

نگاه



آلاسحاق: کاهش نرخ ارز در سخت‌ترین شرایط محقق شد چرا کاهش نرخ دلار هنوز در بازار اثر نکرده است؟

در روزهای گذشته قیمت دلار با روندی کاهشی مواجه شد. این کاهش در ابتدا با شیب ملایم و به کندی بود اما در دو سه روز گذشته، قیمت دلار دوباره مسیر گرانی را پیش گرفت. یحیی آل اسحاق عضو اتاق بازرگانی و فعال اقتصادی در گفت و گو با خبرنگاران، در این خصوص گفت: اینکه چرا کاهش نرخ دلار هنوز روی سایر کالاها اثر نکرده است به این دلیل است که وقتی قیمت به هر دلیلی افزایش پیدا می‌کند به دلیل چسبندگی، برای کاهش تمایل نشان نمی‌دهد اما نکته دیگر که واقعی‌تر است این است که یک عده ذی‌نفع‌های بازدارنده در بازارها وجود دارند که سخت‌شان است قیمت‌های بالا به قیمت‌های تعادلی و متناسب با شرایط بازگردند.

وی ادامه داد: عامل دیگر عدم کاهش قیمت‌ها نیز مربوط به این می‌شود که کالاهایی قرار بوده با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد شود، اما به دلیل سوءاستفاده‌شدن از ارز دولتی الان رسماً با ارز نیمایی با چیزی حدود ۱۰ هزار تومان وارد شده و قیمت پایه این کالاها نزدیک به نرخ بازار آزاد شده است، اما مهم‌تر از همه اینها این است که اگر ما واردات کالاها را با ارز نیمایی انجام دهیم به‌طور مثال گوشت باید به قیمت ۵۰ هزار تومان برسد یا شکر در حدود ۴ هزار تومان در هر کیلوگرم قیمت بخورد. وقتی این شرایط به وجود می‌آید یک عدد سوءاستفاده‌گر مقاومت می‌کنند و اجازه نمی‌دهند که قیمت‌ها پایین بیاید.

آل اسحاق ادامه داد: امیدواریم اگر در قیمت و دامنه نوسانات نرخ ارز ثبات داشته باشیم قطعاً با برخوردی قهری با این سوءاستفاده‌ها می‌توانیم قیمت‌ها را نیز همراه با نرخ ارز کاهش دهیم.

به گفته رئیس اسبق اتاق بازرگانی، آخرین موضوع مهم این است که کاهش نرخ ارز در سخت‌ترین شرایط محقق شده یعنی شرایط رجزخوانی کشورهای دیگر در خلیج فارس، جنگ نفتکش‌ها و... در این شرایط بانک مرکزی نرخ ارز را به دامنه منطقی رساند. قطعاً اگر در همین شرایط بتوانند نوسانات را نیز کنترل کنند دستاوردهای خوبی برای کشور حاصل خواهد شد امیدواریم که بانک مرکزی بتواند در همین شرایط و هم‌زمان با مقابله سوداگران نرخ ارز را بعد از کنترل قیمت به ثبات مستمر و بلندمدت برساند. آل اسحاق سپس با اشاره به کاهش نرخ ارز و نزدیک شدن قیمت ارز بازار آزاد به نرخ دلار نیمایی گفت: این روزها دو اتفاق مهم در اقتصاد کشور قابل تامل است. پایین آمدن نرخ ارز آزاد و هم‌زمان با آن بالا رفتن نرخ ارز نیمایی و نزدیک‌شدن این دو قیمت در دامنه قیمتی سی تا ۱۱ هزار تومان به یکدیگر حوزه‌های مختلف اقتصاد را تحت تاثیر خود قرار داده است.

وی ادامه داد: این نزدیک‌شدن دو نرخ مهم ارز در کشور آثار بسیار امیدبخشی می‌تواند داشته باشد، مشروط به اینکه علاوه بر کنترل نوسانات در یک بازه مشخص ثبات و استمرار هم داشته باشد. وی افزود: قیمت ارز در حوزه‌های مختلف اقتصاد کشور نقش دارد. ثبات نرخ دلار در واردات، صادرات، تولید، نرخ کالاهای مصرفی مردم، تعادل اقتصادی، سرمایه‌گذاری و حوزه‌های دیگر نقش جدی را ایفا می‌کند، اما مهم‌تر از نرخ ارز ثبات و ماندگاری در آن بازه قیمتی است. اگر نرخ ارز روی یک قیمت خاص ثبات داشته باشد ریسک سرمایه‌گذاری و تعادل قیمت‌ها بسیار مشخص خواهد بود.

احمد توکل‌ی از بازگشت کوپن استقبال کرد

از کوپنیسم تا کمونیسم

احمد توکل‌ی می‌گوید باید در شرایط کنونی کوپن را برگردانیم . این نماینده پیشین مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با نامه نیوز، صراحتاً از بازگشت کوپن دفاع و تاکید کرده است: کسانی که مخالف کوپن هستند، شک‌شان سیر است.

به گزارش خبرآنلاین، بخش‌هایی از گفت‌وگوی احمد توکل‌ی در زیر می‌آید:

«می‌گویند بازار ارز ثبات پیدا کرده، حتی مدتی است که قیمت‌ها سیر نزولی دارد، اما دولت به مردم نمی‌گوید تصمیمش چیست؟ قیمت کنونی ارز در سه برابر قیمت قبیل از بحران به تعادل رسید، آثار این اتفاق بسیار کوبنده و ضدتولید است و قدرت خرید مردم را به شدت کاهش داده است.
 * کسانی که تمکن مالی داشتند سرمایه خود را به ارز، سکه و خانه تبدیل کردند یا از کشور برنند. در مقابل عموم مردم که پس‌انداز، ملک و خانه‌نداشتن بیچاره شدند. در مجموع قیمت ارز ثبات پیدا کرد اما در نقطه‌ای که قابل دفاع نیست.»

«وقتی رکود شدید تومی ایجاد می‌شود همه دولت‌ها حتی کشورهای سرمایه‌داری به داد مردم‌شان می‌رسند. آمریکا سال ۱۹۳۹ در آغاز جنگ جهانی دوم اجرای کوپن غذا را تصویب کرد. افراد تحت پوشش کوپن غذا متناسب با رونق و رکود کشور کم و زیاد می‌شدند.

«الان آمریکا به افراد تحت پوشش در قالب کوپن غذا کارت‌های هوشمند می‌دهد. در سال ۲۰۱۳ که اوج آثار بحران ۲۰۰۸ بود آمریکا ۴۷ میلیون و ۶۳۶ هزار آمریکا کوپن غذا می‌گرفتند.
 * کوپن چیست که تابو شده است؟ کسانی مخالف کوپن هستند که شک‌شان سیر است. ۷۴۷ هزار نفر در طول سال گذشته شاغلانی بودند که بیکار شدند. زندگی شاغلان بیکار شده با جوانی که کار گیر نیابردند خیلی تفاوت می‌کند، این گروه عموماً هزینه خانواده، مسکن و قسط و وام دارند. بیکاری برای چنین کسانی مساوی با بیچارگی است، حتی اشکنه هم نمی‌توانند بخورند چون پیاز و سیب‌زمینی گران شده است. اگر به وضعیت زندگی این افراد رسیدگی نشود بعد از مدتی به علت سوءتغذیه شیوع بیماری‌ها در این گروه افزایش و درصد عقب‌ماندگی و محرومیت از آموزش در بچه‌های فقرا روز به روز زیاده‌تر خواهد شد.

«برخی می‌گویند کوپن بد است و بازگشتش منجر به کمونیسم می‌شود، اما من معتقدم کمونیسم هم شود باید این کار را بکنیم. کوپن یک تجربه عقلایی بشر است که آمریکا مهد سرمایه‌گذاری دنیا هم این کار را انجام می‌دهد.»

۴ مانع کاهش قیمت‌ها



اثربخشی از نرخ ارز وجود دارد، ادامه داد: شرایط تحریمی هم روی عدم تاثیرپذیری و کاهش قیمت کالاها اثر می‌گذارد. واقعیت این است که ایران به خاطر تحریم‌ها برای خرید برخی کالاها مشکل دارد.

دلار ۴۲۰۰ تومانی از همان ابتدا اشتباه بود

او به نرخ دلار ۴۲۰۰ تومانی تخصیص یافته به کالاهای اساسی و عدم اثرگذاری آن روی حفظ ثبات قیمت‌ها اشاره کرد و گفت: در همان زمان نیز اقتصاددانان نسبت به این تصمیم اشتباه هشدار دادند. مشخص بود که نرخ دلار ۴۲۰۰ تومانی به دست مردم نمی‌رسد و همانطور که پیش‌بینی می‌شد کالاهای واردشده با دلار ۴۲۰۰ تومانی قیمتی بسیار بیشتر را در بازار را پیدا کردند.

این اقتصاددان با اشاره به برخی مباحث در وزارت بهداشت مبنی بر گم شدن حدود یک میلیارد پرور از تخصیص یافته برای واردات دارو ادامه داد: زمانی که چنین اتفاقاتی به خاطر فساد رخ می‌دهد نمی‌توان انتظار داشت دلار ۴۲۰۰ تومانی هم به دست مردم برسد، بنابراین بهتر است دولت این دلار بارانه‌ای را جمع کرده و روش‌های دیگری برای کمک به مردم مانند پرداخت نقدی مابه‌التفاوت دلار ۴۲۰۰ تومانی با نرخ نیمایی را در نظر بگیرد.

موانع چهارگانه کاهش قیمت کالاها به موازات افت ارز

کمتر از دو هفته هست که روند کاهشی بازار ارز آغاز شده و قیمت دلار به کانال ۱۱ هزار تومان بازگشته است، هرچند که در روزهای اخیر قیمت دلار ۱۲ هزار تومان میل پیدا کرده است، اما اینکه چرا قیمت کالاهای اساسی در بازار نسبت به کاهش نرخ دلار بی‌تفاوتند، رئیس کمیسیون بازرگانی داخلی اتاق بازرگانی ایران معتقد است: شرایط پیچیده اقتصاد کشور، مانع از آن می‌شود که به موازات کاهش نرخ دلار، قیمت نهایی کالاها پایین بیاید.

خسرو فروغان گران‌سایه در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: فضای روانی موجود در بازار مسئله‌ای است که می‌تواند تاثیرگذارتر از هر عامل دیگری باشد و وقتی یک بازار نگاه مثبت به آینده نداشته باشد، به محض برخورد با اولین خبر منفی همچون افزایش قیمت دلار، نرخ‌ها را بالا می‌برد، اما وقتی قیمت ارز کاهشی می‌شود، برای پایین آوردن قیمت‌ها مقاومت می‌کند.

به گفته وی، همانطور که در بالا رفتن قیمت‌ها در بازار عوامل مختلفی باید دست به دست بدهند، در کاهشی‌شدن عده‌ها نیز نمی‌توان در کوتاهمدت به یک نتیجه قطعی رسید و باید چند موضوع در کنار هم تحلیل و بررسی شوند.

اهمیت شرایط روانی بازار

رئیس کمیسیون بازرگانی داخلی اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه شرایط روانی اهمیتی جدی در تعیین قیمت نهایی کالاها دارند، افزود: ما قبل از دیگر بازارها، می‌توانیم تاثیر این موضوع را به طور مشخص در بازار ارز ببینیم. لحظه‌ای که یک خبر سیاسی جدید منتشر می‌شود یا ترس‌ی از آینده به وجود می‌آید، قیمت‌ها بی‌دلیل بالا می‌روند و در مقابل وقتی خبر مثبت منتشر می‌شود، ناگهان قیمت‌ها ریزش می‌کند، در شرایطی که در هیچ یک از این تحلیل‌ها شرایط واقعی بازار تغییری نکرده است.

فروغان گران‌سایه با تاکید بر اینکه نگاه تولیدکنندگان به شرایط بازار متفاوت با دلالات خرد ارز است، تصریح کرد: همانطور که در ماه‌های گذشته برخی از افزایش‌های ثبت شده در بازار ارز، منطق درستی

گزارش موسسه تحقیقاتی «KMPPG» از رتبه‌بندی ۱۸۰ کشور براساس شاخص «تعهد رشد»

ایران در میانه جهان ایستاده است

داده‌های ۲۲ سال اخیر در ۱۸۰ کشور مورد مطالعه است. شاخص‌ها از صفر تا ۱۰ امتیازبندی شده‌اند که ۱۰ بیانیگر بیشترین امتیاز و صفر کمترین امتیاز بوده است.

برترین کشور جهان از منظر این شاخص، سوئیس است. هلند در رتبه بعدی قرار گرفت است و سنگاپور، دانمارک و لوکزامبورگ در جایگاه‌های بعدی ایستاده‌اند. در این رتبه‌بندی کشورهای فنلاند، نروژ، سوئد، نیوزیلند و کانادا به ترتیب در رده‌های ششم تا دهم جهان جای گرفته‌اند.

به گزارش ایسنا، ایران هم در رتبه‌بندی سال ۲۰۱۹ در مجموع با ۴،۳۸ امتیاز، بالاتر از کشورهایی چون بوسنی، فیلیپین و مصر و

فرصت امروز: موسسه تحقیقاتی «KMPPG» انگلیس برای پنجمین سال متوالی به رتبه‌بندی ۱۸۰ کشور جهان براساس شاخص «تعهد رشد» پرداخت و طبق این گزارش، ایران در رتبه ۹۷ جهان و در میانه شاخص «تعهد رشد» سال ۲۰۱۹ ایستاده است.

شاخص «تعهد رشد» به نوعی بیانگر میزان امیدواری نسبت به آینده اقتصاد کشورهاست و دارای پنج زیرمجموعه اصلی شامل ثبات کلان اقتصادی، باز بودن نظام اقتصادی در مقابل فعالان اقتصادی داخلی و خارجی، زیرساخت‌ها، سرمایه انسانی و قدرت نهادی است که هر کدام دارای زیرشاخه‌های متعدد دیگری هستند.

آمارهای مورد استناد این گزارش در مجموع ۲۶ زیرشاخه و میانگین

نگاه



سی‌ان‌بی‌سی پاسخ می‌دهد

چرا تنش‌های خلیج فارس بر قیمت نفت بی‌تاثیر بود؟

قیمت نفت خام برنت دریای شمال در پایان معاملات روز دوشنبه به ۶۳٫۷ دلار رسید که تنها ۱٫۲ درصد نسبت به قیمت آن در روز جمعه (روزی که نفتکش انگلیسی در تنگه هرمز توقیف شد) افزایش نشان می‌دهد. همین موضوع موجب شده تا سی‌ان‌بی‌سی در گزارشی این سوال را مطرح کند که چرا تنش‌های اخیر در منطقه خلیج فارس بر قیمت جهانی نفت بی‌تاثیر بوده است؟

در هفته‌های اخیر با وجود افزایش تنش‌ها در منطقه خلیج فارس، قیمت نفت رشد چندانی نداشته است، به‌طوری که در حال حاضر هر بشکه نفت برنت بیش از ۲۰ دلار پایین‌تر از نقطه اوج آن در سال گذشته میلادی معامله می‌شود. تحلیلگران شرکت خدمات مالی و بانکی مورگان استنلی معتقدند با توجه به روند صعودی تولید نفت در کشورهای خارج از اوپک، افزایش تنش در مهم‌ترین گلوگاه نفتی جهان یعنی تنگه هرمز به رشد پایدار قیمت نفت منجر نخواهد شد. **ریسک‌های ژئوپلیتیکی تا کجا افزایش خواهند یافت؟** ایران روز جمعه نفتکش انگلیسی «سانتا ایمپرو» را در نزدیکی تنگه هرمز توقیف کرد و این اتفاق باعث افزایش بیش از ۲ درصدی قیمت نفت در بازارهای جهانی طی معاملات صبح روز دوشنبه (نخستین روز کاری هفته جاری میلادی) شد. با این حال «مارتین رتزر» استراتژیست بازار جهانی نفت در شرکت خدمات مالی و بانکی مورگان استنلی در مصاحبه با سی‌ان‌بی‌سی اعلام کرد که در مورد احتمال بروز اختلال در عرضه نفت در بازارهای جهانی به دلیل شدت‌گرفتن تنش در منطقه خلیج فارس، چندان احساس نگرانی نمی‌کند.

