

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

ماهگیری در کویر توسط مشاوران املاک

افزایش کمیسیون بنگاه‌ها
از چه زمانی کلید خورد؟

«ان‌شاءالله از خونه‌ای که خریدی خبر نبینی.» این جمله بخشی از دعوای صاحب بنگاه املاک نزدیک میدان فاطمی با خریدار خانه است. موضوع دعوا بر سر حق کمیسیون...

۳

شرط موفقیت حذف ۴ صفر از پول ملی چیست؟

سایه روشن
تبدیل ریال به تومان

فرصت امروز: این روزها حذف چهار صفر از پول ملی در کانون توجه افکار عمومی قرار دارد و روزی نیست که درباره آثار مثبت و منفی این رفرم پولی در اقتصاد ایران، از دولتمردان گرفته تا اقتصاددانان صحبتی نشود. افزایش تورم در سال‌ها و دهه‌های گذشته موجب شده تا صفرهای بیشتری در مقابل قیمت کالاها قرار بگیرد و همین امر وجهه پول ملی را زیر سوال برده است. از همین رو، لایحه حذف چهار صفر از پول ملی نهم مردادماه امسال در هیات دولت به تصویب رسید و چندی دیگر رهسپار مجلس می‌شود تا نمایندگان درباره رد یا تایید آن تصمیم‌گیری کنند. البته این اولین بار نیست که طرح حذف صفر از پول ملی از سوی بانک مرکزی مطرح می‌شود و نخستین بار در اوایل دهه ۷۰...

۴

جایگاه جهانی ایران در مصرف، تولید و قیمت سوخت کجاست؟

اولین گام کنترل مصرف سوخت برداشته شد

۲

مدیریت و کسب‌وکار

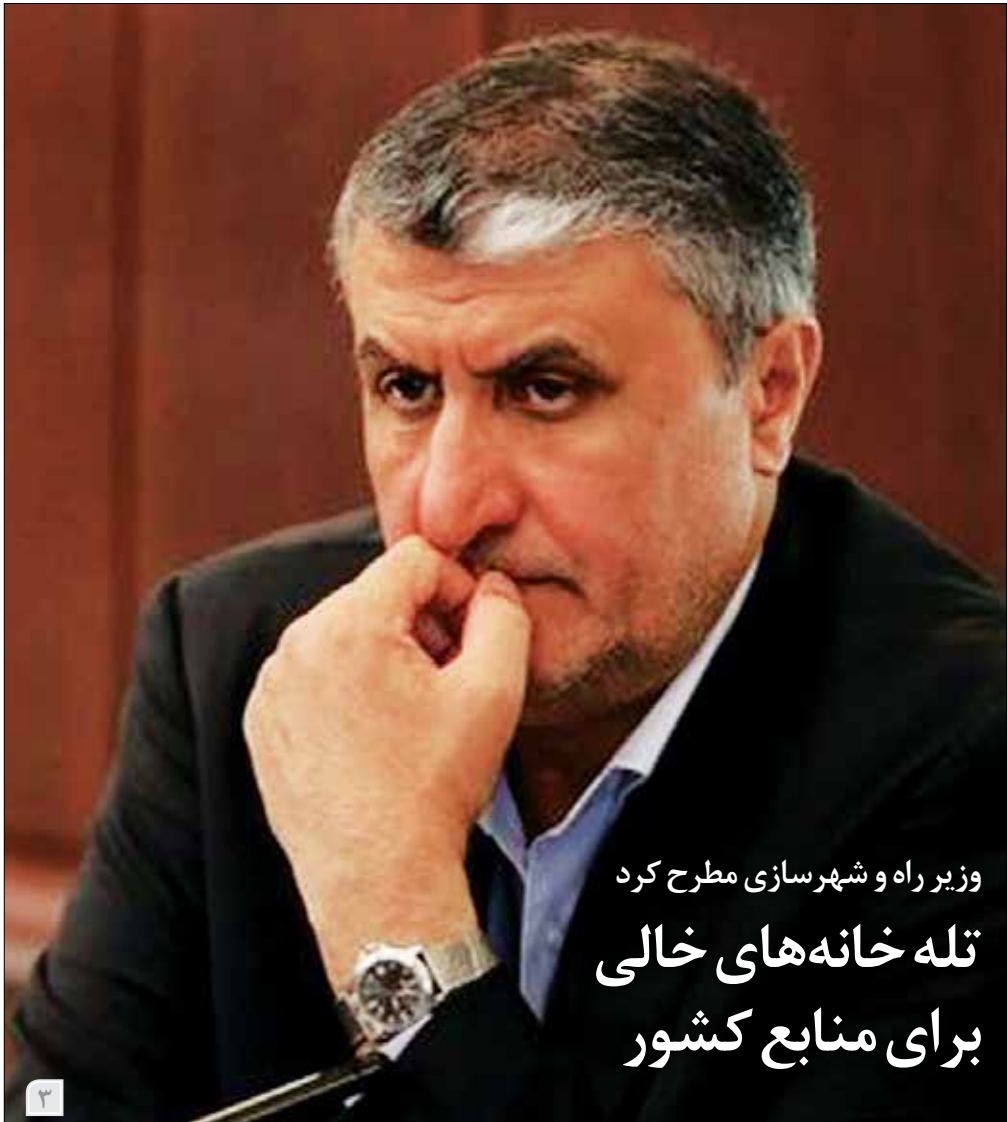


مایکروسافت قیمت‌گذاری

سرویس‌های ابری و نرم‌افزاری را
تغییر می‌دهد

- مهارت‌های فنی و حرفه‌ای، کلید کارآفرینی
- ۴۱ نقل قول موفقیت از مارک زاکربرگ
- لینکدین یا توئیتر، کدام برای تجارت مناسب‌تر هستند
- ۳ اشتباه بازاریابی کسب و کارهای کوچک
- ۷ حوزه مهمی که در سنجش رقیبان باید در نظر بگیرید!
- درس‌های بازآفرینی برند از پروژه مک دونالد

۸ تا ۱۶



وزیر راه و شهرسازی مطرح کرد

تله خانه‌های خالی
برای منابع کشور

۳

خوانساری: حذف چهار صفر از پول ملی همراه با اصلاح ساختار اقتصادی باشد

دیدگاه بخش خصوصی درباره حذف صفر

با سفرهای متعددی که به اروپا، آمریکا و... داشتند و با مصاحبه‌هایی که با رسانه‌های بین‌المللی انجام دادند، توانستند توجه افکار عمومی را علیه آمریکا و به نفع کشورمان جلب کنند و همین باعث شد که مقامات آمریکایی نتوانند تلاش‌های او را تحمل کنند، به خصوص مصاحبه‌هایی که ایشان علیه تصمیمات گروه ب انجام دادند بسیار موثر بود و باعث شد در نهایت ایشان را آمریکا تحریم کند. ما باز خوشحال هستیم که آقای ظریف جزو افرادی بود که در همایش امین‌الضرب؛ اتاق از ایشان قدردانی کرد و نشان امین‌الضرب را دریافت کردند. فکر می‌کنیم که بخش خصوصی همیشه قدردان زحمت و تلاش‌های این مرد بزرگ خواهد بود.»

مخالفت با تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی

او همچنین به جلسه‌ای که هیات رئیسه اتاق تهران با روسای کمیسیون‌های اتاق تهران داشته اشاره کرد و گفت: «در این جلسه تقریباً تمام روسای کمیسیون‌های تخصصی اتاق تهران اعلام کردند که با ادامه روند اختصاصی ارز ۴۲۰۰ تومانی مخالف هستند و علت آن این است که ارز ۴۲۰۰ تومانی بستر فساد و رانت را در اقتصاد کشور ایجاد کرده است. علاوه بر این باعث ایجاد بی‌عدالتی شده است زیرا تمام افراد نمی‌توانند از این ارز استفاده کنند و فقط در اختیار افراد خاصی قرار می‌گیرد. چون در کشور سیستم توزیع درستی هم حاکم نیست اقلامی که با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد کشور می‌شود به همان قیمت به دست مردم و مصرف‌کنندگان نمی‌رسد و در نهایت قاچاق کالا و لطمه به تولید را باعث می‌شود. خیلی از محصولات تولید داخلی، ترکیبی از مواد اولیه داخلی و وارداتی هست و طبیعتاً قیمت ساخت آنها بیش‌تر از قیمت کالای وارداتی خارجی می‌شود، بنابراین اتاق تهران و فعالان بخش خصوصی خواستار قطع سریع ارز ۴۲۰۰ تومانی است و فکر می‌کنیم اگر قرار باشد دولت کمکی به افشار آسیب‌پذیر کند تنها راه پرداخت یارانه به صورت نقدی است.»

چرایی ممنوعیت صادرات و واردات برخی کالاها

خوانساری در ادامه سخنانش گفت: «همچنین در جلسه با روسای کمیسیون‌های اتاق تهران مورد دیگری که مطرح شد ممنوع کردن کالاها برخلاف قانون است. براساس قانون ممنوعیت صادرات و واردات تنها سه مورد اشاره شده که ممنوع است که شامل مشروبات الکلی، مواد مخدر و اسلحه می‌شود و مابقی کالاها پیش‌بینی شده است که با تعرفه محدود شوند ولی متأسفانه در روزها و هفته‌های گذشته شاهدیم که هر وزارتخانه براساس مسئولیتی که برعهده دارد واردات و صادرات کالایی را ممنوع و یا روز دیگری آزاد می‌کنند و این به صادرات، تولید و واردات لطمه می‌زند و انتظار ما از دولت این است که اگر قرار است کالایی را محدود و ممنوع کنند در سطحی مانند سرنان قوا درباره آن تصمیم‌گیری شود.

البته باز تاکید می‌کنم که این موضوع به صورت کلی خلاف قانون است و نباید شاهد باشیم که هر روز کالایی ممنوع و فردا آزاد شود. این اتفاقات باعث می‌شود که شاهد شکل‌گیری بسترهای وقوع جرم در کشور باشیم. من هفته گذشته مقاله‌ای را می‌خواندم که نوشته بود اخیراً در کانادا استفاده از ماری جوآن را آزاد کرده‌اند و تحلیل این بود که علت آزادی این است که مصادیق جرم را در کشورشان کاهش دهند و به این نتیجه رسیده‌اند که هر چقدر مصادیق جرم را کاهش دهند افراد کمتری مجرم خواهند شد و پلیس و دستگاه‌های قضایی می‌توانند به جرائم جدی‌تری بپردازند. ما متأسفانه در کشورمان بستری را مهیا می‌کنیم که افراد به ناچار مجبور می‌شوند به سمت ارتکاب جرم بروند و نمونه‌های زیادی از آن را در سال‌های گذشته دیده‌ایم، مثلاً در سال گذشته بحث سکه و سیاحت‌گذاری‌ها در این خصوص را شاهد بودیم و در نهایت افراد زیادی مجرم شناخته شدند. در بحث ارز ۴۲۰۰ تومانی هم می‌بینیم که تعداد زیادی واردکننده و صادرکننده مجبور هستند به دادگاه‌ها بروند و این در بحث‌های مختلف مانند حوزه‌های اجتماعی همچون ماهواره و... هم شاهد این اتفاق بودیم و در نهایت همین رویکرد باعث شده که هم‌اکنون شاهد ۱۷ میلیون پرونده باز در دستگاه قضایی باشیم. اگر در هر پرونده دو نفر دخیل باشند به صورت کلی در هر پرونده یک و نیم خانواده درگیر هستند و عملاً جمعیت مهمی از کشور مجرم هستند و یا پرونده قضایی دارند. انتظار ما از دولت و سایر قوا این است که طوری سیاست‌گذاری کنند مردم کمتر درگیر شوند و اگر بحثی هست که فراگیر می‌شود، این تبدیل به جرم نشود.»

رئیس اتاق بازرگانی تهران گفت «اگر قرار باشد که تورم‌های بالای ۳۰ درصد در سال داشته باشیم، هر سه سال یک صفر به پول ملی اضافه می‌شود و باز باید هر چند سال یک‌بار، این صفرها حذف شود؛ پس باید هم‌زمان اصلاح ساختار اقتصادی نیز صورت گیرد.» به گزارش «فرصت امروز»، پنجمین جلسه نهمین دوره هیات نمایندگان اتاق تهران برگزار شد و مسعود خوانساری در این نشست به طرح مسائلی درخصوص مالیات، حذف چهار صفر از پول ملی، تورم و تحریم ظریف پرداخت. رئیس اتاق تهران ابتدا با تبریک عید قربان و عید غدیرخم به برگزاری دومین جشنواره امین‌الضرب فرهنگی اشاره کرد و گفت: «هفته گذشته ما دومین مراسم برگزاری جشنواره امین‌الضرب فرهنگی را شاهد بودیم که خوشبختانه امسال با استقبال خیلی خوبی برگزار شد و بیش از ۱۳۰۰ اثر به دبیرخانه جشنواره رسیده بود که در نهایت توسط هیات داوران ۱۵ خبرنگار در شش رشته به عنوان نفرات برتر معرفی شدند و توانستند جوایز خودشان را دریافت کنند و شایسته بهترین‌ها بودند.» خوانساری سپس به درگذشت اصغر قندچی پدر کامیون‌سازی ایران و بنیانگذار کارخانه ایران کاوه اشاره کرد و گفت: «آقای قندچی حق بزرگی به گردن صنعت کشور داشت و در سال‌های جنگ تلاش‌های بسیاری کرد. خوشحال هستیم که در زمانی که ایشان در قید حیات بودند اتاق تهران در اولین دوره جشن امین‌الضرب از او تجلیل کرد و نشان امین‌الضرب به آقای قندچی از سوی معاون اول رئیس‌جمهور اهدا شد و ما امیدواریم بتوانیم این سنت حسنه را هر سال تکرار کنیم و کارآفرینان کشور را در زمان حیات خودشان مورد توجه و قدردانی قرار دهیم.»

درباره بخشودگی جرائم مالیاتی

رئیس اتاق تهران در ادامه به مباحث اقتصادی پرداخت و درباره بخشودگی جرائم مالیاتی گفت: «ما در ماه گذشته موضوع قطعیت بخشودگی جرائم مالیاتی را شاهد بودیم. طبق ماده ۱۹۱ قانون مالیات‌ها بخشودگی جرائم برعهده سازمان امور مالیاتی و ممیزین مربوطه بود و در سال‌های گذشته به دلیل عدم شفافیت اعتراضات بسیاری روی این موضوع مطرح می‌شد. اتاق تهران این مطالبه فعالان اقتصادی را امسال و سال گذشته از طریق معاون اول رئیس‌جمهور پیگیری کرد و با اقداماتی که معاون اول محترم رئیس‌جمهور انجام دادند سازمان امور مالیاتی دو هفته پیش بخشنامه‌ای را صادر کرد که ۱۰۰ درصد بخشودگی برای تمام افرادی که تا تاریخ مشخصی خود را پرداخت کنند در نظر گرفته شود و خوشبختانه شفافیت خوبی را می‌توانیم شاهد باشیم و من همین جا لازم است از سازمان امور مالیاتی و زحمت‌معاون اول رئیس‌جمهور آقای جهانگیری برای پیگیری خواسته اتاق تهران تشکر کنم.»

بایدها و نبایدهای حذف صفر از پول ملی

حذف چهار صفر از واحد پول ملی، موضوع دیگری بود که مسعود خوانساری درباره آن صحبت کرد و گفت: «در هفته‌های گذشته موضوع قطعیت بخشودگی بسیاری درباره حذف چهار صفر در رسانه‌ها مطرح شده است؛ نظر اتاق تهران این است که این موضوع می‌تواند نتایج مثبتی را به همراه داشته باشد چون در حال حاضر ریال اصلاً مطرح نیست و در گفت و گوهایی که می‌شود مردم از تومان استفاده می‌کنند و همین موضوع محاسبات را هم مشکل کرده است و صفرهای زیاد حسابداری را هم دچار اشکال کرده است ولی مهم این است که این تحول هم‌زمان با اصلاح ساختار اقتصادی کشور باشد وگرنه اگر قرار باشد ما تورم‌های بالای ۲۰، ۳۰ درصدی در سال داشته باشیم هر دو سه سال مجدد یک صفر دوباره اضافه می‌شود و چند سال بعد شاهد خواهیم بود که دوباره باید چند صفر را حذف کنند. بنابراین ما معتقدیم اگر قرار است چنین اتفاقی بیفتد باید برای اصلاح ساختار اقتصاد کشور هم فکر شود.»

تحریم ظریف تحریم دیپلماسی

او همچنین به تحریم محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه اشاره کرد و گفت: «محمدجواد ظریف واقعاً شخصیت، منطق و زبان قدرتمندی دارد و نه‌تنها در داخل کشور مقبولیت بالایی دارند بلکه در دیپلماسی جهان هم فردی بسیار موفق بوده است و چند سال پیش شاهد بودیم که برجام را توانستند به خوبی به سرانجام برسانند و در سال جاری هم

وقوع یک چهارم فیشینگ سالانه در تیرماه امسال

کلاهبرداری‌های اینترنتی در ایران به مرز هشدار رسید

از ابتدای تابستان امسال، میزان کلاهبرداری‌های مربوط به فیشینگ (اخذ اطلاعات کارت بانکی از طریق سایت‌های جعلی و خالی کردن حساب) رشد زیادی داشته است، به طوری که یک چهارم فیشینگ یک سال گذشته در تیرماه امسال رخ داده است.

به گزارش ایرنا، پیگیری‌ها و بررسی‌ها نشان می‌دهد که در ماه‌های گذشته، میزان فیشینگ رو به افزایش نهاده است که البته اوج آن در تیرماه امسال بود، اما نکته جالب در این میان آن است که هنوز علت رشد بی‌سابقه فیشینگ در نخستین ماه فصل تابستان مشخص نشده است.

فیشینگ به تلاش برای به دست آوردن اطلاعاتی مانند نام کاربری، گذرواژه، اطلاعات حساب بانکی و... از طریق جعل یک وب‌سایت، پیامک و آدرس ایمیل گفته می‌شود. بنابراین افراد سودجو پس از دریافت این اطلاعات به راحتی می‌توانند حساب‌های بانکی افراد را خالی کنند. گفتنی است که این کلاهبرداران برای فیشینگ و خالی کردن حساب مردم از موضوع‌های جذابی مانند کارت سوخت، قطع یارانه، سید حمایتی خانوار و خرید شارژ اینترنت رایگان سوءاستفاده می‌کنند.

شناسایی ۵هزار فیشینگ در یک سال گذشته

البته آمار چندان دقیقی از میزان فیشینگ و کلاهبرداری‌های اینترنتی در کشور وجود ندارد، اما بررسی‌های ایرنا نشان می‌دهد که در یک سال گذشته (منتهی به تیرماه ۹۸) حدود ۵هزار فیشینگ در کشور شناسایی شده است که یک چهارم آن یعنی ۲۵درصد این فیشینگ‌ها مربوط به تیرماه امسال است. پرواضح است که این آمار مربوط به مواردی است که تحت پایش و رصد قرار گرفته و شناسایی شده است.

فیشینگ با سوءاستفاده از نام بانک مرکزی

در این میان، کلاهبرداران اینترنتی که به سرعت در حال توسعه فعالیت‌های خود هستند، به بانک مرکزی هم رحم نکرده‌اند، به طوری که آنها در تیرماه امسال با طراحی درگاه جعلی پرداخت با نام بانک مرکزی قصد دسترسی به اطلاعات حساب بانکی افراد به منظور فیشینگ را داشتند که بانک مرکزی با صدور اطلاعیه‌ای نسبت به آن هشدار داد.

براساس این گزارش، در تیرماه ۹۸ بود که برخی از شهروندان چنین پیامکی دریافت کردند: «مهلث سرویس پیامک بانکی حساب شما به اتمام رسیده و هم‌اکنون بدون حضور در شعب بانک، سرویس اطلاع‌رسانی پیامکی حساب خود را با مراجعه به درگاه پرداخت بانک مرکزی با پرداخت ۵هزار تومان به مدت دو سال تمدید کنید.»

راه‌اندازی صفحات جعلی فیشینگ، مثل آب خوردن

فیشینگ با سرعتی زیاد در کشور رو به گسترش است و اقدامات پلیس نیز برای مبارزه با این امر تداوم دارد. این در حالی است که راه‌اندازی سایت‌ها و صفحه‌های جعلی پرداخت‌های اینترنتی به راحتی امکان‌پذیر است و افراد با کمترین اطلاعات رایانه‌ای و اینترنتی می‌توانند چنین صفحات جعلی را راه‌اندازی کنند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که حتی چندی پیش یک سایت اینترنتی، کار را برای کلاهبرداران آسان کرده و به طور رایگان صفحات جعلی فیشینگ را در اختیار متقاضیان قرار می‌داد که البته این سایت اینترنتی توقیف شد. روش کار این سایت اینترنتی هم به این صورت بود که مشخصات صفحات جعلی موردنیاز متقاضیان را دریافت کرده و برای آنها طراحی می‌کرد و جالب اینکه همه این فرآیند را به طور رایگان انجام می‌داد.



سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱



نظام یارانه‌ای در خدمت ابرطبقه

 	وحید شقاقی شهری
	اقتصاددان

دلیل پیدایش یارانه در دنیا، حمایت از توده مردم و دهک‌های کم‌درآمد بوده است. همچنین برای حمایت از تولیدکنندگان واقعی و نیازمندان این یارانه‌ها تخصیص داده می‌شود چراکه در نهایت سود آن در دور بعدی تولیدات به نفع کشور و توده‌های مردم خواهد بود. هرگز در هیچ کجا از دنیا مفهومی به نام یارانه برای ثروتمندان و سوداگران معنا نداشته است، اما در ایران می‌بینیم که اقتصاد رانتی و وابستگی به درآمدهای نفتی در ۵۰ سال گذشته باعث شده است تا کارکرد نظام یارانه‌ای برعکس شود و به خدمت سوداگران و رانت‌گیران درآید. یارانه در اقتصاد ایران هر گز در خدمت دهک‌های کم‌درآمد نبوده است. در ایران همواره قدرت‌های سیاسی با قدرت‌های اقتصادی در رابطه نزدیکی قرار داشته‌اند. به عبارت دیگر، سیاست و اقتصاد همواره با هم عجین بوده‌اند که همین موضوع موجب شده سیاست‌گذاری‌های دولت در مورد توزیع یارانه‌ها به نفع ابرطبقه اقتصادی باشد. ابرطبقه به طبقه ثروتمندی گفته می‌شود که در نظام سیاسی کشور هم نفوذ بالایی دارد. متأسفانه نظام یارانه‌ای ما همواره در خدمت این ابرطبقه بوده است.

توزیع یارانه‌ها در ایران همواره به نفع دهک‌های پردرآمد بوده است و همین امر موجب افزایش نابرابری شده و تداوم آن قطعاً به تشدید این نابرابری‌ها و نارضایتی‌ها منجر خواهد شد. ضریب جینی برای نشان دادن نابرابری در توزیع درآمد یا ثروت در یک جامعه آماری مورد استفاده قرار می‌گیرد. هر چقدر ضریب جینی نزدیک به عدد صفر باشد، برابری بیشتر در توزیع درآمد را نشان می‌دهد و بالعکس هر چقدر ضریب جینی نزدیک به عدد یک باشد، توزیع نابرابر درآمد را مشخص می‌کند. الان ضریب جینی در کشور ما ۰٫۴ است. در کشورهای توسعه‌یافته بین ۰٫۲۵ تا ۰٫۳ است. میزان ضریب جینی در کشور ما وحشتناک بالاست، چراکه اقتصاد ما دولتی بوده و این عدد نشان‌دهنده اقتصاد نابرابر و رانتی است. اما از اینها که بگذریم، بعضی از مشکلات اساسی نظام یارانه‌ای ما ناشی از عدم شناسایی جامعه هدف و دهک‌های نیازمند بوده است. نخواستیم یارانه‌ها را هدفمند کنیم و شناختی از دهک‌های درآمدی نداریم. هر وقت بحث اصلاحات مطرح می‌شود، اولین مانع این است که اطلاعات دهک‌ها را نداریم. تا کسی می‌خواهیم با این جمله مسیر اصلاحات را ناهموار کنیم. ۲۰ سال است که می‌گویند اطلاعات موجود نیست در حالی که می‌توانستند ظرف شش ماه این کار را انجام دهند اما نخواستند. با بانک اطلاعاتی قوی می‌توانستیم شناخت دقیقی از جامعه هدف و اینکه چه میزان یارانه به آنها پرداخت شود، به دست آوریم. با انجام این کار نیمی از راه را رفته بودیم.

بعد از تهیه یک بانک اطلاعاتی، باید اصلاحات نظام یارانه‌ای به سمت دهک‌های کم‌درآمد برود؛ اتفاقی که امروز برعکس آن را شاهدیم. هر کس تعداد خودروهای بیشتر، خانه بزرگ‌تر و امکانات بیشتری دارد از انرژی‌ها هم استفاده بیشتری می‌کند. جمعیتی در کشور وجود دارد که اصلاً هیچ خودرویی ندارند، در حالی که یک خانوار ۴ خودرو، کارخانه و بنگاه تولیدی دارد و از آب و برق و انرژی بیشتری بهره را می‌برد. خودروسازی‌های ما نیز شکل دیگری از اقتصاد رانتی است. آنها از منابع یارانه‌ای و ارزان استفاده می‌کنند ولی خودرو را به قیمت آزاد به بازار عرضه می‌دارند. این درحالی است که بانک اطلاعاتی دقیق و شفاف می‌توانست از این بی‌عدالتی‌ها جلوگیری کند.

دولت دوازدهم در گزارش‌های مالی خود آورده است که سالانه ۹۰۰ هزار میلیارد تومان یارانه پنهان توزیع می‌شود که بیش از ۷۰درصد آن نصیب دهک‌های پردرآمد و سوداگران می‌شود. تا سال گذشته دولت ۱۳ و نیم میلیارد دلار برای تامین کالاهای اساسی، ارز اختصاص داد تا این کالاها در اقتصاد ایران توزیع شود ولی نیمی از این ۱۳ و نیم میلیارد دلار ناپدید شد. واردکنندگان پرنفوذ، ارز ۲۴۰۰ تومانی را دریافت کردند ولی قیمت کالاهای وارداتی آنها مثل گوشت به شکل سرسام‌آوری بالا رفت. حالا که با ارز ۱۳ هزار تومانی نیمایی وارد می‌شود، همچنان قیمت گوشت همان میزان است. یعنی یارانه رانتی بود که نصیب واردکنندگان گوشت شد، اما آنها گوشت را به قیمت آزاد فروختند.

برخی اعتقاد دارند که دولت باید دخالت خود را در بازارهای مختلف و اختصاص یارانه به آنها کم کند. من سودی در این زمینه نمی‌بینم. رهاکار درست این است که یارانه در مسیر درست آن هدایت شود. مثلاً به جای اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردکنندگانی که کالاهای خود را با قیمت آزاد فروخته‌اند، می‌توانستیم این یارانه را به شکل نقدی به دهک‌های کم‌درآمد پرداخت کنیم. نه‌تنها کالاهای ارزان وارد نشدند، بلکه هیچ یارانه‌ای به دست دهک‌های کم‌درآمد هم نرسید. در عوض سود کلانی نصیب رانت‌بگیران شد.

نمی‌توان دست دولت را در نظام توزیع یارانه و کالاها کوتاه کرد. هیچ‌چیز دنیا این اتفاق نمی‌افتد. حتی در کشورهای اروپایی نیز دولت‌ها حضور دارند و در زمینه توزیع یارانه سیاست‌گذاری می‌کنند. مسئله، حضور یا نبود دولت نیست؛ مسئله فساد، رانت و نبود شفافیت است که اجازه نمی‌دهد ابرطبقه اقتصادی کنار برود و یارانه‌ها در اختیار مستحقان اصلی آن قرار گیرد. در کشورهای سوسیال دموکرات هم دولت حضور دارد ولی به دلیل فساد پایین و شفافیت بالا، نظام توزیع یارانه و کالای آنها درست عمل می‌کند. همواره دولت‌های سیاسی ما به قدرت‌های اقتصادی وصل بوده‌اند و این دو همسو با همدیگر حرکت کرده‌اند. در این میان فقط توده مردم زیر بار فشارهای اقتصادی له شده است. اگر می‌خواهیم اقتصاد ایران به جای خوبی برسد، اولین قدم این است که دولت رانتی بر سر کار نیاید. متأسفانه همه دولت‌های ما به اقتصاد نفتی و رانتی وابسته بوده‌اند، در نتیجه نتوانستند پاسخگوی مردم باشند که عوام‌فریبی و فساد را در پی داشته است.

منبع: آینده‌نگر

جایگاه جهانی ایران در مصرف، تولید و قیمت سوخت کجاست؟

اولین گام کنترل مصرف سوخت برداشته شد



۱۰۰۰ تومان و برای سایر فرآورده‌ها نظیر گازوئیل لیتری ۳۰۰ تومان و نفت سفید لیتری ۱۵۰ تومان می‌پردازیم که قطعاً این ارقام عادلانه نیست. **لزوم حساسیت بیشتر بر رصد مصرف سوخت در شهرهای بزرگ** همچنین صادق مردانی، کارشناس انرژی درخصوص استفاده از کارت‌های سوخت گفت: هم‌اکنون اعداد و ارقامی مبنی بر استفاده از کارت سوخت در دسترس نیست؛ با استفاده از کارت سوخت می‌توان میانگین و گپ بین تولید و مصرف بنزین در کشور را رسماً به دست آورد. این اعداد و ارقام در مصرف سوخت این اجازه را به ما می‌دهد تا برای سایر صنایع خود تصمیم‌گیری‌های دقیق‌تری را در پیش بگیریم.

او یک از ویژگی‌های وجود کارت سوخت را مدیریت و کنترل سوخت کشور و اطلاع از وضع سوخت استفاده‌شده در هر شهر و هر خودرو دانست و ادامه داد: مهم‌ترین ویژگی استفاده از کارت سوخت هوشمند شخصی، مشخص‌شدن استفاده سوخت در هر خودرو است، این امر سبب می‌شود تا بتوان به موارد استفاده بی‌رویه افراد از سوخت مشکوک و از قاچاق یا سوءاستفاده از منابع طبیعی جلوگیری کرد.

