام از این چالش ها درمورد شما نیز صدق می کند؟» این سوالات ساده، علاوه بر مشغول نگاه داشتن مشتریان احتمالی و تشویق شان به آزادانه حرف زدن، باعث ایجاد ارزش در زمان فروش می شوند. اگر بتوانید کسی را وادارید تا چالشی را که هنوز با فرد دیگری در میان گذاشته است به زبان آورد، فوراً به عنوان کارشناس در زمینه کاری خود- کسی که قادر است مشکلات بزرگ را درک و در نهایت حل و فصل کند- محترم شمرده خواهید شد.

۶- زمان ترک صحنه را بدانید

اگر این سوال را بپرسید که «آیا هیچ کدام از این چالش ها درموردتان صدق می کند؟» و مشتری احتمالی پاسخ منفی دهد، چه کار خواهید کرد؟ اگر مشتری احتمالی معضلاتی را که شما قادر به حل و فصل شان هستید، نداشته باشد آن گاه احتمالاً صلاحیت دار نیست. زمانی که این اتفاق می افتد، باید آماده سلب صلاحیت از آنها باشید. بدون نگاهی به عقب، صحنه را ترک کنید تا در عوض بتوانید وقت خود را با مشتریان احتمالی صلاحیت دار بگذرانید. مشتریان آن زمان به شما احترام می گذارند و مطمئن خواهند شد که شما محصولی را که لازم ندارند، تبلیغ نمی کنید.

۷- قانون ۱۵ درصد را به یاد آورید

فروشندگان هیچ گاه نباید بیش از ۱۵ درصد زمان یک جلسه را صحبت کنند. صحبت کردن شما را در مسیر کنترل یک مکالمه قرار نمی دهد، اما مطرح کردن سوالات مناسب این کار را می کند. زبان بدن مناسب، سوالات دقیق و تلقینات کوچکی مانند «واقعاً این طور؟»، همگی ابزارهایی عالی برای ادامه صحبت با مشتری هستند. با پیروی از این قاعده، مشتریان احتمالی شما را به چشم یک شنونده دقیق و یک متخصص خواهند دید.

۸- هرگز نیازی به فروش نداشته باشید

برای رعایت جانب انصاف، ممکن است زمانی وجود باشد که برای پرداخت صورت حساب های خود واقعا به فروش نیاز داشته باشید، اما مشتریان احتمالی هرگز نباید به این موضوع پی ببرند. زمانی که شما موفق و مطمئن به نظر برسید، مشتریان احتمالی باور خواهند کرد که به کسب کارشان نیازی ندارند. آنها در عوض فکر خواهند کرد که دلیل ملاقات شما، صرفاً به این خاطر است که گمان می کنید پیشنهادتان واقعا کمکی برای آنها خواهد بود. اعتماد به نفس، برای مشتریان احتمالی جذاب است و موفق به نظر رسیدن به آنها نشان خواهد داد که شما یک متخصص مجرب در زمینه کاری خود هستید.

منبع: entrepreneur

برندینگ در مقابل مارکتینگ: در جست و جوی تفاوت ها



مترجم: علی اکبری

آیا تا به حال به تفاوت های میان برندینگ و مارکتینگ فکر کرده اید؟ اگر پاسخ مثبت است، بدانید که تنها نیستید. گرچه هردو باهم ارتباط تنگاتنگی دارند، اما میان آنها تفاوت های جزئی و کوچکی موجود است.

در جایگاه صاحب کسب و کار باید تفاوت های میان برندینگ و مارکتینگ را با جزئیات درک کنید تا بتوانید هردوی آنها را در کنار یکدیگر به کار ببرید.

برندینگ چیست؟

به طور خلاصه، برندینگ هویت شماسست و مارکتینگ روشی است که با آن ایجاد آگاهی می کنید. برندینگ استراتژی شماسست، درحالی که مارکتینگ دربرگیرنده اهداف تکنیکی تان می شود. برای آگاهی از هویت برند خود، در ابتدا باید چند سؤال از خودتان بپرسید. این سؤالات در ورای تعمیم های عمومی صنعت، خدمات و محصولات پیشنهادی و درمورد هویت شرکت تان و مهم تر از آن، هویت و ماهیت برنداتان هستند. سؤالات زیر نقطه شروع بسیار خوبی محسوب می شوند:

- اصول و ارزش های اصلی شما کدام اند؟
- بیانیه مأموریت شرکت شما چیست؟
- چه عاملی شما را برآن داشت تا کسب و کارتان را ایجاد کنید؟
- چه عاملی شما را متصرفه فرد می سازد؟
- فرهنگ درون سازمانی شما به چه شکلی است؟
- شیوه حرفه ای گری شما چیست؟
- مشخصه های ارتباطاتی شما کدام اند؟
- وقتی فردی نام تجاری شما را می شنود، دوست دارید چه چیزی را در ذهن خود تصور کند؟
- می خواهید با فکر کردن به کسب و کارتان چه احساسی به مردم دست دهد؟
- مشتریان شرکت شما را چگونه توصیف می کنند؟
- پاسخ دادن به سؤالات فوق، به شما کمک می کند به تفاوت های میان برندینگ و مارکتینگ واقف شوید. زمان خود را صرف رسیدن به پاسخ های

بازاریابی خلاق



منبع: entrepreneur

کلید

۳۵

چگونه به میلیاردی خودساخته تبدیل شوید

به قلم مارتین زویلیبنگ موسس و مدیرعامل شرکت StartupPro

مترجم: امیر آل علی

بدون شک این رویای هر کارآفرینی خواهد بود که بتواند به جایگاه افرادی نظیر مارک زاکربریگ و جف بزوس دست پیدا کند. با این حال واقعیت این است این افراد به یک باره به این حجم از موفقیت دست پیدا نکرده و به همین خاطر نباید انتظار داشته باشید که این هدف به راحتی ممکن باشد. درواقع تنها در اختیار داشتن یک ایده کافی نیست و نمی‌تواند شما را به کارآفرینی موفق تبدیل کند. به همین دلیل لازم است تا موارد دیگری را نیز مدنظر قرار دهید که در ادامه به بررسی برخی از آنها خواهیم پرداخت. اگرچه درصد بالایی از ثروتمندان جهان را افرادی تشکیل می‌دهند که خانواده متمولی دارند، با این حال محور اصلی این مقاله در رابطه با نحوه رسیدن به جایگاه یک میلیارد در خود ساخته است. در همین راستا و در ادامه به بررسی شش اقدام ضروری در این رابطه خواهیم پرداخت.

۱- تفکر خود را گسترش دهید و مقصدی را مشخص کنید

بدون شک ذهن نقش بسیار مهمی در ایجاد انگیزه و تحرک در افراد ایفا می‌کند و همین باعث می‌شود تا ضرورت توجه به آن افزایش یابد. درواقع تا زمانی که در بند محدودیت‌های فکری خود باشید، قادر نخواهید بود تا تحولی را در زندگی خود ایجاد کنید. با نگاهی به زندگی میلیارد‌های خودساخته به این نکته پی خواهید برد که تمامی آنها در مقطعی از زندگی خود تغییراتی را اعمال کرده‌اند که نخستین آن در رابطه با نحوه نگرش آنهاست. بدون شک شما قادر خواهید بود تا با رفع حتی یک مورد از نیاز مردم، به عنوان کارآفرینی موفق مطرح شوید. با این حال این امر نیازمند گسترش تفکر افراد در راستای یافتن راه‌حل‌های جدید است. همچنین ضروری است تا در این بخش برای خود مقصدی را مشخص کنید و تا زمانی که به آن نرسیده‌اید، کوشش خود را متوقف نسازید.

۲- در زمینه‌ای فعالیت کنید که نسبت به آن بیشترین تمایل را دارید

یک انتخاب نادرست می‌تواند مسیر زندگی شما را تغییر دهد. در سراسر جهان افراد بسیاری را می‌توانید ببابید که هدف خود را به اشتباه تعیین کرده و همین باعث شده است تا از وضعیت فعلی خود رضایت نداشته باشند. درواقع شما باید انگیزه کافی برای انجام کار داشته باشید تا بتوانید سختی‌های آن را تحمل و پیشرفت کنید. در غیر این صورت انگیزه فعالیت بیشتر در شما خواهد مرد. برای جلوگیری از وقوع چنین اتفاقی توصیه می‌شود به دنبال مواردی بروید که نسبت به آن بیشترین تمایل را دارید. این موضوع باعث خواهد شد که کار شما به اقدامی کاملاً جذاب و دوست داشتنی تبدیل شود. میلیون‌های خودساخته نیز اگرچه در مسیر خود با سختی‌های بسیاری مواجه شده‌اند و حجم کاری بسیار بالایی را تجربه کرده‌اند، با این حال همواره از آن دوران به خوبی یاد می‌کنند که این موضوع ناشی از تمایل آنها به کارشان است.

۳- اهداف درست را مشخص کنید

سرنوشت کسب‌وکار شما در ارتباط با اهدافی است که در مسیر خود مشخص می‌کنید. همواره مشاهده شده است که برخی از کارآفرینان اهدافی کاملاً آرمانی را برای خود مشخص می‌کنند که بدون شک دستیابی به آنها در ابتدای مسیر غیرممکن است. با این حال این موضوع به معنای عدم توجه به این موارد نبوده و تنها به این امر اشاره دارد که لازم است اهدافی متناسب با شرایط و موقعیت خود، مشخص کنید و همچنین افق زمانی از دیگر مسائلی است که برای جلوگیری از اتلاف وقت باید مورد بررسی قرار گیرد.



