

نگاه

هشدار درباره وضعیت رکود اقتصادی در کشور

رکود نامتعارف در اقتصاد ایران

قرار گفتن واژه «رکود» در کنار «اقتصاد» دیگر به ترکیبی آشنا در ایران تبدیل شده است.

رکود اقتصادی در دوره‌های مختلف در ایران تجربه شده و تحلیلگران اقتصادی هر یک برای خروج از آن راهکاری ارائه داده‌اند. رکود در تعریف اقتصادی به دو دوره سه ماهه پیاپی رشد منفی در اقتصاد یک کشور اطلاق می‌شود؛ دوره‌ای که کاهش معنی دار در چهار عامل تولید، درآمد، اشتغال و تجارت ایجاد شود.

براساس این تعریف، رکود به معنای کاهش یافته بودن رشد تولید ناخالص داخلی واقعی است یا به عبارت دیگر، یک دوره طولانی که در آن فعالیت‌های اقتصادی بسیار پایین‌تر از حد معمول باشد.

رکود در اقتصاد یک کشور را می‌توان با کاهش شدید تولید، سرمایه‌گذاری اندک، انقباض اعتبارات، افزایش قیمت‌ها، بیکاری گسترده و اشتغال کوتاه مدت و گستردگی ورشکستگی مشخص کرد.

در همین زمینه، حمید آذرمند پژوهشگر اقتصادی، معتقد است که اقتصاد ایران در شرایط فعلی، با یک «رکود نامتعارف» مواجه است.

به تعبیر او، کاهش سطح تولید ناخالص داخلی کشور برخلاف رکودهای معمول در جهان، در اثر کاهش تقاضای داخلی رخ نداده است. این پژوهشگر اقتصادی به محاسبات داخلی و بین‌المللی انجام شده مبنی بر منفی شدن نرخ رشد اقتصادی کشور در سال آینده اشاره کرد و گفت: «اقتصاد کشور در حال حاضر با کاهش ظرفیت‌های رشد اقتصادی و تضعیف توان تولید مواجه است و لذا نیاز به سیاست‌گذاری متفاوتی دارد.»

آذرمند در گفت‌وگو با «پایگاه خبری اتاق ایران» می‌گوید: در این شرایط افزایش مخارج دولت و افزایش تقاضای کل توسط دولت نه تنها منجر به خروج از رکود نخواهد شد، بلکه می‌تواند منجر به افزایش تورم شود. اقتصاد کشور در حال حاضر با کاهش ظرفیت‌های رشد اقتصادی و تضعیف توان تولید مواجه است و بر همین اساس نیاز به سیاست‌گذاری متفاوتی دارد.

آذرمند می‌گوید: اکنون دولت باید تمامی تلاش خود را معطوف به بازسازی توان تولید بنگاه‌ها و حفظ سطح تولید کشور کند. به بیان دیگر، این مسئله بسیار حائز اهمیت است که دولت با هدف حمایت از شهروندان، از اقداماتی مانند سرکوب قیمت، برخورد قهری با بنگاه‌ها، ممنوعیت صادرات و نظایر آن اجتناب کند.

به اعتقاد این تحلیلگر اقتصادی، از سوی دیگر باید در نظر داشت در شرایط کاهش ظرفیت‌های تولید و کاهش درآمد کشور، دولت نباید منابع خود را صرف حفظ سطح رفاه کوتاه‌مدت جامعه کند و لازم است ظرفیت‌های کشور و منابع عمومی صرف بازسازی توان تولید و توسعه زیرساخت‌ها شود. آذرمند هشدار می‌دهد در صوتی که دولت بخواهد منابع خود را صرف حفظ رفاه کوتاه‌مدت جامعه و توزیع منابع بین مردم کند، دوره رکود طولانی‌تر خواهد شد.

سرکوب قیمت تنها منجر به تعمیق رکود می‌شود

آذرمند به رشد نقدینگی در کشور نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: نکته مهم دیگر در سیاست‌گذاری‌های اثری آن است که در نظر داشته باشیم طی سال‌های گذشته، نقدینگی اقتصاد با شتابی بیش از ظرفیت‌های تولید رشد کرده است. براساس قواعد اقتصادی، انتظار می‌رود شکاف بین رشد نقدینگی و ظرفیت‌های تولید به صورت افزایش قیمت‌ها آشکار شود. بخشی از جهش قیمت‌ها به ویژه قیمت دارایی‌ها در ماه‌های اخیر از این بابت رخ داده است.

با این حال، همچنان آثار بخش دیگری از شکاف رشد نقدینگی و رشد ظرفیت‌های واقعی تولید، در ماه‌های آینده به صورت افزایش قیمت‌ها آشکار خواهد شد. در این شرایط دولت قطعاً نخواهد توانست با سرکوب قیمت‌ها و کنترل قیمت، مانع از افزایش نرخ تورم شود.

در واقع، سرکوب قیمت تنها منجر به تعمیق و ماندگاری رکود خواهد شد.

او کسری بودجه را چالشی مهم برای دولت می‌داند و می‌گوید: مسئله بسیار مهم آن است که دولت در سال آینده با کسری بودجه مواجه است. در این شرایط لازم است از طریق افزایش انضباط مالی، اصلاح بازار انرژی، اصلاح نرخ ارز و کاهش مأموریت‌های موازی و غیرضروری بخش عمومی، مخارج دولت کاهش یابد. اگر دولت نتواند مخارج خود را کاهش دهد، این‌نگرانی وجود دارد که ناکارایی سیاست‌های مالی و بودجه‌ای دولت به شبکه بانکی و منابع بانک مرکزی منتقل شود که در این صورت با موج جدیدی از رشد نقدینگی مواجه خواهیم شد. بنابراین، اصلاح سیاست‌های بودجه‌ای و کاهش مخارج دولت در سال آینده بسیار حیاتی است.

اصلاح نظام بانکی، اقدامی فراتر از ادغام چند بانک

اصلاح اساسی و گسترده نظام بانکی از دیگر موضوعاتی است که به اعتقاد آذرمند دولت باید هرچه سریع‌تر درباره آنها تصمیم‌گیری کند. او در همین زمینه می‌گوید: یکی از اشتباهات سیاست‌گذاری دولت در سال‌های اخیر، عدم‌ورود جدی به اصلاح نظام بانکی و جبران ناکارآمدی شبکه بانکی و جبران زیان سپرده‌گذاران از محل منابع بانک مرکزی بوده است.

این پژوهشگر اقتصادی معتقد است: اگر قرار باشد این رویه ادامه یابد، رشد پایه پولی و در نهایت بی‌ثباتی اقتصاد کلان با ابعاد بسیار گسترده‌ای روبه‌رو خواهد شد. لازم است در اسرع وقت، بانک‌های مشکلدار تعیین تکلیف شوند و از تداوم فعالیت بانک‌هایی که منشأ تولید زیان هستند، مانعت شود. اصلاح نظام بانکی، اقدامی بسیار فراتر و فنی‌تر از ادغام چند بانک است. اصلاح نظام بانکی، نیاز به یک نقشه راه و اقدامات بسیار قاطع دارد.

www.forsatnet.ir

اقتصاد امروز

مهم‌ترین‌های رویدادهای بانکی سال ۹۷

آرامش پس از توفان!



براساس آن باید با مراجعه به سامانه جامع تجارت رأساً اقدام به تأمین ارز از سامانه نیما می‌کرد.

این ماه همچنین حاوی خبرهای خوشی برای سپرده‌گذاران مؤسسات غیرمجاز منحل شده بود؛ به طوری که با مصوبه شورای سران سه قوه، مقرر شد فرآیند بازپرداخت سپرده‌های سپرده‌گذاران تعاونی‌های اعتباری منحل‌ه ثامن‌الحجج، فرشتگان، وحدت، افضل توس و تشکیلات البرز ایرانیان تا سقف ۱۰ میلیارد ریال و تعیین تکلیف سپرده‌گذاران دارای سپرده‌های بالاتر از ۱۰ میلیارد ریال، از صبح روز دوشنبه ۲۱ خرداد ماه در شعب منتخب بانک‌ها و مؤسسات اعتباری عامل آغاز و تمامی سپرده‌های آنها تا پایان مرداد ماه محاسبه و پرداخت شود.

❖ تیر: اما یکی از حاشیه‌سازترین اتفاقات بانکی کشور در سال جاری مربوط به انتشار فهرست دریافت‌کنندگان ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات بود که این امر با هدف شفاف‌سازی و دسترسی آزاد شهروندان به اطلاعات و نیز با توجه به تأکید و دستور رئیس جمهوری، به تفکیک شرکت‌ها و افراد منتشر شد، البته بانک مرکزی اعلام کرد که این اقدام به درخواست وزارت صنعت، معدن و تجارت بوده و صرفاً مربوط به کالاهایی است که توسط این وزارتخانه ثبت سفارش شده است.

با این حال، انتشار فهرست ناقص دریافت‌کنندگان ارز و سوءاستفاده برخی شرکت‌ها در واردات کالاهایی نامربوط با حوزه کاری آنها سبب شد تا برخی کارشناسان ارائه ارز ۴۲۰۰ تومانی را رانت به برخی افراد بخوانند و از این رو دولت تخصیص ارز برای واردات را به کالاهای اساسی و ضروری محدود کرد. ۱۹ تیرماه سال جاری نیز بانک مرکزی از سامانه نیما به عنوان بازار ثانویه خرید و فروش ارز توسط صادرکنندگان و واردکنندگان رونمایی کرد تا این بازار از مردادماه به صورت رسمی کار خود را آغاز کند.

❖ مرداد: مهم‌ترین اتفاق بانکی در مردادماه سال جاری تغییر رئیس کل بانک مرکزی از سوی رئیس‌جمهور بود. روز سوم مردادماه ولی‌الله سیف بار خود را از بانک مرکزی بست و عبدالناصر همتی که پیش از آن رئیس کل بانک ملی و رئیس بیمه مرکزی بود، جای او را گرفت و به سرعت برنامه‌های خود را برای کنترل بازار ارز اجرایی کرد. از سوی دیگر با اجرایی شدن بسته جدید ارزی دولت از ۱۶ مرداد ماه نقل و انتقال ارز در سامانه نیما نیز جدی‌تر پیگیری شد و دولت تلاش کرد از این طریق ارز موردنیاز واردکنندگان را تأمین کرده و از فشار بر بازار ارز بکاهد.

همچنین بانک مرکزی مقررات جدید خرید و فروش ارز توسط صرافی‌ها را نیز ابلاغ کرد که براساس آن خرید و فروش ارز در صرافی‌های مجاز صرفاً با ثبت در سامانه نیما و سنا امکان‌پذیر شد و قیمت فروش آن توسط صرافی‌ها یک درصد بالاتر از قیمت خرید آن تعیین شد. ❖ شهریور: در این ماه، بانک مرکزی در بخشنامه‌ای مقررات و شرایط سپرده‌گیری ارزی را به شبکه بانکی ابلاغ کرد که در این بخشنامه، بانک‌ها نسبت به سپرده‌گیری ارزی به صورت اسکناس به ارزهای یورو، درهم امارات و دلار با نرخ سود به ترتیب سه، دو و چهار درصد با تضمین بانک مرکزی مجاز خواهند بود.

از سوی دیگر، در راستای اجرایی کردن سیاست ارزی دولت در این مساه برای ساماندهی و مدیریت بازار ارز، ورود ارز به صورت اسکناس توسط صرافی‌های مجاز از محل منابع ارزی خریداری شده و همچنین درآمدهای ارزی صادراتی خریداری شده در سامانه‌نظام یکپارچه معاملات ارزی (نیما) مجاز اعلام شد؛ به طوری که صرافی‌ها مجاز شدند که نسبت به ورود ارز به صورت اسکناس از محل منابع اشاره‌شده اقدام کرده و نسبت به فروش آن به نرخ بازار به متقاضیان در چارچوب دستورالعمل‌های ابلاغ‌شده، به خصوص مقررات ناظر بر عملیات ارزی صرافی‌ها در محل استقرار صرافی خود اقدام کنند.

❖ مهر: مهرماه برحاشیه‌ترین ماه سال از نظر نوسانات ارزی بوده به

طوری‌که در نخستین روزهای این ماه قیمت دلار تا مرز ۲۰ هزار تومان نیز رفت، اما با ورود به دهه دوم ماه با سیاست‌های ارزی بانک مرکزی، قیمت ارز کاهش یافت و بار دیگر به رقم ۱۵ هزار تومان رسید. همچنین در این ماه بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران از تمام بانک‌های مجاز به عملیات ارزی خواست، نسبت به خرید ارز از مردم اقدام کند، نرخ قیمت خرید ارز در بانک‌ها در ابتدا پایین‌تر از بازار آزاد بود، اما به تدریج قیمت بانک‌ها به بازار نزدیک شد.

❖ آبان: در این ماه آمریکا موج دوم تحریم‌های خود را علیه ایران اعمال کرد که به دنبال آن سوئیفت نیز دسترسی بخش عمده‌ای از بانک‌های ایرانی به این سامانه را قطع کرد. البته چهار بانک از فهرست تحریم‌های ثانویه آمریکا خارج شدند که این بانک‌ها دلیل احتمالی این موضوع را فعالیت برای واردات دارو و کالاهای ضروری دانستند.

همچنین بانک مرکزی در بخشنامه‌ای نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور را ابلاغ کرد. در این بخشنامه تمام صادرکنندگان مکلف به ارائه تعهد برگشت ارز شدند و بانک مرکزی نیز مکلف شد صرفاً برای واردات کالا و خدمات صادرکنندگانی تأمین ارز کند که نحوه بازگشت ارز آنها به چرخه اقتصادی کشور مطابق ساختار تعیین شده در دستورالعمل بانک مرکزی باشد.

❖ آذر: بانک مرکزی در آذرماه سال جاری اعلام کرد که اجرای طرح اتصال کارت‌های بانکی به نظام مدیریت مصرف سوخت کشور با بهره‌گیری از زیرساخت‌های تبادل داده و ابزارهای تسویه و پرداخت در نظام بانکی انجام شد. همچنین در این ماه دستورالعمل جدیدی برای خرید و فروش ارز توسط صرافی‌ها ابلاغ شد که این موضوع بعضاً نارضایتی صرافان از عدم ثبت بخشنامه‌ها را در پی داشت.

❖ یکی دیگر از رویدادهای مهم در آذرماه سال جاری در حوزه بانکی تغییر شرایط صدور چک‌های تضمینی بود، به این صورت که براساس بخشنامه جدید بانک مرکزی چک‌های تضمین‌شده بانکی باید حتماً در وجه ذی‌نفع صادر شده و کد ملی شخص در آن ثبت شده باشد. از سوی دیگر پشت‌نویسی این چک‌ها ممنوع و فاقد اعتبار شد. در این ماه همچنین قیمت ارز در بازار تثبیت شد و آرامش نسبی به بازار ارز برگشت. ❖ دی: تسویه تجاری و مالی فعالان رسمی و غیررسمی در پایان سال مالی میلادی موجب افزایش مقطعی تقاضا می‌شود. در همین راستا بانک مرکزی برای پاسخگویی به این تقاضا و تأمین ارز مورد نیاز، اعلام کرد که تمام صرافی‌های مجاز می‌توانند از طریق بانک‌های عامل نسبت به خرید ارز از بانک مرکزی برای مشتریان خود اقدام کنند. همچنین در این ماه از طراحی جدید ایران چک‌های ۵۰ هزار تومانی نیز رونمایی شد و همزمان با آن موضوع حذف چهار صفر از پول ملی بار دیگر برای چهارمین بار در تاریخ اقتصاد جمهوری اسلامی مطرح شد.

❖ بهمن: بانک مرکزی در بهمن ماه به منظور انتظام‌بخشی به فعالیت‌های در جریان و فراهم آوردن امکان برنامه‌ریزی برای فعالان حوزه رمزارزها، پیش‌نویس سیاست‌نامه بانک مرکزی در خصوص رمزارزها را برای آگاهی و کسب نظر کارشناسان و صاحب‌نظران منتشر کرد تا ظرف یک ماه نظرات علاقه‌مندان درخصوص آن اخذ شود.

❖ اسفند: مهم‌ترین اتفاق بانکی ماه جاری نیز ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح در بانک سپه بود. بر این اساس بانک‌های قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد، انصار و مؤسسه اعتباری کوثر در بانک سپه ادغام شدند که براساس تصمیم بانک مرکزی قرار شد تا چهار ماه این بانک‌ها به روال سابق خود ادامه داده و مجمع آنها برگزار شود و پس از این چهار ماه، روند ادغام آغاز شود. همچنین به رغم نوسان بازار ارز، قیمت ارز تغییر چندانی در این ماه نداشت و دلار نیز سال ۱۳۹۷ را در حدود ۱۳ هزار تومان به پایان رساند.

یادداشت

گفت‌وگو؛ سلاح برقراری امنیت نرم

<div><div> </div>حسین سلاح‌ورزی</div>
<div><div> </div>نایب‌رئیس اتاق ایران</div>

در این دنیا چیزی به نام امنیت مطلق وجود ندارد. از منظر امنیت سخت، سطح امنیت عبارت است از هزینه‌ای که مهاجم باید برای دسترس‌پذیر یا آسیب‌پذیر کردن هدف پرداخت کند. منطقی محافظت با نگاه امنیت سخت براساس منطقی کردن تراز هزینه و فایده حمله به هدف، برای مهاجم است. در واقع، مجموعه تمهیدات محافظت سخت، از ساختن موانع فیزیکی و ایجاد سیستم‌های نظارت تا تدارک دیدن نیروی عکس‌العمل و ضدحمله قصد دارد هزینه دسترس‌پذیر و آسیب‌پذیر کردن هدف را برای مهاجم چنان افزایش دهد که از فایده ناشی از حمله بیشتر باشد.

قاعدتا تا روزی که این تراز منفی است هدف از حمله مصون خواهد بود. همین منطق است که تعیین می‌کند جنس و ضخامت فولاد گلاوندوق خانگی ما و در ورودی مخزن موزه ملی جواهرات باید متفاوت باشد یا کمیت و کیفیت نیروهای محافظ پاپوین سیاسی فرودگاه بین‌المللی پایتخت با یک پاسگاه مرزی دورافتاده یکسان نباشد.

نگاه امنیت سخت اما، دو مولفه بسیار مهم را در محاسبات خود لحاظ نمی‌کند که هر دو از جنس هزینه فرستند، هزینه فرصت تعادل امنیتی موجود و هزینه فرصت محافظت سخت از هدف.

برای اهداف سیاسی و نظامی و امنیتی بسیار سطح بالا مانند یک سیلوی موشکی یا کاخ ریاست جمهوری که ساختارهایی کوچک، با حساسیت بسیار بالا هستند، سود و زیان حمله برای مهاجم و سیستم مالک هدف آنچنان بالا و اثر آن در بازه‌های زمانی کوچک آنچنان شدید است که می‌توان از اثر هزینه فرصت تعادل امنیتی موجود و هزینه فرصت محافظت سخت صرف‌نظر کرد.

برای مثال، قاعدتا وقتی یک سیلوی موشکی در میان یک دشت ساخته می‌شود در اطراف آن محدوده ممنوعه‌ای تعریف می‌شود، اما هیچ‌کس نگران سفر نشدن بهروری زمین منطقه ممنوعه که بالقوه می‌توانسته یک زمین کشاورزی باشد نیست یا اگر در اطراف کاخ ریاست جمهوری جمعیت بسیار بالا هستند، سود و زیان حمله برای مهاجم و سیستم اعمال می‌شود هیچ‌کس به فکر پولی که شهرداری می‌توانست از فروش تراکم یا امتیاز تجاری در آن محدوده به دست بیاورد نخواهد بود.

اما هنگامی که به سراغ ساختارهای بزرگ و با طبیعت غالب اجتماعی و اقتصادی می‌آییم نقش دو پارامتر هزینه فرصت تعادل امنیتی موجود و هزینه فرصت محافظت سخت از هدف، در مقایسه با سود و زیان مستقیم حمله به هدف، بسیار چشمگیر می‌شود و وارد ساختن آنها به معادله حفظ امنیت می‌تواند به صورت کلی راهبرد حفظ امنیت هدف را تغییر دهد.

برای مثال یک روستای مرزی کوچک را در نظر بگیرید که ما و کشور همسایه به دلیل تنش آبی در آن منطقه برخورد‌ها و درگیری‌های پراکنده‌ای را تجربه می‌کنیم. نگاه حفاظت سخت بر حسب حفظ تعادل امنیتی موجود، می‌گوید این منطقه ناامن است پس بهتر است با پرهیز از سرمایه‌گذاری‌ها یا جمعیت‌پذیری گسترده، به دست خود ارزش و حساسیت این هدف را افزایش ندهیم. همچنین با توجه به دور بودن این نقطه مرزی از نقاط حساس و کلیدی کشور وجود یک پاسگاه یا حداقل تمهیدات امنیتی و حداقل هزینه، به عنوان پیش‌فراول و برای آگاهی از تحرات نظمی و امنیتی کشور همسایه انتخاب بهینه است. اما بیایید نگاهی هم به هزینه فرصت تعادل امنیتی موجود در این مثال بیندازیم. پرهیز از جمعیت‌پذیری و سرمایه‌پذیری در آن منطقه مرزی به این معناست که آب استحصال‌شده در آن منطقه برای مصارف انسانی یا تحویل به زیرساخت‌های تولیدی کشور باید با حمل هزینه و اتلاف بسیار زیاد تا مسافتی دور انتقال یابد و به «مناطق امنی» برسد که ثبات کافی برای جمعیت‌پذیری و سرمایه‌گذاری دارد. از سوی دیگر هزینه فرصت تمرکز بر بردن بازی جمع صفر تعیین سهم از منبع آبی مورد اختلاف، غافل شدن از فرصت خلق ارزش افزوده‌ای است که دو کشور همسایه می‌توانند از محل جمع منابع و یکپارچه‌سازی مدیریت در مصرف آن منبع آبی حاصل کنند. در واقع نگاه به هزینه فرصت تعادل امنیتی موجود می‌گوید، شاید بهتر است با توافق و هماهنگی کشور همسایه، دو طرف سرمایه‌گذاری و جمعیت‌پذیری در منطقه مرزی را حول محور ایجاد صنایع آب‌بر کلان مقیاس مشترک یا مکمل گسترش دهند.

در نظر داشته باشید که در این مثال جنگ دو کشور بر سر آب در واقع جنگ بر سر فرصتی است که آب برای تامین معاش اتباع آن کشورها ایجاد می‌کند و همچنین توجه داشته باشید که این آب نیست که مستقیما معاش مصرف‌کنندگان را تامین می‌کند بلکه ارزش افزوده ناشی از مصرف آب در صنعت یا زراعت است که در نهایت چرخ زندگی آنها را می‌چرخاند.

اگر بهروروی و خلق ارزش افزوده ناشی از مصرف آب در قالب سرمایه‌گذاری مشترک و مدیریت یکپارچه دو کشور به گونه‌ای افزایش یابد که برای تامین معاش مصرف‌کنندگان در دو سوی مرز کافی باشد گرچه چیزی به منبع آبی اضافه نشده و گرچه مجموع مصرف کاهش نیافته اما تحول الگوی مدیریت منابع تنش آبی را بلاموضوع و تهدید امنیتی را برطرف کرده است.

طبیعتا در مسیر ارتقای جمعیت‌پذیری و توسعه سرمایه‌گذاری برای رسیدن به آن نقطه مطلوب باید از شرایطی عبور کرد که در آن تهدید و تنش و بی‌اعتمادی در دو سوی مرز احساس می‌شود و هنوز به نقطه‌ای که خلق ارزش ناشی از سرمایه‌گذاری مشترک و مدیریت یکپارچه ثبات امنیت و پیوند دو طرف را تضمین کند نرسیده‌ایم. عبور از این وضعیت مستلزم پرداخت هزینه‌هایی است که نسبت به تعادل امنیت پیشین که مبتنی بر متروکه نگاه داشتن منطقه و حفاظت از آن با یک پاسگاه کوچک مرزی بود بسیار بیشتر است.

اما مزیت راه‌حل دوم این است که پایداری قابل توجهی دارد و با رفع تنش براساس افزایش بهروری نه‌فقط زمینه‌ثامنی گذشته را برطرف می‌کند بلکه بین گروه‌های معارض دارای تنش پیوندی اقتصادی و اجتماعی ایجاد می‌کند که این پیوند زمینه ایجاد امنیت نرم در منطقه تنش‌آلود قبلی می‌شود. برقراری و تثبیت امنیت نرم در هر نقطه پرتنش از کشور نه‌فقط به معنای خلق فرصت‌های تازه‌ای برای تولید و تجارت و خلق ارزش است، بلکه بخشی از توان و ظرفیت امنیت سخت کشور را نیز از وظیفه پاسداری داخلی آزاد می‌کند تا به صورت موثری بر تحکرات بدخواهان خارجی متمرکز شود.

منبع: آینده‌نگر

سالی که با تورم آمد و با رکود تومی رفت

گذری بر اقتصاد ۹۷



فعلی بازارهای ارز و سکه قرار است به صورت فوری به مساله مالیات بر سرمایه‌ها رسیدگی کند» طرحی که البته بعداً مسکوت ماند و مالیاتی هم از صاحبان سرمایه گرفته نشد.

اما در شهر یورماه و چهار ماه بعد از آنکه کرباسیان گفته بود همه چیز آرام است و باور مردم با واقعیات عینی تطبیق ندارد، او استیضاح شد. وزیر سابق اقتصاد بعد از پایان جلسه استیضاح خود در صفحه اینستاگرامش نوشت که «همایندگان مردم هم دغدغه‌مند و جدی پیگیر برخی مطالبات بودند که البته برخی از آنها خارج از اختیارات وزیر اقتصاد بود، ولی سعی کردم در مقام یک عضو کابینه بازگوکننده حقایق باشم.»

پاییز

در مهرماه و کمی بعد از رفتن کرباسیان، سید رحمت‌الله اکرمی، خزانه‌دار کل کشور به عنوان سرپرست منصوب شد و سپس بعد از رایزنی‌های مختلف در نهایت، فرهاد دژپسند به عنوان گزینه نهایی از سوی رئیس‌جمهور برای دغدغه‌مند وزارت اقتصاد معرفی شد که البته با کمترین مخالفت‌ها توسط نمایندگان مجلس به عنوان وزیر جدید اقتصاد به خیابان صوراسرافیل رفت.