مردانی درخصوص حساسیت بیشتر شهرهای بزرگ به استفاده از کارت سوخت افزود: کلانشهرهایی مانند تهران که میزان سوخت مورد نیاز آنها با تعداد ماشین‌های موجود مطابقت ندارد، نیاز به بررسی‌های بیشتر دارد؛ که استفاده از این تکنولوژی (کارت سوخت) اجازه مدیریت مصرف و سقف‌گذاری برای اصلاح الگوی مصرف را هم می‌دهد.

این کارشناس انرژی استفاده از کارت سوخت را مقدمه‌ای بر مسیر کنترل و اصلاح الگوی مصرف جامعه دانست و گفت: اگر شرکت ملی پخش و پالایش نفت بخواهد اقدامات بیشتری در زمینه مدیریت مصرف سوخت اعمال کند، باید ابتدا میزان مصارف استان‌ها و کلانشهرها را در دست داشته باشد که این آمار در اقدام اولیه این شرکت محقق خواهد شد. به گفته وی، اگر قرار است به فردی کارت سوخت شخصی تعلق بگیرد؛ آن فرد باید از دهک‌های پایین جامعه باشد تا با توجه به شرایط آسیب‌پذیر زندگی‌اش برای استفاده از بنزین امتیاز ویژه‌ای داشته باشند. یعنی باید تفاوتی در تخصیص منابع ملی بین فردی که اتومبیل معمولی دارد با فردی که ماشین‌های لوکس سواری می‌شود وجود داشته باشد.

مردانی استفاده از کارت سوخت‌های متعلق به جایگاه‌داران را از عوامل تحریک بازار سیاه دانسته و کنترل میزان مصرف آن را نیز از اقدامات مهم وزارت نفت و شرکت ملی نفت ایران تلقی کرد.

نگران نیاشید، فعلاً کارت سوخت جایگاه‌ها فعال است

امیر وکیل‌زاده، مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران نیز با بیان اینکه از ۲۲ مرداد سوخت با کارت شخصی عرضه می‌شود، گفت: در این مرحله مردم نگران دریافت سوخت نباشند و تا زمانی که همه افراد دارای کارت نشده‌اند، کارت جایگاه‌ها فعال خواهد ماند. با هماهنگی‌های صورت‌گرفته به مدت چند روز کارت سوخت جایگاه‌ها در اختیار مردم قرار می‌گیرد و تا زمانی که مطمئن نشده‌ایم همه مالکان خودرو و موتورسیکلت‌ها دارای کارت هستند و مشکلی در این زمینه ندارند، محدودیت‌ها را اعمال نخواهیم کرد. همچنین به مدت یک ماه شرایطی فراهم شده که رمز همه کارت‌های سوخت موجود به چهار رقم آخر کد ملی فردی که اسمش روی کارت سوخت ثبت شده، باز گردد، بنابراین افراد می‌توانند با مراجعه به جایگاه سوخت و وارد کردن چهار رقم آخر کد ملی خود، آن را فعال کنند.

بدهد. یعنی به زبانی ساده‌تر سامانه به کُما رفت. همین امر منجر شد تا اگر رانندگانی کارت سوخت خود را گم کرده بودند به علت بی‌اهمیت بودن استفاده از آن دیگر به سراغ صدور کارت المثنی نروند و حال با اجرای مجدد این طرح با مشکل مواجه شوند.

او یکی دیگر از دلایل کنار گذاشته‌شدن کارت سوخت را بالا رفتن نرخ بنزین در ایران نسبت به کشورهای منطقه دانست و گفت: سال ۹۴ با افت قیمت نفت خام نرخ بنزین در کشورهای حاشیه خلیج فارس و همسایگان ایران به شدت کاهش پیدا کرد، تثبیت نرخ ارز نیز منجر شد تا نرخ عرضه بنزین در ایران نسبت به سایر کشورها بالاتر باشد و این موضوع باعث شد تا افراد بسیاری تداوم سیاست‌های کنترلی از طریق سامانه کارت هوشمند سوخت را غیرضرور دانسته و بر اصلاح سیاست‌های قیمتی تاکید داشته باشند. در سال ۹۴ هرچند بهترین زمان برای اصلاح سیاست‌های قیمتی و تغییر آن از مدل دستوری و تک نرخی به مدل شناور بود، ولی متأسفانه بدون اصلاح سیاست‌های قیمتی، صرفاً کارت سوخت کنار گذاشته شد که به شرایط فعلی با جهش قیمت ارز و تورم قیمتی سایر کالاها با مشکل مدیریت در مصرف بنزین روبه‌رو شده‌ایم.

زندى ادامه داد: استفاده از کارت سوخت از امروز منجر به کاهش یکباره قاچاق سوخت در کشور نخواهد شد بلکه تداوم و تکمیل این طرح قطعاً نقطه شروع خوبی برای به سرانجام رسیدن این طرح خواهد شد. این کارشناس حوزه انرژی به اهمیت کنترل کارت سوخت جایگاه‌داران در موفقیت طرح کنترل مصرف سوخت اشاره و بیان کرد: استفاده از کارت سوخت شخصی در ابتدا در تعدادی از کلانشهرها عملیاتی شده و سپس تمام کشور به طور سراسری مشمول این طرح می‌شوند، چرا که سامانه باید به مرور زمان به‌روزرسانی شود.

اجرای کارت سوخت و سهمیه‌بندی در سیستان و بلوچستان

او در پاسخ به این سوال که آیا بهتر نبود از شهرهای مرزی برای شروع این طرح استفاده می‌شد؟ گفت: جالب است بدانید مردمان شهرهای مرزی سیستان و بلوچستان مدت‌هاست از کارت سوخت شخصی به همراه سهمیه‌بندی استفاده می‌کنند. شما در سیستان و بلوچستان نمی‌توانید بدون کارت سوخت شخصی برای خودروی خود بنزین خریداری کنید، اما این عملیات تنها در شهرهای مرزی سیستان عملیاتی شده و به سایر شهرهای مرزی تعمیم پیدا نکرده است.

زندى همچنین به دلیل عملیاتی‌نشدن سراسری این طرح نیز گذری زد و تصریح کرد: قطعاً اگر این طرح به صورت سراسری عملیاتی می‌شد بهتر بود، اما اگر دولت و وزارت نفت منتظر آماده‌شدن زیرساخت‌های همه شهرهای کشور می‌شدند طرح استفاده از کارت سوخت شخصی تا سال آینده هم روی عملیاتى شدن را نمی‌دید.

این کارشناس حوزه انرژی به تشریح روند قاچاق سوخت به کشورهای همسایه پرداخت و تصریح کرد: قاچاق سوخت تنها مختص به بنزین نیست بلکه مشمول نفت‌گاز (گازوئیل)، نفت کوره و نفت سفید نیز هست. قسمت اعظم قاچاق سوخت مربوط به گازوئیل بوده و حجم کمتری از آن مربوط به بنزین است که این موضوع دلایل متعددی دارد از جمله اینکه قیمت بنزین در داخل در شرایط بهتری نسبت به سایر فرآورده‌های نفتی قرار دارد.

او گفت: هم‌اکنون برای خرید یک بطری نیم لیتری آب مبلغ یک هزار و ۵۰۰ تومان می‌پردازیم در صورتی که برای تهیه یک لیتر بنزین که هزینه‌های سنگین استخراج نفت، پالایش و توزیع را به همراه دارد مبلغ

با رانندازی مجدد استفاده از کارت سوخت در فرآیند سوختگیری از روز گذشته، اولین گام دولت دوازدهم برای کنترل میزان مصرف سوخت در کشور برداشته شد؛ گامی که به نظر می‌رسد می‌تواند مانعی برای قاچاق بیش از ۸ میلیون لیتر سوخت به کشورهای همجوار و همچنین مصرف بی‌رویه این سرمایه گرانبها شود؛ سرمایه‌ای که هرچند با بهای تمام‌شده بیشتری تهیه می‌شود، ولی ارزان‌بودن آن منجر شده است تا برخی از مردم جامعه در مصرف آن دقت نظر نداشته و عده زیادی از سودجویان خارجی نیز با بهره‌گیری از عوامل داخلی نسبت به خروج آن از مرزهای کشور اقدام کنند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، بنزین یکی از پرمصرف‌ترین سوخت خودروهای داخل کشور محسوب می‌شود و در کنار انواع مصارفی نظیر گازوئیل (نفت‌گاز)، نفت سفید (نفت اوره) و گاز سی ان جی وجود دارد، اما در وهله اول وزارت نفت و مراجع مسئول باید فکری به حال مصرف بی‌رویه بنزین می‌کردند.

طبق آخرین آمار هم‌اکنون میزان مصرف بنزین کشور حدود ۹۴ میلیون لیتر در روز برآورد شده که به نظر می‌رسد با در نظر گرفتن زمان حساس سال، یعنی فصل تابستان و افزایش تعداد مسافرت‌ها، این رقم به بیش از ۱۰۰ میلیون در روز برسد؛ این درحالی است که ظرفیت تولید این محصول در کشور حدود ۱۱۰ میلیون لیتر در روز است که از این میزان بنزین حدود ۲۰ میلیون لیتر آن با گوگرد کمتر از ۵۰ و ۱۰ پی پی ام تولید می‌شود که در منطقه کم‌نظیر است.

این آمارها نقص یا ضعف در تولید فرآورده‌های نفتی را بیان نمی‌کنند؛ بلکه نشان‌دهنده مصرف بی‌برنامه‌ریزی و روند افزایش قاچاق در کشور است چراکه طبق برآوردها مصرف روزانه بنزین باید چیزی حدود ۸۰ تا ۸۵ میلیون لیتر در سال باشد. طبق آمار سایت گلوبال پترول پرایس که آمار مصرف بنزین و همچنین قیمت سوخت در سراسر جهان را اعلام می‌کند، ایران در جایگاه دوازدهم تولیدکننده بنزین و جایگاه ۷۳ کشور مصرف‌کننده قرار دارد. البته نکته بسیار جالب اینجاست که ایران سومین کشور دارای سوخت ارزان در جهان نیز هست!

در همین زمینه، یک کارشناس حوزه انرژی، استفاده مجدد از کارت سوخت شخصی به دلیل تأثیرات آن در فرهنگ استفاده از بنزین در کشور را هرچند دیر، اما مثبت دانست و گفت: بیشترین دغدغه دولت‌ها برای کنترل و کاهش میزان مصرف بنزین باید با تمرکز بر حوزه مصرف داخل و اصلاح الگوی مصرف جامعه باشد.

زندى ادامه داد: استفاده از کارت سوخت اولین فاز مدیریت و تغییر الگوی مصرف در حوزه انرژی و فرآورده‌های نفتی است و قاعدتاً این مرحله به تنهایی توانایی کاهش میزان قاچاق و مصرف بی‌رویه سوخت را نخواهد داشت.

دلایل کنار گذاشته شدن کارت سوخت در سال ۹۴

این کارشناس حوزه انرژی به دلایل توقف استفاده از کارت سوخت در سال ۹۴ اشاره کرده و گفت: یکی از دلایل کنار گذاشته شدن کارت سوخت در کشور، یکسان بودن نرخ بنزین عرضه‌شده از طریق کارت سوخت شخصی و کارت جایگاه‌داران بود، همین امر سبب شد تا افراد بدون تمایل به استفاده از کارت سوخت شخصی به استفاده از کارت سوخت جایگاه‌داران متمایل شوند.

به گفته وی، حذف کارت سوخت شخصی از بدنه سامانه کارت هوشمند سوخت منجر شد تا این سیستم به مرور زمان کارکرد خود را از دست



پس از کاهش چشمگیر فروش نفت ایران به وسیله تحریم‌های آمریکا کشورهای عربی ادعا کردند که می‌توانند نبود ایران را در بازار جهانی نفت جبران کنند و با کمک آمریکا مانع کاهش صادرات نفت خواهند شد، ولی آنطور که پیش‌بینی می‌کردند نشد و حال عربستان و کویت و حتی آمریکا در تامین تقاضای بازار جهانی نفت به مشکل برخوردند.

به گزارش رویترز، افزایش قیمت نفت از دوشنبه گذشته شروع شد و دلیل آن را می‌توان کاهش میزان عرضه نفت به بازار جهانی دانست. در این بین نگرانی مصرف‌کنندگان نفت روز به روز در حال افزایش است.

کارشناسان در بین کاهش تقاضای جهانی برای نفت و کاهش تولیدات و عرضه نفت برای بالا بردن قیمت‌ها اختلاف نظر دارند و از ماه جون گذشته کشورهای عضو اوپک تصمیم گرفتند صادرات نفت خود را یک میلیون و ۲۰۰هزار بشکه در روز کاهش دهند.

امسا این کاهش صادرات و عرضه نفت به بازار جهانی تنها برای افزایش قیمت است و یا چاه‌های نفتی این کشورها به خصوص آمریکا ظرفیت استخراج بیشتر نفت را ندارند؟

با توجه به گزارش راشاتودی چاه‌های نفتی آمریکا دیگر نخواهد توانست به عرضه این حجم از نفت به بازار جهانی ادامه دهند و تنها حوزه میدلند

است که می‌تواند حجم تعیین‌شده را تولید و عرضه کند.

خالد الفاضل وزیر نفت کویت کاملاً با توافق اوپک مبنی بر کاهش عرضه نفت موافق بوده و حتی در مورد این موضوع می‌گوید اگر که لازم ببینیم صادرات و عرضه نفت را بیشتر از این کاهش خواهیم داد.

ترس از رکود اقتصادی در جهان تقاضا را برای نفت افزایش داده است و این درحالی است که صادرکنندگان و تولیدکنندگان نفت قادر به تامین بازار جهانی تقاضا نیستند و پیش‌بینی می‌شود تقاضا برای نفت تا نیمه دوم سال افزایش پیدا کند.

یک کارشناس درباره عربستان نیز می‌گوید که این کشور با کاهش عرضه موافق است و افزایش قیمت نفت را در بازار جهانی حمایت می‌کند. به گفته وی، عربستان در حال حاضر با بحران کسری بودجه مواجه است و برای تامین بودجه خود نیازمند افزایش قیمت نفت است و هر کاری می‌کند تا قیمت نفت را افزایش دهد.

این کارشناس در مورد به نتیجه رسیدن این فعالیت‌ها می‌گوید: «برای اینکه قیمت نفت در بازار تقاضا جهانی افزایش پیدا کند نیازمند رشد بیشتر تقاضای نفت در بازار جهانی و کاهش بیشتر صادرات نفت هستیم». جنگ تجاری بین چین و آمریکا روز به روز اقتصاد جهانی را پر تنش‌تر

رویترز از پیامدهای غیبت ایران در بازار جهانی نفت گزارش داد

نبود ایران در بازار نفت، کمر عرضه‌کنندگان را خم کرده است

می‌کند و بازار نفت نیز به شدت به تغییرات اقتصادی وابسته است و تنها اتفاق کوچکی باعث دگرگونی عرضه و تقاضا در بازار جهانی نفت خواهد شد و بازگشت تعادل به بازار جهانی نفت بسیار زمان‌بر خواهد بود مخصوصاً حالا که تمام تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان نفت به دنبال افزایش قیمت نفت و کاهش عرضه هستند.

در این میان تنش‌های بین ایران و آمریکا باعث شده است تا قیمت نفت ثابت باقی بماند و آمریکا با افزایش تنش‌ها در منطقه خلیج فارس و تنگه هرمز به دنبال دگرگونی و تغییر در بازار جهانی نفت است و تضعیف دلار نیز باعث افزایش بیشتر قیمت نفت شد و افزایش تنش‌های بین چین و آمریکا رشد اقتصاد جهانی را به شدت کند کرده است و این اتفاق باعث خواهد شد تا تقاضا برای نفت افزایش یابد.

اما آنچه که از ظواهر امر پیداست کاهش عرضه نفت به بازار جهانی تنها با هدف افزایش قیمت نفت صورت نمی‌گیرد بلکه کاهش ظرفیت چاه‌های نفتی این کشورها در این اتفاق بی‌تأثیر نیست و باید دید که آیا آمریکا و عربستان خواهند توانست نبود ایران را در بازار جهانی نفت جبران کنند یا خیر ولی تاکنون نتایج نشان می‌دهند که این اتفاق نیفتاده است و نبود ایران در بازار عرضه کاملاً حس می‌شود.



مسکن

وزیر راه و شهرسازی مطرح کرد

تله خانه‌های خالی برای منابع کشور

وزیر راه و شهرسازی با تأکید بر اینکه سرمایه‌گذاری و ساخت‌وسازهایی که هدف مشخصی ندارد یک تله مالی برای منابع کشور است، گفت حدود ۲.۲ میلیون واحد مسکونی بیشتر از خانوارها در کشور وجود دارد. محمد اسلامی در گفت‌وگو با تسنیم، درخصوص آمار خانه‌های خالی در کشور، اظهار داشت: آمار خانه‌های خالی یک بحثی است؛ مرکز آمار ایران اعلام کرده تعداد خانه‌های شناسایی‌شده براساس سرشماری سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۲۴ میلیون و ۲۰۰ هزار واحد است.

وی ادامه داد: تعداد خانوارها نیز حدود ۲۲ میلیون است، یعنی حدود ۲.۲ میلیون واحد مسکونی بیشتر از خانوارها وجود دارد.

وی بیان کرد: موضوع مهم این است که ببینیم خانه‌های خالی از چه جنسی است؛ این را باید احصا و شناسایی کنیم. در این راستا برنامه‌ای را در قالب سامانه جامع املاک و اسکان کشور پیگیری می‌کنیم که به اخذ مالیات بر خانه‌های خالی مالیات منتج می‌شود. در این صورت مالک خانه به تحرک واداشته می‌شود و تکلیف خانه خالی را روشن خواهد کرد.

وزیر راه و شهرسازی گفت: تا این اتفاق نیفتد نمی‌توان آمار واقعی خانه‌های خالی را اعلام کرد، چراکه خیلی از مردم در شهرهای مختلف واحد مسکونی دارند، بخشی از مردم نیز برای حفظ ارزش پول واحدهایی را خریداری کرده‌اند.

اسلامی با بیان اینکه واقعا نمی‌دانیم اینها چه ماهیتی دارند در پاسخ به این پرسشش که برخی کارشناسان و صاحب‌نظران بر این باورند باید برای ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا بخشی از واحدهای مسکونی خالی از سکنه باشد، تصریح کرد: این یک فرض است؛ ما در مال دیگران نمی‌توانیم برنامه‌ریزی کنیم. متعقد سرمایه‌گذاری و ساخت و سازهایی که هدف مشخصی در بازار ندارد و برای آن اینقدر خواب اتفاق می‌افتد یک تله مالی برای منابع کشور است که باید از آن پرهیز کنیم.

کمترین تورم مسکن در ۵ منطقه جنوبی تهران

فصل داغ مسکن در راه است

آمار گویای آن است که تورم مسکن طی سه سال گذشته در مناطق ۲۰، ۱۲، ۱۹، ۱۵ و ۱۸ کمتر از دیگر نقاط شهر تهران بوده است. به گزارش ایسنا، پنج منطقه پیشتر تورم ملکی در شهر تهران طی سه سال اخیر به ترتیب مناطق ۵، ۲، ۱۴، ۲۱ و ۲۵۵، ۲۴۸، ۲۳۸، ۲۳۸ و ۲۳۶ درصد رشد قیمت نسبت تیرماه ۱۳۹۵ بوده‌اند.

کمترین میزان رشد نیز در مناطق ۲۰، ۱۲، ۱۹، ۱۵ و ۱۸ به ترتیب با ۱۷۹، ۱۸۴، ۱۸۵ و ۱۸۹درصدافزایش اتفاق افتاده است. همانطور که آمار نشان می‌دهد کمترین میزان افزایش قیمت در مناطق جنوبی بوده و در بین این نقاط، بالاترین میزان رشد قیمت مسکن به منطقه ۱۴ با ۲۳۸درصدافزایش قیمت تعلق داشته است.

برای ظرفیت‌سنجی بازار مسکن در مناطق تهران، سال ۱۳۹۵ به عنوان یکی از سال‌هایی که بازار در رکود قرار داشت ملاک ارزیابی قرار گرفته است. تیرماه ۱۳۹۵ میانگین قیمت هر متر مربع مسکن شهر تهران ۴میلیون و ۲۳۰ هزار تومان بود که با رشد ۲۱۵درصدی به ۱۳ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان در تیرماه ۱۳۹۸ رسیده است. رصد وضعیت کنونی بازار حاکی از آن است که مناطق واقع در نیمه شمالی پایتخت به‌اشباع قیمت رسیده‌اند، اما ممکن است مناطق جنوبی ظرفیت اندکی برای افزایش تا پایان شهریورماه ۱۳۹۸ داشته باشند، با این حال هنوز بیشترین تعداد معاملات در مناطق ۵، ۴ و ۲ انجام می‌شود که در تیرماه ۱۲،۳، ۹ و ۹درصد از کل قراردادهای خرید و فروش در تهران را به خود اختصاص دادند. از سوی دیگر در تیرماه ۱۳۹۸ بالغ بر ۷۱درصد از کل معاملات شهر تهران به ترتیب در ۱۰ منطقه ۵، ۴، ۱۰، ۱۴، ۷، ۱۵، ۸ و ۱۱ انجام شده و ۱۲ منطقه باقی مانده ۲۹درصد از قراردادهای خرید و فروش ملک را به خود اختصاص دادند.

در این میان، مهدی روانشادیان، کارشناس بازار مسکن می‌گوید بازار مسکن از نفس افتاده که علتش هم کاهش قدرت خرید مردم است و با قیمت‌های فعلی امکان تأمین مسکن برای متقاضیان موثر وجود ندارد. البته بعد از اینکه بازار به ثبات قیمتی می‌رسد طبیعی است که تا چند ماه با تلاطم‌هایی در برخی مناطق مواجه شویم و در تابستان اسمال این مساله خود را نشان می‌دهد. ممکن است قیمت‌ها در بعضی مناطق افزایش بیشتری داشته باشد، در مناطقی ثابت بماند یا کاهش پیدا کند.

وی با اشاره به کاهش قابل توجه معاملات مسکن در منطقه یک تهران اظهار داشت: سال گذشته معاملات و به تبع آن قیمت مسکن در مناطق شمالی تهران افزایش یافت، اما در تیرماه شاهد بودیم که معاملات منطقه یک از برخی مناطق جنوبی نیز کمتر بود. این مساله حاوی این علامت است که تقاضای سرمایه‌گذاری در بخش مسکن کاهش یافته و خرید و فروش‌هایی که صورت می‌گیرد از طرف تقاضای مصرفی است.

این کارشناس اقتصاد مسکن افزود: از طرف دیگر تعداد معاملات شهر تهران به زیر ۵۰۰۰مورد رسیده که یک رکورد بی‌سابقه در شش سال گذشته بوده است. در شرایط فعلی، بازار مسکن تا پایان تابستان به تعادل قیمتی در مناطق مختلف می‌رسد. اگرچه کاهش محسوس قیمت‌ها در افق بلندمدت، محتمل نیست ولی افزایش قیمت، بسیار بعید است. اما حال و هوای این روزهای بازار مسکن حاکی از آن است که اندک خریدارانی که در بازار حضور دارند به دنبال آپارتمان‌های قدیمی یا نوساز زیر قیمتی می‌گردند. نزدیک شدن به پایان مهلت جابه‌جایی به عنوان عامل اولیه و تقابل عرضه واحدهای «به‌قیمت» با تقاضای مصرفی در روزهای اخیر این ذهنیت را ایجاد کرده که معاملات در شهرپورماه به عنوان آخرین ماه از فصل جابه‌جایی نسبت به مردامه‌ا تا حدودی افزایش خواهد یافت.

با این وجود وضعیت کلی بازار از وجود کسادی بی‌سابقه طی شش سال اخیر حکایت دارد. واسطه‌های ملکی می‌گویند که در مردادماه نیز تعداد خرید و فروش چنگی به دل نمی‌زند. براساس اعلام رئیس اتحادیه مشاوران املاک تعداد قراردادهای خرید و فروش ملک در تهران طی ۱۵ روز ابتدای مردادماه ۱۳۹۸ تنها ۲۰۲۰ مورد بوده که از افت ۷۸درصدی نسبت به زمان مشابه سال قبل حکایت دارد.

گفتنی است براساس اعلام بانک مرکزی قیمت مسکن شهر تهران در تیرماه ۱۳۹۸ به میانگین ۱۳ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان در هر متر

مربع رسید که نسبت به ماه قبل، تنها ۰۴ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۹۱درصد رشد یافت. معاملات نیز ۴۸۰۰ فقره بود که کاهش

۶۵درصدی را نسبت به تیرماه سالل قبل نشان می‌دهد. این حجم از افت فشار ماهیانه قیمت از مردادماه ۱۳۹۴ تاکنون بی‌سابقه بوده است.

افزایش کمیسیون بنگاه‌ها از چه زمانی کلید خورد؟



مشاوران املاک را در آغاز این جریان می‌توان دید. توزیع اخبار و مصاحبه‌های متعدد از رکود عمیق بازار مسکن و در پی آن کاهش درآمد بنگاه‌های املاک سرخط این جریان خبری بود؛ جراینی که هدف نهایی آن افزایش کمیسیون معاملات مسکن (اجاره و فروش) به یک درصد از کل معامله و کسب درآمدی هنگفت از همین بازار راكد است. ماهیگیری در کویر آن هم کوبری که یک سوی آن مالک و سوی دیگر خریدار یا مستأجر قرار دادند که قطعاً اگر قانون به آنها اجازه می‌داد به ثبت تفاهم‌نامه‌ای دستنویس اکتفا می‌کردند تا این حق‌الزحمه چند میلیون تومانی را پرداخت نکنند.

اعداد و ارقام چه می‌گوید؟

طی سال‌ها که قیمت مسکن با رشد همراه شد، محاسبات حق کمیسیون هم تغییر کرد.

سال ۷۹ با تصویب وزارت صنعت، معدن و تجارت یک قانون مشخص برای دریافت حق‌الزحمه مشاور تعیین شد. این قانون تا سال ۹۲ که قیمت مسکن یک‌باره با رشد مواجه شد ثابت بود. طبق قانونی که وزارت صنعت در نظر گرفته بود، نرخ حق کمیسیون در کل کشور و برای تمام معاملات ثابت بود، اما از سال ۹۲ محاسبات تغییر کرد. به این شکل که برای معاملات تا سقف ۳۰ میلیون تومان ۵درصد از طرفین معامله، برای معاملات بین ۳۰ تا ۵۰ میلیون تومان ۰.۷۵درصد از طرفین، برای معاملات ۵۰ تا ۱۰۰میلیون تومان ۰.۵درصد و به ازای مابه‌التفاوت معاملات بیش از ۱۰۰ میلیون ۰.۲۵درصد حق کمیسیون دریافت می‌شد.

با افزایش سالانه قیمت‌ها و ناپدیدشدن خانه‌های ۳۰ و ۵۰ میلیون تومانی، اوضاع بازهم تغییر کرد. از سال ۹۵ قرار شد برای معاملات تا سقف ۵۰۰ میلیون ۰.۵درصد و برای بیش از آن ۰.۲۵درصد کمیسیون دریافت شود. یعنی اگر ملکی به‌طور مثال ۹۰۰ میلیون تومان معامله می‌شود طرفین معامله باید ۰.۵درصد ۵۰۰میلیون تومان برابر با ۲میلیون و ۵۰۰هزار تومان را پرداخت کنند و به ازای ۴۰۰ میلیون باقی‌مانده، ۰.۲۵درصد آن یعنی یکمیلیون تومان دیگر هم بپردازند. از سال ۹۵ تا ۹۷ هم ۹درصد مالیات بر ارزش‌افزوده به محاسبات اضافه شد.

طبق گزارش معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، در چهار ماهه نخست سال ۱۳۹۸، ۲۶.۳ هزار واحد مسکونی در سطح شهر تهران با متوسط قیمت هر مترمربع ۱۲.۶ میلیون تومان معامله شده که نسبت

چرا ارز تا پایان سال گران نمی‌شود؟

۵ دلیل آرامش بازار ارز

مدیریت بازار را بازتر از هر زمانی کرده است. این مهم ناشی از آن است که برای اولین بار در سال‌های پس از انقلاب بانک مرکزی اختیاراتی در حد وظایف خود دارد و خوشبختانه در این زمان جناب همتی هم با استفاده از توانایی موجود عملکرد مقبولی داشتند.

او تأکید کرد: به طور مثال تا سال گذشته شاهد بودیم که تعداد زیادی دستگاه پوز در کشورهای دیگر وجود داشت که از این طریق به راحتی ارز کشور خارج می‌شد ولی خوشبختانه این دستگاه‌ها جمع‌آوری شدند و این راه بسته شد.

علاوه بر این نظارت بر ارزهای صادراتی به خوبی دنبال شد و ارز نیما نیز به تدریج به قیمت بازار آزاد نزدیک‌تر شد. درنتیجه مجموعه‌ای از عوامل در کنار سیاست‌گذاری‌های اصولی در شرایطی که شوک‌های سیاسی چون زدن پمپ‌ها آمریکایی، بحران نفتکش‌ها و... عملاً کنترل بازار پول را در دست بانک مرکزی نگه داشت. این در حالی است که پیش‌تر هر کدام از این اتفاقات می‌توانست بازار را ملتهب کند.