۴- ریسک‌های درست را پذیرا باشید

همواره گفته شده است که یک کارآفرین باید ریسک‌پذیر باشد. با این حال این امر به معنای نسنجیده کار کردن نیست و نباید به بهانه‌ای برای این امر تبدیل شود. تنها کافی است در رابطه با مسائل مختلف به نحوی عمل کنید که فرصت‌های موجود از دست نرود. تحت این شرایط در مواقعی لازم است تا بدون اطمینان کافی نسبت به نتیجه، اقدامی را صورت داد. با این حال همواره در این شرایط بهترین و بدترین حالت ممکن را نیز در نظر داشته باشید تا در صورت وقوع، دچار بحران نشوید. همچنین در راستای کاهش خطر ریسک‌ها، توصیه می‌شود تا از تجربیات گذشته خود و حتی سایرین استفاده کنید.

۵- یادگیری را در هیچ زمانی متوقف نکنید

دانش از جمله مواردی است که نمی‌توانید برای آن پایانی متصور شوید. همین امر باعث می‌شود تا ضرورت ادامه آن امری کاملاً ضروری باشد. با این حال در این رابطه تنها خود را محدود به کتاب نکنید و از سخنرانی‌ها، پادکست‌ها و موارد موجود در این زمینه نهایت استفاده را ببرید.

۶- از مسیر خود لذت ببرید

در آخر متوجه خواهید شد که مقصد اولیه شما تنها بخشی از مسیری است که برای خود مشخص کرده‌اید و با رسیدن به آن، اهداف دیگری به وجود خواهند آمد. به همین دلیل لازم است تا از مسیری که پیش روی خود ایجاد کرده‌اید، نهایت لذت را ببرید و اجازه ندهید که به فردی صرفاً نتیجه‌گرا تبدیل شوید. این کار در حفظ سلامتی و شادابی شما در درازمدت تأثیر بسزایی خواهد داشت.

منبع: inc

۵ دلیلی که اثبات می‌کند شرکت گوگل بهترین مکان برای هر کارمندی است



مطلوبی محسوب می‌شود. درواقع شما در این شرکت با مدیران کاملاً انعطاف‌پذیر مواجه خواهید بود که شما را در انجام ساده‌تر کارها یاری می‌کنند.

۵- به ندرت افراد در کار خود دچار استرس می‌شوند

دو دلیل عمده برای این دستاورد بزرگ وجود دارد: ۱- وجود امکانات و تسهیلات فراوان در راستای حفظ آرامش افراد ۲- نبود فضای رقابتی در میان کارمندان. در رابطه با مورد اول در موارد گذشته به‌طور مفصل مواردی بیان شد با این حال در این بخش مورد دوم مورد بحث است. در واقع اینکه افراد به همکار خود به چشم رقیب نگاه نکنند، از جمله مواردی است که باعث می‌شود آنها بتوانند به خلاقیت خود در کار بها دهند. این امر بدون شک نتایج مثبت فوق‌العاده‌ای را به همراه خواهد داشت. اگرچه هر ساله تقاضاهای بسیاری برای کار در این شرکت وجود دارد، با این حال رهبران گوگل با مدیریتی درست اجازه نمی‌دهند که این امر باعث فشار روی افراد تیم شرکت شود و در عوض آنها را تشویق می‌کنند که همواره در تلاش برای انجام کاری بزرگ باشند. جالب است بدانید که در این شرکت هیچ فردی به خاطر اشتباه خود جریمه نشده و همگان تلاش می‌کنند تا شرایط را برای کسب تجربه وی از این فرآیند طبیعی فراهم آورند. در آخر این شرکت معضل بروز مشکل میان کارمندان و گله کردن آنها به صورت مخفیانه را با عدم بها دادن به آن و مجبور کردن افراد به گفت‌وگو با یکدیگر برای حل مشکل خود به خوبی مدیریت کرده است.

منبع: businessinsider

۹۳هزار دلار در ماه است که رقمی کاملاً قابل توجه محسوب می‌شود. با این حال این امر به معنای پایان راه نبوده و افراد می‌توانند با ارائه عملکرد بهتری از خود، به سطح مالی بالاتری دست پیدا کنند. همین امر باعث می‌شود تا کارمندان این شرکت دغدغه مالی نداشته باشند و با آرامش به کار خود مشغول شوند. این امر در حالی است که در موارد قبلی نیز بیان شد که در این شرکت امکانات رفاهی متعدد و بی‌نظیری وجود دارد که کاملاً رایگان است. به همین خاطر بسیاری از هزینه‌های آنها در مقایسه با کارمندان دیگر کاهش می‌یابد.

۴- دورکاری در این شرکت سیاستی رایج است

بدون شک اینکه مجبور نباشید برای انجام کارهای خود در شرکت حضور پیدا کنید، خود از اهمیت بالایی برخوردار خواهد بود. علت اصلی آن هم این است که افراد تحت این شرایط قادر خواهند بود تا به زندگی شخصی خود یا کارهای دیگر بپردازند. اگرچه این موضوع در نگاه اول صرفاً به نفع کارمندان است، با این حال واقعیت این است که حضور کارمندان در شرکت خود هزینه‌هایی را در پی خواهد داشت. به همین خاطر دورکاری خصوصاً برای اقداماتی که الزامی برای حضور افراد در شرکت نیست، سیاستی مطلوب محسوب می‌شود. در این رابطه توجه داشته باشید که حتماً نباید فرد همواره به این شکل اقدامات خود را انجام دهد و هر کارمندی می‌تواند برای مدتی از این روش نوین کاری استفاده کند. جالب است بدانید که میزان این امر در گوگل حتی بیشتر از شرکت‌هایی نظیر اپل و آمازون بوده و همین موضوع خود مزیت رقابتی

می‌توان به وجود برترین تکنولوژی‌ها، باشگاه‌هایی برای حفظ تناسب اندام، پشتیبانی قوی از هر یک از کامندان برای کاهش سختی‌های کار و خطاهای احتمالی، وجود سرویس رایگان همراه با امکاناتی نظیر اینترنت پرسرعت، امکانات رفاهی نظیر سالن ماساژ و موسیقی، عدم بروز مشکل در صورت بچه‌دار شدن و اعطای امتیازات ویژه برای این افراد، بها دادن به خلاقیت و امکانات مرخصی‌های طولانی مدت و حمایت از خانواده کارمندان حتی پس از فوت فرد از جمله ویژگی‌های منحصر به فرد و فوق‌العاده این برند خلاق است. بدون شک تحت چنین شرایط کاری افراد دیگر فشار کاری را حس نمی‌کنند و بدون هیچگونه دغدغه‌ای به کار خود خواهند پرداخت.

۲- باور کارمندان این است که اقدامات‌شان در سطح جهانی کاملاً مهم محسوب می‌شود

در واقع گوگل همواره سیاست‌هایی را اتخاذ می‌کند که تأثیرات بسیاری را در سراسر جهان خواهد داشت. درست مانند شعار اصلی این شرکت که به سازماندهی اطلاعات و ایجاد امکان دسترسی همگانی به آن، بدون شک هدف والایی است که به کار آنها معنا می‌بخشد. همین باعث می‌شود تا در این شرکت نتایج بیش از سرعت انجام کارها اهمیت داشته باشد و همانگونه که کارمندان عقیده دارند، وجود طرح‌های چالش برانگیز، انگیزه کار را در آنها زنده نگه می‌دارد.

۳- پرداخت حقوق عادلانه و مطلوب

در واقع در این شرکت هر فردی براساس عملکرد خود حقوق مطلوب را مشخص می‌کند. در واقع حداقل درآمدی برای سایرین وجود دارد که رقمی

به قلم راشل گیلث روزنامه‌نگار و نویسنده حوزه مدیریت

مترجم: امیر آل علی

امروزه گوگل را به عنوان یکی از برترین شرکت‌های جهان می‌شناسند که هر ساله دستاوردهای بی‌نظیری را به دست می‌آورد. با این حال این حجم از موفقیت آن هم به صورت هرساله نمی‌تواند اتفاقی باشد و به همین دلیل همواره نگاه‌ها معطوف به این شرکت بوده و مقالات متعددی در رابطه با آن به چاپ رسیده است. جالب است بدانید که این شرکت از بالاترین میزان رضایت شغلی کارمندان خود در میان تمامی شرکت‌های جهان برخوردار است. در این مقاله به بررسی دلایل این امر از زبان خود کارمندان آن می‌پردازیم.