این تحلیلگر بازار نفت به سی‌ان‌بی‌سی گفت: «تجربیات گذشته در رابطه با تنش‌ها در تنگه هرمز نشان می‌دهد که هر از چند گاهی نگرانی‌هایی درباره شدت گرفتن تنش‌ها در منطقه بروز می‌کند. این مسئله می‌تواند تا حدی در بازار نفت اختلال ایجاد کند اما برای مدت زیادی دوام نخواهد داشت. امروز بازار نفت با گذشته تفاوت‌هایی دارد زیرا تولید نفت کشورهای خارج از اوپک به سرعت در حال افزایش است. این عامل واقعاً شرایط بازار نفت را تغییر داده و به همین دلیل است که واکنش بازار به افزایش تنش‌ها در منطقه خلیج فارس دیگر چندان شدید نیست.»

همچنین پل گمبلز، مؤسس و مدیر گروه مشاوره سرمایه‌گذاری MBMG، در مورد واکنش بازار نفت به اتفاقات اخیر در منطقه خلیج فارس می‌گوید: «من فکر می‌کنم همین که نفت در حال حاضر بالاتر از ۵۰ دلار در هر بشکه معامله می‌شود، ناشی از ریسک‌های ژئوپلیتیکی است. به نظر من اگر این ریسک‌ها نبودند، قیمت نفت می‌توانست بسیار پایین‌تر از این باشد. حال سؤال این است که ریسک‌های ژئوپلیتیکی تا کجا افزایش خواهند یافت.»

رشد تولید نفت در کشورهای خارج از اوپک

در اوایل ماه جاری میلادی، اوپک در گزارشی پیش‌بینی کرد که مجموع تولید نفت خام در کشورهای که عضو این سازمان نفتی نیستند، در سال جاری میلادی به‌طور متوسط ۲ میلیون بشکه در روز بالاتر از میزان تولید نفت آنها در سال گذشته بشکه خواهد بود و در سال ۲۰۲۰ نیز تولید روزانه آنها ۲٫۴ میلیون بشکه نسبت به امسال افزایش خواهد یافت. به گفته مارتین رتزر از شرکت خدمات مالی و بانکداری مورگان استنلی، این ارقام بسیار قابل توجه هستند زیرا پیش‌بینی‌ها حاکی از این است که رشد تقاضای جهانی نفت در سال جاری و سال آینده میلادی بسیار کمتر از چنین ارقامی خواهد بود. براساس آخرین گزارش ماهانه‌ای که اوپک منتشر کرده است، انتظار می‌رود تقاضای جهانی نفت در سال جاری میلادی روزانه به‌طور متوسط ۱٫۴ میلیون بشکه بالاتر از رقم آن در سال گذشته باشد. اوپک برای تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۲۰ نیز رشدی در همین حدود (۱٫۴ میلیون بشکه در روز) را پیش‌بینی کرده است.

افزایش چشمگیر تولید نفت در کشورهای خارج از اوپک طی سال‌های اخیر باعث شده است که اعضای اوپک گزینه‌ای جز کاهش تولید خود (در قالب طرح فریز نفتی) نداشته باشند. اوپک و متحدانش که ائتلاف جدیدی موسوم به «اوپک پلاس» را شکل داده‌اند، اخیراً طرح فریز نفتی را تا پایان ماه مارس ۲۰۲۰ (اواسط فروردین ۹۹) تمدید کردند تا از افزایش بیش از حد موجودی انبارهای نفت و کاهش قیمت نفت جلوگیری کنند.

مارتین رتزر در این خصوص می‌گوید: «اوپک از زمان آغاز طرح فریز نفتی [ابتدای سال ۲۰۱۷] تاکنون حدود پنج واحد درصد از سهم خود از بازار نفت را از دست داده است که رقم کاملاً قابل‌توجهی محسوب می‌شود. وقتی اوپک بدین‌صورت سهم بازار خود را برای حفظ قیمت نفت فدا می‌کند، معنایش از لحاظ بنیادی این است که بازار با کمبود نفت مواجه نیست. به همین دلیل وقتی اتفاقی در اطراف تنگه هرمز رخ می‌دهد و نگرانی‌های زیادی را ایجاد می‌کند، قیمت نفت تنها برای یک یا چند روز بالا می‌رود اما این رشد قیمت عملاً بنیادی و پایدار نیست. من فکر می‌کنم این یک تغییر بزرگ در بازار نفت است.»

آخرین خبرها از قیمت‌های جهانی نفت

قیمت نفت خام برنت دریای شمال در پایان معاملات روز دوشنبه به ۶۳٫۷ دلار رسید که تنها ۱٫۲ درصد نسبت به آخرین قیمت آن در روز جمعه (روزی که نفتکش انگلیسی در تنگه هرمز توقیف شد) افزایش نشان می‌دهد. قیمت نفت خام سبک نگرانس نیز در همین فاصله تنها یک درصد افزایش یافته است. متوسط قیمت سبب نفتی اوپک در روز دوشنبه نیز اگرچه هنوز به‌طور رسمی از طرف این سازمان نفتی اعلام نشده است، اما انتظار نمی‌رود رشد چندانی نسبت به رقم آن در روز جمعه (۶۲٫۹ دلار) داشته باشد.



دولت خبر داده است.

خصوصی‌ها منتظر تصمیم دولت

ساز و کار تولید رمزارز قرار است هفته آینده در دولت بررسی شود، حال آنکه با توجه به قانون انحصار تولید پول برای بانک مرکزی، برخی شرکت‌های خصوصی منتظر هستند که شاید بتوانند از طریق این مصوبه، رمزارز مورد نظر خود را به مرحله تولید برسانند. به گزارش ایسنا، ارزهای دیجیتال چند سالی می‌شود که در ایران شناخته شده‌اند، اما از سال گذشته ورود به عرصه تولید و استخراج این رمزارزها رواج بیشتری یافت؛ به طوری که آیین‌نامه‌ای نیز از سوی بانک مرکزی به صورت اولیه برای آنها منتشر شد.

اما این موضوع در حد همان آیین‌نامه باقی ماند، تا اینکه در ماه‌های اخیر توجه دولت و سایر نهادهای مسئول به استخراج این رمزارزها به ویژه بیت‌کوین جلب شد، چراکه واردات دستگاه‌های ماینر و استفاده از آنها برای کسب درآمد توسط مردم با افزایش چشمگیری روبه‌رو شد. با توجه به اینکه هنوز ساز و کار مشخصی برای صنعت ماینینگ وجود نداشت و این دستگاه‌ها برق بسیار زیادی را مصرف می‌کند و در عین حال برخی از افراد نیز از برق‌های صنعتی و کشاورزی برای استخراج بیت‌کوین استفاده می‌کردند، نهادهای مسئول به ماجرا ورود کرده و اقدام به توقیف تعدادی از این دستگاه‌ها کردند.

اما همین موضوع سبب شد تا دولت در این زمینه جدیت بیشتری به خرج دهد و آن‌طور که گفته می‌شود، سازوکار تولید رمزارز در کمیسیون اقتصادی دولت تصویب شده و به زودی در دولت مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

این موضوع را رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرده است، هرچند که در روزهای گذشته فرهاد دژپسند، وزیر اقتصاد نیز به این موضوع اشاره کرده و گفته بود که سازوکار استخراج رمزارزها در حال نهایی شدن است.

نگاهی به فراز و فرودهای نرخ تورم

تورم روی دور کُند یا تند؟

انجام داده است که جلوی رشد قیمت‌ها را بگیرد از جمله اختصاص ۱۴ میلیارد دلار، ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی برای تامین و عرضه کالاهای اساسی.

چرا آهنک رشد تورم کُند شد؟

هادی حق‌شناس، کارشناس اقتصادی درباره عواملی که منجر به کنترل تورم در یکی دو ماه گذشته شده است، گفت: مهم‌ترین عامل رشد نرخ تورم، تقاضا بیش از عرضه است و در شرایطی که قدرت خرید مردم افزایش می‌یابد یا نرخ نقدینگی بالا می‌رود شاهد افزایش تقاضا هستیم حال اگر عرضه به اندازه این تقاضا وجود نداشته باشد با رشد نرخ تورم مواجه می‌شویم.

وی افزود: در سمت دیگر معادله ممکن است به هر دلیلی قیمت تمام‌شده عرضه افزایش یابد که فشار ناشی از این افزایش هزینه‌ها هم می‌تواند عامل افزایش نرخ تورم شود. برای مثال یک بنگاه اقتصادی بدون اینکه به رشد بهره‌وری دست پیدا کند، هزینه‌های آن مانند دستمزد، مواد اولیه و ... افزایش یابد، در این صورت هم شاهد افزایش نرخ تورم خواهیم بود.

به گفته حق‌شناس طبیعی است وقتی صف تقاضا کاهش پیدا کند در شرایط ادامه عرضه، تورم کنترل می‌شود. یکی از راهکارهای دولت‌ها برای کنترل تورم هم کاهش صف تقاضا است، اما به طور کلی با افزایش قیمت عرضه صف تقاضا به خودی خود تا حدی کاهش می‌یابد.

وی با مقایسه دلایل افزایش نرخ تورم در دو دوره دولت نهم و دهم و دولت دوازدهم اظهار داشت: در دولت احمدی‌نژاد منشأ تورم، پول چند صد میلیارد تومانی فروسن نفت بود و پول پر قدرتی بود که صرف مسکن مهر شد و نقدینگی حدود ۸۰۰ هزار میلیارد تومان شد.

این کارشناس اقتصادی اظهار داشت: در سال‌های ۹۲ و ۹۶ میزان نقدینگی به یک میلیون و ۹۰۰ هزار میلیارد تومان رسید، اما این موضوع ناشی از معوقات بانکی بود بنابراین نقدینگی وجود داشت اما پولی نبود. نقدینگی از دو جز پول و شبه پول تشکیل می‌شود که شبهه پول به معنای پول مدت‌دار در بانک‌ها به اضافه دارایی

فرصت امروز؛ بانک مرکزی مکلف شده است تا ظرف مدت سه ماه، مقدمات تولید رمزارز در کشور را فراهم کند؛ این خبری بود که وزیر اقتصاد این هفته در نشست کمیسیون اقتصادی مجلس از آن سخن گفت. فرهاد دژپسند در این نشست که با موضوع بررسی رمزارزها برگزار شد، با اشاره به اینکه حدود دو سال است که بحث بلاکچین در دولت در حال بررسی است، گفت: شورای عالی مبارزه با پولشویی نیمه دوم سال ۹۶ فعالیت در حوزه ارز دیجیتال را ممنوع کرد و گمرکات مانع از ورود پردازشگرهای بلاکچین‌ها به کشور شدند، اما با توجه به اینکه ماینینگ ارز دیجیتال با پردازشگر برق تفاوت چندانی نداشت، عملاً این دستگاه‌ها وارد کشور شد.

وزیر اقتصاد با بیان اینکه براساس مصوبه کمیسیون اقتصادی دولت ماینینگ به عنوان یک صنعت شناخته شد، ادامه داد: براساس مصوبه این کمیسیون دولت پدیده ارز دیجیتال را به رسمیت می‌شناسد و برای واردات دستگاه‌های ماینینگ دیگر ممنوعیتی وجود نخواهد داشت. به گفته دژپسند، بانک مرکزی مکلف شده است ظرف سه ماه مقدمات تولید رمزارز در کشور را فراهم کند. همچنین مقرر شده تا سازمان استاندارد و وزارت نیرو در همکاری با یکدیگر استاندارد مورد نیاز برای واردات ماینینگ را تعیین کنند.

او با بیان اینکه یکی از مخاطرات رمزارزها این بوده که ممکن است ابزار پولشویی شود، گفت: مسئولیت بانک مرکزی، سازمان بورس و بخش‌های دیگر در حوزه ارز دیجیتال به آنها تفویض شده تا مانع بروز پولشویی از این طریق شوند و بر این اساس مقرر شده شورای عالی مبارزه با پولشویی نیز مسئول تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری‌های کلان در این حوزه شود. وزیر اقتصاد در پایان این نشست، از بررسی ساز و کار تولید رمزارزها در نشست هفته آتی هیات دولت خبر داد. در همین حال، رئیس کل بانک مرکزی نیز از تصویب سازوکار تولید ارز دیجیتال در کمیسیون اقتصادی

با اولین لرز اقتصاد در سال گذشته، تورم تب کرد و تمام بنه‌های دولت برای مهار تورم رسته شد. زمانی که دولت تدبیر و امید اداره کشور را از دولت قبل تحویل گرفت، نرخ تورم بیش از ۴۰ درصد بود و با کاهش توان خرید، مردم تحت فشار اقتصادی قرار داشتند. از این رو کاهش نرخ تورم و ثبات قیمت‌ها به مهم‌ترین مأموریت تیم اقتصادی روحانی تبدیل شد.

به گزارش ایرنا، اگر از انصاف به دور نباشیم دولت تدبیر در دوره اول به درستی و با اتخاذ سیاست صحیح بر مبنای منطق اقتصاد توانست نرخ تورم را از ۴۰ درصد به کمتر از ۱۰ درصد برساند و آرزوی تکریمی شدن تورم به تحقق پیوست.

اما از سال گذشته به چند دلیل شاهد رشد نرخ تورم بوده‌ایم. طبق آخرین گزارش‌های رسمی بانک مرکزی نرخ تورم نقطه به نقطه در خردادماه به ۵۰ درصد رسید و میانگین نرخ تورم هم چیزی کمتر از ۳۰ درصد است. یکی از مهم‌ترین دلایل افزایش نرخ تورم جهش نرخ ارز و رها شدن نقدینگی در بازار بود که بخشی از آن نشأت گرفته از تحریم و تنش‌هایی است که آمریکا در منطقه ایجاد کرده است. پس از گذشت بیش از یک سال نوسان قیمت و رشد شتابان نرخ تورم حالا مسئولان می‌گویند رشد نرخ تورم کنترل شده است و پیش‌بینی برخی از کارشناسان مبنی بر افزایش نرخ تورم تا ۵۰ درصد در سال جاری محقق نخواهد شد. طبق گزارش‌ها تورم کل کشور در اردیبهشت ماه سال جاری نسبت مدت مشابه سال گذشته به رقم بیش از ۵۲ درصد رسید و از شدت رشد تورم ماهانه در ماه گذشته نسبت به اولین ماه سال کاسته شد. تورم نقطه به نقطه کشور در اردیبهشت ماه امسال ۲۱٫۵ درصد بود اما آخرین آمارهای مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که نرخ تورم نقطه به نقطه در خردادماه به ۵۰٫۴ درصد رسیده است.

عده‌ای بر این باورند که علت و منشأ کنترل افزایش نرخ تورم، کاهش تقاضا در بازار به دلیل کاهش توان خرید مردم است و دولت در عمل اقدامات قابل توجهی برای کنترل نرخ تورم انجام نداده و رکود نقش اصلی را در توقف رشد نرخ تورم داشته است، اما در طرف دیگر برخی از کارشناسان می‌گویند دولت هم اقداماتی

نماگر بازار سهام



شاخص بورس ۱۷۷۸ واحد افت کرد

روند سینوسی در بورس تهران

برخلاف روز دوشنبه که شاخص بورس افزایشی و به قله تاریخی نزدیک شده بود، روز سه‌شنبه بیشتر سهم‌ها در بورس و فرابورس ایران با کاهش قیمت روبه‌رو شدند؛ به طوری که شاخص کل بورس ۱۷۷۸ و شاخص کل فرابورس ۴۰۷ واحد افت کرد. به گزارش ایسنا، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۱۷۷۸ واحد افت کرد و به رقم ۲۵۱ هزار و ۲۷۸ واحدی رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۸۲۹ واحد کاهش تا رقم ۵۹ هزار و ۵۳۹ پایین آمد. شاخص آزاد شناور با ۲۱۲۶ واحد افت رقم ۲۷۹ هزار و ۲۲ واحدی را تجربه کرد و شاخص بازار اول و دوم هر کدام به ترتیب ۱۳۶۵ و ۳۲۹۱ واحد افت کردند. پالایش نفت بندرعباس، ملی صنایع مس ایران و صنایع پتروشیمی خلیج فارس هر کدام به ترتیب ۲۱۴، ۱۴۹ و ۱۰۳ واحد تاثیر افزایشی روی شاخص‌های بازار داشتند، اما در طرف مقابل فولاد مبارکه اصفهان، معدنی و صنعتی گل گهر و فولاد خوزستان هر کدام به ترتیب ۱۹۵، ۱۳۲ و ۱۳۰ واحد تاثیر کاهشی روی شاخص‌های بازار داشتند. در این روز باز هم گروه محصولات شیمیایی با ارزش معاملات حدود ۱۳۸ میلیارد تومان بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و حجم معاملاتی به ۱۴۶ هزار و ۷۳۵ رسید. در این گروه بیشتر سهم‌ها با روند کاهشی قیمت روبه‌رو شدند. فلزات اساسی بعد از محصولات شیمیایی در دومین رتبه ارزش معاملات قرار گرفته‌اند به طوری که ۱۴۵ میلیون سهم به ارزش حدود ۷۴ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان مورد داد و ستد قرار گرفت. در این گروه نیز بیشتر سهم‌ها با روند کاهشی قیمت روبه‌رو شدند. کانه‌های فلزی، خودرو، زراعت و فرآورده‌های نفتی از دیگر گروه‌هایی بودند که به ترتیب ارزش معاملات بالایی را به خود اختصاص دادند. در بورس تهران ۷۵ نماد با روند افزایشی و ۲۴۱ نماد با روند کاهشی روبه‌رو شدند. در فرابورس نیز تعداد نمادهای مثبت به ۶۵ و تعداد نمادهای منفی به ۱۲۷ رسید. ارزش کل معاملات بورس تهران به رقم ۷۲۰ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۱۶ میلیارد سهم و اوراق مالی بود. آیفکس نیز ۴۰۷ واحد افت کرد و رقم ۳۲۷۰ واحدی را تجربه کرد. ارزش معاملات فرابورس ایران به عدد ۵۸۴ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات رقم ۸۲۰ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کرد. یک کارشناس بازار سرمایه درباره سمت و سوی این روزهای بورس تهران گفت: برای پیش‌بینی ادامه مسیر شاخص بورس و رشد آن باید منتظر اخبار جدید و مثبت سیاسی و اقتصادی تاثیرگذار بر این بازار بود، در غیر این صورت بازار حالت استراحت به خود می‌گیرد و با ریزش همراه می‌شود.