در آبان‌ماه و طبق آخرین آمارهای رسمی، حجم نقدینگی در حالی به بیش از ۱،۷۲۵ هزار میلیارد تومان رسید که میزان پول در این ماه نسبت به مدت مشابه سال قبل بیش از ۴۳درصد افزایش داشته است. میزان کل نقدینگی نظام بانکی در این ماه به بیش از ۱،۷۲۵ هزار میلیارد تومان رسیده که نسبت به اسفندماه سال گذشته ۲۸درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۲۱.۱درصد افزایش داشته است. بسیاری از کارشناسان در آن زمان، این حجم از نقدینگی را عامل بسیاری از التهابات تورمی در بازار ارزیابی کردند.

در آذرماه بود که مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به پرآورد خط فقر پرداخت و گزارش داد خط فقر در تابستان ۱۳۹۷ نسبت به تابستان گذشته در مناطق مختلف کشور به حدود بین ۲۲ تا ۲۵درصد رسیده است.

بازوی پژوهشی مجلس در این گزارش، خط فقر را در شش ماهه نخست سال ۱۳۹۷ برآورد کرد و بر این اساس، بالاترین خط فقر ماهیانه برای شهرستان تهران به دست آمد که در سال ۱۳۹۵ برای یک خانوار چهار نفره ۲میلیون و ۷۶ هزار تومان محاسبه شد و در تابستان ۱۳۹۷ در حدود ۲میلیون و ۷۲۸ هزار تومان برآورد گردید.

این گزارش به خوبی تأثیر التهابات فضای اقتصادی را بر معیشت مردم در رسمیم می‌کند و نشان می‌دهد که شاخص‌های اقتصادی تنها اخباری در رسانه‌های همگانی نیستند بلکه شاخص‌هایی ملموس هستند که بر

سال ۹۷ با اتفاقات عجیب و غریب اقتصادی‌اش بی‌شک برجسته‌ترین سال اقتصادی در سه دهه گذشته است؛ سالی که با تورم شروع شد و با رکود تورمی در حال پایان است. به واقع، سال ۹۷ از آن سال‌هایی بود که از همان بهارش هم معلوم بود سال نکویی در راه نیست، دقیقاً بعد از تعطیلات نوروزی و در روزهایی که مردم هنوز در گیج و گنگی چرخش فصل و اتمام روزهای خوب تعطیلات سال نو بودند، دلار همه را غافلگیر کرد و یک‌شبه مرز ۳۵۰۰ تا ۵،۰۰۰ تومان را درنوردید و به همه نشان داد که روزهای خوب نوروزی واقعاً تمام شده است. دقیقاً چند هفته بعد همه در حسرت خرید همان دلار ۵۰۰۰ هزار تومانی انگشت حسرت بر لب داشتند. حالا دیگر اقتصاد وارد فاز جدیدی شد و همه فهمیدند که وقتی می‌گویند کشور نباید به دلار یا واردات وابسته باشد، یعنی چه!

بهار

اگر فروردین‌ماه سال ۹۷ ماه مواجهه اقتصاد ایران با سرکشی دلار بود، چندی بعد و در اردیبهشت‌ماه و در همان حال و هوای نگران‌کننده بود که مسعود کرباسیان، وزیر وقت اقتصاد گفت: گرچه در هفته‌های اخیر بازار ارز نوساناتی را از سر گذراند و دچار تلاطم شده ولی با این حال دولت اقدامات اصلاحی را در پیش گرفته و اکنون روند رو به بهبود است؛ بنابراین بهتر است فعالان بخش خصوصی، کارآفرینان، اقتصاددانان و حتی هنرمندان و چهره‌های مورد اعتماد مردم کمک کنند که اعتماد عمومی تقویت شود و به این ترتیب در مشکلات موجود در اقتصاد ایران نیز بزرگ‌نمایی صورت نگیرد. به گزارش ایسنا، مسعود کرباسیان در یادداشتی اینستاگرامی با طرح سؤال «آیا اقتصاد ایران در بحرانی‌ترین روزهای خود قرار گرفته است؟» نوشت: «برای من که هر روز در جلسات بسیاری شرکت می‌کنم، فرصت گفت‌وگو با فعالان بخش خصوصی و مدیران دولتی را دارم و دائم در جریان امور هستم، پاسخ به این سؤال کمی پیچیده شده است، چرا که می‌بینم باور عمومی با واقعیت عینی تطبیق مطلق ندارد. به معنای دقیق‌تر ذهن جامعه از واقعیت‌ها فراتر رفته است.»

همان زمان یکی از کاربران «ایسنا» در بخش کامنت‌ها در زیر این خبر نوشت: «مشکلات اقتصادی بزرگ هست شما کوچک‌نمایی نکنید، حل کنید.» اتفاقات ماه‌های بعد نشان داد که حق با این کاربر بوده است و مسئولان اقتصادی به جای سرپوش گذاشتن باید به فکر حل مسائل می‌بودند.

تابستان

بعد از آغاز التهابات بازارهای سرمایه‌ای و در مردادماه، حسین میرشجاعیان، معاون اقتصادی وزارت اقتصاد از تشکیل کارگروهی ویژه در وزارت اقتصاد خبر داد و گفت که «این کارگروه با توجه به شرایط

استاد اقتصاد دانشگاه کالیفرنیا مطرح کرد

تجربه «اتحادیه پرداخت‌های اروپایی» (EPU) چگونه می‌تواند به کمک اینستکس بیاید؟

اروپایی باعث شده بود آنها نتوانند از پول ملی خود برای تسویه معاملات بین‌المللی استفاده کنند. از طرفی کشورهای اروپایی اغلب ذخایر طلا و دلار ناچیزی در اختیار داشتند که پاسخگوی نیاز آنها برای تسویه مبادلات بین‌المللی نبود.

در چنین شرایط کشورهای اروپایی برای اینکه بتوانند با یکدیگر تجارت کنند چاره کار را در روی آوردن به توافقات تجاری دوجانبه دیدند. آنها مجبور بودند مبادلات تجاری بین خود را به‌صورت دو به دو (کشور به کشور) تسویه کنند و حتی روابط تجاری خود را به مبادلات تهاتری تقلیل دهند، اما این یک راهکار مؤثر برای احیای تجارت در اروپا نبود.

با گذشت چند سال از پایان جنگ جهانی دوم، دیگر مشخص شده بود که این بحران پولی و به تبع آن دشواری در تجارت، احیای اقتصاد اروپا را با چالش جدی مواجه کرده است. این مسئله باعث شد که در سال ۱۹۵۰ میلادی ۱۸ کشور اروپایی اقدام به راه‌اندازی اتحادیه پرداخت‌های اروپایی (EPU) کنند. این سازوکار مالی کلیه کسری‌ها و مازادهای ۱۸کشور عضو (در تجارت دوجانبه با یکدیگر) را ثبت و سپس بر حسب این کسری‌ها و مازادها اقدام به تسویه مبادلات تجاری می‌کرد. بدین صورت که اگر مثلاً کشور A در تجارت با کشور B با کسری مواجه بود اما در تجارت با کشورهای C و D مازاد داشت، کسری با مازاد تجاری تهاتر شده و مابه التفاوت آن در حساب کشورها ثبت می‌شد. این‌گونه بود که کشورهای اروپایی توانستند بدون نیاز به تبدیل پول‌های ملی خود به سایر ارزها، تجارت را در این منطقه احیا کنند.

اینستکس نیز شباهت مستقیمی به EPU داد زیرا در قالب این سازوکار مالی، ایران قادر خواهد بود کسری تجاری خود در برابر گروهی از کشورهای اروپایی را با مازاد تجاری در برابر گروه دیگری از این کشورها تهاتر کند. این کار بدون نیاز به اعتبارات دولتی انجام خواهد شد و دیگر نیازی به تسویه معاملات از طریق سوئیفت –که خود در معرض تحریم‌های آمریکا است– نیز نخواهد بود.

اتحادیه پرداخت‌های اروپایی از همان ابتدای فعالیت خود برای اعضای که در مجموع مبادلات تجاری خود با سایر کشورهای عضو دچار کسری بودند، ۶۰۰ میلیون دلار وام در نظر گرفته بود و البته جای تعجب نیست که هیات‌مدیره این اتحادیه از به تعویق افتادن

بازپرداخت این وام‌ها احساس نگرانی می‌کرده‌اند. در سال ۱۹۵۰ یعنی در نخستین سال فعالیت EPU وقتی نشانه‌هایی از ناتوانی احتمالی آلمان در بازپرداخت وام خود نمایان شد، گروه کوچکی از کارشناسان EPU برای تشخیص مشکل به آلمان اعزام شدند و در نهایت پیشنهاد کردند بانک مرکزی آلمان نرخ بهره و نرخ ذخیره قانونی را افزایش دهد و برای اعطای اعتبارات سقف مشخصی قائل شود. با اتخاذ این تمهیدات پولی، تراز تجاری آلمان دوباره متوازن شد. این مسئله در مورد اینستکس نیز صدق می‌کند؛ هیچ دلیلی ندارد که انتظار داشته باشیم تجارت بین ایران و کشورهای اروپایی دقیقه به دقیقه متوازن باشد. مثلاً اگر ایران در برهه‌ای از سال بخواهد بیش از صادرات خود به اروپا، از شرکت‌های اروپایی کالا بخرد (با بالعمق) دو طرف باید بتوانند به‌صورت اعتباری اقدام به تسویه مبادلات کنند. در همین راستا باید تمهیداتی نیز برای تسویه به‌موقع اعتبارات اندیشیده شود.

شبهات دیگری که بین EPU و اینستکس وجود دارد آن است که قبل از سال ۱۹۵۰ نیز آمریکا به‌شدت با راه‌اندازی EPU مخالف بود. آمریکا نگران بود که کشورهای اروپایی با استفاده از EPU راحت‌تر بتوانند با یکدیگر تجارت کنند و به دلیل در اختیار نداشتن دلار کافی، از واردات کالاهای آمریکایی اجتناب کنند. دغدغه دیگر مقامات آمریکایی نیز این بود که سازوکار مالی اروپایی‌ها به‌نوعی صندوق بین‌المللی پول که زمان زیادی از تأسیسش نمی‌گذشت را تحت‌الشعاع قرار دهد.

البته بین EPU و اینستکس تفاوتی آشکار نیز دیده می‌شود. با شروع جنگ سرد بین آمریکا و شوروی، دولت هری ترومن و کنگره آمریکا به اهمیت بازسازی فوری اروپا پی بردند و در همین راستا ۳۵۰ میلیون دلار را در قالب طرح «صندوق مارشال» به EPU تخصیص دادند.

درباره اینستکس گرچه آمریکا قصد ندارند همانند دهه ۵۰میلادی از کشورهای اروپایی حمایت کنند، اما اروپایی‌ها برخلاف سال‌های نخست بعد از جنگ جهانی دوم به اندازه کافی پول دارند و قادرند به‌تنهایی سازوکار مالی مدنظر خود را مدیریت کنند. از طرفی تجربه تاریخی EPU نیز راهنمایی اروپایی‌ها در اجرای اینستکس خواهد بود.

نماگر بازار سهام

رشد ۳۳۷۶ واحدی شاخص بورس

بورس با زهم کانال شکنی کرد

یک روز مانده به پایان روز کاری سال ۱۳۹۷ فعالان بازار سهام شاهد رشد قیمت اغلب گروه‌ها هستند؛ به طوری که نماگر اصلی بازار سرمایه سه بار کانال شکنی کرد و از نیمه کانال ۱۷۵ هزار واحدی بالاتر رفت. به گزارش ایسنا، در حالی که تنها یک روز به پایان روزهای کاری بورس اوراق بهادار تهران مانده، بورس تهران شاهد رشد تقاضا نسبت به عرضه‌ها است؛ به طوری که بازار سهام در روز دوشنبه توانست در بیشتر گروه‌ها یک دست سبزپوش شود. بانکی‌ها، خودرویی‌ها، نفتی‌ها، شیمیایی‌ها از جمله گروه‌هایی بودند که یک روز مانده به پایان کار بورس تهران در سال ۱۳۹۷ با رشد قیمت‌ها مواجه شدند. در این روز، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۳۳۷۶ واحد رشد کرد و به رقم ۱۷۵ هزار و ۸۹۸ واحدی رسید. همچنین شاخص کل هم وزن با ۴۰۲ واحد افزایش رقم ۲۲ هزار و ۵۶۰ واحدی را تجربه کرد. در عین حال شاخص آزاد شناور ۳۴۹۶ واحد رشد کرد و تا رقم ۱۹۷ هزار و ۳۱۹ واحدی بالا رفت. در عین حال شاخص بازار اول و دوم نیز هر کدام به ترتیب ۲۴۶۷ و ۷۲۷۱ واحد رشد کرده‌اند. نمادهایی در گروه محصولات شیمیایی، فلزات اساسی و کانه‌های فلزی بیشترین تأثیر را روی شاخص‌های بازار سهام داشتند؛ به طوری که صنایع پتروشیمی خلیج فارس به تنهایی ۴۳۴ واحد تأثیر مثبت روی شاخص‌های بازار داشت. پس از این نماد ملی صنایع مس ایران معدنی و صنعتی چادرمو و معدنی و صنعتی گل‌گهر هر کدام به ترتیب ۳۰۹ و ۲۰۲ واحد تأثیر افزایشی روی شاخص‌های بازار داشتند. در طرف مقابل، داده‌گستر عصر نوین، بانک اقتصاد نوین و پاکسان هر کدام به ترتیب ۷، ۱۶ و ۲ واحد تأثیر کاهش روی شاخص‌های بازار داشتند. در حالی که تنها یک روز کاری به پایان سال ۱۳۹۷ باقی مانده، حجم تقاضاها در بورس تهران نسبت به هفته‌های گذشته به مراتب افزایش یافته؛ به طوری که در گروه محصولات شیمیایی و فلزات اساسی شاهد روند رشد قیمت اکثر سهم‌ها بودیم. در برخی از نمادهای تأثیرگذار و شاخص‌ساز این گروه صف خرید تشکیل شد. در گروه استخراج کانه‌های فلزی نیز سهامداران شاهد رشد فزاینده بیشتر سهم‌ها بودند و همچنین در این گروه نیز صف‌های خریدی قابل مشاهده بود. دیگر گروهی که با رشد قیمت سهم‌ها مواجه شد گروه رایانه و فعالیت‌های وابسته به آن بود. در این گروه نیز صف‌های خرید شکل گرفت. علاوه بر این در گروه سرمایه‌گذاری‌ها و در گروه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری نیز قیمت سهم‌ها افزایشی شد. فرآورده‌های نفتی شاهد معامله بیش از ۳۲ میلیارد سهم و اوراق مالی به ارزش حدود ۳۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان بودند. این در حالی است که گروه محصولات شیمیایی با رشد ارزش معاملات عدد ۱۲۱ میلیارد تومان را پشت سر گذاشتند و توانستند حجم معاملاتی معادل ۲۴۷ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کنند. نفتی‌ها هم همگام با جریان مثبت بازار شاهد رشد عمدتاً بیش از ۲ درصدی بودند. در این گروه ۳۲ میلیون سهم به ارزش بیش از ۳۳ میلیارد تومان مورد داد و ستد قرار گرفت.

از عرضه‌های متنوع تار کوردشکنی ارزش معاملات از نگاه مدیرعامل بورس انرژی ایران

بورس انرژی در قاب سال ۹۷

بزرگ بشوند و این نکته نیز وجود دارد که در زمانی طولانی‌تر می‌توانیم توفیقات بیشتری را کسب کنیم.

دادوستد هفتگی ۱۵ هزار تن میعانات گازی در بورس انرژی

مدیرعامل بورس انرژی ایران در پاسخ به این پرسش که عرضه میعانات گازی در بورس نیز مشابه تجربه عرضه نفت خام بود یا خیر؟ گفت: زمانی



که عرضه میعانات گازی در بورس شروع شد در هفته حدود ۵۰۰ بشکه داد و ستد می‌شد، اما اکنون ۱۵ هزار تن یا به عبارتی ۱۲۰ هزار بشکه در هفته عرضه می‌شود.

وی با اشاره به اینکه بعضی از هفته‌ها نیز ۳۰ هزار تن عرضه می‌شود، ادامه داد: عرضه میعانات گازی مستمر و موفق انجام می‌شود اما عرضه

عملکرد بورس انرژی ایران در سال ۹۷ را می‌توان با دو بعد کمی و کیفی سنجید؛ به لحاظ کمی، ارزش معاملات بورس انرژی در سال ۹۷ نسبت به سال گذشته بیش از ۱۰۰ درصد افزایش داشت و از نظر کیفی نیز رویدادهایی رقم خورد که برای سال‌ها آرزوی بازار سرمایه و به‌ویژه بورس انرژی ایران بود.

این خلاصه سخنان سیدعلی حسینی درباره عملکرد یک ساله بورس انرژی ایران است. او به عنوان مدیرعامل بورس انرژی و در گفت‌وگو با سنا، در جمع‌بندی عملکرد یکساله بورس انرژی ابتدا به ورود تاریخی نفت به بازار سرمایه پرداخت و گفت: از حدود ۱۶ سال پیش، مصوبات و موافقت‌های کتبی از مقامات کشور وجود دارد که شرکت ملی نفت را موظف به عرضه و راه‌اندازی بازار نفت خام در بورس کرده بود و در نهایت سال ۹۷ عرضه مستمر نفت خام در بورس انرژی ایران آغاز شد.

حسینی در مقابل این سوال که آیا تجربه عرضه نفت در بازار سرمایه برای سال ۹۷ موفق بود؟ پاسخ داد: پیش از هر چیز باید امیدوار بود تا عرضه نفت در بازار سرمایه کشور به صورت مستمر ادامه داشته باشد و از دو ماه پیش نیز عرضه به شکل مستمر شروع شده و روند طبیعی خود را طی می‌کند.

به گفته حسینی، در بحث عرضه نفت در بورس، سازمان بورس به عنوان مقام ناظر، بورس انرژی به عنوان مجری، شرکت سپرده‌گذاری به عنوان رکن تسویه و شرکت فن‌آوری به عنوان پشتیبان نرم‌افزاری، تجربه کاملاً موفقی داشتند و هم زیرساخت‌ها نیز آماده بود. همچنین سال ۹۷ شاهد بیشترین سطح همکاری با شرکت ملی نفت و حمایت وزارت نفت نیز بودیم و در سمت عرضه شاهد تجربه کاملاً موفقی بودیم.

مدیرعامل بورس انرژی سپس به بحث تقاضا اشاره کرد و گفت: آن سوی دیگر بحث تقاضا مطرح است. هرچند این امکان برای شرکت‌های خصوصی مهیا شد که کاملاً شفاف، منصفانه و فرآیند به حوزه تجارت نفت وارد شوند و بازار را رونق دهند، اما موانع پیرامونی همچنان وجود دارد. بخشی از این محدودیت‌ها ناشی از شرایط تجارت بین‌الملل، نقل و انتقال پول و خدمات بانکی است. بخشی دیگر ناشی از موانع حمل و نقل است و محدودیت‌هایی از این دست باعث شده بخش خصوصی نتواند از پتانسیل خود استفاده کند. با این حال تجربه نشان می‌دهد هر کالایی که وارد بورس شود به تدریج جایگاه خود را کسب می‌کند و بازیگران نیز در نهایت خود را با بورس تطبیق می‌دهند.

مدیرعامل بورس انرژی با بیان اینکه بازار سرمایه درخصوص عرضه نفت وظایف خود را انجام داده و همکاری لازم را با سیاست‌گذاران و عرضه‌کنندگان داشته، ادامه داد: عرضه‌کننده هم در سال ۹۷ با عزم جدی وارد بازار شد. بازار نفت خام، یک بازار پیچیده و خاص است و در کوتاه مدت نمی‌توان ارزیابی کاملی از عرضه نفت در بورس داشت. باید فرصت بیشتری به خریداران بخش خصوصی داده شود تا بتوانند وارد این بازار

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای
شماره ۹۷/۷۶

نوبت دوم

شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد اجرای پروژه احداث خط دو مداره ایستگاه ملاتانی به سمت ویس فاز یک در حوزه عملیاتی خود را به پیمانکار واجد شرایط، از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.

- میزان سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۱۲۸۸۰۰۰۰ ریال می‌باشد که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر و با وجه نقد به حساب بانک مرکزی به شماره ۴۱۰۱۱۲۵۴۴۱۱۳۲۵۴ به نام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به مناقصه گزار تسلیم گردد.
- زمان و محل و نحوه دریافت اسناد: از تاریخ درج آخرین آگهی بمدت ۵ روز یا در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰۰۰۰ ریال به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ به آدرسهای زیر مراجعه نمایند.

WWW.AEPDCO.IR

WWW.TAVANIR.ORG.IR

WWW.IETS.MPORG.IR

WWW.SETADIRAN.IR

- پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز :
- پایگاه اینترنتی تانیر:
- پایگاه اینترنتی ملی اطلاع رسانی مناقصات:
- سامانه تدارکات الکترونیکی دولت:
- تلفن تماس : ۰۶۱۳ ۴۴۹۰۷۰۰ داخلی ۳۳۴۵

- آخرین مهلت و محل تحویل و بازگشایی پاکات: حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ مورخ ۹۸/۰۱/۲۱ به دبیرخانه مرکزی شرکت: اهواز - بلوار پاسداران - روبروی بیمارستان ابوذر - جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد. بازگشایی راس ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۸/۰۱/۲۴ می‌باشد.

- به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل می‌شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است.

امور تدارکات

۶۵۸

فراخوان استعلام ارزیابی کیفی مناقصه عمومی
(یک مرحله‌ای) شماره ۱۳۱۵

نوبت دوم

۱- نام و نشانی مناقصه‌گذار: پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی تهران، بلوار غربی مجموعه ورزشی آزادی کد پستی ۱۳۱۱۱-۱۴۸۵۶ صندوق پستی ۱۳۷-۱۴۶۶۵

۲- موضوع مناقصه: ارائه خدمات نگهداری از اماکن و تاسیسات پژوهشگاه صنعت نفت

۳- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: (در صورت قرار گرفتن در فهرست کوتاه و دریافت دعوتنامه) توان ارائه ۲,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال، بصورت ضمانتنامه بانکی با اعتبار ۳ ماهه و یا واریز وجه نقد به حساب پژوهشگاه صنعت نفت

۴- مبلغ پیش پرداخت: ندارد

۵- مدت و محل اجرای کار: طی یک سال شمسی از ابلاغ شروع به کار در محل پژوهشگاه صنعت نفت

۶- مهلت، نحوه دریافت و ارسال اسناد مناقصه: واجدین شرایط می‌توانند با مراجعه به پورتال پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی WWW.RIPI.IR قسمت همکاری‌ها- مناقصه و مزایده، نسبت به تهیه اوراق استعلام ارزیابی کیفی اقدام نموده و حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۹۸/۰۱/۲۱ نسبت به تکمیل و الحاق مدارک درخواستی و تحویل آن با ذکر موضوع و شماره مناقصه در پاکت در بسته لاک و مهر شده به دبیرخانه کمیسیون مناقصات پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی مناقصه‌گذار تحویل و رسید دریافت دارند. * بدیهی است به مدارک واصله بعد از مهلت مقرر ترتیب اثر داده نخواهد شد.

دبیرخانه کمیسیون مناقصات

شماره مجوز: ۱۳۹۷.۶۹۳۱

بهار
با لبخند تازیباست

اینترنت با بسته‌های پرتراфик بهاری

۱۵۴۴ asiatech.ir

آیات

اخبار

تنظیم بازار میوه دست بخش خصولتی است
نه خصوصی

نایب رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی با بیان اینکه بخش خصوصی در تنظیم بازار میوه دیده نمی‌شود، گفت دولت برای تنظیم میوه شب عید از بخش خصولتی به جای خصوصی استفاده می‌کند. به گزارش تسنیم، صدرالدین نیاورانی، نایب رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی گفت: سال گذشته به دلیل سرمازدگی و تگرگ کمبود میوه در کشور به وجود آمد البته برخی میوه‌ها مانند گیلان تاثیر در این بازار نداشت اما کمبود و ضرورت تامین سبب، پرتقال و نارنگی را به وزارت جهاد اعلام کردیم. وی با بیان اینکه امسال روش توزیع میوه شب عید بهبود یافته است، افزود: به دلیل کمبود میوه بعد از عید با مشکل روبه‌رو هستیم. نیاورانی با بیان اینکه بخش خصوصی در تنظیم بازار میوه دیده نمی‌شود، گفت: به عنوان نمونه از زنجیره سبب و اتحادیه و تشکل‌های ملی برای تامین این محصول استفاده نشده است. نایب رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی افزود: دولت برای تنظیم میوه شب عید از بخش خصولتی به جای خصوصی استفاده می‌کند. وی گفت: اگر بوجه به موقع در اختیار تعاونی‌های روستایی قرار بگیرد بخش خصوصی به موقع از باغداران محصولاتشان را خریداری می‌کند. نیاورانی افزود: اینکه دولت سبب و پرتقال را بیش از قیمت باغدار از اشخاص خریداری کرده است پولی نیست که به صورت سود به کشاورز بازگردد. نایب رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی گفت: تیر امسال به وزارت جهاد نامه نوشتیم که کمبود سبب داریم و دولت آن زمان باید از کشاورزان سبب را خریداری می‌کرد. وی افزود: امسال کمبود سبب داشتیم زیرا بخشی از سبب تولیدی کشور برای کنسرتزه و آبگیری استفاده می‌شود. نیاورانی از دولت خواست، سبب میوه شب عید مردم را گسترده‌تر ببیند و بر کالاهای دیگر مانند موز نیز نظارت داشته باشد.

