

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

افزایش قیمت طلا و سکه در بازار ادامه دارد

احتمال برگشت نرخ ارز

افزایش قیمت طلا و سکه در بازار ادامه دارد و افزایش بهای طلا در بازارهای جهانی و رشد قیمت ارزهای عمده در بازار داخلی دست به دست هم داده تا بازار تهران دیروز دوشنبه برای سومین روز متوالی شاهد رشد نرخ انواع مسکوکات این فلز گرانبها باشد؛ چنانچه به گفته...

۴

سیاست‌های بانک مرکزی در خصوص ارز حاصل از صادرات اعلام شد

تصمیمات جدید برای بازگشت ارز

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت بانک مرکزی به‌تازگی پذیرفته تا صادرکنندگانی که تا ۱۶ مرداد ۹۷ کالای صادراتی خود را به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان فروخته‌اند، با ارائه اسناد مثبت، رفع تعهد ارزی حساب شده و رفع تعهد صورت گیرد. به گزارش تسنیم، محمد لاهوتی از تصمیم جدید بانک مرکزی برای صادرکنندگانی که به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان، کالا صادر کرده‌اند، خبر داد و گفت: با توجه به تعامل خوب بانک مرکزی و بخش خصوصی به‌منظور طرح و حل مشکلاتی که درخصوص بازگشت ارز حاصل...

۶

وزیر نفت در مراسم افتتاح فاز ۳ پالایشگاه خلیج فارس:

ظرفیت تولید بنزین دو برابر شد

۲

مدیریت و کسب‌وکار



ال‌جی: به‌جای تولید موبایل تاشو باید به فکر نجات برندگان باشیم

- مصاحبه با جسیکا آلبا درباره موفقیتش در کسب‌وکار
- راهکارهایی برای حرفه‌ای جلوه‌کردن کسب‌وکار جدید
- بازار یاب‌ها هنرمند هستند!
- چگونه استراتژی تأثیرگذاری برای برندگان طراحی کنیم؟
- ۱۰ برند با هنر کامبک در شبکه‌های اجتماعی
- تبلیغات سخت‌تر است یا فضاانوردی؟

۸ تا ۱۶



فاز سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس با حضور رئیس‌جمهور به بهره‌برداری رسید

روحانی: توسعه با وجود تحریم‌ها ادامه دارد



سرمقاله

نگاهی راهبردی به مولفه‌های اقتصادی گام دوم انقلاب

غلامعلی رموی

کارشناس اقتصادی

در حالی که جمهوری اسلامی ایران وارد پنجمین دهه از حیات خود می‌شود ابلاغ منشور گام دوم انقلاب توسط مقام معظم رهبری و تبیین راهبردها و راهکاری حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... نشان داد که جمهوری اسلامی ایران ضمن پایبندی به اصول و معیارهای اصلی انقلاب یعنی استقلال، آزادی و جمهوری اسلامی، آماده است تا با ارزیابی اقدامات انجام‌شده نسبت به بازطراحی سیاست‌های اجرای کشور در حوزه‌های مختلف اجرایی، قضایی و تقنینی اقدام نماید.

مطابق دیدگاه رهبر انقلاب اسلامی، کشور طی این مدت با توجه به بضاعت‌ها و شرایط و اقتضات جهانی و بین‌المللی توانست با عبور از مرزهای علمی و اجرایی ضمن امکان بروز خلاقیت‌ها و استعدادها در حوزه‌های مختلف مانند تولید علمی، علوم و فنون نظامی، دانش هسته‌ای، پزشکی، نانوفناوری و... موفقیت‌های زیادی را کسب کند و در هر یک از این علوم در سطح منطقه و حتی جهانی به رتبه و نتایج درخشانی دست یابد.

ادامه در همین صفحه

نگاهی راهبردی به مولفه‌های اقتصادی گام دوم انقلاب

ادامه از همین صفحه

البته در کنار موفقیت در این حوزه‌ها در برخی از شاخص‌ها و حوزه‌ها نیز به سبب برخی چالش‌های درونی و بیرونی، نسبت موفقیت‌ها با انتظارات مد نظر، هنوز فاصله‌هایی مشاهده می‌شود. این حوزه نیز اتفاقاً از بخش‌هایی است که از امکان کم‌رنگ جلوه دادن دستاوردها از سوی بنگاه‌های رسانه‌ای کشورهای صاحب قدرت و ثروت تمرکز بیشتری برخوردار است و آنها تلاش دارند تا با برجسته کردن مشکلات، ضمن کم‌رنگ جلوه‌دادن موفقیت‌ها و پیروها مردم را از ثمرات انقلاب اسلامی دل‌سرد کنند. در این میان شاید دو مقوله توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی از موضوعات و مقولات مهم و تأثیرگذارتری برخوردار است چراکه در این دو مقوله است که می‌توان میزان توسعه‌یافتگی و جامعه را مشاهده کرد.

نگاهی به آمار و اطلاعات موجود در حوزه اقتصادی و معیشتی نشان می‌دهد که نسبت موفقیت‌ها به ناکامی‌ها به نسبت بسیار زیادی از چربش موفقیت‌ها حکایت دارد، ولی در کنار آنها برخی بی‌انضباطی‌های اقتصادی و مالی و همچنین عدم ثبات و آرامش بازار در مواردی عرصه را بر اقتصاد خانوارها تنگ می‌کند و همین مستمسکی می‌شود برای به چالش کشیدن دستاوردهای مهم کشور در این حوزه‌ها.

جمهوری اسلامی در طول ۴۰سال گذشته به فراخور گسترش جمعیت بیش از دو برابری خود تلاش کرده تا امکانات و بضاعت‌های خود را در سطح کشور به نسبت مناسبی توسعه دهد و به ایجاد زیرساخت‌های رفاهی و توسعه‌ای مانند آب و برق، گاز، توسعه راه‌های مختلف و شبکه‌های ارتباطی و گسترش آموزش پرورش و آموزش عالی و در حوزه‌های زیربنایی اقتصاد مانند گسترش صنایع پتروشیمی، فولاد، صنایع غذایی و تبدیلی، نیروگاه‌ها، صنایع سیمان و... به دستاوردهای ارزشمندی که غیر قابل مقایسه‌ای با قبل انقلاب است دست یابد که همه اینها گواه این موضوع است که هدف‌گذاری برای رفع فقر و گسترش عدالت در شعارها و آمل‌های انقلاب به صورت صحیح هدف‌گذاری و اجرا شده است، اما طی دوره‌های مختلف تاریخی از این زمان برخی مشکلات و چالش‌های درونی و بیرونی مانعی برای استمرار متوازن این فرآیند توسعه شده، به عنوان نمونه تحمیل هشت سال جنگ بر کشور همچنین اعمال انواع و اقسام تحریم‌ها از بیرون و برخی بی‌تدبیری‌ها از درون بر کندی روند توسعه در کشور تأثیر گذاشته است.

از منظر کارشناسی در بخش چالش‌های برون‌سازمانی می‌توان علاوه بر موارد ذکرشده به عدم وجود یک مبانی علمی مناسب و صحیح

یک چالش مهم در کشور می‌تواند منجر به طراحی و تدوین یک نقشه‌راه جامع اقتصادی مبتنی بر ارزش‌ها و هنجاری ملی و بضاعت‌های کشور با اجماع مبانی دینی و اقتصادی شود که نگاه نافذ معظم له در این حوزه تا حدود بسیار زیادی راهکارهای عملی را برای حصول به موفقیت تبیین کرده است.

منشور گام دوم انقلاب در حوزه اقتصادی دارای مبانی و مباحث مهم و قابل توجهی است که می‌تواند نگاه عالمان دینی و اقتصادی را به این دانش متحول کند، به عنوان نمونه در این ابلاغیه ایشان بیان کردند که: «اقتصاد یک نقطه کلیدی تعیین‌کننده است. اقتصاد قوی، نقطه قوت و عامل مهم سلطه‌ناپذیری و نفوذناپذیری کشور است و اقتصاد ضعیف، نقطه ضعف و زمینه‌ساز نفوذ و سلطه و دخالت دشمنان است. فقر و غنا در مادیات و معنویات بشر، اثر می‌گذارد. اقتصاد البته هدف جامعه اسلامی نیست، اما وسیله‌ای است که بدون آن نمی‌توان به هدف‌ها رسید. تأکید بر تقویت اقتصاد مستقل کشور که مبتنی بر تولید انبوه و با کیفیت و توزیع عدالت‌محور و مصرف به اندازه و بی‌اسراف و مناسبات مدیریتی خردمندانه است و در سال‌های اخیر از سوی اینجانب بارها تکرار و بر آن تأکید نظر شده، به خاطر همین تأثیر شگرفی است که اقتصاد می‌تواند بر زندگی امروز و فردای جامعه بگذارد. شاید بتوان مدعی شده که برای اولین‌بار از سوی یک عالم دینی و مرجعیت معظم شیعه توسط ایشان اینگونه مفاهیم در حوزه اقتصاد به صورت شفاف، صریح، دقیق و جامع اظهار شده باشند در این اظهار نظر نسبت به نظرات قبلی برخی علما در مبانی و محتوا از جامعیت کامل‌تری برخوردار است و این توجه نیز تا حدود بسیار زیادی می‌تواند گره ذهنی برخی علمای دینی و اقتصادی در تدوین یک مکتب اقتصاد اسلامی ایرانی را فراهم کند. توجه به این موضوع می‌تواند نقطه الهام‌بخشی برای عالمان دینی و علمان اقتصادی باشد تا براساس همین دیدگاه نوین و متعالی به پی‌ریزی شالوده یک مکتب اقتصاد اسلامی ایرانی مبتنی بر نیازها و سیاست‌های توسعه‌ای اقدام کنند.

تلاش در این حوزه بی‌شک با توجه به امکانات و بضاعت‌های موجود کشور هم از نظر جغرافیایی سیاسی هم امکانات و بضاعت موجود می‌تواند در یک بازه زمانی محدود و مشخص نتایج ارزشمندی را نصیب کشور کند. وجود یک درصد جمعیت جهان در یک محدوده‌ای از جغرافیا که دارای ۷درصد منابع و ذخایر شناخته‌شده جهان است و همسایگی با ۱۵ کشور در منطقه بی‌شک جایگاه رفیع‌تری را می‌طلبد که راهکارهای عملی منشور گام دوم انقلاب می‌تواند مقدمه‌ای برای یک جهش اقتصادی باشد.

برای فعالیت‌های اقتصادی و عدم تدوین یک نقشه راه یا مدل جامع اقتصادی متناسب با نیاز کشور اشاره کرد که عملاً دولت‌ها در ترسیم برنامه‌های توسعه‌ای با تضادهایی مواجه کرده است؛ تضادهایی که در مبانی نظری ایجاد می‌شود طبیعتاً آثار خود را در فرآیندهای اجرایی نشان خواهد داد، به عنوان نمونه در نظام اقتصادی سرمایه‌داری برای هر یک از حوزه‌های مختلف اقتصادی یک برنامه کامل و جامع همراه با جزئیات فراوان و دقیق مد نظر قرار گرفته است که راهکارهای اجرایی برای نظام بانکداری، فرآیند تولید و توسعه، نظام قیمت‌گذاری کالا و خدمات، صنعت گردشگری و در یک کلام نقشه راه کشور در فرآیند توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. وجود یک مکتب اقتصادی جامع -با همه اشکالات و ایرادات وارده بر آن- به مراتب می‌تواند نتایج و دستاوردهای مناسب‌تری از عدم وجود یک مکتب داشته باشد. همچنین در یک مدل جالب توجه‌تر در کشور جمهوری خلق چین تفکیک میان مبانی حکومت سیاسی و اقتصادی راهکارهایی را برای حرکت در فرآیند توسعه و تعالی اقتصادی ایجاد کرده که تخطی از آن برای مجریان غیرقابل قبول است، لذا نتایج مترتب بر این نوع تفکر باعث شده تا این کشور با داشتن قریب به یک ششم جمعیت جهان و حداقل منابع و ذخایر انرژی هم‌اکنون به یکی از غول‌های اقتصادی جهان در کمتر از نیم‌قرن دست یابد.

البته استفاده از تجارب و دستاوردهای کشورهای توسعه‌یافته می‌تواند ما را در حصول به موفقیت و جلوگیری از انجام اقدامات توأم با کوشش و خطا تا حدود زیادی مصون دارد، ولی توجه و نگاه به نیازها و بضاعت‌های داخلی به عنوان ابزار اصلی توسعه و ضرورت تدوین یک مدل اقتصادی جامع‌الاطراف را برای کشور بیش از گذشته الزام‌آور نشان می‌دهد؛ مقوله‌ای که براساس مبانی و اصول عقیدتی دین مبین اسلام و فقه پویای شیعه با استفاده از خرد جمعی و اجماع فی‌مابین علمای دینی و علمای علوم مختلف اقتصادی، ما را در رسیدن به اهداف و برنامه‌های پیش رو کمک کند. البته تجربه موفق آن در حوزه علوم پزشکی و سلول‌های بنیادین قبلاً انجام شده و نتیجه موفقیت‌آمیز آن نیز هم‌اکنون موجود است.

در تجربه موفقیت کشور در دستیابی به دانش ژنتیک و سلول‌های بنیادین اجماعی میان علمای دینی و علمای پزشکی در این مقوله صورت گرفت. نتیجه این اقدام باعث شد که هم‌اکنون در سطح اول جهان در این دانش قرار داریم. خلاً نارسایی‌ها در حوزه اقتصاد با توجه به دیدگاه‌ها و رهنمودهای ارائه‌شده توسط رهبر انقلاب نیز به عنوان

مناسبات ۳ قدرت چین، آمریکا و روسیه در سال ۲۰۱۹ به کدام سمت می‌رود؟

دوران صلح سرد در جهان

«استریت تایمز» در گزارشی به بررسی مناسبات سه قدرت چین، آمریکا و روسیه در سال ۲۰۱۹ پرداخته و معتقد است که اضلاع این مثلث قدرت به جای آنکه وارد جنگ سرد شده باشند تنها وارد دوران صلح سرد شده‌اند.

به گزارش «آینده‌نگر» در این گزارش می‌خوانیم: سال جدید میلادی آغاز شد و دورنمای استراتژیک جهان با حضور قدرت‌هایی مثل چین، آمریکا و روسیه حساس‌تر از همیشه به نظر می‌رسد. پیشرفت‌های نظامی هر یک از این قدرت‌ها دارد معادلات جهانی را به صورت دائمی تغییر می‌دهد و بحث درباره قدرت هسته‌ای، موشکی، فضایی و سایبری آنها در رسانه‌ها جریان دارد. این وضع به صورت طبیعی نوعی موضع پیشگیرانه را برای این قدرت‌ها به همراه آورده است.

در همین میان، رقابت‌های منطقه‌ای و مواجهه‌ها و مناقشات ریز و درشت در نقاط مختلف جهان نیز این قدرت‌ها را جذب خود کرده و وضعیت ثبات استراتژیک در مناطق مختلفی از خاورمیانه، اروپا، آسیای جنوبی و منطقه غرب اقیانوس آرام به همین مسائل وابسته شده است. چند بحران مهم که معادلات بین قدرت‌های جهانی را حادتر کرده، مسئله سوریه و تقابل نقش روسیه و غرب در آن و مسئله اوکراین بوده است. این وضع باعث شده که مسکو و ناتو برخی از عظیم‌ترین مانورهای نظامی خود از زمان جنگ سرد را ترتیب بدهند و به هم قدرت‌نمایی کنند.

روسیه می‌گوید سیستم دفاع موشکی ناتو در اروپا یک اقدام تحریک‌آمیز علیه روسیه است و می‌تواند تعادل استراتژیک منطقه‌ای را به هم بزند و جلوی مذاکرات برای عدم افزایش تسلیحات متعارف و غیرمتعارف را بگیرد.

از سوی دیگر، آمریکا با چین به وضوح شخاخ به شاخ شده است. آمریکا به شدت به دنبال افزایش حضور نظامی خود در منطقه آسیا و اقیانوسیه است و حتی سیستم دفاع موشکی خود را در کشورهای مثل ژاپن و کره نیز مستقر کرده است تا از چین زهر چشم بگیرد. تمرکز بخش زیادی از نیروی دریایی و تجهیزات دریایی آمریکا در آب‌های نزدیک به چین بیش از هر چیز نشان می‌دهد که کاخ سفید در تلاش است زور هسته‌ای و متعارف خود را به رقبای شرقی‌اش نشان بدهد. در همین میان، چین هم دارد سرمایه‌گذاری روی برنامه‌های بزرگ تسلیحاتی خود را افزایش می‌دهد تا قابلیت دفاع از خود را بالا ببرد و آن ثبات استراتژیک مورد نظر خودش را در منطقه تأمین کند.