حیرری با تأکید بر اینکه اقتصاد ایران در شرایط کنونی باید به سمت حمایت از تولید حرکت کند، ادامه داد: در شرایط فعلی با افزایش نرخ ارز، قاچاق نفع اقتصادی خود را تا حد زیادی از دست داده است و فرصتی متفاوت برای حمایت از تولید ملی و باکیفیت در ایران ایجاد شده و باید از

«ان‌شاءالله از خونه‌ای که خریدی خیر نبینی.» این جمله بخشی از دعوای صاحب بنگاه املاک نزدیک میدان فاطمی با خریدار خانه است. به گزارش خبرآنلاین، موضوع دعوا بر سر حق کمیسیون بنگاه است. شاگرد بنگاهی مدعی است با وضعیت فعلی بازار دیگر نیم درصد حق کمیسیون دردی از دردهایش را دوا نمی‌کند و یک درصد کمیسیون می‌خواهد و خریدار هم راضی نیست «یه قرون» اضافه بپردازد. البته این «یه قرون» اضافه در حساب‌و‌کتاب بنگاه رقمی حول‌وحوش ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان می‌شود. قیمت خانه ۷۰۰ میلیون تومان است و نیم درصد حق کمیسیون برای هر طرف معامله ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و در کل ۷ میلیون تومان می‌شود، اما بنگاه می‌خواهد از هر طرف یک درصد بگیرد که رقم کلی درآمدش از همین یک معامله دو برابر و ۱۴ میلیون تومان می‌شود.

تقریباً در همه بنگاه‌های املاک تابلویی از یک مرام‌نامه با امضای رئیس اتحادیه نصب‌شده است که در آن حق کمیسیون آورده شده است، اما کاربرد این مرام‌نامه دیگر در خیلی از بنگاه‌های املاک در حد یک تابلوی سفارشی و اجباری است ولی دعوا بر سر حق کمیسیون این روزها به خاطره جلدانشدن از معاملات مسکن تبدیل شده است. بسا اینکه برخی از بنگاهی‌ها سعی می‌کنند زیرپوستی و زمان تسویه‌حساب یک درصد حق کمیسیون را مطرح کنند تا مشتری را در عمل انجام‌شده قرار دهند، برخی دیگر از همان ابتدای کار عنوان می‌کنند که حق کمیسیون‌شان یک درصد است. حتی برخی‌ها به فروشندگان یا مالکانی که قصد اجاره ملک‌شان را دارند می‌گویند به شرطی برای خانه آنها مستأجر پیدا می‌کنند که کمیسیون یک درصد و حتی بیشتر پرداخت کنند. مالک هم اگر پول لازم و در مضیقه زمانی باشد، ناچاراً به این ماجرا تن می‌دهد.

از آنجایی‌که تمام بازارهای رسمی و حتی غیررسمی به هم متصل است، همین افزایش قیمت و حق کمیسיוنی که بنگاه‌ها از مشتریان خود می‌گیرند، بخشی از هزینه‌ها را افزایش می‌دهد؛ هزینه‌هایی که دولت مدام در طرح‌ها و برنامه‌های مختلف سعی در کاهش آنها را دارد، اما هر چقدر هم که پاسنورنشین‌ها دورهم جمع شوند و وام بدهند تا این پیششان اقتصاد به چرخش درآید و از این رکود ترمی خلاص شود، اما در پله آخر تمام معادلات برعکس می‌شود.

البته در جستاری کوتاه در حوزه خبرهای مربوط به بازار مسکن بعد از جهش قیمت رهن و اجاره و فروش مسکن، رد پای عمیق اتحادیه

یک عضو اتاق بازرگانی با اشاره به وضعیت اقتصادی و شرایط سیاسی ایران پیش‌بینی کرد آرامش بازار ارز تا پایان سال تداوم داشته باشد. مجیدرضا حریری، فعال اقتصادی و نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران و چین با اشاره به مهار بازار ارز و ماندگاری قیمت در کانال ۱۱ هزار تومان به خبرآنلاین، گفت: به نظر می‌رسد بالاخره ابزارهای مدیریتی برای مهار نوسان بازار به درستی مورد استفاده قرار گرفته و بازار ارز با آرامشی نسبی روبه‌روست که این وضعیت می‌تواند در تزریق آرامش به دیگر بازارها نیز موثر واقع شود.

او با اشاره به اینکه در دوره‌های افزایشی نیز من مسئولیت را متوجه بانک مرکزی می‌دانم، گفت: من همواره گفته‌ام هنگامی که یک نوسان بیش از ۱۵ روز به طول می‌انجامد، قطعاً مسبب آن بانک مرکزی است و اکنون نیز که بالغ بر یک ماه از کنترل بازار ارز می‌گذرد، به نظر من بیشترین سهم را در آن بانک مرکزی داشته است.

این فعال اقتصادی با اشاره به اینکه ۹۰درصد صادرات کشور توسط چند ده شرکت دولتی و خصولتی انجام می‌شود، ادامه داد: اینجاست که سهم مدیریت مناسب در بازار روشن می‌شود، در یک سال گذشته که آقای همتی سکان امور در نهاد سیاست‌گذار پولی را برعهده دارد، به بازار آرامش داده و تصمیمات وی در بخش‌هایی چون نظارت عملا دست این نهاد برای

قیمت رب گوجه‌فرنگی کاهش می‌یابد

معاون نظارت بر کالاهای مصرفی و شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با تکذیب خبر افزایش ۴۰درصدی قیمت رب گوجه‌فرنگی، اظهار داشت هرچند در حال حاضر رب گوجه‌فرنگی از اقلام مشمول اولویت اول قیمت‌گذاری تثبیتی و تکلیفی نیست و واحدهای تولیدی ذی‌ربط باید براساس ضوابط عمومی قیمت‌گذاری مصوب هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌ها نسبت به تعیین قیمت کالای خود اقدام کنند، اما به دلیل کاهش قیمت گوجه‌فرنگی و سهم بالای آن در قیمت رب، هماهنگی لازم با واحدهای تولیدی و انجمن ذی‌ربط به منظور تعدیل قیمت از طریق این سازمان انجام شده است.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، سیددواد موسوی افزود: براساس هماهنگی به عمل آمده مقرر شد تاثیر کاهش قیمت گوجه‌فرنگی با توجه به سهم قابل توجه آن در تولید رب، اعمال و تمامی واحدها نسبت به تعدیل قیمت اقدام کنند و به همین منظور حداکثر قیمت مصرف‌کننده قابل قبول برای درج بر روی محصولات به زودی اطلاع‌رسانی خواهد شد.

او تصریح کرد: برخلاف خبر منتشره نه‌تنها قیمت رب افزایش نیافته بلکه شاهد کاهش قیمت آن نیز خواهیم بود و همانطور که پیش از این نیز اعلام شد، شفافیت در قیمت کالاهای دسترسی آسان مصرف‌کنندگان به قیمت‌های موجود در بازار و قیمت‌های مصوب ازجمله اهداف راه‌اندازی سامانه اطلاع‌رسانی قیمت کالا و خدمات است.

معاون نظارت بر کالاهای مصرفی و شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان همچنین گفت: با توجه به اینکه سامانه مذکور در شروع فعالیت است و براساس شرایط و قواعد عادی بازار و ضرورت وجود کالا، برخی اقلام پیش از این تولید و با قیمت‌های قبل در بازار موجود است و از آنجایی‌که اطلاعات مندرج در سامانه ۱۲۴، قیمت فعلی کالا در سطح کشور است و نه قیمت درج‌شده بر روی محصول، آن‌هم بدون توجه به تاریخ تولید آن، لذا مقایسه این دو موضوع و اطلاع‌رسانی آن با هدف عدم کارکرد مطلوب سامانه صحیح نیست و ضرورت اصلاح قیمت‌ها توسط واحدهای تولیدی، درخصوص تمامی محصولات با توجه به تغییرات قیمت مواد اولیه یا سایر عوامل موثر بر بهای تمام‌شده براساس اطلاعات قیمتی منتشره، حاکم از کارکرد مطلوب این سامانه است.

موسوی اظهار داشت: هدف نهایی طراحی و اجرای سامانه موردنظر، تسهیل اطلاع‌رسانی بهموقع و دقیق از قیمت کالاهای برای استفاده عموم شهروندان است و حساسیت و دقت مخاطبان در شروع راه‌اندازی سامانه قابل ستایش است.

نیاز دانش آموزان به ۱۵۰ میلیون دفتر مشق

دفتر مشق دولتی تنها ۱۰درصد نیاز بازار

درحالی‌که مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی، تأمین، توزیع و تنظیم بازار وزارت صمت، از آماده توزیع بودن ۱۵ میلیون دفترچه دانش‌آموزی با ارز دولتی خبر داده است، رئیس اتحادیه صحافان، نیاز دانش‌آموزان به دفاتر مشق را رقمی معادل ۱۴۰ تا ۱۵۰ میلیون دفترچه اعلام می‌کند.

به گزارش تسنیم، به دنبال نابسامانی‌های یک سال گذشته در بازار کاغذ و همزمان با نزدیک شدن به فصل بازگشایی مدارس، یکی از دغدغه‌های دانش‌آموزان، تأمین دفاتر مشق است؛ موضوعی که باعث شده تا قیمت دفترهای موردنیاز دانش‌آموزان به شدت افزایش یابد و انتقادات بسیاری را به دنبال داشته باشد.

در این میان، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی، تأمین، توزیع و تنظیم بازار وزارت صمت در خبری اعلام کرده است که حدود ۱۵ میلیون دفترچه دانش‌آموزی با ارز ۴۲۰۰ تومانی تولید شده و آماده عرضه در شبکه‌های منتخب است. اما جلیل غفاری، رئیس اتحادیه صحافان در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، در واکنش به اعلام خبر تهیه ۱۵ میلیون دفتر دانش‌آموزی دولتی می‌گوید: در حال حاضر در کشور حدود ۱۴ میلیون دانش‌آموز وجود دارد و با در نظر گرفتن نیاز هر دانش‌آموز به حدود ۱۰ دفتر مشق برای یک سال تحصیلی، بین ۱۴۰ تا ۱۵۰ میلیون دفتر مشق در کشور نیاز است. رئیس اتحادیه صحافان اضافه کرد: تاکنون خبر رسمی مبنی بر تولید ۱۵ میلیون دفتر مشق با ارز دولتی به ما نرسیده ولی این ۱۵ میلیون دفتر مشق، رقم قابل توجهی در مقابل ۱۴۰ میلیون دفتر مشق موردنیاز دانش‌آموزان کشور نیست، لذا به نظر می‌رسد با توجه به پایین‌تر بودن قدرت خرید در روستاها و شهرستان‌های کوچک، این دفاتر مشق در این مناطق توزیع شود. به گفته غفاری گرچه در حال حاضر هیچ مشکلی در تأمین دفاتر مشق وجود ندارد ولی با توجه به اینکه تاکنون حتی معادل یک دلار هم کاغذ دولتی به اعضای این اتحادیه به منظور تولید دفاتر مشق داده نشده، مشکل اصلی، گرانی دفاتر مشق در بازار است.او می‌گوید: هم‌اکنون همکاران ما کاغذ موردنیاز تولید دفاتر مشق را با قیمت حدود ۵۰۰هزار تومان برای هر بند کاغذ از بازار آزاد تهیه کرده‌اند و با توجه به قیمت آزاد کاغذ، هر دفتر مشق ۴۰برگ حدود ۲۵۰۰ تا ۲۶۰۰ تومان توسط تولیدکنندگان در بازار عرضه شود و پس از آن با در نظر گرفتن سود توزیع‌کنندگان در بازار و همچنین سود عرضه‌کنندگان دفاتر و لوازم‌التحریر در واحدهای صنفی شهرستان‌ها، قیمت تمام‌شده برای مصرف‌کننده حدود ۴۰۰۰ تومان باشد.

کشف بیش از ۳۲ میلیارد تومان کالای قاچاق در تیرماه

سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و بازرسان مستقر در سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها، ۳۲۷ میلیارد ریال کالای قاچاق در تیرماه امسال کشف کردند.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، بیشترین ارزش ریالی کالاهای قاچاق مکشوفه به ترتیب لوازم رایانه با ۲۶۰ میلیارد ریال، انواع پارچه با ۱۳۰۵ میلیارد ریال، لباس و متفرعات لباس با ۱۲۰۲ میلیارد ریال، کیف و کفش با ۸۰۲ میلیارد ریال و لوازم خانگی با ۸۰۱ میلیارد ریال است.

در این مدت، ۲۵ هزار و ۱۴۵ مورد بازرسی از مراکز خرد و کلان در سطح عرضه انجام شده است که در ۹۸۰ مورد پرونده تخلف به ارزش ۳۲۷ میلیارد ریال تشکیل و برای رسیدگی به مراجع قضایی ارسال شده است.

در تیرماه امسال استان البرز با ۲۶۲ میلیارد ریال ارزش کالای قاچاق مکشوفه و استان تهران با ۵۱۴۰ مورد بازرسی و تشکیل ۱۶۵ پرونده تخلف بالاترین عملکرد را در میان استان داشته‌اند.

همچنین سایر اقلام کشف‌شده شامل لوازم یدکی (خودرویی)، انواع مواد خوراکی، انواع دارو و محصولات دارویی، گوشی تلفن همراه، برنج، البسه و انواع سیگار و تنباکو و... بوده است.

واردات برنج در فصل برداشت تبعات منفی بسیار زیادی دارد



تولید داخل استفاده کنند.

واردات برنج در فصل برداشت تبعات منفی بسیار زیادی دارد
وقف‌چی با تأکید بر اینکه حدود یک سوم بودجه کشور به منظور واردات کالاهای اساسی هزینه می‌شود، عنوان کرد: به جای هزینه ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی در زمینه واردات از این منابع برای حمایت از تولیدات داخل استفاده شود، واردات محصولات کشاورزی مانند برنج در فصل برداشت تبعات منفی بسیار زیادی دارد.

وی با بیان اینکه اگر قرار است از تولیدکنندگان و کشاورزان داخلی حمایت و امنیت غذایی تأمین شود، در صورت نیاز برای واردات محصولات کشاورزی، از ارز آزاد استفاده شود، گفت: در واردات محصولات کشاورزی بـا ارز ۴ هزار و ۲۰۰ در حالی که تولیدکنندگان داخلی نهاده‌ها را با ارز آزاد تأمین می‌کنند هدفی جز نابودی تولید داخلی وجود ندارد.

مرغداران خواهان آزاد شدن قیمت مرغ شدند

۳-بالارفتن شدید قیمت واکسن و کاهش کیفیت کارایی آن و نیز افزایش قیمت ریزمغذی‌ها و داروها، فعالین این بخش را با مشکلات تازه‌ای مواجه کرده است که انتظار می‌رود دستگاه‌های مسئول در این خصوص به قید فوریت چاره‌اندیشی کنند.

۴-تشکل‌های تولیدی صنعت مرغداری عزم جدی خود را برای همراهی و همگامی در جهت اتخاذ دیدگاه واحد اعلام و مقرر شد در قالب تشکیل کمیته مشترک با حضور ۵تشکل ملی تولید مرغ گوشتی کشور مباحث روز صنعت پیگیری، آسیب‌ها و چالش‌ها شناسایی، راهکارها ارائه و درخصوص مسائل کلی و کلان صنعت از جمله در مبحث تعیین قیمت‌ها، مدیریت تولید و بازار و سیاست‌گذاری‌های کلی صنعت دیدگاه واحد جهت جلوگیری از هرگونه تضییع حقوق فعالین این بخش صورت گیرد.

۵-تشکل‌های ملی صنعت به نمایندگی‌سی از تولیدکنندگان اعلام می‌کند از هیچ تلاشی جهت تداوم تولید فروگذار نمی‌نماید و همواره در کنار مسئولان متعهد و با همفکری و مشارکت این امر مهم را مدیریت نموده و بهترین خدمت را به آحاد ملت ارائه نماید.

۶-امروزه در همه کشورهای پیشرفته از رسانه‌های تجارت الکترونیک برای خرید و فروش نهاده‌ها و محصولات بدون حضور عوامل واسط استفاده می‌شود که نهایتا هزینه‌های تولید و توزیع را کاهش می‌دهد و این امر نیاز است در توزیع نهاده‌ها نیز محقق گردد.

امر گرفته می‌شود ضد تولید و ایجاد اشتغال است.

نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شورای اسلامی با اشاره به اینکه برخی از تصمیم‌گیران به دنبال رانت، فساد و مسائلی ضد اهداف کشور هستند، ادامه داد: در حال حاضر عراق از صادرکنندگان گوجه و سیب زمینی به کشور خود برای هر کیلوگرم ۴ هزار تومان دریافت می‌کند.

فروش محصولات کشاورزی با قیمت ناچیز به معنای نابودی منابع کشور است

این نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی با تأکید بر اینکه در حال حاضر به دلیل عدم وجود تدبیر و درایت در تصمیم‌گیری مدیران، گوجه فرنگی با قیمت ۴۰۰ تومان به فروش می‌رسد و این اتفاق به معنای نابودی منابع کشور است، عنوان کرد: افراد به جای حمایت از واردات با ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی از فرصت‌های قانونی موجود برای حمایت از

عضو کمیسیون کشاورزی، آب، منابع طبیعی و محیط زیست مجلس شورای اسلامی فروش محصولات کشاورزی با قیمت کم را باعث نابودی منابع کشور دانست.

وقف‌چی با تأکید بر اینکه حدود یک سوم بودجه کشور به منظور واردات کالاهای اساسی هزینه می‌شود، عنوان کرد: به جای هزینه ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی در زمینه واردات از این منابع برای حمایت از تولیدات داخل استفاده شود، واردات محصولات کشاورزی مانند برنج در فصل برداشت تبعات منفی بسیار زیادی دارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از خانه ملت، علی وقف‌چی عضو کمیسیون کشاورزی، آب، منابع طبیعی و محیط زیست مجلس شورای اسلامی با اشاره به وضعیت واردات برنج در فصل برداشت، گفت: در حال حاضر در کمال تأسف تصمیماتی که برای کشور توسط متولیان

تشکل‌های مرغداران گوشتی کشور با صدور بیانیه‌ای مشترک، خواهان رقابتی‌شدن قیمت مرغ در بازار شدند.

به گزارش تسنیم، تشکل‌های تولیدی مرغ گوشتی کشور بیانیه‌ای مشترک درباره مشکلات خود و لزوم آزادشدن قیمت مرغ گوشتی در بازار، صادر کردند. متن بیانیه مشترک اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی کشور، کانون انجمن‌های صنفی مرغداران گوشتی کشور، انجمن صنفی تولیدکنندگان جوجه یک روزه کشور، انجمن ملی تولیدکنندگان رنجیره‌ای گوشت مرغ کشور و اتحادیه شرکت‌های تعاونی طيور کشور به شرح زیر است:

در سالی که با نظسر مقام معظم رهبری مزین به نام رونق تولید گردیده و همه ارکان نظام با تلاش مضاعف و همه جانبه برای حفظ تولید، اشتغال، تأمین مایحتاج نیازهای ضروری جامعه و ارتقای امنیت تولید و سرمایه‌گذاری مکلف و موظف می‌باشند، صاحبان صنعت مرغداری نیز علی‌رغم همه کاستی‌ها و نابسامانی‌ها ناشی از تحریم‌های ناجوانمردانه آمریکا بـر علیه ملت ایران در تأمین مرغ موردنیاز جامعه کوشـا بوده و تا امروز در هیچ جاز کشور کمبود مرغ مشاهده نشده است.

فعالین بخش بیش از همه از نوسانات شدید قیمت رنج برده و آسیب می‌بینند و با توجه به برخی از تصمیمات غیر کارشناسی در تعیین قیمت مرغ و جوجه و اقدامات قهری نامناسب متعاقب آن

خريد برگ سبز چای از ۸۹ هزار و ۸۰۰ تن گذشت

قیمت هر کیلو چای داخلی ممتاز ۶۰ هزار تومان است

معادل ۴۰درصد درجه ۲ است. رئیس سازمان چای با اشاره به اینکه میزان خرید تضمینی برگ سبز چای نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰درصد رشد داشته است، بیان کرد: با توجه به بارندگی‌های اخیر و شرایط مساعد اقلیمی، کمبود برداشت برگ سبز چای ناشی از خشکی هوا جبران شده است که با استمرار شرایط مساعد اقلیمی پیش‌بینی می‌شود که میزان تولید برگ سبز چای تا پایان فصل برداشت به ۱۱۵ تا ۱۲۰ هزار تن برسد. وی با اشاره به اینکه ۱۵۹ کارخانه چای‌سازی مشغول خرید برگ سبز چای هستند، گفت: بنابر آمار از مجموع بهای برگ سبز خریداری‌شده تاکنون ۲۰ هزار و ۲۰۷ تن چای خشک خریداری شده است که در صورت تحقق تولید ۱۱۵ تا ۱۲۰ هزار تن برگ سبز چای، میزان تولید چای خشک به ۲۶ هزار تن می‌رسد.

جهان‌ساز با بیان اینکه مشکلی در فروش چای خشک تولیدی وجود ندارد، اظهار داشت: با توجه به آنکه چای ایرانی، چای بدون اسانس

و ارگانیک است، از این رو طی سال‌های اخیر تقاضا برای خرید چای ایرانی افزایش یافته است. رئیس سازمان چای حداکثر قیمت هر کیلو چای داخلی ممتاز را ۶۰ هزار تومان اعلام کرد و افزود: بر این اساس فروش چای داخل با نرخ‌های ۱۰۰ تا ۱۲۰ هزار تومان در بازار صحت ندارد. به گفته این مقام مسئول، با توجه به آنکه حداکثر هر کیلو چای خشک به صورت عمده‌فروشی با نرخ ۳۰ هزار تومان از کارخانه‌های چای‌سازی خریداری می‌شود، از این رو فروش با نرخ‌های چندبرابری ارتباطی به تولیدکننده ندارد و همواره دستگاه‌های نظارتی با اعمال نظارت‌های بیشتر باید بر خرده‌فروشی‌ها نظارت کنند. وی درباره تاثیر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی بر بازار چای خارجی بیان کرد: با توجه به حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و اختصاص ارز نیما به واردات، حداکثر قیمت چای خارجی بایدد دو برابر افزایش یابد، این در حالی است که هم‌اکنون چای خارجی با قیمت‌های غیرواقعی در بازار عرضه می‌شود.

ظرفیت بالقوه صنعت خودرو برای تبدیل به نماد توسعه صنعتی



عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اذعان داشت صنعت خودرو امکان بالقوه آن را دارد تا به صنعتی باظرفیت و پرقدرت تبدیل شود. این صنعت پتانسیل اینکه تابلو و نماد توسعه صنعتی و مروج ارتقای ظرفیت‌ها، روش‌ها و امکانات توسعه‌ای در صنعت کشور باشد را داراست و می‌تواند مفاهیم، ملزومات، زیرساخت‌ها، ابزار و لوازم توسعه را به سایر بخش‌های تولیدی صادر کرده و گسترش دهد.

محمدرضا نجفی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، افزود: قبل از اعمال تحریم‌ها در حوزه صنعت خودرو عملکرد ضعیف و غیر قابل قبولی داشته‌ایم و علی‌رغم آگاهی از وقوع تحریم در آینده نزدیک، از فرصت و زمان در اختیار، برای تامین مایحتاج مختلف تولید برنامه‌محور سالانه استفاده نشده است و در نتیجه با آغاز تحریم‌ها تولید خودروی داخلی به گُل نشست و تیراژ تولید و در مواردی کیفیت و به تبع قیمت و رضایتمندی مردم به پایین‌ترین حد خود سقوط کرد. این تنزل، نتیجه ضعف برنامه‌ریزی و سوءعملکرد در حوزه تامین مایحتاج تولید، قبل از تحریم‌ها بود.

وی در ادامه گفت: حین تحریم‌ها با وجود گذشت یک سال نیز اقدامات

عضو کمیسیون صنایع و معادن در مجلس شورای اسلامی با تاکید بر اینکه برخی خودروسازان با وجود تولید قطعات پیشرفته از سوی قطعه‌سازان بزرگ کشور اما همچنان به خرید از خارجی‌ها تمایل دارند، گفت اگر قطعه‌سازی قطعات موردنیاز را تامین اما، خودروساز با مجموعه‌اش همکاری نمی‌کند حتما به مجلس شورای اسلامی گزارش دهد تا بخش تحقیق و تفحص کمیسیون صنایع و معادن بتواند پیگیری لازم را در این مسئله داشته باشد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، محمدرضا منصوری، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی درخصوص جایگاه صنعت قطعه‌سازی گفت: با توجه به تنوع در صنعت قطعه و انبوه تولیدکنندگان چند سالی است، شاهد تامین قطعات خودروهای داخلی هستیم و پیشرفت خوبی در این حوزه داشته‌اند، اما برای رسیدن به رقابت در عرصه صادرات به یک جهش در کیفیت تولید قطعه نیاز وجود دارد.

وی به شرایط تحریم‌های ظالمانه علیه ایران اشاره کرد و گفت: این

شایسته و درخوری صورت نپذیرفت که منجر به بازگشت صنعت خودرو به جایگاه مورد انتظار آن و استحقاق مردم و سایر ذی‌نفعان این صنعت باشد. در واقع نتایجی درخور اقتضائات کشور حاصل نشد که در نتیجه آن، صنعت خودرو از گرفتاری‌هایی که مبتلا به آن است خارج شود.

نجفی تاکید کرد: این همه با وجود بازار انحصاری خواسته یا ناخواسته‌ای است که برای این صنعت فراهم شده است لیکن در این بستر صنعت خودرو امکان بالقوه آن را دارد تا به صنعتی باظرفیت و پرقدرت تبدیل شود. این صنعت پتانسیل اینکه تابلو و نماد توسعه صنعتی و مروج ارتقای ظرفیت‌ها، روش‌ها و امکانات توسعه‌ای در صنعت کشور باشد را داراست و می‌تواند مفاهیم، ملزومات، زیرساخت‌ها، ابزار و لوازم توسعه را به سایر بخش‌های تولیدی صادر کرده و گسترش دهد.

نماینده مردم تهران، شمیرانات، ری، اسلامشهر و پردیس در مجلس بیان داشت: در دنیا تولیدکنندگان خودرو برای رسیدن به مقیاس تولید اقتصادی و رسوخ در بازارها و فروش محصولات خود بایستی هزینه‌های سنگینی را بری تحقیق و توسعه و بازارسازی صرف کنند که با بازار انحصاری موجود، صنعت خودروسازی ما مطلقا نیازی به هزینه بازاریابی

قطعه‌سازی که خودروسازان با مجموعه‌اش همکاری نمی‌کند، به مجلس گزارش کند

امر سبب شده به قطعه‌سازی داخلی بیش از گذشته توجه شود و دیگر نیاز به واردات قطعه نداشته باشیم؛ چراکه پیشتر خیلی از قطعات را خودروسازان عمدا از خارج از کشور وارد می‌کردند و خیلی به قطعه‌ساز داخلی اهمیت داده نمی‌شد حالا این مسئله رونق تولید در صنعت قطعه‌سازی را رقم زده است؛ البته به شرطی که خودروسازان کشور مطالبات قطعه‌سازان را به‌موقع پرداخت کنند.

نماینده مردم ساوه در مجلس شورای اسلامی با انتقاد از اینکه برخی قطعه‌سازان از شرکت‌های خودروسازی پیش‌پرداخت می‌گیرند اما، تعدادی دیگر از قطعه‌سازان مطالبات‌شان چندین ماه است که پرداخت نشده، تصریح کرد: این امر سبب زمین‌گیر شدن بسیاری از قطعه‌سازان فعال در کشور می‌شود.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی درخصوص نقش مجلس برای حمایت از قطعه‌سازان گفت: رویکرد مجلس قانون‌گذاری و نظارت بر قانون است، در بحث نظارت بر قانون شاهد بدهی غیرمعمول خودروسازان به قطعه‌سازان هستیم که این بدهی

و بازارسازی ندارد. در واقع نیازی به هزینه برای حفظ بازار خود و رقابت نمی‌بیند چون در عمل رقابتی در بازار وجود ندارد. از حیث قیمت‌گذاری نیز می‌توانند، با قیمت متورم و غیراصولی تمام‌شده، بازار را مدیریت و در بسیاری موارد محصولات را ناعادلانه به مردم به فروش برسانند. وی افزود: در چنین محیط یکجانبه و ایزوله‌ای که خواسته یا ناخواسته برای این صنعت فراهم شده و نیز با توجه به سرمایه‌گذاری‌های عظیم انجام‌شده در حوزه‌های سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و دانشی که در گذشته انجام شده و هزینه‌های آن عمدتا مستهلک شده است، با مدیریت راهبردی، مسئولانه و جامع‌الاطراف بر این صنعت امکان رشد و تعالی آن وجود دارد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس درخصوص میزان کارایی طرح ساماندهی خودرو اعلام کرد: این طرح را غیرموثر می‌دانم چراکه فاقد ظرفیت لازم و راهکاری درخور برای ایجاد تحول و بهبود مورد نیاز متناسب با ابعاد، بزرگی، تنوع و تکثر موضوعات، مسائل و چالش‌هایی است که در این صنعت باید دیده و مدیریت شود لذا نمی‌تواند تحول‌بنیادینی را موجب شود.

می‌تواند قطعه‌ساز را زمین‌گیر کند؛ از این رو وظیفه دولت و سایر نهادهای نظارتی این است که بررسی کنند در گذشته چه اتفاقی افتاده که خودروسازان کشور این همه به قطعه‌سازان بدهکار شده‌اند و علت آن کشف شود.

وی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه برخی قطعه‌سازان بزرگ کشور در تولید قطعات پیشرفته‌ای همچون ای.سی.یو خودکفا شده و حتی از مشابه خارجی آن قطعه مذکور را بهتر می‌سازند اما، خودروسازان هنوز در این بخش واردات دارند، خاطرنشان کرد: یکی از مشکلات اساسی با خودروسازها این است که آنها به خرید از خارجی‌ها تمایل دارند هم اکنون نیز با وجود تامین قطعه در داخل اما، این علاقه همچنان از سوی خودروسازی‌ها وجود دارد؛ از این رو پیشنهاد می‌کنیم اگر قطعه‌سازی قطعات مورد نیاز را تامین اما، خودروساز با مجموعه‌اش همکاری نمی‌کند حتما به مجلس شورای اسلامی گزارش کند تا بخش تحقیق و تفحص کمیسیون صنایع و معادن پیگیری لازم را در این مسئله داشته باشد.