مردم نگران گوشت و مرغ عیدشان نباشند

معاون بازرگانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان یزد از ادامه توزیع گوشت قرمز و گوشت مرغ تنظیم بازار در استان خبر داد و گفت این اقلام به منظور تعدیل بازار تا پایان سال توزیع می‌شوند لذا مردم در مورد تامین آنها هیچ نگرانی نداشته باشند. «علی افشارپور» در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، با اشاره به توزیع بیش از یک‌هزار تن گوشت مرغ تا عید نوروز، اظهار کرد: گوشت مرغ تنظیم بازار در حال حاضر با قیمت ۱۲ هزار تومان در بازار به ویژه در بیش از ۶۰ فروشگاه بزرگ استان توزیع می‌شود. وی افزود: هرچند پیش‌بینی می‌شود در آستانه نوروز قیمت گوشت مرغ آزاد از ۱۴ هزار و ۹۰۰ تومان تا ۱۶ هزار تومان نیز افزایش پیدا کند، اما با توزیع مقدار مناسب گوشت مرغ تنظیم بازار، مشکل کمبود نخواهیم داشت. افشارپور خاطر نشان کرد: مردم نگران تامین گوشت مرغ در ایام نوروز نباشند چرا که با توزیع گوشت‌های تنظیم بازار، قیمت‌ها متعادل نگه داشته خواهد شد. این مسئول در بخش دیگری از سخنان خود در رابطه با توزیع کالاهای اساسی دیگر شامل گوشت قرمز، شکر و میوه نیز تصریح کرد: گوشت قرمز گوسفندی در حال حاضر بین ۹۵ تا ۱۰۰ هزار تومان در بازار عرضه می‌شود و پیش‌بینی می‌شود افزایش قیمتی را به ویژه در این ایام به دنبال نداشته باشیم. ضمن اینکه توزیع بیش از یک هزار تن گوشت‌های قرمز تنظیم بازار در مقابل به تعدیل قیمت گوشت منجر خواهد شد. وی افزود: گوشت‌های قرمز گرم و منجمد تنظیم بازار به ترتیب با قیمت ۳۱ هزار و ۵۰۰ و ۴۰ هزار تومان در بازار عرضه می‌شوند. این مسئول با بیان اینکه واردات گوشت به استان به منظور رفع مشکل گرانی گوشت در حال انجام است، گفت: خوشبختانه با پیگیری‌های انجام‌شده دام زنده از استان‌های جنوب شرقی مانند زاهدان و مقداری نیز از طریق ارز نیما به استان وارد می‌شود و کمبودی در این زمینه وجود ندارد. وی در مورد توزیع گوشت بین کارکنان دستگاه‌ها و نهادهای و تعاونی‌ها هم بیان کرد: مصوب شده که گوشت قرمز طبق مطالبه ادارات، کارگران، تعاونی‌های مصرف کارگری و ارگان‌های حمایتی مانند بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی(ره)، براساس میزان تعداد پرسنل و مددجویان گوشت گرم توزیع شود. افشارپور در ادامه در رابطه با توزیع میوه در ایام نوروز هم تصریح کرد: ۸۲۰ تن پرتقال شامل تامسون و والنسیا و ۵۰۰ تن سیب در ۱۱۵ مرکز سطح شش‌پرز و مراکز منتخب در حال توزیع هستند که قیمت این اقلام شامل پرتقال والنسیا ۴۵۰۰ و پرتقال تامسون ۳۵۰۰ تومان و انواع سیب نیز با قیمت ۶۲۰۰ تومان در بازار عرضه می‌شود.

سامانه رجیستری تلفن همراه قطع نیست

روز گذشته خبری از قطع شدن سامانه رجیستری تلفن همراه منتشر شد که از سوی سخنگوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز تکذیب شد. به گزارش ایسنا، حمیدرضا دهقانی در گفت و گو با ایسنا، اظهار کرد: هیچ یک از سامانه‌های رجیستری موبایل قطع نشده اما به دلیل بالا بودن درخواست‌ها، پس از اقدام متقاضی برای رجیستر کردن تلفن همراه، درخواست او در صف انتظار قرار می‌گیرد و این تصور به وجود می‌آید که سامانه رجیستری قطع شده است. وی افزود: مشکل این است که سامانه‌های گمرک و نیروی انتظامی که تا چندی پیش برای رجیستری تلفن همراه به یکدیگر متصل بودند، حالا با فشارهای وارده قطع شده و عملاً به نام واردات مسافری، گوشی‌های تلفن همراه بسیاری وارد کشور می‌شود که نه تنها به نام مردم از معافیت‌های گمرکی استفاده می‌کنند، بلکه هیچ گونه خدمات پس از فروشی هم ندارند. سخنگوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز ادامه داد: براساس قانون، واردات گوشی تلفن همراه مسافری از معافیت ۸۰درصدی از حقوق و عوارض گمرکی برخوردار است و تاکنون قاچاقچیان از این مسیر استفاده می‌کردند و حجم عظیمی از موبایل‌های وارداتی از این طریق به کشور می‌آمد ضمن اینکه هیچ تغییری در قیمت موبایل به وجود نیامده است و واردکنندگان رسمی این کالا (بیش از ۴۰ شرکت) به جرم شفافیت در رقابت ناعادلانه‌ای با دیگر سواستفاده‌کنندگان قرار گرفته‌اند. دهقانی‌نیا تصریح کرد: از سوی دیگر موبایل‌هایی که از طریق مسافری وارد می‌شود، هیچ گونه خدمات پس از فروشی مشمول آنها نمی‌شود و مردم باید اتصال سامانه گمرک و نیروی انتظامی را برای رجیستری تلفن همراه مطالبه کنند. سخنگوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز همچنین در پاسخ به این سوال که اگر این سامانه‌ها به یکدیگر متصل شوند چه اتفاقی می‌افتد؟ گفت: در این صورت به صورت آنلاین استفاده همه گوشی‌های وارداتی از طریق مسافری از نیروی انتظامی گرفته می‌شود و به سولاتی نظیر اینکه آیا واردکننده گوشی مسافر واقعی بوده یا اینکه خود را به نام مسافر جا زده است، پاسخ داده می‌شود. اگر اظهارکننده آن مسافر واقعی باشد، گوشی اظهاری از طریق مسافری گمرک را پرداخت حقوق ورودی ثبت می‌شود، در غیر این صورت خیر. اما با وجود اینکه این سامانه متصل شده بود، با فشاری که از سوی اتحادیه‌های مرتبط با تلفن همراه به وزارت صمت وارد شد، مجدداً با اصرار این وزارتخانه، این ارتباط قطع شده و در حال حاضر امکان چنین رصد و پایشی وجود ندارد.

کاهش ۱۵درصدی قیمت آجیل و خشکبار در بازار

کمبودی در عرضه وجود ندارد



۲۵ هزار و کشمش ۳۵ تا ۴۵ هزار تومان است. ارزشی ممقانی افزایش نرخ ارز و کاهش حداقل ۶۰درصدی تولید را عامل اصلی گرانی اقلام آجیل و خشکبار در بازار اعلام کرد و افزود: بر این اساس افزایش قیمت آجیل و خشکبار هیچ ارتباطی به گران فروشی ندارد، در حالی که در سال‌های گذشته بحث گران‌فروشی در ایام پایانی سال مطرح بود.

وی در توصیه‌ای به افراد گفت: به خانوارها توصیه می‌شود به هیچ عنوان خرید خود را به روزهای پایانی سال موکول نکنند، ضمن آنکه تمام هدف اعضا جلب رضایت مشتری است.

رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار در پایان با اشاره به اینکه همکاری لازم برای واردات تخمه کدو و افتابگردان به منظور تنظیم بازار شب عید انجام نشده است، تصریح کرد: با توجه به آنکه قیمت آجیل و خشکبار تابع نرخ عرضه و تقاضاست، از این رو تشدید بحث‌های بازرسی به منظور اعمال نظارت بر کنترل و به عبارتی قیمت‌های دستوری بر تنش بازار بیش از پیش دامن می‌زند.

بازار با کمبودهایی مواجه بود، در حالی که هم‌اکنون اعضا با چنین تنش‌هایی روبه‌رو نیستند، ضمن آنکه کیفیت آجیل و خشکبار بسیار مناسب است.

وی با اشاره به اینکه قیمت هیچ یک از اقلام آجیل و خشکبار حباب ندارد، افزود: همه ساله در ایام پایانی سال، قیمت اقلام آجیل و خشکبار به سبب ازدیاد تقاضا با نوساناتی روبه‌رو می‌شد که در بسیاری از موارد قیمت‌ها بیش از نرخ واقعی بود.

رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار قیمت مصوب هر کیلو آجیل مخلوط را ۶۵ تا ۱۸۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: قیمت هر کیلو تخمه کدو

گوشتی ۴۵ تا ۵۵ هزار، تخمه زاپنی ۳۰ تا ۴۵ هزار، بادام زمینی ۲۰ تا ۳۸ هزار، بادام درختی ۸۰ تا ۱۵۰ هزار، پسته فندقی ۱۴۰ تا ۱۵۵ هزار، پسته اکبری ۱۸۰ تا ۲۵۰ هزار، پسته اکبری دستچین ۲۸۰ هزار، پسته احمد آقایی ۱۵۰ تا ۱۸۰ هزار، بادام هندی ۱۸۰ تا ۲۴۰ هزار، فندق ۶۰ تا ۸۰ هزار، مغز فندق ۱۳۰ تا ۱۸۰ هزار، آجیل چهار مغز ۱۸۰ هزار، مغز گردو ۱۲۰ تا ۱۶۰ هزار، تخمه افتابگردان ۳۰ تا ۳۵ هزار، خودچی ۱۵

رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار گفت ثابت نرخ ارز، کاهش فروش و نیاز به نقدینگی منجر به کاهش ۱۵ درصدی قیمت آجیل در بازار شد.

علیرضا ارزانی ممقانی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش ۱۵درصدی قیمت آجیل و خشکبار در بازار خبر داد و گفت: ثابت نرخ ارز، کاهش فروش مغازه‌داران و نیاز فعالان صنف به نقدینگی بر کاهش قیمت آجیل و خشکبار در بازار دامن زد.

وی افزود: با توجه به شرایط کنونی عرضه و تقاضا در چند روز مانده به ایام پایانی سال نه‌تنها افزایشی در بازار آجیل و خشکبار نخواهیم داشت، بلکه قیمت محصولات خشکبار حداقل ۵درصد در بازار کاهش می‌یابد.

ارزانی ممقانی از بهبود نسبی تقاضا برای خرید آجیل و خشکبار نسبت به ماه‌های قبل در بازار خبر داد و گفت: با توجه به آنکه قیمت آجیل و خشکبار نسبت به سال گذشته افزایش چشمگیری داشته است، از این رو میزان خرید آجیل و خشکبار از نظر حجمی کاهش یافته است.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه آجیل و خشکبار وجود ندارد، بیان کرد: در سال‌های گذشته به سبب ازدیاد تقاضا، گاهی

فولادسازان هند به دنبال ممنوعیت واردات از ایران

واردات از ایران به هند ۶۶درصد در ۱۸_۲۰۱۷ افزایش یافته، واردات در ۱۹_۲۰۱۸ تا دسامبر ۲۰۱۸ صفر بوده است .

طبق گزارشات، واردات از طریق امارات با تغییر کشور مبدأ صورت گرفته است. انجمن فولاد هند اعلام کرد: «هشدار می‌دهیم که صادرات از امارات که یک کشور واردکننده صرف است، ناگهان ۳۹۰درصد افزایش یافته است که شامل ۶۵ هزار تن محصولات فولاد تخت می‌شود. در حالی که امارات به طور متعارف واردکننده صرف فولاد است. به این ترتیب ارتباط این محموله‌ها با فولاد ایران مشخص می‌شود.»

۱۰ شرکت برتر فولاد ایران که ۶۴درصد سهم تولید را دارند، متعلق به سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران هستند که تحت تحریم آمریکا است.

بسته تسهیل فرآیند ورود ارز حاصل از صادرات ابلاغ شد

اظهارنامه هدایت شده و ظرف همان روز اظهار، امکان صدور پروانه الکترونیکی و خروج کالا فراهم می‌شود. بررسی ارزش این اظهارنامه‌ها با عنایت به قرارگیری در مسیر سبز اظهارنامه، بعد از ترخیص کالا انجام شده و امکان اعطای تسهیلات در پرداخت حقوق ورودی از جمله پذیرش ضمانت‌نامه بانکی معتبر یا ترخیص نسبی (نگهداری از کالا صرفاً به میزان حقوق ورودی و عوارض متعلقه) فراهم می‌شود. همچنین در امور گمرکی تفاوت قابل قبول در ارزش، وزن و تعداد کالا با فرض ثابت بودن شرح تجاری به ۱۰درصد افزایش پیدا کرده و امکان ترخیص کالاهای مورد نیاز فوری به شرط ارائه مجوزهای قانونی با صدور حکم فراهم و نیز امکان ترخیص شش‌ماه‌روزی کالاهای مشمول این بسته که تشریفات گمرکی آنها به اتمام رسیده فراهم می‌شود.

این بسته در راستای سیاست‌های دولت برای تسهیل واردات مواد اولیه و واسطه‌ای بخش تولید و بازگشت ارز به چرخه اقتصاد مولد تهیه و ابلاغ شده و صادرکنندگان می‌توانند در چارچوب دستورالعمل‌های ابلاغی قبلی و با هدف رفع تعهد ارزی نسبت به عرضه ارز خود اقدام کرده و این ارز را برای نیازهای اولیه و اساسی اقتصاد کشور استفاده کنند.

نگرانی شرکت‌های فولاد هند افزوده است. دبیرکل انجمن فولاد هند گفت: «واردات فولاد چه مستقیم از طریق ایران و چه با وساطت امارات باید متوقف شود چون این تجارت در تضاد با تحریم‌های آمریکا است و منجر به اقدامات تلافی‌جویانه آمریکا علیه هند می‌شود.»

به گزارش خبرگزاری تسنیم به نقل از ایکنامیک تایمز، انجمن فولاد هند که برترین سازندگان داخلی را در بر می‌گیرد، دهلی نو را مجبور کرده اقدامی فوری برای ممنوعیت واردات از ایران پس از افزایش ۵ برابری آن انجام دهد.

انجمن فولاد هند اعلام کرد واردات پس از اعمال تحریم‌های آمریکا علیه تهران افزایش یافته که ممکن است عواقب جدی در پی داشته باشد. به علاوه، افزایش واردات از ایران از طریق امارات با قیمت‌های بالا به

دبیرکل انجمن فولاد هند گفت « واردات فولاد چه مستقیم از طریق ایران و چه با وساطت امارات باید متوقف شود چون این تجارت در تضاد با تحریم‌های آمریکا است و منجر به اقدامات تلافی‌جویانه آمریکا علیه هند می‌شود.»

به گزارش خبرگزاری تسنیم به نقل از ایکنامیک تایمز، انجمن فولاد هند که برترین سازندگان داخلی را در بر می‌گیرد، دهلی نو را مجبور کرده اقدامی فوری برای ممنوعیت واردات از ایران پس از افزایش ۵ برابری آن انجام دهد.

انجمن فولاد هند اعلام کرد واردات پس از اعمال تحریم‌های آمریکا علیه تهران افزایش یافته که ممکن است عواقب جدی در پی داشته باشد. به علاوه، افزایش واردات از ایران از طریق امارات با قیمت‌های بالا به

وزارت صنعت، معدن و تجارت درخواست متقاضیان برای واردات مواد اولیه و واسطه‌ای بخش تولید از محل ارز حاصل از صادرات را به یک روز کاهش داد و سقف و سابقه برای ثبت سفارش واردات این کالاهای را حذف کرد.

به گزارش تسنیم به نقل از شبکه اطلاع‌رسانی تولید و تجارت، به منظور تسهیل فرآیند واردات در مقابل صادرات و کاهش زمان واردات مواد اولیه و واسطه‌ای مرتبط با واحدهای تولیدی، بسته تسویقی که با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، بانک مرکزی و گمرک جمهوری اسلامی ایران تهیه شده بود، در حوزه‌های ثبت سفارش، عملیات بانکی و تشریفات گمرکی، برای ثبت سفارشات بانکی از محل صادرات اعلام شد.

بنابر این دستورالعمل، بررسی درخواست متقاضیان مشمول این بسته در یک روز انجام شده و سقف و سابقه برای آنها حذف می‌شود. همچنین سایر دستگاه‌ها مکلف هستند درخواست متقاضیان را به مدت یک روز بررسی و تعیین تکلیف کنند.

وزارت صنعت، معدن و تجارت در حوزه ثبت سفارش علاوه بر بررسی یک روزه درخواست تولیدکنندگان و بازرگانان دارای قرارداد با واحدهای تولیدی، برای نیاز واحدهای تولیدی، سقف و سابقه واردات

ادامه تریخس کانتینرهای قطعات خودرو

معاون امور گمرکی و فنی گمرک با بیان اینکه طی یک ماه گذشته ۲ هزار و ۵۰۰ کانتینر قطعات خط تولید ایران خودرو، تریخس شده است، گفت تشریفات تریخس همین تعداد کانتینر دیگر در حال انجام است؛ ضمن آنکه سایپا نیز ۳ هزار کانتینر دارد که تعیین تکلیف خواهد شد. مهرداد جمالی ارونتی با بیان اینکه طبق برآوردها و اعلام نظر مقامات ذی‌ربط، حدود ۸ هزار کانتینر لوازم و قطعات منفصله (SKD) و (CKD) خط تولید خودروسازان در گمرکات هستند، افزود: این تعداد کانتینر مربوط به قطعات منفصله خط تولید شرکت‌های خودروسازی است که مطابق مقررات کشور، فصل جداگانه‌ای در جداول ضمیمه کتاب مقررات صادرات و واردات به این اقلام اختصاص یافته است. وی با بیان اینکه این کانتینرها بیشتر متعلق به ایران خودرو و شرکت‌های زیرمجموعه و همچنین سایپا است، تصریح کرد: طبق ضوابط گمرکی و تصمیمات اتخاذ شده، اکثر تجهیزات و قطعات خط تولید خودروسازها در مسیر سبز انتخاب مسیر اظهارنامه قرار دارد. در این مسیر، پس از اظهار کالا اگر حقوق ورودی تودیع و پروانه تریخس الکترونیکی صادر شود، تشریفات گمرکی بلافاصله در درب خروج گمرک انجام شده و کالا پس از اظهار، در گمرک نخواهد ماند. معاون امور گمرکی ایران با اشاره به اینکه جلساتی میان نمایندگان ایران خودرو و سایپا به منظور اتخاذ راهکارهای لازم برای تریخس کانتینرهای قطعات برگزار شده است، عنوان کرد: کمیون نقدینگی از عمده‌ترین دلایلی ذکر شده است که این شرکت‌ها نتوانسته‌اند به گمرک مراجعه و نسبت به اظهار و متعاقباً تریخس کالاهای خود اقدام کنند؛ البته با پیگیری‌هایی که به عمل آمده، خودروسازان در حال اظهار و انجام تشریفات گمرکی اقلام مربوط به خط تولید خود هستند و ظرف ماه گذشته صدها کانتینر از گمرکات تریخس شده است. این مقام مسئول با اشاره به اینکه طبق بررسی‌های انجام شده، شرکت سایپا ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار کانتینر قطعات تولید در گمرکات دارد، بیان کرد: احتمالاً در روزهای آتی وضع تریخس آنها مشخص خواهد شد. همچنین ظرف یک ماه گذشته ۲ هزار و ۵۰۰ کانتینر قطعات شرکت ایران خودرو تریخس شده است. وی افزود: هزار کانتینر نیز مربوط به ایران خودروی خراسان در چابهار وجود دارد که محموله به ایران اظهار آنها برای انجام تشریفات گمرکی صورت می‌گیرد. در گمرک شهید رجایی بندرعباس نیز یک هزار و ۵۰۰ کانتینر وجود دارد که در حال طی کردن تشریفات مربوطه هستند.

کاهش ۱۰ درصدی قیمت خودرو

وزیر صنعت، معدن و تجارت از کاهش ۱۰ درصدی قیمت خودرو خبر داد. به گزارش خبرگزاری صدا و سیما، رضا رحمانی در حاشیه هیات دولت در جمع خبرنگاران افزود: اقداماتی نظیر اصلاحات ساختاری، مدیریتی، فروش اموال مازاد و ساخت قطعات وارداتی در داخل کشور آثار خود را بر روی صنایع گذاشته و قیمت خودرو ۱۰ درصد کاهش پیدا کرده است. وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: قرار بود امسال ۴ هزار میلیارد تومان تسهیلات پرداخت شود که تا این لحظه بیش از ۳ هزار میلیارد تومان آن پرداخت شده است. وی ادامه داد: علاوه بر پرداخت تسهیلات، اقدامات دیگری، چون اصلاحات ساختاری، مدیریتی، فروش اموال مازاد و ساخت قطعات وارداتی در داخل کشور را شروع کردیم و آثار آن را در داخل کشور مشاهده می‌کنیم. رحمانی گفت: چند ماه قبل تولید دو خودرو ساز بزرگ ما بین هزار و ۲۰۰ تا هزار و ۵۰۰ دستگاه روزانه بود، ولی این رقم در حال حاضر به ۴ هزار دستگاه رسیده و قدرت خودروسازان بیشتر شده است. وزیر صنعت، معدن و تجارت اضافه کرد: در چند ماه گذشته قطعه‌سازهای ما مشکلات جدی داشتند اما اکنون آنها فعال شدند و قیمت خودرو در مقایسه با هفته گذشته ۱۰ درصد کاهش پیدا کرده است. وی در خصوص مشکلاتی که در ثبت نام خودرو وجود دارد، گفت: همه افراد با کد ملی و به صورت اینترنتی می‌توانند ثبت نام کنند و اگر تخلفی هم در این زمینه وجود داشته باشد ما به شدت با آن برخورد می‌کنیم. رحمانی با اشاره به اینکه نخستین تحریم‌ها در حوزه صنعت بوده است، افزود: آنها در تحریم ما به هدف خود نرسیدند و با تلاش صنعتگران و مردم، تولید در کشور ما جریان داشته و در برخی از حوزه‌ها تولید ما بهتر هم شده است. وی ادامه داد: در بعضی از بازارها در ماه‌های اخیر نوساناتی هم داشته‌ایم، اما تولید ما جریان دارد و اگر مشکلاتی هست فرصت‌هایی نیز داریم. وزیر صنعت گفت: ما برای سال آینده فرصت‌های جدیدی داریم و طرح‌هایی زیرمجموعه اقتصاد مقاومتی تعریف کردیم ضمن اینکه ما در برخی صنایع مانند لوازم خانگی، پوشاک و صنایع دانش بنیان و فناوریانه فرصت‌های زیادی داریم از این رو باید از این فرصت‌ها بیشتر استفاده کنیم و به جای کلینیک‌های بحران، کلینیک‌های درمان راه‌اندازی کنیم تا از ظرفیت‌های واحدهای تولیدی استفاده کنیم.

قیمت بنزین در سال ۹۸ قطعاً افزایش نمی‌یابد

عضو کمیسیون انرژی مجلس گفت که قطعاً در سال آینده قیمت حامل‌های انرژی به ویژه بنزین افزایش نخواهد داشت. هدایت‌الله خادمی با بیان اینکه دولت با سهمیه‌بندی بنزین در سال آینده نیز مخالفت کرد، ادامه داد: زنگنه در کمیسیون انرژی اعلام کرد که دولت با سهمیه‌بندی بنزین به ویژه اعطای یک لیتر بنزین به افراد در سال آینده مخالف است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، عضو کمیسیون انرژی مجلس گفت که قطعاً در سال آینده قیمت حامل‌های انرژی به ویژه بنزین افزایش نخواهد داشت. هدایت‌الله خادمی عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی، با اشاره به آخرین وضعیت افزایش قیمت بنزین در سال آینده، گفت: در سال ۹۷ دولت درباره تعیین تکلیف قیمت حامل‌های انرژی به ویژه قیمت بنزین لایحه با برنامه‌ای را به مجلس ارائه نکرد و این موضوع را مسکوت گذاشت. وی با بیان اینکه دولت با سهمیه‌بندی بنزین در سال آینده نیز مخالفت کرد، ادامه داد: زنگنه در کمیسیون انرژی اعلام کرد که دولت با سهمیه‌بندی بنزین به ویژه اعطای یک لیتر بنزین به افراد در سال آینده مخالف است.

زیان سوءمدیریت خودروسازها از جیب مردم پرداخت می‌شود



منصوری معتقد است ورود این حجم عظیم از نقدینگی سرگردان به بازار خودرو در شرایط کنونی تنها سبب ایجاد دلایلی ناصحیح در بازار شده است.

نماینده ساوه با تاکید بر نادرست بودن نرخ‌گذاری در حاشیه ۵۵ درصد بازار از سوی خودروسازها، گفت: ما از ابتدا هم در کمیسیون صنایع مخالف این موضوع بودیم چرا که پیش‌بینی می‌کردیم با چنین نرخ‌گذاری، حتماً سپرده‌های بانکی به سمت بازار دلایلی خودرو سرازیر می‌شوند.

وی با بیان اینکه نباید این موضوع به حال خود رها شود، گفت: اگر مجلس بخواهد به پرونده شکایت از خودروسازها رسیدگی کند، حداقل یک سال تحقیق و تفحص از این شرکت‌ها زمان می‌برد، در نتیجه شایسته‌تر است که نهادهای نظارتی همچون قوه قضاییه، سازمان تعزیرات و سازمان بازرسی به موضوع ورود کنند و مانع از ادامه روند گسترش ناصحیح سرمایه‌گذاری در خودرو شوند چرا که خودرو کالای مصرفی بوده و سرمایه‌گذاری در آن به زیان اقتصاد کلان کشور است.

حاشیه زیر ۵۵ درصد بازار گرفتند که این مسئله، موتور محرک اصلی جهش قیمت‌ها در بازار آزاد شد. از این‌رو در حال حاضر می‌بینیم که سوءمدیریت خودروسازها و زیان ناشی از عملکرد ضعیف مدیران این شرکت‌ها را مردم باید پرداخت کنند.

وی گفت: علاوه بر تعیین قیمت کارخانه خودروهای ساخت داخل در حاشیه ۵۵ درصد بازار، عدم عرضه محصول از سوی خودروساز و ادامه روند ممنوعیت واردات خودرو، سبب هم‌افزایی در رشد غیرمنطقی قیمت خودرو شد. در نتیجه عواملی همچون رشد تقاضای سنتی در پایان سال، عدم عرضه خودروهای تعهدشده از سوی خودروسازها، افزایش قیمت کارخانه محصولات تا ۵۵ درصد حاشیه بازار و ممنوعیت واردات خودرو، بازار شریینی برای کسب سودهای فزاینده از انتظار در این حوزه به وجود آورده است. از این‌رو هم‌اکنون شاهد آن هستیم که بخش قابل توجهی از سپرده‌های بانکی که موعده یک‌ساله پرداخت سودشان به پایان رسیده است، به سمت این بازار سرازیر می‌شوند.

مشکل بیکاری کارگران قطعه‌سازی حل شد

تصریح کرد: بزرگترین دغدغه وزارت صنعت، تولید است و برای حفظ تولید، اقدامات خوبی صورت گرفته است. وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه ستادهای مختلفی از جمله ستاد تسهیل، اقتصاد مقاومتی و مقابله با تحریم تشکیل شده تا تولید آسیبی نبیند، گفت: اگر تولید حفظ شود قطعاً بازار نیز روند مناسبی خواهد داشت و به دنبال آن صادرات نیز رونق می‌گیرد.

