

شاخص مدیران خرید (PMI) ۱

تنظیم: ته‌مینه مولانا

نقاط قوت

۱- ارائه ی به موقع ارزیابی در شروع هرماه
۲- کمک به پیش بینی شاخص قیمت احتمالی تولیدکننده، که متعاقباً در طول ماه ارائه می گردد
۳- میسر ساختن پیش بینی GDP و شاخص های فرعی همچون موجودی کالا، روند قیمت ها و آمار استخدای در دراز مدت

نقاط ضعف

۱- فقدان قطعیت و شفافیت لازم در نتایج
۲- نادیده گرفتن شاخص هزینه های استخدام، که بخشی عمده ای از هزینه های تولید محسوب می گردند
۳- محدود بودن اطلاعات به دلیل منحصر شدن در پوشش بخش تولید

کاربری های PMI

گزارش PMI برای بازارهای مالی به دلیل اینکه بهترین مقیاس رونق یک واحد تولیدی است اهمیت به سزایی دارد. این مقیاس در آشکار کردن فشار تورم و همچنین فعالیت اقتصادی تولید رایج است، که هر دو در قلمرو توجه سرمایه گذاران هستند.

هرچند PMI به اندازه ی CPI ۳ در نشان دادن میزان تورم کارآمد نیست لیکن چون اطلاعات سودمندی را بلافاصله پس از آغاز ماه منتشر می سازد ارزشمند است. نظر به اینکه یکی از نکات کلیدی عنوان شده از طریق PMI موضوع سفارشات بوده که پیش بینی فعالیت تولید در ماه های بعدی به واسطه ی آن امکان پذیر می نماید، طبعاً این مقیاس برای بازار بورس نیز قابل توجه می شود.

مقیاس مذکور، اساساً از سال ۱۹۴۸ از سوی موسسه ی مدیریت عرضه^۳ در ایالات متحده مطرح شد. اطلاعات جهت این مقیاس از طریق: اطلاعات برای ارزیابی از میان ۴۰۰ نفر از مدیران خرید، بخش تولید، در پنج مقیاس فرعی؛ سطح تولید، سفارشات جدید از مشتریان، سرعت تحویل توسط تامین کنندگان، موجودی کالا و میزان استخدام جمع آوری گردید.

اینک، PMI ها در سایر حوزه ها و مناطق گوناگون جغرافیایی توسط موسسات مختلفی تهیه می شوند.

PMI بیش از ۵۰ درصد نشان می دهد که اقتصاد در حال توسعه بوده حال آنکه هر رقمی زیر ۵۰ درصد موید قرار داشتن اقتصاد در شرف انقباض است.

به تازگی کارشناسان و تحلیلگران اقتصادی مرتباً بحث از PMI به میان می آورند و بسیاری معتقدند از پیامدهای بحران جهانی، ظهور تحولاتی در شاخص های عرضه اقتصاد خواهد بود که جایگزینی مقیاس "تولید ناخالص داخلی (GDP)" با "شاخص مدیران خرید" (PMI) در این میان بعید به نظر نمی رسد.

تعریف

PMI مقیاسی بر فعالیت اقتصادی که به طور کلی منعکس کننده ی درصد مدیران خرید در یک بخش خاص اقتصادی است که افزایش آن در یک ماه حاکی از شرایط بهتر کسب و کار نسبت به ماه قبل می باشد.

- 1-PMI: Purchasing Managers Index
2-ISM: Institute for Supply Management
3-CPI: Consumer Confidence Index
شاخص اعتماد مصرف کننده

آیا تفاوتی میان کارآفرین و مالکیت کسب و کار کوچک وجود دارد؟

نویسنده: ریتا کارت رایت
مترجم: ته‌مینه مولانا

دوازده قابل جایگزینی با یکدیگر نبوده و تمایزات آنها غیر قابل چشم پوشی می باشند.

1-Rita Cartwright

منبع: <http://ezinearticles.com>

از لحاظ نیروی کار، در مقام صاحب کسب و کار نیاز به استخدام افرادی دارید که ملزم به تقبل هزینه های مرتبط با آنها نظیر مالیات یا مزایا می شوید اما یک کارآفرین در عوض استخدام دائمی کارمند، احتمال دارد شیوه ی دیگری را مانند؛ همکاری با پیمانکاران مستقل، برگزیند.

در این اثناء، بعضی نیز علاقمند داشتن ویژگی هایی از هر دو گروه به نظر می رسند. برای مثال، به عنوان یک کارآفرین، ترجیح می دهد کسب و کارش را در حوزه ی خانوادگی حفظ کند.

در نهایت اینکه علی رغم وجه تشابهی همچون بهره گیری از تبلیغات و بازاریابی و برخورداری از مهارت های اداره ی کسب و کار، به هر حال این

و ریسک بیشتری را می پذیرید. کارآفرینان تشنه ی یادگیری و تجربه از طریق رشد و توسعه ی کسب و کارشان هستند. گاه برای یک صاحب کسب و کار کوچک یک عمر وقت نیاز است تا به آن دارائی برسد که یک کارآفرینی موفق ظرف مثلاً پنج سال فعالیت به آن دست یافته است. از دیگر تفاوت های کارآفرینان و صاحبان کسب و کار کوچک؛ میزان نوآوری آنهاست. صاحبان کسب و کار کوچک افرادی نیستند که خارج از چهارچوب های بالفعل بیاندیشند، در صورتیکه کارآفرینان به طرح ایده های تازه، نوآوری ها و محصولات بدیع پرداخته و برنامه های بازاریابی خلاقانه ی را پدید می آورند. چنانچه شما از گروهی به شمار می روید که صرفاً در حیطه ی کسب و کار خود فعالیت می کنید، پس جزو "صاحبان کسب و کار" شمرده می شوید و از دیگر سو، چنانچه متمرکز بر مدیریت راهبردی، ترقی و تغییر بازارهای هدف کسب و کارتان، گشته اید، "کارآفرین" هستید. در جایگاه یک SBO، تمایل شما به تغییر بازارها منتفی خواهد بود و به علاوه، در قیاس با کارآفرینانی که اساساً بر بازارهای هدف معطوف می باشند احتمالاً بازارهایتان عام تر هستند.

عموماً از دو واژه ی کارآفرین و صاحب کسب و کار کوچک به جای هم استفاده می شود. اما آیا فی الواقع این دو یکی هستند یا باید تفاوتی میان آنها قائل شد؟ تلقی از مفهوم کارآفرین و صاحب کسب و کار کوچک (SBO) یکسان نیست و به این ترتیب استعمال این دوام به جای هم صحیح به نظر نمی رسد.

ممکن است شما کاری را در قالب یک صاحب کسب و کار آغاز کنید، در مسیرتان چه بسا SBO باقی بمانید و شاید هم کارآفرین شوید. اگر با کسب سود کافی جهت یک زندگی راحت و امکان حفظ کسب و کارتان با رونقی متوسط قانع شدید تردید نکنید که شما یک "صاحب کسب و کار" هستید. در حقیقت شما علاقه ای به رشد و توسعه ی کسب و کارتان ندارید و محتمل کسب و کار را نیز در حیطه ی خانواده تان نگاه خواهید داشت.

از سوی دیگر، شاید با وضعیت کنونی ارضاء نشده، بلند پرواز بوده و خواهان این هستید که فراتر از گذران ساده ی زندگی، تلاشی را به ثمر رسانید، این جاست که مشمول تعریف کارآفرینی خواهید گشت