حمید میرمعینی در گفت‌وگو با ایرنا، به برگزاری مجامع شرکت‌های بورسی اشاره کرد و گفت: مجامع امسال به دلیل افزایش سودآوری که شرکت‌ها در سال ۹۷ به تبع افزایش نرخ دلار و تورم تجربه کردند به خوبی برگزار شد و طبق آمارهای ارائه‌شده رقمی حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان سود نقدی بین سهامداران توزیع شد.

نقش مهم بازار سرمایه در اقتصاد ملی

بورس به کمک توسعه صنعت زغال سنگ می‌آید

نیز با بیان اینکه طی دو سال گذشته و با تلاش انجمن صنفی زغال سنگ شاهد بهبود شرایط این صنعت بودیم، افزود: یکی از دغدغه‌های صنعت زغال سنگ کشف قیمت عادلانه است و بورس انرژی و نهاد ناظر بازار سرمایه کلید حل این دغدغه هستند.

وی ادامه داد: امروز شرایط برای شروع فصل جدید صنعت زغال سنگ با مکانیزم بورس مهیا است و ابزار تعیین قیمت عادلانه در بورس انرژی وجود دارد. خوشبختانه در سمت تقاضای زغال سنگ نیز ظرفیت‌های جدیدی در حال شکل‌گیری است.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با اشاره به اینکه باید نگاه ویژه به بازار سرمایه داشت، ابراز امیدواری کرد: با مکانیزم بورس شاهد توسعه صنعت زغال سنگ باشیم.



پورابراهیمی تصریح کرد: چنانچه قیمت‌ها شفاف شود، صنعت زغال سنگ در کشور رشد و توسعه می‌یابد. عرضه ۲۰ درصدی سهام شرکت‌های زغال سنگی در بازار سرمایه به معنای تامین مالی ۲۰ درصدی از این بازار و افزایش ظرفیت‌های تولید است.

بورس، بهترین موقعیت برای عرضه محصولات

محمد مجتهدزاده، رئیس انجمن زغال سنگ ایران نیز با تاکید بر اینکه هر کالایی که به بورس وارد شود بهترین موقعیت بازار را را تجربه می‌کند، گفت: البته زغال سنگ مشتری انحصاری دارد، بنابراین ممکن است شرایط آن با سایر کالاها متفاوت باشد.

مجتهدزاده ضمن اشاره به اینکه شفافیت، قیمت‌گذاری عادلانه، سرعت در تسویه و نظارت قانونی مهمترین ویژگی‌های بازار سرمایه است، افزود: ما تمایل داریم بازار زغال سنگ در بورس توسعه داشته باشد با این حال اکنون مشکل ما زمان تسویه است تا قیمت‌گذاری!

وی با اشاره به اینکه مصرف‌کنندگان عمده هم باید نسبت به خرید این محصول از بورس تشویق شوند، ابراز امیدواری کرد راه عرضه زغال سنگ در بورس هموارتر شود، زیرا بورس محل مناسبی برای تعیین قیمت این محصول استراتژیک است و همیشه نمی‌توان با چانه‌زنی، قیمت‌ها را

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه زغال سنگ از عناصر مهم ثروت ملی کشور است، گفت صنعت زغال سنگ ظرفیت چند هزار میلیارد تومانی دارد، اما سهم بازار سرمایه از این میزان منطقی نیست و ما کمک می‌کنیم مسیر توسعه این صنعت در بورس هموار شود.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، مدیران ارشد بازار سرمایه و محمدرضا پورابراهیمی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در آخرین روز تیرماه امسال با معدنکاران و تولیدکنندگان زغال سنگ دیدار و گفت‌وگو کردند.

محمدی در این دیدار که هدف از آن توسعه ظرفیت‌های صنعت زغال سنگ با کمک بازار سرمایه بود، با اشاره به اینکه توسعه بازارها در همه بورس‌ها از جمله بورس انرژی مورد حمایت نهاد ناظر است، گفت: مهمترین عناصر ثروت ملی ما (انرژی) همچون نفت خام، گاز طبیعی، برق و ... در بورس انرژی داد و ستد می‌شود و امروز این رکن بازار سرمایه نقش مهمی در اقتصاد ملی ایفا می‌کند.

رئیس سازمان بورس با اشاره به اینکه زغال سنگ از عناصر مهم ثروت ملی کشور است، افزود: صنعت زغال سنگ پتانسیل چند هزار میلیارد تومانی دارد، اما سهم بازار سرمایه از این میزان منطقی نیست و ما کمک می‌کنیم مسیر توسعه این صنعت در بورس هموار شود.

محمدی با بیان اینکه در ماده ۲ قانون بازار اوراق بهادار به بازاری شفاف، کارا و منصفانه تاکید شده و نهاد ناظر از این اصول تبعیت می‌کند، افزود: عرضه زغال سنگ در بورس قطعاً به کشف قیمت منصفانه منتهی می‌شود. دبیر شورای عالی بورس ادامه داد: برای پذیرش شرکت‌های فعال صنعت زغال سنگ در بورس انرژی هیچ محدودیت و مانعی وجود ندارد و هر جا نیز قانون یا رویه‌ای به اصلاح نیاز داشته باشد قطعاً در دستور کار نهاد ناظر قرار خواهد گرفت.

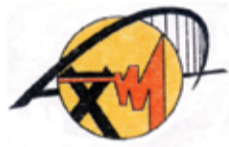
سخنگوی سازمان بورس تاکید کرد: توسعه بازار همه کالاهای قابل عرضه در بورس همواره مورد استقبال سازمان است و خوشبختانه زغال سنگ از شرایط خوبی برای حضور در خانواده بازار سرمایه برخوردار است و سابقه عرضه در بورس را دارد، بنابراین مسیر توسعه این صنعت در بازار سرمایه هموار است.

محمدی ابراز امیدواری کرد در آینده شاهد عرضه‌های مستمر زغال سنگ در بورس باشیم و ادامه داد: امیدوارم این بازار زنده شود و بورس انرژی مرجع قیمت‌گذاری زغال سنگ باشد.

دبیر شورای عالی بورس با بیان اینکه زغال سنگ یکی از صنایع مهم کشور به شمار می‌رود، افزود: صنعت زغال می‌تواند به یکی از مهمترین صنایع بورسی کشور تبدیل شود.

بازار سرمایه کلید رفع دغدغه قیمت‌گذاری است

محمدرضا پورابراهیمی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی



استانهای خوزستان و کبکوبه و بوی احمد

برق متعلق به همه افشار جامعه است از اسراف در مصرف آن پرهیز کنیم.

«آگهی مزایده عمومی فروش کالا شماره ۹۸/۱۰۱»

شماره مزایده در سامانه ستاد: ۱۰۹۸۰۰۱۲۶۲۰۰۰۰۰۱

- نام و نشانی مزایده گزار: شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان به نشانی اهواز ، امانیه، خیابان فلسطین ،صندوق پستی: ۱۳۷۲-۶۱۳۶۵، کد اقتصادی:۷۶۹۸-۷۱۶۷-۴۱۱۳-۲، تلفن: ۰۲-۳۳۳۶۹۰۱، دورنگار ۳۳۳۶۴۰۵ و آدرس وب سایت WWW.KZREC.CO.IR
- موضوع مزایده: فروش آهن آلات (نیشی و پلیت)، قرقره های فلزی در ابعاد مختلف(مازاد) ، سیم آلومینیوم با مغزی فولادی (اسقاط) و سیم فولادی (اسقاط).
- مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: پیشنهاد دهنده باید مبلغ مندرج در جدول آگهی را به عنوان سپرده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به یکی از روش های ذیل در وجه شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان تهیه و ارائه نماید: الف) ضمانت نامه بانکی معتبر (طبق نمونه موجود در پیوست شماره ۲ اسناد مزایده). ب) واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۱۲۲۰۰۶۳۷۷۲۶۴ و شبا شماره ۰۰۱۱۲۲۰۰۶۳۷۷۲۶۴ IR شناسه شماره ۰۰۱۱۲۲۰۰۶۳۷۷۲۶۴۰۰۱۱۲۴۲۰۴۰۹۴۷۲۲۸۵ بنام تمرکز وجوه سپرده بودجه شرکتهای دولتی- شرکت برق منطقه ای خوزستان، نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (قابل پرداخت در کلیه بانک ها).
- محل، زمان و مهلت دریافت اسناد مزایده: متقاضیان می توانند جهت دریافت اسناد مزایده با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت پس از پرداخت وجه شرکت در مزایده به مبلغ ۲۰۰۰۰۰ ریال به حساب شماره ۴۰۰۱۱۲۲۰۰۴۲۳۱۷۵ و شبا شماره ۰۰۱۱۲۲۰۰۴۲۳۱۷۵۰۰۱۱۲۲۰۰۴۲۳۱۷۵ IR شناسه شماره ۰۰۸۹۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۹۰۹ به نام تمرکز وجوه حق انشعاب و سایر در آمد های شرکت برق منطقه ای خوزستان نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (قابل پرداخت در کلیه بانک ها) و نیز دریافت اسناد از طریق سامانه، با در دست داشتن تأییدیه واریز وجه، جهت بازدید از کالاهای مورد مزایده از تاریخ ۱۳۹۸/۵/۱ لغایت ۱۳۹۸/۵/۸ در ساعات اداری (به جز ایام تعطیل) به نشانی اهواز ، بلوار گلستان، ساختمان پنج طبقه آب و برق خوزستان، طبقه اول، امور تدارکات شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان، اتاق شماره ۱۳۵، تلفن: ۳۳۳۶۹۲۴۴

ردیف	شرح کالا	تعداد / مقدار تقریبی	واحد کالا	وضعیت کالا	وجه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (به ریال)	محل نگهداری
۱	قرقره فلزی در سایزهای مختلف	۱۶۱	عدد	مستعمل وضایعات	۴۸/۳۰۰/۰۰۰	کیلومتر ۱۰ جاده اهواز- امیدیه
۲	آهن آلات (نیشی و پلیت)	۱۸۰/۰۰۰	کیلوگرم	مستعمل	۲۱۶/۰۰۰/۰۰۰	بعد از پلیس راه انبار ۴۶ TS
۳	سیم آلومینیوم با مغزی فولادی	۲۵۰/۰۰۰	کیلوگرم	مستعمل	۶۸۰/۵۰۰/۰۰۰	
۴	آهن آلات (نیشی های دفرمه، پلیت، لوله، تور و ورق فولادی)	۴۵/۰۰۰	کیلوگرم	ضایعات	۴۵/۰۰۰/۰۰۰	
۵	سیم فولادی (شیلد وایر)	۴۰/۰۰۰	کیلوگرم	مستعمل	۵۶/۰۰۰/۰۰۰	

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان

شناسه آگهی: ۵۴۲۱۴۰

اخبار



تکذیب دپوی گوشت قرمز در بنادر

مدیرعامل شرکت پشتیبانی امور دام گفت هیچ گوشتی در بنادر دپو نشده و گوشت موجود منتظر جواز ترخیص و طی مراحل اداری برای ارسال به استان‌های مختلف است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، حمید ورناصری در خصوص ادعای مطرح‌شده در زمینه ارز اختصاص‌یافته به واردات کالاهای اساسی، اظهار داشت: در این زمینه بحث رفع تعهدات ارزی مطرح است و با این موضوع که کالایی وارد نشده باشد، بسیار متفاوت است.

وی افزود: رفع تعهدات ارزی در ارتباط با شرکت‌های دولتی به این معنا است که کالا وارد بندر شده و تخلیه بار صورت گرفته، اما بنابر دلایلی مانند نقص در اسناد یا به دلایل گمرکی این کالا ترخیص نشده است.

مدیرعامل شرکت پشتیبانی امور دام کشور ادامه داد: از آنجایی که این کالاها هنوز ترخیص نشده برگ سبز گمرکی را بانک به آن کالا اختصاص نمی‌دهند، بنابراین با تسام ارزی که از بانک مرکزی دریافت شده کالا خریداری و به کشور وارد شده است و این کالاها منتظر تخلیه است؛ حتی مازاد بر ارز اختصاص‌یافته کالا وارد شده است.

وی تاکید کرد: پس تخلفی انجام نشده و تنها یک پروسه اداری است که باید طی شود و تا این پروسه طی نشده، کالا ترخیص نمی‌شود.

ورناصری درباره به ادعای مطرح‌شده در زمینه دپوی گوشت قرمز در بنادر و عدم اجازه ترخیص آن بیان کرد: هیچ گوشتی در بنادر دپو نشده و گوشت موجود منتظر جواز ترخیص و طی مراحل اداری برای ارسال به استان‌های مختلف است که این کار در حال انجام است و مراحل آن به‌زودی نهایی خواهد شد.

به گفته وی، گوشت قرمز از کالاهایی است که پیش از این ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت می‌کرد، اما در سال جدید باید واردکنندگان مابه‌التفاوت آن با ارز نیمایی را پرداخت کنند تا اجازه ترخیص داده شود.

مدیرعامل شرکت پشتیبانی امور دام کشور در پایان تصریح کرد: البته گوشتی که به ارز ۴۲۰۰ تومانی توسط واردکنندگان سفارش داده شده باید مابه‌التفاوت آن با ارز نیمایی پرداخت شود تا بتوانند از گمرک ترخیص کنند و به بازار برسانند.

وعده کاهش قیمت سیب‌زمینی محقق نشد

درحالی که مدیرعامل سازمان تعاون روستایی وعده کاهش قیمت سیب‌زمینی در آینده نزدیک را داده بود اما قیمت این محصول با وجود کاهش هزار تا ۲ هزار تومانی کماکان گران است و به قیمت واقعی خود نرسیده است.

به گزارش تسنیم قیمت سیب‌زمینی که در هفته‌های گذشته یکباره به ۸ تا ۹ هزار تومان افزایش یافت، اکنون با کاهش قیمت حدود هزار تومانی در میدان مرکزی در خرده‌فروشی نیز کاهشی متناسب داشته است اما کماکان هر کیلوگرم از این محصول حدود ۶ تا ۷هزار تومان به فروش می‌رسد.

قیمت این محصول قبل از افزایش حدود ۲ تا ۳ هزار تومان بود اما با چششی ناگهانی به ۸ تا ۹ هزار تومان رسید. حسین شیرزاد، معاون وزیر جهاد کشاورزی اما در نشست خبری که در ۱۰ تیرماه سال جاری داشت اعلام کرده بود قیمت سیب‌زمینی یک تا دو هفته آینده کاهش می‌یابد و به مشکلات نظام توزیع و عدم همکاری میادین میوه و تره‌بار اشاره کرد بود. وی اظهار داشت که خط اعتباری برای جمع‌آوری سیب‌زمینی و عرضه مستقیم آن به مصرف‌کننده در نظر گرفته شده و قیمت این محصول تا هفته آینده کاهش می‌یابد.