۱- بیش از ۹۰ درصد کارمندان از بالاترین میزان رضایت شغلی برخوردارند

همواره بیان شده است که رمز موفقیت جلب رضایت کارمندان در قوانینی است که گوگل تعیین می‌کند. درواقع آنها همواره در تلاش برای نوآوری، آزمایش و جذاب کردن کارها هستند. برای مثال در این شرکت همواره بر تغذیه کارکنان تأکید ویژه‌ای می‌شود و عقیده دارند که این امر در راندمان کاری آنها تأثیر بسزایی خواهد داشت. به رغم سالم بودن مواد غذایی و کیفیت بالا، رایگان بودن آن نیز از جمله مواردی است که در این رابطه تعیین‌کننده است. با این حال این امر تنها دلیل علاقه‌مندی افراد به کار خود نبوده و کار کردن در کنار افرادی خلاق و کاملاً شایسته نیز محیطی جذاب را فراهم می‌آورد. از دیگر دلایل جذابیت شرکت گوگل برای کارمندان



توصیه‌هایی برای کارآفرینان آینده



مترجم: محمد زمان زمانی

در این مقاله دارل کاونس (Darrell Cavens)، یکی از پایه‌گذاران شرکت اینترنتی زولیلی (Zulily)، درباره اخلاق حرفه‌ای و بایدها و نبایدهای مدیر یک شرکت توضیح می‌دهد. «مجموعه ۲۰ سؤال کارآفرینی» بر پرسش از کارآفرینان موفق فعلی و طرح سؤالاتی درمورد موارد انگیزه‌بخش به آنها، استراتژی‌های موفقیت و توصیه‌هایی برای کارآفرینان آینده، متمرکز است. چگونه مشتریان معمولی را به مشتریانی وفادار تبدیل کنیم؟ دارل کاونس یکی از مؤسسان شرکت خرده‌فروشی اینترنتی زولیلی، تنها معاملاتی را موفق می‌پندارد که در آنها، مشتری تفاوت این شرکت را با دیگر شرکت‌ها احساس کند.

برای کسانی که با این شرکت آشنایی ندارند، ذکر این نکته ضروری است که این سایت (در سال جاری به جایگاه هشتم سایت‌های پرپننده صعود کرد)، محصولات متنوعی از لگو تا محصولات ورا بردلی (Vera Bradley) را با ۷۰ درصد تخفیف هرروز رأس ساعت ۶ صبح عرضه می‌کند. در سال ۲۰۱۳، سهام این شرکت در معرض فروش همگان قرار گرفت و دو سال بعد، در معامله‌ای به مبلغ ۲.۴ میلیارد دلار توسط شرکت QVC خریداری شد. زولیلی ۵.۸ میلیون مشتری ثابت دارد و بیش از ۹۰ درصد مشتریان مرتباً از سایت اینترنتی این شرکت، بازدید می‌کنند.

پیش از تأسیس شرکت زولیلی، کاونس مدیر ارشد فناوری شرکت بلونیل (Blue Nile) بود؛ شرکتی در زمینه فروش اینترنتی جواهرات که دفتر آن در شهر سیاتل واقع شده است. هم‌اکنون او عضو هیأت‌مدیره شرکت دلیورو (Deliveroo) است.

بعد از خریداری این کسب‌وکار اینترنتی، کاونس به‌عنوان مدیر بخش سرمایه‌گذاری در شرکت QVC مشغول به کار شد. در این جایگاه شغلی، او به‌دنبال موفقیت در حوزه خرده‌فروشی اینترنتی و نظارت بر عملکرد تیمش است که پیوسته در حال تلاش برای پیدا کردن شرکا و شرکت‌های جدید جهت سرمایه‌گذاری و الحاق آنها به شرکت مادر QVC هستند. با کاونس همراه شدیم و از او درباره «مجموعه ۲۰ سؤال» و اینکه چه چیزهایی به وی انگیزه می‌دهد سؤال کردیم.

۱- چگونه روز خود را شروع می‌کنید؟

سه‌روز در هفته به باشگاه می‌روم. هنگام ورزش احساس شادابی می‌کنم و سپس راهی محل کارم می‌شوم. روزهای دیگر به ملاقات مدیران سایر شرکت‌ها می‌روم و با آنها درمورد مسائل کاری گفت‌وگو می‌کنم.

۲- روز خود را چگونه به پایان می‌برید؟

بعدازظهرها سعی می‌کنم کار نکنم و زودتر به خانه برگردم. چند سال پیش، یکی از اعضای تیمم به من گفت بعدازظهرها به آنها ایمیل‌های زیادی می‌فرستم (و روی این موضوع تأکید می‌کرد). او حق داشت چون من واقعا این کار را می‌کردم. به‌نظر من آن‌وقت روز برای من بهترین زمان برای انجام این کار بود، اما چون برای همکارانم و کارمندانم ایجاد استرس و فشار کاری آنها را مضاعف می‌کرد و سبب می‌شد آنها خود را ملزم به پاسخگویی ایمیل‌های من ببینند، این کار را متوقف کردم و اکنون سعی می‌کنم برنامه کاری‌ام را طوری تنظیم کنم که مکاتبات اداری را در طول روز و تا قبل از عصر به اتمام برسانم تا همکارانم ملزم به پاسخگویی به ایمیل‌ها بعد از ساعت اداری نباشند.

۳- چه کتابی شیوه نگرش شما و مسیر زندگی‌تان

را عوض کرد؟

«تفاوت» نوشته یونگ‌می مون (Youngme Moon)، استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه هاروارد. این کتاب درمورد روش‌های مختلف حل مسئله است. بسیاری از مردم به‌علت طرز فکر متفاوت اعتماد به نفس ضعیفی دارند، اما چالش‌های مربوط به کسب‌وکارهای جدید نیازمند رویارو شدن با مسائل به شیوه‌ای متفاوت هستند.

۴- چه کتابی را و چرا به دیگران توصیه می‌کنید؟
هربار که مدیر اجرایی جدیدی را در زولیلی استخدام می‌کنیم، نسخه‌ای از کتاب «ساخت آمریکا» نوشته سم والتون (Sam Walton) را به او می‌دهم. این کتاب درباره سال‌های اول تأسیس کمپانی وال‌مارت (WalMart) است. مردم به این شرکت به چشم یک ابرکمپانی نگاه می‌کنند و این کتاب درباره تأسیس اولین شعبه این مجموعه است. از روشی که او در قبال افرادی که فاقد شایستگی لازم به‌نظر می‌آمدند اتخاذ کرد و به آنها فرصت کافی را برای اثبات خودشان داد، بیش از همه خوشم می‌آید.

۵- برای حفظ تمرکز خود بر موضوعات کاری چه می‌کنید؟

از تمام عواملی که باعث اختلال در تمرکز می‌شوند، دوری می‌کنم. سعی می‌کنم تنها به‌کاری که درحال انجامش هستم فکر کنم، اما باید بگویم که آدمی تک‌بعدی نیستم و حواسم بسیار پرت می‌شود. اگر این حواس‌پرتی من باعث کمک به اعضای گروه‌م شود و به آنها کمک کنم تا مشکلی را حل کنند، خصوصیت باارزشی است.

۶- هنگامی که بچه بودید دوست داشتید چه کاره شوید؟

پدرم مهندس و بازی همیشگی ما ساختن وسایل مختلف بود. من در یک مزرعه کوچک بزرگ شدم و ما همیشه با درحال ساخت انبار غله و حصار بودیم یا هیزم می‌شکستیم. همیشه از وقت‌مان برای ساخت وسایل مختلف استفاده می‌کردیم. وقتی بچه بودم، می‌خواستم جنبه‌های عملی کارهایی را که می‌کنم ببینم. هیچ‌وقت طرفدار این نظریه نبودم که عوامل ماورایی سبب انجام کارها می‌شوند.

۷- از بدترین مدیری که تا به حال داشتید چه چیزهایی یاد گرفتید؟

تنها کسی که بعد از گذشت این سال‌ها یادم می‌آید، مدیری بود که مرا به دفترش فراخواند و گفت «می‌خواهم نصیحتی به تو بکنم، کمتر حرف بزن و بیشتر گوش کن». یکی از لحظاتی بود که انگار به سرم می‌کوبیدند و نمی‌توانستم چیزی را که او می‌گفت باور کنم. همان‌جا بود که متوجه شدم عادت بدی دارم و آن این است که به طرفم اجازه صحبت کردن نمی‌دهم و اصلاً به حرف‌های دیگران گوش نمی‌کنم. به‌نظر من نصیحتی بود که بیشترین تأثیر را بر زندگی من گذاشت، خیلی مهم است که به گفته‌های دیگران توجه کنید و فکر نکنید که همه‌چیز را می‌دانید.

۸- درمورد مسائل کاری، چه کسی بیشترین تأثیر را بر شما گذاشته است؟

همکارم مارک وادن (Mark Vadon) در شرکت زولیلی. طی هشت سال گذشته که با او در شرکت بلونیل کار می‌کردم، سه یا چهار بار تصمیم گرفتم کارم را رها کنم، اما هر بار او مرا راضی می‌کرد که به کارم در شرکت ادامه دهم و سمتی دیگر را عهده‌دار شوم. به‌خاطر می‌آورم وقتی مرا به سرپرستی تیم بازاریابی منصوب کرد، به او نگاهی کردم و گفتم درباره بازاریابی هیچ چیز نمی‌دانم. او به من خندید و گفت «تو آدم باهوشی هستی و زود بازاریابی را یاد خواهی گرفت». او تأثیر عمیقی بر من داشت و باعث شد توانایی‌های خود را در زمینه‌هایی که اصلاً فکر نمی‌کردم استعدادی در آنها داشته باشم، کشف کنم.