شرکت‌های بازاریابی خودرو به فکر از سرگیری فعالیت‌های خود باشند

موجود این بود که بیشتر واردکنندگان و نمایندگی‌های زیرمجموعه به‌دلیل مشکلاتی از قبیل تحریم‌ها و مسائل سیاسی دارای نمایندگی مستقیم از شرکت واردکننده نبودند و یا در صورت دریافت نمایندگی مستقیم نیز این ارتباط بسیار ضعیف بود. زیرا سرمایه‌گذاری صورت نگرفته و نمایندگی صرفا برای واردات محصولات بود.

نحوه تبلیغات در صنعت خودرو نیازمند به‌روزرسانی است به‌گفته این کارشناس، تبلیغات در این صنعت متناسب با علم به‌روز نیست؛ اگر تبلیغات به‌روز و برخطی انجام شود، خلاقانه نبوده و سسنتی است و در صورت مدرن‌بودن نیز به‌صورت یک روال درخواهد آمد و فروشندگان خودرو تنها به‌دنبال فروش بیشتر هستند. چرا که ماهیت اصلی این شرکت‌ها فروش بیشتر محصولات است. درحالی‌که در کشورهای پیشرفته، تبلیغات به‌سمتی در حال حرکت است که روی احساسات مشتری تاثیرگذار باشد.» وی بیان کرد: «شرکت‌های بزرگ دنیا تبلیغات مستقیم ندارند بلکه به‌صورت غیرمستقیم نسبت به مفهوم‌سازی اقدام می‌کنند. این شکل از تبلیغات بر احساسات مشتری تاثیرگذار است، بنابراین با برندینگ از کودکی روی ذهن مشتری کار می‌کنند، اما در ایران به دلیل مسائل اقتصادی، فرهنگی و سیاسی این مدل از تبلیغات شکل نمی‌گیرد.» صدراپی در پایان با تشریح اولویت قرار دادن آپشن به‌عنوان یکی از اهرم‌های تبلیغاتی در کشور اذعان داشت: «صنعت خودرو در کشور سال‌ها شاهد ممنوعیت واردات خودرو بوده و این محدودیت منجر به ایجاد عطش متقابل شده و متقاضیان محصولات خودرویی را آپشن‌پسند کرده، به‌طوری‌که آپشن تبدیل به ارزش شده است. این در حالی است که در بازارهای اروپایی مشتری براساس نیاز اقدام به انتخاب آپشن می‌کند. در عین حال در کشورهای پیشرفته روی مفهوم تولید، کیفیت، برند، فناوری روز خودرو، مصرف سوخت و نمادهای حمایتی محیط‌زیست هم تمرکز ویژه‌ای می‌شود.

سودآوری دوباره خودروسازان داخلی چگونه رقم خواهد خورد؟

هرچند صنعت خودرو ایران با مشکلات متعددی دست‌وپنجه نرم می‌کند و این روزها هم با کاهش تولید روبه‌رو است، همچنان بیشترین سهم در تولید ناخالص داخلی به این صنعت اختصاص دارد. به گزارش پدال نیوز، به‌طوری که کارشناسان از سهم ۲۰درصدی صنعت خودرو در رشد اقتصادی خبر می‌دهند؛ موضوعی که بر ضرورت توجه مسئولان به این صنعت تاکید دارد. از این رو، وزارت صمت اکنون با برگزاری جلساتی در پی چاره‌جویی برای رفع موانع پیش‌روی صنعت خودرو است. یک کارشناس مسائل اقتصادی با اشاره به سهم بالای خودروسازان در تولید ناخالص داخلی بیان می‌کند: «۲۰درصد سهم تولید ناخالص داخلی به خودروسازان اختصاص دارد.» محسن امینی می‌افزاید: «در زمانی که رشد اقتصادی کشور در شرایط مثبتی قرار داشت و تحریم‌ها نیز اعمال نشده بود، حدود ۲۰درصد تاثیر کل صنعت در تولید ناخالص داخلی کشور به صنعت خودروسازی مربوط بود و این امر بیانگر این است که صنعت خودروسازی در میان سایر صنایع در رشد اقتصادی کشور بیشترین تاثیر را داشته است.» از همین رو، بیشترین توجه در راستای رونق تولید هم باید برای همین صنعت باشد. این کارشناس اقتصادی با اشاره به روند خصوصی‌سازی در کشور ادامه می‌دهد: «بحث خصوصی‌سازی از اواخر دهه ۷۰ مطرح شد، اما تا به‌امروز هیچ اتفاق قابل توجهی در این زمینه رخ نداده است.» وی با اشاره به اینکه اکنون دو شرکت خودروساز بزرگ کشور بدهی‌های کلانی به بانک‌ها در قبال وام‌های‌شان دارند که میزان انباشت آنها میلیاردی است، بیان می‌کند: «درصورتی که وضع شرایط اقتصادی کشور بهبود پیدا کند و روش‌های مدیریتی این شرکت‌ها نیز در وضعیت مطلوبی قرار بگیرد، میزان سودآوری آنها دوباره مطلوب خواهد شد.» این کارشناس مسائل اقتصادی با اشاره به اینکه مدتی است به‌صورت جدی موضوع خصوصی‌سازی شرکت‌های خودروساز دنبال می‌شود، اضافه می‌کند: «بخش زیادی از بازار خودرو ایران در اختیار شرکت‌های بزرگ خودروساز قرار دارد و اگر قرار است خصوصی‌سازی انجام شود باید در ابتدای کار صورت‌های مالی شرکت‌ها شفاف و قابل بررسی باشند.» به‌بیان کلی، هر طرحی که به افزایش تولید شرکت‌های خودروساز منتهی می‌شود و تحریم‌ها را کنار می‌زند باید به‌سرعت اجرایی شود و مورد حمایت قرار گیرد.

حذف پراید از چرخه تولید چه تاثیری بر بازار خودرو دارد؟

با توقف تولید پراید با قیمت حدود ۴۵ میلیون تومان، ارزان‌ترین خودروی سوزاری در کشور تنها خواهد بود که اکنون حدود ۱۰ میلیون تومان گران‌تر از پراید فروخته می‌شود. به گزارش پدال نیوز، این در حالی است که تنها هم خودروی ایمن و به‌روز محسوب نمی‌شود و همان ایراداتی که به پراید گرفته می‌شود، این خودرو هم دارد. با این حال، چون تنها هم محصول سایپا است، این شرکت از حذف پراید ضرر چندانی نخواهد کرد زیرا محصولات ایران‌خودرو با قیمت‌های بالای ۸۰ میلیون تومان، از لحاظ قیمت قدرت رقابت با تیا را ندارند. گران شدن خودروهای دست دوم: حذف پراید ۴۵ میلیون تومانی موجب افزایش تقاضا برای محصولات دست دوم در همین محدوده قیمتی خواهد شد؛ یعنی افرادی که با ۴۵میلیون تومان می‌توانستند یک خودروی نو (پراید) خریداری کنند، از این پس باید با این پول یک سمند، پژو یا تیبا یا دست دوم سوار شوند. مردم بازنده اصلی: مهم‌ترین اثر حذف پراید با توجه به وضعیت صنعت خودروی ایران که در سال‌های اخیر هیچ حرکتی برای تولید خودروهای ارزان‌قیمت از خود نشان نداده، کاهش قدرت خرید مردم خواهد بود. قطعاً جلوه‌گری از تولید خودروی غیرایمن پراید، اقدام اساسی نهادهای نظارتی است، اما کوتاهی صنعت خودرو در عدم تولید محصولی در محدوده قیمتی سایپا، به زیان مردم خواهد بود. از سوی دیگر وضعیت فعلی به گونه‌ای پیش رفته است که بسیاری از مردم توانایی خرید همین پراید ارزان‌قیمت را ندارند و عملاً دسترسی به بسیاری از محصولات ایران‌خودرو و سایپا برای‌شان به عملی ناممکن تبدیل شده است؛ حالا حذف پراید از چرخه تولید سایپا و به طور کلی صنعت خودروسازی کشورمان، طبیعتاً اثر تورهی قابل توجهی بر بازار خواهد داشت و تقاضای فعلی به محصولات دیگر از-جمله تیا و سائنا و پژو ۴۰۵ منتقل خواهد شد ؛ تغییر ظاهری احتمالی: به نظر می‌رسد که این بار نیز سایپا با تغییرات ظاهری و اضافه کردن بعضی از آپشن‌ها به این خودرو نظر ارگان‌های نظارتی را جلب خواهد کرد و تا سال‌ها بعد به تولید این خودرو ادامه خواهد داد ؛

بانک مرکزی درخصوص عدم تخصیص ارز به تایر سازان توضیح نمی‌دهد

سخنگوی انجمن صنفی صنعت تایر ایران اعلام می‌کند که مشکل عدم تخصیص ارز از سوی بانک مرکزی و نیز دشواری تامین مواد اولیه داخلی مهم‌ترین مسکوت‌های روز تولیدکنندگان تایر است. مصطفی تنها در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: تولیدکنندگان تایر با مشکلات بسیاری مواجه هستند اما مشکل روز تولیدکنندگان که بسیار آزاردهنده شده، مساله تخصیص ارز است. سخنگوی انجمن صنفی صنعت تایر ایران افزود: مدتی است بانک مرکزی تخصیص ارز را صورت نداده؛ شاید چند هفته، مدت‌زمان زیادی نباشد اما این مدت‌زمان چند هفته‌ای برای تولیدکننده زمان طولانی و زیادی است چراکه تولیدکنندگان باید به صورت مداوم مواد لازم را تامین کنند. تنها افزود: مشخص نیست بانک مرکزی قصد انجام چه کاری را دارد. پس از تخصیص ارز، انتقال ارز دشواری بعدی بر سر راه تولیدکنندگان است که زمان خارج از کنترلی را به خود اختصاص می‌دهد. مساله بعدی این است که گاهی اوقات، ارز ما را نمی‌پذیرند.

وی افزود: مشکل دیگر در این راستا این است که الزاما ارز موردنیاز ما از سوی بانک مرکزی به تولیدکنندگان تعلق نمی‌گیرد، مثلا ممکن است ما قصد خرید مواد اولیه از کشور هند را داشته باشیم و بانک مرکزی به تولیدکننده یوان چنین تخصیص دهد؛ در این صورت تولیدکننده باید هزینه‌ای را برای تبدیل ارز بپردازد. مسائل اینچنینی، تدارکات خارجی ما را با مشکلات عده‌های روبه‌رو می‌کند.

سخنگوی انجمن صنفی صنعت تایر ایران گفت: روش و منش بانک مرکزی، ارانه توضیح نیست و هیچ‌گونه توضیحی درخصوص دلیل عدم تخصیص ارز و یا زمان تخصیص ارز به ما ارائه نمی‌شود و آقایان، به نظر خود ما را مشمول لطف خود می‌دانند.



تمدید مهلت ثبت‌نام در جشنواره کارآفرینان برتر تا ۳۱ مردادماه

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه گفت مهلت ثبت‌نام در سیزدهمین جشنواره انتخاب کارآفرینان برتر استان تا ۳۱ مردادماه تمدید شد. حسن عزیزی در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، از تمدید مهلت ثبت‌نام در سیزدهمین جشنواره انتخاب کارآفرینان برتر استان کرمانشاه خبر داد و اظهار داشت: به دلیل استقبال شرکت‌کنندگان، این جشنواره مهلت ثبت نام تا ۳۱ مردادماه جاری تمدید شد. مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه همچنین از ثبت‌نام ۱۸۲ کارآفرین برای شرکت در این جشنواره و تا به امروز خبر داد. این مسئول با بیان اینکه از این نظر رتبه دوم کشور را دارا هستیم، گفت: علاقه‌مندان به شرکت در جشنواره مذکور می‌توانند ظرف مهلت مذکور به آدرس الکترونیکی www.karafarinbartar.ir مراجعه و نسبت به ثبت‌نام اقدام کنند.



دریچه

راهکارهایی برای مدیریت بهتر نسل جوان در محیط کار

برای جذب و حفظ کارمندان جوان و بااستعداد در سازمان خود باید چه کارهایی انجام دهیم؟ انتظارات این نسل از محیط کارشان چیست؟

بیش از یک دهه از ورود نسل هزاره به بازار کار می‌گذرد. نسل هزاره اصطلاحی است که به متولدین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ اطلاق می‌شود. به‌محض ورود این نسل به دنیای کار انتقادات تند و تیزی از سوی کارفرمایان به سمت آنها روانه شد. کارفرمایان هنگام صحبت با آنها سر خود را به نشانه تأسّف تکان می‌دادند و انتظار پیشرفت آنچنانی برای‌شان نداشتند، اما آیا ما واقعا درباره این نسل درست فکر می‌کنیم؟

نیروهای قبلی کار در حال بازنشسته شدن هستند و هر روز تعداد بیشتری از نسل هزاره وارد سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌شوند، بنابراین نکته مهم این است که بدانیم در سر نسل هزاره چه می‌گذرد. چالش‌های کار با آنها چیست و چه انتظاراتی از محیط کار دارند.

۱- کاری ارزشمند خلق کنید

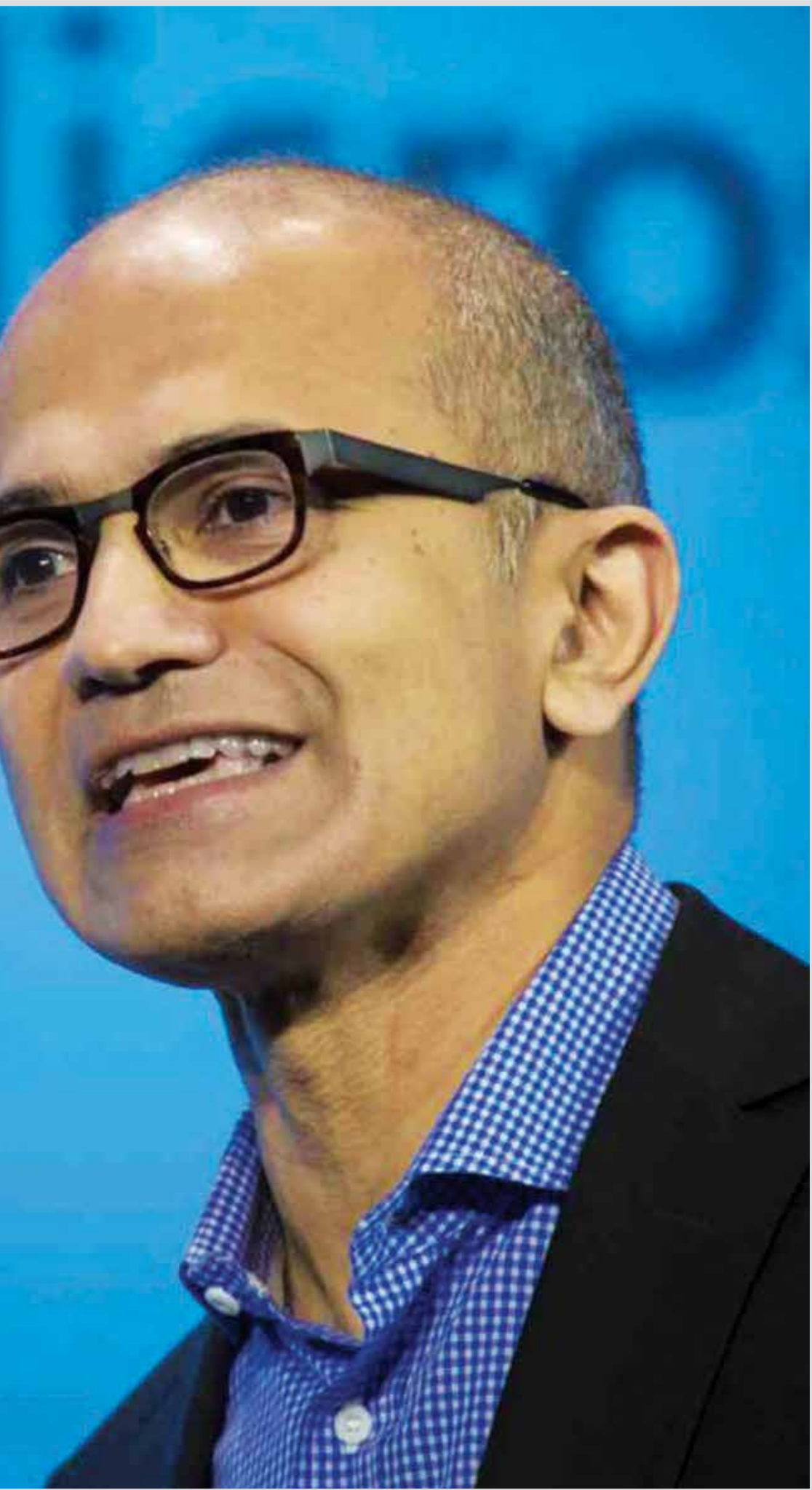
مطالعات گالوپ نشان می‌دهد میزان تغییر شغل نسل هزاره سه برابر سایر نسل‌ها است. ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان به نظرسنجی گالوپ در همان لحظه پیشنهاد شغلی تازه‌ای داشتند. بسیاری از ما تصور می‌کنیم این مسئله کاملا طبیعی است زیرا این نسل جوان نمی‌تواند مانند نسل‌های گذشته مسئولیت‌پذیر و قابل‌اعتماد باشد، اما شایسته است این بار به مسئله از دید معنادار بودن کار، توجه کنیم. این نسل به‌دنبال شغلی می‌گردد که از نظر خودش ارزشمند باشد و بنابراین تا رسیدن به آن، شغل خود را به‌دفعات عوض می‌کند.

۲- آموزش دهید

نسل هزاره بیش از هر چیز دیگری به آموزش اهمیت می‌دهد. آنها می‌خواهند در سازمانی کار کنند که مرتبا چیزهای تازه‌ای برای فراگیری داشته باشد، در مسیر رشدشان مدام بازخوردهای مؤثر بگیرند و بتوانند از کمک‌های راهنما و مربی استفاده کنند، بنابراین به‌عنوان مدیر باید تک‌تک کارکنان نسل هزاره خود را بشناسید و از اهداف کاری و زندگی‌شان مطلع شوید تا بتوانید متناسب با استعدادهای آنها برای‌شان مسیر پیشرفت ترسیم کنید.

۳- آنلاین باشید

مدتها است عمر جلسات حضوری طولانی و تماس‌های تلفنی به



۵۲ پتنت ثبت بین‌المللی شد

است که از این تعداد ۲۵۲ پرونده در مرحله ارزیابی حمایت از آنها مورد تایید قرار گرفته است. همچنین ۵۲ پتنت نیز در دفاتر ثبت اختراع خارجی گرت شده است.

کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با در نظر گرفتن نیازمندی‌های کشور در زمینه مالکیت فکری و به طور خاص موضوع ثبت اختراع خارجی اقدام به استقرار واحدهای فعال در این حوزه در قالب یک مجموعه متمرکز کرده است.

این مرکز که از سال ۱۳۸۴ به عنوان واحد مالکیت فکری ستاد ویژه توسعه فناوری نانو معاونت علمی فعالیت خود را آغاز کرد در سال ۱۳۹۳ و با موافقت معاونت

علمی و فناوری ریاست جمهوری در قالب «کانون پتنت ایران» امور مرتبط با حوزه مالکیت فکری و به ویژه ثبت اختراع را در تمامی حوزه‌های علم و فناوری عهده‌دار شد.

کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تاکنون از ثبت ۵۲ پتنت در دفاتر ثبت اختراع معتبر بین‌المللی حمایت کرده است تا نیازمندی‌های کشور در زمینه مالکیت فکری و به طور خاص موضوع ثبت اختراع

خارجی رفع شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ایده‌های نوآورانه هم باری از دوش جامعه برمی‌دارند و هم ارزشی برای کارآفرینان ایجاد می‌کنند. جرقه‌هایی که در ذهن‌های خلاق شعله‌ور می‌شوند و برای تبدیل‌شدن به درختی تنومند نیاز به آبیاری و حمایت دارند.

از این رو کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با حمایت

۹۰درصدی از مخترعان برای ثبت در دفاتر بین‌المللی معتبر در این مسیر همراه شده است تا این روند سرعت گیرد. تاکنون هزار و ۵۲۳ درخواست از سوی مخترعان به کانون ارسال شده



جشنواره ایده‌های کارآفرینانه دانش‌آموزی برگزار می‌شود

توانمندسازی مهارت‌افزایی تقویت نگرش کارآفرینانه و پرورش خلاقیت بیا همکاری مربیان و استادان مجرب فرا می‌گیرند. این آموزش‌ها می‌تواند زمینه‌ای را فراهم کند تا دانش‌آموزان برای ورود به

دنیای نوین با نگاه کارآفرینی تربیت شود. سرهنگی افزود: هدف از این باشگاه تربیت جوانان مرزشکن و نوآور که باعث ایجاد تغییر شوند، تقویت نگرش کارآفرینانه، افزایش خلاقیت، تقویت تفکر طراحی، تقویت توانمندی‌های سمت راست مغز، نوآوری، اعتماد به نفس را از دیگر اهداف و مهارت‌ها معرفی کرد که دانش‌آموزان به مدت یک و نیم سال در باشگاه فرا خواهند گرفت.

به گفته وی، از این پس قرار است دانش‌آموزان ایده‌های برتر که در باشگاه ثبت‌نام می‌کنند در قالب یک پلتفرم

مجازی با رهیارهای خود ارتباط داشته باشند و ضمن آن که هر دو هفته یکبار نیز به صورت حضوری گردهم بیایند و تمرین‌های مربوط به حوزه آموزشی خود را انجام دهند.

مدیرکل دفتر توسعه کارآفرینی وزارت کار گفت باشگاه کارآفرینان نوجوان ویژه برگزیدگان جشنواره ایده‌های برتر دانش‌آموزی در شهریورماه برگزار می‌شود.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از وزارت کار، رحیم سرهنگی در تشریح جزئیات و اهداف برگزاری جشنواره ایده‌های برتر دانش‌آموزی گفت: باشگاه کارآفرینان نوجوان با هدف توانمندسازی و مهارت‌افزایی دانش‌آموزان دختر و پسر در دو رده سنی ۱۲ تا ۱۵ سال و ۱۶ تا ۱۸ سال با همکاری دفتر توسعه کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، دانش‌آموختگان دانشگاه تهران، دانشگاه صنعتی شریف، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور (مرکز تربیت مربی کرج) و پژوهش سرای بصیرت ناحیه ۲ شهر ری در شهریورماه برگزار می‌شود.

وی در ادامه تصریح کرد: باشگاه کارآفرینی نوجوان با یک اردوی دو روزه آغاز می‌شود که در این اردو دانش‌آموزان مهارت‌هایی مانند





متخصصان و فارغ التحصیلان خارجی جذب شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی می‌شوند

مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان، اقدام به اجرای برنامه کارآموزی برای جذب متخصصان و فارغ‌التحصیلان کشورهای در حال توسعه کرده است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری، متخصصان و فارغ‌التحصیلان کشورهای در حال توسعه مانند کشورهای عراق، سوریه، افغانستان، پاکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، آذربایجان، ارمنستان، قزاقستان، قرقیزستان و کشورهای عضو اتحادیه آفریقا را با حداقل مدرک کارشناسی ارشد، برای اشتغال در شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری ایرانی آموزش می‌دهد.

یادداشت

چگونه ارتباطمان را با همکاران بدقول و ناسازگار مدیریت کنیم؟

غیرممکن را بررسی می‌کنند. اگر با افرادی با فرهنگ‌های مختلف کار می‌کنید همیشه باید تفاوت‌های موجود در سبک‌های ارتباطی را در نظر بگیرید، مثلا ممکن است پاسخ «نه» طوری به شما منتقل شود که با سبک خود شما فرق داشته باشد.

همچنین سعی کنید همه چیز را از دیدگاه آنها هم ببینید.

درخواست‌های خود را شفاف مطرح کنید

درخواست‌های کارآمد، به درک مشترک و پاسخ مثبت متعهدانه منجر می‌شوند، در حالی که درخواست‌های ناکارآمد معمولا فقط به سوءتفاهم، ناراحتی و نتایج ضعیف ختم می‌شوند.

یک درخواست کارآمد، ویژگی‌های خاصی دارد:

اول اینکه تضمین می‌شود فرد دیگر واقعا به درخواست شما رسیدگی کند. یک درخواست نابجا از کسی که در میانه انجام کار دیگری قرار دارد، نتایج دلخواه شما را به همراه نخواهد داشت. سپس باید برای آن فرد مشخص کنید که از چه می‌خواهید، استانداردهای مدنظر خود را برایش تعریف کنید، ضرب‌الاجل‌ها را تعیین کنید و زمینه وسیع‌تری را برای درخواست مشخص کنید.

ما معمولا فکر می‌کنیم آنچه برای ما واضح است برای دیگران هم واضح است، ولی این فرضیات می‌توانند موجب سوءتفاهم شوند. برای اطمینان، از همکار خود بخواهید برداشت خود از درخواست شما را برای شما تکرار کنند، مشخص کنند که به طور خاص با چه چیزی موافقت می‌کنند و مدت زمانی را برای آن تعیین کنند.

دیگران را تحت فشار قرار ندهید اگر کسی را تحت فشار قرار دهید و مجبورش کنید که در قبال پاسخ مثبت، احساس مسئولیت کند، ممکن است با چالپوسی و تملق، شما را ساکت و راضی کند. شما باید مراقب تن صدای خود در هنگام درخواست باشید و به تاثیر آن روی آن شخص توجه داشته باشید و در صورت لزوم ارتباطات خود را با آن تطبیق دهید.

اگر این راه‌ها جواب نداد فرد دیگری را جایگزین کنید

اگر این دومین یا سومین بار است که با بدقولی کارمند خود مواجه می‌شوید شاید زمان آن باشد که شخص دیگری را جایگزین او کنید. قبل از این کار مطمئن شوید که کیفیت و اثربخشی ارتباطات خود را صادقانه ارزیابی کرده‌اید. اگر تمام عوامل ذکرشده را بررسی کرده‌اید و با این همه، باز هم با چنین فردی روبه‌رو می‌شوید، باید به دنبال فرد دیگری باشید که بتوانید رویش حساب کنید.

منبع: forbes/modirinfo



می‌دارد تا زمان بخرد. این افراد مستقیما نمی‌گویند که نمی‌توانند یا نمی‌خواهند کار را تکمیل کنند.

در برخی موارد ممکن است تفاوت‌های فرهنگی در میان باشد. مثلا ممکن است یک مانع زبانی وجود داشته باشد، یا در برخی فرهنگ‌ها ممکن است طوری ماهرانه نه بگویند که باعث سردرگمی هر دو طرف بشود. اگر تفاوت‌های فرهنگی و سبک‌های ارتباطی کارمندان خود را درک نکنید، ممکن است منظور آنها را اشتباه متوجه شوید.

گاهی همکاری هستند که به جای «نه» گفتن، به طور منفعلانه و از طریق رفتارهای غیرمستقیم با شما و درخواست‌تان مخالفت می‌کنند، مثل طفره رفتن، فراموش کردن و ناکارآمدی هدفمند.

وقتی با چنین همکاری مواجه می‌شوید باید چکار کنید؟

اصلا به خودتان نگیرید

طبیعی است که وقتی کسی به تعهد خود در برابر شما عمل نمی‌کند احساس ناامیدی و خسارت به شما دست بدهد، ولی سعی کنید اصلا به خودتان نگیرید. به خود یادآوری کنید که هر دوی شما متفاوت هستید، یعنی اولویت‌های‌تان هم با هم فرق دارند. آنچه که سایر افراد می‌گویند و انجام می‌دهند بیشتر از اینکه به شما برگردد به خودشان بازمی‌گردد.

تفاوت‌های فرهنگی را در نظر بگیرید

ممکن است تفاوت‌های فرهنگی در میان باشد. فردی که با چنین کارمندی سروکار داشت، در تمامی بحث‌های جلسات تیمی‌اش نقش مدافع شیطان را بازی کرد تا بتواند همه چیز را از چشم‌اندازهای مختلف مشاهده کند. بدین ترتیب او فهمید که تمام اعضای تیم (به خصوص آنهایی که قاطعیت کمتری داشتند) ظاهرا خیلی احساس راحتی می‌کنند و دیدگاه‌های خود را به اشتراک می‌گذارند، همچنین تمام موارد ممکن و



مایکروسافت قیمت‌گذاری سرویس‌های ابری و نرم‌افزاری را تغییر می‌دهد

مایکروسافت قیمت سرویس‌های خود را برای استفاده از پلتفرم‌های ابری دیگر افزایش داده؛ موضوعی که با اعتراض رقبایی همچون گوگل و آمازون روبه‌رو شد.

به گزارش زومیت، مایکروسافت سیاست‌های جدیدی برای قیمت‌گذاری سرویس‌های برون‌سپاری خود در نظر گرفته است. مدیران ارشد گوگل کلاود و آمازون وب‌سرویس به‌صورت جدی مخالفت و اعتراض خود را به سیاست‌های جدید اعلام کرده‌اند. ردموندی‌ها هم‌زمان با اعلام خبر رونمایی سرویس Azure Dedicated Host، افزایش قیمت را نیز در برخی سرویس‌های خود رسانهای کردند. در بخشی از خبر مربوط با افزایش قیمت می‌خوانیم:

ما قوانین و قیمت‌های برون‌سپاری را برای مجوز نرم‌افزارهای نصبی (on-premise) به‌روزرسانی می‌کنیم. هدف از چنین رویکردی، ایجاد تمایز بین برون‌سپاری نصبی و خدمات ابری است تا قوانین مجوزدهی یکسانی در سرویس‌های ابری چندکاربره و اختصاصی داشته باشیم.

از تاریخ یکم اکتبر ۲۰۱۹، مجوزهای نصبی بدون Software Assurance و حقوق جابه‌جایی امکان نصب روی سرویس‌های ابری اختصاصی این شرکت‌ها را ندارند؛ مایکروسافت، علی‌بابا، آمازون (شامل VMware Cloud AWS) و گوگل.