بر این اساس، وعده معاون وزیر کشاورزی محقق نشد و این محصول همچنان با قیمت بالایی و خارج از نرخ واقعی خود به فروش می‌رسد. درحالی که سیب‌زمینی در فصل برداشت که همواره کمترین قیمت را دارد اما امسال به قیمت‌های ۶ تا ۱۰ هزار تومان به دست مصرف‌کننده داخلی رسید. دلیل اصلی افزایش قیمت سیب‌زمینی صادرات محصول به خارج از کشور و حتی صادرات غیرمستقیم آن در غالب محصولات مانند چیپس عنوان شده است.

اطلاعات ۳.۶ میلیون قلم کالا در مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ثبت شد

مدیرعامل مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران گفت پایگاه داده‌ای با اطلاعات بیش از ۳.۶ میلیون قلم کالا در این مرکز شکل گرفته است.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، ملکسی با اشاره به اینکه بانک اطلاعاتی این مرکز مطابق با ابلاغیه ریاست‌جمهوری، به‌عنوان یکی از ۱۲ بانک اطلاعاتی مرجع کشور و تنها بانک مرجع کشور در حوزه کالا و خدمات شناسایی شده است، اظهار داشت: این مرکز با تکیه بر پتانسیل‌ها و توانمندی‌های خود تاکنون توانسته نقش و جایگاه مهمی در زمینه ایجاد زبان مشترک بین اجزای مختلف زنجیره تأمین و کسب‌وکار ایفا کند. ملکلی افزود: مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران توانسته پروژه‌های مهمی در زمینه مدیریت و شناسایی اطلاعات کالاها و خدمات را به پایان برساند. هر یک از این پروژه‌ها براساس ضرورت و تقاضای بخشی از صنعت؛ تدوین، طرح‌ریزی و توسعه یافته‌اند.

اعتبار این مرکز وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی که در سال ۷۴ تأسیس شد، در سطح بین‌المللی با دریافت نمایندگی انحصاری سازمان GS1 جهانی با تخصیص پیش‌شماره ۶۲۶ به ایران برای شناسه‌دار کردن کالاها افزایش یافت و مرکز صاحب کرسی رأی در مجامع بین‌المللی شد و در حال حاضر، ارتباط حرفه‌ای با دفتر مرکزی GS1 مستقر در بروکسل بلژیک و همچنین ارتباط با سایر سازمان‌های عضو در بیش از ۱۱۵ کشور جهان وجود دارد و مرکز GS1 ایران نامی شناخته‌شده در جهان محسوب می‌شود.

دبیر انجمن واردکنندگان برنج گفت بنابر آمار میزان واردات برنج در چهار ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰درصد رشد داشته است.

مسیح کشاورز در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اختلاف آمار واردات برنج میان وزارت جهاد کشاورزی با بخش خصوصی اظهار داشت: بنابر آمار گمرک تا نیمه خرداد ۷۱۰ هزار تن برنج وارد شده، اما وزارت جهاد کشاورزی می‌گوید ۷۴۰ هزار تن برنج وارد شده است.

وی افزود: بنا بر آمار تا پایان خرداد، میزان واردات نسبت به مدت مشابه سال قبل تنها ۳۰ هزار تن اختلاف دارد، در حالی که مسئولان وزارت جهاد کشاورزی ادعان می‌کنند واردات ۷۰درصد رشد داشته است.

رشد ۱۰درصدی واردات برنج در سال ۹۸

۱۰۰ هزار تن برنج معطل تخصیص ارز در گمرکات



به گفته کشاورز، با مقایسه آمار چهار ماهه واردات نسبت به مدت مشابه سال قبل کمتر از ۱۰درصد رشد داشته‌ایم.

دبیر انجمن واردکنندگان برنج با انتقاد از امتناع وزارت جهاد کشاورزی نسبت به ثبت سفارش برنج بیان کرد: با توجه به اختلاف آمار واردات، وزارت جهاد کشاورزی دیگر ثبت سفارش برنج را انجام نمی‌دهد.

وی با اشاره به اینکه ۱۰۰ هزار تن برنج در بنادر منتظر تخصیص ارز است، گفت: با افزایش مصرف برنج خارجی ناشی از نوسان نرخ برنج ایرانی در ماه‌های آتی دچار کمبود خواهیم شد که امیدواریم هرچه سریع‌تر تمهیداتی برای این موضوع اندیشیده شود.

دبیر انجمن واردکنندگان برنج با اشاره به اینکه قیمت برنج خارجی از ثبات نسبی در بازار برخوردار است، بیان کرد: با توجه به تخصیص ارز

صادرات آبنبات با ارز دولتی، سودجویی به نام مردم است

مواد اولیه مورد نیازشان، بتواند با قیمت منطقی و عادلانه تولیدشان را صادر کند.

تولیدکنندگان شیرینی و شکلات هم شکر دولتی گرفتند!

داناتی با اشاره به ادعای انجمن شیرینی و شکلات مبنی بر اینکه کمبود شکر خود را از بازار آزاد تهیه کردیم، گفت: به هیچ‌وجه این ادعا صحت ندارد و شرکت بازرگانی و صنایع قند و شکر، شکر موردنیاز تولیدکنندگان شیرینی و شکلات تأمین کردند و لیست آنها در شرکت بازرگانی دولتی ایرانی به صورت شفاف وجود دارد و همه این معاملات با نرخ مصوب بوده است. البته این اتفاق هم برای صنغ و صنعتی که محصولاتش صادر می‌شود، نباید بیفتد.

وی اظهار داشت: در شرایط کنونی صادرکنندگان آبنبات که از ارز دولتی شکر استفاده کردند باید مابه‌التفاوت آن را تا ارز آزاد، به دولت بازگردانند و از این پس برای تولید کالاهای صادراتی، راهکاری همچون اجازه ورود موقت با نرخ آزاد اندیشیده شود.

توزیع ۲۸ میلیون و ۸۰۰ کیلو نهاده دامی در بین کشاورزان

واکسیناسیون، حداقل بالغ بر ۷۵ میلیارد ریال برای گاو‌داری‌های صنعتی بوده ضمن آنکه در این ارتباط، بخش قابل توجهی از واکسن تولیدی مؤسسه رازی جهت ۷۰ میلیون رأس گوسفند و بز به صورت رایگان تأمین شده که ارزش افزوده حاصل از آن با احتساب جلوگیری از تلفات سرانه حداقل ۵۰۰ گرم گوشت، بیش از ۷ میلیارد ریال برآورد می‌شود.

به گفته وی، خوشبختانه با تأمین واکسن تب سه روزه از کشور زاین با همکاری سازمان دامپزشکی کشور، این بیماری در تمامی ۱۴ استان هدف، مهار شده است.

مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی در پایان درباره هویت‌دار کردن دام‌های دامداران تحت پوشش شبکه تعاونی‌های دامداران ایران گفت: براساس تفاهم‌نامه منعقد به مرکز اصلاح نژاد دام کشور با سازماندهی اتحادیه مرکزی و از طریق اتحادیه‌های استانی در تعاونی‌های شهرستانی، امسال بیش از ۵۰۰ هزار پلاک گوشت گاوی، گاو میش، گوسفند و بز پلاک‌گذاری شده و پیش‌بینی می‌شود در صورت تأمین پلاک موردنیاز، این رقم به حداقل ۴۰ میلیون مورد افزایش یابد.

رشد ۱۰درصدی واردات برنج در سال ۹۸

اخبار

تقاضای بالای مردم باعث گرانی خودرو شد

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان اتومبیل مشهد خوشبختانه در این چند روز گذشته شاهد یک روند رو به پایین قیمتی بودیم که روز به روز هم در حال کم و کمتر شدن است و من امیدوارم در روزهای آینده به یک ثبات قیمتی خوبی برسیم. به گزارش قدس آنلاین، تب تند قیمت اتومبیل و خرید مردم چند روزی است که به دلیل افت شدید قیمت‌ها کاهش پیدا کرده است؛ قیمت‌هایی که به قول رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان اتومبیل مشهد بعد از یک دوره نامتعارف این روزها حرکتی معقول‌تر پیدا کرده است.

در همین رابطه حمیدرضا حیدری رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان اتومبیل مشهد گفت: افزایش قیمت اتومبیل از ابتدای امسال طی دو مرحله به اوج خودش رسید به شکلی که این افزایش قیمتی نامتعارف و بی‌دلیل به یک رشد ۴۵ درصدی رسید و دقیقا به دلیل اینکه این گرانی‌ها در آن زمان هیچ مبنایی نداشت و چیزی جز تبلیغات کاذب برخی سایت‌های اینترنتی نبود امروز دچار رکود شده به این افت قیمتی رسیده است.

وی افزود: در واقع عامل دیگری که باعث گرانی قیمت اتومبیل در چند ماه گذشته شد تقاضای بالای خرید از سمت مردم بود که به این قضیه دامن زد و چون قطعه‌سازان قطعات لازم را به‌موقع تولید نمی‌کردند و تحویل کارخانه‌های خودروسازی نمی‌دادند بالطبع خودروسازان هم نمی‌توانستند به‌موقع به تعهدات خود عمل کنند و ماشین‌ها را تحویل مصرف‌کنندگان دهند و همه اینها دست به دست هم داد تا بازاری آشفته را در این مدت برای خودرو رقم بخورد که البته با توجه به فروکش کردن تب تند تقاضا خوشبختانه این روزها بازار آرامی را در این حوزه تجربه می‌کنیم. حیدری اضافه کرد: دقیقا به همین دلایل ما این روزها با یک افت ۲۵ درصدی در قیمت اتومبیل مواجه هستیم و ظاهرا این روزها خودرو از یک کالای سرمایه‌ای به یک کالای مصرفی تبدیل شده و مردم دیگر پول خود را در بازار خودرو سرمایه‌گذاری نمی‌کنند که همانطور که گفتیم اگر این روند ادامه پیدا کند، می‌توانیم امیدوار باشیم که این ثبات بازار و قیمت‌ها ماندگار شود و در واقع می‌توانم بگویم همین قضیه باعث شده که فعلا کسی تمایلی به خرید خودرو نداشته باشد.

حیدری ادامه داد: از آنجایی که در یک تاپمی سود بانکی کم شد کارخانه‌های سازنده خودرو از این موقعیت سوءاستفاده کردند و سرمایه‌های مردم را با دادن سودهای کلان به سمت خودروسازی به عنوان مشارکت یا دادن سود سرمایه جذب کردند و در نهایت به آنها خودرو می‌دادند که همین قضیه خود در گرانی بازار بی‌تأثیر نبود. الان چون تقاضای مردم کم شده و بازار رکود پیدا کرد است کسانی که مجبور شدند ماشین‌ها را انبار کنند الان دیگر وارد بازار کرده‌اند و زمانی که ماشین در بازار زیاد شود قیمت‌ها شکسته می‌شود و شما می‌توانید با قیمت‌های خیلی پایین‌تر از قبل اتومبیل دلخواه‌تان را تهیه کنید.

تردد خودروهای معیوب در خیابان‌ها به دلیل گرانی لوازم یدکی

به گفته رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودرو تهران، با افزایش چند برابری و بی‌رویه لوازم یدکی از ابتدای امسال مردم کمتر به تعمیرگاه‌ها مراجعه می‌کنند و بسیاری از خودروها با وجود معیوب بودن در خیابان‌ها و جاده‌ها در حال تردد هستند. علیرضا نیک‌آیین در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اعلام کرد: مراجعه دارندگان خودروها به تعمیرگاه تا ۳۵ درصد کاهش داشته است از دلایل آن می‌توان به گران شدن بیش از توان قطعات یدکی اشاره کرد. از ابتدای سال ۹۸ که قیمت خودروها به طور چشمگیری افزایش یافت به همان نسبت هم در قطعات و لوازم یدکی نیز شاهد جهش قیمتی بودیم.

وی اذعان داشت: امروز این جهش قیمت در لوازم یدکی باعث شده است که مردم کمتر به تعمیرگاه‌ها مراجعه کنند در صورتی که خرابی‌ها در خودرو موجود است و این بسیار می‌تواند خطرناک باشد، به خصوص اگر خرابی در بخش موتور و تعلیق و فرمان باشد. متأسفانه دارندگان خودرو به دلیل مشکلات مالی به این موضوع توجهی ندارند، چراکه در صورت مراجعه به تعمیرگاه‌ها می‌بایست مبلغ زیادی بابت تامین و خرید قطعات یدکی بپردازند که واقعا هم در شرایط موجود قادر به پرداخت چنین هزینه‌هایی نیستند. نیک‌آیین افزود: پس از آنکه در ابتدای سال به یک باره قیمت روغن ۷۰ درصد افزایش یافت سرویس و نگهداری خودروها متوقف شد و مراجعه‌ها کاهش یافت. به طوری که اگر حداکثر میزان کارکرد یک نوع روغن ۴۰۰۰ کیلومتر برای موتور خودرو است امروز دیده شده همان روغن تا ۸۰۰۰ کیلومتر هم مورد استفاده قرار می‌گیرد.

رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودروی تهران تصریح کرد: همانطور که به دلیل افزایش شدید هزینه درمان، تعداد مراجعان به پزشک بسیار کم شده است. در حال حاضر شاهد تردد تعداد زیادی خودروی معیوب در شهر هستیم که در اثر هزینه‌های بالای تعمیرات و تامین قیمت لوازم یدکی قادر نیستند به تعمیرگاه مراجعه کنند. این در حالی است که در درمان ممکن است مردم در صورت ضرورت حتی فرش زیر پای خود را بفروشند ولی برای تعمیر خودرو این اجبار نیز وجود ندارد.



امضای این قراردادها برای افزایش عمق داخلی‌سازی، برگزار خواهد شد. بی‌تردید این اتفاق نیز در راستای همان نگاه دستوری اتفاق افتاده و وزارت صمت به‌عنوان سیاست‌گذار کلان به شرکت‌های خودروساز دستور داده تا مسیر تامین بخشی از قطعات موردنیاز خود را تغییر داده و به جای تامین از شرکت‌های خارجی و مسیر واردات، قطعات خود را از مسیر داخلی و قطعه‌سازان وطنی تامین کنند. به اعتقاد بسیاری از کارشناسان چنانچه این موضوع راهکار مناسبی از لحاظ صرفه‌جویی در هزینه‌ها و همچنین صرفه‌جویی ارزی محسوب می‌شود، به‌طور حتم بیشتر شرکت‌های خودروساز خود به تکاپو می‌افتانند و این مسیر را جایگزین واردات می‌کنند. با توجه به این مساله که سیاست‌های پیشین دستوری در بخش‌هایی مانند قیمت‌گذاری، نتوانسته وضعیت شرکت‌های خودروساز را بهبود بخشد و تنها نتیجه آن ثبت زیان‌های سنگین در صورت‌های مالی این شرکت‌ها بوده است حال این سوال مطرح می‌شود که آیا سیاست‌های دستوری در بخش استفاده از توان داخلی برای تولید قطعات می‌تواند کمک حال خودروسازان در گذر از پیچ تحریم‌ها باشد یا اینکه این اقدام وزارتخانه تنها باری روی دوش خودروسازان بوده و نمی‌تواند اهداف تعریف‌شده را محقق کند؟

اوج‌گیری تحریم‌های صنعت خودرو موضوع داخلی‌سازی به بسیاری از خودروسازان دیکته شد. در آن زمان شاهد بودیم که صنعت خودرو مشابه این تحریم‌ها را تجربه کرد و در آن سال‌ها نیز علاوه بر خروج برخی شرکای خارجی از صنعت خودروی کشور و کاهش تیراژ، تامین مواد اولیه مورد استفاده در خطوط تولید قطعه‌سازان با مشکل همراه بود. در شرایطی که چالش پیش آمده در هر دو دوره تحریم عواقب یکسانی - که همان کاهش تیراژ تولید است- برای شرکت‌های خودروساز داشته اما برای برون‌رفت از این چالش مشترک راه‌حل‌های مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. راه‌حلی‌هایی که در دور اول تحریم‌ها چندان نتوانست وضعیت تولید را در خطوط تولید خودروسازان بهبود ببخشد. حال در دور جدید تحریم‌ها مسئولان وزارت صمت به‌دنبال آن هستند تا به کمک اهرم داخلی‌سازی، سنگ تحریم‌ها را از پیش پای خودروسازان برانند.