آنچه که در این میان از دست رفته است، تعادل درخصوص تجهیزات تسلیحاتی هسته‌ای است که در اختیار قدرت‌های بزرگ دنیا است و قرار بوده که جلوی گسترش‌شان گرفته شود. مثلاً در ماه جولای گذشته، سازمان ملل متحد معاهده منع تسلیحات هسته‌ای را به تصویب رساند و ۱۲۲ کشور به آن رأی مثبت دادند، اما درست چهار ماه بعد، آمریکا اعلام کرد که از معاهده نیروی هسته‌ای میان‌برد خارج می‌شود. این تصمیم هیچ معنایی جز آینده‌ای مملو از رقابت‌های جدید هسته‌ای و تسلیحاتی بین واشنگتن و مسکو نداشت.

آنچه که تحلیل اوضاع جهانی در یک سال گذشته نشان می‌دهد این است که هدف استراتژیک ملی آمریکا این است که جلوی قدرت‌گرفتن هر کشوری در منطقه آسیا و اوراسیا را بگیرد. واضح‌ترین هدف آمریکا در این راستا چین است، هرچند که روسیه هم هر از گاهی مجدداً در رادار آمریکا قرار می‌گیرد. البته آمریکا همچنان اصرار دارد که سیاست خارجی خود را بر مبنای همکاری دفاعی و امنیتی با متحدانش در اروپا و منطقه آسیا و اقیانوس آرام پیش ببرد و مسئله دیپلماسی در قاموس دولت فعلی آمریکا از اهمیتی برخوردار نیست. البته موضع ترامپ مبتنی بر اینکه متحدان آمریکا باید پول بیشتری به آمریکا بدهند و انتظار کمتری از آن داشته باشند اصلاً به مذاق اروپایی‌ها خوش نیامده است.

آنچه که در جهان امروزی مشاهده می‌شود عملاً این است که مثلث قدرت‌های جهان - چین، آمریکا و روسیه- به جای آنکه وارد جنگ سرد شده باشند تنها وارد صلح سرد شده‌اند. یعنی صلح سرد بین آمریکا و چین و از سوی دیگر بین روسیه و آمریکا برقرار است، چون مسائل داخلی و اولویت‌های اقتصادی این کشورها، آنها را وادار کرده که فعلاً از مواجهه مستقیم نظامی و هسته‌ای اجتناب کنند. به خصوص قدرت‌های شرقی تمایل دارند که روی حفظ تمامیت ارضی خود و برقراری مناسبات باثبات منطقه‌ای متمرکز باشند و تا حد امکان باعث افزایش حضور قدرت غربی در منطقه نشوند چون مواجهه مستقیم را به سود خود نمی‌بینند.

با وجود این، موردی مثل جنگ تجاری بین آمریکا و چین باعث شده که مناسبات این دو کشور به پایین‌ترین سطح خود برسد و مشخص نیست که در آینده نزدیک و در سال ۲۰۱۹ چقدر در این وضعیت تغییر حاصل شود. اگر منافع مشترک و منافع موزاری سه قدرت چین، آمریکا و روسیه فعلاً بر تداوم صلح سرد میان آنها قرار بگیرد، صرفاً با شرایطی آسیب‌پذیر و نزدیک به بی‌ثبات در سطح جهان مواجه خواهیم بود؛ چون این وضعیت جلوی مذاکرات و مصالحات مؤثر در مورد مسائل منطقه‌ای و جهانی را سد خواهد کرد.

یادداشت

معاون وزیر نفت در امور پالایش و پخش خبر داد

راه‌اندازی یک‌ساله فاز ۳ ستاره خلیج فارس با منابع داخلی

مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی از راه‌اندازی یک‌ساله فاز ۳ پالایشگاه ستاره خلیج فارس با استفاده از منابع داخلی خبر داد.
علیرضا صادق‌آبادی صبح دوشنبه در آیین بهره‌برداری رسمی از فاز سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس با حضور رئیس‌جمهور و وزیر نفت، گفت: پس از تثبیت فاز نخست پالایشگاه ستاره خلیج فارس که تصمیم گرفتیم وارد اجرای فاز دوم شویم، چالش پیش روی ما منابع مالی بود، اما در کوتاه‌مدت توانستیم از محل فروش نفتای ترش پروژه، استفاده از منابع صندوق توسعه ملی و بانک ملت، منابع مالی مورد نیاز پروژه را تامین کنیم. وی افزود: در تابستان سال ۹۷ که میانگین مصرف بنزین به ۹۷ میلیون لیتر در روز رسید و اوج مصرف بود، پالایشگاه ستاره خلیج فارس با راه‌اندازی فاز دوم روزانه ۳۰ میلیون لیتر بنزین به چرخه توزیع کشور اضافه کرد و فاز سوم آن نیز بلافاصله راه‌اندازی شد. به گزارش شانا، معاون وزیر نفت در امور پالایش و پخش تصریح کرد: با راه‌اندازی فاز سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس، افزون بر جهش قابل توجه در تولید بنزین، نفت‌گاز و گاز مایع (ال‌پی‌جی)، کمبود خوراک مجتمع‌های پتروشیمی را هم از این پالایشگاه تامین و به عرضه ارز در کشور از سوی پتروشیمی‌ها کمک کردیم. صادق‌آبادی گفت: امیدواریم از طریق اجرای فاز چهارم پالایشگاه ستاره خلیج فارس و بهبود فناوری فازهای موجود، شاهد افزایش قابل توجه ظرفیت پالایشی این پالایشگاه باشیم. وی با اشاره به اینکه پیش‌راه‌اندازی، راه‌اندازی و تثبیت فاز سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس در یک سال گذشته انجام شد، گفت: اجرای ۷۰۰ هزار مترمکعب لوله‌کشی، ۴٫۵ میلیون اینچ لوله‌کشی روزمینی، ۵۲ هزار تن اسکلت فلزی، ۸۰ هزار تن تجهیزات نصب شده، مخازن خوراک به ظرفیت ۲٫۵ میلیون بشکه، مخازن سقف ثابت و شناور به ظرفیت ۸ میلیون بشکه، ۸ هزار تن مخازن کروی، ۶ هزار تن کابل‌کشی برق، ۲ هزار و ۲۰۰ تابلوی برق، بیش از ۱۵ هزار ابزار دقیق بخشی از اقدام‌های انجام‌شده به‌منظور راه‌اندازی این فاز بوده که برای اجرای آن ۲٫۵ میلیارد یورو هزینه شده است. مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، مهم‌ترین دلیل پیشرفت روند اجرای پروژه ساخت فاز سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس را مبنای قرار دادن اهداف تولیدی دانست و افزود: این پروژه را بر پایه خرد کردن پروژه و تمرکز اجرا بر اهداف تولیدی هدایت کردیم و به نتیجه رساندیم.

بررسی وضعیت بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت

آمریکا می‌تواند معافیت نفتی ایران را تمدید نکند؟

معافیت‌های شش ماهه‌ای که آمریکا برای ادامه خرید نفت از ایران به مشتریان داده بود، در حالی در اردیبهشت‌ماه به پایان می‌رسد که مقامات آمریکایی چندین بار در اظهارات‌شان تاکید کرده‌اند که این معافیت‌ها را تمدید نخواهند کرد؛ تهدیدی که از نظر کارشناسان قابل اجرا نیست.

به گزارش ایسنا، اردیبهشت‌ماه سال جاری آمریکا از برجام خارج شد و با تحریم نفت ایران، اعلام کرد که قصد دارد صادرات نفت ایران را به صفر برساند؛ هدی که باعث آشفنگی بازار و افزایش چشمگیر قیمت جهانی نفت شد. درنهایت آبان‌ماه بود که آمریکا اعلام کرد به هشت مشتری نفت ایران به مدت شش ماه (تا اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۸) معافیت می‌دهد تا این کشورها به مرور خرید نفت از ایران را کاهش دهند. خریداران بزرگ نفت ایران شامل چین، هند، ژاپن، کره جنوبی و ترکیه در نوامبر معافیت شش ماهه‌ای برای ادامه خرید نفت از ایران دریافت کردند و در مقابل، قول دادند اتکای خود به نفت ایران را کمتر کنند.

اکنون در حالی که حدود سه ماه تا زمان تعیین‌شده از سوی آمریکا باقی مانده، مقامات آمریکا اعلام کرده‌اند مشتریان نفت ایران نباید انتظار معافیت‌های جدید از تحریم‌های آمریکا را داشته باشند. این در حالی است که بسیاری از تحلیلگران انتظار دارند آمریکا پس از منقضی شدن معافیت‌های فعلی در چهارم ماه مه، معافیت‌های جدیدی صادر کند. آنها پیش‌بینی می‌کنند مسیر قیمت‌های نفت نهایتاً در تمدید معافیت‌ها تعیین‌کننده باشد.

در این باره، سیدمهدی حسینی با اشاره به اظهارات اخیر آمریکا درباره اینکه معافیت مشتریان نفت ایران را تمدید نمی‌کند، اظهار کرد: پیش‌بینی من از بازار آینده نفت این است که در سال جاری میلادی، تقاضا برای نفت ۱.۵ تا ۱.۸ میلیون بشکه در روز افزایش پیدا کند، بنابراین آمریکایی‌ها نمی‌توانند معافیت‌ها را تمدید نکنند. وی، به بررسی نحوه و میزان تولید بزرگ‌ترین کشورهای تولیدکننده نفت پرداخت و افزود: عربستان سعودی دیگر از نظر تکنیکی توان افزایش تولید بیشتری از میزانی که اخیراً تولید کرد، ندارد. این موضوع درباره روسیه هم صدق می‌کند و این کشور هم بیش از این نمی‌تواند تولید کند. در حال حاضر، تولید نفت عراق حدود ۴.۸ میلیون بشکه است و به نظر نمی‌رسد این کشور هم بیش از این توان تولید داشته باشد. این کشورها بزرگ‌ترین تولیدکنندگانی هستند که احتمال می‌رود بتوانند جای نفت ایران را بگیرند. این کارشناس ارشد حوزه انرژی، با اشاره به افزایش قیمت نفت در هفته اخیر، ادامه داد: افزایش قیمت، نشان‌دهنده افزایش تقاضاست و اگر نفت ایران، به‌طور کامل از بازار حذف شود، دنیا گرفتاری خواهد داشت. حسینی ادامه داد: ممکن است آمریکا بتواند کشورهای کوچک را تهدید کند و آنها واردات نفت از ایران را متوقف کنند. کشورهایی مثل تایوان که ۲۰ تا ۳۰ هزار بشکه نفت از ایران وارد می‌کنند، اما مشتریان بزرگ‌تر نفت ایران نمی‌توانند. باید این موضوع را در نظر داشت که جایگزینی نفت خام برای پالایشگاه‌های کشور کار سختی است.

وی در پایان با اشاره به اظهارات وزیر نفت درباره نحوه خرید نفت اروپایی‌ها از ایران، اظهار کرد: این کشورها مدتی بود که از ایران نفت نمی‌خریدند، ممکن است اگر اس پی وی به نتیجه برسد، بتوانیم از آن برای دریافت پول نفت هم کمک بگیریم. این نکته را هم باید توجه داشت که برخی کشورها وابستگی بیشتری به آمریکا دارند و ممکن است به این دلیل، میزان واردات از ایران را کاهش دهند. در هر صورت باید منتظر بمانیم تا تکلیف اس پی وی مشخص شود.

فاز سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس با حضور رئیس‌جمهور به بهره‌برداری رسید

روحانی: توسعه با وجود تحریم‌ها ادامه دارد



حامل‌ونقل، جذب مشتری، نقل و انتقال مالی و بسیاری از موارد دیگر آن دیده نمی‌شود.

وی افتتاح پالایشگاه ستاره خلیج فارس را به‌عنوان بزرگ‌ترین پالایشگاه میعانات گازی جهان، به معنای خودباوری، روی یا ایستادن، قدرت مقابله با دشمن، شکستن تحریم و اعتماد به نفس و خودکفایی دانست.

رئیس‌جمهوری تصریح کرد: دولت یازدهم و دوازدهم، کشور را در پنج مورد مهم سرنوشت‌ساز، تولید بنزین، گازوئیل، گاز، گندم و شکر به خودکفایی رساند.

روحانی با اشاره به اینکه تصور کنید که اگر روزی بنزین یا گازوئیل یا گاز در کشور نباشد، چه اتفاقاتی می‌افتد؟ گفت: کاری عظیم و شبانه‌روزی در صنعت نفت در حال انجام است تا مردم به راحتی بنزین، گازوئیل و گاز دریافت کنند. باید قدر نعمت‌ها را دانست.

افتتاح پالایشگاه ستاره خلیج فارس؛ موفقیت یک ملت

وی با بیان اینکه شرایط، شرایط عادی نیست، اما بدانید که ما در این جنگ پیروز خواهیم بود، تصریح کرد: شک نکنید که اگر ما متحد باشیم، دشمن وادار به عقب‌نشینی می‌شود.

رئیس‌جمهوری افتتاح پالایشگاه ستاره خلیج فارس را به معنای موفقیت ملت و دولت دانست و افزود: این موفقیت با همکاری، اتحاد و جهاد شبانه‌روزی وزارت نفت، مهندسان و قرارگاه سازندگی خاتم‌الانبیا (ص) انجام شده است و آنچه آفریده شده، افتخار ملت ایران است.

روحانی با تبریک به ملت بزرگ ایران، صنعت نفت، سیاه پاسداران، مهندسان، کارگران و تلاشگران در صنعت نفت ادامه داد: شما بودید که در زمان جنگ، نفت تولید و صادر کردید و سوخت مورد نیاز را در شرایط جنگ تأمین کردید و امروز در شرایط جنگ اقتصادی دل‌ورانه ایستاده‌اید. به گفته وی، باید به خودمان ایمان بیآوریم و قدرت خودمان را باور کنیم. اگر این باور در کشور ایجاد شد ما به همه قله‌های موفقیت و پیروزی دست می‌یابیم.

فاز سوم پالایشگاه ستاره خلیج فارس با حضور رئیس‌جمهور به بهره‌برداری رسید

روحانی: توسعه با وجود تحریم‌ها ادامه دارد



بلکه از لحاظ کیفی نیز با افزایش همراه شده است، ادامه داد: پارسل افزایش تولید بنزین پالایشگاه بندرعباس از روزانه ۸ میلیون لیتر به ۱۲ میلیون لیتر را شاهد بودیم و امروز پروژه افزایش کیفیت بنزین تولیدی این پالایشگاه به یورو ۵ را افتتاح کردیم.

روحانی با بیان اینکه کسی نمی‌تواند این عظمت بزرگ را به‌خاطر برخی مشکلات اقتصادی زیر سوال ببرد، تصریح کرد: نمی‌شود شاگردی را که همه نمره‌هایش در یک سال ۲۰ است و یک بار ۱۹٫۵ گرفته بازخواست کرده، این نه انصاف است، نه مروت است، نه عشق است.

به گفته وی، در زمان تحریم دشمن مشکلات هم پیش می‌آید، شوخی که نیست آمریکا و همه مزدورانش هستند.

رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه برای نخستین‌بار در زمان جنگ، صادرات نفت ایران از پایانه خارک در مهرماه یا آبان‌ماه سال ۶۴ به‌طور کامل و به مدت سه هفته قطع شد، گفت: اما با تلاش‌های انجام‌شده توانستیم در طول مدت جنگ تحمیلی نفت را صادر کنیم.

روحانی با بیان اینکه در طول جنگ، مهندسان و کارکنان صنعت نفت بودند که صنعت نفت و پالایشگاه‌ها را سرپا نگه داشتند، اظهار کرد: در جنگ تحمیلی عراق علیه ایران با وجود آنکه همه دنیا به صدام کمک کرد، اما ما روی پای خودمان ایستادیم و صنعت نفت را اداره کردیم؛ البته که کار سختی بود.

وی با اشاره به اینکه مردم در زمان جنگ روزهایی سختی داشتند، اما عقب‌نشینی نکردند و سر فرود نیاوردند، گفت: مردم در آن زمان امام را تنها نگذاشتند و همه به میدان آمدند.

جنگ اقتصادی سخت‌تر از جنگ نظامی

به گزارش شانا، رئیس‌جمهور با بیان اینکه امروز روز جنگ اقتصادی است، افزود: بدانید جنگ اقتصادی از جنگ نظامی سخت‌تر است. اتحاد در این شرایط سبب می‌شود از این جنگ اقتصادی سربلند بیرون بیایم. روحانی ادامه داد: در جنگ اقتصادی، نحوه چگونگی فروش نفت،

وزیر نفت در مراسم افتتاح فاز ۳ پالایشگاه خلیج فارس:

ظرفیت تولید بنزین دو برابر شد

وی درباره کیفیت فرآورده‌های تولیدی در پالایشگاه‌های کشور تاکید کرد: در سال ۹۱ تولید بنزین با کیفیت یورو در کشور نداشتیم، اما امروز با اجرای طرح‌های بهبود کیفیت در پالایشگاه‌های اراک، اصفهان، بندرعباس، ستاره خلیج فارس و تبریز روزانه ۷۶ میلیون لیتر بنزین یورو ۴ و ۵ در کشور تولید می‌شود.