۹- چه سفری شخصیت شما را تغییر داد؟

در سال ۲۰۰۷، من و مارک مسافرتی به پنسیلوانیا و بازدید یک‌روزه از کمپانی QVC داشتیم که در این بازدید با شرکت آنها آشنا شدیم. من مجذوب ابعاد و حجم تجارت، پیشینه و عطش این شرکت برای محصولات و مشتری بیشتر شدم و اکنون، بعد از تأسیس زولیلی و فروش آن به QVC و مدیریت این شرکت تحت‌عنوان تجاری QVC، فکر می‌کنم این سرنوشت جالبی است که بعد از این‌همه ماجرا دوباره اینجا هستم.

۱۰- چه چیزهایی الهام‌بخش شماست؟

من کار می‌کنم تا یاد بگیرم. عاشق این هستم که درباره راه‌حل‌ها و ایده‌های جدید در رویارویی با مشکلات فکر کنم. بر این عقیده‌ام که تنها زمانی می‌توانید کاری را تمام‌وکمال انجام دهید که تمام ذهن خود را معطوف

آن کرده باشید. براساس همین استدلال، چیزی که هرروز الهام‌بخش من است، مشکلاتی هستند که حل کردنشان چالش‌برانگیز است.

۱۱- اولین ایده تجاری شما چه بود و چگونه آن را انجام دادید؟

وقتی در دبیرستان تحصیل می‌کردم، عضو تیم قایقرانی بودم. وقتی حرفه‌ای‌تر به این ورزش می‌پرداختم، پدرم به من گفت باید به فکر راهی برای ساختن باشگاه ورزشی باشیم. از آنجایی که او مهندس بود، توانست کمک مالی برای ساخت باشگاه را جمع‌آوری کند. ساخت باشگاه قایقرانی باعث شد این ورزش را به‌طور حرفه‌ای برای چندسال ادامه دهم.

۱۲- شغلی که در آن درس‌های مهمی گرفتید چه بود؟

در یک شرکت اینترنتی در سال ۱۹۹۳ مشاور بودم. مدیرم از من خواست یک کلاس برنامه‌نویسی برای کارکنان برگزار کنم، درحالی‌که هیچ‌چیز درباره برنامه‌نویسی نمی‌دانستم. یادم می‌آید در طول کلاس با حالت نگران قدم می‌زدم. ناگهان به ذهنم خطور کرد که فقط لازم است تنها چند فصل از سایرین جلوتر باشم. در ابتدا این کار برایم دلهره‌آور بود، اما در نهایت درسی شد که چگونه دانسته‌هایمان باعث اعتمادبه‌نفس و ندانسته‌هایمان نقطه‌ضعف ما هستند و با شناختن نقاط ضعف و قوت خود به بهترین نحو می‌توانیم مسیر خود را ببیمایم.

۱۳- بهترین توصیه‌ای که در زندگی به شما شد، چه بوده است؟

مدیر سابقم به من می‌گفت ساکت باش و گوش کن. من عادت داشتم افکارم را بیان کنم، از این طریق بود که ایده‌های تازه و جدید به ذهنم خطور می‌کرد، اما بعد از حرف مدیرم متوجه شدم این‌کار باعث آزار دیگران می‌شود و به آنها فرصتی برای بیان نظرات‌شان نمی‌دهد.

۱۴- بدترین توصیه‌ای که در زندگی به شما شد، چه بود؟

بیشتر از همه جمله «همینی که هست» و «باید این‌گونه باشد» مرا عصبانی می‌کند. افرادی که با چالش‌ها سروکار دارند می‌توانند ایده‌های جدید را مطرح کنند. وقتی افرادی مرا دعوت می‌کنند به این‌که همه‌چیز را همین‌طور که هست بپذیر، سعی می‌کنم بفهمم چرا آنها این حرف را می‌زنند. چه محدودیتی باعث می‌شود آنها این‌طور فکر کنند؟ اگر ایده بهتری

۱۵- مهم‌ترین توصیه‌ای که به دیگران می‌کنید چیست؟

سعی می‌کنم خیلی درگیر فرستادن و خواندن ایمیل‌ها نشوم. اگر بخواهم به ایمیل‌هایم رسیدگی کنم، به‌راحتی باید روزی شش ساعت وقت صرف این کار کنم. برای استفاده مفیدتر از وقت، فقط بر چیزی که فکر می‌کنم مهم است تمرکز می‌کنم و اجازه نمی‌دهم اولویت‌های دیگران در زندگی‌ام بسر اولویت‌های من پیشی بگیرد. اگر بر اساس بایدها و نبایدهای دیگران عمل کنید، هرگز نمی‌توانید قدمی روبه‌جلو در مسیر خود حرکت کنید.

۱۶- برای انجام کارها از چه ابزار و اپلیکیشنی بیشتر استفاده می‌کنید؟

برای ارتباط با دوستان نزدیک و روابط کاری بیشتر از واتس‌آپ استفاده می‌کنم. LastPass اپلیکیشنی است به دید مرا به مقوله امنیت عوض کرد. برنامه - Fi bit نیز یکی از برنامه‌های محبوب من و رکورد قبلی‌ام ۱۴۰۰۰ قدم در روز است. در یک سال‌ونیم پیش، یکی از طرفداران پروپاقرص برنامه MyFitnessPal شدم که این اجازه را به من می‌دهد برنامه غذایی خود را کنترل کنم و به کمک این برنامه سال گذشته توانستم ۱۸ کیلو وزن کم کنم.

۱۷- به‌نظر شما تعادل بین کار و زندگی شخصی به چه معناست؟

معنای این عبارت در طول سال‌ها تغییر زیادی کرده است. فکر می‌کنم وقتی شرکت زولیلی را راه انداختم، تعادلی بین کار و زندگی شخصی وجود نداشت. همیشه درحال کار بودم؛ از صبح زود بیدار می‌شدم و تا دیروقت کار می‌کردم. تا چهارسال اول به همین شیوه کار می‌کردم تا اینکه تصمیم به کم کردن حجم کارم گرفتم. در چهار، پنج سال بعدی، شنبه‌ها کار نمی‌کردم و دو‌سال بعد روزهای یکشنبه را هم به تعطیلات آخر هفته اضافه کردم. اکنون احساس خیلی بهتری دارم.

۱۸- چگونه از خستگی مفرط جلوگیری می‌کنید؟

با کار کردن در کنار تیم خوبی که می‌تواند کمک بزرگی در انجام کارها باشد. زمانی که ما این تجارت را شروع کردیم، فقط دو نفر بودیم. امروز ۳۵۰۰ نفر در زولیلی علاوه بر ۲۵۰۰ نفر شاغل در QVC، مشغول به کار هستند. در هشت‌سال گذشته، شاید حدود پنج شغل عوض کردم. آخرین سمت‌هایی که داشتم مربوط به استخدام افراد و فراهم کردن زمینه مناسب برای فعالیت آنها در شرکت بود. باوجود یک تیم عالی، عملکرد خیلی بهتری خواهید داشت.

۱۹- وقتی با مانعی روبه‌رو می‌شوید، برای برطرف کردن آن چه می‌کنید؟

با چندنفر از همکارانم صحبت می‌کنم. آدمی نیستم که در تنهایی و پشت میز کامپیوتر و با چند صفحه کاغذ بتوانم راه‌حلی برای مشکلات پیدا کنم. اگر بتوانم با دو یا سه‌نفر درمورد مشکل پیش‌آمده مشورت کنم، معمولاً ایده‌های خوبی به ذهنم می‌رسد.

۲۰- هم‌اکنون درحال یادگیری چه موضوعی هستید؟

سمت جدید من در QVC مدیریت کسب‌وکارهای جدید شرکت است. ما به‌دنبال جذب شریک و سرمایه‌گذار هستیم. من درحال یادگیری چگونگی توسعه کسب‌وکار و ارزیابی شرکت هستم و لازمه این کار تغییر نگرش اساسی است.

منبع: entrepreneur



برگزاری جلسه بررسی راهکارهای کاهش مصرف انرژی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان



جوبیی مصرف برق اقدامات فوری و کارگشا صورت پذیرد. وی با تأکید بر بهینه سازی مصرف انرژی و ترویج آن در سطح تمامی کارکنان و

اهواز – شبنم قجاوند- جلسه بررسی راهکارهای بهینه سازی و کاهش مصرف انرژی در شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد. این جلسه در سالن جلسات اداره مرکزی و با حضور مدیران ، روسا و سرپرستان بخش های مختلف و با ریاست مهندس قیاد ناصری مدیرعامل این شرکت برگزار گردید . مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با اشاره به بخشنامه استانداری خوزستان در خصوص کاهش ساعات فعالیت های اداری بمنظور صرفه جویی در مصرف انرژی گفت : بارش های کم باران در سال آبی امسال مشکلات بسیاری را در بحث تأمین انرژی بوجود می آورد که لازم است تمهیدات شایسته ای در خصوص آن اندیشیده شود . مهندس قیاد ناصری افزود : با توجه به گرمای شدید تابستان و مشکلات ناشی از احتمال قطع برق می بایست در خصوص صرفه

از اول تیر ماه جاری انجام می شود؛

تغییر ساعت کاری دستگاه های اجرایی استان قم



کار دستگاههای مشمول با رعایت ماده ۸۷ قانون مدیریت خدمات کشوری، از تاریخ ۱۳۹۷/۰۴/۰۱ لغایت ۱۳۹۷/۰۵/۳۱ برای روزهای شنبه الی چهارشنبه از ساعت ۶:۳۰ الی ۱۳:۳۰ و روز های پنج شنبه

اخبار

انتخاب نماینده مردم شاهرودومیمای به عنوان نایب رئیس اول کمیسیون اقتصادی مجلس



بودجه اعضای هیئت رییسه خودرامشخص کردند. سرپرستی روزنامه دراستان سمنان این انتخاب شایسته رابه نماینده مردم شریف شهرستانهای شاهرود ومیمای شادباشی می گوید.