معدن در صدر برنامه‌های وزارت صنعت او با اشاره به نقش معدن در توسعه پایدار و اشتغال‌زایی تصریح کرد: در سال آینده معدن محور اقدامات ما خواهد بود و باید دوره جدیدی

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت ورود حجم عظیمی از نقدینگی سرگردان به بازار خودرو در شرایط کنونی تنها سبب ایجاد دلایلی ناصحیح در بازار شده است. به گزارش رویداد ۲۴، تعیین قیمت خودرو در حاشیه ۵۵ درصد بازار از سوی خودروسازها نتیجه‌ای جز فرار سپرده‌ها از بانک، ایجاد بازار دلایلی عظیم در این حوزه نداشت که نهایتاً سبب شد تا زیان سوءمدیریت خودروسازها از جیب مردم پرداخت شود. با اعلام قیمت جدید چهار محصول گروه ایران خودرو، قیمت‌گذاری خودروهای داخلی با فرمول جدید (۵۵ درصد زیر بازار) رسماً کلید خورد. براساس این فرمول، قیمت خودروهای داخلی تا ۵۵ درصد زیر بازار تعیین می‌شود تا عملاً شبه آزادسازی در بازار خودرو ایران به جریان بیفتد، اما این نحوه قیمت‌گذاری صدای مجلسی‌ها را درآورد.

در این رابطه محمدرضا منصوری، بیان داشت: در ابتدا خودروسازها افزایش ۲۰ تا ۲۵ درصدی نرخ خودرو نسبت به گذشته را تقاضا کردند، اما به صورت غیرمترقبه‌ای شاهد بودیم که تصمیم به عرضه خودرو در

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به بحران جدی صنعت قطعه‌سازی در چندماه گذشته، گفت ۱۵۰ هزار کارگر بیکار شده و ۱۳۰ هزار کارگر در معرض بیکاری قرار داشتند که خوشبختانه موضوع بیکاری پرسنل قطعه‌سازی حل شد و تولید خودروسازان به ۴۰۰۰ دستگاه در روز رسیده است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، رضا رحمانی در نشست اعضای فراکسیون مستقلین ولایتی گفت: ما در جنگ اقتصادی تمام‌عیار هستیم و دشمن تمام تلاش خود را برای تعطیلی صنایع ما می‌کند. او با اشاره به اینکه هدف اصلی دشمن توقف تولید است،

شماره‌گذاری خودروهای نوشماره امسال ۳۹ درصد کاهش یافت

این رقم در مقایسه با سال گذشته ۱۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. در بخش خودروهای وارداتی نوشماره نیز حدود ۱۸ هزار دستگاه خودرو شماره‌گذاری شد که این رقم نسبت به سال گذشته ۷۳ درصد کاهش نشان می‌دهد.

رئیس مرکز شماره‌گذاری و تعویض پلاک پلیس راهور ناجا گفت: همچنین در بخش خودروهای داخلی نوشماره هم حدود ۸۵۶ هزار دستگاه خودرو شماره‌گذاری شد که این رقم نسبت به مدت مشابه سال گذشته حدود ۳۷ درصد کاهش یافته است. از ۲۰ تا ۲۸ اسفندماه ساعت پذیرش و ورود خودروها به مراکز شماره‌گذاری و تعویض پلاک

شماره‌گذاری خودروهای نوشماره در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال گذشته ۳۹ درصد کاهش یافته است؛ نقل و انتقال خودرو نیز ۱۵ درصد افزایش پیدا کرد.

به گزارش نوداد، سرهنگ علی محمدی، رئیس مرکز شماره‌گذاری و تعویض پلاک پلیس راهور ناجا، از افزایش ۱۵ درصدی نقل و انتقال خودروها و کاهش ۳۹ درصدی شماره‌گذاری خودروهای نوشماره در سال جاری خبر داد. سرهنگ علی محمدی افزود:

در سال جاری حدود ۳ میلیون و ۴۷۷ هزار دستگاه خودرو در مراکز شماره‌گذاری و تعویض پلاک پلیس راهور ناجا نقل و انتقال شدند که



هشدار واتس

فیس‌بوک خود را

برای آنکس، یکی از بنیان‌گذاران واتس‌آپ، خطاب به کاربران اعلام کرده است که حساب کاربری خود را در فیس‌بوک حذف کنند. به گزارش ایسنا، اوایل سال گذشته میلادی بود که شبکه اجتماعی فیس‌بوک گرفتار یک رسوایی امنیتی و اطلاعاتی شد، به گونه‌ای که حریم خصوصی کاربران را با همکاری یک مؤسسه مشاوره و تحقیقاتی تحت عنوان کمبریج آنالیتیکا افشا کرده و در اختیار آن گذاشته بود. همین امر موجب شد که سر و صدای خیل عظیمی از کاربران و منتقدان را در فضای مجازی در پی‌آورد و بسیاری نیز به نشانه اعتراض، صفحه کاربری خود را در این شبکه اجتماعی برای همیشه ترک کرده و حذف کنند. شرکت فیس‌بوک با در اختیار گرفتن و تصاحب شرکت واتس‌آپ در سال ۲۰۱۴، ۱۹ میلیارد دلار کسب کرد و از آن زمان تاکنون نیز با معرفی و افزودن قابلیت‌های جدید به دنبال جذب و حفظ طرفداران این پیام‌رسان محبوب بوده است. طبق آمارهای منتشرشده در ژانویه ۲۰۱۸، پیام‌رسان واتس‌آپ هم‌اکنون میزبان حدود یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون کاربر فعال در ماه است. براساس گزارشی که در Daily Mail آمده است، حالا برای آنکس، یکی از بنیان‌گذاران و مؤسس‌ان واتس‌آپ، به تازگی عنوان کرده است که همه کاربران در سراسر جهان باید به منظور احترام و محافظت از حریم خصوصی خود، صفحه کاربری و اکانت‌های خود را در فیس‌بوک ببندند و برای همیشه آن را ترک بگویند.

۱۲ شتاب‌دهنده در حوزه زیست فناوری فعالیت می‌کنند

مصطفی قانع، دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره تولید داروهای جدید در کشور، بیان کرد تا پایان سال ۹۹ در کشور ۸ واکسن انسانی، ۱۷ واکسن دام و طیور، ۵۰ ماده اولیه دارویی و ۱۴ داروی بیولوژیک در کشور تولید خواهد شد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی افزود: با تولید این اقلام دارویی، حدود ۳۷۵ میلیون دلار صرفه‌جویی ارزی در کشور صورت می‌گیرد و برای ۸۳۰ نفر نیز اشتغال ایجاد خواهد شد. قانع با اشاره به فعالیت شتاب‌دهنده‌های زیستی در کشور، بیان کرد: طی دو سال اخیر ۱۲ شتاب‌دهنده در حوزه زیست فناوری فعالیت می‌کنند. وی همچنین تصریح کرد: این شتاب‌دهنده‌ها با حمایت ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مدیریت بخش خصوصی راه‌اندازی شده است.



دریچه

۷ شغلی که در آینده بیشترین رشد را در زمینه تکنولوژی خواهد داشت

افزایش مهارت محسوب می‌شود. به همین خاطر نباید صرفاً به دانسته‌های تئوری خود اکتفا کرد.

۴- تحلیلگر سیستم‌های کامپیوتری

میزان رشد تا سال ۲۰۲۶: ۹ درصد

این افراد سیستم‌های شرکت را بررسی کرده و به بهبود و اصلاح آن می‌پردازند. این امر کمک می‌کند که سازمان بتواند کارایی بیشتری را داشته باشد. برای فعالیت در این رشته داشتن مدرک دانشگاهی علوم کامپیوتر امری ضروری است. در واقع افراد فعال در این حوزه نهایتاً به اقدامات عملی، بلکه به مشاوره نیز می‌پردازند. در نهایت یک تحلیلگر سیستم‌های کامپیوتری، با درک درست از نیاز شرکت‌ها بهترین سیستم را برای آنها مشخص می‌کند.

۵- توسعه‌دهنده برنامه‌های تلفن همراه

میزان رشد تا سال ۲۰۲۶: ۵۷ درصد

توسعه‌دهنده‌های برنامه‌های تلفن همراه در واقع به اپلیکیشن‌ها امکاناتی را اضافه می‌کنند که مورد نیاز شرکت تولیدکننده آنها است. همه افراد این تغییرات را در آبدیت‌های گوناگون مشاهده می‌کنند. با توجه به رشد روزافزون استفاده از گوشی‌های هوشمند، بدون شک این شغل با بازار کار تضمین شده‌ای مواجه خواهد بود. برای موفقیت در این عرصه آشنایی کامل با سیستم‌های عامل اندرویدی و تحلیل مداوم اقدامات مشابه سایر افراد و یا شرکت‌ها، دو شرط اصلی موفقیت محسوب می‌شود. در این رابطه فراموش نکنید که هر یک از سیستم‌های عامل از محاسن و معایب خاص خود برخوردار است. به همین خاطر نیز لازم است تا بهترین حوزه برای خود را با توجه به بازار هدف و امکانات، انتخاب کرده و بر روی آن تمرکز کنید.

۶- تحلیلگر بازار

میزان رشد تا سال ۲۰۲۶: ۲۲ درصد

تحلیلگر در واقع فردی است که در بازار به تحقیقات پرداخته و نتایج آن را مورد ارزیابی دقیق قرار می‌دهد. این اقدام باعث می‌شود تا مدیران بتوانند با آگاهی درست از وضعیت فعلی و چشم‌انداز آینده کسب‌وکار خود، اقدامات آتی شرکت را به بهترین شیوه ممکن برنامه‌ریزی کنند. در این رابطه منابع کسب اطلاعات متنوع بوده و در اکثر مواقع فرد به صورت مستقیم اقدام به گردآوری آنها از دل بازار و به صورت مصاحبه، می‌کند. به همین خاطر نیز علی‌رغم توانایی در ساخت آمار، نیاز به فعالیت میدانی نیز کاملاً ضروری است.

۷- مهندسی امنیت اطلاعات

میزان رشد تا سال ۲۰۲۶: ۲۸ درصد

هر شرکت و سازمانی از اطلاعاتی برخوردار است که فاش شدن آن می‌تواند فرصتی مناسب را در اختیار سایر برندهای رقیب قرار داده و یا مشکلات حقوقی بسیاری را متوجه آنها بسازد. به همین خاطر نیز تمامی شرکت‌ها افرادی را برای حفاظت از اطلاعات خود استخدام می‌کنند. جالب است بدانید که امروزه حتی افراد مشهور نیز برای حفظ اطلاعات شخصی خود از این افراد کمک می‌گیرند. به همین خاطر نیز افسران دارای مهارت در این حوزه با فرصت‌های شغلی مناسبی مواجه خواهند شد و درصد بیکاری آن را باید مساوی با صفر تلقی کرد. در این رابطه مهارت در زمینه علم کامپیوتر و آشنایی و با هک و انواع بدافزارها و ویروس‌ها، از جمله الزامات مهم محسوب می‌شود. در این حرفه، برخی از افراد به عنوان منتقد عمل کرده و با دریافت مالیاتی، میزان امنیت شرکت را در زمینه حفاظت اطلاعات مشخص می‌کنند. به همین خاطر نیز حوزه‌های کاری آن کاملاً متنوع است که خود به کسب درآمد بیشتر افراد کمک می‌کند.

منبع: thebalancecareers

به قلم: لورنس بردفورد، نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب‌وکار

مترجم: امیر آل‌علی

در حال حاضر تکنولوژی در سرتاسر جهان حرف اول را زده و پیش‌بینی می‌شود تا در آینده نیز رشدی فوق‌العاده را تجربه کند. به همین خاطر نیز روزانه به شرکت‌های فعال در این زمینه افزوده می‌شود. این امر به معنای نیاز به افراد متخصص در این زمینه است که در ادامه به بررسی ۷ مورد منتخب آن خواهیم پرداخت.

۱- مهندسی داده

میزان رشد تا سال ۲۰۲۶: ۱۱ درصد

با توجه به همگانی شدن تکنولوژی، جهان درگیر تعداد بیشماری داده قرار دارد. این امر خود نیاز به مدیریت درست آنها را تشدید نموده است. در واقع مهندسی داده به تحلیل، دسته‌بندی و استفاده بهتر از داده‌های روزافزون کمک می‌کند که یک مزیت بزرگ برای هر برندی محسوب می‌شود. جالب است بدانید که از این حرفه به عنوان یکی از جذابترین و پردرآمدترین شغل حال حاضر نام برده می‌شود. با توجه به آینده بسیار درخشان و نیاز روزافزون شرکت‌ها به افراد متخصص در این زمینه، آینده شغل آن نیز کاملاً تضمین شده خواهد بود. برای موفقیت در این عرصه مهارت در علم ریاضی، آمار، کدنویسی و کامپیوتر از جمله الزامات اولیه محسوب می‌شود. در واقع با کمک یک مهندس داده، شرکت‌ها می‌توانند نسبت به قابل اطمینان بودن داده‌های خود و کاربردی بودن آنها اطمینان داشته باشند و یا اطلاعات مدنظر خود را شکل دهند. در نهایت شرکت‌هایی که از این افراد در تیم خود استفاده می‌کنند، قادر خواهند بود تا وابستگی بسیاری از اتفاقات یا یکدیگر را شناسایی کرده و در تصمیمات آتی خود آن را مدنظر قرار دهند. بدون شک خلاصه‌سازی اطلاعات بیشمار در غالب آمارها خود به سرعت‌بخشی در تصمیمات و روند انجام کارها کمک بسیاری خواهد کرد.

۲- توسعه‌دهنده نرم‌افزار

میزان رشد تا سال ۲۰۲۶: ۲۴ درصد

این افراد به رفع نقص‌های نرم‌افزارها پرداخته و با بهبود آنها نسخه‌های به روزتر را تهیه می‌کنند. اگرچه در ابتدا ممکن است آنها را با برنامه‌نویسان یکی قلمداد کنید، با این حال واقعیت این است که برنامه‌نویسی در مرحله قبل از کار این افراد قرار دارد. با توجه به این امر که در این حرفه شما با مسائل مختلف مواجه خواهید بود، لازم است مهارت حل مسئله آشنا بوده و آن را به خوبی در خود تقویت کنید همچنین تسلط بر علم کامپیوتر نیز از دیگر الزامات این رشته محسوب می‌شود. در آخر توجه داشته باشید که یک توسعه‌دهنده نرم‌افزار باید از قدرت ارتباط خود با تیم شرکت و مشتریان برخوردار باشد تا بتواند مشکلات را در بهترین زمان شناسایی کرده و برای رفع آن تلاش کند.

۳- توسعه‌دهنده وب

میزان رشد تا سال ۲۰۲۶: ۱۵ درصد

توسعه‌دهنده وب در واقع نقطه مقابل طراح آن بوده و کدنویسی‌های آن را انجام می‌دهد. این امر در حالی است که تمرکز اصلی طراح سایت بر جنبه‌های زیبایی‌شناختی آن است. با این حال با توجه به ضرورت وجود هر دو، افرادی که بتوانند هم در زمینه طراحی و هم توسعه وب مهارت لازم را کسب کنند، می‌توانند موقعیت شغلی فوق‌العاده‌ای را به دست آورند. در راستای موفقیت در این عرصه نیاز به فراگیری فتوشاپ، html، جاوا و محیط اینترنت خواهید داشت. فراموش نکنید که در این زمینه تمرین از جمله اقدامات مهم در راستای

رویداد استارت‌آپی طراحی و تولید لباس ایرانی و اسلامی برگزار می‌شود

استارت‌آپی کشور در این حوزه، ایجاد فضای تبادل نظر و گفت‌وگو بین ایده‌پردازان، فعالان حوزه استارت‌آپ و صندوق‌های سرمایه‌گذاری و در نهایت به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه نوآورانه، اشاره کرد.

طراحی و فروش لباس‌های ایرانی اسلامی، مشکلات، کمبودها و چالش‌های موجود در کسب‌وکارهای مرتبط با حوزه مُد، فروش و اجاره آنلاین لباس، طراحی‌های خلاقانه در حوزه مُد و لباس، دیجیتال مارکتینگ حوزه مُد و لباس و ایجاد بازارهای نوظهور در حوزه مُد و لباس، از مهمترین محورهای این رویداد است. لازم به ذکر است، استارت‌آپ «طراحی و تولید لباس ایرانی و اسلامی» اردیبهشت ۹۸ در محل بنیاد

نخبگان استان تهران برگزار می‌شود. متقاضیان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر و یا ثبت‌نام در این رویداد تا ۳۱ فروردین به سامانه بنیاد نخبگان استان تهران مراجعه کنند.

رویداد استارت‌آپ طراحی و تولید لباس ایرانی و اسلامی به همت بنیاد نخبگان استان تهران برگزار می‌شود.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، با توجه به اینکه ایران یکی از پایه‌گذاران صنعت نساجی در جهان است؛ پتانسیل بسیار بالایی برای توسعه و ارتقای محصولات این صنعت در داخل و خارج از ایران وجود دارد که البته نیل به این هدف به کیفیت و خلاقیت در تولید و عرضه منسوجات وابسته است.

در همین راستا، بنیاد نخبگان استان تهران با همکاری ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در نظر دارد استارت‌آپ «طراحی و تولید لباس ایرانی و اسلامی» را با حضور اجتماع نخبگانی، برگزار کند.

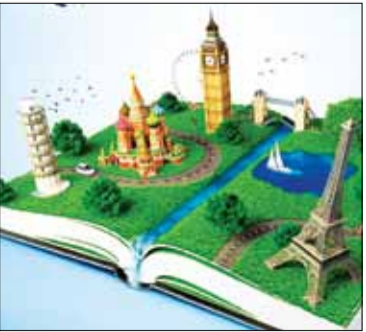
از اهداف مهم این رویداد می‌توان به شناسایی افراد خلاق در حوزه طراحی و تولید لباس و پوشاک، تقویت اکوسیستم



دانش خلاقان فعال در حوزه گردشگری اشتراک‌گذاری می‌شود

گردشگری الکترونیک و تولید محتوا و بازاریابی محتوا از جمله محورهای تعریف شده در این استارت‌آپ تخصصی است. از کلیه دانشجویان و مستعدین علاقه‌مند در سراسر کشور دعوت به عمل می‌آید تا با مطالعه سرفصل‌های استارت‌آپ و توانمندی‌های خود جهت ثبت‌نام در استارت‌آپ اقدام کنند. علاقه‌مندان می‌توانند در دو بخش

از طریق سامانه هم‌اندیشان بنیاد نسبت به ثبت نام اقدام کنند. اولین بخش مربوط به صاحبان یکی از توانمندی‌ها (گرافیکست، برنامه‌نویس و یا تسلط بر مدل‌های کسب و کارهای نوین) است که باید در سامانه هم‌اندیشان ثبت‌نام و توانمندی خود را در بخش توضیحات درج کرده و در بخش دوم مربوط به صاحبان ایده و طرح خلاق در حوزه گردشگری است که باید فرم مربوطه را تکمیل و به همراه مدارک لازم در هنگام ثبت‌نام در سامانه بارگذاری کنند و در بخش توضیحات، خود را ارائه‌دهنده ایده معرفی کنند. همچنین سامانه پاسخگویی بنیاد ملی نخبگان، بین ساعت ۹ تا ۱۲ روزهای شنبه تا چهارشنبه با شماره تماس ۰۹۶۰۱-آماده پاسخگویی به سئوالات شما عزیزان در این خصوص است.



سرمايه‌گذاري و در نهايت به اشتراك‌گذاري دانش و تجربه نوآورانه است. زمستان‌بوم بازار صنعت گردشگري (داخلي، ورودی، خروجی) زمستان بوم صنایع دستی و هنرهای سنتی، میراث ایران (فرهنگی، طبیعی، ملموس و ناملموس، منقول و نامنقول، ...)، کسب و کار الکترونیک،

مرکز نوآوری و شتابدهی تخصصی سینمای ایران ایجاد می شود

تفاهم نامه راه اندازی نخستین مرکز نوآوری و شتابدهی تخصصی سینمایی ایران میان ستاد فرهنگسازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و بنیاد سینمایی فارابی منعقد شد. به گزارش ایسنا، علیرضا تابش رئیس بنیاد سینمایی فارابی روز گذشته در مراسم امضای این تفاهم نامه اظهار کرد: طرح جامع سینمای ایران دو ساله شد. این طرح به عنوان یک سند چشم انداز ۱۰ ساله صنعت سینما را ترسیم می کند و دارای ۱۰ راهبرد اساسی است. یکی از این راهبردهای مهم در این سند نهضت تولید محتوا و توجه ویژه به بازارهای داخلی و بین المللی است. تابش ادامه داد: امضای این تفاهم نامه میان بنیاد فارابی و ستاد فرهنگسازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی مسیر تحقق دستیابی به این راهبرد اساسی را تسهیل می کند. زیرا صنعت سینما در حال حاضر نیاز به نسلی خلاق و تزریق ایده های نوآورانه دارد تا شاهد رونق زیست بوم جدید در عرصه صنایع خلاق باشیم.



یادداشت

۶ قانون طلایی بازاریابی شبکه های اجتماعی

باید خبر بدی به شما بدهیم آن هم اینکه هیچ کس علاقه ای به دنبال کردن شما ندارد! برای جلب توجه مخاطبان تان در شبکه های اجتماعی اول باید خودتان را به جای مشتری بگذارید اصطلاحاً کفش های وی را به پا کنید، راه بروید، دغدغه ها و مشکلاتش را بهتر درک کنید و در نهایت ارزش آفرینی کنید. ارزش آفرینی به این معنا که محصولات و خدماتی که تولید می کنید باید به ایجاد و یا افزایش ارزشی برای مشتری منجر شود. در واقع ارزش، ملاک انتخاب مشتری است و آنها در حقیقت ارزش یا فایده را می خرند!

برای این کار همواره قبل از توزیع محتوا از خودتان بپرسید محتوایی که تولید کرده اید آیا ارزشمند است؟ آیا گره ای از مشکلات مخاطبان تان را باز می کند؟ اگر این چنین نبود آن محتوا را استفاده نکنید و دوباره از نو شروع به تولید محتوایی کنید که پس از پوشیدن کفش های مخاطب ایده تولید آن به ذهن تان رسیده است.

۵- هرگز فراموش نکنید که جاده شبکه های اجتماعی دوطرفه است

به خاطر داشته باشید برای اینکه تعداد دنبال کنندگان شما در شبکه های اجتماعی بیشتر شود و در نهایت تبدیل به مشتریان وفادار شما شوند، باید ارتباطی دوسویه با آنها برقرار کنید. سعی کنید همیشه به سرعت و خالصانه پاسخ مخاطبان تان را بدهید تا احساس کنند که به فکر دغدغه ها و مشکلات آنها هستید و حمایت شان می کنید.

۶- قانون ۱-۱-۴

ایده این قانون توسط جو پالیزی، مدیر موسسه بازاریابی محتوایی برای افزایش درگیر کردن مخاطب در شبکه اجتماعی توییت مطرح شد. برای اجرا این قانون سه گام را بایستی طی کرد:

گام اول: محتوای تولیدی را توییت کنید.

گام دوم: یک ری توییت مرتبط با توییت قبلی انجام بدهید.

گام سوم: چهار محتوای مرتبط که توسط دیگران تولید شده را نیز توییت کنید.

البته درست است که این قانون برای توییت مطرح شده است و تاثیر گذاری بسیاری در درگیر کردن مخاطب و تبدیل وی به خریداران و مشتری وفادار دارد، اما می توان این قانون را اصلاح و برای دیگر شبکه های اجتماعی نیز تعمیم داد. فقط توجه داشته باشید توییت ها و محتوای شما به هیچ عنوان از جنس پست های تبلیغاتی نباشند تا بیشتر و بهتر منجر به جذب مخاطب شود.

جان کلام به زبون خودمونی

برای اینکه خونه گرم و پر مخاطبی تو شبکه های اجتماعی بسازی اول باید به سری قوانین رو رعایت کنی، چون این قوانین بهت یاد میدن چطور خونه تو با پایه های استوار بسازی! حالا دیگه دلت قرص باشه خونت اونقدری محکم بنا کردی که هیچ وقت با پس لرزه های رقیب آخ هم نمیکه.

منبع: daartagency

این روزها بازاریابی شبکه های اجتماعی با سرعت هر چه تمام تر به یکی از ضروری ترین بخش های استراتژی بازاریابی دیجیتال درآمده است.

شبکه های اجتماعی نیز دائما در حال تغییر و تحول هستند و به نظر می رسد برای دستیابی به موفقیت و اجرای بهترین شکل بازاریابی شبکه های اجتماعی، آشنایی با اصول و قوانین موفقیت در آن ضروری است.

این نکته را به خاطر داشته باشید که همواره پایه های بنای بازاریابی شبکه های اجتماعی خود را محکم بنا کنید، چرا که اگر خشت اول را کج بگذارید تا ثریا می رود دیوار کج!

در ادامه با شش قانون طلایی برای موفقیت در بازاریابی شبکه های اجتماعی با ما همراه باشید.

۱- زیاد جدی نباشید

کاملا واضح است که ماهیت شبکه های اجتماعی، بر اصل اجتماعی شدن و مراد استوار است. در واقع زمانی مردم به برندتان علاقه مند می شوند که شخصیت برند شما نقاب روی صورتش را بردارد، بدون جدیت و توأم با احترام با مردم به برقراری ارتباط بپردازد.

اگر به محتوای تان اندکی چاشنی سرگرمی و خنده اضافه کنید مطمئن باشید که مخاطبان تان بیشتر به شما علاقه مند خواهند شد تا اینکه صرفاً محتوایی خشک و جدی به آنها تعارف کنید!

۲- فعالیت در شبکه های اجتماعی برای انجام بازاریابی دیجیتال شرط لازم اما کافی نیست

شبکه های اجتماعی به عنوان یکی از ابزارهای بازاریابی دیجیتال به تنهایی می توانند ترافیک زیادی را برای سایت شما ایجاد کنند اما برای کسب و کارهایی که می خواهند همیشه در ذهن و قلب مشتری بمانند و حضور فعالی در دنیای دیجیتال داشته باشند کافی نیست، بنابراین استفاده از تمامی ابزارهای بازاریابی دیجیتال توصیه می شود.

هرگز ابزارهای بازاریابی دیجیتال را فدای یکدیگر نکنید چرا که هر کدام از این ابزارها با توانایی ها و قابلیت هایی که دارند پاسخگوی بخشی از نیازهای مخاطبان تان هستند.

۳- تولید محتوای خوب همراه با ارائه پیشنهادهای ویژه جهت تبدیل بازدیدکنندگان به علاقه مندان

حضور در شبکه های اجتماعی بدون تولید محتوای خوب شاید به بازرید از وبسایت شما منجر شود، اما به طور یقین موجب تبدیل بازدیدکنندگان به خریداران و مشتریان وفادار شما نخواهد شد و در نهایت این استراتژی منجر به شکست می شود.