وزیر نفت تصریح کرد: ظرفیت تولید نفت‌گاز یورو در کشور در سال ۹۱ روزانه ۶ میلیون لیتر بود که این رقم در سال ۹۷ با افزایش هفت برابری به روزانه ۴۴ میلیون لیتر رسیده است.

زنگنه گفت: اجرای طرح‌های پالایشی که عمدتاً متوجه افزایش کیفیت فرآورده‌های نفتی و زیست محیطی است و بیشتر فاینانس کشورهای اروپایی را داشتند، به دلیل فشار غیرقانونی کشور آمریکا متوقف شده است و این موضوع آسیب زیست محیطی فراوانی را به دنبال دارد. وی همچنین از اعطای موافقت اصولی برای پالایش ۲ میلیون بشکه نفت خام و تخصیص خوراک به بخش خصوصی برای پالایشگاه‌های جدید نفت و میعانات گازی خبر داد و گفت: ۶۰۰ هزار بشکه از این ظرفیت مربوط به پالایشگاه‌های با ظرفیت کمتر از ۶۰ هزار بشکه در روز است.

وزیر نفت گفت: پارس جنوبی دو زنجیره پالایشی و پتروشیمی دارد که پالایشگاه میعانات گازی ستاره خلیج فارس بخشی از زنجیره پالایشی این طرح عظیم به شمار می‌آید.

افزایش ۲ برابری تولید بنزین در ۵ سال

زنگنه افزود: امروز می‌توانستیم با حضور رئیس‌جمهوری عملیات کلنگ‌زنی فاز ۴ پالایشگاه ستاره خلیج فارس را انجام دهیم، اما نمی‌خواستیم آغاز این فاز به صورت نمایی باشد.

وی با بیان اینکه عده‌ای ادعا می‌کنند دولت اعتقادی به ساخت پالایشگاه ندارد و ما می‌خواهیم فقط خام‌فروشی کنیم، گفت: اگر وزارت نفت اعتقادی به توسعه ظرفیت پالایشی کشور نداشت، چگونه ظرف پنج سال مقدار تولید بنزین کشور دو برابر شده است؟! ما به عنوان دولت مجاز به سرمایه‌گذاری در طرح‌های جدید پالایشی نیستیم.

^[1] روحانی: توسعه با وجود تحریم‌ها ادامه دارد

^[2] روحانی: توسعه با وجود تحریم‌ها ادامه دارد

یادداشت

مسیر بن‌بست بخشنامه‌ها

علیرضا کلاهی صمدی

رئیس سابق سندیکای صنعت برق ایران

کاهش صادرات در آبان‌ماه را می‌توان از دو بعد بررسی کرد. یکی از دلایل این کاهش، تحریم است که نقل و انتقال بانکی و پرداخت‌ها را با مشکل مواجه کرده است. خریداران عمده‌ای که فلزات پایه و مواد پتروشیمی را از ایران خریداری می‌کردند، به دلیل تهدیدهای آمریکا می‌ترسند از تباط تجاری مستقیم با ایران داشته باشند. همچنین دستورالعمل‌های ارزی ایران و تغییرات پیاپی آن صادرکنندگان را سردرگم و دچار بالاتکلیفی کرده است، به‌گونه‌ای که ترس از صادرات دارند. مدیریت داخلی و عدم ثبات قوانین و شرایط بین‌المللی باعث عقب‌نشستن حتی خریداران کوچک کالاهای ایرانی شده است. کشورهای خارجی که معاملات کوچکی داشتند، نمی‌توانند به‌طور مستقیم با ایران وارد معاملات بانکی شوند. خریداران محصولات تولیدکنندگان

و صادرکنندگان بزرگ نیز با تهدیدهای آمریکا وادار به عقب‌نشینی شده‌اند.

از سوی دیگر برخی تولیدکنندگان که صادرکننده نیز هستند، به علت مشکلات ورود مواد اولیه در گمرک کاهش صادرات داشتند. دست‌اندرزایی که به علت پیمان‌سپاری ارزی و تخصیص ارز و پرداخت مابه‌التفاوت ارزی ایجاد شد، بسیاری از واردکنندگان را دچار مشکلات جدی کرد و مواد اولیه آنها در گمرک متوقف شد. مشکلات مربوط به واردکنندگان را نیز می‌توان به دلایل داخلی و خارجی نسبت داد. از یک سو به دلیل تغییرات قوانین، مواد اولیه واردشده به کشور از گمرک‌ها ترخیص نشد و آنها را دچار مشکلات

عدیدهای کرد. از طرفی در حال حاضر تأمین‌کنندگان خارجی به سختی با شرکت‌های ایرانی کار می‌کنند. آنها به‌طور مستقیم با تجار ایرانی وارد همکاری نمی‌شوند و از طریق واسطه‌ها معامله‌های ایرانی‌ها با خارجی‌ها رقم می‌خورد. همین موضوع نیز زمینه‌ساز بسیاری از مشکلات است. علاوه بر آنچه گفته شد، بخشنامه‌ی در آبان‌ماه صادر شد و به واسطه آن، تخفیف‌هایی برای صادرکنندگان قائل شدند. به این بخشنامه انتقادات زیادی وارد است، زیرا بخشنامه بی‌منطقی است و مشکلاتی را در بازارهای مختلف ایجاد کرده است. صادرات نفتی و غیرنفتی ما بر دو نوع است. یکی صادرات مواد اولیه و خام است که فلزات، مواد پتروشیمی، مینعات گازی و… را شامل می‌شود. این

موارد بیشتر در اختیار شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی است و چیزی حدود ۶۰ میلیارد دلار از صادرات را شامل می‌شود. مدیریت این بخش عمدتاً برعهده دولت است. همچنین، صادرات بخش خصوصی واقعی را داریم که انواع محصولات چون صنایع دستی، مواد غذایی و… را شامل می‌شود. مدیریت این بخش برعهده بخش خصوصی است و عمده خریداران آنها کشورهای همسایه ایران هستند. این گروه رقمی حدود ۹ تا ۹ میلیارد دلار از صادرات ایران را تأمین می‌کنند. منطقی‌ترین روش این بود که دولت از ارز حاصل از صادرات بخش خصوصی واقعی می‌کند، دست آنها را باز می‌گذاشت تا ارز را به کشور وارد کنند. در بحث صادرات مواد اولیه، شرکت‌های شبه‌دولتی سهم بالایی دارند و هزینه‌های آنها بیشتر به ریال است و دولت عملاً به آنها یارانه می‌دهد، اما بخش خصوصی واقعی از جایی حمایت نمی‌شود و نمی‌تواند هزینه‌های خود را پرداخت کند. اگر صادرکننده بخش خصوصی درآمد ارزی داشته باشد، یا آن را به ریال تبدیل می‌کند و منخرج خود را تأمین می‌کند و یا آن را به مواد اولیه تبدیل و تولید خود را حفظ می‌کند، در مکانیزم‌هایی که دولت در بخشنامه ارزی ایجاد کرد، اینطور به نظر می‌آمد که خود سیاست‌مداران نیز در جزئیات مکانیزم انتقال ارز درست فکر نکرده بودند و حاصل آنکه در حال حاضر دست و پای همه صادرکنندگان و واردکنندگان بسته مانده است.

روند کاهشی صادرات متوقف شده و در روند فعلی حرکت صادرات ادامه خواهد داشت و بیش از این شاهد کاهش صادرات خواهیم بود، اما در این شرایط ممکن است صادرکنندگان خوششان کنتر بروند. زیرا قوانین دست و پاگیر اجرایی همیشه این اثر را داشته است. وقتی قوانین را بدون روش اجرای درست وضع می‌کنند، مانند تعرفه بالای موبایل به بهانه تولید ملی این محصول، منجر به این می‌شود که بازار رسمی و تجار خوشنام کنتر بروند و بازار به دست کالای قاچاقی این محصولات می‌افتد. در صادرات هم همین اتفاق می‌افتد. وقتی قوانین نادرست و غیراجرایی در صادرات وضع می‌شود، بخش خصوصی آسیب می‌بیند. معافیت گمرکی برای صادرکنندگان کوچک باعث

می‌شود که بازار به دست صادرکنندگان ناشی بيفتد. کما اینکه چنین شرایطی در بازار آب معدنی ایران در عراق رخ داده است. به دلیل اینکه صادرات زیر یک میلیون دلار از مالیات معاف بوده، شرکت‌های خرده‌پا که سطح فروش‌شان تا این اندازه بوده، با فکر اینکه دلار آزاد به دست می‌آورد، آب معدنی را با قیمت ارزان به عراق ارسال کرده‌اند. بسیاری از شرکت‌های کوچک سیستم محاسباتی درستی ندارند که بدانند چه می‌کنند. نتیجه این اقدام این بود که قیمت کالای ایرانی در بازار مقصد سرکوب شده است و شرکت‌های برند ایرانی نمی‌توانند محصول خود را با قیمت واقعی عرضه کنند.

حمایت از تولید، کمرنگ‌تر از همیشه

مسعود شنتیایی

عضو هیات‌نایندگان اتاق تهران

با وجود تحریم بعضی شرکت‌های ایرانی که در حوزه حفاظت الکترونیک فعالیت کرده‌اند به دلیل تقویت زیرساخت‌ها امکان خدمات‌دهی به مشتریان داخلی را دارند. می‌توان گفت سرمایه‌گذاری این واحدها روی زیرساخت‌هایشان در شرایط تحریم نتیجه داده است. تلاش صنایع مرتبط با فناوری اطلاعات در شرایط کنونی این است که به‌ر نحو از دانش فنی دنیا عقب‌نمانیم، اما متأسفانه در بخش دولتی از حمایت‌هایی که انتظار داریم برخوردار نشده‌ایم. قوانین و مقررات در کشور ما به اصطلاح در حمایت از تولید تدوین شده چراکه در واقعیت هیچ‌یک از این قوانین اصالت ندارد و حمایتی از تولید انجام نمی‌شود. بیشتر تجهیزات موردنیاز در فناوری اطلاعات در ایران تولید می‌شود و تنها قطعات محدودی که از تکنولوژی‌های بالایی برخوردار است را از کشورهای شرق آسیا خریداری می‌کنیم. ۶۰ تا ۷۰ درصد از تجهیزات فناوری اطلاعات موردنیاز در ایران تولید می‌شود.

نگاه صنایع مرتبط با فناوری اطلاعات به درون بیش از بیرون است. اعتماد به نفس این شرکت‌ها و اتکای آنها به داخل روز به روز بیشتر می‌شود و این‌رو وحیه را می‌توان تنها پیامد مثبت تحریم‌ها در نظر گرفت.

دیگر اتفاق مثبت این روزها خروج شرکت‌ها با افرادی است که بی‌حساب و کتاب در صنایع مرتبط با فناوری اطلاعات کار می‌کردند. واردات محصولاتی که مشابه آن در داخل تولید می‌شده برای این شرکت‌ها و افراد سخت‌تر شده و راه قیاق این محصولات هم سخت‌تر به نظر می‌رسد. در شرایط کنونی تولیدکنندگان که خود و زیرساخت‌های صنعت‌شان را برای چنین روزهایی آماده کرده بودند، بهتر کار می‌کنند.

و این کشور با قرار گرفتن در جایگاه ۱۷۸، فاسدترین اقتصاد منطقه به حساب می‌آید. پس از آن یمن با رتبه ۱۷۶، لیبی با ۱۷۰، عراق با ۱۶۹ و لبنان با ۱۳۸ در ردیف فاسدترین اقتصادهای منطقه ایستاده‌اند.

قدرتمندترین ارزهای جهان را بشناسید

همچنین در گزارش دیگری که نشریه «فارین پالیسی» از قدرتمندترین

ارزهای جهان منتشر کرده، جالب است که بدانید اقتصادهای خاورمیانه دارای قدرتمندترین ارزهای جهان هستند، چنانچه نشریه فارین پالیسی دینار کویت را قدرتمندترین ارز جهان معرفی کرده است.

به گزارش ایسنا، بیش از ۲۰ کشور در جهان وجود دارند که برخی از آنها دارای ارزهای قدرتمندی هستند که سایر کشورها را نیز نسبت به استفاده از آنها متقاعد کرده است. شاید بسیاری از مردم عقیده داشته باشند که دلار، یورو و پوند قدرتمندترین ارزهای جهان هستند، اما نشریه آمریکایی «فارین پالیسی» اعلام کرده است که کشورهای حاشیه خلیج فارس دارای قدرتمندترین ارزهای جهان هستند.

طبق گزارش «فارین پالیسی» ۱۰ ارز قدرتمند جهان به ترتیب عبارتند از:
* دینار کویت: به دلیل صادرات بالای نفت کویت و انباشت سرمایه، ارزش دلاری می‌شوند و در زمان نوسانات بازارهای مالی بازارش‌تر می‌شوند.

* دلار: مهم‌ترین ارز فعلی جهان که با وجود تلاش کشورهای مختلف

برای کاهش سلطه آن بر اقتصادهای‌شان، هنوز هم نقش تعیین‌کننده‌ای در جهان دارد. از دلار در تراکنش‌های مالی در سطح جهان بیش از هر ارز دیگری استفاده می‌شود.

* ریال عمان: کشوری در همسایگی عربستان و یمن که ساکنانش از رفاه بالایی برخوردار هستند. هر ریال عمانی در بازارهای جهانی بیش از ۲۶ دلار قیمت دارد.

* دینار اردن: هرچند با توجه به وضعیت اقتصادی نامناسب اردن

ردپای بانک‌ها در گرانی مسکن

پورحاجت با بیان اینکه در شرایط جنگ اقتصادی، عملاً بخش تولید از همه طرف محاصره شده است، گفت: ابزارهای مالی را بسته‌اند و این عملکرد، مخاطره افتادن ریسک سرمایه‌گذاری در حوزه مسکن را در پی داشته است. انبوه‌سازان نیز انگیزه خود را برای بازگشت به بازار مسکن از دست داده‌اند که یک تهدید بزرگ برای اقتصاد کشور محسوب می‌شود. بانک‌ها نگاه صحیحی به حوزه تولید مسکن ندارند. وقتی هم که تلاطم در بازار مسکن رخ می‌دهد به اشتباه، انگشت اتهام را به سمت سوداگران می‌گیرند.

وضع مالیات‌های سنگین در حوزه ساخت و ساز

دبیر کانون انبوه‌سازان پیش از این هم با بیان این‌عبارت که «مالیات بر کرده تولیدکنندگان مسکن قرار دارد» از وضع مالیات‌های سنگین در این بخش گلایه داشت. پورحاجت گفته بود: مواد ۵۹ و ۷۷ قانون مالیات‌های مستقیم که از ماده ۶۴ اعتبار می‌گیرد هزینه‌های سنگینی را برای بخش تولید مسکن ایجاد کرده است. متأسفانه در تغییراتی که سال ۱۳۹۴ در حوزه مالیاتی صورت گرفته هیچ تفاوتی بین بخش تولید و سوداگر مسکن قائل نشده است. یعنی جایگاه کسانی که صنعت ساختمان را به عنوان یک صنعت پیشران و ضد تحریم، تقویت و به اشتغال کشور کمک می‌کنند از برخی دلالاتی که از نوسانات بازار مسکن به نوعی موج‌سواری می‌کنند تمیز داده نشده است.

پیشنهاد افزایش وام ۱۶۰ میلیونی مسکن

از سوی دیگر هم‌اکنون سقف تسهیلات پرداختی به متقاضیان ۱۶۰ میلیون تومان از طریق پس‌انداز یک ساله است که با توجه به افزایش قیمت مسکن طی یک سال اخیر، برخی افراد پیشنهاد بالا بردن رقم وام بانکی را داده‌اند؛ پیشنهادی که محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی موافقت نیست و آن را تورم‌زا می‌داند. البته این صحبت وزیر را اغلب کارشناسان و نمایندگان مجلس قبول دارند، اما می‌گویند شاید افزایش وام مسکن در اقتصاد کشور موجب افزایش تورم نشود، اما در شرایط کنونی بهترین و سریع‌ترین راهکار برای خاتمه‌دار شدن خانواده‌ها افزایش میزان وام مسکن است.