توجه به این راهکار شکل عملی هم به خود گرفته، به‌طوری که در ابتدای هفته جاری شاهد امضای ۷۴۰ میلیارد تومانی قرارداد میان شرکت‌های تامین‌کننده دو خودروساز بزرگ کشور و قطعه‌سازان بودیم. طبق گفته مسئولان وزارت صمت این حجم از قراردادهای منعقدشده گام اول است و تا پایان سال پنج مرحله دیگر از

سیاست‌های دستوری با در نظر گرفتن اهدافی همچون ارتقای صنعت خودرو، پی‌درپی از سوی مسئولان صنعتی کشور صادر می‌شوند بدون اینکه تبعات فاجعه‌بار آنها مورد بررسی قرار بگیرد؛ سیاست‌هایی که بدون در نظر گرفتن منافع بنگاه‌ها به‌طور مقطعی و با صرف هزینه زیاد تحمیل می‌شوند.

به گزارش پدال نیوز، آنتور که مشخص است کاهش هزینه تولید، هدف نهایی تمامی شرکت‌های خودروساز مطرح دنیا است؛ این در شرایطی است که تحمیل هزینه به خودروسازی ایران روالی عادی برای بسیاری از دولت‌ها شده است. از اجبار خودروسازان برای احداث سایت‌های تولیدی در کشورهای مختلف از ونزوئلا گرفته تا قیمت‌گذاری دستوری و تشویق به پیش‌فروش خودرو برای تامین نقدینگی. هرچند دو خودروساز بزرگ کشور به‌دلیل دولتی بودن مجبور به اجرای سیاست‌های دستوری هستند، اما آنتور که مشخص است در اجرای این سیاست‌ها همیشه منافع بنگاه نادیده گرفته شده است.

این روزها نیز موضوع داخلی‌سازی در صنعت خودرو به‌عنوان یکی از راهکارهای برون‌رفت از مشکلات فعلی مورد توجه سیاست‌گذاران این صنعت قرار گرفته است. این مساله در شرایطی است که در سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ نیز هم‌زمان با

گذر از گلوگاه صنعت خودرو با خوداتکایی

اجرای بومی‌سازی قطعات خودرو نیازمند برنامه‌ریزی و نقشه راه

کرده است بومی‌سازی قطعات خودرو یکی از شاخصه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی و رونق تولید در کشور است.

نماینده تهران در مجلس شورای اسلامی می‌گوید همه دستگاه‌ها و سازمان‌ها باید از برنامه بومی‌سازی قطعات حمایت کرده و سازوکار لازم برای اجرای آن را فراهم کنند. اکثر مسئولان در بازدید از این نمایشگاه به حمایت از بومی‌سازی و فراهم کردن ساز و کار اجرای این طرح اشاره کرده و آن را لازمه داخلی‌سازی صنعت خودرو دانستند.

در همین رابطه امیرحسین کااکایی کارشناس صنعت خودرو می‌گوید: «در شرایط فعلی دولت باید برنامه دقیقی در زمینه رفع مشکلات تولید با نگاه به دانش فنی و فناوری‌های به روز داشته باشد.»

کااکایی خاطر نشان می‌کند: «وضعیت اکنون با توجه به چشم‌انداز سیاسی و اقتصادی به نظر نمی‌رسد در دو سه سال آینده بهبود یابد، بنابراین راه درست این است که باید روی توانمندی‌های داخلی‌مان سرمایه‌گذاری کنیم و در کنار آن در ضعف‌هایی که به این زودی نمی‌توانیم آنها را بپوشانیم بحث واردات را

سال گذشته صنعت خودروی کشور با اعمال تحریم‌های بین‌المللی و خارج شدن آمریکا از برجام دچار چالش‌های بسیاری شد. هرچند تلاش شده است تا همانند دوره پیشین تحریم‌ها، صنعت خودرو بتواند از پیچ تند تحریم‌ها گذر کند. در این راه تلاش برای داخلی‌سازی قطعات و تولید خودروها بدون نیاز به حضور خارجی‌ها ادامه دارد و خودروسازان نیز در تلاشند تا این امر را بیش از پیش عملی کنند.

به گزارش پدال نیوز، در همین راستا حضور مجموعه‌های خودرویی در نمایشگاه فرصت‌های ساخت داخل و رونق تولید نیز در چند روز گذشته مورد توجه مردم و مسئولان واقع شد.

حسینعلی امیری معاون پارلمانی رئیس‌جمهور نیز در بازدید از این نمایشگاه عنوان کرده است: عزم لازم در مدیران صنعت خودرو و قطعه‌سازی برای رونق بخشی به تولید داخل ایجاد شده و باید برای اجرای عملیاتی آن برنامه‌ریزی شود.

سیدفرید موسوی نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی نیز بیان

چقدر می‌توان در داخلی‌سازی قطعات پیش رفت؟

راه خودروساز شدن ایران چیست؟

در این زمینه بسته شد. اگر همین روند ادامه پیدا کند می‌توانیم تا ۹۰ درصد در زمینه داخلی‌سازی قطعات خودرو پیشرفت کنیم.

وی ادامه داد: دو شرط برای داخلی‌سازی باید وجود داشته باشد که یکی از آنها به این مربوط می‌شود که کمک مادی انجام شود. مورد دوم نیز این است که اگر داخلی‌سازی صورت گرفت و در صورتی که مشکلات تحریم‌ها در آینده برطرف شد دوباره سراغ واردات چنین قطعاتی نرویم. در حقیقت ضمانتی باید وجود داشته باشد که بعد از تحریم‌ها به سمت محصولات صادراتی سوق داده نشویم. تا آنجایی که می‌توانیم باید داخلی‌سازی کنیم و آن بخشی نیز که مقرون به صرفه برای ساخت نیست باید از سایر کشورها وارد کنیم. هرچه درصد داخلی‌سازی بالاتر و میزان واردات کمتر باشد کسی به فکر تحریم‌ها نمی‌افتد. نجفی‌منش

در رابطه با وضعیت خودروهای کف پارکینگ خودروسازان گفت: حدودا بین ۱۶۰ الی ۱۸۰ هزار خودرو کف پارکینگ خودروسازان قرار دارد که البته این آمار به صورت روزانه تغییر پیدا می‌کند. در شرکت سایپا حدود ۸۰ هزار و در ایران خودرو حدود ۱۰۰ هزار خودرو وجود دارد. دلیل عمده این قضیه کمبود نقدینگی است و تمامی این مشکلات را از قبل پیش‌بینی کرده بودیم. قرار بود بهمن ماه ۱۱ هزار میلیارد تومان وام به خودروسازان بابت مطالبات قطعه‌سازان پرداخت شود. رقم ۴ هزار میلیارد تومان به صورت ریالی پرداخت شد و گفته شد که بخشی از آن نیز به صورت ۸۴۴ میلیون یورو پرداخت خواهد شد، اما هنوز هیچ اتفاقی در این زمینه صورت نگرفته است و پیش‌بینی کردیم اگر این روند ادامه پیدا کند صنعت خودرو دچار مشکل و بحران می‌شود.

همکاری خودروسازان و شرکتهای دانش‌بنیان راهکار حمایت از تولید

منوچهر منطقی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری با اشاره به جوانان ایده‌پرداز است، اظهار داشت توجه به بحث حمل و نقل و رونق دادن به تولیدات ملی از جمله نکات حائز اهمیت است که باید به آن توجه داشته باشیم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی ادامه داد: توانمندی قطعه‌سازان داخلی و خودروسازان ایرانی بالا است، اما خودروسازان و شرکتهای دانش‌بنیان باید با یکدیگر همکاری داشته باشند.

منطقی با بیان اینکه هوشمندسازی یکی از نیازهای صنعت خودروسازی است، گفت: هوشمندسازی همراه با تعامل میان نهادهای مرتبط با حمل و نقل، استراتژیک‌ها و شرکتهای خدماتی امکان‌پذیر است.



دریچه

۱۰ اقدام ساده که به افزایش تاثیر مدیران در شرکت منجر خواهد شد

به قلم: جان رهپتون کارفرین و نویسنده حوزه کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

بدون تردید مدیران کلیدی‌ترین افراد در شرکت محسوب می‌شوند. به همین خاطر نیز ضروری است تا حضوری کاملا موثر را داشته باشند، با این حال تصور بسیاری از مدیران این است که برای رسیدن به این هدف، مجبور به انجام اقدامات بزرگ و دشواری هستند. همین امر نیز به سد ذهنی در برابر آنها تبدیل می‌شود. برای جلوگیری از این اتفاق، در ادامه به بررسی ۱۰ اقدامی خواهیم پرداخت که به سادگی به افزایش تاثیر مدیران در شرکت منجر خواهد شد.

۱- به تیم خود گوش دهید

کارمندان شما مهم‌ترین دارایی شرکت محسوب می‌شوند. در واقع شما با کمک آنها اهداف خود را پیاده ساخته و در مسیر پیشرفت گام برمی‌دارید. به همین خاطر نیز شایسته است تا توجه کافی را به آنها داشته باشید. در این رابطه این امر که تمامی افراد بتوانند با خیالی آسوده، نظرات و گفته‌های خود را بیان کنند، بالاترین حد محسوب خواهد شد. در این رابطه امروزه بسیاری از برندها از کارمندان خود به عنوان مشاور استفاده کرده و با این اقدام، به بهبود تصمیمات خود کمک می‌کنند، با این حال این امر صرفا برای بهبود در روند تصمیم‌گیری‌ها نیست. توجه داشته باشید که این امر ممکن است بیش از حد زمان‌بر باشد. در این رابطه توصیه می‌شود تا از پیام‌سان‌ها استفاده کنید. همچنین این امر که برای تیم خود یک گروه نیز داشته باشید، باعث خواهد شد تا به خوبی در جریان تمامی امور قرار گرفته و به شناخت بیشتری از کارمندان خود دست پیدا کنید. در واقع شما نباید مهم‌صحت شدن و حتی گفت‌وگوی صمیمانه با کارمندان خود را نوعی ضعف و خدشه به شخصیت خود تلقی کنید. این تفکرات نادرست تنها باعث خواهد شد تا در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، بالاترین حد پیشرفت را نداشته باشید.

۲- کمبود وقت را به بهانه‌ای برای خود تبدیل نکنید

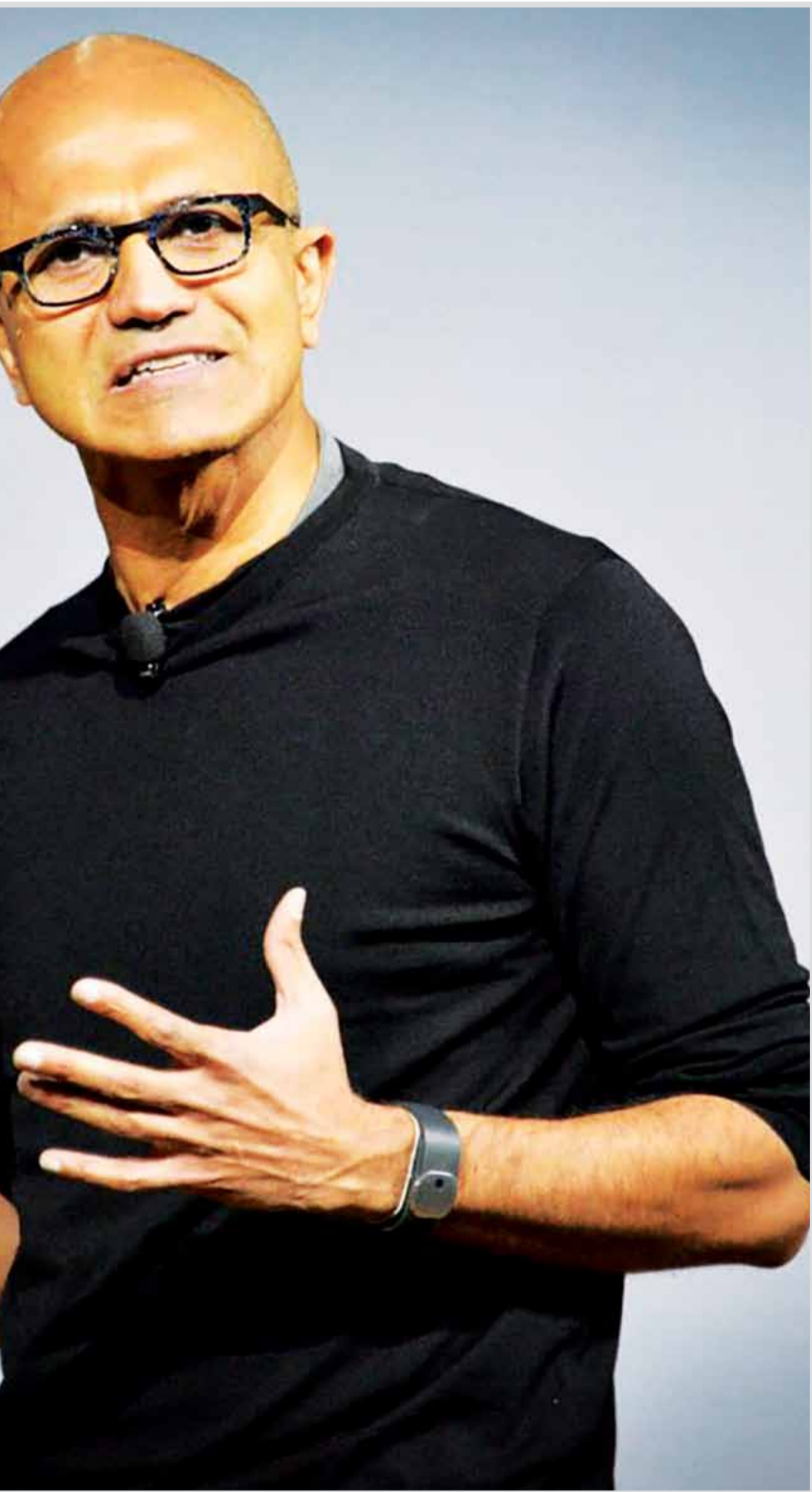
این امر که مدیران همواره در مواجهه با کارمندان خود کمبود وقت خود را متذکر می‌شوند، از جمله اشتباه‌ترین سیاست‌ها است. اگرچه هیچ تردیدی وجود ندارد که مدیران به علت حساسیت کار خود، از حجم کاری بالایی برخوردار هستند، با این حال عدم رسیدگی و توجه شما خود زمینه‌ساز بروز مشکلات بزرگ در آینده خواهد شد. به همین خاطر نیز لازم است تا همواره برای کارمندان خود استثنا قائل شوید، با این حال این امر به معنای برهم زدن مداوم برنامه کاری نبوده و تنها به پنج دقیقه زمان اولیه اطلاق می‌شود. شما پس از آن باید بسنجید که درخواست کارمند شما تا چه حد وقت‌گیر خواهد بود. سپس لازم است تا زمانی را برای آن مشخص کنید تا به صورت کامل به آن رسیدگی شود.

۳- مشاورانی برای خود داشته باشید

این امر که با سایر مدیران ارتباط خوبی را برقرار کرده و از مشورت‌های آنها استفاده کنید، از دیگر اقداماتی است که به افزایش تاثیر شما در شرکت منجر خواهد شد. بدون شک هر مدیری تجربیات مثبتی دارد که استفاده از آن شما را به سطحی خواهد رساند که ممکن است اگر بخواهید خودتان به آن مرحله برسید، چندین سال به طول بینجامد. در نهایت این امر که خاطر‌نویسی داشته باشید، از این نوشته‌ها می‌توانید برای کمک متقابل به دیگران استفاده کنید. در واقع شما بدون در اختیار داشتن یک جانشین که بتواند اوضاع را در نبود شما اداره کند، کار بسیار دشواری را خواهید داشت. به همین خاطر نیز ضروری است تا برنامه‌ای در این زمینه داشته باشید تا در صورت نبود شما نیز کمبودی حس نشود.