پس حتما مطمئن شوید که محتوای مرتبط و ارزشمند که متناسب با خواسته مخاطبان تان باشد و پیشنهادات ویژه ای برای شان ارائه می کند؛ تولید کنید تا بازدهی بیشتری در شبکه های اجتماعی داشته باشید.

۴- همواره به فکر ارزش آفرینی باشید

اگر تمام وقت و انرژی که صرف حضور در شبکه های اجتماعی کرده اید را به معرفی محصولات، خدمات و برندناتن پرداخته اید،



اپ:

اپاک کنید!

سخنان اکنون که جنجال های بسیاری را به راه انداخته است، بیشتر از این لحاظ که پ خود زیرمجموعه فیس بوک است و روزی به وسیله همین شرکت پر و بال پیدا می کند و دور از ذهن است و به عقیده بسیاری از تحلیلگران، اظهارات برایان اکتون افقی نمک نشناسی است. البته برخی دیگر از کارشناسان و تحلیلگران بر این باورند که اپ همواره از نخستین روز تأسیس و آغاز به کار خود، تأکید فراوانی بر محافظت از خصوصیت کاربران داشته است و این بدان معناست که واتس اپ تنها به منظور ری از نقض حریم شخصی و افشای اطلاعات خصوصی و محرمانه آنها از کاربران نیست کرده که از فیس بوک برای همیشه خارج شده و حساب کاربری و اکانت خود را شبکه اجتماعی ببندند.

از انتشار خبر رسوایی فیس بوک و نقض حریم شخصی کاربران، افراد مشهور و کت های کوچک و بزرگ بسیاری اقدام به حذف صفحه کاربری خود در این شبکه می کرده اند تا بدین ترتیب، اعتراض خود را نسبت به سهل انگاری فیس بوک نشان بیاورند. این شبکه فیس بوک در تمامی روزنامه ها و شبکه های اجتماعی از تمامی کاربران در صوص عذرخواهی کرد و در بیانیه ای نیز احتمال هرگونه جاسوسی و افشای اطلاعات رد کرد، اما همچنان خشم عموم مردم در سراسر جهان نسبت به این شبکه اجتماعی و پر طرفدار فروکش نکرده است.

گسترش همکاری پارک فناوری آذربایجان شرقی با تکنوپارک های ترکیه

تیمی متشکل از هیات رئیسه پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی و شرکتهای مستقر در این پارک، در راستای توسعه همکاری های متقابل علمی و فناوری با کشورهای منطقه و ایجاد زمینه دستیابی



شرکتهای مستقر در پارک به بازارهای بین المللی صنایع استانبول بازدید کردند.

به گزارش ایسنا، در حاشیه این بازدید جلسه ای با هیات رئیسه تکنوپارک استانبول برگزار شد و طرفین در زمینه استفاده از ظرفیت های متقابل و تبادل اطلاعات در زمینه فناوری های مبتنی بر دانش و راه های افزایش ارتباط با یکدیگر با هدف استفاده از مهارت ها و تجرب طرفین به گفتگو و تبادل نظر پرداختند.

دکتر عبدالرضا واعظی، رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی در این دیدار

ضمن معرفی پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی، ظرفیت های علمی و فناوری پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی را برای حاضرین در جلسه تشریح کرد و نمایندگان شرکتهای مستقر در

پارک نیز محصولات و خدمات خود را ارائه کردند. وی پیشنهادهای پارک را برای همکاری با تکنوپارک استانبول بیان کرد که این امر مورد استقبال مسئولان تکنوپارک استانبول قرار گرفت و توافقاتی

در زمینه استقرار شرکتهای پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی در تکنوپارک و بالعکس و همچنین همکاری های علمی و تجاری در زمینه فناوری های جدید و ایجاد و توسعه فضاهای کارآفرینی و نوآوری با مشارکت شرکتهای فناور دو طرف به عمل آمد. در ادامه هیات اعزامی از بخش های مختلف تکنوپارک استانبول و برنامه های توسعه ای این پارک بازدید و با فناوران و صاحبان شرکتهای پیشروی مستقر در تکنوپارک استانبول گفتگو و مذاکره کردند. تکنوپارک استانبول به عنوان هاب نوآوری ترکیه در مجاورت فرودگاه بین المللی صبیحه گوکچن SAW استانبول به وسعت ۲۵۰ هکتار تأسیس شده و دارای ۶۲ هزار مترمربع فضای دفتری برای استقرار ۱۰۰ شرکت و ۵۰ استارت آپ است.

اپل ۳۵ میلیون دستگاه ایرپاد در آمریکا به فروش رسانده است

نشان می دهد که تنها ۶ درصد کاربران محصولات بیتس الکترونیکس از زیرشاخه های اپل را ترجیح می دهند و در نتیجه بیتس الکترونیکس در جایگاه پنجم رتبه بندی قرار می گیرد. همان طور که نمودارهای تهیه شده توسط



کانتروپونت مشاهده می شود، ۱۷ درصد کاربران محصولات شنیداری سونی را ترجیح می دهند، ۱۶ درصد کاربران محصولات سامسونگ و در نهایت ۱۰ درصد محصولات بوز را ترجیح می دهند. کاربرانی که در نظر سنجی ایرپاد اپل را بهترین هدفون معرفی کرده اند، مولفه هایی همچون راحتی و تناسب ایرپاد اپل در کنار سهولت استفاده را جزو مهم ترین فاکتورها و دلایل انتخاب شان اعلام کرده بودند. جالب است بدانید که مولفه کیفیت صدا کمتر مورد توجه این کاربران قرار داشت و تنها ۴۱ درصد به آن اشاره کرده بودند. در بررسی انجام شده توسط کانتروپونت، ۷۲ درصد کاربران به کیفیت صدای هدفون های بوز اشاره کرده بودند. البته اپل، آمار فروش ایرپاد های خود را منتشر نکرده است، اما نتایج بررسی کانتروپونت نشان می دهد که ۵۶ درصد کاربران به سهولت استفاده از هدفون های اپل اشاره کرده اند.

کانتروپونت برآورد کرده که اپل طی سال ۲۰۱۸ میلادی بیش از ۳۵ میلیون دستگاه ایرپاد به فروش رسانده است. براساس گزارش مؤسسه تحقیقاتی کانتروپونت، اپل در سال ۲۰۱۸ میلادی موفق شد در حدود ۳۵

میلیون دستگاه ایرپاد به فروش برساند. این مؤسسه تحقیقاتی همچنین در یک نظرسنجی که ۲۰۰ نفر در آن شرکت کرده اند، ایرپاد اپل را به عنوان محبوب ترین محصول شنیداری لقب داده است. مؤسسه کانتروپونت اعلام کرد از بین ۲۰۰ کاربری که در نظرسنجی و بررسی آنلاین این مؤسسه شرکت کرده اند، در حدود ۱۹ درصد آنها اپل را ترجیح می دهند. براساس تعریف کانتروپونت، محصولات شنیداری همچون هدفون های بی سیم تنها به مواردی اطلاق می شود که از قابلیت پخش موسیقی برخوردار باشند، حال آنکه محصولات دیگری نظیر Beagi Pro از ویژگی هایی نظیر دستیار صوتی

هوشمند پشتیبانی می کنند. بنظر می رسد که ایرپاد های نسل بعدی اپل با دستیار صوتی مبتنی بر هوش مصنوعی و ردیابی سلامت می توانند قابلیت های جدیدی در اختیار کاربران قرار دهند. رتبه بندی مؤسسه تحقیقاتی کانتروپونت

با این ۶ مورد به آسانی از اصول برندسازی پیروی کنید



۶ پرسش متداول در روابط عمومی دیجیتال

حتما شنیده‌اید که می‌گویند فلائی بازی زیرپوستی دارد! روابط عمومی دیجیتال که یکی از ابزارهای بازاریابی دیجیتال و برندسازی به شمار می‌رود حکم همان بازیگری را دارد که با ظرافت و پیچیدگی خاص خودش بازی بسیار حرفه‌ای را اجرا می‌کند و در نهایت باعث می‌شود داستان برند شما شنیدنی‌تر از همیشه به گوش مخاطبان‌تان برسد.

مقالات متعددی در باب روابط عمومی دیجیتال وجود دارد اما برای اینکه مهارت بازیگری زیرپوستی آن را بهتر درک کنیم، در نوشتار ذیل به طور جامع شش پرسش متداولی که در روابط عمومی دیجیتال بسیار پرسیده می‌شود را با هم بررسی و مرور می‌کنیم، باشد که مفید واقع شود!

۱- روابط عمومی دیجیتال چیست؟
برندها برای اینکه اخبار مرتبط با کسب و کار خود را به طور غیرمستقیم به گوش مخاطبان خود برسانند از ابزارهای روابط عمومی دیجیتال استفاده می‌کنند.

روابط عمومی دیجیتال مانند روابط عمومی سنتی به ایجاد و حفظ ارتباط بین سازمان و مخاطبان و ذی‌نفعان می‌پردازد.

روابط عمومی دیجیتال ترکیبی از روابط عمومی سنتی با بازاریابی محتوا، رسانه‌های اجتماعی و موتورهای جستجو است.

یکی از تاکتیک‌هایی که برندها برای بهبود ارتباط با مخاطبان و ذی‌نفعان استفاده می‌کنند این است که صدای برند خودشان را از طریق وبلاگ‌نویسان و روزنامه‌نگاران آنلاین، به گوش مخاطبان‌شان می‌رسانند.

۲- آفایده روابط عمومی دیجیتال چه خواهد بود؟

امروزه افزایش ابزارهای دیجیتال منجر به افزایش حضور مردم در فضای دیجیتال و استفاده از این ابزارها شده است، بهره‌گیری از روابط عمومی دیجیتال که به عنوان یکی از این ابزارها شناخته می‌شود، می‌تواند فوایدی همچون:

- افزایش میزان دیده شدن و محبوبیت برند
- حضور در نتایج بالای موتورهای جستجو (سئو بهتر)
- افزایش میزان ترافیک سایت
- ایجاد اعتماد و اعتبار برند نزد کاربران
- افزایش نرخ تبدیل کاربران
- منجر به بازگشت سرمایه
- سرعت بالای انتقال صدای برند به مخاطب
- محدودیت زمانی و مکانی در رساندن صدای برند یا پیام ندارد.

۳- ویژگی‌های یک روابط عمومی خوب چیست؟

- باعث می‌شود تا از سایت‌های دیگر لینک‌های ورودی به سمت وبسایت خودمان بگیریم
- مخاطب را به همان چیزی که نیاز دارد هدایت می‌کند
- غیرمستقیم پیام برندتان را به مخاطب برساند
- در زمان تدوین استراتژی دیجیتال، روابط عمومی دیجیتال فکر همه چیز را کرده است که مخاطب به چه چیزهایی نیاز دارد
- ارتباطی دوسویه بین برند و مردم برقرار کند
- پاسخگوی تک تک مخاطبان باشد

دسترسی راحت‌تر و بیشتر مخاطبان به اطلاعات محصولات و خدمات مورد نیاز خود را فراهم آورد

• اطلاعات در تمامی روزها و ساعات در دسترس مخاطبان قرار گیرد

۴- معیارهای سنجش یک روابط عمومی دیجیتال موفق چیست؟

اثربخشی روابط عمومی دیجیتال را می‌توان از طریق راه‌های زیر سنجید

- گوگل آنالیز و بررسی میزان بازدید روزانه سایت
- اندازه‌گیری میزان ترافیک ایجادشده از روابط عمومی دیجیتال
- بررسی، تجزیه و تحلیل میزان اثربخشی کلمات کلیدی صفحه فرود
- تعداد دفعاتی که برند در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود
- میزان صحبت‌ها و نظرانی که در مورد برند ما در شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود

۵- ابزارهای روابط عمومی دیجیتال چیست؟

- ایمیل مارکتینگ
- شبکه‌های اجتماعی
- وبسایت شرکت
- وبسایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط با موضوع فعالیت کسب و کار
- رسانه‌های خبری آنلاین
- انواع محتوا در قالب: پادکست (فایل صوتی)، ویدئو، مقاله، اینفوگرافیک، اسلاید، کتاب الکترونیکی و ...
- ویبنار
- ...



۶- اقداماتی که برای انجام روابط عمومی دیجیتال می‌بایست انجام داد؟

- انتخاب ذی‌نفعان و مخاطبان هدف
- دسته‌بندی آنها و کشف نیازهای آنها
- انتخاب رسانه‌های مورد علاقه هر بخش از مخاطبان
- تولید محتوای متناسب با نیاز هر بخش از مخاطبان
- انتشار محتوای تولیدشده و حضور قدرتمند برند در رسانه‌های مورد نظر مخاطبان
- تحلیل و آنالیز میزان اثربخشی استراتژی روابط عمومی دیجیتال
- جان کلام به زبون خودمونی:
- اگر سناریوی خوبی واسه روابط عمومی دیجیتال بنویسیم و در کنارش بازیگر خوبی هم واسه نقش روابط عمومی دیجیتال به کار بگیریم، باور کنید که مخاطب خودش با اشتیاق میاد میشینه و داستان برند شما تمام قد میشنوه و لذت میبره.

منبع: daartagency

کرده است که محصولات آنها متفاوت از سایرین است. شعار ایل در سال‌های ۱۹۹۷ الی ۲۰۰۲ را به یاد دارید؟ «متفاوت فکر کن» این شعار همچنان پابرجاست.

۵- برای برندتان یک لوگو و شعار طراحی کنید
زمانی که بحث اصول برندسازی پیش می‌آید، پیش از هر چیزی جنبه بصری برند مطرح می‌شود. به احتمال زیاد در این مرحله به کمک خارجی نیاز خواهید داشت. هیچ‌انگیزترین بخش فرآیند برندسازی این است که یک لوگو و شعار برای برندتان ایجاد کنید.

لوگو بر روی هر چیزی که مربوط به برندتان باشد نمایش داده می‌شود. لوگوی شما تبدیل به هویت برندتان می‌شود و افراد، شما را با آن خواهند شناخت. پس وقت و هزینه کافی را صرف ایجاد یک لوگوی مناسب برای برندتان بکنید. برای این کار می‌توانید یک طراح حرفه‌ای استخدام کنید که در این زمینه تجربه داشته باشد و به شما کمک کند تا برندتان را در میان سایر برندها برجسته کنید.

همچنین یک طراح می‌تواند چارچوبی برای برند طراحی کند که در مصارف آینده لوگو و پالت رنگ مفید واقع شود. یک چارچوب خوب شامل موارد زیر است:

- سایز لوگو و موقعیت آن
- پالت رنگ
- نوع و سایز فونت
- آیکون
- سبک تصاویر
- عناصر وب

۶- برندتان را در تمام جنبه‌های کسب و کارتان ادغام کنید

فرآیند برندسازی هرگز تمام نمی‌شود. برند شما باید در هر چیزی که مشتری‌تان می‌بیند، می‌خواند و می‌شنود نشان داده شود. اگر یک مشتری وارد شرکت شما می‌شود یا یک خریدار وارد فروشگاه‌تان، تصویر برندتان باید هم در محیط و هم در تعاملات شخصی نشان داده شود. از کارت‌ویزیت گرفته تا تبلیغات و بسته‌بندی محصولات، هر چیزی که ممکن است باید شامل لوگوی شما باشند. اطمینان حاصل کنید که برندتان در تمام پلتفرم‌های دیجیتال به یک شکل ظاهر می‌شود. از چارچوب برندتان استفاده کنید تا عناصر موجود در طراحی در تمام پلتفرم‌ها مشابه و یکدست باشند.

ضمناً ویدئو را فراموش نکنید. یوتیوب، فیس‌بوک ویدئو و فیس‌بوک لایو، اسنپ‌چت و استوری‌های اینستاگرام همگی پلتفرم‌هایی هستند که باید در آنها محتوایی با صدا و شخصیت مخصوص برندتان قرار دهید.

تجربه‌گیری
ساخت برند یکی از بزرگ‌ترین کارهایی است که می‌توانید برای کسب و کارتان انجام دهید. با پیروی از اصول برندسازی می‌توانید کسب و کارتان را از یک شرکت‌کننده کوچک به یک رقیب موفق تبدیل کنید. همچنین خواهید دید که مشتریان‌تان اعتماد بیشتری نسبت به شما پیدا خواهند کرد و احتمال بیشتری وجود دارد که محصولات‌تان را خریداری کنند. یک پیام ثابت و هویت بصری ایجاد کنید که مأموریت‌تان را تقویت کند. برندتان را در تمامی مسائلی که ممکن است یک مشتری با آنها سر و کار داشته باشد ادغام کنید. از درب ورودی فروشگاه‌تان گرفته تا وبسایت و حتی برخورد‌های شخصی کارکنان با مصرف‌کنندگان.

در انتها شما را با یکی از سخنان مورد علاقه‌تان می‌گذاریم. مدیرعامل سابق نایکی و استارباکس می‌گوید: «یک برند داستانی است که مدام در حال تعریف شدن است.»

بروید و یک برند خوب بسازید و داستان خودتان را تعریف کنید!
منبع: freshsparks

انتخاب مأموریت باید بیانی واضح از چیزی که شرکت شما بیشتر از هر چیزی به آن اهمیت می‌دهد، تهیه کنید. پیش از آنکه بتوانید برندی بسازید که جامعه مخاطب‌تان به آن اعتماد داشته باشد، باید بدانید که کسب و کارتان چه ارزش‌هایی فراهم می‌کند. بیانیه مأموریت، هدف وجود برندتان را شرح می‌دهد. هر چیز مرتبط با برندتان از قبیل شعار، صدا، پیام، شخصیت و لوگو باید این مأموریت را انعکاس دهد.

نمونه‌ای از اصول برندسازی: نایکی
همه ما با شعار معروف نایکی آشنا هستیم: «فقط انجامش بده» اما آیا بیانیه مأموریت آنها را می‌دانید؟ مأموریت نایکی عبارت است از: «برای ایجاد انگیزه و ابتکار در هر ورزشکاری در دنیا.»

نایکی حتی از این هم فراتر می‌رود و در پانویشت بیانیه‌اش می‌گوید: «اگر یک گام به عقب بردارید، شما یک ورزشکار هستید.» به این فکر کنید که با چنین جمله ساده‌ای جامعه هدف آنها تا چه میزان گسترش می‌یابد.

برای ساختن یک برند موفق با گام‌های کوچک شروع کنید و به خاطر داشته باشید که قبل از هر کاری بر روی مخاطبین به‌خصوص خودتان تمرکز کنید. با گذر زمان وفاداری مشتریان به برندتان بیش از آنچه که تصورش را بکنید افزایش خواهد یافت.

یک گام به عقب بردارید، مطمئن شوید که مرحله اول از اصول برندسازی را به درستی انجام داده‌اید و مصرف‌کنندگان خود را می‌شناسید. این مورد یکی از مهم‌ترین اصول برندسازی است.

۳- در مورد برندهای موجود در صنعت به خصوص خود تحقیق کنید

نباید به هیچ وجه از کاری که برندهای بزرگ در صنعت شما انجام می‌دهند الگوبرداری کنید، اما باید بدانید که چه کاری را به خوبی انجام می‌دهند و در چه چیزی شکست خورده‌اند.

هدف کار این است که خودتان را از سایر رقبای متمایز کنید و بتوانید یک مشتری را راضی کنید که به جای آنها از شما خرید کند. همواره به دنبال این موضوع هستیم که چه چیزی باعث می‌شود برتری یک برند به چشم بیاید. رعایت این مورد از اصول برندسازی را فراموش نکنید. درباره رقبای اصلی و برندهای شاخص تحقیق کنید. بفهمید که چگونه و به چه صورت نام برندشان را مطرح کردند. برای اینکه نام یک برند مؤثر واقع شود، باید به آسانی قابل حفظ کردن باشد و مصرف‌کنندگان بتوانند آن را شناسایی کنند.

۴- بر ویژگی‌ها و مزایای اصلی برندتان تأکید کنید

همواره برندهایی وجود خواهد داشت که بودجه بیشتری از شما داشته باشند. محصولات، خدمات و مزایای برندتان فقط متعلق به شماست. باید به صورت عمیق جست‌وجو کنید و بفهمید که برندتان چه چیزی ارائه می‌دهد که سایر برندها در اختیار ندارند. بر ویژگی‌ها و مزایایی که برندتان را منحصربه‌فرد می‌سازند تمرکز کنید. با این فرض که اکنون جامعه هدف خود را می‌شناسید (گام اول)، باید بتوانید آنها را قانع کنید که برندتان را به جای برند دیگری انتخاب کنند. باید این را هم ذکر کرد که نباید مانند یک لیست خرید فقط ویژگی‌هایی که محصولات یا خدمات شما به مشتری ارائه می‌دهند را نام ببرید. به این فکر کنید که چگونه با محصولات‌تان باعث بهبود زندگی مصرف‌کنندگان می‌شوید.

نمونه‌ای از اصول برندسازی: ایل
واضح است که ایل مانند هیچ شرکت دیگری نیست. یکی از ویژگی‌های مهم آنها طراحی تمیز و راحتی استفاده است. با بسته‌بندی منحصربه‌فرد و رویدادهای معرفی محصولات‌شان، ایل همواره به مصرف‌کنندگان یادآوری

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

اشتباه نکنید، یک برند شناخته‌شده و محبوب بزرگ‌ترین دارایی یک شرکت است. براساس پژوهش صورت گرفته توسط Nielsen Survey، ۵۹ درصد مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند که از محصولات برندهایی که می‌شناسند استفاده کنند.

به عنوان یک کسب و کار کوچک، شما با برندهایی بزرگ با بودجه‌های بازاریابی نامحدود و مشسترانی وفادار رقابت می‌کنید. به همین دلیل باید راهی پیدا کنید که بتوانید خودتان را از آنها متمایز کنید و از اصول برندسازی خودتان پیروی کنید.

اما اصول برندسازی شامل چه چیزهایی می‌شود؟ برندسازی تنها شامل یک لوگوی جذاب و تبلیغات مناسب نیست. همیشه نیاز به تلاش بیشتر دارید. بگذارید پیش از پرداختن به جزئیات اصول برندسازی کمی با این مفهوم آشنا شویم.

چه چیزی در مورد برند می‌دانیم؟

تعریف ساده برند عبارت است از برداشت کلی مشتری از کسب و کار. یک برند موفق باید در جنبه‌های مختلف ارتباطات باثبات باشد و در زمینه‌های چاپ، بسته‌بندی، رسانه‌های اجتماعی، فروش، خدمات مشتری و بسیاری دیگر تجربه داشته باشد. برندسازی یک شبه یا حتی چند ماهه رخ نمی‌دهد.

ساخت یک برند فرآیندی بلندمدت است، اما با تلاش‌های پیوسته می‌تواند به ایجاد رابطه‌ای بادوام میان شما و مشتریان‌تان منجر شود. این امر نیز باعث افزایش فروش، پروژه‌های شرکتی و تبلیغات برندتان خواهد شد.

در ادامه به بررسی اصول برندسازی پرداخته‌ایم که باعث می‌شوند شرکت یا برندتان مشتریان بیشتری جذب کند. برای اینکه بدانید از کجا و چگونه باید شروع کنید، با ما همراه باشید.

۱- مخاطب برندتان را مشخص کنید

پایه و اساس اصول برندسازی این است که جمعیت هدف خود را پیدا کنید و بر روی آن متمرکز شوید. به خاطر داشته باشید که نمی‌توان همه را راضی کرد. در زمان ساخت یک برند، به این توجه کنید که مخاطبان‌تان چه کسانی هستند. در این صورت مأموریت و پیام‌تان را طوری تنظیم می‌کنید که نیازهای آنها را برطرف کند.

رزم این کار در این است که دقیق باشید. جزئیات رفتاری و سبک زندگی مصرف‌کنندگان‌تان را بررسی کنید. برای نمونه به این مثال‌ها توجه کنید:

- مادران مجردی که در منزل کار می‌کنند.
- دانشجویانی که خارج از کشور مشغول به تحصیل هستند.
- افرادی که محصولات تکنولوژی را زودتر از سایرین خریداری می‌کنند.
- تصویری از مصرف‌کنندگان خود به‌دست بیابارید، سپس برای برندتان هویتی ایجاد کنید که آنها بتوانند با آن ارتباط برقرار کنند. در ادامه کار خواهید دید که یکی از نکاتی که هنگام برندسازی به شما کمک می‌کند این است که جامعه هدف‌تان را اختصاصی‌تر کنید. شناسایی مخاطب محصولات و سرویس‌های‌تان بر تمام جنبه‌های اصول برندسازی تأثیر می‌گذارد. می‌خواهید که فرد مناسبی از محصولات‌تان استفاده کند، بر روی تبلیغات‌تان کلیک کند، وارد لیست ایمیل شما بشود و الی آخر.
- تعیین جامعه هدف مناسب به استراتژی بازاریابی برند هم کمک می‌کند، پس به عنوان گام اول نقش بسیار مهمی دارد.

۲- برای برندتان یک مأموریت انتخاب کنید

آیا تا به حال به مأموریت خود فکر کرده‌اید؟ به طور خلاصه، برای

ایستگاه بازاریابی

نشانه‌های ریزش مشتری چیست و چگونه می‌توان از آن جلوگیری کرد

نرخ ریزش مشتری در کسب‌وکارهای SaaS یا نرم‌افزار به‌عنوان خدمات بسیار حیاتی است و باید با تعیین معیارهای مناسب، مدام تحت بررسی قرار بگیرد. پیدا کردن مشتری و فروختن محصول به آنها کار راحتی نیست و از دست دادن هر یک از آنها ضربه بزرگی به کسب‌وکار وارد خواهد کرد. مخصوصاً در شرکت‌های نرم‌افزار به‌عنوان خدمات (SaaS) نرخ ریزش مشتری یا Churn تهدید بزرگی برای آنها خواهد بود، به‌طوری‌که تفاوت بین مثبت و منفی بودن نرخ ریزش مشتری تفاوت بین موفقیت‌آمیز بودن یا نبودن کسب‌وکار را مشخص خواهد کرد. نرخ ریزش یا رویگردانی مشتری، درصد مشتریانی است که طی یک دوره معین از دست رفته‌اند. نرخ ریزش مشتری برای تمام کسب‌وکارها مخصوصاً کسب‌وکارهای SaaS بسیار مهم است به همین دلیل بهتر است صفر یا حتی منفی باشد. در مدل کسب‌وکار SaaS نرم‌افزار به‌صورت یک سرویس یا خدمت به کاربر عرضه می‌شود. در این مدل کاربران بسته به میزان استفاده خود از محصول هزینه پرداخت می‌کنند. ضرب‌المثل «پیشگیری بهتر از درمان است» در تمام ابعاد زندگی از جمله پیش‌بینی ریزش مشتری کاربرد دارد و بهتر است پیش از دیر شدن یا شاخص‌های مناسب سنجیده شود.