وزیر راه و شهرسازی طی روزهای اخیر درخصوص احتمال افزایش میزان تسهیلات بانکی برای کمک به افزایش توان خرید در حوزه مسکن

گفت: بحث تسهیلات خرید مسکن یکی از موارد آثار تورمی به خصوص

فرصت امروز: معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران در تازه‌ترین گزارش خود، وضعیت شاخص ادراک فساد در میان کشورهای منطقه در سال ۲۰۱۸ را منتشر کرده است و طبق این گزارش، کشور اسارات متحده عربی بهترین عملکرد را در مقایسه با دیگر کشورهای منطقه دارد. در این گزارش، تمامی کشورهایی که در منطقه جغرافیایی منا قرار دارند از نظر شاخص ادراک فساد بررسی شده‌اند و ایران نیز در رده‌های میانه این فهرست قرار گرفته است.

براساس اطلاعات ارائه‌شده در این گزارش، امارات متحده عربی با امتیاز ۷۰، هرچند در مقایسه با سال ۲۰۱۷ در میان کشورهای جهان با افت جایگاه مواجه شده است، اما با قرار گرفتن در رتبه ۲۳ جهانی، بهترین کشور منطقه از نظر شاخص مبارزه با فساد در سال ۲۰۱۸ به شمار می‌رود. پس از امارات نیز رقیب سیاسی و منطقه‌ای این کشور یعنی قطر قرار گرفته است. این همسایه جنوبی ایران در قیاس با سال گذشته میلادی چهار رده افت جایگاه داشته، اما همچنان به عنوان کشور ۳۳ جهان از نظر ادراک فساد قرار گرفته است. پس از این دو کشور عمان، عربستان سعودی و اردن بهترین عملکرد را به خود اختصاص داده‌اند. در این میان، عمان توانسته است با جهشی ۱۵ پله‌ای رتبه خود را از ۶۸ به ۵۳ کاهش دهد. بالاترین میزان رشد را در میان کشورهای منطقه به نام خود ثبت کند. براساس اطلاعات منتشرشده در این گزارش، ایران در سال ۲۰۱۸ میلادی امتیاز ۲۸ را در شاخص ادراک فساد به دست آورده و با سقوطی هشت پله‌ای از رتبه ۱۳۰ به رتبه ۱۳۸ جهانی تنزل جایگاه داشته است.

در واقع، کاهش دو واحدی امتیاز و تضعیف هشت رتبه‌ای جایگاه ایران در مقایسه با سال ۲۰۱۷، مهم‌ترین عامل پایین قیمت مسکن را افزایش جدید اتاق بازرگانی تهران خود را نشان می‌دهد.

بدترین عملکرد در میان کشورهای منطقه نیز به‌سوربه اختصاص داشته

قیمت مسکن ۹۱درصد جهش کرده و این در حالی است که ساخت و ساز به عنوان عامل کاهنده قیمت‌ها در شرایط رکودی به سر می‌برد؛ بنا به گفته سازندگان، بانک‌ها نیز به دلایل نامعلوم، همکاری لازم را در پرداخت تسهیلات ساخت انجام نمی‌دهند.

به گزارش ایسنا، رشد تدریجی قیمت مسکن از زمستان ۹۶ آغاز شد و براساس آمار هنوز هم ادامه دارد. در دی‌ماه میانگین قیمت مسکن شهر تهران ۹ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان بود که رشد ۹۱درصدی را نسبت به دی‌ماه سال ۱۳۹۶ نشان می‌دهد. البته سرعت افزایش ماهیانه قیمت‌ها از حدود ۹درصد به حدود ۲درصد رسیده اما خانه‌انقدر گران شده که متقاضیان واقعی در بازار، انگشت‌شمار شده‌اند. بسیاری از مردم منتظر کاهش یا حداقل ثبات قیمت مسکن هستند و این در حالی است که کارشناسان، مهم‌ترین عامل پایین آوردن قیمت مسکن را افزایش ساخت و ساز، به خصوص در خانه‌های کوچک‌متراژ عنوان می‌کنند.

طبق برخی محاسبات هم‌اکنون سالیانه ۳۲۰ هزار واحد مسکونی در ایران تولید می‌شود؛ در حالی که نیاز سالیانه کشور یک میلیون واحد است. سازندگان می‌گویند علی‌رغم مجوز شورای پول و اعتبار به تمامی بانک‌ها برای پرداخت تسهیلات ۱۸درصدی ساخت، اغلب بانک‌ها یا از پرداخت این وام خودداری می‌کنند یا با یک فرمول پیچیده، انقدر نرخ بهره را بالا می‌برند که سرمایه‌گذاری در بخش ساخت و ساز، توجیه اقتصادی خود را از دست می‌دهد.

نقش غیرمستقیم بانک‌ها در گرانی مسکن

دبیر کانون انبوه‌سازان، یکی از عوامل رکود تورمی در بازار مسکن را سیستم بانکی می‌داند که به رونق ساخت و ساز کمک چندانی نمی‌کند. فرشید پورحاجت همچنین معتقد است پیش‌فروش به عنوان مهم‌ترین ابزار تأمین مالی سازندگان غل و زنجیر شده است. او بیان می‌کند: تسهیلاتی که در حوزه تولید مسکن پرداخت می‌شود کمترین ریسک را از نظر اقتصادی دارد، چراکه ضمانت‌ها به صورت کاملاً مشخص از سوی بانک‌ها دریافت می‌شود، اما متأسفانه با وجود تزریق منابع بسیار خوبی که از محل بازگشت ۵۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات مسکن مهر صورت گرفته، این منابع به حوزه مسکن اختصاص نیافته و حتی به استناد قانون ساماندهی که می‌بایست ۱۰۰۰۰ میلیارد تومان به حوزه مسکن داده شود محقق نشده است.

خبرنامه



معافیت جدید برای صادرات ریالی به عراق و افغانستان

جزئیات ۳ تصمیم مهم ارزی بانک مرکزی

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت صادرکنندگان به عراق و افغانستان که تا قبل از ۱۶ مردادماه، به صورت ریالی کالای خود را فروخته‌اند، از شمول رفع تعهد به صورت ارزی معاف شدند.

به گزارش کنفدراسیون صادرات ایران، محمد لاهوتی از تصمیم جدید بانک مرکزی برای صادرکنندگانی که به صورت ریالی به عراق و افغانستان، کالا صادر کرده‌اند، خبر داد و گفت: با توجه به تعامل خوب بانک مرکزی و بخش خصوصی به منظور طرح و حل مشکلاتی که درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود داشت، باید به این نکته اشاره کرد که یکی از تصمیمات دولتی که به محل مناقشه فعالان اقتصادی با بانک مرکزی تبدیل شده، تعهد ارزی درخصوص صادرات ریالی به عراق و افغانستان بوده؛ چراکه در بخشنامه ۲۱ اردیبهشت معاون اول رئیس‌جمهور، صادرات ریالی به بازار عراق و افغانستان از بند پ بخشنامه ارزی مذکور مستثنی شده بود؛ در حالی که بخشنامه بانک مرکزی در دوره مدیریت جدید، صادرات گذشته به این دو کشور را نیز شمول بازگشت ارز صادراتی کرده بود.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران افزود: از آنجایی که از زمان صدور بخشنامه معاون اول رئیس‌جمهور تا زمانی که بخشنامه مرتبط با این موضوع از سوی بانک مرکزی در دوره مدیریت رئیس کل جدید ابلاغ شد، پنج ماه زمان سپری شده بود، بسیاری از صادرکنندگان با این دغدغه مواجه بودند که چطور بابت صادراتی که به صورت ریالی انجام داده‌اند، تسویه ارزی داشته باشند.

وی تصریح کرد: خوشبختانه بانک مرکزی به تازگی پذیرفته تا صادرکنندگانی که تا ۱۶ مرداد ۹۷ کالای صادراتی خود را به صورت ریالی به عراق و افغانستان فروخته‌اند، با ارائه اسناد مثبت‌های که نشان دهد که این ریال، بابت کالاهای صادراتی به حساب آمده، رفع تعهد ارزی حساب شده و رفع تعهد صورت گیرد که به نظر می‌رسد این اقدام، یک همراهی بسیار خوب از سوی بانک مرکزی بوده که یک دغدغه جدی و مشکل اساسی را از سر راه صادرکنندگان برداشت.

لاهوری ادامه داد: در عین حال بانک مرکزی در جهت برداشته شدن موانع پیش روی صادرکنندگان در ثبت سفارش نیز گام‌های جدی برداشته و هم‌اکنون، همکاری بسیار خوبی میان بانک مرکزی و وزارت صمت برای گروه کالاهایی شکل گرفته که قرار است با ارز حاصل از صادرات، وارد کشور شوند؛ به همین دلیل عرضه ارز به سامانه نیما رشد قابل توجهی داشته است.

وی اظهار داشت: در عین حال، با توجه به بخشنامه اخیر بانک مرکزی که مشوق‌هایی برای صادرکنندگانی که ارز را به کشور بازگردانده‌اند، در فروش اسکناس به صرافی‌ها در نظر گرفته است، پیش‌بینی بانک مرکزی این است که یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار در این بازه زمانی، ارز به کشور برمی‌گردد و عرضه ارز بیشتر خواهد شد.

لاهوری ادامه داد: این سه، موضوعات مهمی هستند که در هفته گذشته مورد تصمیم بانک مرکزی واقع شده‌اند و بر این اساس، به نظر می‌رسد که هر سه تصمیم، در جهت افزایش عرضه ارز و تسهیل بازگشت ارز حاصل از صادرات به کشور بوده و دغدغه صادرکنندگان را رفع می‌کند، اما امیدواریم با توجه به تعامل خوبی که بین اتاق بازرگانی، بانک مرکزی و وزارت صمت وجود دارد، موانع واردات در مقابل صادرات و واگذاری ارز صادراتی به اشخاص ثالث نیز هرچه سریع‌تر برطرف و ثبت سفارش نیز تسهیل شود تا عرضه ارز و بازگشت ارز حاصل از صادرات از رشد مناسب‌تری برخوردار شود.

بزرگترین نهاد مالی و بانکداری جهان هم به ارز دیجیتال روی آورد

یکی از بزرگترین شرکت و موسسات مالی در جهان به تازگی اعلام کرده که می‌خواهد به توسعه ارزهای دیجیتال رمزنگاری شده اختصاصی برای خود بپردازد.

به گزارش ایسنا، در راستای استقبال بی‌نظیر کاربران و علاقه‌مندان به بازار ارزهای دیجیتالی رمزنگاری شده، صرافی و مراکز تبادل ارزهای دیجیتالی، رمزپایه‌ای ایجاد شده است که به کاربران و مشتریان این امکان را می‌دهد به خرید و فروش و همچنین سرمایه‌گذاری در ارزهای رمزپایه همچون بیت‌کوین بپردازند.

حالا به تازگی گزارش‌های جدیدی از سوی CNBC منتشر شده است که نشان می‌دهد جی‌پی مورگان که یکی از بزرگترین و مهم‌ترین مؤسسات مالی و شرکت‌های سرمایه‌گذاری در جهان به شمار می‌رود نیز قصد دارد به توسعه یک ارز دیجیتال رمزنگاری شده اختصاصی برای خود بپردازد.

انتظار می‌رود که این نهاد مالی و بانکداری بزرگ و مشهور در آینده‌ای نزدیک سکه دیجیتالی اختصاصی خود موسوم به JPM Coin را به بازارهای مربوطه معرفی و عرضه کند.

بدین ترتیب جی‌پی مورگان (JP Morgan) نخستین شرکت فعال در حوزه بانکداری و سرمایه‌گذاری در جهان خواهد بود که به عرضه و معرفی ارزهای دیجیتال روی می‌آورد.

جیمی دیمون، مدیرعامل جی‌پی‌مورگان دیدگاه و رویکرد خصمانه و منفی‌گرانه‌ای نسبت به بیت‌کوین دارد و شاید یکی از مهم‌ترین دلایل عرضه یک ارز دیجیتال اختصاصی نیز همین رویکرد وی باشد. این نهاد مالی بدین ترتیب به مشتریان و معامله‌گران و سرمایه‌گذاران خود این امکان را می‌دهد تا در آینده‌ای نزدیک تنها با ارز رمز اختصاصی خود این شرکت به انجام مبادلات و سرمایه‌گذاری بپردازند.

فناوری ارزهای دیجیتالی رمزپایه همچون بیت‌کوین یک پول رمزنگاری شده است، این امکان را به کاربران می‌دهد که بدون نیاز به هیچ بانکی مبادلات مالی خود را انجام دهند و همچنین هویت طرفین معامله نیز ناشناس باقی می‌ماند. ارزهای دیجیتالی رمزنگاری شده باید توسط سخت‌افزارهای قدرتمندی که معمولا کارت گرافیک موجود در ابر رایانه‌هاست، استخراج یا به اصطلاح ماینینگ شوند.

گفته می‌شود ارزهای دیجیتالی رمزپایه غیرقابل هک هستند و باید به صورت ناشناس و با استفاده از سخت‌افزارهای قدرتمندی از پلتفرم‌های مخصوص استخراج این نوع ارزهای مجازی، استخراج یا به اصطلاح ماینینگ شوند.

افزایش قیمت طلا و سکه در بازار ادامه دارد

احتمال برگشت نرخ ارز



دو ماه اخیر، هم‌اکنون در یک محدوده افراطی و اشباع‌شده هستند. ماهیدشتی در این رابطه اضافه می‌کند: بنابراین، روند نزولی جدیدی براساس الگوهای هارمونیک در قیمت دلار آغاز می‌شود که با توجه به شرایط کنونی سیاسی و اقتصادی برای بیشتر ناظران عجیب و غیر قابل توجهی است، اما براساس نظریه، با اطلاعاتی که در آینده منتشر می‌شوند، این سقوط غیرمنتظره به راحتی معقول و ممکن دیده خواهد شد.

مرکزی برای عرضه ارز در بازار آزاد، در عمل با واکنش معکوس این بازار همراه شده است.

این تحلیلگر بازارهای مالی ادعا می‌کند: با این وجود، تحلیل اقتصادی نشان می‌دهد وضعیت بدبینانه‌ای که هم‌اکنون در مسائل سیاسی و متغیرهای اقتصاد کلان وجود دارد، قبلاً پیش‌بینی و در نرخ ارز لحاظ شده است. همچنین رفتار و ساختار قیمت تأکید می‌کند که حساب نرخ ارز به هیچ‌وجه کاملاً تخلیه نشده است و در عین حال هیجانات خرید بازار باقیم.

افزایش قیمت طلا و سکه در بازار ادامه دارد و افزایش بهای طلا در بازارهای جهانی و رشد قیمت ارزهای عمده در بازار داخلی دست به دست هم داده تا بازار تهران دیروز دوشنبه برای سومین روز متوالی شاهد رشد نرخ انواع مسکوکات این فلز گرانبها باشد؛ چنانچه به گفته محمد کشتی‌آری، رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر، قیمت سکه از ابتدای این هفته تاکنون حدود ۲،۵ درصد افزایش داشته است، بنابراین قابل انتظار است که میزان خرید و فروش در بازار طلا و سکه بسیار کم شده و در مقابل افزایش قیمت‌ها شاهد کاهش تقاضا در بازار باشیم.

به گزارش ایرنا، روز دوشنبه هم‌زمان با گشایش بازارهای جهانی بهای هر اونس طلا تحت تاثیر افت شاخص دلار آمریکا باز هم روند صعودی به خود گرفت و به ۱۳۲۴ دلار و ۵۰ سنت رسید. بر همین اساس، بهای هر مثقال طلا در بازار تهران یک میلیون و ۸۰۳ هزار تومان و همینطور هر سکه گرمی ۴۱۶ هزار و ۲۲۲ هزار تومان نرخ‌گذاری شد.

در بازار سکه نیز هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم ۴ میلیون و ۲۸۰ هزار تومان، هر قطعه سکه تمام‌بهار آزادی طرح جدید ۴ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان، هر نیم سکه ۲ میلیون و ۴۸۰ هزار تومان و هر ربع سکه یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان فروخته شد و بهای هر سکه گرمی نیز به ۸۰۰ هزار تومان رسید.

بخشی از این افزایش نرخ، ناشی از رشد بهای ارزهای عمده در بازار آزاد است به شکلی که روز دوشنبه هر اسکناس یورو ۱۴ هزار و ۸۰۰ تومان و هر اسکناس دلار آمریکا ۱۲ هزار و ۹۰۰ تومان در صرافی‌های بانکی عرضه شد که نسبت به روز قبل افزایش داشته است.

روز یکشنبه در سامانه سنا نیز میانگین فروش هر یورو ۱۳ هزار و ۹۸۹ تومان و هر دلار آمریکا ۱۲ هزار و ۳۵۷ تومان بود و در سامانه نیما نیز حواله هر یورو به طور میانگین ۹ هزار و ۸۸۱ تومان و هر دلار آمریکا ۸ هزار و ۵۸۵ تومان مبادله شد. گفتنی است که نرخ‌ها در سامانه سنا بیانگر معاملات انجام‌شده توسط بانک‌ها و صرافی‌های مجاز کل کشور است و در سامانه نیما حواله‌های ارزی مبادله می‌شود.