این توضیحات نشان می‌دهد اولین تاثیر غیرعمدی تغییر قوانین، کاهش هزینه استفاده از سرویس‌های مایکروسافت روی پتل‌های ابری خود این شرکت خواهد بود. مدیران رقیب هم با اشاره به همین تاثیر، نگرانی و اعتراض خود را بیان کرده‌اند. به‌عنوان مثال، رابرت انسلین، مدیر بخش خدمات ابری گوگل، در توییت نوشت:

مایکروسافت از قیمت‌گذاری پیچیده و جلوگیری از فعالیت توزیع‌کننده‌گان دیگر استفاده می‌کند. آنها در حال تکرار

کارهای دهه ۱۹۹۰ خود البته این بار در فضای ابری هستند.

ورنر ووگلز، مدیر فنی AWS، هم اظهارنظر تندی درباره عملکرد ردموندی‌ها کرد: باز هم با رویکرد غیرعادلانه مایکروسافت مواجه شدیم. آنها مجوزها را تغییر می‌دهند تا مشتریان به استفاده از خدمات خودشان مجبور شوند. آنها ابتدا BYOL SQL Server، از RDS حذف کردند و اکنون به‌روزرسانی ویندوز در AWS با مشکل مواجه می‌شود. نمی‌توان به‌راحتی به شرکتی اعتماد کرد که قیمت‌ها را افزایش و قابلیت‌های محصولات را کاهش می‌دهد و انتخاب آزادانه را محدود می‌کند.

کارشناسان دیگر هم اعتراض‌های رسمی و شدیدی به رویکرد جدید مایکروسافت کرده‌اند. به‌عنوان مثال، سندی کارتر مقاله‌ای در لینکدین نوشت که با این عنوان منتشر شد: «چرا AWS بهترین سرویس برای کارهای ویندوزی محسوب می‌شود و چگونه مایکروسافت با تغییر مجوزها، سعی می‌کند شما را به استفاده از Azure مجبور کند؟» او روند جدید ردموندی‌ها را نوعی سوءاستفاده از قدرت می‌داند؛ روندی که در ظاهر شاید تنها به‌صورت حذف حقوق برون‌سپاری به‌نظر برسد، اما درواقع، تلاش می‌کنند دستگاه‌های کاربران و سرویس‌های ابری مدنظر آنها را نیز محدود کنند.

مایکروسافت در پاسخ به اتهامات ادعا می‌کند ارائه خدمات بیشتر و افزایش رقابت شدید در بازار، آنها را به افزایش قیمت مجبور می‌کند. به هر حال شاید دنیای فناوری در آینده مایکروسافتی را با رویکردهای قدیمی انحصاری و رقابت ناعادلانه شاهد باشد که در حوزه جدید رشدشان، یعنی خدمات ابری، همان رویکردهای قدیمی مانند اجبار به نصب ویندوز را در پیش می‌گیرد.

مراکز خاص رسیدگی مالیاتی برای استارت‌آپ‌ها ایجاد شود

پیگیر باشد مراکز خاص رسیدگی مالیاتی و مسائل بیمه‌ای برای این کسب و کارها ایجاد شود و همچنین صنایع و کسب و کارها به سرمایه‌گذاری‌های رقابت‌پذیر رو به آینده تشویق شوند.

مجوز برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی به شکل‌های تخصصی ارائه شود همچنین «حسن احمديان» عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران در این نشست تاکید کرد: هشت ماه پیش دولت تصمیم گرفت برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی را از مجریان غیرتشکیلی به تشکلهای اقتصادی واگذار کند، اما این موضوع همچنان بلا تکلیف است.

وی ادامه داد: هفته گذشته در قالب مصاحبه‌ای با سایت اتاق بازرگانی تهران، خواستار واگذاری مجوزهای نمایشگاه‌های تخصصی به تشکلهای شده بودیم که سازمان توسعه تجارت ایران در تماسی تلفنی پیرو این مصاحبه، تهدید کرد که تمام مجوزهای برگزاری نمایشگاه‌ها را باطل کرده و علیه ما شکایت خواهد کرد.

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران پیشنهاد داد اتاق بازرگانی پیگیر باشد مراکز خاص رسیدگی مالیاتی و مسائل بیمه‌ای برای استارت‌آپ‌ها ایجاد شود.

به گزارش ایرنا «شهاب جوانمردی» در پنجمین نشست هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران اظهار داشت: گاهی درباره مشکلات کسب‌وکارها از منظر تحریم و مشکلات قوانین و مقررات صحبت می‌کنیم، اما اکثر مواقع چون به موقع به مسائل توجه نمی‌کنیم، هر روز آستان مسائلی هستیم. این روزها مدام درباره استارت‌آپ‌ها صحبت می‌شود اما به تناسب تغییرات کسب و کارها با نیازمندی‌ها توجه نمی‌شود.

وی ادامه داد: در افق پیش رو بخش زیادی از مشاغل را در کشور از دست خواهیم داد و مشاغل جدید شکل می‌گیرد که آمادگی آموزشی برای آن ایجاد نشده است. این عضو هیات نمایندگان اتاق تهران پیشنهاد داد: اتاق بازرگانی



ارز دیجیتال دولت چین تقریبا آماده شده است

بانک خلق چین، معماری بلاک‌چین را برای آن پیاده‌سازی کرده‌اند. گفتنی است که ارز دیجیتال دولت چین به‌طور کامل به بلاک چین وابسته نیست؛ فناوری که پایه اصلی رمزارزها را تشکیل می‌دهد. براساس ادعای چانگ‌چون، بلاک‌چین بتوان عملیاتی لازم برای تراکنش‌های جزئی را ارائه نمی‌دهد.

زمان دقیق آماده‌شدن این ارز دیجیتال هنوز مشخص نشده است.

چین برای عرضه هرچه زودتر فرمت پولی جدید خود انگیزه بالایی دارد. این کشور به‌دلیل تبدیل پول معمولی به رمزارز توسط دلان، بی‌نظمی‌هایی را شاهد بوده است، اما رویکرد جدید شاید ثبات را به بازار ارزهای دیجیتال بازگرداند. از طرفی، تمایل دولت چین برای داشتن ارز دیجیتال تحت کنترل



خود، عجیب نخواهد بود. مقامات چین برای راهی از وابستگی به فناوری‌های خارجی، سال‌ها زمان صرف کرده‌اند و این اقدام، قدم معقول دیگر در این راستا خواهد بود.

یکی از مسئولان بانک خلق چین اعلام کرده است که ارز دیجیتال دولت چین به‌زودی آماده خواهد شد. به گزارش زومیت، با اینکه دولت چین به رمزارزها روی خوش نشان نمی‌دهد، اما از معرفی پول مجازی خود بسیار مسرور است.

بانک خلق چین اعلام کرده است که ارز دیجیتال این کشور، پس از پنج سال تلاش تقریبا آماده شده است؛ اما ردپای رمزارزها را دنبال نمی‌کند و به‌گفته مو چانگ‌چون، معاون بخش پرداخت بانک خلق چین، ارز دیجیتال دولت چین ساختاری پیچیده‌تر از رمزارزها خواهد داشت. ارز دیجیتال مذکور بر بانک خلق چین و سایر بانک‌های تجاری این کشور تکیه خواهد داشت تا به‌خوبی از عهده اقتصاد وسیع و جمعیت عظیم چین برآید. چانگ‌چون اظهار داشت که منابع، استعدادها و نوآوری‌های کسب‌وکارهایی

را که در توسعه ارز دیجیتال یادشده با بانک خلق چین همکاری داشته‌اند، با آغوش باز پذیرفته است. او بیان کرد که نمونه اولیه ارز دیجیتال چینی موجود است و تیم تحقیقاتی ارزهای دیجیتال

راهکارهای تقویت انعطاف پذیری هویت برند

درس‌های بازآفرینی برند از پروژه مک دونالد

به قلم: کریس ورن کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

با مراجعه به هر مقاله‌ای پیرامون راهنمایی برندسازی با جملات پر آب و تاب پیرامون اهمیت استفاده از لوگوی مناسب مواجه خواهیم شد. امروزه انتخاب لوگوی مناسب نقش مهمی در موفقیت کسب و کارها ایفا می‌کند. انتخاب لوگو بدون توجه به راهنمایی‌های کارشناس‌ها امکانات زیادی را از برندمان خواهد گرفت. به تازگی تارن داکورث، نویسنده حوزه بازاریابی، اقدام به بررسی نحوه بیانگری برند مک دونالد از ویژگی‌های خود کرده است. مک دونالد به عنوان یکی از بزرگ‌ترین برندهای فعال در زمینه فست‌فود تاثیر بسیار زیادی بر روی سلیقه غذایی مردم دارد. از نقطه نظر برندسازی نحوه بیان ویژگی‌های این برند از طریق المان‌های بصری‌اش بسیار جذاب است. به همین دلیل نیز تا به حال تحقیقات بسیار زیادی پیرامون آن صورت گرفته است. در آخرین به‌روز رسانی طراحی این برند بسیاری از المان‌های مهم به چشم می‌خورد. به همین دلیل نیز اخیرا در موسسه It's Nice That اقدام به بررسی نکات مهم در رابطه با این تغییر پرداخته است. البته نکات موردنظر ما در این مقاله فقط مخصوص مک دونالد نیست. تلاش من ارائه نکاتی کاربردی برای اغلب برندهای فعال در زمینه کسب و کار است. اجازه دهید به مهم‌ترین فاکتورهای مربوط به برند مک دونالد بپردازیم:

• رنگ: در طراحی جدید لوگوی مک دونالد از طیف رنگ زرد و قرمز چشم‌نوازتری استفاده شده است. نکته مهم در این میان جلب توجه بیشتر کمان زرد رنگ لوگوی این رستوران است. به نظر بسیاری از کارشناس‌ها این اقدام در راستای جلب توجه بیشتر به منوی سبب زمینی سرخ‌کرده صورت گرفته است.

• عکاسی: برند مک دونالد به طور معمول به عنوان یک رستوران رویاپرداز توصیف می‌شود. آنها در بسیاری از تبلیغات‌شان از المان‌های خیالی استفاده می‌کنند. با این حال مدیران شرکت در به‌روز رسانی تازه برندشان اقدام به استفاده بیشتر از المان‌های واقع‌گرایانه کرده‌اند.

• لوگو: لوگوی مک دونالد کمترین تغییر را داشته است. تلاش اصلی طراح‌ها انتخاب الگوی آرام‌بخش‌تر برای لوگو بوده است. بخش‌های طلایی لوگو به منظور القای پیام خوش‌آمدگویی و هم‌نوازی از رنگ‌های چشم‌نواز بهره می‌رد. آنچه نظر تارن را بیش از همه جلب کرده، تغییر حالت هندسی کمان‌ها در لوگوی مک دونالد است. به این ترتیب از نقطه نظر هندسی و زیبایی لوگوی آنها پیشرفت قابل توجهی کرده است.

• آیکون‌ها: در مورد آیکون‌های مورد استفاده مک دونالد برای طراحی محیط داخلی رستوران و منوهای خود باید به یک نکته مهم اشاره کرد. تمام طراحی‌های جانبی براساس طرح اصلی لوگوی رستوران صورت می‌گیرد. با اندکی دقت این امر حتی در طراحی محیط رستوران‌ها نیز قابل مشاهده است. از آنجایی که طراحی تمام شعبه‌های مک دونالد به یک صورت است، این امر اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. به این ترتیب مک دونالد شیوه واحدی را برای توسعه برندش در سراسر جهان انتخاب کرده است. • طراحی حروف: با اندکی توجه در طراحی تازه مک دونالد امکان‌یافتن المان‌های تازه وجود دارد. این امر در تمام بخش‌ها صورت نگرفته است. با این حال مشخص‌ترین جلوه آن در طراحی مجدد نام مک دونالد در لوگوی رستوران قابل مشاهده است. به این ترتیب لوگوی مک دونالد اکنون از تایپوگرافی جذاب‌تری بهره می‌برد.

بدون تردید طراحی مک دونالد نکات آموزنده بسیار زیادی برای سایر برندها دارد. نخست اینکه تلاش برای طراحی کشیده‌تر لوگو الزاما به معنای خودکشی برندمان نیست. در بسیاری از مواقع این امر به جذابیت‌های برندمان می‌افزاید. دست‌کم در مورد طراحی دوباره برند مک دونالد این امر به خوبی قابل مشاهده است. به منظور یافتن مثال‌های بهتر باید به عرصه سینما توجه کنیم. بسیاری از استودیوهای تهیه فیلم از المان‌های انیمیشنی برای نمایش لوگوی خود استفاده می‌کنند. کره زمین انیمیشنی در ارکان فیلم‌های استودیوهای یونیورسال نمونه موفقی در این زمینه است. هیچ‌کس این لوگو را بی‌کیفیت یا نامناسب قلمداد نمی‌کند. بدون تردید همه برندها امکان استفاده از مزیت‌های طراحی لوگو به صورت کشیده یا خمیده را دارند. نکته مهم در این میان توجه به برخی از نکات جانبی در زمینه طراحی است. به این ترتیب اگر متخصص حوزه طراحی نیستید، فکر ورود به آن را فراموش کنید. راهکار مناسب برای شما در چنین موقعیتی همکاری با برندهای فعال در زمینه طراحی است. به این ترتیب نتیجه نهایی از کیفیت بالایی برخوردار خواهد بود.

نکته دوم در مورد بازآفرینی برند مک دونالد توجه به اعتبار و اصالت به جای تعقیب کمال‌گرایی است. در طول سال‌های اخیر شمار هرچه بیشتری از برندها اعتبار را بر کمال‌گرایی ترجیح داده‌اند. این امر ویژگی خودمانی به بسیاری از برندها می‌دهد. به این ترتیب دیگر مشتریان احساس بیگانگی با چنین برندهایی نخواهند داشت. بهترین گزینه برای استفاده از این تغییر در زمینه برندسازی حوزه بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب برای تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی نیازی به سخت‌گیری بیش از اندازه نیست. فقط محتوای ما باید با ماهیت کلی برندمان هماهنگی و تناسب داشته باشد.

به عنوان نکته پایانی باید به نحوه رونمایی مک دونالد از پروژه بازآفرینی برندش اشاره کنم. در بسیاری از مواقع برندها اقدام به انتشار کتاب‌های ۲۰۰ یا ۳۰۰ صفحه‌ای پس از بازسازی برندشان می‌کنند. در مورد مک دونالد این امر به صورت متفاوتی روی داد. آنها نکات مهم درخصوص بازسازی برندشان را در قالب محتوای بسیار کوتاه و پراکنده، آن هم به مرور زمان، منتشر کردند. در بسیاری از مواقع نیز این امر از طریق مصاحبه مدیران رستوران با خبرگزاری‌های مختلف صورت گرفت. به این ترتیب دیگر حوصله مخاطب به هنگام دنبال‌کردن اخبار رستوران سر نمی‌رود.

بدون شک هر برندی باید به دنبال ایجاد انعطاف در هویت برندش باشد. توجه به تجربه مک دونالد راهنمای بسیار مناسبی برای شروع فعالیت برندمان خواهد بود.

منبع: brandingstrategyinsider

بررسی مهم‌ترین ترندهای مراسم تبلیغاتی NextTech

تبلیغات دیجیتال موفق با الگوبرداری از تجربه دیگران و ترندهای برتر



ایجاد مقررات دست و پا گیر در این زمینه تاثیر انکارناپذیری بر روی بی‌ثباتی موجود داشته است. به همین دلیل برخی از برندها در تلاش برای یافتن راهکارهایی برای هماهنگی هرچه بیشتر با این مقررات هستند. نکته مهم در این میان ضرورت یافتن راهکارهای موردنظر تا سال ۲۰۲۰ است. چراکه آخرین مهلت مراجع قانون‌گذاری در اروپا و آمریکای شمالی این تاریخ اعلام شده است.

استراتژی EA برای ارائه برخی از خدمات به صورت داخلی

یکی از جدیدترین ترندهای حوزه تبلیغات ارائه رایگان برخی از خدمات پولی است. با این حال بلیندا اسمیت، رئیس بخش بازاریابی هوشمند EA، به این ترند بیشتر به عنوان نوعی تغییر و تحول در حوزه بازاریابی نگاه می‌کند. در سخنرانی وی در مراسم NextTech همراه با سخنرانی جانبی خبرنگار Adweek یعنی رونان شیلدنز اصول مهم در زمینه این ترند مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس برند EA در طول چند سال گذشته تلاش قابل توجهی در زمینه انجام فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی به صورت یکپارچه داشته است. منظور اسمیت از این امر تلاش برای کاهش سطح نیازمندی به همکاری با آژانس‌های تبلیغاتی به منظور طراحی کمپین‌های رونمایی از محصولات تازه است. این امر صرفه‌جویی آشکاری در زمین بودجه را برای شرکت پدید می‌آورد. به این ترتیب بودجه بسیار بیشتری در اختیار EA برای ساماندهی سایر بخش‌های ضروری کسب و کارش وجود خواهد داشت. هدف اصلی EA در این زمینه حفاظت هرچه بیشتر از اطلاعات کاربرانش است. به این ترتیب همکاری با آژانس‌سی بیرون از مجموعه EA خطرهای زیادی در زمینه درز اطلاعات در پی دارد. تلاش شرکت در طول هفت سال گذشته نتایج مثبت قابل توجهی داشته است. به ایسن ترتیب اکنون تقریبا تمام کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی EA از سوی دست‌اندرکاران داخلی شرکت ساماندهی می‌شود. در طول این فرآیند سرمایه‌گذاری قابل توجهی از سوی EA بر روی بخش آموزش کارمندان صورت گرفته است. به این ترتیب به جای استخدام نیروی تازه استراتژی ارتقای مهارت کارمندان در دستور کار این برند قرار گرفته است.

تبلیغ مناسب برندمان با اجتناب از نمایش تبلیغات دیگر برندها نیل وگل، مدیرعامل رسانه دیجیتال Dottedash، تجربیات بسیار تاثیرگذاری از سال‌های فعالیت در سایت About.com دارد. موفقیت وی در زمینه ایجاد یکی از محبوب‌ترین برندها در زمینه رسانه‌ای داستان جالبی دارد. رسانه Dottedash به جای نمایش تبلیغات مختلف به منظور کسب درآمد به حق اشتراک کاربرانش اکتفا کرده است. به عقیده نیل امکان دریافت مبالغ بسیار زیاد برای نمایش تبلیغات وجود دارد، با این حال این امر کاربران را دلسرد خواهد کرد. به نظر نیل یکی از دلایل اصلی کسب شهرت سریع رسانه وی عدم نمایش تبلیغات و احترام به نظر کاربران است. به این ترتیب آنها علاقه بیشتری به استفاده از سرویس Dottedash پیدا می‌کنند.

چرا اهالی موسیقی همیشه گزینه‌های تبلیغاتی موثری هستند؟ اگر شما تا به حال به سایت‌های فروش آنلاین بیت کنسرت‌های راک یا پاپ مشهور مراجعه کرده باشید، به احتمال بسیار زیاد حداقل یک بار بدون دریافت هرگونه بلیتی و دست‌خالی از سایت بیرون آمده‌اید. در بسیاری از موارد فروش بیت کنسرت‌های موسیقی مشهور در کمتر از چند دقیقه صورت می‌گیرد. بسیاری از هواداران گروه‌های موسیقی و خوانندگان بزرگ پس از اتمام فروش بیت در کمتر از چند دقیقه پیام‌های زیادی در منظور افزایش ظرفیت سالن‌ها برای خواننده‌های محبوب‌شان ارسال می‌کنند. در سخنرانی پایانی مراسم NextTech جارد اسمیت، مدیرعامل موسسه فروش آنلاین بیت تیکت مستر، به بیان دلایل فروش سریع بلیت‌ها پرداخت. در این سخنرانی تلاش آقای اسمیت بیان دلایل شهرت بسیار بالا و پایدار موسیقی‌دان‌ها بود: «یکی از نکات جالب در مورد اهالی موسیقی ملاحظه بسیار زیاد آنها نسبت به هواداران‌شان است. امروزه یافتن بلیت‌های گران‌تر از ۱۰۰ دلار برای بهترین کنسرت‌های موسیقی غیرممکن است. در حالی که ارزش واقعی بلیت برخی از کنسرت‌های مشهور تا ۵۰۰ دلار نیز برآورد می‌شود.» این نکته اهالی دنیای موسیقی را بدل به یکی از محبوب‌ترین اعضای عرصه هنر کرده است. آنها با ملاحظه بسیار در زمینه درآمد و هزینه طرفدارهای‌شان از فروش بلیت‌ها به قیمت گزاف جلوگیری می‌کنند. در نتیجه تمام اقشار جامعه امکان حضور در کنسرت‌ها را خواهند داشت. این امر اهمیت تبلیغاتی موسیقی‌دان‌ها در سراسر دنیا را بیش از پیش روشن می‌سازد.

منبع: adweek

اصلی خود خواهد کرد. مهم‌ترین این همکاری‌ها تلاش برای جلب نظر مدیران نتفلیکس به منظور ادغام با سرویس پخش آنلاین این شرکت است. این نکته از آنجایی جالب است که مدیران NBC تا همین چند وقت پیش هرگز تمایلی به همکاری با نتفلیکس نداشتند. به این ترتیب در سال گذشته تمایل نتفلیکس به همکاری با این رسانه بی‌پاسخ باقی ماند. تغییر استراتژی NBC حکایت از جهت‌گیری متفاوت مسئولان این رسانه در قبال تغییرات تازه حوزه تبلیغات دارد. لیندا یاکارینو به عنوان یکی از کارشناس‌های ارشد برند NBC در این زمینه اظهار نظر جالبی دارد: «دنیای رسانه‌ای در حال تغییر است. به منظور موفقیت در این حوزه و امکان دریافت تبلیغات مطلوب برای افزایش درآمد باید همیشه با ترندهای تازه هماهنگ شد. همکاری با نتفلیکس امکان کسب سود فراوان را برای ما فراهم می‌کند.»

به نظر می‌رسد در نتیجه همکاری مشترک میان NBC و نتفلیکس هر دو شرکت سود مناسبی را به دست بیاورند.

غافلگیری‌های بازاریابی Hulu

شبکه پخش آنلاین Hulu اکنون دوباره مخاطب‌های خود را غافلگیر کرده است. استراتژی غافلگیری این برند براساس نمایش پیش از موعد فصل تازه سریال‌های پرطرفدار طراحی شده است. در آخرین اقدام این شبکه فصل جدید سریال ورنیکا مارس چند روز زودتر از موعد مقرر به نمایش درآمد. به گفته پیتر ناپلور، مدیر ارشد شبکه، این اقدام در راستای ایجاد مزیت بازاریابی برای Hulu صورت گرفته است: «همه ما عاشق مشاهده سریال‌های محبوب‌مان پیش از موعد نمایش اصلی هستیم.» بر این اساس Hulu از استراتژی فوق به منظور افزایش شهرت خود و ایجاد رابطه‌ای پایدارتر با مشتریانانش استفاده می‌کند. نکته مهم درخصوص جهت‌گیری تازه این شبکه عدم سازگاری آن با تجربه همه برندهاست. بر این اساس آنها در حال ریسک بزرگی هستند، با این حال موفقیت این اقدام در مورد آنها سازگاری الگوی بازاریابی غافلگیری، دست کم برای Hulu، را اثبات کرده است.

گوگل و مسئله حریم شخصی کاربران

کسب و کار گوگل براساس الگوی ارائه تبلیغات داده‌محور اداره می‌شود. اخیرا گوگل در تلاش برای استفاده متفاوت‌تر از داده‌های کاربران به منظور طراحی تبلیغات تاثیرگذارتر است. این امر بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغاتی را در موقعیت بهتری در مقایسه با هر زمان دیگری قرار می‌دهد. چیتنا پیندرا، مسئول ارشد گوگل در زمینه مسائل حریم شخصی کاربران، در مصاحبه‌ای رسمی تلاش گوگل برای تغییر نحوه حفاظت از اطلاعات کاربران و استفاده از آنها در راستای اهداف تبلیغاتی را مورد تاکید قرار داده است. به گفته وی دست‌اندرکاران حوزه تبلیغات باید به اندازه کافی برای طراحی تبلیغاتی مرتبط با سلیقه شخصی کاربران اطلاعات در دست داشته باشند، با این حال ترسیم مرزی دقیق میان کسب اطلاعات موردنیاز و دخالت در حریم شخصی کاربران ضروری است. گوگل هنوز مرز قابل توجهی در این زمینه ترسیم نکرده است. به همین دلیل نیز اجرای پروژه مورد نظر هنوز در دست بررسی بیشتر قرار دارد.

کاهش سرمایه‌گذاری بر روی اقدامات بزرگ تبلیغاتی

برخی از مدیران کسب و کار تاثیرگذاری بر روی مشتریان را فقط از طریق ایجاد تغییرات شگرف میسر می‌دانند. به همین دلیل اغلب برندها در تلاش برای ساماندهی رویدادها و فعالیت‌های بزرگ هستند. به عقیده لیندا باف، مدیر بخش بازاریابی موسسه GE، این عقیده در بسیاری از موارد تاثیرگذاری موردنظر را در پی ندارد: «به نظر من در حوزه بسیاری از موارد تلاش برای ساماندهی فعالیت‌های خلاقانه در مورد تبلیغات تاثیرگذاری بسیار بهتری در مقایسه با اقدامات پرهزینه و بزرگ دارد.» بر این اساس در آینده‌ای نزدیک باید شاهد تغییر الگوی تبلیغات بسیاری از برندها باشیم.

افزایش ریسک‌های تبلیغاتی و جست‌وجو برای راه حل‌های مناسب تکنولوژی تبلیغات در مقیاسی وسیع در تلاش برای کاهش سرمایه‌گذاری‌های پرریسک است. این امر به دلیل افزایش شدید ریسک‌های حوزه تبلیغات در طول چند سال اخیر روی داده است. در طول چند سال اخیر حوزه تبلیغات و به طور کلی کسب و کار با بی‌ثباتی‌های بسیار زیادی مواجه بوده است. به همین دلیل اغلب افسردا ماهر در زمینه تبلیغات به دنبال راهکاری برای کاهش این ریسک‌ها هستند. اکنون دیگر مانند چند سال پیش امکان دستیابی به نتایج دلخواه در زمینه تبلیغات وجود ندارد، بنابراین مهم‌ترین هدف آژانس‌های تبلیغاتی بازگرداندن ثبات سابق به این عرصه است. در غیر این صورت باید منتظر تغییرات بسیار شگرفی در این زمینه باشیم.

ترجمه: علی آل‌علی

نوشته: بخش تبلیغاتی موسسه Adweek

تبلیغات یکی از ضرورت‌های موفقیت هر کسب و کار محسوب می‌شود. از طریق تبلیغات مناسب ما فرصت معرفی برندمان به علاقه‌مندان را خواهیم داشت. بسیاری از خریدارها در سراسر دنیا به دلیل ناآگاهی از وجود برخی از برندها حتی به خرید محصولات آنها فکر نیز نمی‌کنند. درست به همین خاطر تبلیغات درست و معرفی برندمان به مشتریان اهمیت روزافزونی دارد. امروزه در حوزه تبلیغات مراسم‌ها و رویداد‌های مختلفی برگزار می‌شود. در طول یک سال اخیر حوادث مهمی در زمینه تبلیغات روی داده است. همه چیز از اعلام رسمی مقررات حفاظت از اطلاعات شخصی کاربران از سوی اتحادیه اروپا شروع شد. بر این اساس برندهای تجاری در راستای استفاده از اطلاعات کاربران با مقررات سخت و سخت زیاد مواجه شدند. این مقررات استفاده بدون اجازه از اطلاعات کاربران را ممنوع می‌کند. همزمان با اعلام این قانون در اروپا، بازار ایالات متحده نیز دست‌خوش تغییر و تحول شد. اقدام حفاظت از اطلاعات مشتریان کالیفرنیا به صورت همگانی در آمریکا مورد تایید واقع شد. به این ترتیب محدودیت‌های مشابه اتحادیه اروپا برای برندهای آمریکایی وضع شد.

شاید در نگاه نخست سال گذشته کاملا در مسیر ایجاد محدودیت بر حوزه تبلیغات جریان داشت با این حال در همین مدت مراسم‌ها و فناوری‌های تازه‌ای در زمینه تبلیغات رونمایی شده است. یکی از اخبار تازه در این زمینه درگیری برند گوگل با سایر غول‌های تکنولوژی بر سر فناوری حسگر اثر انگشت بود. بر این اساس گوگل حق استفاده انحصاری از این فناوری در زمینه توسعه ارتباطات را حق خود تلقی می‌کند. اگرچه بعید به نظر می‌رسد این حق به صورت انحصاری در اختیار گوگل قرار گیرد. برگزاری همایش NextTech در حوزه بازاریابی و تبلیغات در نیویورک در کنار سخنرانی بسیاری از طراح‌های تبلیغاتی مشهور دنیا بسیاری از نگاه‌ها را به خود جلب کرد. در این مراسم بسیاری از ترندهای برتر در زمینه تبلیغات مورد بحث و نقد قرار گرفت. همچنین بحث مناسبی در زمینه آینده این حوزه و ترندهای اجتماعی بیشتر نیز صورت گرفت.

در گوشه و کنار دنیا نیز بسیاری از غول‌های تبلیغاتی مشغول به فعالیت‌های مختلف بوده‌اند. مارتین سورل، یکی از بزرگ‌ترین مدیران حوزه تبلیغات، کمپین رونمایی از مسابقات کریکت ایرلند را برعهده گرفت. از سوی دیگر پیتر نیلور، مسئول ارشد برند Hulu و پروفیسور لیندا یاکارینو، استاد حوزه فناوری داده، در مراسمی رسمی آینده سرویس‌های پخش آنلاین را مورد بررسی قرار دادند. اگر شما نیز مانند بسیاری از مردم سراسر جهان مراسم NextTech و آخرین اخبار تازه در زمینه کسب و کار را به خوبی نشنیده‌اید، این مقاله مخصوص شما خواهد بود. در ادامه هدف اصلی ما بررسی مهم‌ترین اخبار و تازه‌های حوزه تبلیغات در سراسر جهان است.