اجرای موفقیت آمیز پروژه ایجاد پایگاه داده مکانی (GIS) خطوط تغذیه گاز گیلان

رشت - زینب قلیپور – حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان از اجرای موفقیت آمیز پروژه ایجاد پایگاه داده مکانی خطوط تغذیه گاز در استان گیلان خبر دادوی با اعلام این خبر اظهار داشت: این پروژه طی مدت ۳۰۰ روز کاری به انجام رسیده و علاوه بر خطوط تغذیه، اطلاعات مکانی کلیه ایستگاه های تقطیل فشار گاز: CGS, TBS, CPS و CNG های که از روی خطوط تغذیه برداشت می شوند تهیه شده است.مهندس اکبر در این خصوص گفت: هم اکنون اطلاعات مکانی ۹۰۰ کیلومتر از خطوط تغذیه، ۵۰ ایستگاه ترکیبی، ۱۰ ایستگاه CGS، ۱۲۰ ایستگاه CPS و ۱۸۳ ایستگاه TBS در این پایگاه ذخیره شده است. مهندس اکبر در این خصوص گفت: شرکت گاز استان گیلان با درک ضرورت تجمیع مدارک و نقشه ها و اطلاعات توصیفی مرتبط با تأسیسات خود و با هدف ایجاد سهولت در دسترسی و گزارش گیری از داده های مکان محور موجود در سازمان به ویژه جهت تصمیم گیری و واکنش بموقع در مواقع بحرانی از ابتدای سال ۹۵ شروع به امکان سنجی جهت تعیین لایه های مورد نیاز سازمان نموده است.ارتباطات داده ها نسبت به یکدیگر را در بستر نرم افزار (GIS ARC) تدوین نمود و تمام لایه های اطلاعاتی موجود تکمیل و به مختصات متناظر بعنوان پایلوت در شهر حویق شهرستان تالش و نیز شبکه منطقه چهار رشت متصل گردید. وی بیان نمود: سامانه اطلاعات مکانی شرکت گاز گیلان قابلیت دسترسی همزمان به بانک های اطلاعاتی متفاوتی اعم از تعمیرات، کنترل پروژه، مشترکین و ... را فراهم نموده است.از دیگر کاربردهای این پروژه می توان به بلوک بندی شبکه های گاز EIS و TIS، ردیابی آنلاین خودروها (AVL)، مسیر یابی، اتصال به سیستم کنترلخورخوانی آنلاین، سامانه امداد، مسیریابی خطوط گازرسانی جدید، صدور مجوزهای حفاری ، تعیین حرایم و ... اشاره نمود که توسعه این موارد در دستور کار شرکت گاز قرار دارد.

کمک به تکمیل ۸۴ واحد مسکونی روستایی از محل تسهیلات قرض الحسنه بانک مهر ایران

گران – خبرنگار فرصت امروز- بنا به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گلستان، معاون بازسازی و مسکن روستایی بنیادمسکن استان از کمک به تکمیل ۸۴ واحد مسکونی بر خوردار از تسهیلات طرح ویژه نوسازی و بهسازی مسکن روستایی سنوات قبل در قالب اعطای تسهیلات قرض الحسنه تکمیلی در چارچوب تفاهم نامه منعقد شده با بانک قرض الحسنه مهرایران در ماه های اخیر خبر داد.ایشان افزود : بموجب این تفاهم نامه و با رعایت شرایط و مقررات پیش بینی شده، متقاضیانی که پیش از این از تسهیلات طرح ویژه جهت احداث واحد مسکونی روستایی بهره مند گردیدند ولی موفق به بهره برداری از واحد مسکونی نشده اند می توانند با مراجعه به شعب شهرستانی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی و به قید اولویت از مزایای این طرح برخوردار گردند.

ارزیابی میزان تحقق وصول مطالبات شرکت گاز:استان گلستان در سال ۹۶

گران – خبرنگار فرصت امروز- در اولین نشست کمیته راهبردی وصول مطالبات گاز گلستان در سال ۹۷ بهحضورمدیرعامل،اعضای هیئت مدیره وهیئت رئیسه گاز گلستان در محل سالن اجتماعات شرکت برگزار شد میزان تحقق عملکرد شرکت در بخش وصول مطالبات مورد ارزیابی قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی هر آغاز دبیر جلسه عملکرد شرکت را به تفکیک شهرستان تشریح نموده و نتایج ارزیابی را که حاصل آن دستیابی به سطح نسبتاً مناسب بوده به تلاش و اعمال سیاستهای راهبردی مطلوب و توجه ویژه مشترکین گاز طبیعی علی الخصوص بخش خانگی به پرداخت به موقع صورتحساب معطوف داشته وموفقیت شرکت را در این بخش که حاکی از همدلی ومهمکاری تمامی ارکان شرکت می باشد ارج نهاد.در ادامه هریک از روسای ادارات گازرسانی از طریق ویدئو کنفرانس، مسائل و مشکلات فرا روی وصول مطالبات را بیان نموده ومنتاسب با آن،برای حل چالشهای مورد نظر، سیاست شرکت در سال جاری تشریح و تبیین شد. دراین جلسه مدیرعامل گاز گلستان ضمن تشکر از زحمات همکاران،مطالبی رادرخصوص اهمیت وصول مطالبات معوق شرکت بعنوان یکی ازعوامل اصلی در چرخه درآمد شرکت بیان نموده که جذب به موقع آن توسعه گازرسانی و سطح خدمات قابل ارائه و همچنین تحقق اهداف شرکت را ایهمراه دارد. مهندس محمد رحیم رحیمی در ادامه رهنمودهایی را در خصوص روند وصول مطالبات و همینطور تلاش وجذبت ادارات گازرسانی برای وصول حداکثری بدون تنش و با رعایت چارچوپها و جذب به موقع نقدینگی و انجام اقدامات کنترلی ارائه کردوی افزود:خوشبختانه فرایند وصول مطالبات شرکت در سال ۹۶ تا حدودی رضایت بخش بوده و نیازاست این فرایند مطابق برنامه درسال جدید نیز باتلاشی بیشتر همراه با اعمال سیاست های خاص همچنان ادامه داشته باشد.

مدیر تجاری و امور مشترکان مخابرات استان مرکزی:

پوشش ۱۰۰ درصدی تلفن ثابت و همراه در شهرهای استان مرکزی

اراک – مینورستمی – مدیر تجاری و امور مشترکان مخابرات استان مرکزی گفت: یکی از معضلات دستگاههای خدماتی بحث لاصولی مشترکان بوده هرچند محدودیتی در ارائه خدمات ایجاد نکرده ولی وصول به موقع سبب بهبود خدمات می شود. علیرضا فرهادی در مراسم قرعه کشی مرحله چهارم وصول مطالبات تلفن همراه استان مرکزی، بااشاره بر ضرورت همکاری مشترکین در پرداخت مطالبات اداره مخابرات اظهار داشت: با توجه به تغییرات تکنولوژی صنعت مخابرات وای تی هر پنج سال یکبار شاهد تغییراتی در ساختار تکنولوژی صنعت مخابرات هستیم بنابراین برای تأمین وتجهیزات جدید نیازمند سرمایه گذاری سنگینی هستیم و این مهم جز با وصول مطالبات به موقع مشترکین امکان پذیر نخواهد بود. وی افزود: از این مطالبات ۹ میلیارد تومان مربوط به تلفن ثابت و پنج میلیارد تومان بابت تلفن همراه است بنابراین به منظور تشویق مشترکین جهت پرداخت به موقع مطالبات خود اقدام به اعطای جوایز کرده ایم. مدیر تجاری و امور مشترکین مخابرات مرکزی تصریح کرد: یکی از معضلات دستگاههای ارائه دهنده خدمات، بحث لاصولی مشترکین بوده هرچند این تأخیر محدودیتی در ارائه خدمات به مشترکین ایجاد نکرده ولی وصول به موقع سبب می شود خدمات بسیار بهتری با تأمین نقدینگی به مردم بدھیم زیرا تأخیر در پرداخت ما را با مشکل مواجه خواهد کرد. فرهادی بیان کرد: ساوه و زرندیه به عنوان بزرگترین شهرهای صنعتی کشور در استان مرکزی و نیز در سطح کشور دارای جایگاه ویژه بوده که اعطا جوایز ویژه شرکت مخابرات به مشترکین این شهرستان نشان از اهمیت شهرستان ساوه در سطح استان بوده است.