به علامت اولیه توجه کنید

نرخ ریزش مشتری معمولاً هنگام تمدید قرارداد قابل اندازه‌گیری است اما نشانه‌های آن از چند ماه قبل و در ۹۰ روز اول رابطه با مشتری قابل تشخیص است. سه موردی که باید همیشه در نظر داشته باشید، عبارتند از:

نحوه آشنایی با محصول: زمانی‌که صحبت از نرخ ریزش مشتری به میان می‌آید، ۹۰ روز اول بعد از خریداری محصول بسیار حیاتی هستند. رفتار مشتری و نحوه استفاده از محصول باید در این مدت به‌طور دقیق بررسی شوند. تعداد مجوزهای فروخته‌شده و همچنین افرادی که از محصول استفاده می‌کنند را تحت نظر داشته باشید. هر تفاوتی میان این دو عدد نشان‌دهنده مشکل بزرگی است. همچنین وظایف مشخصی را برای بهره‌گیری کاربران از محصول تعریف کنید، انجام نشدن وظایف نشانه خوبی نیست.

تعامل هر کاربر با محصول: علاوه‌بر بررسی نحوه آشنایی کاربر با محصول در ۹۰ روز نخست، به نحوه استفاده از محصول نیز دقت کنید. آیا کاربران به‌طور مرتب از محصول استفاده می‌کنند؟ آیا ویژگی‌های جدید و پیشرفته آن را با گذشت زمان پیدا می‌کنند؟ ماهیت تیکت‌هایی که برای پشتیبانی استفاده می‌کنند چیست؟ سوالات آنها مربوط به ویژگی‌های ابتدایی است یا ویژگی‌های پیشرفته محصول؟ آیا بعد از استفاده از ویژگی خاصی تعداد کاربران کاهش پیدا کرده است؟

وسعت استفاده از محصول در سازمان مشتری: یکی دیگر از مواردی که بعد از فروش محصول باید در نظر گرفته شود، ردپای استفاده از آن است. البته این موضوع به ماهیت نرم‌افزار بستگی دارد اما به‌طور کلی اگر می‌بینید تنها گروه مشخصی از کاربران با محصول تعامل می‌کنند، مخصوصاً زمانی‌که محصول برای همه کارمندان خریداری شده باشد نشانه خوبی نیست. همچنین اگر عمق استفاده کاربران از محصول زیاد نباشد یعنی جای نگرانی وجود دارد.

دلایل ریزش مشتری را پیدا کرده و از آنها جلوگیری کنید

چگونه می‌توان از بروز چنین اتفاقاتی جلوگیری کرد؟ زمانی‌که متوجه چنین واکنشی از سوی مشتری شدید، باید چه کاری انجام دهید؟ راه‌های جلوگیری از ریزش مشتری عبارتند از:

ارزش‌ها را به‌طور واضح تعریف کنید: اینکه مشتری چگونه ارزش‌های کسب‌وکار شما را تعریف می‌کند و اینکه انجام چه کارهایی باعث تولید این ارزش‌ها می‌شود را مشخص کنید. برای تعیین ارزش‌ها می‌توانید از نحوه رفتار بهترین مشتری‌های خود و تشویق سایر مشتری‌ها به انجام آن استفاده کنید.

زمان ارزیابی را کاهش دهید: هنگام ارزیابی نحوه یادگیری مشتری‌های جدید خیلی مهم است که گزینه زمان را در نظر بگیرید. تعیین زمان مناسب برابر است با سرمایه‌گذاری علاقه‌در تجربه کاربری، ایمیل‌های آموزشی، راهنمایی‌های داخلی برنامه‌ای و آموزش مشتری‌ها. برای انجام این کار از تیم فنی و بازاریابی کمک بگیرید و بهترین زمان برای فرآیند یادگیری مشتری را مشخص کنید.

تهیه آموزش شخصی‌سازي‌شده: برای آموزش نحوه استفاده از محصول، نباید بیش از اندازه روی محصول تمرکز کرد بلکه باید هدف آن یعنی کمک به مشتری را در نظر گرفت. با سفرهای کردن مسیر یادگیری هر شخص باتوجه به سمت و دانشی که دارد، می‌توان نرخ ریزش مشتری را کاهش داد.

آموزش مشتری را به‌طور مرتب ادامه دهید: اگرچه ۹۰ روز اول استفاده از یک محصول بسیار مهم و حیاتی است اما تجربه کاربری بعد از گذشت یک سال به‌دلیل استخدام نیروی جدید یا تغییر سمت کارمندان به‌طور کامل تغییر می‌کند، بنابراین بهترین کار این است که مشتری‌ها را به‌طور پیوسته آموزش دهید. به‌عنوان مثال هر موقع کاربر جدیدی به سیستم اضافه شد آموزش استفاده از محصول را به‌طور خودکار برای او ارسال کنید. تنها یک منبع قابل اطمینان داشته باشید: هنگام ارزیابی حساب کاربری مشتری، برای هر موردی که مهم به نظر می‌رسد امتیاز در نظر بگیرید. به‌عنوان مثال برای میزان استفاده از محصول، پذیرش آموزش از سوی مشتری، حجم تیکت‌های ارسال‌شده و وفاداری مشتری امتیاز تعیین کنید. سپس پیش از فروش محصول، افرادی که قصد استفاده از آن در یک سازمان را دارند مشخص کنید و داده‌های جمع‌آوری‌شده از اندازه‌گیری این معیارها را بسنجید.

دلایل ریزش مشتری را مشخص کنید: ریزش مشتری برای هر کسب‌وکاری اتفاق می‌افتد و اجتناب‌ناپذیر است. مهم‌ترین کاری که بعد از ترک هر مشتری باید انجام دهید این است که دلیل آن را مشخص کنید. برای این کار شرایط را با دقت تحلیل کنید و از داده‌های جمع‌آوری‌شده برای رشد سازمان خود به‌عنوان یک شرکت مشتری‌محور استفاده کنید. پیدا کردن دلایل ریزش مشتری و اصلاح کردن آن بهترین راه جلوگیری از این اتفاق در آینده است.

نرخ ریزش مشتری منفی، ایده‌آل است

نرخ ریزش مشتری یک بازی بدون برد و باخت نیست. مهم‌ترین کار این است که جلوی آن را در همان مراحل ابتدایی عرضه محصول بگیرید. با تعیین معیارهای مناسب و نظرسنجی از همه اعضای تیم می‌توان نرخ ریزش مشتری برای یک کسب‌وکار نرم‌افزار به‌عنوان خدمات را به نرخ ایده‌آل یعنی منفی رساند.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

۶ توصیه برای نگارش متن ویدئوی بازاریابی تاثیر گذار



چگونه ویدئوی بازاریابی و تبلیغاتی موفق خلق کنیم؟

خواهد افتاد.

بدون تردید تلاش برای جلب نظر مخاطب‌هایی با شرایط اجتماعی، اقتصادی و سنی متفاوت بسیار سخت است. به همین دلیل تلاش برای کسب شناخت مناسب از آنها اهمیت می‌یابد. به این ترتیب برند ما موفقیت هرچه بهتری در زمینه تعامل با مشتریان خواهد داشت. بی‌شک این شناخت مناسب خود را به بهترین وجه در متن ویدئوی بازاریابی برندمان نشان خواهد داد.

۳. هرچه کوتاه‌تر بهتر

وقتی که ما توصیه‌ای سبایت متن ویدئوی ۳۰ تا ۶۰ ثانیه‌ای است. پرسش اصلی بسیاری از برندها و بازاریاب‌ها در این میان چگونگی انتقال محتوای جذاب و ترغیب مشتریان نسبت به خرید از محصول مورد نظر در چنین زمان کوتاهی است. ایده اصلی این بخش بسیار ساده است: ویدئوی خود را کوتاه و در عین حال ساده تولید کنید.

براساس نظرخواهی سایت مدیوم از کارشناس‌های حوزه تبلیغات و بازاریابی، اغلب آنها زمان ۳۰ الی ۶۰ ثانیه‌ای را برای انتقال پیامی تاثیرگذار به مخاطب و در عین حال پیشگیری از کسل‌کنندگی بیش از حد ویدئوها مناسب دانستند. به راستی در مدت زمانی به این بخش بر روی چه نکاتی باید تاکید داشت؟ همانطور که در بخش‌های قبل اشاره شد، مهم‌ترین بخش برای شروع ویدئو تاکید بر روی پیشنهاد ویژه برندمان است. سپس باید به سراغ معرفی اجمالی محصول مان برویم. در این بخش مهم‌ترین تمرکز اصلی ما باید بر روی معرفی ویژگی‌های منحصر به فرد محصول‌مان در کنار تاکید بر روی نحوه تاثیرگذاری آن بر روی زندگی مشتریان باشد. بدون تردید هر محصولی در پی رفع یکی از مشکلات زندگی جاری مشتریان است. با این حال در برخی از موارد افراد توانایی درک و شناخت دقیق نحوه تاثیرگذاری برخی از محصولات را ندارند. وظیفه اصلی ما به هنگام طراحی متن ویدئوی تبلیغاتی برندمان توجه به چنین نکاتی است. اگر ویدئوی ما همین چند نکته‌مقدماتی را رعایت کند، به احتمال زیاد علاوه بر تاثیرگذاری مطلوب بر روی مخاطب مقدار قابل توجهی کامنت نیز در شبکه‌های اجتماعی دریافت خواهد کرد.

۴. اهمیت استفاده از لحن مناسب

یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر متن ویدئویی لحن آن است. از نقطه نظر کسب‌وکار، به عنوان بازاریاب یا مسئول یک برند باید لحن مناسب برای ویدئوی‌مان را پیدا کنیم. در اینجا باز هم باید بر روی اهمیت شناخت دقیق مخاطب هدف آگاهی‌مان تاکید کنیم. به این ترتیب لحن اصلی متن ویدئوی ما باید مناسب با نوع مخاطب هدف‌مان تعیین شود.

به عنوان مثال، انتخاب لحنی عادی و رسمی برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطب‌های میانسال بسیار مناسب است. در حقیقت این افراد علاقه چندانی به لحن‌های بیش از حد خودمانی ندارند. اگرچه ماجرا در مورد نسل جدید به‌طور کامل برعکس است. به عنوان یک بازاریاب و طراح تبلیغاتی باید هوشمندی زیادی در انتخاب‌های‌مان نشان دهیم. در غیر این صورت توانایی دوام در حوزه کسب‌وکار خود را نخواهیم داشت. رمز موفقیت اغلب بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغاتی موفق نیز همین نکته است. استفاده از لحن بسیار تخصصی فقط در دو حالت مناسب خواهد بود. نخست در مورد کسب‌وکارهای B2B که پای فروش محصولات به یک کسب‌وکار دیگر در میان است. دوم، فروش محصولات تخصصی به مشتریان حرفه‌ای. در مورد گزینه اخیر، حوزه محصولات پزشکی نمونه

به قلم: ایوان ویدجایا صاحب سایت noobpreneur.com کارشنای امور کسب‌وکار ترجمه: علی آل‌علی

براساس مطالعه تازه‌ای که از سوی گوگل (با گوگل فکر کنید) منتشر شده است، نزدیک به ۵۰درصد از کاربران فضای اینترنت به دنبال یافتن ویدئوهای مناسب و باکیفیت تبلیغاتی به منظور یافتن محصولات مورد نیازشان و خرید آنلاین هستند. در حقیقت، ۸۰درصد از کاربران اینترنت به تاثیرگذاری ویدئوهای تبلیغاتی بر روی انتخاب‌های آتی شان در خریدهای مختلف اذعان دارند.

هنگامی که برندها به سراغ تولید مشترک ویدئو می‌روند، خلق متن اصلی برای ویدئوی بازاریابی اهمیت بالایی پیدا می‌کند. دلیل اصلی توجه بیش از پیش کاربران به ویدئوهای تبلیغاتی امکان درک بهتر آنها در مقایسه با تبلیغات متنی است. به این ترتیب امروزه تبلیغات ویدئویی حرف اول را در بازاریابی می‌زند. در این مقاله هدف اصلی من بررسی شش راهکار برای نگارش متن بازاریابی تاثیرگذار است. در ادامه به بررسی هر کدام از این توصیه‌ها خواهیم پرداخت.

۱. شروع کار با پیشنهادها

درحالی که بازاریابی ویدئویی ممکن است فرآیند رو به رشدی را طی کند، به عنوان یک برند یا بازاریاب باید المان‌های بسیار متنوعی را به ویدئوی‌مان در راستای جلب نظر مخاطب اضافه کنیم. این فرآیند به‌طور کلی با تبلیغات متن محور متفاوت است. در تبلیغات متن محور ما فرصت زیادی برای بیان ویژگی‌های محصولات‌مان داریم. به همین دلیل هم بسیاری از تبلیغات متنی نسبتاً طولانی هستند (اگرچه نمونه‌های موفق آن همیشه کوتاه‌اند).

در بازاریابی ویدئویی، ایده اصلی برای شروع کار باید جلب نظر مخاطب به‌گونه‌ای حیرت‌انگیز باشد. به عبارت بهتر، شروع ویدئوی ما باید مخاطب را میخکوب کند. آیا بهترین ایده برای جلب نظر مخاطب در ویدئوی‌تان را دارید؟ اگر پاسخ‌تان منفی است، در اینجا به شما کمک خواهیم کرد. ارائه پیشنهاد تخفیف برندمان به مشتریان در همان ابتدای ویدئو یکی از بهترین راهکارها برای جلب نظر ابتدایی است. به این ترتیب مخاطب انگیزه دوچندانی برای مشاهده ویدئو برندمان تا پایان پیدا خواهد کرد. دلیل اینکه شیوه مذکور تعامل بیشتری از سوی مشتری به همراه دارد، معمولاً رتبه بهتری در سطح‌بندی ویدئوهای تبلیغاتی از آن خود می‌کند.

۲. شناخت درست مشتریان هدف برندمان

ویدئوهای تبلیغاتی حوزه پرخطری را شکل می‌دهند. دلیل اصلی آن تفاوت تاثیرگذاری متن ویدئوی‌مان بر روی افراد مختلف است. به این ترتیب حتی برترین تبلیغات تسمام دوران‌ها نیز بسر روی برخی از افراد تاثیر مورد نظر را ندارد. در این میان بهترین استراتژی برای ایجاد تاثیر حداکثری بر روی مخاطب برندمان شناخت بهینه‌شان است. بی‌تردید دوران تبلیغات توده‌ای (ساخت تبلیغات برای شمار بالایی از مخاطب‌ها) تمام شده است. به این ترتیب اکنون باید به دنبال یافتن مخاطب هدف برندمان در کمین خیل انبوه مشتریان باشیم.

به عنوان مثال، اگر محصول شما بیشتر مورد پسند جوانان است، باید حال و هوای کلی متن ویدئوی‌تان را حول محور المان‌های جذاب برای جوانان ساماندهی کنید. بدون تردید ویدئوی تبلیغاتی مخصوص جوانان با ویدئویی مشابه برای نسل میانسال تفاوت‌های فاحشی دارد. در صورت عدم توجه به این تفاوت‌ها موفقیت برندمان در جلب نظر مخاطب به خطر



۱۰ عادت مدیران دوست‌داشتنی

آیا می‌دانید مدیران دوست‌داشتنی چه عادت‌هایی دارند؟ شاید تاکنون یک رئیس قدرتمند و بانفوذ داشته‌اید و می‌دانید چقدر وجود آن برای موفقیت شرکت لازم است. در ادامه با ما همراه باشید تا به شما بگویم رئیس دوست‌داشتنی چه کسی است و چه عادت‌هایی را در خود نهادینه کرده است.

بنا بر گزارش موسسه گالوپ در سال ۲۰۱۵ میلادی، کارمندانی که عملکرد بهتری دارند توسط مدیران بهتری هدایت می‌شوند. در ادامه مقاله عادات رئیس‌های دوست‌داشتنی و موفق را بیان می‌کنیم:

مدیران موفق منظورشان را صریح بیان می‌کنند

جفری جی. فاکس (Jeffrey J. Fox)، مدیر شرکت مشاوره Fox & Company و نویسنده کتاب «چطور یک رئیس خارق‌العاده باشیم؟» می‌گوید: «مدیران موفق میزان توانایی کارمندان‌شان را می‌سنجند و روی اتفاقات پیرامون‌شان تمرکز دارند. آنها برای اینکه بتوانند توان کارمندان‌شان را ارزیابی کنند، با آنها گفت و گویی درباره شرکت را شروع می‌کنند.»

رئیس‌های خوب و دوست‌داشتنی حرف‌های دوپهلوی نمی‌زنند و همیشه منظور خود را واضح و صریح بیان می‌کنند.

فاکس می‌گوید: «اغلب کارمندان از حرف‌های دوپهلوی بدشان می‌آید. پس اگر واضح حرف نزنید مجبور می‌شوید انرژی زیادی صرف برطرف کردن شایعات کنید.»

مدیران موفق به کارمندان‌شان اعتماد دارند

فاکس می‌گوید: «مدیران خوب و دوست‌داشتنی همیشه کارمندان باهوش، صادق و توانمند را استخدام کرده و با آنها ارتباط مؤثری برقرار می‌کنند. آنها توجهی به تجربه ندارند و به کارمندان‌شان اجازه می‌دهند توانایی‌های خود را به نمایش بگذارند.»

اگر کارمندان خوبی استخدام کنید، نیازی به مدیریت تمام جزئیات نبوده و نگران درست انجام شدن کارها هم نخواهید بود.

فاکس خبر می‌دهد: «برخی مدیران همانند یک باغبان با مهارت هستند. آنها همیشه در باغ هستند و کارهای هرس، کود دادن، آبیاری، از بین بردن علف‌های هرز و دفع حشرات مزاحم را انجام می‌دهند.»

مدیران موفق در مسیر خود ثابت‌قدم هستند

به تازگی تحقیقی در موسسه آموزشی مدیریت چاپ شده که نشان می‌دهد ارتباط نادرست با کارمندان توانایی‌های مدیر را زیر سؤال می‌برد. برخی‌ها فکر میکنند اگر گاهی خوش رفتاری کنند بهتر از این است که همیشه بداخلاق و سختگیر باشند، اما مطالعات نشان می‌دهد کارمندانی که گاهی با آنها خوش رفتاری می‌شود نسبت به کسانی که در محل‌هایی کار می‌کنند که دائماً با آنها به خوبی یا بدی برخورد می‌شود، استرس روانی بیشتری دارند.

مدیران موفق ارزش کار کارمندان‌شان را می‌دانند

روبرت ای. ساتن (Robert I. Sutton)، استاد دانشگاه استنفورد و نویسنده کتاب «مدیر خوب، مدیر بد» در بخش «چگونه بهترین باشید و از بدترین‌ها بیاموزید» می‌گوید: «وقتی مدیر موفق خواهد بود که ارزش کار کارمندان‌تان را درک کنید.» او در ادامه می‌گوید: «این تصور که مدیر می‌تواند همه چیز را مدیریت کند، از اساس اشتباه است.»

باید تمام جزئیات کار کارمندان را در نظر بگیرید و چالش‌هایی که ممکن است با آن رو به رو شوید را بشناسید و آنها را مدیریت کنید.

مدیران موفق اجازه می‌دهند گاهی اشتباه کنید

فاکس معتقد است: «هر کسی مرتکب اشتباه می‌شود. وقتی کارمندان‌تان از حقیقت پت‌رسند، شرایط بدتر می‌شود.» اخیراً فاکس با کارفرمایی کار کرد که کارمندان‌شان از اشتباه‌ها همه داشتند و هیچ کاری انجام نمی‌دادند. او می‌گوید: «اگر کارمندان بدانند با یک اشتباه چیزی خراب نمی‌شود، سرگرم کار می‌شوند و در انجام کارها همکاری می‌کنند.»

مدیران موفق جایگاه خود را می‌دانند

ساتن می‌گوید: «مدیران خوب می‌دانند کار کردن برای‌شان چه مزایایی دارد. وقتی در سلسله مراتب کار می‌کنید، افراد بالادست می‌خواهند قدرت بیشتری داشته باشند و اگر آگاهی کافی نداشته باشید، فاجعه بزرگی به بار می‌آید.» مدیرانی که به این درک رسیده‌اند چه محیطی برای کارمندان‌شان فراهم کنند و نسبت به نقاط قوت و ضعف خود شناخت یابند بهتر می‌توانند بر استرس‌شان غلبه کنند و مشکلات محل کار را از سر بگذرانند.

مدیران موفق شرایط را سر و سامان می‌دهند

اگر رئیس مورد قبول بالادستی‌های خود باشد، می‌تواند از حقوق کارمندان خود دفاع کند و نظرات آنها را انتقال دهد.

مدیران موفق شما را ارزشمند می‌دانند

بیل سگریو (Bill Seagraves)، نویسنده کتاب «بهترین مدیر ممکن باشید»، در بخش «خودتان را از کارمند به کارفرما تبدیل کنید» می‌گوید: «مدیران موفق به این درک رسیده‌اند که شما برای خودتان زندگی‌ای دارید که برای‌تان ارزشمند است.»

باید به کارمندان‌تان اجازه دهید زمانی را صرف خانواده و کارهای شخصی‌شان کنند، پس باید زمانی را برای خود در نظر بگیرید. بیل سگریو می‌گوید اگر این کار را انجام ندهید، باعث ناراحتی کارمندان‌تان خواهید شد.

ساتن می‌گوید: «وقتی به کارمندان‌تان امکان دهید به زندگی شخصی‌شان رسیدگی کنند، به آنها نشان می‌دهید برای آنها و کارهای‌شان احترام قائلید.»

مدیران موفق به پیشرفت اهمیت می‌دهند

سیگریو می‌گوید: «مدیران دوست‌داشتنی و موفق به خوبی آموزش دیده‌اند، کارفرماهای خوبی داشته‌اند و معتقدند باید این امکانات را در اختیار کارمندان‌شان قرار دهند.» مدیران خوب از تمام مهارت‌هایی که فراگرفته‌اند استفاده می‌کنند تا کارمندان‌شان آموزش‌های لازم را ببینند و در تخصص خود پیشرفت کنند.

مدیران موفق هوای کارمندان‌شان را دارند

ساتن می‌گوید: «کارمندان به مدیرانی علاقه دارند که هوای‌شان را داشته باشند. پس آنها می‌توانند به شما اعتماد کنند پشتیبان‌شان باشید، با آنها صادق هستید و محیط امنی برای‌شان فراهم می‌کنید.»

منبع: Fastcompany/ucan

۹ نکته طلایی درباره تجارت الکترونیک برای کسب و کارهای کوچک



در وب‌مستر تولز گوگل و بینگ ثبت کنید. ایجاد یک سایت بدون در نظر گرفتن سئو مانند ساخت یک جاده بدون جهت است.

از گفت‌وگوی زنده بهره ببرید

گفت‌وگوی زنده به خریداران کمک می‌کند که سریع‌تر تصمیم خود را بگیرند. امروزه تجارت الکترونیک بسیار قدرتمند و در حال پیشرفت است، اما هیچ چیز نمی‌تواند جای خالی یک فروشنده را پر کند. باید کاری کنید که خریدار حس کند با یک فرد دیگر در ارتباط است و نه یک ماشین. گفت‌وگوی زنده به سایت‌تان ویژگی‌های انسانی اضافه می‌کند.

گفت‌وگوی زنده باعث می‌شود کاربر حس کند که در یک فروشگاه فیزیکی حضور دارد و یک کارمند به تمام سؤالاتش پاسخ می‌دهد. دکمه گفت‌وگوی آنلاین باید در هر زمانی در معرض دید قرار داشته باشد. برای اینکه از اهمیت گفت‌وگوی آنلاین مطمئن شوید، به این آمار توجه کنید. ۲۱ درصد خریداران آنلاین به خرید از سایتهی که گفت‌وگوی آنلاین دارد تمایل پیدا می‌کنند، ۴۶ درصد معتقدند که گفت‌وگوی آنلاین بهترین درگاه ارتباطی است و ۶۲ درصد کاربرانی که از این ابزار کمک گرفتند، احتمال دارد که دوباره از سایت خرید کنند.

با آنها صحبت کنید، نگذارید حس کنند که با یک روبات در ارتباط هستند

از جذاب بودن دکمه‌های خرید و ثبت‌نام مطمئن شوید

از فرم‌های ثبت‌نام طولانی و خسته‌کننده دوری کنید. در تجارت الکترونیک نیازی به آدرس، شماره تلفن یا شغل خریدار ندارید. تمام چیزی که برای ثبت‌نام می‌خواهید ایمیل و رمز عبور است. دکمه‌های ثبت‌نام و خرید را طوری طراحی کنید که به چشم بیایند. به اندازه، رنگ، فونت و موقعیت آنها توجه کنید. این دکمه‌ها باید واضح باشند و نباید در پس‌زمینه سایت غرق بشوند.

اطلاعات شما نزد ما امن است

تا زمانی که از امنیت اطلاعات شخصی و مدیریت محتوای مناسب برخوردار نباشید، نمی‌توانید سایت تجارت الکترونیک‌تان را کامل بدانید. باید به کاربران اطمینان دهید که سایت شما یک سایت معتبر است که با ویژگی‌های به‌خصوص از حریم شخصی آنها مراقبت می‌کند و می‌تواند با خیال راحت خرید خود را انجام بدهند.

با استفاده از تکنیک‌هایی مانند انتخاب یک پلتفرم امن، استفاده از SSL، پیگیری تمام سفارش‌ها، پذیرفتن سپرده‌های قوی و انجام آزمایش PCI، می‌توانید ریسک کلاهبرداری آنلاین را کاهش دهید.

جمع‌بندی

زمانی که مشتریان‌تان نمی‌توانند با شما ارتباطی فیزیکی داشته باشند و نمی‌توانند فروشگاه تجارت الکترونیک‌تان را از نزدیک ببینند و لمس کنند، تنها این امکان را دارند که از عملکرد سایت و ویژگی‌هایی که در اختیارشان است بهره ببرند. نکاتی که در بالا ذکر شد می‌تواند وب‌سایت‌تان را کاربردی‌تر کند و بهترین امکانات را به کاربران ارائه دهند تا ارتباط مطمئنی میان شما و مشتریان‌تان برقرار شود.

منبع: optimonk

از شبکه‌های اجتماعی کمک بگیرید

یکی از بدترین کارهایی که می‌توانید برای تجارت الکترونیک خود انجام دهید، دوری از شبکه‌های اجتماعی است. در واقع، شبکه‌های اجتماعی نقش قلب کسب و کارتان را دارند و به شما اجازه می‌دهند که نگاهی به زندگی مشتریان‌تان داشته باشید.