بازار طلا و ارز وارد روند عجیبی می‌شود

در همین ارتباط، یک تحلیلگر بازارهای مالی معتقد است: با وجود عوامل بنیادینی که معطوف به افزایشی بودن نرخ ارز است، تحلیل‌های تکنیکال از آغاز یک روند نزولی جدید خبر می‌دهند.

محمد ماهیدشتی، تحلیلگر بازارهای مالی در گفت‌وگو با ایرناپلاس، می‌گوید: از اواخر آذرماه امسال تاکنون، علی‌رغم اظهارات برخی مقامات، بهای دلار آمریکا از کمتر از ۹ هزار تومان به بیش از ۱۲ هزار تومان رسیده است و هم‌زمان منجر به رشد قیمت سکه طلا از حدود ۳،۲ میلیون تومان به حدود ۴،۴ میلیون تومان شده است.

به گفته وی، این افزایش مجدد نرخ ارز، پس از ترکیدن حساب آن در اوایل مهرماه، مجدداً نگرانی‌هایی را در میان سیاست‌گذاران، مدیران کسب‌وکار و مصرف‌کنندگان ایجاد کرده و این سؤال را به وجود آورده که آیا دور جدیدی از نگرانی، نااطمینانی و جهش ارزی در راه است؟ ماهیدشتی در این رابطه می‌افزاید: از جنبه روانی و اخبار سیاسی، اخبار مضطرب‌کننده‌ای در زمینه تعاملات خارجی، تحریم‌های آمریکا، تصمیمات مجمع تشخیص مصلحت نظام و... منتشر شده و در نرخ ارز انتظارات افزایشی ایجاد کرده‌اند.

این تحلیلگر بازارهای مالی با اشاره به اینکه در حوزه اقتصاد کلان، روند نرخ رشد اقتصادی کاهشی است، ادامه می‌دهد: پیش‌بینی‌ها بر منفی شدن آن اجماع دارند و هم‌زمان نقدینگی هر روز به سطوح نسبی بالاتری می‌رسد و نرخ رشد آن مجدداً طی ماه‌های اخیر شروع به افزایش کرده است. علاوه بر این، نرخ رشد قیمت‌ها به سطوح تاریخی بسیار بالایی رسیده، تورم به شکل شتابانی در حال افزایش است و قیمت مسکن و کالاهای بادوام مانند خودرو و لوازم خانگی رشد زیادی کرده‌اند.

وی همچنین یادآوری می‌کند: قیمت نفت سقوط عمیقی داشته است و تحریم‌ها میزان فروش نفت کشور را کاهش داده‌اند که نگرانی در مورد کسری بودجه و افزایش بدهی دولت را به شدت افزایش داده‌اند. در زمینه سیاست‌های ارزی هم مشوق‌های صادراتی اخیر بانک

همیمان یک انتخاب

16Mbps

ماهیهانه از ۱۰۰۰ تا ۲۵۰۰۰ تومان



۱۵۴۴

asiatech.ir

آسیاتک

asiatech

اخبار

وضعیت بازار شب عید پیراهن

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پیراهن، تصمیم دولت مبنی بر ممنوعیت واردات پوشاک را اقدام امیدوارکننده‌ای دانست که می‌تواند به نفع تولیدکنندگان داخلی این محصول باشد.

مجتبی درودیان در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با بازار شب عید پیراهن، اظهار کرد: یکی از دغدغه‌های تولیدکنندگان این محصول تأمین مواد اولیه تولید همچون دکمه، زیپ و نخ است و با وجود آنکه کمبودی در بازار وجود ندارد، اما نوسان قیمت دلار عاملی شده تا قیمت مواد اولیه همچون نخ در سال جاری بیش از ۱۰ برابر رشد کند.

وی با بیان اینکه قیمت هر دوک نخ در ابتدای سال ۲۵۰۰ تومان بوده و در حال حاضر به ۲۸ هزار تومان افزایش یافته است، تأکید کرد: در شرایط فعلی برای ادامه حیات تولید تمام خریده‌ها به صورت نقدی شده و این موضوع سرمایه در گردش بسیار زیادی را طلب می‌کند و این در حالی است که با رشد قیمت دلار در سال جاری سرمایه تولیدکنندگان به شدت کاهش یافته است.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پیراهن خاطرنشان کرد: بازار با کمبود مواد اولیه و محصول نهایی مواجه نیست، اما رشد قیمت‌ها شرایط را به سمتی برده که از میزان تقاضا در بازار کاسته شده است. البته در همین شرایط تصمیمات دولت مبنی بر ممنوعیت واردات پوشاک وضعیت امیدوارکننده‌ای را برای تولیدکنندگان رقم زده که آثار این تصمیم و اجرای درست آن باید در ماه‌های آینده خود را نشان دهد. درودیان یادآور شد: تولیدی‌های پوشاک و پیراهن با حداکثر توان فعلی خود به تولید پرداخته‌اند و بازار با کمبود نیاز در محصول نهایی مواجه نیست.

وی در پاسخ به این سوال که آیا در سال‌های اخیر میزان سفارش‌دوزی کاهش یافته است، اظهار کرد: میزان سفارش‌دوزی در سال‌های اخیر به شدت کاهش یافته و مردم برای رفع نیاز خود به سمت کالاهای آماده و دوخته شده سوق پیدا کرده‌اند، زیرا محصول آماده نسبت به پوشاک سفارش‌دوزی قیمت کمتری دارد.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پیراهن تأکید کرد: برای دوخت و دوز پیراهن ساده از سوی اتحادیه نرخ مصوبی با توجه به جنس مواد مصرفی و کیفیت دوخت از ۳۰ تا ۵۵ هزار تومان تعیین شده است. درودیان تصریح کرد: در شرایط فعلی با توجه به کاهش میزان سفارش‌دوزی فعالان صنف پیراهن‌دوزان که در واحدهای صنفی سطح شهر فعالیت دارند برای گذران زندگی به تعمیر پیراهن و شلوار روی آوردند و عمده سفارش‌های دوخت پیراهن مربوط به افراد درشت‌اندام و ریزاندام است.

تحویل کود اوره ۳۰درصد افزایش یافت

مدیرعامل شرکت خدمات حمایتی کشاورزی پیش‌بینی کرد که تا پایان امسال میزان تحویل کود اوره به استان‌ها نسبت به سال قبل و میانگین بلندمدت حدود ۳۰درصدافزایش یابد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، حمید رسولی اظهار کرد: تا ۲۶ پهن ماه یک میلیون ۳۰۸ هزار و ۴۴ تن کود اوره به استان‌ها تحویل داده شد، در حالی که این رقم در مدت مشابه سال گذشته یک میلیون و ۲۱ هزار و ۸۸۶ تن بود.

وی با اشاره به اینکه مجموع کل کود اوره تحویلی به استان‌ها تا پایان سال قبل یک میلیون و ۲۱۴ هزار و ۳۹ تن بوده است، افزود: میزان کود اوره تحویلی در ۱۱ ماهه امسال از کل مقدار کود اوره تحویلی در سال گذشته ۹۴ هزار تن بیشتر بوده و این در حالی است که تا پایان سال یک ماه باقیمانده و فرآیند تأمین و تدارک کودهای کشاورزی با جدیت در حال انجام است. رسولی پیش‌بینی کرد که تا پایان امسال میزان تحویل کود اوره به استان‌ها نسبت به سال قبل و میانگین بلندمدت حدود ۳۰درصدافزایش یابد.

آشفته‌گی قیمت‌ها به بازار صیفی‌جات رسید

آشفته‌گی قیمتی که در بازار محصولاتی مانند گوشت قرمز و مرغ مشاهده می‌شد به بازار صیفی‌جات هم رسیده است و این محصولات با قیمت‌های عجیب و غریبی عروض می‌شوند.

به گزارش تسنیم، شاید کسی این فکر را نمی‌کرد که قیمت هر کیلوگرم کاهو به ۱۱ هزار تومان، فلفل دلمه (سسبز) ۱۵هزار تومان، لبو ۸ هزار و ۵۰۰ تومان، کلم ۸ هزار تومان، بادمجان ۸ هزار تومان و گوجه فرنگی به ۹ هزار تومان برسد.

قیمت انواع صیفی‌جات در روزهای اخیر افزایش قابل توجهی یافته است؛ برخی دلیل این نرخ‌های بالورنکردنی را بارندگی روزهای اخیر و عدم برداشت محصول در جنوب کشور و برخی خرید به نرخ دلار و صادرات این محصولات به کشورهای همسایه می‌دانند، اما در هسر حال این محصولات با نرخ‌های غیرقابل قبول و تصوری به مصرف‌کنندگان فروخته می‌شوند؛ برخی از فروشندگان در تهران نیز می‌گویند که با توجه به افزایش قیمت، این محصولات را کمتر برای فروش می‌آورند، زیرا قدرت خرید مردم کاهش یافته است.

قیمت گوجه فرنگی بوت‌های (رسمی) در یکی از فروشگاه‌های خیابان میرزای شیرازی ۷ هزار و ۸۰۰، کاهو پیچ و رسمی نیز ۸ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت دارد؛ فروشندگان در واکنش به گرانی کاهو می‌گویند: ما این محصول را با قیمت مناسبی می‌فروشیم و در صورتی که به دیگر فروشگاه‌ها سری بزنید با قیمت ۱۰ تا ۱۲ هزار تومانی مواجه خواهید شد. بنابر این گزارش به توصیه وی به میوه‌فروشی دیگری نیز سری می‌زنیم هر کیلوگرم کاهوی پیچ ۱۰ هزار و ۸۰۰ تومان و کاهوی رسمی۹ هزار و ۸۰۰ تومان به فروش می‌رسند.البته سایر صیفی‌جات نیز قیمت‌های معمولی ندارد؛ به طوری که هر کیلوگرم بادمجان ۷ هزار و ۸۰۰ تومان، سبیر خشک ۱۶ هزار و ۵۰۰ تومان، سیب‌زمینی ۵ هزار و ۴۰۰ تومان، پیاز ۴ و ۵۰۰ تومان و هویچ ۶ هزار و ۵۰۰ تومان، لبو ۸ هزار و ۵۰۰ تومان و خیار ۷ هزار و ۵۰۰ تومان به فروش می‌رسد.

بنابر این گزارش قیمت عمده‌فروشی هر کیلوگرم کاهوی رسمی و پیچ نیز به ترتیب ۵ تا ۳ هزار تومان و ۴تا ۶ هزار و ۵۰۰ تومان، پیاز ۲ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۴ هزار تومان، سبزی جور ۲ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۴ هزار تومان و سبزی خوردن ۳ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۵ هزار تومان و گوجه فرنگی رسمی و گلخانه‌ای نیز به ترتیب ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۵ هزار تومان و ۴ هزار تومان تا ۹ هزار تومان است.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت بانک مرکزی به‌تازگی پذیرفته

تا صادرکنندگانی که تا ۱۶ مرداد ۹۷ کالای صادراتی خود را به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان فروخته‌اند، با ارائه اسناد مثبت‌ه، رفع تعهد ارزی حساب شده و رفع تعهد صورت گیرد.
به گزارش تسنیم، محمد لاهوتی از تصمیم جدید بانک مرکزی برای صادرکنندگانی که به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان کرده‌اند، خبیر داد و گفت: با توجه به تعامل خوب بانک مرکزی و بخش خصوصی به‌منظور طرح و حل مشکلاتی که درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود داشت، باید به این نکته اشاره کرد که یکی از تصمیمات دولتی که به محل مناقشه فعالان اقتصادی با بانک مرکزی تبدیل شده، تعدد ارزی درخصوص صادرات ریالی به عراق و افغانستان بوده، چراکه در بخشنامه ۲۱ اردیبهشت معاون اول رئیس‌جمهور، صادرات ریالی به بازار عراق و افغانستان از بند پ بخشنامه ارزی مذکور مستثنی شده بود؛ در حالی که بخشنامه بانک مرکزی در دوره مدیریت جدید، صادرات گذشته به این دو کشور را نیز مشمول بازگشت ارز صادراتی کرده بود.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت بانک مرکزی به‌تازگی پذیرفته تا صادرکنندگانی که تا ۱۶ مرداد ۹۷ کالای صادراتی خود را به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان فروخته‌اند، با ارائه اسناد مثبت‌ه، رفع تعهد ارزی حساب شده و رفع تعهد صورت گیرد.
به گزارش تسنیم، محمد لاهوتی از تصمیم جدید بانک مرکزی برای صادرکنندگانی که به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان کرده‌اند، خبیر داد و گفت: با توجه به تعامل خوب بانک مرکزی و بخش خصوصی به‌منظور طرح و حل مشکلاتی که درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود داشت، باید به این نکته اشاره کرد که یکی از تصمیمات دولتی که به محل مناقشه فعالان اقتصادی با بانک مرکزی تبدیل شده، تعدد ارزی درخصوص صادرات ریالی به عراق و افغانستان بوده، چراکه در بخشنامه ۲۱ اردیبهشت معاون اول رئیس‌جمهور، صادرات ریالی به بازار عراق و افغانستان از بند پ بخشنامه ارزی مذکور مستثنی شده بود؛ در حالی که بخشنامه بانک مرکزی در دوره مدیریت جدید، صادرات گذشته به این دو کشور را نیز مشمول بازگشت ارز صادراتی کرده بود.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت بانک مرکزی به‌تازگی پذیرفته تا صادرکنندگانی که تا ۱۶ مرداد ۹۷ کالای صادراتی خود را به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان فروخته‌اند، با ارائه اسناد مثبت‌ه، رفع تعهد ارزی حساب شده و رفع تعهد صورت گیرد.
به گزارش تسنیم، محمد لاهوتی از تصمیم جدید بانک مرکزی برای صادرکنندگانی که به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان کرده‌اند، خبیر داد و گفت: با توجه به تعامل خوب بانک مرکزی و بخش خصوصی به‌منظور طرح و حل مشکلاتی که درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود داشت، باید به این نکته اشاره کرد که یکی از تصمیمات دولتی که به محل مناقشه فعالان اقتصادی با بانک مرکزی تبدیل شده، تعدد ارزی درخصوص صادرات ریالی به عراق و افغانستان بوده، چراکه در بخشنامه ۲۱ اردیبهشت معاون اول رئیس‌جمهور، صادرات ریالی به بازار عراق و افغانستان از بند پ بخشنامه ارزی مذکور مستثنی شده بود؛ در حالی که بخشنامه بانک مرکزی در دوره مدیریت جدید، صادرات گذشته به این دو کشور را نیز مشمول بازگشت ارز صادراتی کرده بود.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت بانک مرکزی به‌تازگی پذیرفته تا صادرکنندگانی که تا ۱۶ مرداد ۹۷ کالای صادراتی خود را به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان فروخته‌اند، با ارائه اسناد مثبت‌ه، رفع تعهد ارزی حساب شده و رفع تعهد صورت گیرد.
به گزارش تسنیم، محمد لاهوتی از تصمیم جدید بانک مرکزی برای صادرکنندگانی که به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان کرده‌اند، خبیر داد و گفت: با توجه به تعامل خوب بانک مرکزی و بخش خصوصی به‌منظور طرح و حل مشکلاتی که درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود داشت، باید به این نکته اشاره کرد که یکی از تصمیمات دولتی که به محل مناقشه فعالان اقتصادی با بانک مرکزی تبدیل شده، تعدد ارزی درخصوص صادرات ریالی به عراق و افغانستان بوده، چراکه در بخشنامه ۲۱ اردیبهشت معاون اول رئیس‌جمهور، صادرات ریالی به بازار عراق و افغانستان از بند پ بخشنامه ارزی مذکور مستثنی شده بود؛ در حالی که بخشنامه بانک مرکزی در دوره مدیریت جدید، صادرات گذشته به این دو کشور را نیز مشمول بازگشت ارز صادراتی کرده بود.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت بانک مرکزی به‌تازگی پذیرفته تا صادرکنندگانی که تا ۱۶ مرداد ۹۷ کالای صادراتی خود را به‌صورت ریالی به عراق و افغانستان کرده‌اند، خبیر داد و گفت: با توجه به تعامل خوب بانک مرکزی و بخش خصوصی به‌منظور طرح و حل مشکلاتی که درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود داشت، باید به این نکته اشاره کرد که یکی از تصمیمات دولتی که به محل مناقشه فعالان اقتصادی با بانک مرکزی تبدیل شده، تعدد ارزی درخصوص صادرات ریالی به عراق و افغانستان بوده، چراکه در بخشنامه ۲۱ اردیبهشت معاون اول رئیس‌جمهور، صادرات ریالی به بازار عراق و افغانستان از بند پ بخشنامه ارزی مذکور مستثنی شده بود؛ در حالی که بخشنامه بانک مرکزی در دوره مدیریت جدید، صادرات گذشته به این دو کشور را نیز مشمول بازگشت ارز صادراتی کرده بود.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران افزود: از آنجایی که از زمان صدور بخشنامه معاون اول رئیس‌جمهور تا زمانی که بخشنامه مرتبط با این موضوع از سسوی بانک مرکزی در دوره مدیریت رئیس کل جدید ابلاغ شد، پنج ماه زمان سپری شده بود، بسیاری از صادرکنندگان با این دغدغه مواجه بودند؛ در واقع، فاصله دو بخشنامه معاون اول رئیس‌جمهور با بخشنامه مردادماه بانک مرکزی، یکی از دغدغه‌های صادرکنندگان به‌شمار می‌رفت که خوشبختانه این مشکل برطرف شده است.