۴- حمایت خود را به خارج از محیط شرکت نیز انتقال دهید

این امر که از تیم مدرسه فرزند چند تن از کارمندان خود حمایت کرده و اسپانسر مالی آنها باشید، نه تنها توجه شما را نشان خواهد داد، بلکه فرصت ایده‌آل تبلیغاتی را نیز به همراه دارد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا در هر اقدام خود، به دنبال تحقق چندین هدف باشید. بدون شک این امر که تاثیرگذاری شما بر کارمندان



ورود محصولات دانش‌بنیان به بازار با ثبت اختراع شتاب می‌گیرد

می‌کند. همین اقدام کمک بسیاری برای مخترعانی است که شاید از نحوه ثبت اختراع آن هم در دفاتر خارج از کشور بی‌اطلاع هستند. البته کانون تنها به این فعالیت بسنده نکرده است و برای رشد و ترویج فرهنگ ثبت اختراع با ۵۶ دفتر در مراکز علمی و تحقیقاتی همکاری می‌کند تا شاهد رشد



به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با این محصولات کیفیت زندگی‌ها ارتقا داده شد و رفاه به زندگی‌ها آمد. یک خلاقیت، نوآوری و زدن یک جرعه در ذهن پایه و اساس شکل‌گیری و تولید این محصولات است. اما این محصولات برای رسیدن به دست مصرف‌کنندگان مسیری را طی می‌کنند و برای طی کردن آن باید از پیش‌نیازهای آن آگاهی داشت. ثبت اختراع یکی از آنها است.

در این راستا کانون پتنت معاونت علمی و

فناوری ریاست جمهوری برای حفاظت بیشتر از ایده‌ها، حمایت از ثبت اختراع محققان و پژوهشگران کشور در دفاتر معتبر خارج از کشور را انجام می‌دهد و در این زمینه حمایت ۹۰ درصدی از ثبت بین‌المللی اختراعات

به مدد «زیست‌بوم نوآوری» کارآفرینی دانشگاهی‌ها افتخار آفرین شده است

وی بر ضرورت از میان رفتن مرزهای اندیشه‌ای و فیزیکی میان دانشگاه و جامعه تأکید کرد و گفت: مرز میان دانشگاه با صنعت، جامعه و اقتصاد بی‌معنا است و باید تعامل میان دانشگاه با تمامی بخش‌ها افزایش یابد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه دانشگاه باید مسیر خود و دانشجویانش را به سوی نوآوری هدایت کند، ابراز کرد: دانشگاه وابسته به پول دولتی، سقف پرواز و آرزوهای محدودی دارد. دانشگاه باید بخش قابل توجهی از بودجه خود را از محل فروش فناوری، ایجاد کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی همچنین قراردادهای ارتباط با صنعت کسب کند.

ستاری، از نقش جریان‌ساز دانشگاه‌ها در نگرش نیروی انسانی جوان و تحصیلکرده به کارآفرینی گفت و ادامه داد: سقف آرزوی یک دانشجوی نباید در حد گرفتن یک مدرک

تحصیلی و آرزوی استخدام محدود شود. دانشگاه می‌تواند نیروی انسانی را به بلوغی برساند که ایده نوآورانه خود را به یک کسب و کار ارزش آفرین و اشتغال‌زا برساند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری بیان کرد جهت‌گیری دانشگاه با روندی شتابان و با سرعت هرچه تمام‌تر به سوی دانشگاه فناوری و دانشگاه کارآفرین در حال حرکت است. نشان به این نشان که این روزها، گرداندن

یک کسب و کار فناورانه دانشگاهی از سوی یک دانشجو یا عضو هیأت علمی، نه تنها مذموم نیست بلکه افتخار آفرین است در حالی که تا چند سال پیش چنین نگرشی حاکم نبود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سفر یک روزه به استان خراسان شمالی، با حضور در نشست شورای اقتصاد مقاومتی این استان در جمع مسئولان محلی، دانشگاهیان و فعالان فناور این استان سخن گفت. ستاری از اهمیت دانشگاه‌ها در رونق زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری گفت و ادامه داد: دانشگاه‌ها، بخشی مهم و جدایی‌ناپذیر از زیست‌بوم نوآوری به حساب می‌آیند و حرکت نیروی انسانی جوان و خلاق در مسیر کارآفرینی، با نقش سرنوشت‌ساز دانشگاه ممکن می‌شود.



ایستگاه بازاریابی



۱۰۰ گام برای موفقیت در بازاریابی (۱۴)

نویسنده: کتی کومن کارفرین نویسنده
مترجم: امیر آل‌علی

در مطالب پیشین به ۸۱ گام برای موفقیت در کار اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۸۲- از اطلاعات به دست آمده از مشتری برای ارائه پیشنهادات منحصر به فرد استفاده کنید

با توجه به این امر که مشتریان شما یا یکدیگر تفاوت‌هایی را دارند، ضروری است تا ویژگی‌های هر یک را مکتوب کرده و از آن برای بازاریابی بهتر هر یک، استفاده کنید. برای مثال در صورتی که یکی از مشتریان شما از اخلاق خاصی در زمینه خرید برخوردار است، در صورتی که شما آن را به خاطر داشته باشید، بهتر می‌توانید او را به خرید مجدد از خود ترغیب کنید. به همین خاطر نیز لازم است تا از تمامی نمایندگی‌های فروش خود بخواهید که خصوصیات تمامی مشتریان را برای تان ارسال کنند. در آخر فراموش نکنید که نوع پیشنهاد شما نسبت به مشتریان خاص شرکت، باید کاملا متفاوت و دارای امتیازات بیشتری باشد. در واقع شما تحت هیچ شرایطی نباید مشتریان خاص خود که بیشترین سودآوری را برای شما دارند، از دست بدهید.

۸۳- از اطرافیان خود استفاده کنید

این امر که از دوستان و اعضای خانواده خود بخواهید که برند و محصولات شما را تبلیغ کنند، از جمله راهکارهایی است که همواره نتیجه‌بخش خواهد بود. علت این امر نیز به این خاطر است که این افراد، به علت نزدیکی که با شما دارند، خواسته‌تان را به بهترین شکل ممکن انجام خواهند داد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا از آنها نه تنها در زمینه تبلیغات، بلکه در سایر بخش‌ها نیز استفاده کنید.

۸۴- کاری متفاوت را انجام دهید

امروزه بسیاری از برندها تنها به علت انجام یک کار متفاوت، به شهرت دست پیدا کرده‌اند. به همین خاطر نیز شما باید با تجزیه و تحلیل درست بازار خود، فرصت‌های موجود را برای انجام کاری متفاوت پیدا کنید. در این رابطه فراموش نکنید که مشتری همواره باید تفاوت‌هایی را میان شما و سایر برندها حس کند. در غیر این صورت شانس فروش از شما با سایرین برابر خواهد بود. در این رابطه تمرکز خود را صرفا بر روی کارهای بزرگ قرار ندهد و به دنبال خلاقیت‌های هر چند کوچک ولی جذاب باشید.

۸۵- از تیم‌های ورزشی مدارس حمایت کنید

بدون شک حمایت از تیم‌های ورزشی مطرح، هزینه بسیار بالایی را نیاز خواهد داشت که برای تمامی برندها مقدور نخواهد بود، با این حال این امر نباید باعث شود تا شما از اهمیت این موضوع غافل بمانید. در این رابطه تیم‌های ورزشی مدارس از جمله گزینه‌های کاملا مقرون به صرفه محسوب می‌شوند. توجه داشته باشید که ورزش برای این افراد چندان حرفه‌ای دنبال نشده و بیشتر به سرگرمی آنها خواهد بود که درج نام شما بر روی پیراهن آنها بدون شک شما را در تجربه دلنشین و یک خاطره تکرار نشدنی، سهیم خواهد کرد. همچنین به علت این امر که این مسابقات همواره با استقبال و بازدید والدین همراه است، شما شانس دیده‌شدن فراتر از حد انتظار خود را نیز خواهید داشت.

۸۶- کارت برند خود را برجسته کنید

از هر فرصتی لازم است تا برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطب خود استفاده کنید. در این رابطه برجسته‌کردن نوشته‌ها و یا استفاده از خطای دید، از جمله طراحی‌هایی محسوب می‌شوند که به علت این امر که کمتر مورد توجه قرار گرفته است، می‌تواند مخاطب را برای چند لحظه کاملا درگیر کند. به همین خاطر نباید از این طرح‌ها غافل شد. همچنین درج QR کد که در موارد قبل کاربرد آن به صورت کامل توضیح داده شد، می‌تواند پاسخگوی تمامی سوالات احتمالی مخاطب مدنظر باشد.

۸۷- از لباس‌های تبلیغاتی به عنوان یونیفرم استفاده کنید

این امر که خود لباس‌های تبلیغاتی را بر تن کنید، جلوه بسیار خوبی را در ذهن مخاطب خواهد داشت. به همین خاطر نیز اکیدا توصیه می‌شود تا در این رابطه تمامی کارمندان را مجبور به استفاده از آنها کنید. همچنین این امر که طراحی شما باید جذابیت و زیبایی لازم را داشته باشد تا مخاطب از پوشیدن آن در هر مکانی احساس رضایت کند. در نهایت کارمندان شما باید تمامی محصولات شرکت را نیز استفاده کنند تا مخاطبان نیز به راحتی بتوانند به اعتماد لازم نسبت به آنها دست پیدا کنند.

ادامه دارد ...

منبع: creativeboom



کسب و کارها بنابر این ۵ دلیل نباید بازاریابی محتوا را نادیده بگیرند



خوب هستند که شونده‌ها آن را به دندان می‌گیرند.»

۲. همه افراد، قصه‌گوها را دوست دارند

یکی از دلایلی که باعث می‌شود همه ما برای دیدن مادر بزرگ‌های مان مشتاق باشیم، شنیدن داستان‌های فوق‌العاده آنها بود. مادر بزرگ‌ها قصه‌گوهای خوبی هستند که شما را به شنیدن ماجراهای مختلف ترغیب می‌کنند. منظور از این امر این است که همه ما قصه‌گوهای خوب را دوست داریم.

محتوای خلاقانه و مرتبط، میزان آگاهی از نام تجاری شما و محبوبیت آن را افزایش می‌دهد. میزان سهمی که نصیب کسب و کار شما می‌شود نیز به تعاملی مربوط می‌شود که برقرار کرده‌اید. زمانی که مخاطبان شما به دیدن محتوای عالی و همیشگی شما عادت کنند، نام شما نیز در میان آنها ماندگار می‌شود؛ علاوه بر اینکه اطلاعات مربوط به خدمات یا محصولات خود را نیز به اشتراک گذاشته‌اید. بدین ترتیب، زمانی که به خدمات مشابهی نیاز داشته باشید، شما اولین کسی خواهید بود که با او تماس می‌گیرند.

۳. قصه‌گوهای خوب می‌توانند شما را در برابر مخاطبان مناسب قرار دهند

اگر دائما از ماجراهای جذاب درباره سگ‌ها حرف بزنید، افراد دیگری که به این حیوان وفادار علاقه‌مند هستند را در اطراف خود مشاهده می‌کنید، در حالی که تمامی آنها برای شنیدن داستان‌های مشابه دیگر مشتاق هستند. بازاریابی محتوا نیز به همین طریق عمل کرده و از میان جمعیت پراشوب و درهم و برهم امروزی، افراد و مخاطبان مورد نظر شما را جذب می‌کند.

علاوه بر این، روش خوبی برای سرمایه‌گذاری روی متخصصان بازاریابی محتوا است که از ارزش خود به خوبی آگاهند؛ فراموش نکنید که این کار را باید کاملا حرفه‌ای انجام دهید و آن را به اهل آن بسپارید. برای مثال، Revcontent را در نظر بگیرید که جهان تبلیغات و توصیه‌های محتوا را دچار تحول کرده و به یک نیروگاه نوآوری محتوا تبدیل شده است؛ یکی از نشریه‌های تجارتي سرشناس نیز از مشتریان دائمی آنهاست.

جان لمپ، مدیرعامل و بنیانگذار این شرکت درباره اهمیت برقراری تعامل با کاربران در بالاترین سطح تجربه کاربری با استفاده از محتوای ارزشمند می‌گوید: «جالب است بدانید که همیشه، این سایت‌ها نیستند که بهترین بهره‌مندی را به کار می‌گیرند. ما با برندهای رسانه‌ای مقابله کرده‌ایم که به سطح تعاملات ما نمی‌رسند.»

بازاریابی محتوا جایگاه خود را به عنوان یکی از بهترین روش‌ها در میان استراتژی‌های بازاریابی پیدا کرده و به رقیبی برای روش‌های قدیمی تبدیل شده است. با این حال بسیاری از کسب و کارها وجود دارند که هنوز از بازاریابی محتوا استفاده نمی‌کنند. البته این بدان معنا نیست که صاحبان کسب و کار، بازاریابی محتوا را نادیده می‌گیرند؛ بلکه آنها از ماهیت آن بی‌اطلاع هستند. به گزارش Content Marketing Institute، بازاریابی محتوا در واقع پروسه بازاریابی و تجارت برای ایجاد و به کارگیری محتوای باارزش و مربوط است که برای جذب، استفاده و برقراری تعامل با مخاطب هدف به کار گرفته می‌شود؛ این کار با هدف ترغیب مشتریان برای خرید انجام می‌شود.

با این اوصاف، چرا صاحبان کسب و کار، تعامل بیشتری را با بازاریابی محتوا برقرار نمی‌کنند؟ یکی از دلایل این است که آنها درک درستی از آن ندارند.

سایر جواب‌ها در این متن گردآوری شده است. تعریف ساده‌تر بازاریابی محتوا، روش داستان‌گویی قدیمی است که در گذشته کاربرد بیشتری داشت. می‌توان همین روش را با مخاطبان هدفمند و با یک مقصود مشخص انجام داد؛ شما باید مخاطبان خود را به مشتری تبدیل کنید.

این دلایل به شما نشان می‌دهد که چرا صاحبان کسب و کار باید از به تاخیر انداختن این استراتژی خودداری کرده و هرچه سریع‌تر، بخشی از وب‌سایت خود را برای بازاریابی محتوا اختصاص دهند؛

۱. تقریبا تمامی افراد واکنش مثبتی را نسبت به داستان‌های خوب نشان می‌دهند

قصه‌گویی یا داستان‌سرایی، یکی از قدیمی‌ترین راه‌های برقراری ارتباط بود که در طول زمان، همچنان پر محتوا باقی مانده است. داستان‌ها در واقع محرک انسان‌ها هستند. افراد تمایل دارند که اخبار کوتاه را به صورت آنلاین پیگیری کنند، اما در این میان افرادی نیز وجود دارند که برای خواندن یک ماجرای جالب یا محتوایی که به صورت خلاقانه طرح‌ریزی شده، وقت صرف می‌کنند.

نیرمال گوینوالی، متخصص طراحی وب در سیدنی، طی کنفرانس جهانی بازاریابی محتوا در سال ۲۰۱۵ در این باره توضیح داده بود: «زمانی که یک بازاریابی محتوا به شکل درستی انجام شود، بنا بر یک دلیل خوب می‌تواند ترافیک فوق‌العاده‌ای را روانه وب‌سایت شما کند؛ بازاریابی محتوای خوب روی مواردی متمرکز می‌شود که مردم به شنیدن آن علاقه دارند، نه چیزهایی که کسب و کارها قصد گفتن آنها را دارند. داستان‌ها یک طعمه

او در ادامه اضافه کرد: «افرادی که دائما برای برقراری رابطه با کاربران، ساختن مسیر قدرتمند کاربری و پایگاه کاربری بزرگ‌تر تلاش می‌کنند، افرادی هستند که کاربران خود را در اولویت قرار می‌دهند. اینها دقیقا همان افرادی هستند که بهترین تعامل را از نظر ما به کار می‌گیرند.»

۴. یک داستان عالی از یک مقاله خبری ارزان تر است

منابعی همچون BBC، وال استریت ژورنال، My News Tips و Kiplinger، اخبار ارزشمندی را در حوزه کسب و کاری فراهم می‌کنند، اما بسیاری از افراد نیز ترجیح می‌دهند تا جدیدترین اخبار را در یک آرایشگاه و از زبان یکی از دوستان یا همکاران خود بشنوند؛ احتمالا به این دلیل که از نحوه انتقال آن بیشتر لذت می‌برند.

کریس واکر، یک متخصص سنو در دنور می‌گوید: «یکی از موثرترین استراتژی‌های سنو، همان بازاریابی محتوا است. با این حال، یک بازاریابی محتوای باکیفیت صرفا به معنای اطلاعاتی که انتقال می‌دهید نیست؛ بلکه روش خلاقانه برای انتقال آن است.»

هنوز بسیاری از کسب و کارها از روش‌های قدیمی برندینگ و استراتژی‌های خوب بازاریابی استفاده می‌کنند. آنها استراتژی‌های قدیمی را مطمئن‌تر می‌دانند و از بازاریابی محتوا به عنوان یک گزینه یا آپشن اضافی یاد می‌کنند.