فروش ۴۳۴ میلیارد ریال سوخت در جایگاه مرزی پرویزخان کرمانشاه

کرمانشاه –منیر دشتی –مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه کرمانشاه از فروش حدود۴۳۵ میلیارد ریال سوخت در جایگاه های مرزی پرویزخان در سال گذشته خبر داد. مرادحاصل مرادی افزود: فروش ۴۳۴ میلیارد ریال سوخت در جایگاه مرزی پرویزخان کرمانشاه معادل حدود ۳۴ میلیون لیتر بوده است. به گفته وی، براساس ارقام ذکر شده؛ فروش نفتگاز در جایگاه های سیار پرویزخان در سال گذشته نسبت به سال ۹۵، از نظر ریالی ۶۵ و از نظر لیتر؛از ۵۲ درصد افزایش داشته است. فروش ۲۱۵ میلیارد ریال نفتگاز به شیوه باک پر مرادی همچنین از فروش ۲۱۵ میلیارد ریال نفتگاز به شیوه باک پر(فول باک) در مرز پرویزخان کرمانشاه در یکسال گذشته خبرداد وی تصریح کرد: فروش سوخت به شیوه باک پر در سال ۹۶ حدود ۲۸ میلیون لیتر بوده است که از نظر ریالی ۴۲ و از نظر لیتر؛از ۲۱ درصد نسبت به سال ۹۵ افزایش داشته است.

خدمات رایگان ۵۶ وکیل نیکوکار بوشهری به مددجویان کمیته امداد



بوشهر- خبرنگار فرصت امروز : رئیس اداره حقوقی اسلاک و امور نمایندگان کمیته امداد استان بوشهر گزارشی از خدمات حقوقی و قضایی ارائه شده این نهاد به مددجویان تحت حمایت ارائه داد. به گزارش سایت خبری کمیته امداد، ظهیر دبیا، رئیس اداره حقوقی املاک و نمایندگان کمیته امداد استان بوشهر با بیان اینکه برخی از مددجویان به دلیل عدم آشنایی با حقوق قانونی خود دچار مشکلات قضایی می شوند گفت: کمیته امداد با ارائه خدمات حقوقی و مشاوره های مناسب و همچنین پیگیری های مسائل حقوقی و قضایی در استیفای حقوق آنها تلاش می کند. دبیا به طرح وکلای نیکوکار اشاره کرد و افزود: ۵۶ وکیل نیکوکار، ه سه کارشناس حقوقی با هدف ارائه خدمات حقوقی و مشاوره رایگان با کمیته امداد استان بوشهر همکاری و فعالیت دارند. وی با اشاره به راه اندازی میز خدمت حقوقی برای کمک به رفع مشکلات حقوقی مددجویان گفت: در ادارات سراسر این استان مکانی به عنوان میز خدمت حقوقی در نظر گرفته شده است تا از مددجویانی که قادر به احقاق حق و حقوق قانونی خود نیستند حمایت شود. رئیس اداره حقوقی املاک و امور نمایندگان کمیته امداد استان بوشهر ارائه مشاوره و راهنمایی حقوقی، پیگیری امور حقوقی مددجویان در زمینه ثبت دادخواست، رسیدگی به پرونده های ارجاعی خدمات حقوقی به نیازمندان، تأمین هزینه های اجرایی دفاتر خدمات قضایی الکترونیک و پیگیری اقساط معوق مددجویی را از جمله خدمات حقوقی کمیته امداد برای مددجویان نیازمند برشمرد.

به مردم استان ایلام و رفع مشکلات و نارسایی های حوزه بهداشت و درمان شد. در ادامه نیز سردار نعمان غلامی رئیس سازمان بسیج سازندگی کشور نیز از خدمات رئیس و مجموعه دانشگاه علوم پزشکی ایلام در راه خدمت صادقانه و دلسوزانه به مردم استان تقدیر نمود و ابراز امیدواری کرد که با همکاری و همدلی دانشگاه و بسیج سازندگی بتوانیم فصلی جدید از مشارکت در عرصه بهداشت و درمان به نمایش بگذاریم. همچنین در ادامه نیز دکتر رئیس زاده رئیس سازمان بسیج جامعه پزشکی کشور از خدمات مسئولانه و اهتمام دکتر همتی در راه ارائه خدمات بهداشتی درمانی مطلوب به مردم تقدیر و تصریح کرد که با استفاده از توان و ظرفیت بسیج جامعه پزشکی، قطعاً همکاری و تعامل دوجانبه دانشگاه و بسیج جامعه پزشکی در راه رضایتمندی هرچه بیشتر مردم نقش خواهد داشت. در این جلسه مقرر شد دانشگاه علوم پزشکی ایلام پس از پایان ماه مبارک رمضان با فرمانده قرارگاه خاتم الانبیاء دیدار داشته باشند و روند عملیاتی شدن مباحث مطرحه پیگیری شود.

دردار ت تهیه و در جلسات آتی بر روی موارد بررسی بیشتری انجام شود. همچنین در این جلسه در ارتباط با مشارکت سازمان بسیج سازندگی کشور در ارتباط با ساخت مراکز بهداشتی درمانی و خانه های بهداشتی با قیمت تمام شده بحث و مقرر گردید در این زمینه مشارکت فعالتری داشته باشند. گفتنی است مقرر گردید در ارتباط با فاعال شدن تیم های پزشکی طرح شهید رهنمون بصورت گسترده تر با مشارکت مستقیم تمامی بیمارستانها ومراکز بهداشت ودرمان شهرستانها جهت ویزیت، مشاوره ودرمان بیماران در مناطق محروم استان توسط کادر پزشکی در آینده نزدیک توسط دانشگاه اقدامات لازم انجام شود. در پایان این دیدار صمیمانه مقرر شد رئیس سازمان بسیج سازندگی، رئیس سازمان بسیج جامعه پزشکی، رئیس دانشگاه علوم پزشکی ایلام پس از پایان ماه مبارک رمضان با فرمانده قرارگاه خاتم الانبیاء دیدار داشته باشند و روند عملیاتی شدن مباحث مطرحه پیگیری شود.

دکتر همتی رئیس دانشگاه علوم پزشکی ایلام با همراهی سرهنگ زمانی رئیس سازمان بسیج جامعه پزشکی استان با سردار نعمان غلامی رئیس سازمان بسیج سازندگی و دکتر رئیس زاده رئیس سازمان بسیج جامعه پزشکی کشور در محل دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله دیدار و گفتگو کرد. دکتر همتی با بیان اینکه ایلام به عنوان استانی محروم و کم برخوردار نیازمند توجه بیشتری نسبت به سایر نقاط کشور است، ابراز کرد: مردم شریف و سرفراز استان ایلام در طول هشت سال دفاع مقدس از مرزهای نظام و انقلاب صیانت و پاسداری نمودند و امروز به پاس این مرزبانی، لازم است مورد توجه بیشتری قرار گیرند. رئیس دانشگاه علوم پزشکی ایلام در بخش دیگری از سخنان خود ضمن تشریح وضعیت حوزه بهداشت و درمان استان و چالش ها و کمبودهای این حوزه ها، خواستار مشارکت سازمان بسیج سازندگی و سازمان بسیج جامعه پزشکی کشور در کنار دانشگاه علوم پزشکی در راستای خدمت

با حکم استاندار قم، مدیر کل دفتر امور روستایی و شوراهای استانداری منصوب شد

قم- خبرنگار فرصت امروز- به گزارش روابط عمومی استانداری قم، سید محمد صادقی استاندار قم در حکمی سجاد چهرگانی را به سمت مدیر کل امور روستایی و شوراهای منصوب کرد. در حکم استاندار قم خطاب به ایشان آمده است: بنا به پیشنهاد معاون محترم هماهنگی امور عمرانی و نظر به سوابق و تجارت جنابعالی، به موجب این ابلاغ به عنوان مدیر کل

شرکت گاز استان آذربایجان غربی:

نشست آموزشی صدور قبض آنلاین در شرکت گاز استان آذربایجان غربی

در محل و ارائه آن به مشترک تصمیم گیری شد. مقرر شد که صدور قبض آنلاین ابتدا در ایستگاههای **CNG** به صورت پایلوت صورت گرفته و سپس در سایر بخشها اجرایی گردد. خدمات رسانی سریع، تکریم مشترکان، کاهش مزاحمت به دفاتر پیشخوان و ادارات از جمله مزایای این طرح است.