رئیس اتاق مشترک ایران و چین مدعی است، سه ماه است صادراتی نداشت‌ه و با ندانم‌کاری بانک مرکزی، صادرات کشور قفل شده است؛ او معتقد است در صورت عدم اصلاح این شرایط، بهار سختی را پیش رو خواهیم داشت.

اسدالله عسگراولادی در گفت‌وگو با تسنیم، در واکنش به تصمیم اخیر بانک مرکزی تحت عنوان مشقوق‌های بازگشت ارز صادرات برای صادرکنندگان، با انتقاد از سیاست‌های ارزی کشور اظهار کرد: این چه مشوقی است؟ شما نگاه کنید و بگویید چه ارزشی دارد؟ متأسفانه اقدامات بانک مرکزی در این حوزه ندانم‌کاری است و راه‌اندازی سامانه نیما از سوی بانک مرکزی باعث شده صادرات در کشور قفل شود.

وی با تأکید بر اینکه شش ماه بعد صادراتی در کشور وجود نخواهد داشت، گفت: کاهش جوانات، اظهار کرد: اسپانیا زعفران ایران را به این روند است و شما خواهید دید در صورت اصلاح‌نشدن این وضعیت، دیگر صادراتی نداریم. مثلاً همین الان سه ماه است که من هیچ صادراتی ندارم.

اسپانیا و امارات نصف زعفران ایران را به نام خود صادر می‌کنند

اسپانیا و امارات با خرید ۵۰درصد زعفران ایران در صدر مشتریان زعفران صادراتی ایران قرار دارند که پس از انجام تغییراتی در بسته‌بندی و بعضاً کیفیت، آن را به کشورهای دیگر صادر می‌کنند.
به گزارش تسنیم، فرزند سحرخیز عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت جوانان، اظهار کرد: اسپانیا زعفران ایران را به صورت فله خریداری و پس از بسته‌بندی مجدد آن را به عنوان «زعفران اسپانیایی» صادر می‌کند. به همین جهت است که اسپانیا را بزرگترین صادرکننده زعفران دنیا می‌شناسند، امارات نیز زعفران ایرانی را به صورت روزانه و هفتگی توسط دلالان و تجار غیرحرفه‌ای خریداری می‌کند و پس از مخلوط کردن با ناخالصی، به صورت عمده با بسته‌بندی‌های ایرانی و حتی با علامت استاندارد ایران، زعفران مخلوط شده و نامرغوب را به کشورهای حوزه خلیج فارس ،آفریقا و چین می‌فروشد.

وی با اشاره به اینکه بعد از اسپانیا و امارات، چین بزرگترین خریدار زعفران فله ایرانی است، افزود: افغانستان از دیگر مشتریان

سیاست‌های بانک مرکزی درخصوص ارز حاصل از صادرات اعلام شد

تصمیمات جدید برای بازگشت ارز



موانع پیش‌روی صادرکنندگان در ثبت سفارش نیز گام‌های جدی برداشته و هم‌اکنون، همکاری بسیاری خوبی میان بانک مرکزی و وزارت صمت برای گروه کالاهایی شکل گرفته که قرار است با ارز حاصل از صادرات، وارد کشور شوند؛ به همین دلیل عرضه ارز به سامانه نیما رشد قابل توجهی داشته است.

وی اظهار داشت: در عین حال، با توجه به بخشنامه اخیر بانک مرکزی که مشقوق‌هایی برای صادرکنندگانی که ارز را به کشور بازگردانده‌اند، در فروش اسکناس به صراف‌ها در نظر گرفته است، پیش‌بینی بانک مرکزی این است که یک‌میلیارد و ۷۰۰میلیون دلار در این بازه زمانی، ارز به کشور برمی‌گردد و عرضه ارز بیشتر خواهد شد.

لاهوتهی ادامه داد: این سه، موضوعات مهمی هستند که در هفته گذشته مورد تصمیم بانک مرکزی واقع شده‌اند و بر این اساس، به‌نظر می‌رسد که هر سه تصمیم، در جهت افزایش عرضه ارز و تسهیل بازگشت ارز حاصل از صادرات به کشور بوده و دغدغه صادرکنندگان را رفع می‌کند، اما امیدواریم با توجه به تعامل خوبی که بین اتاق بازرگانی، بانک مرکزی

و وزارت صمت وجود دارد، موانع واردات در مقابل صادرات و واگذاری ارز صادراتی به اشخاص ثالث نیز هرچه سریع‌تر برطرف و ثبت سفارش نیز تسهیل شود تا عرضه ارز و بازگشت ارز حاصل از صادرات از رشد مناسب‌تری برخوردار شود.

عسگراولادی: صادرات کشور قفل شد

پول صادرات را چطور وارد کشور کنم که به «نیما» بدهم

وی با انتقاد از تخصیص ارز دولتی و فسادآور بودن ارز ۴۲۰۰ تومانی گفت: ارز ۴۲۰۰ تومانی در شرایط امروز یک حماقت است و نهایتاً دولت ناچار است تا ارز ۴۲۰۰ تومانی را حذف کند و ارز دولتی محکوم به حذف است. شما نگاه کنید الان چند نرخ در بازار ارز وجود دارد؟

رئیس اتاق مشترک ایران و چین با بیان اینکه امروز شرایط به گونه‌ای شده که تهیه ارز برای سفر هم مشکل است، گفت: همین الان در شهر دوبی نمایشگاه بزرگی به نام GULLFOOD در حوزه موادغذایی در حال برگزاری است، ولی به دلیل مشکل تأمین ارز سفرشان نمی‌توانند در این نمایشگاه حضور پیدا کنند؛ خب وقتی به نمایشگاه نروند و خریدارشان را نبینند، طبیعی است که نمی‌توانند اجناس‌شان را بفروشند و صادراتی داشته باشند.

عسگراولادی در پایان درخصوص چشم‌انداز آینده صادراتی کشور گفت: اگر این سیستم اصلاح نشود، شرایط بهار خیلی سخت خواهد بود و بهار سختی در پیش‌رو خواهیم داشت.

بیشترین محصولات صادراتی این شرکت به حساب می‌آید.

وی افزود: با بررسی آمار صادرات زعفران مشاهده می‌شود که تنها ۵درصد از کل زعفران صادراتی کشور اختصاص به بسته‌بندی‌های زیر ۱۰ گرم ویژه مصرف‌کنندگان نهایی و مراکز خرده‌فروشی دارد و ۹۵درصد باقیمانده، در بسته‌های بالای ۱۰ گرم و عمدتاً نیم و یک کیلو صادر می‌شود. در حال حاضر، با توجه به رعایت استانداردها در تولید و بسته‌بندی زعفران، انعطاف در بسته‌بندی سفارشات خارجی، بسته‌بندی‌های لوکس، ارائه خدمات مطلوب و استانداردهای بازارهای بین‌المللی توانسته‌ایم سهم خود را در صادرات زعفران بسته‌بندی ایرانی افزایش دهیم؛ به طوری که در حال حاضر ۴۵درصد از حجم کل صادرات به بسته‌بندی‌های زیر ۱۰ گرم اختصاص دارد و این سهم سال به سال در حال افزایش است.

براساس این گزارش، تولید زعفران بسته به شرایط کشاورزی و آب و هوایی کشورمان بین ۲۰۰ الی ۳۰۰ تن در سال است که این حجم تولید، ایران را در صدر تولیدکنندگان زعفران جهان قرار داده است.

نداشت‌ه؛ تعطیلیم.

رئیس اتاق مشترک ایران و چین با انتقاد از ناکارآمدی سامانه نیما برای صادرکنندگان گفت: آقایان بانک مرکزی می‌گویند صادرکننده باید ارز خود را بیاورد در سامانه «نیما»؛ خب کسی که در آنسوی مرزهای کشورمان خریدار کالای صادراتی ما است، «نیما» نمی‌شناسد؛ «نیما» برای او وجود خارجی ندارد؛ «نیما» دفتر دستکی است که آقایان راه انداخته‌اند و چند صراف را دور هم جمع کرده‌اند و اسمش را گذاشته‌اند «نیما»؛ درحالی‌که طرف خارجی و خریدار کالای صادراتی ما می‌گوید، شما بانک معتبر معرفی کنید تا پول صادرات‌تان را به آن بانک واریز کنم. در چنین شرایطی من پول صادراتم را چطور وارد کشور کنم؟

عسگراولادی در پاسخ به این سوال که چه راهی برای تغییر این شرایط وجود دارد، تأکید کرد: راهش این است که «نیما» را از مسیر صادرات حذف کنند؛ یعنی صادرکننده جواز صادراتی‌اش را بدهد به واردکننده و با هم توافق کنند.

زعفران فله ایرانی است که به عنوان رقیب آینده ایران تلقی می‌شود. افغانستان با خرید زعفران از ایران و فروش آن به عنوان زعفران افغانی، تجارت این زعفران را در دنیا آغاز کرده است.

سحرخیز، عربستان و قطر را نیز جزو خریداران عمده زعفران بسته‌بندی ایران دانست و گفت: مردم کشورهای عربی به دلیل رفت و آمد زیاد به ایران با کیفیت زعفران ایرانی آشنا شده‌اند و تمایل خریدشان به این محصول به نسبت زعفران اسپانیایی روز به روز بیشتر می‌شود.

فرزاد سحرخیز با اشاره به سابقه تولید و همچنین پشتوانه کیفیت زعفران در ایران گفت: با راه‌اندازی واحد تخصصی بازرگانی خارجی و استراتژی فروش، صادرات زعفران بسته‌بندی تحت نام ایران را به سایر کشورها در دستور کار خود قرار داده‌ایم. بسته‌بندی زعفران طبق درخواست مشتری بین‌المللی و به عبارتی به صورت سفارشی تولید شده و به مقصد ارسال می‌شود. بعد از زعفران، دو محصول جای زعفرانی و نبات زعفرانی که تولید اختصاصی کشور ایران است،

اخبار

وزارت بازرگانی آمریکا طرح اعمال تعرفه بر واردات خودرو را به ترامپ ارائه کرد

سخنگوی وزارت بازرگانی آمریکا اعلام کرد که طرح اعمال تعرفه بر واردات خودرو و قطعات یدکی به آمریکا را به رئیس‌جمهور این کشور تقدیم کرده است.

به گزارش خبرنگار فارس به نقل از رویترز، وزارت بازرگانی آمریکا گزارش داد طرح آماده‌شده برای اعمال تعرفه بر واردات خودرو و لوازم یدکی به آمریکا را آماده کرده و به دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور این کشور، ارائه داده است.

چند ماه پیش ترامپ به این وزارتخانه دستور آماده‌سازی این طرح را داده بود و وزارت بازرگانی آمریکا ۲۷۰ روز مهلت داشت تا این طرح را آماده کند.

سخنگوی وزارت بازرگانی آمریکا اعلام کرد که جزییات این طرح را که از سوی ویلبر راس، وزیر بازرگانی، به ترامپ ارائه شده است فاش نخواهد کرد.

این طرح در حالی ارائه شد که تنها دو ساعت به پایان مهلت ۲۷۰ روزه وزارت بازرگانی آمریکا برای ارائه آن زمان باقی مانده بود.

از امروز ترامپ ۹۰ روز فرصت دارد تا درباره پیشنهادات ارائه‌شده و اجرای آنها تصمیم‌گیری کند.

مقامات صنعت خودروی آمریکا انتظار دارند در نتیجه این طرح حداقل بر واردات خودرو و با فناوری و قطعات مرتبط با خودروهای الکتریکی تعرفه گمرکی وارداتی اعمال شود.

بالفاصله پس از آنکه این طرح به کاخ سفید ارائه شد، صنعت خودروی آمریکا دست به کار شدند که علیه آن لابی کنند.

خودروسازان هشدار دادند که ارائه این طرح و استعمال اعمال تعرفه ۲۵درصدی بر واردات میلیون‌ها خودرو و لوازم یدکی به افزایش چند هزار دلاری قیمت آنها و در نتیجه از بین رفتن صدها هزار فرصت شغلی در آمریکا منجر خواهد شد.

انجمن خودروسازان و قطعه‌سازان آمریکا که نماینده صنعت خودروسازی این کشور محسوب می‌شود هشدار داده است که اعمال تعرفه به کاهش سرمایه‌گذاری در آمریکا منجر خواهد شد و این در حالی است که هم‌اکنون به دلیل اعمال تعرفه توسط کاخ سفید بر واردات فولاد، آلومینیوم و لوازم یدکی شاهد کاهش قابل توجه فروش هستیم.

دلالی نمایشگاه‌داران خودرو در کانال‌های تلگرامی

رواج پدیده فروش خودروهای موجود در نمایندگی‌ها در فضای مجازی توسط برخی نمایندگی‌های خودرو جالب توجه است. هم‌اکنون دیده می‌شود که عمده معاملات فروشندگان و نمایندگی‌های فروش خودروسازان و حتی پیدا کردن مشتری در کانال‌های تلگرامی انجام می‌شود و در مدت چند روز، خودرو، آن هم با قیمت روز به دست خریدار می‌رسد.

به گزارش پدال نیوز به نقل از برترین‌ها، بازار خودرو آشفته‌تر از همیشه است، از طرفی سیاست قیمت‌گذاری براساس نزدیکی به نرخ حاشیه بازار (عرضه خودرو در نمایندگی‌ها با فاصله ۵درصد از قیمت بازار) یا درست‌اجرایی نشده و یا شکست خورده، از طرفی وزیر صمت انکار می‌کند که تورم فعلی مرتبط با آن سیاست است و از جانب دیگر مسئول شورای نظارت بر قیمت‌گذاری نهاد ذی‌ربطش را مسئول این آشفته بازار نمی‌داند.

مسئله اساسی‌تر شاید این است که تامین قطعات و واردات اقلام مورد نیاز برای ساخت خودرو معلوم نیست با کدام ارز و به چه نرخ‌ی انجام می‌گیرد، ظاهراً خودروسازان ضرر می‌دهند، در همین راستا گروه خودروسازی سایپا و ایران خودرو برای کنترل قیمت‌ها و تنظیم بازار، فروش فوری محصولات خود را از فردا آغاز می‌کنند. شاید که افزایش عرضه جوابگوی تقاضا شود و تورم بعضا خجالت‌آور برخی خودروهای مطلوب اقتصار ضعیف کنترل شود.

خجالت‌آور یعنی پراید ۱۱۱ شده ۴۷ میلیون تومان! دیروز نتایج یک مسابقه تلگرامی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو به «فارس»، گفت: قرار بود خودروسازان قیمت حاشیه بازار را در شرایطی اعلام کنند که فروش فوری انجام دهند اما هم‌اکنون اعلام قیمت‌ها فقط به صورت کاغذی است و فروش فوری خودرو صورت نمی‌گیرد. مومتی این را هم گفت که برخی نمایندگی‌ها خودرو را از طریق تلگرام می‌فروشند و فرایند دلالی در چنین روند اتفاقی می‌افتد، پرتقال فروش ماجرا در همین جا خانه دارد.

رواج پدیده فروش خودروهای موجود در نمایندگی‌ها در فضای مجازی توسط برخی نمایندگی‌های خودرو جالب توجه است. هم‌اکنون دیده می‌شود که عمده معاملات فروشندگان و نمایندگی‌های فروش خودروسازان و حتی پیدا کردن مشتری در کانال‌های تلگرامی انجام می‌شود و در مدت چند روز، خودرو، آن هم با قیمت روز به دست خریدار می‌رسد.

در آخرین تحول از بازار خودرو دو روز پیش بود که سایپا و ایران خودرو اعلام کردند برای کنترل قیمت‌ها در بازار فروش فوری محصولات خود را از سه‌شنبه آغاز می‌کنند.