مارتین سورل و انتقاد از الگوی سنتی تبلیغات

یکی از مهم‌ترین نام‌ها در مراسم NextTech مارتین سورل، مدیرعامل سابق موسسه تبلیغات WPP، بود. در سخنرانی اصلی مراسم که از سوی وی ایراد شد، مارتین بر روی کاستی‌های مدیریت تبلیغات به شیوه سنتی اشاره کرد. در سخنرانی مارتین هدف اصلی انتقادها به الگوی تبلیغات سنتی مانند موسسه WPP بود. به عقیده مارتین سورل به زودی دوران چنین تبلیغاتی به سر خواهد آمد. در نتیجه ما نیازمند الگوهای سازگار با تکنولوژی‌های نون هستیم. ایجاد تحول در ساختار آژانس‌های تبلیغاتی یکی از ضرورت‌های حوزه تبلیغات تا قبل از سال ۲۰۲۰ است. به عقیده سورل بسیاری از برندها اطلاع دقیقی از تغییرات آتی حوزه تبلیغات ندارند. این امر آنجایی خطرناک می‌شود که به عدم آگاهی مناسب آژانس‌های برتر در این زمینه نیز پی ببریم. به این ترتیب تمام حوزه تبلیغات نسبت به تغییرات آتی بی‌توجه است. در بخش پایانی سخنرانی سورل نکته مهمی مورد بررسی قرار گرفت. به عقیده او نگاه به پلتفرم‌های بزرگی نظیر گوگل و فیس‌بوک به عنوان دشمن اصلی آژانس‌های تبلیغاتی دیگر فایده‌ای ندارد: «کانون اغلب فعال‌های حوزه تبلیغات در حال همکاری نزدیک به چنین پلتفرم‌هایی هستند.» به علاوه تصور جدایی میان حوزه تبلیغات و پلتفرم‌های آنلاین دیگر متصور نیست.

تمایل NBC به همکاری نزدیک با رقبا

خبر مهم بعدی مربوط به شرکت رسانه‌ای NBC است. براساس آخرین خبرها این رسانه در آینده‌ای نزدیک اقدام به همکاری با رقبای

ایستگاه بازاریابی

۷ حوزه مهمی که در سنجش رقبیان باید در نظر بگیرید !

فکر می کنید موقعیت شما در بازار و در مقایسه با رقیب های تان چگونه است؟ چه تصویری از خودتان در بازار در ذهن دارید؟ می توانید برای رسیدن به پاسخ این سوالات، رقیب های خود را در چند زمینه اصلی تجزیه و تحلیل کنید تا جایگاه خود را به خوبی بشناسید. از جمله زمینه هایی که باید مورد تجزیه و تحلیل قرار بگیرند به شرح زیر هستند:

۱- تحلیل سهم رقیب در بازار (افزایش سهم بازار به کمک چند تکنیک بازاریابی)

براساس تجربیات مشاوه بازاریابی، قطعاً همه کسب و کارهای مشابهی که در بازار حضور دارند رقیب های اصلی شما نیستند. هرچند همیشه باید همه رقیب ها را زیر نظر داشته باشید و بزرگی و کوچکی کسب و کار آنها برای تان مهم نباشد. زیرا برخی از اوقات ممکن است رقیبی که شما جدی تلقی نمی کردید با یک ترفند تازه وارد بازار شود و تمامی مشتریان شما را جذب کند، اما در حالت عادی باید حواس تان را درخصوص رقیب های اصلی خود جمع کنید. مشخص کنید که رقبیان اصلی شما چقدر از بازار را به خود اختصاص داده اند؟ چند درصد از سهم بازار مربوط به رقیب های اصلی و جدی شماست؟

۲- تحلیل کیفیت محصولات رقیب

کیفیت محصولات و تولیدات خود را با رقیب های اصلی تان مقایسه کنید. آیا از نظر کیفیت محصولات، رقیب ها بهتر از شما هستند یا فاصله چندانی بین شما نیست؟ کیفیت محصولات از جمله زمینه هایی است که می تواند فاصله شما با رقبیان را کمتر یا بیشتر کند.

۳- تحلیل سرمایه و منابع رقیب

منابعی که در دسترس رقیب شماست ولی شما از آن برخوردار نیستید چه چیزهایی هستند؟ شناخت دقیق این منابع به شما کمک می کند تا راه حلی برای دستیابی به آنها پیدا کنید. به عنوان مثال اگر فکر می کنید آنها از یک تکنولوژی جدیدتر یا منابع مالی بهتری برخوردار هستند شما نیز تلاش کنید تا سرمایه گذاری را پیدا کنید که بتوانند این منابع را در اختیار شما قرار دهند.

۴- تحلیل راهبردهای بازاریابی رقیب

راهبردهای بازاریابی از عوامل اصلی موفقیت هر کسب و کاری در بازار است. رقیب های اصلی خود را از نظر راهبردهایی که در بازاریابی به کار می برند و می توانند مشتریان زیادی به دست آورند تجزیه و تحلیل کنید. این کار به شما کمک می کند تا کاربردی ترین استراتژی ها که می تواند در یافتن و نگه داشتن مشتریان به شما کمک کند را بشناسید.

۵- تحلیل بازار هدف رقیب

ممکن است شما و رقیب تان در یک زمینه فعالیت کنید ولی گروه هدف شما با هم متفاوت باشد. اگر فکر می کنید رقیب تان موفق تر از شماست و سهم زیادی از بازار را در اختیار دارد یکی از راه ها این است که دقیقاً بسنجید چه گروه هدفی را انتخاب کرده اند.

۶- تحلیل جداگانه رقبا از یکدیگر

رقیب های خود را از یکدیگر جداگانه تجزیه و تحلیل کنید. سعی کنید یک فایل برای هر یک از رقیب های خود داشته باشید. نقاط قوت، ضعف و تفاوت آنها را با خودتان مقایسه کنید. برخی از کسب و کارها به اشتباه رقیب ها را با یکدیگر مقایسه می کنند در حالی که سنجش دقیق این است که هر یک از رقیب ها را به صورت جداگانه با خودتان بسنجید.

۷- کشف منبع اطلاعاتی رقیب

شما نیاز دارید اطلاعات موثق و به روزی را از فعالیت ها و هدف های رقیب خود به دست آورید. گاهی ممکن است اطلاعات رقیب شما در اینترنت باشد و شما می توانید به راحتی این اطلاعات را به دست آورید، اما گاهی نیز اطلاعات مورد نیاز شما به این راحتی به دست نمی آید و لازم است ترفندهای دیگری برای دستیابی به آنها به کار ببرید. در این گونه مواقع بهتر است خودتان را به عنوان یک مشتری برای رقیب تان تبدیل کنید و اطلاعاتی که نیاز دارید از این طریق به دست آورید. شرکت در همایش ها، کنفرانس ها، گردهمایی ها و رویدادهایی که موجب می شود رقبا یکجا جمع شوند و فعالیت های یکدیگر را از نزدیک ببینند نیز بهترین فرصت برای جمع آوری اطلاعات است.

منبع: qmpmarketing



آشنایی با اشتباهات و چالش های بازاریابی در کسب و کارهای کوچک

۳ اشتباه بازاریابی کسب و کارهای کوچک



به قلم: لیلی مارگو کارشناس بازاریابی

ترجمه: علی آل علی

می دهیم، تمام تلاش های ما بی ثمر خواهد ماند. بنابراین باید به فکر راهکاری برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی بود. از نقطه نظر مخاطب هدف، مشاهده با پیام های بازاریابی ضعیف و غیرهدفمند دلسردکننده خواهد بود. به این ترتیب در طولانی مدت مخاطب نسبت به پیام های بازاریابی برند مورد نظر بی تفاوت خواهد شد. در دنیای بازاریابی هیچ چیز بدتر از مخاطب بی تفاوت به پیام های بازاریابی نیست. تلاش های مورد نیاز برای تبدیل دوباره چنین مخاطب هایی به مشتریان برند امر بسیار دشواری خواهد بود.

راه حل: یکی از دلایل تمایل کارآفرینان صاحب کسب و کارهای کوچک به انجام کارهای بیش از اندازه به صورت همزمان دشواری یافتن کار اصلی است. این امر تمرکز بر روی یک کار را برای آنها دشوار می کند. به همین خاطر به سراغ انجام چند کار در کنار هم می روند. بسیاری از کارآفرینان با تلاش برای انجام چند کار همزمان بیشتر به اتلاف انرژی و تمرکزشان می پردازند. در پایان روز نیز بدون پیشبرد مناسب هر کدام از کارها به منزل باز می گردند. راهکار مدنظر من در این بخش تلاش برای یافتن کار اصلی مان است. در زمان واحد یک برند کوچک باید یک پروژه اصلی داشته باشد. سایر کارها جنبه فرعی نسبت به پروژه موردنظر خواهند یافت. به این ترتیب امکان تمرکز بر روی کار موردنظر و تلاش برای کسب موفقیت فراهم می شود.

در اغلب موارد یافتن پروژه اصلی با شناخت مناسب از مشتریان ایده آل برندمان آغاز می شود. شناخت مشتریان ایده آل تمام فعالیت های یک برند از قبیل بازاریابی، تولید محصولات و ارائه خدمات را دستخوش تغییر و تحول می کند. وقتی مشتریان هدف برندمان را شناسایی کردیم، فعالیت بازاریابی مان باید در راستای جلب نظر آنها باشد. این امر فرصت مناسبی در اختیار ما به منظور توسعه کسب و کار و کمپین های بازاریابی می دهد. به این ترتیب با شناسایی مشتریان ایده آل برندمان نه تنها حوزه بازاریابی، بلکه تمام بخش های کسب و کار مان متحول می شود.

۲. عدم تولید محتوای باکیفیت

به عنوان صاحب یک کسب و کار کوچک شاید اخیراً اقدام به استخدام فروشنده یا کارشناس ارشد توسعه کسب و کار کرده باشید. وظیفه اصلی این افراد ترغیب مشتریان موجود در بازار به سوی خرید از برند شماست، متأسفانه بسیاری از برندهای کوچک یک بازاریاب حرفه ای به منظور بهبود کیفیت فرآیند جذب مشتریان در اختیار ندارند. به این ترتیب فرآیند جذب مشتری آنها در نهایت تأثیرگذاری کافی را نخواهد داشت. در چنین مواردی علی رغم تلاش مناسب اعضای شرکت امکان دستیابی به سطح فروش مورد انتظار وجود ندارد. این امر به دلیل کم کاری کارمندان نیست. به نظر من استخدام یا همکاری با یک بازاریاب حرفه ای مشکل پیش رو را حل خواهد کرد.

بدون حضور بازاریاب در کسب و کار کوچک ما به احتمال زیاد سایت رسمی مان جذابیت چندانی برای مشتریان نخواهد داشت. به علاوه کمپین های بازاریابی مان نیز از کیفیت مورد انتظار بهره مند نخواهد بود. در بسیاری از موارد دست اندرکاران بخش فروش استخدام بازاریاب را در اولویت های برند نمی دانند. به همین دلیل همیشه با چنین اقدامی از سوی صاحب برند مخالفت می کنند. در نتیجه هیچ گاه پیشرفت عملی در فعالیت برند مورد نظر مشاهده نخواهد شد. نگاهی به تعداد کسب و کارهای کوچک شکست خورده در همان سال های نخست فعالیت شان به خوبی بیانگر اهمیت این حوزه در فعالیت برندهاست.

راه حل: شما با بازاریاب برندانان باید کیفیت لازم برای ترغیب مخاطب هدف به خرید و رضایت از محصول موردنظر را ارائه کنید. شما چطور فروش شرکت تان را افزایش می دهید؟ با طراحی کمپین بازاریابی و تلاش برای جلب نظر مشتریان؟ اغلب برنامه های بازاریابی از همین روند پیروی می کنند، با این حال کیفیت محتوا داستان جداگانه ای دارد. در این میان ارزیابی وضعیت بازار و شناخت سلیقه مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد و متأسفانه بسیاری از صاحبان کسب و کار به این نکته توجه کافی را ندارند. در نتیجه کمپین های آنها از کیفیت لازم برخوردار نیست. به عنوان مدیر یک کسب و کار کوچک و بازاریاب باید همیشه به دنبال یافتن نکات مهم در محیط اطراف تان باشید. موفقیت برندهای بزرگ به دلیل شناخت دقیق وضعیت بازار و سلیقه مشتریان است. همین امر به آنها فرصت کافی برای ایجاد کمپین های مناسب و هماهنگ با سلیقه مشتریان را می دهد. بدون شک تلاش

بخش بزرگی از کارآفرینان در دنیای مدرن به مدیریت کسب و کارهای کوچک مشغول هستند. بدون تردید همه ما از دشواری های توسعه کسب و کارهای کوچک مطلع هستیم. در این میان یکی از بزرگترین امکانات کارآفرینان استفاده از تکنیک های بازاریابی برای جلب توجه مشتریان است. اگرچه بازاریابی مناسب امکان توسعه جایگاه برندها را فراهم می کند، اما بسیاری از کسب و کارهای کوچک در عمل اشتباهات بازاریابی زیادی دارند. اگر شما نیز مدیر یک کسب و کار کوچک هستید، به احتمال زیاد مدیریت حوزه بازاریابی شرکت تان را خود بر عهده دارید. این فرآیند شامل توسعه سایت هوشمند (سازگار با اصول مدیریت سنو)، ارسال ایمیل های تبلیغاتی به صورت ماهانه، تلاش برای جلب نظر مشتریان هرچه بیشتر و از همه مهم تر طراحی کمپین های بازاریابی می شود. بی شک به هنگام بازاریابی برای برندمان هیچ راه قرار یا شیوه بی دردسری وجود ندارد.

بازاریابی برای کسب و کارهای کوچک به طور کلی با کسب و کارهای بزرگ متفاوت است. در این مسیر چالش های بسیار بیشتری پیش روی ما قرار دارد. درست به همین خاطر بسیاری از کارآفرینان هرگز به سراغ تاسیس شرکت شخصی شان نمی روند، با این حال امکان کسب موفقیت های بزرگ فقط از طریق تاسیس شرکت خودمان امکان پذیر است. به عنوان یک شرکت کوچک بودجه، توان مالی، امکانات و نیروی کار شما به شدت محدود خواهد بود. به علاوه زمان در دسترس برای انجام کارهای مختلف کسب و کار هم اندک است. با این شرایط برای پیشبرد اهداف بازاریابی باید برنامه ریزی دقیقی انجام داد. در غیر این صورت در عمل فرآیند کسب و کار ما با شکست مواجه خواهد شد.

یکی از شیوه های رایج در زمینه بازاریابی امتحان الگوهای متفاوت است. کسب و کارهای کوچک به دلیل بودجه اندک و ضرورت دستیابی به موفقیت برای ادامه حیات شان در این زمینه نیز با چالش های متعددی رو به رو هستند. وقتی زمان در دسترس ما کم باشد، احتمال بروز اشتباه در کارهای مان افزایش خواهد یافت. این امر در مورد کمپین های بازاریابی بسیاری از برندها صادق است. به این ترتیب به دلیل کمبود زمان کسب و کارهای کوچک اغلب کمپین های بازاریابی پراشتباهی را اجرا می کنند. چنین اشتباهاتی در بلندمدت موجب کاهش اعتبار و اصالت برندهای کوچک می شود، بنابراین باید به دنبال راهکاری برای کاهش ریسک های کاری به ویژه در حوزه بازاریابی کسب و کارهای کوچک بود.

در این مقاله من به بررسی سه اشتباه بزرگ کسب و کارهای کوچک و بازاریاب های همکار با آنها پرداخته ام. در خلال بررسی این اشتباهات راهکارهای مورد نیاز نیز ارائه شده است.

۱. مدیریت کارهای متعدد به صورت همزمان

اگر کسب و کار شما در وضعیت رشد قرار دارد، به احتمال زیاد هنوز برندانان شهرت زیادی کسب نکرده است. به طور معمول کارآفرینان به دنبال تبدیل شرکت شان به برندی بزرگ و مشهور در کمترین زمان ممکن هستند. به همین خاطر نیز در طول روز برنامه های فشرده ای دارند. یکی از ایرادهای این امر تلاش برای مدیریت کارهای متعدد به صورت همزمان است. بدون تردید برخی از کارها را می توان به صورت همزمان انجام داد. با این حال در مورد برخی از فرآیندهای حساس امکان چنین ریسکی وجود ندارد، بنابراین باید زمان مناسب را به کار مورد نظر اختصاص داد. در غیر این صورت تمام کارهای تحت مدیریت مان خراب می شود. به عنوان مثال، شاید شما در تلاش برای مدیریت چندین پروژه بازاریابی در زمانی واحد باشید. به این ترتیب در عین توجه به حوزه بازاریاب دیجیتال باید به فکر طراحی پوسترهایی تبلیغاتی برای کمپین تازه تان نیز باشید. ذهن انسان دارای ظرفیت اطلاعاتی و پردازشی محدودی است. به همین دلیل تمرکز بر روی چندین فرآیند احتمال بروز خطا و اشتباه را افزایش می دهد. یکی از نکات مهم در مورد تدوین برنامه های بازاریابی مختلف در کنار هم با احتمال بروز خطا ناتوانی در دستیابی به اهداف موردنظر برندمان است. به این ترتیب در نهایت علی رغم تلاش فراوان با شکست مواجه می شویم. واکنش بسیاری از کارآفرینان به شکست دلسردی و ناامیدی بیش از اندازه است. به هر حال هر کس از تلاش فراوان خود انتظار کسب نتایج امیدوارکننده دارد. وقتی ما چند کار را همزمان انجام

منبع: autopilotohq



از تفکر انتقادی چه می‌دانیم؟

تفکر انتقادی حلقه گم‌شده موفقیت کارآفرینان
به قلم: شاون دوایل مدیر برند New Light Learning And Development
ترجمه: علی آل علی

تفکر انتقادی یکی از مهارت‌های ضروری و موردنیاز کارآفرینان به منظور دستیابی به موفقیت است. این مهارت علاوه بر مدیران باید به گونه‌ای مناسب در میان کارمندان شرکت نیز رواج پیدا کند. من در سراسر دنیا کلاس‌های مدیریت و رهبری کسب و کار برگزار می‌کنم. براساس تجربه شخص‌ام بسیاری از مدیران و کارآفرینان نسبت به اهمیت این امر بی‌توجه هستند. به همین دلیل نیز در اغلب موارد آنها به سرعت با شکست مواجه می‌شوند. جالب اینکه بسیاری از مدیران تحصیلکرده در زمینه مدیریت نیز نسبت به اهمیت تفکر انتقادی بی‌توجه هستند. در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی نیز این امر اغلب مورد غفلت واقع می‌شود. تفکر انتقادی در دنیای امروز یک مزیت انکارناپذیر محسوب می‌شود. پرسش نخست در مواجهه با این ادعا مربوط به چرایی این امر است.

در وهله نخست اجازه دهید به تعریف مفهوم تفکر انتقادی بپردازیم. با توجه به دیکشنری کمبریج این مفهوم به معنای فرآیند تفکر دقیق پیرامون یک موضوع یا ایده بدون دنباله‌روی از احساسات یا تاثیرپذیری از عقاید قبلی است. بدون شک تعریف کمبریج دقت لازم را دارد، با این حال من تعریف ساده‌تری داریم. بر این اساس تفکر انتقادی تامل درباره شیوه تفکرمان است. چند سال پیش یکی از مراجعه‌کنندگان من از هدف کاری‌اش برای دستیابی به جایگاه نایب‌رئیس با من صحبت کرد. وقتی من از دلیل تمایل وی به این هدف پرسیدم، پاسخ وی جالب بود: «چون دفتر نایب رئیس در موقعیت مکانی عالی قرار دارد.» بدون تردید تلاش برای دستیابی به یک جایگاه کاری باید به خاطر دلیلی بسیار بیشتر از موقعیت مناسب دفتر کاری باشد. به نظر من از طریق تقویت توانایی تفکر انتقادی امکان فعالیت بهتر به عنوان یک کارآفرین و مدیر وجود دارد. درست به همین خاطر در ادامه این مقاله قصد بررسی چند راهکار مناسب در زمینه تقویت این توانایی را دارم.

۱. ضرورت یادگیری اصول پایه‌ای

یکی از مزیت‌های اصلی جهان مدرن امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی متنوع به صورت آنلاین است. امروزه امکان مشاهده محتوای سایت هر برندی و جست‌وجوی مقالات مختلف در زمینه‌های مورد علاقه‌مان وجود دارد. در زمینه تفکر انتقادی فعالیت سایت‌های مختلف محدودتر از سایر موضوعات است، با این حال در همین وضعیت نیز امکان یافتن نمونه‌های مناسب وجود دارد. سخنرانی‌های تد (TED Talks) یکی از بهترین نمونه‌ها در زمینه دسترسی به منابع و اطلاعات مناسب در زمینه تفکر انتقادی است. نکته جالب در مورد این سخنرانی‌ها استفاده از بهترین کارشناس‌ها در هر زمینه است. به این ترتیب مخاطب امکان استفاده از آخرین دستاوردها و اطلاعات حوزه مورد نظر از زبان کارشناس‌های ماهر را خواهد داشت. علاوه بر سخنرانی‌های آنلاین و رایگان موسسه سخنرانی‌های تد اقدام به برگزاری‌های کلاس نیز می‌کند. این کلاس‌ها در دو نوع متفاوت ساماندهی می‌شود. در حالت نخست پس از ثبت نام امکان حضور در محل برگزاری کلاس را خواهیم داشت. بدون تردید این امر برای کارآفرینان سراسر دنیا امکان‌پذیر نیست. به این ترتیب کلاس‌های آنلاین به عنوان گزینه دوم مطرح می‌شود. کلاس‌های آنلاین دقیقاً ساختاری مشابه کلاس‌های حضوری دارد، با این تفاوت که استاد و اعضای کلاس از طریق اینترنت با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. استفاده از سخنرانی‌های رایگان و کلاس‌های تد بسیاری از مشکلات و پرسش‌های ما در زمینه تفکر انتقادی را حل خواهد کرد. اگر به دنبال یادگیری نکات بیشتر در این زمینه هستید، مطالعه کتاب‌هایی نظیر «تفکر سریع و آهسته» اثر دانیل کاهنمن و «تفکر انتقادی» اثر جاکو پایب و ری مانسون مفید خواهد بود.

۲. کمک به اعضای تیم شرکت برای یادگیری تفکر انتقادی

اگر شما در نقش مدیر یک شرکت هستید، به کارمندان‌تان نحوه استفاده از مفهوم تفکر انتقادی را یاد دهید. وقتی تمام اعضای یک شرکت مهارت تفکر انتقادی را داشته باشند، کارها بسیار راحت‌تر پیش می‌رود. دلیل اصلی اتلاف زمان و بودجه بسیاری از شرکت‌ها عدم آگاهی کارمندان‌شان از شیوه‌های تفکر انتقادی است. همانطور که در بخش قبل عنوان کردم، استفاده از مقالات و سخنرانی‌های مختلف در زمینه تفکر انتقادی نیازمند اختصاص زمان مشخصی در طول روز نیست. به این ترتیب کارمندان شرکت در زمان‌های استراحت یا پس از کار امکان مطالعه در مورد این مفهوم را خواهند داشت. یکی از ویژگی‌های هر مدیر موفق این امکان تاثیرگذاری بر روی کارمندان است، بنابراین تمام تلاش‌تان در زمینه ترغیب کارمندان به یادگیری تفکر انتقادی را انجام دهید. در این راه تعیین تشویق‌های مختلف برای کارمندان مناسب خواهد بود. به این ترتیب کارمندان هرچه بیشتر به یادگیری تفکر انتقادی علاقه‌مند خواهند شد.

۳. یادداشت‌برداری روزانه

آلبرت اینشتین، استیو جابز، جان آدامز، بن فرانکلین و آریانا هافینگتن شماری از کارآفرینان و افراد موفق هستند که به یادداشت‌برداری روزانه عادت داشتند. آنها تاثیر این اقدام بر روی موفقیت خود را انکارناپذیر عنوان کرده‌اند، با این حساب پیروی از الگوی آنها مفید خواهد بود با این حال یادداشت‌برداری چه ربطی به تفکر انتقادی دارد؟ نکته مهم امکان مشاهده دوباره یادداشت‌ها و تفکر بیشتر درباره موضوعات مختلف است. به طور معمول در طول روز امکان تامل کافی و عمیق به نکات مختلف وجود ندارد، با این حال پس از پایان روز و به هنگام استراحت زمان کافی برای انجام این کار وجود خواهد داشت. یکی از پیش‌نیازهای اصلی در زمینه تامل انتقادی پیرامون موضوعات مختلف یادداشت‌برداری از آنهاست. به این ترتیب دیگر اتفاق‌های طول روز را فراموش نخواهیم کرد. در بسیاری از موارد ایده‌های مختلف در ذهن ما چندان واضح نیستند، با این حال در صورت نگارش آنها امکان مشاهده‌شان به صورت دقیق‌تر وجود خواهد داشت.

۴. پیش‌فرض‌ها را به پرسش بگیری

یکی از بخش‌های تفکر انتقادی طرح پرسش‌های اساسی در مورد پیش‌فرض‌های‌مان است. به هر حال گاهی اوقات پیش‌فرض‌های اصلی ما غلط یا نادرست هستند. به این ترتیب بازنگری انتقادی آنها فرصت جایگزینی‌شان با نمونه‌های بهتر را فراهم می‌کند. به نظر من همیشه پرسش‌های انتقادی را خودتان طرح کنید. هیچ‌کس به اندازه شما به وضعیت شرکت‌تان آگاه نیست. نمونه‌های مناسب پرسش‌های انتقادی به شرح ذیل است: آیا پیش‌فرض‌های من هنوز معتبر هستند؟ چرا این پیش‌فرض‌ها را انکارناپذیر می‌دانم؟ یشه پیش‌فرض‌های من در کجاست؟ بررسی این پرسش‌ها معمولاً نقش سازنده‌ای در زمینه بهبود وضعیت فعالیت و مدیریت ما خواهد داشت.

منبع: entrepreneur

لینکدین یا تویتر، کدام یک برای فعالیت های تجاری مناسب تر هستند



و افراد همسو با اهداف خود را پیدا کنید. این امر در حالی است که تویتر اِدا نمی‌تواند در این زمینه حرفی را برای گفتن داشته باشد.
۵-لینکدین امکانات متنوعی را برای انجام بهتر اقدامات تجاری در اختیار شما قرار می دهد

در تویتر هیچ‌گونه قابلیت خاصی برای استفاده تجاری از آن وجود ندارد. همین امر نیز کار را برای شما به مراتب مشکل خواهد ساخت. فراموش نکنید که تولید محتوای درست در شبکه‌های اجتماعی، تنها شامل ارسال تصویر از محصولات و ارائه یکسری توضیحات نبوده و این امر یک اقدام کاملاً تخصصی محسوب می‌شود که روش های متنوعی را نیز دارد. به همین خاطر نیز برای یک اقدامات حرفه‌ای شما به امکانات کافی نیز احتیاج خواهید داشت. برای مثال قابلیت Content Marketing Score به افراد این اجازه را می دهد تا به اطلاعاتی نظیر میزان تعامل کاربران دسترسی داشته باشند. در نهایت پس از ارائه تمامی اطلاعات موردنیاز، لینکدین امتیازی را برای فعالیت شما تعیین خواهد کرد. پس از آن نیز توصیه های خود برای بهبود عملکرد شما را در معرض نمایش قرار خواهد داد. به همین خاطر نیز شما می‌توانید آن را به عنوان یک مشاور حرفه‌ای نیز تلقی کنید.

۶-در این شبکه شانس دیده‌شدن شما بیشتر خواهد بود

با توجه به این امر که اکثر کاربران تویتر را جوانان تشکیل می‌دهند، برای دیده‌شدن شما نیاز به مطالبی دارید که مورد پسند آنها باشد که این موارد بیشتر در مطالب طنز خلاصه می‌شود. این امر در حالی است که در لینکدین به هر میزانی که مطالب شما ارزشمندتر باشد، شانس دیده‌شدن نیز افزایش پیدا خواهد کرد. درواقع یک مطلب مفید ممکن است مورد بازدید تمامی کاربران فعال قرار گیرد. این امر در حالی است که در تویتر سلیقه افراد به علت اهداف متفاوت برای فعالیت، کاملاً متفاوت است. به همین خاطر حتی یک مطلب طنز فوق‌العاده نیز حتی توسط نیمی از کاربران فعال نیز مشاهده نخواهد شد. بدون شک این امر که محتوای حرفه‌ای تولید کنید، بیانگر توانایی‌های شما نیز خواهد بود. همچنین در لینکدین یک بخش به نام لینکدین پلاس وجود دارد که خبرگزاری آن محسوب می‌شود و بهترین و به‌روزترین مطالب شما در یک روزنامه‌فروشی بسیار شلوغ به نمایش گذاشته شود که خود مزیتی فوق‌العاده محسوب خواهد شد. با توجه به این امر که مخاطبان این شبکه، همگی یک هدف مشخص و مشترک دارند، شانس به اشتراک‌گذاری مطالب شما به شدت افزایش پیدا خواهد کرد که یکی از اهداف مهم فعالیت های تجاری در شبکه های اجتماعی محسوب می‌شود. همین امر نیز سرمایه‌گذاری بر روی آن را با ریسک به مراتب کمتر و نتایج بیشتر همراه خواهد ساخت.

منبع: inc

لحظات قلمداد می‌کنند. برای تویتر نیز متن کوتاه، نخستین تصویری است که در ذهن افراد شکل می‌گیرد. این امر در حالی است که نگاه افراد به لینکدین کاملاً متفاوت بوده و کسب و کار، تصویر اولیه هر فردی خواهد بود. به همین خاطر نوع نگاه به این شبکه، نخستین عامل برتری لینکدین در مقایسه با تویتر و سایر شبکه های موجود در جهان است.