دلاور حیدرپور رئیس سازمان جهاد کشاورزی در نشستی خبری به مناسبت هفته جهاد کشاورزی خبر داد :

وضعیت قرمز برای شالیزارهای مازندران – بهره برداری از ۵۴ طرح کشاورزی در مازندران



افزود: کم بارشی و کم برفی در ارتفاعات سبب شده تا در سال زرعی جاری دچار نگرانی هایی باشیم و پیش بینی می شد در ۴۰ تا ۵۰ هزار هکتار از اراضی شالیزاری با کمبود آب مواجه باشیم اما خوشبختانه با مدیریت صورت گرفته فقط در پنج هزار و ۷۰۰ هکتار کشت برنج صورت نگرفته است. حیدر پور تصریح کرد: بنا داریم با کمک آب منطقه ای و نمایندگان مجلس، همه آبپندان ها را در برنامه سه تا چهارساله احیا کنیم و اکنون ظرفیت ذخیره سازی آبپندان ها بیش از ۳۴۰ میلیون مترمکعب است. وی با اظهار اینکه در کارهای زیربنایی در حوزه کشاورزی استان اقدامات خوبی صورت گرفته است، آبیاری مدرن را برای کاهش هدر رفت و تلفات آب مهم برشمرد. وی اظهار کرد: حدود ۷۰۰ هزار و ۷۰۰ هکتار از شالیزارهای مازندران در وضعیت قرمز هستند که در این زمینه کشت های جایگزین از جمله پنبه،



ذرت، علوفه و کلزا به ویژه در شهرهای ساری، میاندوود و جویبار مورد توجه قرار گیرد. رئیس سازمان جهادکشاورزی مازندران از افتتاح ۵۴ پروژه در ۱۲۸ روستای استان در حوزه زیربنایی و تولیدی بخش کشاورزی همزمان با هفته جهادکشاورزی اسمال در استان خبر داد و گفت: ۱۱ هزار و ۳۰۰ خلوار در روستاهای مازندران با افتتاح این پروژه ها بهره مند می شوند. حیدرپور با بیان اینکه ۳۶۵ میلیارد تومان به مازندران برای اجرای سامانه کارا بوده است، افزود: ۷۵ درصد طرح ها در سامانه کار مربوط به بخش کشاورزی بوده است. رئیس سازمان جهاد کشاورزی مازندران به خرید ۲۸هزار و ۳۵۰ تن کلزا تاکنون در استان اشاره کرد و افزود: پیش بینی ما این است ۳۲ هزار تن دانه روغنی خریداری شود که با ادامه روند بتوانیم در زمینه سیاست اقتصاد مقاومتی و خودتکایی کام برداریم. وی درباره بحث تسهیلات اشتغال روستایی(کارا)، گفت: یکی از کارهای مهمی که در دستور کار دولت است استفاده از تسهیلات اشتغال روستایی بوده که ۴۵ درصد اعتبار برای بخش کشاورزی است. رئیس سازمان جهاد کشاورزی مازندران با اشاره به اینکه در حال حاضر بیش از ۷۵ درصد طرح ها مربوط به بخش کشاورزی است، بیان کرد: حدود ۷۴۰ طرح مصوب کمیته های فنی استانی شد که از این تعداد ۶۸۴ طرح به بانکها معرفی شد و بقیه در دست بررسی است و ۴۸ طرح با ۶۹ میلیارد ریال اعتبار پرداخت شد.

دایملر با رونمایی از دو خودروی تجاری برقی برای تسلا خط و نشان کشید

قبل از معرفی کشنده تسلا، دایملر پیش‌دستی کرد و از FUSO eCanter رونمایی کرد. این کامیونت برقی برای جابه‌جایی بار در مناطق کوتاه شهری توسعه یافته و قادر است با یک بار شارژ ۳٫۵ تن محموله را تا مسافت ۶۲ مایلی (معادل ۱۰۰ کیلومتر) حمل کند.

قبل از FUSO eCanter، دایملر مفهومی eTruck را نیز توسعه داده بود. این کامیون تمام برقی که توسط طراح جوان و بااستعداد ایرانی یعنی محمد حسین امینی یکتا طراحی شده، به باتری ۲۱۲ کیلووات ساعتی مجهز شده و توانایی حمل ۲۶ تن بار تا ۱۲۵ مایل (حدود ۲۰۰ کیلومتر) مسافت را دارد. این دو مدل اگرچه با اهداف تعیین شده سازگار هستند، اما در کلاسی پایین‌تر از کشنده تسلا قرار گرفته و تهدیدی برای آن به شمار نمی‌روند. نکته جالب در این بین اینکه آقای مارتین دام (Martin Daum) مدیر بخش کشنده‌ها و اتوبوس‌های دایملر، تسلا را به ادعاهای دروغین متهم کرده و گفته که کشنده این شرکت آمریکایی با قوانین فیزیک همخوانی ندارد.

با گذشت چند ماه از زمان معرفی کشنده برقی تسلا، به نظر می‌رسد که دایملر در نهایت موفق به ارائه رقیب اصلی آن شده است. به عنوان بخشی از برنامه E-Mobility این شرکت آلمانی اخیرا از دو کشنده سنگین برقی با برند فریت لاینر (Freightliner) رونمایی کرده است.

مدل اول فریت لاینر eCascadia نام داشته و همانطور که می‌توان حدس زد، در واقع نسخه برقی سری معروف Cascadia است. این سری در آمریکای شمالی بسیار محبوب بوده و عنوان موفق‌ترین کشنده سنگین برای حمل بار در مسافت‌های طولانی را در اختیار دارد.

فریت لاینر eCascadia به نوعی رقیب مستقیم محصول تسلا به شمار می‌رود. این کشنده ۷۳۰ اسب بخار قدرت داشته و با تکیه بر باتری‌های ۵۵۰ کیلووات ساعتی قادر است تا ۲۵۰ مایل (حدود ۴۰۰ کیلومتر) مسافت را بدون نیاز به شارژ مجدد طی کند.

به لطف فناوری شارژ سریع ۸۰ درصد از ظرفیت باتری eCascadia در عرض ۹۰ دقیقه پر شده و امکان پیمایش ۲۰۰ مایل دیگر فراهم می‌شود. بد نیست اشاره کنیم کشنده تسلا با یک بار شارژ می‌تواند تا ۸۰۰ کیلومتر مسافت را پشت سر بگذارد.

فریت لاینر eM۲ دیگر مدلی است که دایملر برای توزیع محموله‌ها در مناطق محلی تدارک دیده است. این کامیون ۴۸۰ اسب بخار قدرت دارد و باتری‌های ۳۲۵ کیلووات ساعتی آن انرژی لازم برای طی مسافت ۲۳۰ مایلی (۳۷۰ کیلومتر) را تأمین می‌کنند. این باتری‌ها با ۶۰ دقیقه شارژ تا ۸۰درصد پر شده و امکان پیمایش ۱۸۴ مایل (۲۹۶ کیلومتر) دیگر میسر می‌شود.

مدرسه مدیریت

چرا باید به سازمان‌ها و مراکز کارآفرینی ملحق شویم؟

مترجم: طاهره منیری شریف
کارشناس ارشد MBA

احتمالا کارمندان زیادی داشته باشید یا وقت خود را با مشتریان در محل کارتان بگذرانید، ولی وقتی بحث شکست یا موفقیت نهایی در کسب و کار پیش می‌آید فقط خودتان مطرح هستید. شاید به سختی بتوان چالش‌های این حرفه (یعنی کارآفرینی) را برای کسانی که مسیر کارآفرینی را نپیموده‌اند توضیح داد. دوستان و بستگان ممکن است با علاقه به حرف‌های شما گوش دهند، ولی نمی‌توانند فشار واقعی را که کسب‌وکار بر دوش کارآفرین می‌گذارد درک کنند.

بهترین راه‌حل این است که به سازمان‌های کارآفرین ملحق شوید، دراین صورت می‌توانید از مزایایی که در ادامه مطرح می‌کنیم، بهره‌مند شوید:

۱- شبکه‌سازی و پرسش و پاسخ

گاهی ممکن است سوالاتی برایتان به وجود آید که پاسخ به آنها فقط از عهده کارآفرینان برمی‌آید. سازمان‌های کارآفرینی از طریق انجمن‌ها، جلسات پرسش و پاسخ و ... می‌توانند در یافتن پاسخ این سوالات به شما کمک کنند. ولی اگر به کمک بیشتری نیاز دارید، یکی دیگر از مزایای قدرتمند شبکه‌ها، آشناسازی‌های هدفمند است.

۲- رویدادهای کارآفرینی و مربیگری کارآفرینان

اکثر سازمان‌های کارآفرین رویدادهایی مانند ملاقات آنلاین یا حضوری ارائه می‌دهند که به اعضا امکان برقراری ارتباط با یکدیگر را می‌دهد. در بسیاری از موارد، آشناسازی‌های هدفمندی که توسط این شبکه‌ها صورت می‌گیرد به روابط قوی دوسویه منجر می‌شود. یافتن مربیانی که بتوانند راهنمای شما در چالش‌های کسب‌وکارتان باشند، جرقه‌ای بزرگ برای تمام اعضای سازمان‌های کارآفرین است. در این رویدادها می‌توانید به مالک کسب‌وکاری در حال رشد که به دنبال اطلاعات شماس‌ت معرفی شوید. مربیگری کارآفرینان موفق، روش خوبی برای احیای اشتیاق آنها برای کسب‌وکار و حفظ دانش و مهارت‌شان است.

۳- تخفیف‌های ویژه و فرصت‌های آموزشی

مطمئنا یکی از بزرگ‌ترین مزایای ملحق شدن به هر نوع سازمان کارآفرین، تخفیف‌هایی است که این سازمان‌ها ارائه می‌دهند. این سازمان‌ها مشارکت‌های آموزشی هم انجام می‌دهند که به اعضا کمک می‌کنند به برنامه‌های خاصی دسترسی یابند یا تخفیف‌های تحصیلی دریافت کنند.