یک حقیقت دیگر این است که بازاریابی محتوا، ارزان تر بوده و هزینه‌های کمتری را در بر دارد. این در حالی است که اگر به درستی انجام شود، کاربرد بیشتری خواهد داشت. به جای اینکه ۱۰۰۰ دلار خود را برای روش‌های برندینگ قدیمی صرف کنید، می‌توانید نیمی از آن را برای تولید محتوای خوب استفاده کنید و شاهد نتیجه دو برابری و افزایش نرخ تبدیل خود باشید.

۵. همه افراد به قصه‌گوهای خوب وابسته می‌شوند

بازاریابی محتوا نقش اساسی را در ایجاد وفاداری مشتریان ایفا می‌کند. این کار، به نام تجاری شما شخصیت می‌بخشد؛ و ویژه اگر با یک گویش پایدار، موارد عاطفی را نیز به محتوای خود اضافه کنید. زمانی که ارتباط مشتریان با نام تجاری شما گسترش می‌یابد، بنابراین آنها تنها با یک لوگو ارتباط برقرار نمی‌کنند؛ بلکه به افرادی که پشت صحنه در حال فعالیت هستند، وابسته می‌شوند. با این اوصاف، به خاطر داشته باشید که مهم‌ترین بخش مردم در واقع خود شما هستید، یک قصه‌گو، اینگونه از مشتریان به سمت شما کشیده می‌شوند تا شنونده داستان‌های بیشتری باشند.

منبع: Entrepreneurcan

مدیرعامل کیلید:

تحلیل داده و الگوریتم هوشمند تخمین قیمت مسکن، برتری اصلی ما است

در حاشیه‌ی کامپ ۱۳۹۸ فرصتی ایجاد شد تا به گفت‌وگو با مدیرعامل سامانه کیلید درخصوص عملکرد الگوریتم هوشمند آن برای تعیین قیمت منازل مسکونی بپردازیم. کیلید یکی از سرویس‌های توانمند حوزه معاملات املاک است که با نگرشی متفاوت و علمی وارد گود رقابت شده و اکنون تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین بازیگران این عرصه شده است. این سامانه در کنار ارائه بستری برای درج آگهی، فروش ملک و مشورت با کارشناسان املاک، قابلیت تخمین قیمت منازل به‌واسطه تحلیل داده‌های موجود و الگوریتم هوشمند خود را نیز دارد. در جریان کامپ ۱۳۹۸ زومیت گفت‌وویی با علیرضا ذوالفقاری، مدیرعامل این استارت‌آپ داشته است که در پی می‌خوانید.

در حال حاضر اکوسیستم کیلید شامل پنج بخش اصلی می‌شود:

- **Kilid.com** که سامانه‌ای برای فروش و درج آگهی برای انجام معاملات مسکن (مشابه با سایر رقیب) است.
- **Kilid Pro** برای مشاوران و سازندگان املاک، که امکانات زیادی اعم از درج آگهی، کنترل جلسات کاری، مدیریت مشتریان، تنظیم قرار کاری و افزودن موارد را به همراه دارد.
- **مجله Kilid Mag** با انتشار اخبار و مقالات روزانه حوزه ملک. توصیه‌های بازار، موارد مورد نیاز خریداران، شرایط اقتصادی و مطالب عمومی معماری داخلی و خارجی از جمله محتوای در حال انتشار در این سرویس است.
- **سامانه تحلیل داده Kilid Insight** که نتایجی از بازار مسکن و شرایط آن برای سازندگان و بانک‌ها تولید می‌کند.
- **سامانه انتشار تبلیغات Kilid Ads** برای رسانه کیلید که البته به‌گفته مدیرعامل آن، با برخی آژانس‌های تبلیغاتی هم برای همکاری و ارائه این سامانه، صحبت‌هایی شده است.

به‌گفته ذوالفقاری، اکوسیستم کیلید تنها زمانی به کاربری ایده‌آل خود می‌رسید که حداقل پنج مورد بالا را در بر داشته باشد. به‌همین دلیل سایر اعضای خانواده کیلید در کنار یکدیگر ایجاد شدند و با سرعت یکسانی رشد کردند. اما کیلید تفاوت ویژه‌ای با رقبای خود دارد که می‌توان آن را تحلیل داده دانست. مدیرعامل استارت‌آپ کیلید در این خصوص گفت:

کار کیلید تحلیل تخصصی داده در بخش مسکن است. کیلید هم مثل بسیاری از سرویس‌ها آگهی کاربران را در سامانه خود درج می‌کند، اما داده‌های این آگهی‌ها درست نیست زیرا حاوی رقم درخواستی فروشنده است. اقدام خوب وزارت راه و مسکن در راه‌اندازی سامانه سابا که حاوی اطلاعات واقعی معاملات مسکن است، در کنار زیرساخت کد پستی ۱۰ رقمی کمک زیادی به ما برای ورود به بحث تحلیل داده کرد.

یکی از مشکلات بزرگ بازار مسکن وجود آگهی‌های متعدد با قیمت‌های غیرواقعی است که ضربه زیادی به بازار زد و اخیراً نیز با دستور رسمی دولت، درج قیمت در آگهی‌های ملک ممنوع شد. به‌گفته ذوالفقاری کیلید برای حل معضل تخمین قیمت از شاخص‌هایی مثل کیس شیلر (برمبنای فروش‌های تکراری) و هدونیک بهره برده است و در ادامه حتی شاخص جدید اختصاصی خود را نیز تدوین کرده‌اند.

تخمین قیمت ملک به‌صورت روزانه با الگوریتم‌های یادگیری ماشین صورت می‌گیرد. ذوالفقاری درخصوص این پروژه **Big Data** گفت:

این حوزه فیلیدی تخصصی است که به آن **(AVM Automated Valuation Model)** می‌گویند. در جهان از این روش برای تخمین قیمت بسیار استفاده می‌شود که شرکت زیلسو آمریکا با الگوریتم **Zestimate** خود یکی از نامدارترین نمونه‌های موجود است.

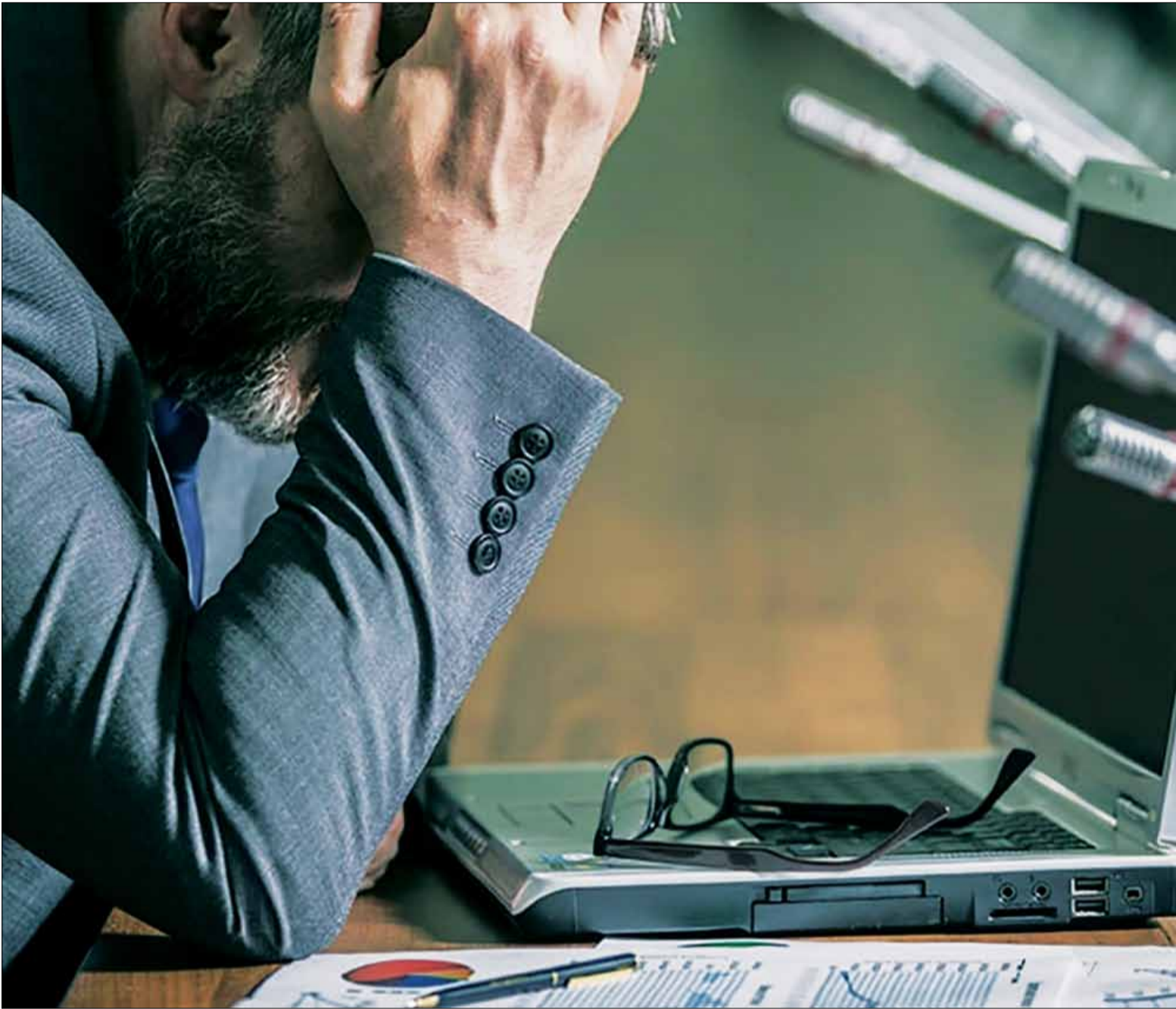
عدم دخالت خطای انسانی در الگوریتم‌های هوشمند را می‌توان مهم‌ترین نقاط قوت آنها دانست. قیمت واقعی انجام معاملات هم در کنار ورودی‌های متعدد دیگر، به‌عنوان منبع اصلی تخمین قیمت‌های جدید مورد استفاده قرار می‌گیرد. مدیرعامل کیلید از تخمین ارزش ۳ میلیون مسکن در تهران و کرج خبر داد. وی در ادامه گفت:

AVM صنعت بزرگی است و در برخی مناطق جهان نیز بیمه می‌شود تا در صورت بروز مشکل هزینه خسارت وارده توسط شرکت‌های بیمه پرداخت شود. به‌بود مداوم عملکرد الگوریتم‌های تحلیل داده و یادگیری ماشین از مهم‌ترین مواردی است که توسعه‌دهندگان باید در نظر داشته باشند. کیلید برای این امر، ماهانه و پس از تخمین قیمت مسکن، قیمت واقعی معامله را از نمونه تخمینی خود کم کرده و با محاسبه میانه قدرمطلق آن، فاصله الگوریتم خود تا شرایط واقعی را محاسبه می‌کنند تا در ادامه از آن به‌عنوان ورودی برای بهبود الگوریتم در ماه آینده بهره ببرند.

ذوالفقاری دقت الگوریتم هوشمند کیلید را بدین‌صورت تشریح کرد:

به‌طور متوسط خطای کیلید برای تهران الان ۹.۷ درصد است. خطای الگوریتم شرکت زیلا در آمریکا ۹.۶ درصد و نمونه شرکت زیولا در تخمین قیمت ملک در لندن ۱۰.۷ درصد اعلام شده است. پیش از آغاز به‌کار کیلید بسیاری از سختی تخمین قیمت ملک در تهران سخن می‌گفتند که ما موفق به انجام آن تا حدود خوبی شدیم. در شرایط خروج بازار از تعادل خطای این الگوریتم افزایش می‌یابد که در حال حاضر شاهد نبود تعادل بازار مسکن هستیم.

مدیرعامل سرویس کیلید الگوریتم هوشمند را تنها نقطه برتری خود ندانست و قابلیت‌های کاربردی متعدد مانند نقشه حرارتی مسکن در تهران یا امکان فروش از راه دور ملک به کمک مشاوران املاک را از دیگر نقاط برتری سرویس کیلید عنوان کرد. ذوالفقاری در پایان نیز از اتمام پروژه ارزیابی هوشمند به کمک واقعیت افزوده خبر داد که مراحل پایانی تست را پشت سر می‌گذارد. به‌گفته وی کاربران با نشان گرفتن دوربین گوشی به‌سمت یک ملک می‌توانند تخمینی از ارزش آن را داشته باشند که در نوع خود، سرویس بسیار جذابی به شمار می‌رود.



قرار دهد می‌تواند هزینه‌ای برای سلامت کاری‌تان باشد. اگر از این بابت احساس ناخوشایندی داشتید، یک قدم به عقب بازگردید و از خودتان بپرسید: «دقیقا چه چیزی باعث می‌شود که من این احساس را داشته باشم؟»

به‌عنوان مثال، آیا رئیس شما در تمام ساعات شبانه روز با شما تماس می‌گیرد و این کار رئیس‌تان به شما القا می‌کند که همیشه باید در دسترس و پاسخگو باشید؟ شاید هم اولویت‌ها در محل کارتان دائما در حال تغییرند، بنابراین شما هرگز نمی‌توانید در کارتان جلو بیفتید. از خودتان بپرسید برای تغییر این وضعیت چه کاری می‌توانید انجام دهید؟ آیا امکانش وجود دارد که با رئیس‌تان در این‌باره صحبت کنید؟

۳. سیستم پاداش: اگر پاداش‌های درونی و بیرونی که از کارتان دریافت می‌کنید، با میزان تلاش و زمانی که صرف کارتان کردید مطابقتی نداشته باشد، احتمالا احساس می‌کنید که دستمزدتان ارزش این همه تلاش و وقت گذاشتن را ندارد. در چنین مواردی نگاه درون‌گرایی به خودتان خواهید داشت و از خودتان می‌پرسید باید از محیط کارتان دقیقا چه چیزی دریافت کنید تا احساس کنید از شما قدردانی شده است؟

به‌عنوان مثال، شاید شما باید افزایش حقوق یا ترفیع رتبه بگیرید. شاید نیاز دارید تا از رئیس‌تان بازخورد مثبت بیشتری دریافت کنید یا حتی با رئیس‌تان ملاقاتی داشته باشید.

آزمایش کنید و ببینید چه پاداش‌هایی ارزش تلاش و کاری که انجام می‌دهید را دارد؟ آیا با توجه به وضعیت فعلی محیط کارتان فرصتی برای دریافت چنین پاداش‌هایی وجود دارد؟

۴. حمایت عاطفی جمعی افرادی که با آنها کار می‌کنید چه کسانی هستند؟ چقدر به ارتباطی که بین‌تان وجود دارد اعتماد دارید؟ در اغلب موارد شما نمی‌توانید همکاری یا ذی‌انفعان‌تان را انتخاب کنید اما می‌توانید پویایی فضای بین‌تان را بهبود بخشید. این کار پیچیده‌ای نیست.

برای مثال می‌توانید از همکاری‌تان بپرسید روزشان را چگونه سپری کردند و به صحبت‌های‌شان به دقت گوش بدهید. یا برای یکی از همکاری‌تان ایمیلی ارسال کنید و به‌خاطر ارائه خیلی خوبی که داشته از او قدردانی کنید یا بدون پیش‌دواری و در کمال احترام در مورد مسائل پیچیده با همکاری‌تان ارتباط برقرار کنید.

احساس فرسودگی میان کارکنان می‌تواند مسری باشد، بنابراین برای افزایش مشارکت فردی‌تان شما باید روحیه گروه‌تان را تغییر دهید. اگر همه این کارها را انجام دادید و بقیه نتوانستند یا نخواهند ارتباطات‌شان را بهبود بخشند آن وقت شاید لازم باشد به فکر تغییر شغل‌تان باشید.

۵. عدالت: ممکن است احساس کنید با شما رفتار منصفانه‌ای صورت نگرفته یا در حق‌تان اجحاف شده است. مثلا در پروژه‌ای مشارکت داشتید ولی فعالیت‌های شما مورد تصدیق قرار نگرفته درحالی که دیگران در همان پروژه مورد تحسین قرار گرفتند و تنها کار شما مورد بی‌توجهی واقع

مترجم: نازنین توکلی

شاید در محل کارتان دامن خسته و آشفته هستید و احساس می‌کنید آنطور که باید مورد توجه و قدردانی قرار نگرفتید یا احساس می‌کنید توانمندی‌های‌تان سسوخسته و فرصت‌های زیادی را از دست دادید. آنقدر که دود خاکسترشدن استعدادهای و توانمندی‌های‌تان شما را محاصره کرده و دیگر به چیزی جز رها کردن شغل فعلی فکر نمی‌کنید.