با حضور در این شبکه‌ها، از نیازها و خواسته‌های مشتریان باخبر می‌شوید و می‌فهمید که برای پیشرفت تجارت الکترونیک‌تان چه تصمیماتی باید گرفته شود.

یکی از برنامه‌هایی که برای بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی توصیه می‌شود، OrangeTwig است. این برنامه تصاویر محصولات‌تان را در قالب‌هایی آماده و حرفه‌ای قرار می‌دهد و آنها را به طور خودکار و با توجه به زمان بندی از پیش تعیین شده، در شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر، پینترست و تامبلر به نمایش می‌گذارد. همچنین به شما کمک می‌کند که بهترین هشتگ‌ها را برای پست خود انتخاب کنید تا بازدید بیشتری از آن صورت بگیرد.

اینستاگرام اخیراً در بیانیه‌ای اعلام کرد که یک تیم ۵۰ نفره در حال تلاش برای بهبود ویژگی‌های تجارت الکترونیک این برنامه است. اگر می‌خواهید از شبکه‌های اجتماعی بهره ببرید، زمانی بهتر از الان و شبکه‌های بهتر از اینستاگرام پیدا خواهید کرد!

این ۳ نکته را همواره به خاطر داشته باشید:

- به طور پیوسته پست بگذارید: ۳ تصویر در روز، استوری‌های روزانه و لایو هفتگی.
- برای فالوئرهای رقیبان خود کامنت بگذارید و لایک‌شان کنید.
- فالوئرهای رقیبان خود را فالو و آنفالو کنید.

از تصاویر بیشتری استفاده کنید

تصویر ۶۰ هزار برابر سریع‌تر از متن در ذهن انسان پردازش می‌شود. یکی از بهترین راه‌ها برای رساندن یک پیام به مشتری از طریق محتوای تصویری است، پس سعی کنید در سایت خود تصاویر بیشتری قرار دهید. تعجبی ندارد که احتمال ریتوییت شدن توییت‌های دارای تصویر، ۹۴ درصد بیشتر از توییت‌های متنی است. از تصاویری استفاده کنید که در ذهن کاربران باقی بماند، چرا که هر تصویر به اندازه هزار کلمه ارزشمند است.

سئو را فراموش نکنید

با رشد سریع تجارت الکترونیک، به مرور زمان کسب و کارهای بیشتری وارد این عرصه می‌شوند. حتی اگر به هزار نکته درباره سئو اشاره کنیم، باز هم برای ارتقای رتبه سایت‌تان در موتورهای جست‌وجو کافی نخواهد بود. در سال ۲۰۱۳، ۲/۲ تریلیون جست‌وجو در سایت گوگل انجام شد که از میان آن‌ها، ۹۰ درصد کاربران تنها بر روی ۳ گزینه اول نتایج کلیک کردند. اگر سایت شما جزو نتایج انتهایی جست‌وجو است، باید به ۱۰ درصد کاربر باقی‌مانده اکتفا کنید.

سعی کنید عناوین، توضیحات و URL سایت را بهینه کنید، محتوای تازه و مفیدی تولید کنید، زمان بارگذاری سایت را بهبود ببخشید و آن را

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

تجارت الکترونیک همواره در حال تغییر است. در شرایطی که دنیای دیجیتال و دستگاه‌های آن دائماً پیشرفت می‌کند و روز به روز کاربردی‌تر می‌شوند، یک فروشگاه اینترنتی باید بتواند پا به پای آن حرکت کند تا با تکنولوژی روز سازگار باشد و مشتریان خود را حفظ کند.

در این مطلب به بررسی ۹ نکته درباره تجارت الکترونیک می‌پردازیم که به شما کمک می‌کند تا فروشگاه آنلاین‌تان را به‌روز نگه دارید و کسب و کارتان را بهینه‌تر کنید. با ما همراه باشید:

در برخورد اول تأثیر مثبتی بگذارید

در نگاه اول، تنها نیم ثانیه طول می‌کشد که یک کاربر تصمیم بگیرد که از یک سایت خوشش آمده است یا نه و در صورتی که آن را نپسندد، به سختی می‌توان نظرش را تغییر داد. به همین دلیل باید سعی کنید که سایت شما تا حد امکان خلاقانه و جذاب باشد. برداشتن اول می‌تواند تا سال‌ها در ذهن افراد باقی بماند و باعث شود مشتریان وفاداری به‌دست بیاورید. سعی کنید بهترین طراحی ممکن را برای سایت‌تان انتخاب کنید. یک سایت خوب می‌تواند تجربه خوشایندی برای کاربران به وجود بیاورد و باعث بالا رفتن فروش‌تان بشود.

مشتری محور باشید

بزرگ‌ترین ایراد تجارت الکترونیک این است که خریداران نمی‌توانند محصولات مد نظرشان را از نزدیک ببینند و بررسی کنند. در حال حاضر راهی برای حل این مشکل وجود ندارد، اما می‌توانید این ایراد را با بهبود سایر بخش‌های کسب و کارتان جبران کنید. با ارائه قیمت‌های مناسب، امکان ارسال رایگان و آسان کردن فرآیند سفارش و پرداخت، می‌توانید کاربران را به سایت خود جذب کنید و مشتریانی دائمی به‌دست بیاورید. این موارد کمک می‌کنند که مشتری با سایت شما ارتباط آسان‌تری برقرار کند و به خرید محصولات‌تان تمایل پیدا کند.

همچنین اگر فرآیند ارسال کالا سازگار با محیط زیست باشد، به افزایش محبوبیت برندتان کمک می‌کند. خریداران علاقه دارند که از شرکت‌هایی که کارهای خوبی می‌کنند، حمایت کنند و مشتریان شما هم از این فرصت استقبال خواهند کرد.

مطمئن شوید که سایت شما در موبایل به درستی نشان داده می‌شود پژوهش جدیدی از سوی mobileinsurance.com نشان داده است که افراد به طور میانگین روزانه ۱۰۰ دقیقه با تلفن همراه‌شان کار می‌کنند. آیا وب‌سایت شما با مرورگرهای موبایل سازگاری دارد تا در این ۱۰۰ دقیقه به شما هم سر بزنند؟

اگر در تجارت الکترونیک خود به سازگاری با موبایل توجه نکنید، ممکن است تا پنج سال دیگر کسب و کارتان شکست بخورد. همواره سعی کنید که همراه مشتریان‌تان باشید. اگر آنها بر روی موبایل‌های‌شان هستند، شما هم باید آنجا و در کنار آنها حضور داشته باشید.

یک رخداد خوب برای ذوب آهن؛

سهامدار عمده، شرکت زغال سنگی خرید



اصفهان - قاسم اسد - با خرید سهام یکی از شرکت های زغال سنگی در منطقه پروده طیس دسترسی این شرکت به مواد اولیه آسانتر شد و زنجیره ماده اولیه تا تولید برای ذوب آهن تکمیل تر شد. شرکت های فولادی که منطبق با شیوه کوره بلند اقدام به تولید می کنند برای تولید خود نیاز به تامین زغال سنگ دارند. همواره یکی از دغدغه های ذوب آهن اصفهان در ایران نیز تامین زغال سنگ برای تولید است، اما خبرها حکایت از اقدام راهبردی شرکت سرمایه گذاری صدر تامین برای اصلاح زنجیره تامین در ذوب آهن دارد چرا که ذوب آهن سالبانه در حدود ۱ میلیون و ۶۵۰ هزار تن زغال سنگ مصرف می کند که به منظور اقدامات کیفی باید ۳۰ درصد از این میزان را از محل واردات و مابقی که در حدود ۱ میلیون ۱۵۵ هزار تن است را از بازار داخل تامین کند از این میزان ۱۸۰ هزار تن توسط شرکت البرز شرقی از توابع ذوب آهن تامین شده و مابقی نیز از طریق پروده طیس تامین می شود. احمد زمانی مدیر عامل این هلدینگ صنعتی و معدنی (صدرتامین) خبر از خرید ۲/۶۸ درصد از سهام شرکت فراوری زغال پروده طیس (یکی از شرکت های اصل ۴۴ که در اختیار صندوق کارکنان فولاد بوده است) داد و گفت: در حال حاضر ۵/۵۶ درصد از سهام ذوب آهن اصفهان متعلق به تامین اجتماعی است که به صورت وکالتی توسط هلدینگ صدر تامین اداره می شود.

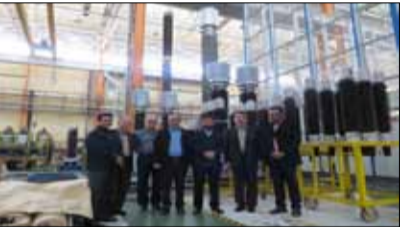
زنجیره تامین ذوب آهن با خرید یک واحد زغال تکمیل تر شد ...
وی گفت: ذوب آهن اصفهان اولین تولید کننده فولاد کشور و یکی از بزرگترین واحدهای تولید کشور است که پس از خصوصی سازی بخش هایی از زنجیره تامین این مجموعه به صورت جداگانه

کرده است و انتظار داریم با وجود زیرساخت های ایجاد شده در ذوب آهن هدف گذاری ۴ میلیون تن تولید را در آینده ای نزدیک محقق کند، این میزان تولید نیاز به ۶ میلیون تن ماده اولیه (سنگ آهن دانه بندی شده) و تامین زغال سنگ دارد که زیرساخت های آن یکی پس از دیگری در حال آماده شدن است. زغال سنگ پروده طیس سپس هم در حدود نیمی از مصرف داخلی ذوب را تامین می کند و این تغییرات طبعاً آثار مثبتی بر کاهش هزینه های این مجموعه خواهد داشت. زمانی گفت: خوشبختانه عمده شرکت هایی که در اختیار صدر تامین است حاشیه سود قابل قبولی از ۲۰ تا ۳۰ درصد را دارند و در تلاشیم تا سوددهی ذوب آهن را نیز افزایش دهیم که با توجه به سوده شدن ذوب آهن و پوشش هزینه های ثابت و ایجاد زیر ساخت های لازم افزایش تولید می تواند آثار مثبتی در سوددهی این مجموعه داشته باشد.

صدر تامین به بورس می آید با ارزش بازاری در حدود ۹ هزار میلیارد تومان، البته فارغ از ذوب آهن

مدیر عامل صدر تامین درباره بررسی شدن شرکت متبوعش گفت: همه سازوکارها برای ورود ما به بورس آماده شده است و مدارک و مستندات لازم به بورس ارائه شده و انتظار داریم به زودی پذیرش و درج نماد صدر تامین نهایی شود. وی گفت: ما به عنوان هلدینگ صنعتی و معدنی شستا هستیم و حداقل در شش سال گذشته همواره سودده بوده ایم، ۹۰ درصد دارایی های ما بورسی و شفاف است و پهنه های معدنی ارزشمندی را در اختیار داریم و انتظار داریم صدر تامین با ارزش بازاری بالغ بر حدود ۹۰۰۰ میلیارد تومان به زودی وارد بازار سرمایه شود.

بازدید استاندار و مدیر عامل برق منطقه ای خوزستان از روند آماده سازی پست های GIS



اهواز - شبنم قجاوند - استاندار خوزستان و مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان از شرکت نیرو ترانس و مراحل مونتاژ آماده سازی پست های GIS گانه ۱۲ گانه GIS بازدید کردند. در آبان ماه گذشته با حضور وزیر نیرو آیین کلنگ زنی آغاز عملیات اجرایی ۱۲ پست برق ۳۳/۱۳۲ کیلو ولت GIS این شرکت برگزار و عملیات تولید پست های ۱۲ گانه وارد فاز اجرایی شد. این پست ها متناسب با شرایط جوی و نامساعد خوزستان طراحی شده اند و سهم

با تلاش شبانه روزی همکاران امور آبفای پارس آباد عملیات اجرایی نصب آشغالگیر ایستگاه پمپاژ فاضلاب محله آزادگان به پایان رسید



اردبیل - خبرنگار فرصت امروز - دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان اردبیل در راستای بهره مندی ۱۲۰۰ خانوار شهرستان پارس آباد از شبکه فاضلاب اجرا شده در محله بیوک خانلو و محله زیر کشتار گاه و سالم سازی محیط زیست و افزایش میزان رضایتمندی مشتریان، عملیات اجرای ایستگاه پمپاژفاضلاب محله آزادگان(زیر کشتارگاه) توسط همکاران امور آب و فاضلاب پارس آباد به اتمام رسید. مهندس سیروس ملکی مدیر امور آب و فاضلاب پارس آباد با اعلام این خبر افزود: با توجه به ضرورت

ادامه بررسی بودجه سال ۹۸ در صحن علنی شورای شهر بندرعباس



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - معاون برنامه ریزی و توسعه منابع انسانی شهرداری بندرعباس با بیان اینکه بودجه سال آینده شهرداری تفاوت های قابل توجهی نسبت بودجه ۹۷ و سال های قبل دارد، گفت: افزایش ۴۲ درصدی بزرگترین تفاوت بودجه ۹۸ به نسبت سال ۹۷ است. جهانبخش میزان بودجه پیشنهادی شهرداری بندرعباس برای سال ۹۸ را ۸۴۰ میلیارد تومان اعلام و تصریح کرد: امیدواریم کار بررسی بودجه در صحن علنی به زودی پایان یافته و پس از اصلاح به تصویب شورای اسلامی شهر برسد. بر اساس این گزارش کار بررسی بودجه در صحن علنی با حضور حداکثری اعضای شورا معاونین، مدیر بودجه و کارشناسان تخصصی این حوزه در حال برگزاری است.

استاندار قم در دیدار رئیس سازمان تبلیغات اسلامی کشور؛

رفع دغدغه های فرهنگی نیاز به تعامل دارد



قم - خبرنگار فرصت امروز - استاندار قم در دیدار رئیس سازمان تبلیغات اسلامی کشور با تأکید بر لزوم تلاش برای رفع مشکلات و دغدغه های فرهنگی گفت: این مهم نیاز به تعامل و هم افزایی دارد. به گزارش روابط عمومی استانداری قم، دکتر بهرام سرمست استاندار قم در دیدار با حجت الاسلام والمسلمین قمی رئیس سازمان تبلیغات اسلامی کشور طی سخنانی با اشاره به اهمیت مسأله زیربنایی فرهنگ در جامعه تصریح کرد: غنای این حوزه در گرو مشارکت همه بخش ها است. وی نگاه نو و تحول گرا را لازمه تکامل و پویایی هر چه بیشتر حوزه فرهنگ دانست و خاطر نشان کرد: این نگاه تحولی باید در همه اجزاء و ارکان فرهنگی به ویژه در شیوه ها و ابزارهای تبلیغ لحاظ شود. استاندار قم همچنین با تأکید بر لزوم برنامه ریزی در جهت بهره مندی از همه ظرفیت های موجود برای ارتقای فعالیت های فرهنگی در جامعه به ویژه ظرفیت جوانان و هیئات مذهبی و تشکل های دینی گفت: کار مردمی باید به مردم واگذار شود و مردم محوری در این

تولید بیش از ۳۳ هزار گیگاوات ساعت برق در یازده ماه سپری شده در خوزستان

حدود ۴.۵۲ درصد کاهش داشته است، انرژی مصرفی نیز در یازده ماهه سال ۹۷ برابر ۳۴ هزار و ۶۴۴ گیگاوات ساعت بوده که نشان دهنده حدود ۲۸۶ درصد کاهش مصرف انرژی نسبت به مدت مشابه در سال قبل است. وی تأکید کرد: شرکت برق منطقه ای خوزستان تعهدیات لازم جهت تامین برق مطمئن و پایدار را برای کلیه مشترکین در تمامی فصول سال فراهم نموده اما به منظور افزایش قابلیت اطمینان شبکه و استفاده بهینه از انرژی الکتریکی ضرورت مدیریت مصرف برق امری لازم و ضروری است.

اهواز - شبنم قجاوند - مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: خوزستان در ۱۱ ماه سپری شده از سال ۹۷ برابر ۳۳ هزار و ۴۱۸ گیگاوات ساعت برق تولید کرده است. فرامرز شادافر بیان کرد: سهم نیروگاه های برق آبی از ابتدای سال تا پایان بهمن ماه برابر هشت هزار و ۳۳۳ گیگاوات ساعت (معادل ۲۵ درصد) و سهم نیروگاه های حرارتی و سیکل ترکیبی برابر ۲۵ هزار و ۸۵ گیگاوات ساعت (معادل ۷۵ درصد) کل انرژی تولیدی بوده است، وی ادامه داد: از این میزان



مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر خبر داد:

پرداخت کامل مطالبات سال ۹۶ بیمه سلامت بوشهر به بخش خصوصی



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر گفت: بر اساس تعهدات این سازمان و در راستای تداوم ارائه مطلوب خدمات سلامت، مطالبات سال ۹۶ داروخانه ها، بیمارستانها و مؤسسات تشخیصی درمانی طرف قرارداد در استان پرداخت شد. مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر با اعلام پرداخت کامل مطالبات بخش خصوصی در سال ۹۶ گفت: حدود مبلغ هشت میلیارد تومان از مطالبات بخش خصوصی مربوط به سال گذشته باقی مانده بود که پرداخت شد و بدهی سال ۹۶ در بخش خصوصی بطور کامل تسویه شد. دکتر پرویز رضایی درباره پرداخت مطالبات مؤسسات طرف قرارداد در استان بوشهر مربوط به سال ۹۷ نیز گفت: تا کنون بیش از ۸۱ میلیارد تومان نیز بابت خدمات سلامت در سالاری به مراکز تشخیصی درمانی استان پرداخت شده است که حدود ۳۰ میلیارد تومان از آن مربوط به خدمات سطح یک و پزشک خانواده در مراکز جامع خدمات سلامت در روستاها و شهرهای زیر ۲۰ هزار نفر بوده و مابقی مربوط به بیمارستانها، مطب و پزشکان، داروخانهها، آزمایشگاهها و مراکز تصویربرداری می باشد. دکتر رضایی ضمن قدردانی از زحمات پزشکان و کارکنان حوزه سلامت گفت خوشبختانه در استان مؤسسات تشخیصی درمانی همکاری و تعامل بسیاری خوبی با این سازمان و در راستای ارائه خدمات مطلوب به بیمه شدگان دارند. مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر همچنین با اذعان به اینکه سلامت یکی از نیازهای اساسی مردم است و دولتها و حاکمیت برای تأمین و ارتقاء سلامت مردم باید تدابیر لازم را اتخاذ نمایند گفت: این امیدواری وجود دارد که با رویکرد مثبت دولت در جهت حمایت از بیمه سلامت، انشاءالله نمایندگان محترم مجلس نیز در بودجه سال ۹۸ که در حال بررسی است، اعتبار لازم را برای سازمان بیمه سلامت تصویب نمایند تا ارائه خدمات سلامت به نحو مطلوب تری تداوم یابد و در نهایت شاهد ارتقاء وضعیت سلامت جامعه باشیم و موجبات رضایت مندی تمامی مردم عزیز فراهم آید.

مدیرکل اوقاف قم: توجه به جوانان اولویت اجرای طرح آرامش بهاری است



قم - خبرنگار فرصت امروز - مدیرکل اوقاف استان قم گفت: بر اساس فرمایشات رهبری، توجه به جوانان یکی از اولویت های طرح آرامش بهاری است. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت الاسلام والمسلمین اسکندری در نشست هم اندیشی اجرای طرح آرامش بهاری نوروز ۹۸ که در حرم مطهر امامزاده علی بن جعفر(ع) برگزار شد اظهار کرد: در جمعی که خدمت رهبر

معظم انقلاب رسیدیم، ایشان در مورد اهمیت کار فرهنگی، توجه به قشر جوان را به عنوان یکی از مهمترین مسائل مورد تأکید قرار دادند. وی افزود: در بین مخاطبانی که به غرفه های گوناگون خیمه های طرح آرامش بهاری مراجعه می کنند، افراد مختلفی با تحصیلات متفاوت حضور دارند که باید برای جذب همه آنها برنامه داشته باشیم. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم نظم و انضباط در انجام امور را یکی از مهمترین عوامل موفقیت هر کاری دانست و تصریح کرد: مبلغان روحانی حاضر در طرح آرامش بهاری باید با در نظر گرفتن این مهم و نیز اصول و مبانی جذب مخاطب، نهایت بهره برداری را از فرصت عید نوروز و حضور گسترده مردم در بقاع متبرکه داشته باشند. وی ادامه داد: حمایت از کالای ایرانی از کالای اولی است ولی این مسئله در همه سالها باید مورد توجه قرار بگیرد به همین دلیل تصمیم گرفته شده تمام جوایز طرح آرامش بهاری از محل تولیدات داخلی تامین شوند.

برگزیدگان پنجمین فستیوال کشوری چرتکه رهام از استان بوشهر با

افتخاری دیگر برای استان باز گشتند

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - اختتامیه پنجمین فستیوال کشوری ((مسابقات چرتکه رهام محاسبات ذهنی))، باحضور مهندس ممبینی مدیر عامل ای مت کشور و رئیس آکادمی پرورش ذهن و نبوغ کودکان رهام، دکتر زارع مدیر عامل موسسه استعدادیابی خلاصیت نوید زندگی استان بوشهر و خانم دکتر دهقان مدیر موسسه آزدانایی استان بوشهر و دیگران نمایندگان استانها و مربیان موسسه ها و با حضور شرکت کنندگان استانهای مختلف درسالن اجتماعات هتل نیشکر اهواز برگزار شد. دکتر محمد قاسم زارع مدیر عامل موسسه استعداد یابی نوید زندگی دراستان بوشهر، در این مراسم ضمن خیر مقدم به مهمانان و مسئولین که در این مراسم حضور داشتند گفت: این مسابقات بوشهری نیست ولی عاشق استان بوشهر و مردمان خونگرمش هستم. رهام را از اردیبهشت سال گذشته با تربیت ۴۰ مربی از استان بوشهر آغاز کردیم. و اکنون نمایندگان در استانهای مختلف داریم. این موسسه با تیم فخر و مربیان جوان و مدیریت دکتر بروانشناس خانم دهقان مدیریت استان بوشهر است که به مراحل عالی رسیده است که جای تشکر دارد. ایشان در ادامه بیان نمود: حدود ۲۴۰ نفر در این آزمون شرکت کردند که از بین آنها برگزیدگانی که بیشترین امتیاز را داشتند برگزیده شدند. وی بیان داشت: در واقع شما سفیران فرهنگی ما هستید و هدف یک چیز بود دور هم جمع شویم و رقابتی سالم بر گزار شود. او گام و کستی وجود داشته است بر ما ببخشاید. اجرای نمایش، تجلیل از مدیر نمونه خانم دکتر دهقان و عوامل اجرایی و در پایان تجلیل از برگزیدگان را یافته به مسابقات جهانی با حضور نمایندگان استانها بر گزار شد.



تجلیل از خانواده های شهدای شاغل در شرکت آبفای گیلان

رشت - خبرنگار فرصت امروز - همزمان با ۲۲ اسفند روز بزرگداشت شهداء، از خانواده های شهدای شاغل در شرکت آب و فاضلاب روستایی گیلان تجلیل شد. محب علی رنج در مدیرعامل شرکت آبفای گیلان در این مراسم ضمن گرامیداشت یاد و خاطره شهدای انقلاب اسلامی، جنگ تحمیلی و مدافع جرم، گفت: عزت، بالندگی و رشد و توسعه کشورمان را مدیون ایثار و رشادت های شهدای عزیزمان هستیم. وی با تأکید بر تکریم خانواده های معظم شهداء و ایثارگر، افزود: باید فداکاری ها و کارهای بزرگی که شهدای کشورمان جهت حفظ تمامیت ارضی، امنیت و رفاه مردم انجام داده اند را به نسل جدید انتقال دهیم و یاد و خاطره آنان را زنده نگه داریم. بنابراین گزارش؛ در این آئین از خانواده ۱۰ شهید گرانقدری که در مجموعه آب و فاضلاب روستایی استان گیلان مشغول بکارند، با اهدای لوح تقدیر و هدیه ای تجلیل شد.



نخستین سند هویتی شهید شهرداری قم با حضور آیت الله سعیدی رونمایی شد

قم - خبرنگار فرصت امروز - در مراسم چلچراغ آیین بزرگداشت روز ملی شهدا و تکریم ۴۷۲ خانواده معظم شهید و ایثارگر شهرداری قم، نخستین سند هویتی شهید شهرداری قم با حضور آیت الله سعیدی رونمایی شد. آیت الله سید محمد سعیدی در مراسم چلچراغ آیین بزرگداشت روز ملی شهدا و تکریم ۴۷۲ خانواده معظم شهید و ایثارگر شهرداری قم که در سالن همایش های شهرداری قم برگزار شد، با اشاره به نیاز جامعه امروز به برگزاری جلسات بزرگداشت شهدا، اظهار کرد: شهدا به چنین برنامه هایی نیاز ندارند چرا که در مقام عند ربهم برزفون و در جایگاهی امن، نزد پروردگار خویش و مرزوق به رزق حق هستند. تولیت آستان مقدس حضرت معصومه(س) به مفهوم «ثالله و انا الیه راجعون» اشاره و ادامه داد: جایگاه ما به الله گره خورده و باید قداست و شرافت این جایگاه را حفظ کنیم، زیرا به سوی آن باز خواهیم گشت، و در این راه، خدا و ائمه(ع) و در عصر غیبت مراجع و ولی فقیه هدایتی ابرومندانه را برای ما فراهم می کنند. استاد حوزه علمیه عالی ترین رجوع را در سوره فجر با آیه «یا ایتها السلف الطمئنه ارجعی الی ربک» دانست و تصریح کرد: اهل بیت(ع) در عمل به این آیه سرمایه ها، ابرو و خاندان خود را در راه خدا دادند. وی با تأکید بر مقام والای شهدا و قابل درک نبودن آن، اضافه کرد: فقط آنان که واصل شوند قدرت درک این جایگاه را پیدا می کنند و در چنین مراسمهایی، با بیان هشدار و عبرتی برای زندگان، سبب می شود تا بفهمیم و رفتن خودمان را انتخاب کنیم. امام جمعه قم با بیان سیره شهدا در زندگی و شهادتشان، یاد آور شد: شهدا گفتهها و ناگفتههایی دارند و تا وقتی خودشان زنده بودند در در منش و روش زندگی آنها و پس از شهادت در وصیت نامه های آنها یافت می شود و باید بر محتوای این وصیتنامه ها توجه ویژه شود و همواره در مسیر آنها حرکت کرد. تولیت آستان مقدس حضرت معصومه(س) هشدا داد: اگر جامعه به خواب فرو رود و ارزشها را کنار گذارد و با جریانهای ضد انقلاب گره بخورد، دیگر نامی از دین اسلام وجود نخواهد داشت. تولیت آستان مقدس حضرت معصومه(س) اظهار داشت: افراد با هر سلیقه و نگرانی باید پرچم دین و اسلام را زنده نگاه دارند و سنجیده عمل کنند و از بکار بردن تعبیرات افراطی و تندرو بپرهیزیم. امام جمعه قم با اشاره به بیانیه گام دوم انقلاب، یاد آور شد: این بیانیه را با درایت بخوانیم و بعد از قییده و ایمان به مطالب آن، در راستای تحقق اهداف این بیانیه گام برداریم. حسن مالکی نژاد عضو شورای اسلامی شهر قم نیز در این مراسم، با اشاره به برخی کرامات شهدا، اظهار داشت: شهید علیمردانی در دفاع مقدس به شهادت رسید و به اشتباه پیکر با ایشان را در حرم امام ز(عج) به خاک سپردند، اما پدر شهید ابراز داشت: اشتباه نشده است چون پسرم عاشق امام رضا بود و نتوانسته بود که حرم امام رضا را زیارت کند و این امام همام پسرم را دعوت کرده است. تکریم ۴۷۲ خانواده شهدای شهرداری قم و رونمایی از سند هویتی شهید یازده صادقی حسین مولوی شهرداری قم از برنامه های پایانی این مراسم بود که مقرر شد تا در سال های آینده رونمایی از سه سند هویتی شهدای شهرداری رونمایی شود. در انتهای مراسم نیز از مادر شهیدان مجید و امیرحسین دلجو، خانواده شهیدان غلامرضا بابا احمدی، اسماعیل کریمی، شهید یدالله صادقی حسین مولوی تقدیر شد.