۴- منابع برندسازی

بسیاری از سازمان‌های کارآفرین از برنامه‌های ویرایشی (editorial) استفاده می‌کنند. شما با استفاده از این برنامه‌ها می‌توانید دانش‌تان را در وب‌سایت‌ها به اشتراک بگذارید. با محتوایی که روی وب‌سایت‌ها به اشتراک می‌گذارید و با به‌کارگیری استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال، می‌توانید به‌راحتی رهبر بازار خودتان شوید. این برنامه‌ها فعالیت‌های تولیدی شما را هدایت و کمک می‌کنند فروش کافی داشته باشید. به این ترتیب هزینه‌های حق عضویت هم جبران می‌شوند.

در شبکه‌های خاصی که تصمیم می‌گیرید به آنها ملحق شوید، فرصت‌های برندسازی دیگری (مثل یادآوری‌هایی که سازمان‌ها در مطبوعات منتشر می‌کنند و ...) هم وجود دارد. تا جایی که می‌توانید از هر فرصت پیش آمده استفاده کنید. شاید هرگز ندانید، بخش خاصی از مطالبی که در مطبوعات منتشر کرده‌اید - هر چند کوتاه- چگونه به رشد کسب‌وکارتان کمک خواهد کرد.

منبع: entrepreneur/modirinfo

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

| پنجشنبه **|** ۲۴ خرداد ۱۳۹۷ **|** شماره ۱۰۸۷ **|** صفحه ۱۶ **|**

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز **توزیع:** نشر گستر امروز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

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

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاقی حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶/۶۴، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

ذهنیت پرمشغله و تأثیر آن در تصمیم‌گیری‌های روزمره

تحقیقات میدانی اچ‌بی‌آر در این زمینه نیز نتایج جالبی داشته است. آنها در برخی از روزهای هفته اعلاناتی روی تابلوی کافه‌تِریا در یک دانشگاه نصب کردند که حس پرمشغله بودن را با استفاده از کلمات تأکیدی تلقین می‌کرد. در روزهای دیگر این کلمات حذف می‌شدند و در نهایت، انتخاب افراد میان غذاهای سالم و ناسالم بررسی شد. نتایج آماری نشان داد که در روزهای با علامت «شلوغ»، فروش غذاهای ناسالم کاهش داشته است. علاوه بر نتایج شخصی تحقیقات انجام شده، بازاریابان نیز می‌توانند از این تحقیقات استفاده کنند. در سال‌های اخیر برخی برندها از ذهنیت پرمشغله برای کمپین‌های تبلیغاتی خود استفاده کرده‌اند. به‌عنوان مثال شرکت Anytime Fitness مجموعه بین‌المللی از باشگاه‌های ورزشی کمپین تبلیغاتی خود را با شعار «باشگاهی برای افراد پرمشغله» اجرا کرده است. این تبلیغات برای این برند که روی کنترل و پیشرفت شخصی افراد تمرکز دارد، مفید خواهد بود. از طرفی چنین سبک تبلیغات برای محصولاتی که عموماً ناسالم هستند، اثر عکس خواهد داشت.

برای محصولاتی که ابهامی در مورد سالم بودن یا نبودن آنها وجود دارد، استفاده از حقه مشغله افراد ریسک‌های خاص خود را دارد. در این مواقع بهتر است در تبلیغات برند از کلماتی برای نشان دادن سالم بودن محصول استفاده شود تا در ترکیب با حس شلوغ بودن، تصمیم درست را به مشتری القا کند.

حتی قانون‌گذاران مرتبط با کنترل شخصی نیز می‌توانند از این تحقیقات استفاده کنند. تاکنون تحقیقات متعددی برای کشف علت انتخاب‌های آنی و لذت‌های کوتاه بردن در برابر سود بلندمدت انجام گرفته است. این تحقیقات عموماً برای اصلاح رفتارهای مصرف غذایی انجام شده‌اند. البته اخیراً مصرف غذای سالم به‌عنوان عاملی برای افزایش کنترل شخصی طرفداران زیادی پیدا کرده است، اما هنوز نیاز به تمرین و به‌کارگیری مداوم دارد. تحقیقات اچ‌بی‌آر نشان می‌دهد که القای حس پرمشغله بودن، راهکاری ساده و عملی برای بهبود کنترل شخصی در افراد است.

منبع: HBR/zoomit

از این تحقیقات، افراد با دریافت پیام‌های متعدد تصور شلوغ بودن را تجربه کردند و در برخی دیگر تنها از آنها خواسته شد که در مورد وقت نداشتن برای انجام وظایف، بنویسند. این اقدامات ذهنیت پرمشغله را به‌خوبی در ذهن شرکت‌کنندگان ایجاد کرد.

نیمی از تحقیقات روی مصرف مواد غذایی توسط شرکت‌کنندگان متمرکز بود. البته تأثیر این ذهنیت روی دیگر تصمیمات روزمره مانند ورزش کردن در برابر استراحت یا خرج کردن در برابر صرفه‌جویی انجام شد. تلقین ذهنیت پرمشغله به شرکت‌کنندگان باعث شد کنترل بیشتری روی خود داشته باشند و تصمیمات اساسی کمتری اتخاذ کنند.

به‌عنوان مثال، در یکی از تحقیقات به دانشجویان یک دانشگاه گفته شد که طبق آمارها آنها نسبت به دانشجویان دیگر، شلوغ‌تر هستند و برنامه‌ریزی زمانی‌شان فشرده است. به‌علاوه، از این دانشجویان خواسته شد وظایف و عملیات‌هایی را که باعث شلوغی ذهنی شده بود یادداشت کنند. در نهایت به این شرکت‌کنندگان گفته شد که استادشان بین انتخاب یک روز استراحت و کار کردن بیشتر روی تحقیقات دانشگاهی (و دریافت امتیاز تحصیلی) به آنها حق انتخاب داده است. در نهایت دانشجویانی که ذهنیت پرمشغله داشتند، تمایل بیشتری به انجام وظایف بیشتر از خود نشان دادند.

برای بررسی تأثیر اهمیت دادن شخصی روی این تصمیمات، آزمایشات بیشتری انجام شد. در یکی از این تحقیقات پس از القای حس شلوغی، از شرکت‌کنندگان سؤال شد که در طول زندگی چند نفر آنها را افرادی مهم می‌دانسته‌اند؟ در این تحقیق افرادی که مهم بودن را کمتر تجربه کرده بوند یا به بیان بهتر چنین حسی نداشتند، تصمیمات احساسی بیشتری نسبت به دیگران گرفتند. نکته مهم در این نتیجه، حس افراد نسبت به مهم بودن است که روی کنترل شخصی تأثیر می‌گذارد. به بیان دیگر ممکن است یک فرد واقعاً فرد مهمی نباشد، اما تنها احساس مهم بودن، او را در کنترل تصمیمات یاری می‌کند.

ذهنیت پرمشغله و وقت نداشتن برای انجام وظایف به ذهنیت غالب این روزهای مردم تبدیل شده است. البته این طرز تفکر مزایایی هم دارد.

یک آزمایش ساده برای درک تأثیر ذهنیت شلوغ روی تصمیمات روزمره افراد وجود دارد. تصور کنید در یک رستوران هستید و بین انتخاب دسر میوه‌ای سالم و کیک شکلاتی باید تصمیم‌گیری کنید. تحقیقات نشان می‌دهد تصمیم شما به ذهنیت‌تان در مورد شلوغ بودن و وقت نداشتن وابسته است.

پرمشغله بودن افراد همیشه از نظر فشار زمانی بررسی شده است. محققان به این نتیجه رسیده‌اند که وقتی افراد احساس شلوغ بودن و فشار زیاد زمانی داشته باشند، تصمیمات خود را بیشتر بر اساس احساسات اتخاذ می‌کنند. به‌بیان دیگر وقتی افراد زمان کافی برای انجام وظایف نداشته باشند، نگرانی بیشتری از خود نشان می‌دهند و در مقابل احساسات‌شان تسلیم خواهند شد. در مثال بالا، آنها عموماً کیک را انتخاب می‌کنند.

البته این پایان ماجرا نیست و پرمشغله بودن روی دیگری هم دارد. در سال‌های اخیر در بسیاری از جوامع وقت نداشتن و شلوغ بودن به مدال افتخاری برای افراد تبدیل شده است، شکایت از نداشتن وقت حتی برای خودمان، به افتخاری تبدیل شده که عموماً از آن دم می‌زنیم. احساس پرمشغله بودن به افراد این حس را القا می‌کند که افراد مهمی در جامعه هستند و یک موهبت دارند.

نشریه کسب‌وکار هاروارد در مطالعه‌ای که برای Journal of Consumer Research انجام داده، ذهنیت شلوغ را از دیدگاه خودپندارانه اشخاص بررسی کرده است. تحقیقات نشان می‌دهد که درک شخصی از پرمشغله بودن (همان ذهنیت پرمشغله) به‌خاطر افزایش اهمیت شخصی در ذهن فرد، باعث افزایش کنترل شخصی خواهد شد. به بیان دیگر ذهنیت شلوغ می‌تواند باعث اتخاذ تصمیم‌های بهتر (مانند انتخاب دسر میوه‌ای سالم) بشود. اچ‌بی‌آر برای رسیدن به نتایج کامل هشت تحقیق مجزا انجام داده که در هر یک از این تحقیقات، ذهنیت شلوغ با ابزارهای مختلفی در افراد ایجاد شده است. در برخی