اما آیا این بهترین تصمیم است؟ در نهایت تنها کسی که می‌تواند به شما کمک کند تا در موقعیت فعلی، اقدام درستی انجام دهید، خود شما هستید. البته تحقیقاتی هم در این زمینه انجام شده است که به شما در تشخیص اینکه می‌توانید خودتان را از موقعیت فعلی در محل کارتان نجات دهید یا باید به‌دنبال شغل جدیدی باشید، کمک می‌کند.

به‌گفته سازمان «بهداشت جهانی»، مدل‌های مختلفی به توضیح و پیش‌بینی عوامل فرسودگی کارکنان در محیط کار پرداختند. یکی از این مدل‌ها، شش بخش فضای کار را شناسایی می‌کند که در آن نابرابری‌ها و چالش‌هایی که منجر به فرسودگی شغلی می‌شوند قابل تشخیص است.

بعضی از کارکنان می‌توانند با ایجاد تغییرات مثبت در بعضی از این بخش‌ها در موقعیت فعلی خود باقی بمانند و درحالی که احساس رضایت دارند به کارشان ادامه دهند، اما افرادی هم هستند که علی‌رغم تلاش بسیار نمی‌توانند با کاستی‌ها و چالش‌های این بخش‌ها کنار بیایند.

در ادامه شش بخشی را که چالش‌های موجود در آن می‌تواند منجر به فرسودگی شغلی‌تان شود را با هم مرور می‌کنیم و راهکارهایی را برای اصلاح هر یک از این موارد ارائه می‌دهیم:

۱. حجم کار: وقتی حجم کاری که به شما محول شده است، متناسب با ظرفیت‌تان باشد، می‌توانید کار خود را به شیوه‌ای موثر انجام دهید، فرصت‌هایی برای استراحت و بازیابی خود داشته باشید و زمانی برای رشد و توسعه حرفه‌ای پیدا کنید، اما اگر دامن احساس کنید حجم کارتان بیش از حد معمول است، دیگر فرصتی برای بازگرداندن تعادل در کارها باقی نخواهد ماند.

به‌منظور مدیریت استرس حاصل از حجم کار زیاد، عملکردهای ارزشمندی که در خودتان بپرسید در این حوزه‌های کلیدی چقدر خوب عمل کردید؟ برنامه‌ریزی و اولویت‌بندی کارها، تفویض اختیار، «نه» گفتن و کنار گذاشتن کمال‌گرایی ... حتی اگر در یک یا دو مورد از آنها خوب عمل نکردید، برای مهارت «مدیریت زمان» در محل کار بیشتر وقت بگذارید و ببینید در این صورت چه احساسی خواهید داشت.

۲. کنترل روی کارها: احساسی مثل نداشتن استقلال، دسترسی به منابع و حق ابراز عقیده در تصمیم‌گیری‌هایی که می‌تواند زندگی حرفه‌ای شما را تحت تاثیر

۴ اقدامی که منجر به فروش بیشتر در اینستاگرام خواهد شد

به قلم: یوکو بالداसार کرافین
مترجم: امیر آل علی

در حال حاضر اینستاگرام سودآوری به مراتب بیشتری را نسبت به فیس‌بوک برای مارک زاکربرگ دارد و از بیشترین کاربر فعال برخوردار است. این امر بیانگر آن است که این شبکه محبوبیت فوق‌العاده در سراسر جهان دارد. همین امر نیز باعث شده است تا به فضایی برای اقدامات تجاری برندهای مختلف تبدیل شود. همچنین وجود قابلیت تغییر به حساب تجاری نیز از دیگر امکاناتی محسوب می‌شود که کار را برای فعالیتهای آسان‌تر ساخته است، با این حال تنها حضور در این شبکه نمی‌تواند منجر به موفقیت شما شود. در واقع مثال‌های متعددی از برندهای مختلف وجود دارد که عملاً در این زمینه ناموفق ظاهر شده‌اند. به همین خاطر نیز آشنایی با اصول و راهکارهای موجود در این زمینه کاملاً ضروری است. در همین راستا و در ادامه به بررسی چهار اقدامی که منجر به فروش بیشتر محصولات شما می‌شود، خواهیم پرداخت.

۱- محتوای باکیفیت و جذاب تولید کنید

بسیاری از برندها تنها به ارسال تصاویر محصولات خود و کپی‌برداری مطالب مفید سایرین می‌پردازند. این امر بدون شک هیچ‌گونه جذابیتی را برای مخاطب نخواهد داشت. در واقع شما به یک استراتژی بلندمدت برای تحت تأثیر قرار دادن مخاطبان خود نیاز داشته و در این رابطه نمی‌توانید یک شبه عمل کرد. با توجه به این امر که محور اصلی اقدامات در اینستاگرام بر پایه ارسال عکس است، به همین خاطر نیز ضروری است تا به دنبال عکاسانی حرفه‌ای باشید. در مرحله بعد لازم است تا به تصاویر خود خلاقیت‌های منحصر به فردی را اضافه کنید، تا اقدامات شما با سایرین متفاوت باشد. در این رابطه توجه کنید که این امر از جمله راهکارهای موجود در زمینه جذاب‌تر کردن مطالب محسوب می‌شود. در این رابطه توجه داشته باشید که لازم است تا اقدامات شما تنوع کافی را نیز داشته باشد. به همین خاطر نیز لازم است تا به دنبال ایجاد محتوا از طریق دیگر قابلیت‌ها نظیر استوری و IGTV که ابزاری برای ارسال ویدئوهای طولانی محسوب می‌شود، استفاده کنید. در نهایت توجه داشته باشید که بیش از حد تبلیغاتی بودن نیز مضر خواهد بود. به همین خاطر نیز در تلاش برای معرفی خود به عنوان یک انسان و نه صرفاً یک برند تجاری باشید. این امر از طریق اضافه کردن متن‌های دوستانه به تصاویر و نمایش روزمرگی‌های کارکنان شرکت، به سادگی انجام‌پذیر خواهد بود. در نهایت توجه داشته باشید که لازم است تا با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و از پاسخ دادن و درگیر کردن آنها با اقداماتی نظیر برگزاری چالش و مسابقات، خودداری نکنید. برای مثال بسیاری از برندها در پایین متن تصاویر خود، سوالی را مطرح می‌کنند و یا از سایرین نظرات آنها را جویا می‌شوند تا نرخ مشارکت افزایش چشمگیر را پیدا کند.

۲- مخاطبان خود را درک کنید

اگرچه این امر در ظاهر کاملاً ساده است، با این حال آمارها حاکی از آن است که بسیاری از برندها در این زمینه کاملاً ناموفق ظاهر می‌شوند. علت این امر نیز به خاطر تصورهای غلط آنها در این زمینه است. برای مثال این امر که در تلاش برای ارتباطی فراتر از یک رابطه اقتصادی باشید، از جمله راهکارهای اصلی در این زمینه محسوب می‌شود. به همین خاطر نیز لازم است تا هدف اصلی خود از حضور در اینستاگرام را شناخت بیشتر مخاطبان قرار دهید. انواع نظرسنجی‌ها به شما کمک خواهد کرد تا نسبت به سلیقه جامعه هدف خود آگاهی پیدا کرده و تصمیمات بهتری را اتخاذ کنید. در واقع در راستای درک مشتری، شما در ابتدا به شناخت آنها نیاز خواهید داشت که در این رابطه روش‌های متعددی وجود دارد که لازم است تا با توجه به شرایط و امکانات خود، بهترین‌ها را انتخاب کنید، با این حال بهترین حالت ممکن این است که تمامی روش‌ها را مورد توجه قرار دهید. در آخر استفاده از تکنولوژی‌های دیگر نیز به شما کمک بسیاری را خواهد کرد. در این رابطه گوگل آنالیز، از جمله ابزارهایی محسوب می‌شود که مطالعات بی‌نظیری در رابطه با مخاطبان را در اختیار شما قرار داده و از این داده‌ها، آمارهای مدنظر شما را استخراج خواهد کرد.

۳- از استوری‌های درگیرکننده استفاده کنید

امروزه در اینستاگرام انواع چالش‌ها را می‌توان مشاهده کرد که برای مخاطب از جذابیت بسیار بالایی برخوردار است. برای مثال جیسون استاتهام، ستاره مطرح فیلم‌های رزمی اخیراً چالشی را تحت عنوان درب بطری ایجاد کرده است که در آن با ضربه پا، درب بطری را جدا می‌کند. دعوت از سایرین برای انجام این کار به سادگی باعث شد تا موجی بزرگ در اینستاگرام شکل گیرد. با نگاهی به این حرکت، کاملاً به ساده بودن آن پی خواهید برد. به همین خاطر نیز نباید تصور کرد که برای درگیر کردن مخاطبان خود، حتماً نیاز به اقدامات هزینه‌بر هستید، با این حال لازم است تا به دنبال مواردی باشید که در عین جذابیت، ارتباط لازم را با حوزه کاری شما داشته باشد. در نهایت این امر که ویدئوهای تهیه‌شده از چالش توسط سایرین را در صفحه اصلی خود قرار دهید، به منزله پوشش از طرح شما است که به تکمیل اقدامات شما کمک بسیاری را خواهد کرد.

۴- برای اعتمادسازی مرزی را قائل نشوید

بدون شک هیچ خرید اینترنتی بدون اعتماد کافی صورت نخواهد گرفت. به همین خاطر نیز لازم است تا تمامی اقدامات لازم را در این رابطه مورد توجه قرار دهید. برای مثال این امر که زمانی را برای هم‌نشینی و گذران وقت با مشتریان خود اختصاص داده و با آنها ارتباط مستقیم برقرار کنید، از جمله راهکارهای جذاب در این زمینه محسوب می‌شود. همچنین این امر که ویدئوهای نقد و بررسی محصول خود را در صفحه اصلی قرار داده و ویدئوها و پیام‌های ارسالی از طرف مشتریان را در معرض نمایش قرار دهید نیز کاملاً سودمند خواهد بود. در نهایت این امر که تصویر و صدای خود را نیز ارسال کنید، مخاطب را به این باور خواهد رساند که شما فردی حقیقی بوده و هیچ‌گونه سوءاستفاده و فریبی وجود ندارد. در این رابطه توجه داشته باشید که تصویر صفحه شما باید تنها شامل لوگو شرکت باشد تا آن در ذهن مخاطب نقش بندد. استفاده موثر از اینفلوئنسرها و همکاری با سایر برندها نیز می‌تواند در این زمینه کاملاً کارساز باشد. در نهایت این امر که برای مخاطبان خود مطالب آموزنده و آموزش‌های رایگانی را اختصاص دهید، آنها را به خوبی نسبت به دنبال کردن مطالب شما ترغیب خواهد کرد. به همین خاطر نیز نباید از تأثیر انجام حداقل یک کار رایگان، غافل شد.

به عنوان نکته پایانی، زیر ذره‌بین قرار دادن اقدامات سایر برندها و مطالعه مقالات به‌روز در این زمینه را جدی بگیرید.

منبع: entrepreneur



۱۰۱ اقدامی که شما را به محبوب‌ترین کارمند شرکت تبدیل خواهد کرد (۴)

۶۳- از قبول مسئولیت‌های جدید شانه خالی نکنید.
۶۴- ضعف‌های خود را پنهان نکرده و اشتباه کردن را به معنای پایان کار تلقی نکنید.
۶۵- سطح فعلی خود را کافی ندانسته و برنامه‌ریزی مناسبی برای آموزش مداوم داشته باشید.
۶۶- صمیمی‌شدن با همکاران جوان را نیز در دستور کار خود قرار دهید.
۶۷- نفوذ کلام‌تان را افزایش دهید. این امر که در تلاش برای تبدیل شدن به فردی کاریزماتیک باشید، بسیار سودمند خواهد بود. در این رابطه شرکت در کلاس‌های فن بیان نیز کاملاً کارساز است.
۶۸- پیش از حد صحبت نکرده و از بیان موضوعات بی‌ارزش خودداری کنید.
۶۹- تنها به دنبال احترام متقابل باشید.
۷۰- به این باور دست پیدا کنید که تحمل دیگران، یک مزیت برای شما خواهد بود.
۷۱- به فرهنگ سازمانی و هم‌رنگ شدن با جامعه کاری خود توجه داشته باشید.
۷۲- از تمرین کردن و وقت گذاشتن برای افزایش مهارت در کار، شانه خالی نکنید. برای مثال می‌توانید نیم ساعت بیشتر از دیگران برای این منظور در شرکت بمانید.
۷۳- به خود و تیم شرکت اعتقاد داشته باشید.

ادامه دارد ...
منبع: oncentatatime

برای رسیدن به جایگاه محبوب‌ترین کارمند را کاهش خواهد داد.
۵۲- در تلاش برای فرصت‌سازی برای تیم و شرکت خود باشید. در واقع شما می‌توانید با کمی فشار بر روی خود، راه‌های جدیدی را برای بهتر شدن تیم خود پیدا کنید. به همین خاطر ارتقای تیم را صرفاً وظیفه مدیریت تلقی نکنید.
۵۳- از ریسک‌های غیرضروری خودداری کنید، با این حال در مواردی که دلایل درستی وجود دارد، بهتر است تا ریسک‌پذیر باشید.
۵۴- استرس و نگرانی‌های خود را کاهش دهید. بدون شک این امر بر روی سلامت و راندمان کاری شما تأثیرات بسیار منفی‌ای را خواهد داشت.
۵۵- دستاوردهای خود را تا حد امکان افزایش دهید. این امر شما را به یک کارمند موفق تبدیل خواهد کرد.
۵۶- در کار خود خلاق باشید. این امر باعث خواهد شد تا همگان از نحوه انجام کارها توسط شما، هیجان‌زده شوند.
۵۷- از رقابت سالم با سایر همکاران، واهم‌ای نداشته باشید.
۵۸- مالیات خود را به موقع پرداخت کنید. در واقع شما نباید هیچ‌گونه مشکل حقوقی داشته باشید.
۵۹- از اهمیت وعده‌های غذایی غافل نشده و خواب و استراحت کافی نیز داشته باشید.
۶۰- در کار خود ثبات داشته باشید، عوض کردن مداوم کار به روزمه‌تان ضربه وارد خواهد کرد.
۶۱- مصمم باشید که فراتر از انتظار خود و دیگران ظاهر شوید.
۶۲- حتی ساده‌ترین مسئولیت‌ها را با جدیت انجام دهید.

مترجم: امیر آل‌علی: در سه مطلب گذشته به ۴۵ اقدام برای اینکه به محبوب‌ترین کارمند شرکت تبدیل شوید اشاره کردیم و حال آنها را ادامه می‌دهیم.
۴۶- برای خود حریم شخصی داشته و به این حریم در دیگران نیز احترام بگذارید. در نهایت لازم است تا علی‌رغم کار، زندگی شخصی خود را نیز به خوبی مدیریت کنید تا در محل کار صرفاً بر روی موارد مورد نیاز تمرکز کنید.
۴۷- اخلاقیات را مورد توجه قرار داده و به موارد مثبت دیگران بیشتر توجه کنید.
۴۸- از کار خود لذت ببرید. هیچ چیز جذاب‌تر از دیدن کارمندی که با علاقه کارهای خود را پیگیری می‌کند، نخواهد بود.
۴۹- در تلاش برای ایجاد جوئی مثبت در تیم خود باشید. در واقع این امر که موارد مثبت زندگی و دلایل موفقیت در زمینه‌های مختلف را با دیگران به اشتراک بگذارید، محبوبیت خاصی را برای‌تان به همراه خواهد داشت. در نهایت لازم است تا به نحوی رفتار کرده و صحبت کنید که همگان از همنشینی با شما لذت ببرند.
۵۰- اعتقاداتی برای خود داشته باشید. در واقع افرادی که اعتقادهای محکمی دارند، در نگاه سایرین قابل اعتمادتر خواهند بود.

۵۱- عصبی و بی‌منطق نباشید. این امر که فکر کنید همگان باید جهان را از زاویه دید شما نگاه کرده و شبیه به خودتان باشند، عقیده‌ای کاملاً نادرست و مشکل‌ساز خواهد بود. در نهایت این امر که زود از کوره در بروید نیز به نارضایتی منجر شده و شانس شما