۱۵ شغل کوچک ولی پردرآمد



این محتوا در سال ۲۰۱۶ برای کسانی که سابقه کاری نداشته و به دنبال شغلی پردرآمد می‌گردند ساخته شده است. حسابداری و خدمات مالیاتی در صدر لیست تهیه‌شده ما قرار گرفتند که به رغم کوچک و شخصی بودن این شغل‌ها، مقدار قابل توجه سود خالص‌شان، آنها را از بقیه متمایز کرده است. سود مربوط به شغل‌های حسابداری و احتساب مالیات، ۱۸،۴ درصد در سال اعلام شده است و شغل‌های دیگر که در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند، به شرح زیر هستند: خدمات مشاورین املاک با ۱۵،۲ درصد سود خالص سالیانه، شرکت‌های حقوقی با ۱۴،۵ درصد، مطب پزشکان با ۱۳ درصد سود خالص، جزو بهترین شغل‌های کوچک ولی پردرآمد محسوب می‌شوند.

یک شرکت خدمات مالی به نام «سیج و رکس» که درآمد مردم و سود خالص آنها را در بیش از ۱۶ هزار شغل کوچک ولی پرسود، بررسی و تحلیل کرد، در گزارش خود اعلام کرده که در ایالات متحده آمریکا فقط طی ۹ ماه، سودی برابر با ۱۰ میلیون دلار از این شغل‌های معمولی، کسب شده است. میانگین سود خالص بین تمام کارخانجات صنعتی در آن زمان ۷،۲ درصد بوده است. چه چیزی باعث شده این شغل‌های کوچک، به نسبت پردرآمد و پرسودتر از کارخانجات ایالات متحده باشند؟ شغل‌هایی که اکثراً توسط انسان‌های عادی و شخص خودشان مدیریت می‌شوند و وابسته به کارخانه و شرکتهای بزرگ نیستند.

تحلیلگر شرکت مالی «سیج و رکس»، «جنا وی‌ور» درباره صنایع خدماتی اعلام کرده که بسیار راحت می‌توان شغل‌هایی پرسود و کوچک پیدا کرد. این شغل‌ها از آن دسته هستند که برای راه‌اندازی و شروع کار، نیاز چندانی به سرمایه اولیه ندارند. می‌توانید بسیاری از این شغل‌ها را از منزل خود شروع کنید. درحالی‌که سود خالص، تنها فاکتوری نیست که برای یک شخص یا شرکت کارآفرین مورد اهمیت است، پارامترهای بیشتری نظیر، مهارت‌های شخصی کارکنان، مدرک تحصیلی یا فنی خاص و دوره‌های آموزشی طی شده هم برای استخدام کارکنان مورد نیازند. همچنین به این فاکتور مهم هم توجه می‌شود که در صورت بروز رکود اقتصادی، این شغل‌ها و یا تجارت‌شان، همچنان به کار خود ادامه داده و دچار ورشکستگی نشوند. در ادامه ۱۵ شغل کوچک ولی پردرآمد را در ایالات متحده آمریکا معرفی می‌کنیم که سود خالص بالایی هم دارند.

۱. حسابداران، مأموران مالیات و مسئولین امور مالی شرکت‌ها، ۱۸،۴ درصد سود خالص سالیانه

طبق گفته شرکت مالی «سیج و رکس»، شغل حسابداری بالاترین و بهترین بازده را در این لیست دارا است. مهم نیست که آن صنعت یا اقتصاد در چه وضعیتی قرار دارد. تا وقتی که شرکت پابرجاست، به حسابدار هم نیاز دارد. همچنین این شغل، نیازمند تثبیت یک نفر به عنوان حسابدار همیشگی است و شغل حسابدار یا مسئول امور مالی،

کمتر به جایگزینی و اخراج و استخدام‌های پیاپی نیاز پیدا می‌کند. رسیدگی به امور مالیاتی شرکت‌ها و حسابداری مالیاتی آنها به خصوص بعضاً در شرکت‌های پردرآمد، برگ برنده‌ای در این شغل‌های کوچک به حساب می‌آیند که در این صورت مزایای فراوانی هم به دنبال خواهند داشت.

۲. مدیریت امور شرکت‌های کوچک و کارمندی برای سرمایه‌گذاران اقتصادی، ۱۵،۵ درصد سود خالص

این شغل‌ها که در اصل کارمندی برای شرکت‌های کوچک، خصوصی، دفاتر آنها و یا شرکت‌های وابسته به بانک و از این دست اداره‌جات هستند کاربرد فراوانی دارند. به عنوان نمونه، در دو مثال بارز از این شرکت‌های کوچک ولی کارآفرین که کارکنان زیادی را به خدمت گرفته‌اند، می‌توان به شرکت‌های پرکشایر هاتاوی متعلق به وارن بافت و یا شرکت آپکان متعلق به «کارل آپکان» اشاره کنیم. شرکت پرکشایر در زمینه هلدینگ و شرکت آپکان در زمینه اینترنت فعالیت دارند.

۳. دفاتر مشاوران املاک و دلالتی خانه و زمین، ۱۵،۲ درصد سود خالص سالیانه

درحالی که بازار مشاوران املاک، کاملاً به سلامت اقتصاد در یک کشور بستگی دارد، هزینه صدور جواز کسب برای بازگشایی دفتر مشاور املاک بسیار پایین و ناچیز است. بنابراین بازگشایی یک دفتر املاک، یکی از بهترین روش‌ها برای شروع به کار بدون سرمایه اولیه است.

۴. شرکت‌های لیزینگ و اجاره خودرو و موتورسیکلت، ۱۴،۵ درصد سود خالص سالیانه

درحالی که اقتصاد و تقاضای مردم در حال رشد و نمو است، تحلیلگر شرکت مالی سیج و رکس «لیبی بایرمن» در مصاحبه‌ای اعلام کرد مردم ایالات متحده آمریکا تمایل بیشتری به خرید خودروی اقسالی و یا اجاره نشان داده و از شرکت‌هایی نظیر «زبپ کار» خدمات خود را دریافت می‌کنند. همچنین به دریافت سرویس از شرکت‌های دیگر نظیر «هرتز» که سرویس اجاره سنتی در زمینه وسایل نقلیه ارائه می‌کند هم تمایل نشان می‌دهند.

۵. خدمات حقوقی، ۱۴،۵ درصد سود خالص
هر کسی که تازه جال یک وکیل را به خدمت گرفته است می‌داند که حق وکالت اصلاً ارزان تمام نمی‌شود. مسائل حقوقی هم مثل حسابداری، معمولاً کار سختی محسوب نمی‌شوند. چون پرونده‌ها مشابه یکدیگرند و همیشه برای وکلای، موکل وجود داشته و خواهد داشت. ولی فقط وکلای و مشاوران حقوقی اینطور نیستند. بلکه کارکنان دفاتر اسناد رسمی و مأموران حل و فصل پرونده‌ها، که مسئولیت معاملات و امنیت روند کاری پرونده‌ها را برعهده دارند هم از جمله این افراد هستند که سود خالص خوبی دریافت می‌کنند.

۶. پزشکان و دندان‌پزشکان، ۱۴،۴ درصد سود خالص

افرادی مثل دندان‌پزشکان و پزشکان که از درمان بیماران کسب درآمد می‌کنند، ولی در اولین گام خود هزینه سنگینی را تقبل کرده‌اند. تجهیزات دندان‌پزشکی و پزشکی تخصصی بسیار گران هستند ولی این شغل‌ها مزیت بسیار خوبی هم دارد. با درمان چند بیمار، نه تنها هزینه‌های تجهیزات به راحتی جبران می‌شود، بلکه ثروت کلانی برای دندانپزشک یا پزشک تخصصی باقی خواهد ماند. دندانپزشکی این مزیت را دارد که در یک روز می‌توانید چندین بیمار را معاینه و بلافاصله درمان کنید.

۷. کار کردن در بخش تولید، انتقال و توزیع انرژی در شرکت برق، ۱۴ درصد سود

این بخش از شغل‌های کوچک، شخصی و مربوط به شرکت برق، فقط به بخش سنتی تولید برق یعنی استفاده از سوخت‌های فسیلی مربوط نمی‌شوند بلکه منظور از کارکنان شرکت برق، کارکنان نیروگاه‌های سوخت فسیلی، نیروگاه‌های آبی، بادی، هسته‌ای، خورشیدی، زمین‌گرایی، زباله‌ای و... هم هستند که همگی در تولید الکتریسیته فعالیت دارند که هر کدام کارمندان و کارکنان خاص خود را می‌طلبند.

۸. دارندگان املاک که ملک خود را رهن و اجاره می‌دهند، ۱۴ درصد سود

دارندگان ملک که زمین، خانه یا مغازه داشته و آنها را به مستأجر اجاره می‌دهند، به محض اینکه هزینه اولیه خرید آن املاک را به وسیله اجاره‌ها جبران کنند، بقیه درآمد حاصل از دریافت اجاره‌ها، سود خالص خواهند بود. اجاره دادن املاک، یکی از راحت‌ترین روش‌های کسب درآمد و گذران زندگی است.

۹. پرستاران و پزشکان خصوصی و پزشکان سلامت، ۱۳،۳ درصد
حتماً می‌پرسید این بخش چه فرقی با بخش پزشکان تخصصی و دندان‌پزشکان دارد. دراصل فرقی چندانی ندارد. با مطالعه بر درآمد این افراد که خدمات درمانی متفاوتی ارائه می‌دهند، مشخص شد که همگی به یک اندازه سود خالص شغلی کسب می‌کنند. افرادی نظیر مفصل‌شناس، پزشک اورتوپد، عینک‌ساز، روانشناس و روانکاو، و جراحان و... همگی از اعضای نظام پزشکی محسوب می‌شوند و درصد سود سالانه آنها تقریباً مشابه است.

۱۰. پزشکان عمومی دارای مطب، ۱۳ درصد سود خالص سالیانه
پزشک‌شدن نیازمند سال‌ها تحصیلات و آموزش و تمرین است که به پروانه پزشکی هم نیاز دارد. گرچه پزشکی که مطب دارند اکثراً از بیمارانی که مراجعه‌کننده همیشگی‌شان هستند کسب درآمد می‌کنند و معاینه و درمان که توسط پزشکان عمومی ارائه می‌شود معمولاً سود کلانی را به همراه دارد.

۱۱. تجهیزات تجاری، ماشین‌آلات صنعتی، لوازم استیجاری و لیزینگ، ۱۲،۵ درصد سود خالص سالیانه
معمولاً فروش محصولات در این شغل‌ها، وابستگی کاملی به فروش

اقساطی یا اجاره‌ای، دارند. همچنین شغل‌هایی که تجهیزات مورد نیاز شغل‌های دیگر را تأمین می‌کنند، معمولاً مجبور به فروش اقساطی و یا اجاره تجهیزات هم می‌شوند. چون بیشتر این تجهیزات گران بوده و کارخانجات کوچک توان خرید آنها را ندارند و در نهایت تولیدکننده تجهیزات و حتی فروشنده آنها هم به فروش اقساطی و اجاره تن می‌دهد.

۱۲. کارکنان سازمان‌های دینی و مذهبی، ۱۲،۴ درصد سود خالص سالیانه

سازمان‌های مذهبی هر ساله در سراسر جهان، سود هنگفتی به دست می‌آورند؛ سودی که در واقع با فروش دین به دست می‌آید. به یاد داشته باشید هر درآمدی در ازای ارائه کالا یا خدماتی به دست می‌آید. معنای درآمد هم بر همین اساس تعریف می‌شود. در ایالات متحده آمریکا، کانادا و کشورهای اروپایی، به جای اینکه سود حاصل از این بیزینس به جیب سهامداران موقوفات مذهبی سرازیر شود، تمام سود حاصل به بودجه سازمان‌های مذهبی روانه می‌شود که مثلاً در اروپا برای ترویج مسیحیت و در خاورمیانه به تبلیغ اسلام و ترویج مساجد گام برمی‌دارد. سال ۲۰۱۶ سال بسیار خوبی برای همه سازمان‌های مذهبی در سرتاسر دنیا بود. در ایالات متحده نه تنها فقط برای کلیساها، بلکه برای کنیسه‌ها، معابد بودایی و مساجد مسلمانان و حتی مدارس، دانشگاه‌ها و دانشکده‌های دینی هم درآمد بسیار بالایی را ثبت کرد.

۱۳. خدمات مدیریتی، علمی، فنی و تحقیقاتی، ۱۲ درصد سود
بعضی از انواع شغل‌ها، به این طبقه‌بندی اختصاص می‌یابند که مدیریت و مشاوره را در حد حرفه‌ای ارائه می‌دهند. از جمله منابع انسانی، بازاری و شغل‌هایی که مربوط به محیط زیست هستند.

۱۴. متخصصان طراحی، ۱۱،۴ درصد

شغل‌های کوچک همانند متخصص طراحی دکور داخلی منزل، اماکن صنعتی، طراحان گرافیک دستی، معماران و از این قبیل شغل‌ها، همیشه بازار پررونقی برای کسب درآمد دارند و کارشان به طور مداوم به طراحی و رسم پروژه‌های مربوطه اختصاص می‌یابد.

۱۵. خدمات دفترداری و مدیریت بخش دفتری اداره‌جات، ۱۱،۲ درصد

این کارهای مدیریتی در بخش اداری، استخوان‌بندی و اسکلت تمام صنایع و شرکت‌های سراسر دنیا هستند. از خدمات مواد غذایی و پزشکی گرفته تا صنعت خودروسازی و... تمام این بیزینس‌ها هر روز نیازمند کارهای دفتری مداوم هستند تا سوابق امور مالی و برنامه‌ها و خدمات همگی ثبت و به درستی انجام پذیرند. برای این منظور، افرادی به عنوان کارمند و دفتردار باید به مسائل مربوط به دفترداری و مدیریت پرونده‌ها بپردازند.



موفقیت در فروش با روحیه کودکان

۴ درس فروش از کودکان نوپا (قسمت دوم)

به قلم: گرگ شوارتز کارشناس فروش - ترجمه: علی آل علی

۳. گاهی اوقات گریه مشکلی ندارد، اما باید انعطاف پذیر بود

همه ما به خوبی از ویژگی بارز کودکان یعنی گریه بیش از حد آگاهی داریم. بدون تردید افراد در سن دو سالگی یا پایین تر بیش از هر زمان دیگری در طول زندگی شان گریه می کنند. نکته مهم در خصوص گریه کودکان نوپا معنای متفاوت گریه های شان است. در حقیقت، کودکان در سن دو سالگی در حال توسعه هر چه بیشتر عمق احساسات شان هستند. به عنوان مثال، آنها در حال یادگیری چگونگی بازبایی اعتماد به نفس یا شرایط عادی شان پس از احساس هایی نظیر ترس و وحشت اند.

به گونه ای مشابه، فروشندگان نیز نیازمند از تقای سطح احساسات و یادگیری انعطاف پذیری عاطفی هستند. در دنیای فروش بالا و پایین های زیادی وجود دارد. شاید این بالا و پایین ها به اندازه افتادن از دوچرخه یا زخمی کردن دست مان در دناک نباشد، اما بسیار به آنها نزدیک است. هر پاسخ منفی، معاملاتی که در پایان کار به نتیجه نمی رسد و به طور کلی هر اقدام ناموفقی در دنیای فروش احساسات منفی برای ما به ارمان می آورد. در برخی از موارد به دلیل بزرگی بیش از حد شکست مورد نظر ما تا چند روز تحت تاثیر قرار داریم. با این حال اگر قصد ادامه راه به عنوان فروشنده را داریم، باید انعطاف پذیری بیشتری از خود نشان دهیم. وقتی انعطاف پذیری ما در برابر مشکلات عرضه فروش بیشتر شود، دیگر از شکست های پیش رو هراسی نخواهیم داشت. به این ترتیب بهترین موقعیت برای کشف فرصت های تازه پدیدار می شود.

۴. به اکتشاف و جست و جو ادامه دهید

یکی از بهترین نکات دوره نوپایی کودکان، به ویژه برای والدین، مشاهده انگیزه بی پایان آنها برای کشف دنیای اطراف شان است. کمتر کودکی از حضور در پارک، شهر بازی و سایر مکان های جذاب برای کودکان متنفر است. در حقیقت روحیه اکتشاف در تمام کودکان وجود دارد. به همین دلیل اغلب والدین از جنب و جوش بیش از حد کودکان شان در سن دو سالگی شکایت دارند. البته این جنب و جوش نکته مثبتی است. درست همانطور که در دنیای فروش نیز روحیه مثبت و جنب و جوش زیاد یک مزیت انکارناپذیر است. به عنوان یک فروشنده باید همیشه مانند یک کودک نوپا انگیزه فعالیت بیشتر داشته باشیم. همچنین کشف فرصت های تازه پیش روی مان نیز اهمیت بالایی دارد. درست مانند تجربیات تازه ای که هر روز در انتظار کودکان نوپا قرار دارد، یک فروشنده نیز هر روز با موقعیت های تازه ای مواجه می شود. شاید برخی از فروشندگان اعتراض کنند که کمتر موقعیت تازه ای در برابرشان قرار می گیرد. این امر ناشی از عدم جنب و جوش کافی آنهاست. در حقیقت فرصت های مطلوب در انتظار هستند. اینکه ما بدون فعالیت چندانی منتظر فرصت های نو باشیم، هرگز ایده مناسبی محسوب نمی شود. به عنوان یک فروشنده اگر قصد موفقیت در دنیای کسب و کار را دارید، باید همیشه روحیه مثبت تان را حفظ کنید. در غیر این صورت مشکلات پیش روی شما را به سرعت ناامید می کند. در مقیاسی وسیع تر، یک سازمان هم به چنین روحیه ای نیاز دارد. اگر به تجربه برندهای شکست خورده نگاه کنیم، بسیار بهتر اهمیت روحیه ماجراجویی و کشف فرصت های تازه را درک خواهیم کرد. بی تردید دنیای فروش محدودیت های خاصی برای هر فروشنده دارد. با این حال روحیه مثبت ما برای یافتن فرصتی برای غلبه بر محدودیت ها هیچ گاه بی نتیجه نخواهد ماند.

منبع: allbusiness



استراتژی های مفید برای ترک عادت چندوظیفگی

زمان بندی دوباره است و در کسب و کارهای سرویس دهنده غیر ممکن است؛ اما می توانید به خودتان قول دهید برای ۳۰ یا ۶۰ دقیقه به سراغ ایمیل یا اسکایپ خود نروید. بدون شک در این زمان به تمرکز و خلاقیت فوق العاده ای دست خواهید یافت.

ایمیل های خود را حذف کنید

قطعاً نمی توانید مانع ارسال ایمیل های مختلف شوید، اما می توانید تعداد آنها را در صفحه اینباکس کم کنید. کارشناسان توصیه می کنند هر ایمیلی را که تأثیری روی کار شما ندارد بلافاصله پاک کنید. با حذف تعدادی از ایمیل هایی که برای شما اهمیتی ندارد، شروع کرده و اطلاعات آنها را در جای دیگری ذخیره کنید.

تماس تصویری برقرار کنید

وقتی همکاران روبرو روی شما نشسته است، چندوظیفگی بسیار سخت خواهد بود. این مسئله به صورت مجازی نیز صدق می کند. وقتی تماس ویدئویی برقرار می کنید، وظیفه دارید تماس چشمی خود را هم حفظ کنید؛ پس احتمال حواس پرتی تان کمتر می شود و می توانید تنها روی وظیفه ای که در حال انجام آن هستید تمرکز کنید.

نفس عمیق بکشید

اگر عادت به انجام تمرینات مدیتیشن دارید یک قدم جلوتر از بقیه هستید در غیر این صورت وقتی فکر می کنید تمرکز زیادی روی وظایف تان ندارید، برای چند دقیقه بی حرکت بنشینید و نفس عمیق بکشید. این کار بسیار سخت است؛ خصوصاً اگر تاکنون مدیتیشن یا یوگا را تجربه نکرده باشید. ابتدا با دو یا سه نفس عمیق آغاز کنید. دم را از بینی و بازدم را از دهان خود انجام دهید. تنفس عمیق باعث می شود فشار خون تان پایین بیاید و ذهن تان آرام گیرد. در نتیجه استرس کمتری در محیط کار خواهید داشت.

منبع: inc/ucan

اما وقتی این حواس پرتی ها بخش ضروری شغل ما هستند، چطور می توان از این حواس پرتی ها جلوگیری کرد؟ باید به دنبال استراتژی هایی برای کنار گذاشتن چندوظیفگی باشید که نیاز به تغییر زمان بندی یا ایجاد یک عادت جدید نداشته باشد. در ادامه مقاله، شش راهکار را معرفی می کنیم که در ترک چندوظیفگی به شما کمک می کنند. برای انجام آنها نیاز به مدت زمانی مشخص مانند یک ماه، یک هفته یا یک روز نخواهد بود. برای کنار گذاشتن چندوظیفگی می توانید یکی از آنها را انتخاب کنید و حس تازه ای را تجربه کنید.

جلساتی ۱۵ دقیقه ای و ۴۵ دقیقه ای تشکیل دهید

اغلب جلسات بین ۳۰، ۶۰ یا ۱۲۰ دقیقه طول می کشند که ضربیهایی از ۳۰ هستند، اما می توان کارهای بیشتری را در مدت زمان کمتر انجام داد. با ترتیب دادن جلسات ۱۵ و ۴۵ دقیقه ای می توان اطمینان داشت حاضرین به اهداف جلسه پایبند بوده، روی مسائل مهم تمرکز داشته و در زمان مناسب کار خود را به پایان می رسانند. پس از تشکیل جلسه زمان بیشتری داریم تا روی دیگر موارد تمرکز کنیم.

در مقابل حواس پرتی ها مقاومت کنید

به مقاومت در برابر یک حواس پرتی تعهد داشته باشید. برای مثال، به خودتان قول دهید در طول جلسه گوشی هوشمندتان را روشن نکنید. اگر در جلسه ای هستید و احساس می کنید حتماً باید گوشی خود را چک کنید، با این احساس مقابله کنید. وقتی در یک جلسه حاضر شوید و گوشی هوشمند خود را چک کنید، انرژی ذهنی که می توانست صرف خواندن ایمیل ها یا پیام های صفحات اجتماعی شود، صرف بیان ایده های جدید خواهد شد. **تنها ۳۰ دقیقه را به خواندن ایمیل ها اختصاص دهید** برای بهره وری بیشتر پیشنهاد می شود زمانی برای چک کردن ایمیل هایتان در نظر بگیرید و در دیگر ساعات روز به سراغ اینباکس نروید. البته این استراتژی نیازمند

برخی افراد تصور می کنند انجام همزمان چند کار باعث سرعت بخشیدن به وظایف می شود. با اینکه چندوظیفگی مهارتی جذاب به نظر می رسد، اما مغز انسان برای این کار طراحی نشده است. با ما همراه باشید تا به شما بگوییم چگونه عادت چندوظیفگی را کنار بگذارید.

خیلی از افرادی که در تلاشند بهره وری خود را بالا ببرند به دنبال کسب مهارت در چندوظیفگی هستند، اما باید بدانند چندوظیفگی منجر به بهره وری بیشتر نخواهد شد. انجام همزمان چند کار ممکن است سبب ابتلا به استرس، بی خوابی، افسردگی و حتی مرگ شود. البته چندوظیفگی دارای فوایدی هم هست، اما کارشناسان می گویند چندوظیفگی به مغز ضرر می رساند.

مغز انسان برای چندوظیفگی طراحی نشده است و در هر زمان تنها می تواند روی یک وظیفه تمرکز کند. پس چندوظیفگی بدین معناست مقداری از یک کار را انجام داده و سپس به سراغ وظیفه ای دیگر می روید.

تحقیقات زیادی نشان داده اند چندوظیفگی و جا به جا شدن میان وظایف مختلف سبب اتلاف زمان و انرژی می شود. در واقع، چندوظیفگی باعث می شود سازماندهی افکار به سختی انجام شود و کیفیت کار پایین بیاید.

با این اوصاف، برای کنار گذاشتن چندوظیفگی چه کاری باید انجام داد؟ راهکارهای زیادی برای ترک چندوظیفگی ارائه شده که تا حدودی غیرممکن به نظر می رسند، شما باید عادت جدیدی در خود ایجاد کنید که کار سختی است. برخی منابع می گویند هر روز تمرینات مدیتیشن انجام دهید. اگر کمی دقیق شویم، کارآفرینان و مدیران عامل مجبور به چندوظیفگی هستند. یک مدیرعامل با خود می گوید افراد زیادی نیازمند توجه و زمان من هستند. کارمندان به پاسخ های سریع نیاز دارند، آیا می توان از آنها درخواست کرد صبر کنند بدون اینکه آسیبی به کسب و کار وارد شود؟ یک مدیرعامل در مقابل موفقیت اعضای تیم خود مسئولیت دارد و نمی تواند آنها را نادیده بگیرد،