۲-در لینکدین رتبه‌بندی وجود دارد

در حال حاضر در اختیار داشتن تعداد بالای دنبال‌کننده، دیگر به عنوان یک مزیت تلقی نمی‌شود. علت این امر به این خاطر است که تعداد صفحات تقلبی بسیار زیاد شده است. به همین خاطر کسب شهرت به علت تایید دیگران، یک روش بهتر محسوب می‌شود. درواقع دیگر تفاوتی ندارد که صفحه شما چه تعداد دنبال‌کننده را دارد، بلکه مهم این است که چه افرادی شما را تضمین می‌کنند. این امر در لینکدین تحت عنوان ایندورس مطرح می‌شود. افرادی که سابقه کار با شما را دارند، مهارت های شما را تایید خواهند کرد که هرچه میزان این امر بالاتر باشد، شما در رده بالاتری نیز قرار خواهید گرفت. خوشبختانه تا به امروز در این رابطه هیچ روشی برای ارائه آمارهای تقلبی ارائه نشده است. برای مثال فرض کنید که یک شرکت که تعداد مشتریان زیادی نیز دارد، به علت تجربه کاری موفق با شما، حداقل بخشی از مهارت هایی که برای خود معرفی کرده‌اید را تایید کرده است. این امر باعث خواهد شد تا اعتبار شما به علت تایید یک شرکت و یا فرد واقعی، افزایش یابد. در نهایت ایجاد گروه و شبکه‌سازی در لینکدین به شکلی به مراتب حرفه‌ای‌تر و کارآمدتر در مقایسه با تویتر انجام می‌شود. این امر در حالی است که در تویتر شما نمی‌توانید نسبت به درستی روزه‌م برندها، اطمینان حاصل کنید.

۳-لینکدین تاثیر به مراتب بیشتری را بر روی سئو سایت دارد

سئو سایت از جمله موارد بسیار مهم برای هر برند محسوب می‌شود و علت این امر به این خاطر است که تقریباً تمامی افسراد، نتایج جست‌وجوهای خود در مرورگرها را تنها به صفحه اول محدود می‌کنند. به همین خاطر نیز بسیار مهم است که مطالب شما در رتبه های بالاتر قرار گیرد. نتایج آمارها نیز حاکی از آن است که لینکدین به دلیل امکانات و ماهیت تخصصی خود، نتایج به مراتب بهتری را در مقایسه با تویتر برای سئو به همراه دارد.

۴-در این شبکه شما قادر به پیدا کردن بهترین شرکای تجاری و کارمندان برای خود هستید

با توجه به حضور تعداد بی‌شماری از برندها و افراد فعال در حوزه های مختلف کسب‌وکار، شما از این شبکه می‌توانید برای پیدا کردن بهترین ها استفاده کنید. اگرچه سرچ کردن در این رابطه ساده ترین اقدام ممکن محسوب می‌شود، با این حال شما با عضویت در گروه های مختلف، می‌توانید نظرات افراد را مورد ارزیابی قرار داده

به قلم: لری کیم کارآفرین
مترجم: امیر آل علی

اگرچه برای بسیاری از افراد شبکه های اجتماعی صرفا یک سرگرمی محسوب می شوند، با این حال این امر برای برندها کاملاً متفاوت بوده و همین امر باعث می شود تا بهترین شبکه موجود برای آنها از اهمیت به مراتب بالاتری برخوردار باشد. در ابتدا لازم است تا نگاهی به تاریخچه این دو شبکه داشته باشیم. لینکدین در سال ۲۰۰۲ توسط مانتین ویو تاسیس شد که شبکه اجتماعی تخصصی کسب وکار محسوب می شود. تویتر نیز در سال ۲۰۰۶ توسط جک دورسی تاسیس شده که نخستین شبکه مبتنی بر میکرووبلاگ(ارسال متن کوتاه) است. اگرچه بهتر بودن هر یک به معنای عدم امکان استفاده تجاری از مورد دیگر نیست و در این رابطه روش های متنوعی نیز وجود دارد، با این حال یک مقایسه منطقی میان دو شبکه‌ای که امروزه مورد توجه جدی برندها قرار گرفته است، به انتخاب مدیران کمک بسیاری را خواهد کرد. درواقع حتی اگر قصد تمرکز کامل بر روی تنها یک شبکه را ندارید، لازم است تا به خوبی نسبت به اولویت اول خود آگاهی پیدا کنید. در همین راستا و در ادامه به دلایل برتری لینکدین در مقایسه با تویتر برای اقدامات تجاری خواهیم پرداخت.

۱-وجود مخاطبان حرفه‌ای تر در لینکدین

در تویتر شما با افراد مختلف مواجه بوده و این امر باعث می شود تا کار سخت باشد. فراموش نکنید که فعالیت تجاری، صرفا به بخش تبلیغات محدود نشده و اگر تنها این بعد را مدنظر دارید، هر شبکه اجتماعی که کاربران بیشتری را داشته باشد، گزینه منطقی‌تری خواهد بود، با این حال در راستای انجام اقداماتی نظیر پیدا کردن اسپانسر و یا شرکای تجاری خود، شما باید به کیفیت مخاطبان توجه نشان دهید. درواقع بهترین شبکه از نگاه متخصصین، موردی است که بتوانید به وسیله آن بیشترین اقدامات تجاری را انجام دهید. با توجه به این امر که لینکدین را باید پاتوق بهترین ها تلقی کرد، بدون شک عدم حضور شما، وجهه خوبی را به همراه نخواهد داشت. با توجه به آمادگی ذهنی بالای کاربران این شبکه، اقدامات شما با بازخورد و نرخ تبادل به مراتب بالاتری نیز همراه خواهد بود. همچنین در این شبکه شما با محدودیت ارسال مطالب مواجه نبوده و امکانات متعددی برای ایجاد روزه‌مای کامل، در اختیار شما قرار دارد. این امر در حالی است که تویتر بیشتر حالت دوستانه داشته و محدودیت شدید کلمه، باعث می شود تا شما عملاً هیچ اطلاعات کاملی را نتوانید در اختیار مخاطبان خود قرار دهید. درواقع اگر از افراد در رابطه با شبکه‌ای به مانند پینترست سوال کنید، نخستین تصویری که در ذهن افراد شکل می گیرد، وجود میلیون ها عکس است و یا اینستاگرام را بهترین گزینه برای ثبت

با حضور معاون رئیس‌جمهور و مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی مازندران انجام شد :

افتتاح واحد تولیدی رهاسان در شهرک صنعتی نکا

ساری – دهقان: همزمان با گرامیداشت ۲۱ مرداد روز حمایت از صنایع کوچک و با حضور معاون امور پارلمانی رئیس‌جمهور، واحد تولیدی رهاسان در شهرک صنعتی نکا افتتاح و به بهره برداری رسید. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی مازندران، سید مصطفی موسوی گفت: واحد تولیدی رهاسان بعنوان تولیدکننده اج دی اف با سرمایه گذاری ۸۰ میلیارد تومانی، در فاز ۲ شهرک صنعتی نکا به بهره برداری رسید. مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی مازندران افزود: با راه اندازی این واحد تولیدی برای ۱۵۵ نفر بصورت مستقیم اشتغالزایی شده است. موسوی با اشاره به تولید ۶۰ درصدی ام دی اف کشور در استان مازندران خاطر نشان کرد: با راه اندازی واحد تولیدی رهاسان بعنوان بزرگترین واحد تولیدکننده اج دی اف ظرفیت تولید این محصول نیز در استان افزایش خواهد داشت. وی بیان داشت: شهرک صنعتی نکا دارای ۱۰۷ هکتار وسعت بوده که تاکنون ۶۹ واحد تولیدی با سرمایه گذاری ۱۸۶۷ میلیارد ریالی درحال فعالیت و تولید می باشند.

یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن صادرات ، برنامه سال جاری شرکت

صادرات موفقیت آمیز ذوب آهن اصفهان طبق برنامه

اصفهان – قاسم اسد: ذوب آهن اصفهان که در سال گذشته نزدیک به ۵۰ درصد محصولات خود را صادر کرد و عنوان صادر کننده ممتاز کشور را از آن خود نمود ، در سال جاری نیز علی رغم تحریم های ظالمانه که صنعت فولاد کشور را نیز نشانه گرفت ، صادرات این شرکت طبق برنامه در حال انجام است و امید می رود که تا پایان سال از رقم یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن عبور کند . مهندس بهزاد کرمی مدیر فروش خارجی ذوب آهن اصفهاندرخصوص عملکرد صادراتی این شرکت در ۴ ماهه ابتدای سال جاری گفت : با وجود تمامی تنگناها و مشکلات موجود در شرایط تحریم ذوب آهن اصفهان موفق به صادرات حداقل ماهانه ۱۰۰ هزار تن انواع محصولات فولادی گردیده است که این حجم صادرات در برگیرنده بازارهای جدید صادراتی مانند غنا و توسعه در حوزه CIS و کشورهای آسیای جنوب شرقی می باشد. ضمن اینکه صادرات محصولات فرعی مازاد بر نیازهای داخلی کشور هم در حال حاضر انجام می شود. وی ، کیفیت محصولات این شرکت را یکی از عوامل موثر در موفقیت و افزایش روند صادرات دانست و گفت : ذوب آهن اصفهان در راستای محقق نمودن افزایش سهم صادراتی خود به تمامی کشورها خصوصا کشورهای اروپایی و برخی کشورهای همسایه که صادرات به آنها مستلزم داشتن گواهینامه CARES می باشد اقدام و در حال حاضر اولین و تنها صادرکننده ایرانی دارای این گواهینامه می باشد که در این راستا محصولات زیادی مطابق با استاندارد BS تولید و صادر نموده است. مهندس کرمی به افزایش سهم بازار این شرکت در کشورهای همسایه و منطقه CIS اشاره نمود و افزود : شرکت ذوب آهن اصفهان با تکیه بر کیفیت ریزند محصولات خود و همت کارگران شرکت ، تا کنون در شرایط سخت تحریم ها ، مسیر توسعه صادرات را با موفقیت طی نموده و با توجه به بستر فراهم شده به این روند صعودی خود با تمام توان در بازارهای جهانی ادامه خواهد داد. مدیر فروش خارجی ذوب آهن اصفهان در خصوص برنامه صادراتی این شرکت تا پایان سال ۹۸ گفت : در حال حاضر پس از تلاش های صورت گرفته و با توجه به پیش بینی روند مثبت بازارهای صادراتی برنامه صادرات شرکت حداقل صادرات ۵۵ درصد تولیدات می باشد که این رقم به صورت ماهیانه از ۱۰۰ هزار تن در ماه به ۱۳۰ هزار تن میسر است . در هر صورت برنامه صادرات این شرکت حداقل یک میلیون و دویست هزار تن می باشد که با فضل الهی محقق خواهد شد.

رئیس دانشگاه صنعتی قم : دانشگاه صنعتی قم آمادگی خود را جهت فعالیت در حوزه بین الملل اعلام می کند

قم – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی دانشگاه: با توجه به ارتقای کمی و کیفی دانشگاه صنعتی قم، اقدامات اولیه جهت فعالیت این دانشگاه در حوزه بین الملل در حال انجام است. در این راستا دکتر احمد زاده معاون مدیر کل امور دانشجویان غیر ایرانی از این دانشگاه بازدید کرد. دکتر رضایی نور رئیس دانشگاه صنعتی قم اساتید جوان و نخبه، کارکنان هدفمند و دانشجویان

خلاق را از سرمایه های این دانشگاه دانست و افزود: با توجه به شرایط استراتژیک شهر مقدس قم به ویژه حضور طلاب خارجی و پتانسیل های قابل توجه در دانشگاه صنعتی قم، توانایی فعالیت در حوزه بین الملل را داریم. وی گفت: از لحاظ علمی و پژوهشی دانشگاه صنعتی قم به عنوان دبیرخانه ستاد انابوی استان انتخاب شده است. مرکز نوآوری این دانشگاه با دوازده طرح نوآورانه در سطح منطقه ۴ آموزش عالی متمایز است. با افتتاح باشگاه توانمندی های استارت آپ ها زمینه جهت پژوهش، کارآفرینی و اشتغال زایی دانشجویان فراهم شده است. رئیس دانشگاه صنعتی قم افزود: کلیه آزمایشگاه ها و کارگاه های دانشگاه از لحاظ فضای فیزیکی و تجهیزات آزمایشگاهی ارتقا یافته است. همچنین جهت سهولت مدیریت آزمایشگاه ها و کارگاه ها و رفاه حال دانشجویان،مجمع سازی آزمایشگاه ها و کارگاه ها صورت گرفته است. وی افزود: آزمایشگاه ها و کارگاه ها صورت گرفته است. وی از تشکیل کارگروه فضا و ساختمان در دانشگاه خبر داد و افزود: مجتمع سازی آزمایشگاه ها نیز صورت گرفته است. وی از تشکیل کارگروه فضا و ساختمان در دانشگاه خبر داد و افزود: مجتمع سازی آزمایشگاه ها و کارگاه هابازسازی کتابخانه، مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات،دانشکده فنی و مهندسی، برق و کامپیوتر،حوزه معاونت دانشجویی و فرهنگی،حوزه معاونت آموزشی و پژوهشی ... با برنامه ریزی های ویژه و محاسبات دقیق صورت گرفته است.

رسیدگی به ۱۰ پرونده تخلف شرکت های حمل و نقل کالا و مسافر جاده ای استان قزوین

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: جبار قهاری معاون حمل و نقل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان قزوین از رسیدگی به ۱۰ پرونده تخلف شرکت های حمل و نقل کالا و مسافر جاده ای استان در بیست و دومین جلسه کمیسیون ماده ۱۲ خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان قزوین، این جلسه با حضورمعاون حمل و نقل، روسای ادارات حقوقی، حمل و نقل مسافر و ایمنی و ترافیک اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ، روسای انجمن های صنفی شرکت های حمل و نقل کالا و مسافر استان برگزار شد، در راستای کنترل و نظارت بر عملکرد شرکت های حمل و نقل عمومی کالا و مسافر جاده ای و اجرای دقیق قوانین ومقررات در این جلسه به ۱۰ پرونده تخلف شرکت های حمل و نقل کالا و مسافر عمومی جاده ای رسیدگی، تصمیمات لازم اتخاذ و متعاقبا احکام مربوطه صادر می گردد. وی با اشاره به حساسیت موضوع ایمنی تردد ناوگان حمل و نقل عمومی جاده ای و همچنین سلامت جسمی و روحی رانندگان بعنوان یکی از راههای ارتقاء سطح خدمات دهی تصریح کرد : تشدید نظارت مستمر بر عملکرد شرکت ها و رانندگان در بخش حمل و نقل کالا و مسافر عمومی جاده ای همزمان با سفرهای تابستانی هموطنان عزیز در قالب گشت های مشترک این اداره کل و پلیس راه استان در دستور کار قرار گرفت.

مدیرکل منابع طبیعی و آب‌خیزداری گلستان در مراسم روز جنگلبان:

شرایط حریق در جنگل ها و مراتع گلستان مهیاتر از سال های گذشته است

گسگران – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان، ابوطالب قزلسفلو در مراسم روز جنگلبان ضمن تقدیر و تشکر از این قشر، اظهار کرد: "اکنون در بحث حفاظت حدود هزار نفر در سطح استان با اداره کل منابع طبیعی گلستان همکاری می کنند. وی با اشاره به اینکه موضوع حفاظت جزو وظایف ابتدایی سازمان است، افزود: سرجنگلبانان در خط مقدم حفاظت از منابع طبیعی قرار دارند که هر نوع سیاست و برنامه ای در استان تعریف شود اجرای آن بر عهده این قشر است.مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان با بیان اینکه افکار عمومی هم یک فرصت است و هم یک تهدید، گفت: در برخی از اوقات از افکار عمومی می توان به عنوان یک ظرفیت استفاده کرد اما در برخی جاها که ایراد وجود دارد می تواند یک تهدید باشد.وی ادامه داد: با توجه به بازدیدهایی که طی روز های گذشته از سوی مسئولان کشوری در بخش تصرفات و ساخت و سازها انجام شد نشان می دهد ما باید جدی تر از گذشته و بدون تعارف در حوزه منابع طبیعی ورود پیدا کنیم.قزلسفلو اظهار کرد: باتوجه به زحماتی که مجموعه همکاران دارند وضعیت قابل قبولی به وجود آمده اما در بخش حفاظت از مراتع نسبت به شرایط کشور وضعیت رضایت بخش نیست و برای رسیدن به نقطه مطلوب باید از ظرفیت های یکدیگر استفاده کرد.وی یادآور شد: امسال علی رغم اینکه همه زمینه ها و بستر برای حریق سسنگین و متعدد در استان فراهم بود کارهایی در گذشته صورت گرفت که باعث شد از این اتفاق جلوگیری شود. وی با اشاره به اینکه هرچند فرهنگسازی دیربازده و زمان بر است اما با اقدامات پیشگیرانه و آگاهی سازی انجام شده در کاهش حریق جنگل ها و مراتع استان موفق بودیم، افزود: با برنامه ریزی های انجام شده توانستیم از ظرفیت رئیس کل دادگستری، دادستان ها، استانداری و فرمانداری های استان برای فرهنگسازی در این حوزه کمک بگیریم.مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان آتش زدن کاه و کlesh محصولات کشاورزی را جرم اعلام کرد و گفت: با اعلام این خبر برابر مقررات با متخلفان برخورد قاطع می شود.وی خاطرنشان کرد: با بارندگی های امسال و رویش گیاهان شرایط حریق در جنگل ها و مراتع استان مهیاتر از سال های گذشته است که با این وضعیت تلاش داریم در زمان وقوع حادثه از آمدگی لازم برخوردار باشیم.فرمانده یگان حفاظت منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان از ۴۳ قفره آتش سوزی در چهارماه نخست امسال در عرصه های منابع طبیعی استان خبر داد و گفت: این رقم نسبت به سال گذشته با ۳.۵ برابر کاهش مواجه بوده است.

ایران زرسین



استاندار آذربایجان شرقی: حافظ خبرنگاران هستیم

ستاد رسانه‌ای استان با همکاری خانه مطبوعات آذربایجان شرقی تشکیل می شود

بزند. وی با بیان اینکه متأسفانه از جمله خدوهای من برخی سوء تعبیر داشتند، ابراز داشت: حرف اصلی من این است که به جز قانون اساسی، آرمان‌های شهید و تعامیت ارشی و امام و رهبری خط قرمزی نداریم و خبرنگار توسری خور نمی‌خواهیم، حافظ خبرنگاران اصلی هستیم و برخی که می‌خواستند از سخن من سوء استفاده کرده و بین ما و خبرنگاران فاصله بیناندازند، کار خوبی نبود.

تشکیل ستاد رسانه‌ای استان آذربایجان شرقی

استاندار آذربایجان شرقی همچنین خواستار تشکیل ستاد رسانه‌ای استان شد و افزود: خانه مطبوعات باید در این راستا کمک کند، باید در شورای اداری تاکید کنیم که از ظرفیت رسانه‌ها استفاده کنند و با انتشار خبرهای دستاوردهای دولت، امید را در جامعه گسترش دهند. وی با تاکید بر اینکه باید بین واقع گرایي و سیاه نمایی مرز بگذاریم، ابراز داشت: واقعیت‌ها و مشکلات باید بدون بزرگنمایی تبیین شود، اما باید این را هم در نظر داشت که مسئولان هم از جنس مردم هستند و نباید مسئولان را با دید غیرخودی ببینیم. لازم به ذکر است در این آیین مقرر شد سه نفر منتخب شامل یک نفر عکاس فرزند شهید، یک نفر فرزند جانباز، جنگ تحمیلی و یک نفر ایثارگر و جانباز، جنگ تحمیلی به همراه یک نفر رزمنده دوران دفاع مقدس که عضو شهرستانی خانه مطبوعات استان است به همراه ۱۳ نفر دیگر از اعضای عضو خانه مطبوعات استان به همراهنگی این تشکل فراگیر و جامع رسانه ای استان و نیز مشارکت و حمایت استانداری آذربایجان شرقی، با قیید قرعه کمک هزینه سفر به عتبات عالیات را جهت تشرّف دریافت کنند.



کنند، نمایندیه با خبرنگاران این مسئولیت را بر عهده دارند و بخشی از این مسئولیت را نیز NGO ها باید ایفا کنند وی با اشاره به سابقه خود گفت: در دوره مدیریت من رسانه‌ها باید پیشرفت و رشد کنند، زیرا من ۳۰ سال در دانشگاه و ۵ سال در صنایعما فعالیت داشتم، همواره این عرصه بال و پر داشته است. پورمحمدی با انتقاد از اینکه رسانه‌ها مرجعیت جمعی خود را از دست داده اند، گفت: مرجع یعنی، مردم وقتی نگران هستند به دنبال این مرجع باشند ولی برخی رسانه‌های بیگانه به دنبال جای پا هستند که باید در رسانه‌های داخلی اعتمادسازی کرد.

در جامعه توسعه یافته باید رسانه بتواند حرف خود را بدون دغدغه بزند

استاندار آذربایجان شرقی حل مشکلات معیشتی، دسترسی آزاد به اطلاعات، حمایت قضایی و... را لازمه حمایت از رسانه‌ها دانست و ابراز داشت: در جامعه توسعه یافته باید رسانه بتواند حرف خود را بدون دغدغه

مدیرعامل شرکت فولاد خوزستان:

نمایشگاه تخصصی بومی‌سازی قطعات، تجهیزات و مواد فرستی مناسب برای شناخت و حمایت از صنایع داخلی است

و تولیدکنندگان داخلی، هم‌افزایی دانش فنی و توسعه‌ صنایع کوچک است. علی محمدی تاکید کرد: سیاست این شرکت در سال‌های اخیر بر مبنای تکمیل زنجیرهای ارزش هدف‌گذاری شده‌است و به همین منظور اقدام به خرید سهام معادن در بالادست و پیگیری خرید سهام شرکت‌های تولیدکننده محصول نهایی در پایین دست هستیم؛ شرکت فولاد اکسین در جهت تکمیل زنجیرهای ارزش در پایین دست همواره مورد توجه فولاد خوزستان بوده است و با تملک این شرکت در آینده گام اساسی به منظور رسیدن به هدف مدنظر برمی‌داریم. مدیر عامل فولاد خوزستان گفت: خرید سهام معادن، مشارکت در ساخت شرکت فولاد آدیدمشک، تملک ۶۷ درصدی شرکت فولاد شادگان، پیگیری تملک سهام فولاد اکسین، مشارکت در طرح‌های پژوهشی، شرکت در پروژه بومی‌سازی الکتروند گرافیتی از مهم‌ترین برنامه‌هایی جاری شرکت به شمار می‌آید؛ این اقدامات یقینا فعال شدن صنایع کوچک را پهمراه خواهد داشت.



عمل عکس این تصور شکل واقعی به خود گرفته و زمینه‌ی خوب‌یوری، اعتماد متقابل و جلوگیری از خروج میلیون‌ها دلار ارز از کشور را ایجاد کرده است. وی ادامه داد: هدف از برگزاری اولین نمایشگاه تخصصی بومی‌سازی گروه فولاد خوزستان، شناسایی توانمندی تامین‌کنندگان

مدیرعامل: مس سونگون ۱۰۰ سال ذخیره قطعی دارد

گردش مالی مس سونگون به سیستم بانکی استان منتقل شده است



گفت: اقدامات مس سونگون کاملا سازگار با محیط زیست بوده و صنعت سبز هستیم که این چرخه در سیکل کاملا بسته انجام می‌شود و فرایند شیمیایی ندارد. ما ضمن حفاظت از محیط زیست، اشتغال و تولید ایجاد کرده و نیازهای کشور را تامین می‌کنیم. وی از تقای زیرساخت های شهرستان ورزقان را مورد تاکید قرار داد و ابراز داشت: احداث جاده «خواجیه-ورزقان خاورانا» و محرومیت زبایی از روستاهای این شهرستان هم در اولویت اقدامات من قرار دارد.

۴ هزار میلیارد گردش مالی مس سونگون در بانک‌های استان تبادل می‌شود

مدیرعامل مس سونگون با بیان اینکه ۱۰ هزار میلیارد برای طرح‌های توسعه جایی سرمایه گذاری می‌شود، ابراز داشت: گردش مالی مس سونگون به سیستم بانکی استان منتقل شده است و این ۴ هزار میلیارد در بانک‌های استان تبادل می‌شود. ضمن اینکه حدود ۳۰۰ میلیارد در استان سپرده داریم که بیش از رقیمی است که در استان کرمان سپرده گذاری شده است. وی با اشاره به پیگیری ثمربخش استاندار آذربایجان شرقی در انتقال بخشی از تبادلات مالی شرکت مس به داخل استان،

تبریز – پاشائی: استاندار آذربایجان شرقی در آیین گرامیداشت روز خبرنگار که به همت خانه مطبوعات استان برگزار شد، گفت: از سال ۵۹ تا ۶۵ به عنوان گوینده، خبرنگار، مسئول تولید رادیو و تلویزیون و... فعالیت داشسته‌ام، به اهمیت کار خبر واقفم و خودم را عضوی از جامعه خبری می‌دانم. دکتر محمدرضا پورمحمدی، توسعه جامعه را نیازمند همراهی اصحاب رسانه دانست و اظهار داشت: افزایش شفافیت یکی از ضروریت‌های فعلی جامعه است که اصحاب رسانه در این زمینه نقش بسیار مهمی عهده‌دار هستند. وی تلاش برای توسعه نظارت عمومی را یکی دیگر از انتظارات خود از خبرنگاران عنوان کرد و افزود: انتظار داریم جامعه ما نیز به سمتی حرکت کند که هر فرد، یک رسانه باشد و با تبدیل این مهم به یک گفت‌مان عمومی، در راستای رفع مشکلات جامعه تلاش شود.

برای ارتقای نظارت همگانی نیاز به رسانه داریم

استاندار آذربایجان شرقی با انتقاد از کاهش احساس مسئولیت در جامعه گفت: بر اساس آموزه‌های دینی، همه ما در برابر تخلقات مسئول هستیم که برای ارتقای نظارت همگانی نیاز به رسانه داریم. وی با تاکید بر اینکه نه تنها مطبوعات، بلکه همه بخش‌های جامعه و دستگاه‌هایبایستی احساس مسئولیت کنند، ابراز داشت: اما توسعه جامعه مدنی و سازمان‌های مردم نهاد راهکار حل مشکلات و توسعه جامعه است. پورمحمدی تقویت جامعه مدنی را لازم و ضروری دانست و تصریح کرد: جامعه مدنی جامعهای است که مردم در آن در ارتباط با مسایل مربوط به سرنوشت خود، تاثیرگذار باشند. چون همه نمی‌توانند در همه مسایل مشارکت

اهواز – ششبنم قجواند: علی محمدی، مدیرعامل فولاد خوزستان اظهار داشت: شرکت فولاد خوزستان یک بنگاه اقتصادی مادر است که استمرار فعالیت‌هایش به بقای صنایع داخلی کوچک کمک می‌کند؛ فعالیت مستمر تامین‌کنندگان و سازندگان قطعات، تجهیزات و مواد اولیه از ارکان اساسی چرخه اقتصادی کشور به شمار می‌آید و در دسترس بودن صنایع در داخل باعث امنیت خاطر شرکت‌های بزرگ می‌شود. وی افزود: بااین رویکرد فولاد خوزستان دومین قطب فولادسازی کشور، تامین مواد، قطعات و تجهیزات را با آنگاه به صنایع داخل و بومی‌سازی آن دنبال می‌کند؛ هر کجا احساس کنیم، تجهیزات مرغوب و متناسب با استاندارد مورد نظر در داخل کشور تولید می‌شود، بدون شک از آن تولیدکنندگان حمایت کرده و اولویت تامین را از این شرکت‌ها در نظر می‌گیریم. محمدی اذعان داشت: تجربه‌های چند سال اخیر در ظاهر، کار تامین قطعات و تجهیزات و مواد مرتبط با فولاد را سخت کرده است، اما در

تبریز – ماهان فلاح: مدیرعامل مس سونگون ورزقان با بیان اینکه ۱۰ هزار میلیارد برای طرح‌های توسعه جایی سرمایه گذاری می‌شود، گفت: گردش مالی مس سونگون به سیستم بانکی استان منتقل شده است و این ۴ هزار میلیارد در بانک‌های استان تبادل می‌شود. رضا شریفی در نشست خبری باخبرنگاران بااشاره به اینکه زمانی معدن «مس سرچشمه» بزرگ‌ترین معدن ایران بود اظهار داشت: با کشف ذخایر جدید، «مس سونگون» ۱۰۰ سال ذخیره قطعی دارد و به بزرگ‌ترین معدن ایران تبدیل شده است. وی با بیان اینکه قبلا ۲۵۰ میلیون تن ذخیره مس شناسایی شده بود که اکنون به یک میلیارد تن رسیده و در آخرین برآورد، دو میلیارد تن ذخیره معدنی زمین شناسایی داریم، افزود: خاک این معدن با ۰۶ درصد استخراج شده و با تغلیظ، مس‌ها جدا می‌شوند که واکتش شیمیایی نداریم و با جداسازی، به غلظت ۲۵ درصد رسیده و به کنسانتره مس تبدیل می‌شود.

۷۵ هزار تن مس تولید می‌شود

مدیرعامل مس سونگون ورزقان میزان تولید کنسانتره را ۲۰۰ هزار تن در سال عنوان کرد و با بیان اینکه با غلظت ۲۵ درصد، ۷۵ هزار تن مس تولید می‌شود، ابراز داشت: برای ذوب مس سونگون هم که بزرگ‌ترین معدن مس ایران است، کارخانه ذوب باید تا الان راه اندازی می‌شد ولی متوقف شده بود اما دوباره به مرحله راه اندازی می‌رسد. وی با اشاره به اینکه فاز سه تغلیظ استارت خورده و با ۳۶ ماه آینده تولید کنسانتره از ۳۰۰ هزار تن به ۵۵۰ هزار تن می‌رساییم، خاطرنشان کرد: در این طرح تغلیظ نزدیک به ۴ هزار میلیارد تومان سرمایه گذاری ارزی و ریالی صورت گرفته است.