عبدالله بابایی، نماینده ویژه مدیرعامل سایپا در فروش و خدمات پس از فروش به «ایسنا»، گفت: برای کنترل قیمت‌ها در بازار و حمایت از مشتریان واقعی بازار شب عید، فروش فوری محصولات گروه خودروسازی سایپا از پس فردا آغاز خواهد شد.

به گفته بابایی هر مشتری با کد ملی و کد پستی می‌تواند یک خودرو خریداری کند.

معاون مدیرعاملی ایران خودرو هم گفت: هم‌زمان با عرضه تعداد بالایی از خودروهای تولیدی و با اجرای شرایط فروش فوری در روزهای آتی، حباب قیمت خودروهای این شرکت در بازار شکسته خواهد شد.

مصطفی خان کریمی با بیان این مطلب افزود: شرکت ایران خودرو با تمام توان خود و بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود به ایجاد بهبود وضعیت تولید تلاش می‌کند، به طوری که در حال حاضر تحویل این شرکت به حدود روزانه ۱۵۰۰ دستگاه رسیده است.

خودروسازی کشور مدیریت آینده‌نگر ندارد



می‌گذاریم، به قیمت سال گذشته نیست و هزینه‌های تولید نیز افزایش پیدا کرده است.

وی افزود: باید در برنامه‌ریزی تولید به سمتهی برویم که شرایط را برای افزایش تولید در کوتاه‌مدت و هرچه سریع‌تر به صورت اورژانسی فراهم کنیم.

قیمت خودرو را به صورت پلکانی افزایش دهیم

انصاری یکی از دغدغه‌های خودروسازان را قیمت دانست و گفت: باید قیمت خودرو را به صورت پلکانی و منطقی افزایش دهیم. البته در این زمینه ضعیف عمل می‌کنیم که خودروسازان نیز مقصر هستند. چون روی افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های تولید کار مناسب نکردند. وی افزود: ما در آنجا با تورم انواع عوامل هزینه‌ساز از جمله نیروی انسانی، هزینه بالای تامین منابع مالی و مدیریت ناصحیح روبه‌رو هستیم. چون زمانی که رئیس‌جمهوری آمریکا گفت می‌خواهند از برجام خارج شوند و صنعت خودرو نیز می‌دانست که در فهرست تحریم خودرو قرار دارد، مدیریت آینده‌نگرانه را حاکم نکرد و به سمت مدیریت آتش‌نشانی حرکت کرد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی افزود: وزارت صنعت، معدن و تجارت یکی از بازیگران اصلی این مساله برای حل مشکل اورژانسی افزایش تولید است که به کمک خودروسازان می‌تواند اقدام کند و کمیسیون صنایع و معادن مجلس نیز در این زمینه کمک می‌کند.

عوامل ابهام‌آفرین در بازار خودرو از نگاه یک استاد دانشگاه

ثبات شرایط خرید نمی‌کنند، اما وقتی قیمت‌ها افزایش می‌یابد شروع به خرید می‌کنند.

وی گفت: با وضعی که دلان به وجود آورده‌اند، برای سرمایه‌گذاری به مردم علامت می‌دهند که وجود سرمایه‌های سرگردان در جامعه به این وضع دامن می‌زند.

راهکارها

کاکایی به برخی راهکارها برای خروج از این شرایط اشاره کرد و افزود: باید قیمت‌گذاری‌ها اصولی و بر مبنای اعداد و ارقام واقعی باشد، به‌طور مثال نرخ واقعی ارز در نظر گرفته شود که در این صورت بازار خود به خود به تعادل می‌رسد.

وی ادامه داد: باید تمرکز در صنعت خودرو بر توسعه فناوری باشد و از توان داخلی حداکثر استفاده انجام شود که نیازمندی نقشه و مدیریت است.

این استاد دانشگاه بیان داشت: خودکفایی بدون برنامه انجام نمی‌شود و باید بدانیم در کدام فناوری‌ها ضعف داریم، کدام قسمت‌ها سودآور یا اقتصادی نیست اما باید انجام شود و دولت در کدام بخش‌ها باید حمایت کند.

وی به ابراز نظر برخی نمایشگاه‌داران اشاره کرد که خودروسازان را مسئول افزایش قیمت‌ها در بازار معرفی می‌کردند و گفت: وقتی فضا مبهم و محدود است، همه یکدیگر را متهم می‌کنند.

دیروز رئیس اتحادیه صنف نمایشگاه‌داران تهران به ایرنا، گفت: وجود انحصار در صنعت خودروسازی کشور، موجب می‌شود بازار را خودروسازان مدیریت کنند و نمایشگاه‌داران نقشی ندارند، بنابراین فقدان عرضه خودرو توسط سازندگان در بازار، افزایش قیمت‌ها را در بر خواهد داشت.

این استاد دانشگاه یادآوری کرد: هنوز مشکلات گمرکی و تخصیص ارز در این صنعت وجود دارد و در این شرایط تولید نمی‌تواند هم‌زمان با افزایش قیمت‌ها افزایش یابد.

وی به آمارهای افزایش تولید دو خودروساز بزرگ کشور در روزهای گذشته اشاره کرد و گفت: پارسال خودروسازان دو برابر میزان تولید کنونی خود تولید می‌کردند.

به گفته وی، تاخیر در تحویل به‌موقع خودروها سبب شده است بازار به شدت تشنه باشد.

به گزارش ایرنا، گروه خودروسازی سایپا بیست و هشتم بهمن‌ماه اعلام کرد: هفته گذشته به صورت میانگین روزانه ۲ هزار و ۶۲ دستگاه خودرو تولید و به بازار عرضه شد و این روند ادامه دارد.

دیروز نیز معاون بازاریابی و فروش ایران خودرو گفت میزان تعهدهای معوق این شرکت با تحویل روزانه بیش از یک هزار و ۵۰۰ دستگاه خودرو تا پایان سال کاهش می‌یابد.

دلان؛ دشمنان ثبات بازار

کاکایی گفت: در پنج تا شش ماه گذشته حاشیه سود بالای خودرو موجب سوءاستفاده دلان شد، به طوری که پیش‌بینی می‌شود حدود ۱۵ هزار میلیارد تومان سود به جیب زده باشند.

وی گفت: در شرایط کنونی، دلان به «دشمن ثبات بازار» تبدیل شده‌اند و فقط با واقعی شدن قیمت‌ها می‌توان آنان را متوقف کرد.

این کارشناس صنعت خودرو افزود: این روزها واقعی شدن قیمت برخی خودروها مانند محصولات شرکت کرمان موتور سبب شده است تولیدات آن در بازار ارزان‌تر از کارخانه خرید و فروش شود و کشتی لازم را نداشته‌باشد.

به گفته وی، ایرانیان یک رفتار جالب اجتماعی دارند که در زمان

عضو هیات علمی گروه مهندسی خودرو در دانشگاه علم و صنعت گفت باید در کنار تقویت نظارت‌ها، جلوی دلایل اصلی فساد در صنعت و بازار خودرو را گرفت که به کاهش تولید و افزایش قیمت‌ها منجر شده است.

«امیرحسین کاکایی» روز دوشنبه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، درباره افزایش قیمت خودرو در روزهای گذشته و قیمت‌گذاری ۵درصد زیر قیمت بازار خودروسازان افزود: از آنجا که راهکارهای اتخاذشده برای کنترل وضعیت بازار ناقص بود، ناکارآمدی این سیستم قیمت‌گذاری نیز پیش‌بینی می‌شد.

به گفته وی، سخنان وزیر صنعت و برخی معاونان این وزارتخانه در دو هفته پیش به‌ویژه تحویل خودروهای پیش‌فروش‌شده با تاریخ تحویل اول شهریورماه تا سوم دی‌ماه به قیمت قبل، «وضعیت مبهمی» را در بازار به وجود آورده است.

به گزارش ایرنا، وزیر صنعت، معدن و تجارت چندی پیش درباره افزایش قیمت خودرو، به بند دوم مصوبه ستاد تنظیم بازار اشاره کرد و گفت: خودروسازان به تحویل خودروهای پیش‌فروش‌شده با تاریخ تحویل اول شهریورماه تا سوم دی‌ماه به قیمت قبل مکلفند.

مشکل اصلی امروز صنعت خودروسازی قیمت نیست
کاکایی ادامه داد: ایجاد ابهام در شرایط کنونی علامت مثبت به دلان و واسطه‌ها می‌دهد که حاشیه سود بازار را بالا آرزویی کنند و در این صورت دلان حرف اول و آخر را در بازار خواهند زد.

وی تاکید کرد: مشکل اصلی امروز صنعت خودروسازی قیمت نیست، هرچند منکر لزوم به‌روز رسانی قیمت‌ها نیستیم، اما باید به بهبود شرایط تولید، فناوری و مقابله با تحریم‌های داخلی و خارجی پرداخت.

با فروش فوری محصولات ایران خودرو به زودی :

حباب قیمت‌های بازار شکسته خواهد شد

خان کریمی تاکید کرد: شرکت ایران خودرو طی روزهای آتی با فروش فوری و تحویل محصولات در سال ۹۷ با روند افزایش قیمت مقابله خواهد کرد.

وی افزود: متأسفانه دلان و سودجویان که عاملان اصلی رشد قیمت‌ها در بازار هستند، همیشه منتظر فرصتی هستند که به موضوع افزایش قیمت سرعت بیشتری بدهند، کما اینکه در روزهای جاری شاهد آن هستیم که دلان از افزایش تقاضا در روزهای پایانی سال و فرا رسیدن ایل نوروز سوءاستفاده کرده و از موقعیت و شرایط کنونی که بر اقتصاد کل کشور حاکم است، حداکثر سودجویی را می‌برند و ما در صدد هستیم که در مقابل این عده از مشتری‌نماها مقابله کرده و خودرو را به دست مصرف‌کننده نهایی برسانیم.

خان کریمی به مشتریان توصیه کرد، که فرب این دلان را نخورده

معاون مدیرعامل در بازاریابی و فروش شرکت ایران خودرو اعلام کرد هم‌زمان با عرضه تعداد بالایی از خودروهای تولیدی و با اجرای شرایط فروش فوری در روزهای آتی، حباب قیمت خودروهای این شرکت در بازار شکسته خواهد شد.

مصطفی خان کریمی با بیان این مطلب افزود: شرکت ایران خودرو با تمام توان خود و بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود به ایجاد بهبود وضعیت تولید تلاش می‌کند، به طوری که در حال حاضر تحویل این شرکت به حدود روزانه ۱۵۰۰ دستگاه رسیده است.

وی افزود: با توجه به سیاست‌های وزارت صمت و تلاش و همیاری زنجیره تامین قطعات و واحدهای تولیدی شرکت ایران خودرو، عدد تحویل در آینده نزدیک به بیش از ۱۵۰۰ دستگاه نیز افزایش خواهد یافت.



برگزاری نخستین کنفرانس کارآفرینی بین‌المللی

نخستین کنفرانس راهکارهای توسعه کارآفرینی بین‌الملل با رویکرد جهانی‌سازی شرکت‌ها اسفندماه سال جاری در مرکز همایش‌های دانشگاه خاتم برگزار می‌شود. بنا بر این گزارش نقش گروه کارآفرین در توسعه کارآفرینی بین‌الملل، ابعاد، انواع و ساختار بنگاه در کارآفرینی بین‌الملل، محصول، خدمت و تکنولوژی در کارآفرینی بین‌الملل، روابط شبکه و نقش آن در توسعه کارآفرینی بین‌الملل، محیط کسب و کار و اقتصاد کلان و تاثیر آن در کارآفرینی بین‌الملل، مکانیزم‌های ارزیابی بازارهای هدف در کارآفرینی بین‌الملل، استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌الملل با رویکرد کارآفرینی بین‌الملل، شناخت بازارهای آمیخته با نگاه کارآفرینی بین‌الملل از جمله محورهای علمی این کنفرانس است.



دریچه

گوگل؛ پیشگام سرمایه‌گذاری در بخش خدمات ابری

از فروشگاه اپلیکیشن گوگل به‌دست آمده است. گوگل روز دوشنبه اعلام کرد که تعداد معاملات پلتفرم ابری این شرکت که بیش از یک‌میلیون دلار ارزش دارند، در سال ۲۰۱۸ دو برابر شده است. به علاوه در پایان سال گذشته، بیش از ۵ میلیون مشتری بابت ابزارهای بهره‌وری ابری این شرکت، پول پرداخت کرده‌اند، اما گوگل اطلاعات جدیدی که به اندازه‌گیری سایز کسب‌وکار ابری این شرکت کمک کنند، ارائه نکرد.

برای مقایسه، فروش خالص ابری آمازون در سه‌ماهه چهارم سال گذشته ۷.۴۳ میلیارد دلار بود.

از طرف دیگر، مایکروسافت هم اطلاعات درآمد خاص ابری خود را (آزور) فاش نمی‌کند. به همین دلیل مقایسه سه شرکت فوق اصلا کار ساده‌ای نیست. واحدی که آزور زیرمجموعه آن است، Intelligent Cloud نام دارد و این واحد نیز در سه‌ماهه مشابه، ۹.۳۸ میلیارد دلار درآمدزایی داشت. لازم به ذکر است که گرچه واحد Intelligent Cloud واژه ابر را در نام خود جای داده، اما بسیاری از محصولات نرم‌افزاری کلاسیک این شرکت مانند پایگاه داده مشهور مایکروسافت و ویندوز سرور را نیز شامل می‌شود. هر دو سرویس فوق در مقایسه با آزور، کسب‌وکارهای قدیمی‌تر و بزرگ‌تری هستند و البته، خدمات ابری محسوب نمی‌شوند.

اکثر کارشناسان بازار معتقدند که AWS آمازون، از رقیب جلوتر است و یکی از محققین هم می‌گوید که AWS حدود ۴۰ درصد سهم بازار ابری را در دست خود دارد.

آیا گوگل رهبر جدید بازار خدمات ابری است؟

اخباری که در زمینه سرمایه‌گذاری‌های گوگل در حوزه خدمات ابری منتشر شد، بحث رهبری بازار را به سمت این شرکت برمی‌گرداند. تقریباً در اواخر سال ۲۰۱۸ دایان گرین، عضو هیات‌مدیره گوگل، این شرکت را ترک کرد. فردی که جایگزین او شد، توماس کوریان بود که از اوراکل جدا می‌شد. کوریان در طول چندین دهه، به ساخت پایگاه داده و اپلیکیشن‌های اوراکل کمک کرده بود و بعدها هدایت تلاش‌های ابری اوراکل را به عهده داشت. ابر اوراکل بر مبنای متریک‌های داخلی، به‌سرعت در حال رشد است و مشتریان را از خرید نرم‌افزارهای این شرکت، به اجاره نرم‌افزارهای اوراکل در ابر، تشویق می‌کند. اما ابر اوراکل، برای علاقه‌مندان و فعالان تکنولوژی، سوژه حساسی نیست. به همین دلیل هم عملکرد کوریان در Google Cloud، آزمونی برای او و شرکتش خواهد بود. گمانه‌زنی‌های زیادی در این خصوص که خرید کوریان، با هدف کمک به سرویس ابری گوگل انجام‌شده، صورت می‌گیرد. روز دوشنبه زمانی که از ساندار پیچای، مدیرعامل گوگل پرسیدند که آیا با حضور کوریان، باید منتظر اتفاق یا تغییرات بالقوه بزرگی باشیم، او از «تداوم» و متمرکز شدن روی بخش‌های پربازده کسب‌وکار سخن گفت.

باوجود تمام سرمایه‌گذاری‌ها و نتایج مالی غیرآشکار و مبهم شرکت‌های مختلف، صنعت ابر معمولاً مسابقه‌ای با سه بازیکن اصلی فرض می‌شود. آمازون در صدر، مایکروسافت در مقام دوم و گوگل در جایگاه سوم، درحالی که بازیکنان دیگری مانند علی‌بابا، IBM و اوراکل، در تعقیب آنها هستند.