از محیط زیست حفاظت و اشتغال و تولید ایجاد می‌کنیم

شریفی در مورد مسایل زیست محیطی مس سونگون توضیح داد و

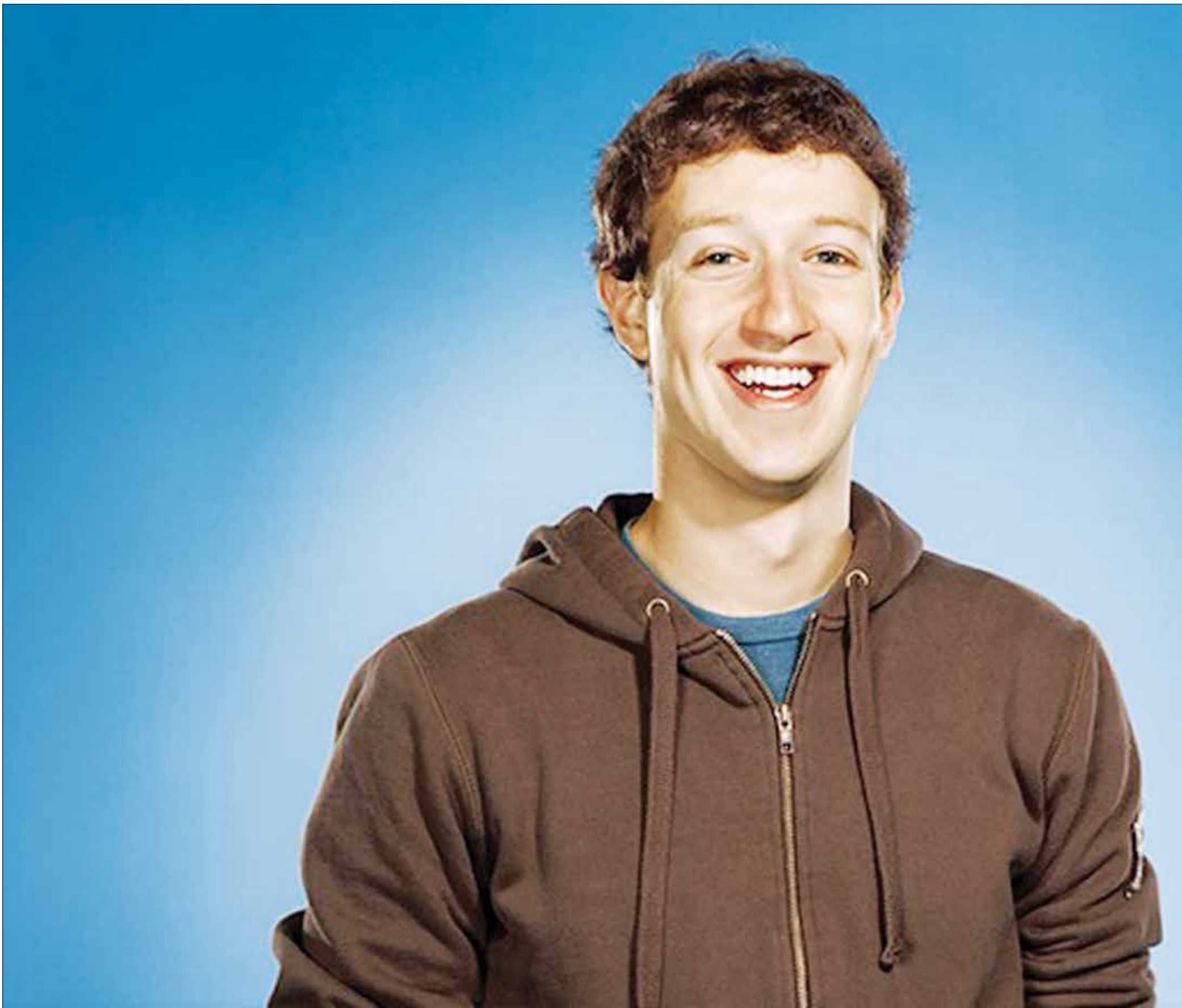


همدان – فاطمه صنیعی وحید: در مراسمی که به مناسبت هفته خبرنگار برگزار شد ،مدیر عامل خانه مطبوعات همدان امروز باور ما بر این است که مطبوعات استان همدان و خبرنگاران آن در تمام کاستی‌هایی که ممکن است داشته باشند سربلند هستند و جایگاهشان در این وادی رفیع و قابل تحسین است؛ هستند افراد که اشتنباهی در این عرصه گام نهاندند اما تعدادشان انگشت شمار است، قریب به اکثریت جامعه خبری استان در زمره افراد سالم و فرهیخته هستند ؛ من با این جماعت بزرگ شدم زندگی کردم و با شایعت تمام افراد می‌کنم از همه آنها چیزی یاد گرفتم؛ روزی همه آنچه را که آموختم به رشته تحریر درمی‌آورم اما می‌دانم کاری بس سخت و دشوار است. شاید سرمایه‌های گرانبفر مطبوعات همدان به دلیل حضور مداومشان خیلی به چشم نیایند اما باور دارم هر کدام

مشهد – صابر ابراهیم پای:

رئیس اداره گاز منطقه ۷ مشهد گفت: حفر چاهی به عمق پنج متر و تونلی به طول ۲۳ متر برای استفاده غیر مجاز از گاز طبیعی عامل فوت فرد خاطی شد. محمد کامل با اعلام این خبر اظهار کرد: مطابق با اعلام تیم نشت‌یابی شرکت گاز استان مبنی بر نشت گاز در یکی از مناطق حاشیه‌ای شهر مقدس مشهد، تیم های امداد و تعمیرات این منطقه به محل اعزام و اقدام به حفاری محل نمودند. وی افزود: در ادامه عملیات حفاری و با توجه به گزارش سازمان آتش نشانی، مشخص شد

۴۱ نقل قول موفقیت از مارک زاکربرگ



مارک زاکربرگ، که به بنیان‌گذاری امپراتوری شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک شناخته می‌شود، از کنویسی در اتاق خوابگاه هاروارد شروع کرد و اکنون به یکی از بانفوذترین و شناخته‌شده‌ترین کارآفرینان زمان خود، تبدیل شده است. جوان‌ترین میلیارد، مارک زاکربرگ، همه را به تمرکز بر روی تصویر بزرگ‌تر، دستیابی به موفقیت، ایجاد تغییر در جهان و دنبال کردن علاقه‌شان تشویق می‌کند.

در اینجا ۴۱ مورد از بهترین نقل قول‌های مارک زاکربرگ را بیان خواهیم کرد:

۱. من فکر می‌کنم یک قاعده ساده کسب و کار این است که، اگر شما چیزهایی را که ابتدا آسان‌تر است انجام دهید، در واقع می‌توانید پیشرفت زیادی داشته باشید.

۲. زمانی که ۱۹ ساله بودم، سایت را آغاز کردم. آن زمان در مورد کسب و کار چیز زیادی نمی‌دانستم.

۳. مردم می‌توانند واقعاً باهوش باشند و یا مهارت‌هایی داشته باشند که به طور مستقیم قابل اجرا هستند، اما اگر به آنها اعتقاد نداشته باشند، سخت تلاش نخواهند کرد.

۴. سؤالی که من تقریباً هر روز از خودم می‌پرسم این است که، آیا در حال انجام مهم‌ترین کاری هستم که می‌توانم بکنم؟

۵. چیزی که فوق‌العاده به آن اشتیاق دارید را پیدا کنید.

۶. به بیان ساده: ما خدمات را برای پول درآوردن ایجاد نمی‌کنیم؛

ما پول درمی‌آوریم تا خدمات بهتری ارائه دهیم.

۷. اجازه ندهید کسی به شما بگوید که خودتان را تغییر دهید.

۸. جامعه ما نیازمند قهرمانانی است که دانشمند، محقق و مهندس هستند. ما باید از افرادی که بیماری‌ها را درمان می‌کنند، درک ما از بشریت را گسترش می‌دهند و برای بهبود زندگی مردم تلاش می‌کنند قدردانی و سپاسگزاری کنیم.

۹. انتخاب امیدواری در مقابل ترس شجاعت می‌خواهد.

۱۰. اگر شما فقط بر روی چیزهایی که دوست دارید و به آن علاقه‌مند هستید کار کنید، لازم نیست که یک طرح جامع از اینکه کار چگونه پیش می‌رود داشته باشید.

۱۱. به جای ساختن دیوارها، ما می‌توانیم به ساخت پل‌ها کمک کنیم.

۱۲. بسیاری از کسب و کارها نگران این هستند که ممکن است اشتباهی مرتکب شوند و می‌ترسند هرگونه ریسکی انجام دهند. شرکت‌ها به گونه‌ای تنظیم شده‌اند که مردم در مورد شکست یکدیگر را قضاوت می‌کنند.

۱۳. مردم به آنچه که می‌گویند اهمیت نمی‌دهند، آنها به آنچه که می‌سازید، اهمیت می‌دهند.

۱۴. اگر همیشه تحت فشار هویت واقعی هستید، من فکر می‌کنم این تا حدودی یک بار اضافی است.

۱۵. این یک چیز منحرف‌کننده است، اما من ترجیح می‌دهم که در یک چرخه‌ای قرار بگیرم که مردم ما را دست کم می‌گیرند. این امر به ما این امکان را می‌دهد که بیرون برویم و شرط‌های بزرگی انجام دهیم که مردم را هیجان‌زده و شگفت‌زده می‌کند.

۱۶. کتاب‌ها به شما اجازه می‌دهند تا به طور کامل یک موضوع را کشف کنید و خود را در آن موضوع بیشتر از اکثر رسانه‌های امروز غرق کنید.

۱۷. هیچ چیزی بیش از یک توصیه از یک دوست قابل اعتماد روی مردم تأثیر نمی‌گذارد.

۱۸. توصیه شماره یک من این است که: شما باید یاد بگیرید که چگونه برنامه‌ریزی کنید.

۱۹. از لحاظ انجام کار و از لحاظ یادگیری و تکامل به عنوان یک فرد، هنگامی که دیدگاه مردم را می‌فهمید، رشد می‌کنید. من واقعاً

تلاش می‌کنم تا مأموریت شرکت را ادامه می‌دهم و چیزهای دیگر در زندگی‌ام را بسیار ساده نگه می‌دارم.

۲۰. من فکر می‌کنم که مردم این تمایل اصلی را دارند که آنچه هستند را نشان دهند و من فکر می‌کنم که این امر همیشه وجود داشته است.

۲۱. کمک به ارتباط برقرار کردن یک میلیارد نفر، شگفت‌انگیز است و چیزی است که من در زندگی‌ام به آن افتخار می‌کنم.

۲۲. با دادن قدرت به اشتراک گذاشتن به مردم، ما جهان را شفاف‌تر می‌سازیم.

۲۳. تبلیغات در مواقعی که مردم در حال تلاش برای انجام همان کار هستند، مؤثرتر عمل می‌کنند.

۲۴. اجازه ندهید که مردم شما را متوقف کنند. این گونه است که کار را انجام می‌دهید.

۲۵. برای کارآفرینان جوان مهم است که به اندازه کافی آگاه باشند تا بدانند چه چیزهایی را نمی‌دانند.

۲۶. مهم‌ترین چیزهایی که کارآفرینان باید انجام دهند این است که چیزی که به آن اهمیت می‌دهند را انتخاب کنند، به روی آن کار کنند، اما تا زمانی واقعاً کارآمد باشد برای تبدیل آن به یک شرکت تلاش نکنند.

۲۷. سریع حرکت کنید و چیزها را بشکنید. اگر چیزی را نمی‌شنکیند، به اندازه کافی سریع حرکت نمی‌کنید.

۲۸. ارتباط یک حق انسانی است.

۲۹. هنگامی که به همه صدا می‌دهید و به مردم قدرت می‌دهید، سیستم معمولاً در مکان بسیار خوبی قرار می‌گیرد. بنابراین، آنچه ما نقش خود را به عنوان آن می‌بینیم، دادن قدرت به افراد است.

۳۰. با دادن قدرت به اشتراک گذاشتن به مردم، ما جهان را شفاف‌تر می‌سازیم.

۳۱. روش هک یک رویکرد ساخت است که شامل بهبود مستمر می‌شود. هکرها معتقدند که چیزها می‌توانند همیشه بهتر شوند و هیچ چیز کامل نیست.

۳۲. من اینجا هستم تا چیزی برای بلندمدت بسازم. هر چیز دیگری حواسپرتی است.

۳۳. اگر ثبات خود را برای سال‌ها حفظ کنید، به داشتن ثبات شناخته خواهید شد.

۳۴. سؤال این نیست که ما چه می‌خواهیم در مورد مردم بدانیم، بلکه این است که مردم در مورد خودشان چه چیزی می‌خواهند بگویند.

۳۵. اگر می‌خواهید چیزی عالی را بسازید، باید بر تغییری که می‌خواهید در جهان ایجاد کنید، تمرکز کنید.

۳۶. کارآفرینی در مورد ایجاد تغییر است، نه فقط ایجاد شرکت.

۳۷. در دنیایی که واقعاً به سرعت در حال تغییر است، تنها راهبردی که مطمئناً با شکست روبه‌رو می‌شود ریسک نکردن است.

۳۸. برخی از مردم رویای موفقیت را می‌بینند ... در حالی که دیگران از خواب بیدار می‌شوند و به سختی کار می‌کنند.

۳۹. مردم فکر می‌کنند نوآوری فقط ایده خوب است، اما بسیاری از آن فقط به سرعت حرکت کردن و دنبال کردن بسیاری از کارها است.

۴۰. بهتر است چیزی را امتحان کنید و آن کار نکند و از آن یاد بگیرید تا اینکه هیچ کاری انجام ندهید.

۴۱. شرکت‌هایی که کار می‌کنند شرکت‌هایی هستند که مردم واقعاً به آنها اهمیت می‌دهند و چشم‌اندازی برای جهان دارند بنابراین کاری که دوست دارید را انجام دهید.

منبع: Addicted ۲success/ucan

فرآیند تبدیل به کسب و کاری بین‌المللی

نویسنده:ملیکا نصیر / کارشناسی ارشد بازاریابی:امروزه با توجه به گسترش ارتباطات و افزایش میزان استفاده از اینترنت، اصطلاح دهکده جهانی بیش از پیش مطرح است.

بازار امروز، بازار به شدت رقابتی محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارهای پرسود امروزی به دنبال بازارهای جدید و به تبع آن به جست‌وجوی مشتریان جدید هستند، لذا رشد کسب و کارهای بین‌المللی، شرکت‌های چند ملیتی و ... رو به افزایش است.

وقتی شما به عنوان رهبر یک کسب و کار تصمیم به فعالیت در عرصه جهانی می‌گیرید، به ترتیب فرآیند زیر را انجام دهید:

۱ بررسی محیط بین‌المللی: توجه داشته باشید شما در بازار محلی و حتی کشوری مشغول به فعالیت نیستید، شما در بازار جهانی با استانداردها و شرایط مربوط به خود، تقاضاهای متنوع و ... مواجه خواهید بود.

(الف)شناسایی نظام‌بین‌المللی:

شاید در یک کسب و کار محلی نسبت به قوانین و مقررات صنعت خود آشنایی داشته باشید، اما توجه کنید در بازار جهانی با کشورهایی مواجه هستید که هر کدام قوانین و مقررات مربوط به خود را دارند.

۱.موانع و محدودیت‌ها: تعرفه‌ها و سهمیه‌های مربوط به واردات کالا که تحت عنوان حقوق گمرکی یا سود بازرگانی مطرح است و دولتمردان هر کشوری در راستای افزایش درآمد و حمایت از صنایع داخلی خود توجه زیادی به این موارد دارند.

تحریم برخی از کالاها در کشورها همواره مطرح است. برای مثال در کشور ایران ورود هرگونه کالا از بعضی کشورها ممنوع اعلام شده است.

۲.سازمان ها و اتحادیه‌های موجود: سازمان‌ها و اتحادیه‌هایی که با هدف افزایش معاملات بازرگانی مشغول به فعالیت هستند، برای مثال سازمان اتحاد که بیش از ۱۹۲ کشور عضو آن هستند در ایجاد تعرفه ترجیحی برای کشورهای درحال توسعه تلاش می‌کند.

(ب) محیط اقتصادی:

در این قسمت باید به بررسی چگونگی توزیع درآمد در جوامع و ساختار صنعتی کشورها پرداخت.

ساختار صنعتی کشورها، نحوه فعالیت شما و حتی نحوه تجارت شما و تا حدودی آمیخته بازاریابی کسب و کار شما را آشکار می‌کند.

ساختار صنعتی کشورها به چهار دسته تقسیم می‌شود:

۱.ساختار زیستی: شغل بیشتر افراد در این کشورها کشاورزی بوده و نحوه معاملات آنها به شکل پایاپای و تهاثری صورت می‌گیرد. به طور کل این کشورها از پول چندان استفاده نمی‌کنند و امکانات بسیار کمی برای صادرات وجود دارد.
۲.ساختار صادرکننده مواد خام: بخش عمده صادرات این کشورها را فروش مواد خام تشکیل می‌دهد. این کشورها بازار بسیار خوبی را برای ماشین‌آلات تهیه می‌کنند.

۳.ساختار در حال صنعتی‌شدن: در این کشورها طبقه جدید ثروتمند و متوسط در حال شکل گیری است. تولیدات صنعتی این کشورها رو به افزایش است. کشور ما ایران، هند و برزیل در این دسته جای می‌گیرند.

۴.ساختار صنعتی: کشورها در این گروه مواد خام، محصولات نیمه‌ساخته و واسطه‌ای را خریداری کرده و به مبادله محصولات می‌پردازند.

(ج) محیط سیاسی:

وضعیت سیاسی کشورها و نحوه معاملات بسیار اهمیت دارد. فرض کنید شما به مبادله کالا در کشوری می‌پردازید و بعد از ارسال کالا، پول شما بلوکه می‌شود.

بسیاری از کسب و کارهای بزرگ و مطرح و کشورهای بزرگ و هند و برزیل در این دسته جای می‌گیرند. که امنیت سیاسی اهمیت بسیار زیادی دارد.

۲. تصمیم درباره ورود به بازار جهانی:

کسب و کارها به دلایل مختلفی تصمیم به ورود به بازار جهانی و عرصه بین‌المللی می‌گیرند. برای مثال:

- سودآوری بیشتر بازارهای خارجی
- کاهش تقاضا در کشور خود
- افزایش تقاضا و تناسب تقاضای خارجی با محصولات
- توانایی تولید انبوه و کاهش هزینه‌ها

کافی است شما دلیل خود را برای ورود به بازار خارجی بدانید و فعالیت خود را بین‌المللی کنید.

۳. تصمیم درباره انتخاب بازار خارجی:

درخصوص انتخاب بازار خارجی شما نیاز به ارزیابی و پیش‌بینی میزان سودآوری، بازگشت سرمایه، میزان فروش و میزان تقاضا و ... دارید. شما نیاز به اطلاعات زیادی درخصوص بازار انتخابی خود دارید.

شناسایی ریسک و تهدیدات نیز امری مهم محسوب می‌شود.

۴.تصمیم درباره نحوه ورود به بازار بین‌المللی:

برای ورود به بازار بین‌المللی می‌توان از سه طریق صادرات، سرمایه‌گذاری مشترک و سرمایه‌گذاری مستقیم استفاده کرد. به ترتیب میزان ریسک هر یک افزایش می‌یابد.

۱.صادرات: صادرات به شکل مستقیم یا غیرمستقیم انجام می‌شود. در صادرات غیرمستقیم کسب و کار مازاد محصولات خود را از طریق واسطه‌هایی نظیر بازرگان داخلی، نمایندگان صادراتی، سازمان‌های تعاونی صادراتی به فروش می‌رساند.

در صادرات مستقیم، کسب و کار با تشویق خریداران خارجی اقدام به صادرات می‌کند. کسب و کار با ایجاد بخش صادراتی در کشور می‌توانند کنترل خود را بر روی واحد صادراتی افزایش دهند. استفاده از فروشندگان سیار در کشور انتخاب شده، تأسیس دفتر فروش در خارج از کشور و استفاده از نمایندگان توزیع و فروش از جمله راه‌هایی است که در این روش مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲.سرمایه‌گذاری مشترک: در این روش شما می‌توانید برای کاهش ریسک خود و افزایش کنترل با بازار خارجی به صورت مشارکتی فعالیت داشته باشید.

بسیاری از کسب و کارها تحت عنوان واگذاری دانش فنی خود در تولید محصول با بازار خارجی شراکت می‌کنند. قرارداد همکاری در مدیریت روش دیگری است که دانش مدیریت به اشتراک گذاشته می‌شود و در ازای آن سهمی از شرکت نصیب کسب و کار می‌شود.

۳.سرمایه‌گذاری مستقیم: شما می‌توانید برای افزایش کنترل بر روی کسب و کارتان به شخصه به خرید شرکت دیگر، تولید یا مونتاژ در کشور دیگری بپردازید. فراموش نکنید این روش پرریسک بوده و نیاز به بررسی امنیت سیاسی، اقتصادی و بررسی شرایط فرهنگی کشور خارجی دارد. بسیاری از کسب و کارها در این روش پرریسک به موفقیت‌های بزرگی دست یافته و بسیاری دیگر در این راه کسب و کار خود را از دست داده‌اند.

۵.تصمیم درباره برنامه بازاریابی: به یاد داشته باشید شما می‌توانید در انتخاب برنامه بازاریابی خود به دو شکل عمل کنید. بازاریابی همگانی یا بازاریابی انتخابی و موردی؟

در برنامه بازاریابی همگانی از اصول بازاریابی یکسانی در همه محیط‌ها بدون توجه به وضعیت متفاوت تقاضاهای موجود استفاده می‌شود، اما در بازاریابی انتخابی به وجود تفاوت در نیازها، تقاضاها و ... توجه می‌شود.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| چهارشنبه | ۲۳ مرداد ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۷۲ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز:موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۰۸۸۹۵۳۴۱ – ۰۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۰۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۰۸۸۵۳۱۹

سازمان آگهی‌ها:۰۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۰۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاقی حرفه ای روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



۳۳ عادت روزانه افراد موفق(۳)

را نداشته باشید، کاملاً به آنها وابسته خواهید شد و نتایج تحقیقات در این رابطه حاکی از آن است که این امر را باید یک نوع جدید از اعتیاد تلقی کرد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا زمان های مشخص و اهداف درستی را برای استفاده از آنها داشته و حداقل یک روز در هفته را بدون هیچ‌گونه تکنولوژی سپری کنید. با نگاهی به زندگی روزانه افراد موفق نیز به این نکته پی خواهید برد که آنها زمان بسیار کمی را برای حضور در شبکه های اجتماعی، مشاهده برنامه های تلویزیونی و مواردی از این قبیل اختصاص می دهند. به همین خاطر نیز اگر خواهان قرار گرفتن در دسته خاص و موفق جهان هستید، لازم است تا رفتار های مشابه آنها را نیز داشته باشید. در این رابطه مطالعه مداوم زندگی افراد موفق، به کسب عادت های مثبت بیشتر کمک بسیاری را خواهد کرد. با این حال نداشتن یک قهرمان و یا الگوی مشخص، کمک خواهد کرد تا بتوانید به نکات بیشتری دست پیدا کنید.

ادامه دارد ...
منبع: inc

پیدا کرده اند که انسان هایی کامل نبوده و همین امر از غرور کاذب آنها جلوگیری می‌کند. درواقع اگرچه احساس غرور نیز یک حس طبیعی محسوب می‌شود، با این حال اگر از حالت طبیعی خارج شـود، بدون شک آسیب‌رسان خواهد بود. در این رابطه بهترین اقدام این است که در هر مرحله از زندگی، میزان غرور خود را سنجیده و یک مرز معینی را مشخص کنید. این امر کمک خواهد کرد تا سطح طبیعی را حفظ کنید. این امر که خود را نقطه کمال تصور نکنید، منجر به تلاش برای بهترشدن خواهد شد.

۶-از دنیای دیجیتال فاصله بگیرید (تروی اندرسون موسس برند Sound Oasis)
اگرچه تکنولوژی، امکانات بی نظیری را در اختیار افراد قرار داده است، با این حال به علت جذابیت هایی که دارند، ممکن است فرد را به سمت بی‌هدفی در استفاده از آنها سوق دهند. همین امر نیز به سادگی زمان های زیادی را از افراد اشغال خواهد کرد. برای مثال شبکه های اجتماعی، از جمله این ابزارها محسوب می شوند، با این حال در صورتی که مدیریت درستی

به قلم: کوریستینا دی ماریاس نویسنده حوزه موفقیت وکسب‌وکار
مترجم:امیر آل علی

در دو مطلب گذشته به سه عادت روزانه افراد موفق اشاره کردیم و اکنون آنها را ادامه می‌دهیم.

۴-ترس های خود را کنار بگذارید (استفان اسمیت موسس برند Cyantific Skin Care)

اگرچه ترس از جمله احساسات طبیعی افراد محسوب می‌شود، با این حال استفاده نادرست از آن باعث خصلت های منفی خواهد شد. بدون شک اگر به ترس های خود بیش از حد توجه نشان دهید، حتی انجام یک اقدام جدید نیز سخت خواهد بود. با نگاهی به افراد موفق، به تصمیمات شجاعانه و همراه با ریسک آنها پی خواهید برد. به همین خاطر نیز بسیار درست است اگر ترس را نقطه مقابل موفقیت تصور کرد. در این رابطه نیز توجه داشته باشید که نباید تصور کنید که تمامی انسان های موفق، از بدو تولد کاملاً شجاع و متمایز بوده اند.

اگرچه افراد به علت تفاوت هایی که با

یکدیگر دارند، ممکن است از برخی از ویژگی ها به نسبت بیشتری برخوردار باشند، با این حال نقش اصلی در این رابطه را تمرین هدفمند ایفا خواهد کرد. به همین خاطر نیز لازم است تا در ابتدا ترس هایی را که مانع از رشد شما می‌شوند، شناسایی کرده و در مرحله بعد برای رفع آنها برنامه‌ریزی کنید. فراموش نکنید که اگر ترسیدن در رابطه با یک موضوع و یا اتفاق، به عادت رفتاری شما تبدیل شده است بدون شک تغییر آن امری دشوار و زمان بر خواهد بود. به همین خاطر نباید در این رابطه بیش از حد عجولانه رفتار کرد. در نهایت مراجعه به روان‌شناس ها و مشورت گرفتن از افرادی که تجربه های شما را داشته اند، در این رابطه می‌تواند کمک بسیار خوبی محسوب شود. در آخر فراموش نکنید که اقدامات شما باید کاملاً هدفمند و درست باشد. درواقع یک شیوه غلط خود می‌تواند نتیجه کاملاً برعکسی را به همراه داشته باشد. برای مثال در صورتی که ترس از شکست و از دست دادن موقعیت فعلی خود را دارید، لازم است تا شکست هایی را تجربه کرده و از حصار امن زندگی خود خارج شوید. به همین خاطر کسب شجاعت را نباید صرفاً به معنای مبارزه کردن با سایرین تلقی کرد.

۵-سطح غرور خود را بررسی کنید

(کیم لندی موسس برند ModerneChild)

رهبران بزرگ به این باور دست

اطلاعیه مهم



دعوت از صاحبان محترم حِرَف و مشاغل پزِشکی، پیراپزِشکی، داروسازی و دامپزشکی

به منظور ثبت‌نام در نظام سامانه فروش و استفاده از پایانه فروش

از آنجا که به موجب بند (ی) تبصره (۶) قانون بودجه سال ۱۳۹۸ و تبصره (۲) ماده (۱۶۹) قانون مالیات‌های مستقیم که مقرر داشته "کلیه صاحبان حِرَف و مشاغل پزِشکی، پیراپزِشکی، داروسازی و دامپزشکی که مجوز فعالیت آنها توسط وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان نظام پزشکی ایران و یا سازمان نظام دامپزشکی و سازمان دامپزشکی ایران صادر می‌شود، مکلفند در چهارچوب آیین‌نامه تبصره (۲) ماده (۱۶۹) قانون مالیات‌های مستقیم نسبت به نصب، راهاندازی و استفاده از سامانه فروش از ابتدای سال ۱۳۹۸ اقدام نمایند."

کلیه صاحبان حِرَف و مشاغل یاد شده مکلفند حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۸/۰۵/۳۱ برای ثبت درخواست تخصیص شماره شناسه پایانه فروش (کارت‌خوان) به درگاه عملیات الکترونیکی سازمان امور مالیاتی کشور به نشانی الکترونیکی <https://tax.gov.ir> مراجعه و مبادرت به ثبت مشخصات پایانه فروش خود نموده و در اولین ماه پس از دریافت شناسه مذکور از طریق پیامک تلفنی نسبت به بهره‌برداری از آن اقدام نمایند.

شایان ذکر است، مودیان محترم هنگام مراجعه به سامانه الکترونیکی مذکور وارد سامانه ثبت نام الکترونیک طرح جامع مالیاتی (کد اقتصادی) گردیده و در قسمت سایر خدمات با انتخاب گزینه «ثبت مشخصات صندوق فروش و حافظه مالیاتی» می‌توانند مشخصات پایانه فروش خود را ثبت نمایند.

شماره تلفن ۱۵۲۶ مرکز ارتباط مردمی سازمان امور مالیاتی کشور پاسخگوی هر گونه مشکل یا ابهام مودیان محترم می باشد.

م/الف ۱۶۸۴
سازمان امور مالیاتی کشور
سازمان نظام پزشکی کشور
سازمان نظام دامپزشکی جمهوری اسلامی ایران