منبع: BUSINESSINSIDER/zoomit

استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم پزشکی حمایت می‌شوند

مدیرکل فرهنگی وزارت بهداشت گفت ما به دنبال این هستیم که توجه

دانشجویان به حوزه استارت‌آپ‌ها جلب شود و استارت‌آپ‌هایی نیز توسط دانشجویان راه‌اندازی شود. امیر الله‌گانی در نشست توانمندسازی کارشناسان

انجمن‌های علمی دانشجویی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور در مشهد مقدس، افزود: باید بستر خلاقیت را برای دانشجویان به وجود آوریم تا شاهد رشد آنها در زمینه‌های مختلف به خصوص در عرصه سلامت باشیم. وی به اشاره به اینکه اخیراً توجه به استارت‌آپ‌ها در کشور بیشتر از پیش شده است، اظهار داشت: یکی از مسائل اصلی ما و حوزه‌ای که باید به آن توجه کنیم، باید موضوعات استارت‌آپی در حوزه سلامت باشد. مدیرکل فرهنگی وزارت بهداشت با بیان اینکه شاید هنوز بحث استارت‌آپ‌های حوزه سلامت چندان رایج نشده باشد، افزود: خوشبختانه در چند سال اخیر شاهد راه‌اندازی استارت‌آپ‌هایی در حوزه پزشکی هستیم. وی تأکید کرد: باید بستر خلاقیت را برای دانشجویان به وجود آوریم تا شاهد رشد آنها در زمینه‌های مختلف به خصوص در عرصه سلامت باشیم. البته در این زمینه به کمک‌های فراوانی نیازمندیم چرا که این

نوع فعالیت‌ها در کشور ما نوا هستند. الله‌گانی خطاب به کارشناسان انجمن‌های علمی دانشجویی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور، آنها را سرداران خط مقدم این عرصه معرفی و بیان کرد:

ما در عرصه فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی نباید فقط به فکر خروجی فعالیت‌ها باشیم و فقط آن را مد نظر قرار دهیم. برخی فعالیت‌ها تنها به هدف آشنایی دانشجویان با آن حیطه انجام می‌شوند.

وی خاطر نشان کرد: ما به دنبال این هستیم که توجه دانشجویان به حوزه استارت‌آپ‌ها جلب شود و استارت‌آپ‌هایی نیز توسط دانشجویان راه‌اندازی شود. اهمیت مسیری که دانشجویان پزشکی در عرصه فرهنگی طی می‌کنند، از اهمیت نتیجه کمتر نیست.

مدیرکل فرهنگی وزارت بهداشت با اشاره به موازی‌کاری‌هایی که در حوزه فرهنگی و دانشجویی انجام می‌شود، خاطر نشان کرد: نگاه ما این است که نقش تربیتی یک فعالیت فرهنگی از خروجی آن کمتر نیست و اگر این نگاه تربیتی را داشته باشیم موازی‌کاری هم هیچ ایرادی ندارد.



نهال توسعه باید مبتنی بر بوم و فرهنگ جامعه توانمند شود

نسخه مناسبی برای حمایت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها نیست. بسیاری از کسب و کارهای اینچینی می‌توانند باعث جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و صندوق‌های خطرپذیرها باشند.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان اهمیت گذار از اقتصاد منبع‌محور به اقتصادی مبتنی بر بوم و فرهنگ را یادآوری کرد و گفت: سرمایه‌گذاری دولت باعث ایجاد یک فرهنگ نادرست شده است. حاصل این دخالت دولت، سر بر آوردن صنایعی اگرچه با ابعاد بسیار بزرگ، اما بازدهی نه چندان مطلوب برای جامعه شده است.

ستاری این موضوع را ناشی از فرهنگ نادرست وابستگی به درآمدهای نفتی دانست و تأکید کرد نهال توسعه باید بر مبنای ویژگی‌های بومی پاگیرد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها خط مقدم میدان اقتصاد دانش‌بنیان هستند. صندوق‌های پژوهش و فناوری استانی، حلقه واسطی برای حمایت مالی از این کسب و کارها به شمار می‌آیند.

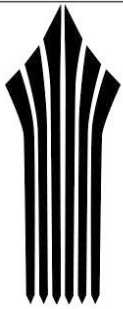
به اعتقاد معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری توسعه واقعی از دل بوم یک استان شکل می‌گیرد؛ شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها فرصت خوبی برای رساندن ظرفیت‌های بومی استان به اشتغال، ارزش افزوده و توسعه پایدارند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری که همزمان با سفر رئیس جمهوری به استان هرمزگان سفر کرده بود، به پارک علم و فناوری رفت و با فناوران مستقر در این پارک به گپ و گفت صمیمی نشست. ستاری در سخنانش از ضرورت زیست‌بوم و اهمیت گستراندن فرشی زیر پای جوانان خلاق دانش‌بنیانی و استارت‌آپی بومی گفت. به گفته ستاری، برای اینکه دانش و نوآوری را اقتصادی کنیم به یک زیست‌بوم نیاز داریم. تلاش ما این است در استان هرمزگان و دیگر نقاط کشور این زیست‌بوم ایجاد شود. خوشبختانه فرهنگ نوآوری و کارآفرینی فراتر رفته و اکنون به دیگر شهرها تسری یافته است.

اهمیت زیست‌بوم

از منظر معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، وام و پول مستقیم همیشه





دانشگاه جامع علمی کاربردی

ایجاد مرکز نوآوری در دستور کار دانشگاه‌های علمی کاربردی است

رئیس دانشگاه جامع علمی کاربردی با بیان اینکه ۱۰۰ مرکز نوآوری در کشور احداث شده است، گفت ایجاد مرکز نوآوری در هر دانشگاه علمی کاربردی چشم‌انداز این دانشگاه محسوب می‌شود. محمدحسین امید روز دوشنبه در جشن فارغ‌التحصیلان دانشگاه علمی کاربردی استان به میزبانی سالن اجتماعات هلال احمر شهر سمنان ضمن بیان اینکه امروز بیشترین بیکاران را فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فاقد مهارت تشکیل می‌دهند، ابراز داشت: یکی از اهداف این دانشگاه تربیت دانشجویان به سمت کسب مهارت‌های نوین و کاربردی کردن آموزش‌ها است که بر این اساس ایجاد مراکز نوآوری در دستور کار قرار دارد.

یادداشت



با این راهکارها استارت‌آپ خود را به درآمد بیشتری برسانید

شریک کنید، انگیزه و تمایل بیشتری برای کار خواهند داشت و در پی آن درآمد استارت‌آپ‌تان نیز بالا می‌رود. پس مشوق‌های منظم تأثیر فوق‌العاده‌ای خواهند داشت و پرداخت آنها نیز خیلی روی درآمدتان تأثیرگذار نیست. علاوه بر آن، می‌توانید مقداری از سهام شرکت را برای افزایش انگیزه کارمندان به آنها اختصاص دهید.

مدیر، مسئول شکست و موفقیت یک استارت‌آپ است و نباید برای شکست یک شرکت تازه‌تأسیس کارمندان را مورد سرزنش قرار داد. این هنر شماسست که بتوانید اعضای تیم کاری‌تان را به درستی

انتخاب کنید و کارهایی را به افرادی واگذار کنید که تخصص و مهارت لازم را ندارند. پس وقتی استارت‌آپ شما در خطر است که تیم کاری مناسبی جذب نکرده باشید یا از ابزارهای انگیزشی درستی بهره‌مند نباشید.

باید برای تیم کاری‌تان ارزش قائل شوید

اگر می‌خواهید استارت‌آپ شما در راستای دستیابی به اهداف و برنامه‌ها پیش برود، باید به اعضای تیم‌تان احترام بگذارید و برای آنها ارزش قائل شوید. در این صورت است که کارمندان متعهد و باانگیزه خواهید داشت و به موفقیت می‌رسید. پس تمام اعضای تیم برای شما ارزشمند هستند و باید نهایت دقت خود را در انتخاب نیروی کاری به خرج دهید. نباید به عنوان مدیر در هیچ شرایطی به افراد تیم خود دروغ بگویید، حتی اگر هدف‌تان ایجاد انگیزه در آنها باشد زیرا ممکن است تأثیر معکوسی داشته باشد.

از افراد دور کار استفاده مثبت ببرید

می‌توانید از کارمندان دور کار استفاده کنید زیرا این افراد مزیت‌های زیادی برای یک کسب‌وکار آنلاین دارند. امروزه با فراگیر شدن اینترنت دیدگاه‌ها دچار تغییر شده و نیاز نیست تنها افرادی را استخدام کنید که در شهر شما زندگی می‌کنند، این طرز تفکر بسیار قدیمی بوده و از باورهای یک مدیر موفق دور است. پس اگر این امکان وجود دارد تا از افراد توانمند در دیگر مناطق استفاده کنید، این فرصت را برای پیشرفت استارت‌آپ خود از دست ندهید. حتی می‌توانید به کارمندان خود امکان دهید از راه دور کار کنند، البته نیاز است جلساتی حضوری بر پا کنید تا برنامه‌ریزی‌ها را به گوش آنها برسانید.

منبع: Entrepreneur/ucan



در دنیایی که رقابت زیادی میان کسب و کارها وجود دارد، تأسیس یک شرکت جدید و راه‌اندازی استارت‌آپ کار چندان آسانی نیست. کارآفرین لازم است تیمی از افراد با انگیزه و با کارایی بالا را استخدام کند تا بتواند احتمال موفقیت استارت‌آپ خود را افزایش دهد. در ادامه با ما همراه باشید تا چهار راهکار مدیریتی را برای افزایش درآمد شرکت‌تان بیان کنیم.

یک کارآفرین مستقل ممکن است در مدیریت استارت‌آپ خود با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو شود، وقتی شرکت تازه تأسیس شما به موفقیت می‌رسد که تیم کاری قدرتمندی داشته باشید تا در نهایت درآمد فوق‌العاده‌ای را برای‌تان به ارمغان آورند.

خوبی روی رزومه

کارمندان تکیه نکنید

برای استخدام نیروی کاری خود به رزومه آنها توجهی نداشته باشید، زیرا معمولاً هر فردی در ارائه رزومه خود زیاده‌روی می‌کند و از توانایی‌هایی می‌گوید که از آنها به دور است. لازم است خودتان با آنها ارتباط برقرار کنید و از توانایی‌های‌شان مطلع شوید.

پس به جای اینکه از آنها رزومه بخواهید، بگویید درباره خودشان حرف بزنند و به آنها بگویید تمایل دارید خود واقعی‌شان را بشناسید و خیلی روی دستاوردها و توانایی‌های‌شان تکیه ندارید. بر حسب مواردی که می‌شنوید سوالاتی از آنها

بپرسید تا بتوانید شخصیت او را مورد بررسی و تحلیل قرار دهید. در زمان مصاحبه از فرد متقاضی کار بخواهید به طریقی توانایی حل مسئله خود را به نمایش بگذارد. مثلاً مدیری از فرد مقابل می‌خواهد به هر روشی که می‌تواند مکعب روبیک را حل کند. به طور قطع فردی مناسب است که به دنبال راه حل سریع‌تر باشد تا اینکه بنشیند و خود تلاش کند مکعب را حل کند. پس فردی در استخدام موفق می‌شود که گوشی خود را از جیبش بیرون آورد و در اینترنت به دنبال حل مسئله باشد.

تیم کاری‌تان را در درآمد و هزینه‌ها شریک کنید

باید به عنوان یک کارآفرین به این مسئله توجه داشته باشید که به هر کسی به قدر ارزش کاری که انجام می‌دهد حقوق پرداخت کنید. البته می‌توانید برای افزایش بهره‌وری و کارایی استارت‌آپ خود از مشوق‌هایی نیز استفاده کنید. مثلاً اگر تیم کاری‌تان را در درآمد

ال جی: به جای تولید موبایل تاشو باید به فکر نجات برندمان باشیم

اوضاع مالی ال جی موبایل به قدری نابسامان است که در آستانه MWC ۲۰۱۹ از تصمیم خود برای معرفی موبایل تاشو در کنار محصولات دیگر صرف نظر کرده است. به گزارش دیجیاتو، این کمپانی که در رویداد CES ۲۰۱۹ با معرفی تلویزیون رول‌شونده توجهات زیادی را به خود جلب کرد، حالا مدعی شده که هنوز زمان مناسب برای ارائه موبایل تاشو فرا نرسیده است. «برایان کوون»، رئیس بخش موبایل و تلویزیون ال جی در مصاحبه‌ای مطبوعاتی گفته است:

فناوری پیشرفته تلویزیون رول‌شونده یک گام از موبایل تاشو جلوتر است، اما پس از بررسی‌های دقیق از تولید موبایل تاشو منصرف شدیم. تعداد خریداران پیش‌بینی شده برای گوشی هوشمند تاشو حدود یک میلیون نفر است، اما مساله اصلی ما در بازار گوشی‌های هوشمند بازپس‌گیری جایگاه قبلی است. بنابراین عرضه این دستگاه برای ال جی هنوز بسیار زود است، هرچند از نظر فناوری کاملاً آماده پاسخگویی به نیاز مشتریان هستیم.

از این مصاحبه نمی‌توان به درستی دریافت که آیا ال جی اساساً موبایل تاشو را توسعه نداده یا به خاطر تقاضای اندک آن را عرضه نمی‌کند، هر چند بخش دوم محتمل‌تر به نظر می‌رسد. کمپانی‌های سامسونگ، هوآوی و شیائومی خود را برای معرفی موبایل تاشو در روزهای آینده آماده می‌کنند و این در حالی است که اجماع کاملی بر سر فرم فاکتور آن هنوز حاصل نشده، تا جایی که TCL پنج طرح مختلف را برای توسعه این محصول در دست دارد. آقای کوون از سه ماه قبل سکان هدایت بخش موبایل ال جی را به دست گرفته و ظاهراً با کنار گذاشتن روی‌پزدازی‌های طراحان، هدف اصلی را رسیدن به ساحل آرامش قرار داده چرا که در غیر این صورت سرنوشت تلخی همچون نوکیا و HTC در انتظار آنها خواهد بود.



رشد ۴۶ درصدی استخدام در کسب‌وکارهای دیجیتال

سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ و در روزهای بحران اقتصادی مورد ارزیابی قرار گرفته است.

طبق این گزارش، کسب‌وکارهای دیجیتال و استارت‌آپ‌ها ۴۶ درصد رشد استخدام داشته‌اند. تقاضا برای بعضی شغل‌ها مثل Developer هم نه تنها افت نداشته، بلکه همچنان سهم بالایی از نیاز کسب‌وکارها را به خود اختصاص می‌دهد. آمارها می‌گویند برخلاف انتظار، در روزهای بحران بزرگ‌ترین تعدیل نیروها در شرکت‌های بزرگ اتفاق افتاده است. حجم استخدام‌ها به‌طور کلی ۶ درصد افت داشته است که این افت برای شرکت‌های بالای ۱۰۰ نفر ۱۳ درصد بوده و برای کسب‌وکارهای زیر ۱۰۰ نفر ۵ درصد اعلام شده است، اما در مقایسه سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۸ بیشترین کاهش استخدام مربوط به شرکت‌های مخابراتی با ۷۷ درصد، نیروگاه‌ها با ۷۰ درصد و شرکت‌های دارویی و شرکت‌های تجهیزات پزشکی با ۵۸ درصد بوده است. در این میان شرکت‌های خودروسازی با ۲۷ درصد در رتبه بعدی قرار دارند.



گزارش تازه‌ای از آمار بازار کار ایران در مقایسه سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ نشان می‌دهد که به‌رغم افزایش تحریم‌ها، کسب و کارهای دیجیتال و استارت‌آپ‌ها رشد ۴۶ درصدی را در موضوع استخدام تجربه کرده‌اند.

با وجود اینکه در روزهای تحریم، گران شدن لحظه‌ای ارز و نوسان بازار، خیلی از کسب و کارهای ایرانی را با مشکل مواجه کرد و بسیاری از شرکت‌های بزرگ ایرانی مجبور به تعدیل نیرو شده و بعضی استخدام نیروی جدید را متوقف کردند، اما شواهد نشان می‌دهد که برخی کسب‌وکارهای فناوری اطلاعات نه تنها متوقف نشده‌اند که حتی استخدام نیروی کار در آنها افزایش هم داشته است.

طبق تازه‌ترین گزارش منتشرشده از سوی شرکت دانش‌بنیان ایران تلنت، در سال ۲۰۱۸ کسب‌وکارهای دیجیتال و استارت‌آپ‌های ایرانی ۴۶ درصد رشد استخدام داشته‌اند و تقاضای بازار کار برای متخصصان حوزه کامپیوتر ۱۴ درصد افزایش داشته است. در این گزارش، وضعیت کسب‌وکارها در زمینه منابع انسانی در

۴ جشنواره فین تک، فیلم، استارت‌آپ و شهر هوشمند برگزار می‌شود

برگزار شده است. این دوره دکترا که در صدد برگزاری آن هستیم باعث می‌شود مدیران خوبی در این حوزه تربیت شوند. دکتر علی صالح‌آبادی، مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران نیز

این مراسم به عنوان یکی از برنامه‌های پنجمین گردهمایی بزرگ فناورانه در مرکز فایبا که بیش از یک دهه از فعالیت آن می‌گذرد، برگزار شد. ابراهیم مقدم، رئیس هیات مدیره فایبا گفت: مشکلی که در حال حاضر احساس می‌شود، این است که دانشجویان بعد از فارغ‌التحصیلی نمی‌توانند به راحتی شغلی برای خودشان بیابند. اگر همینطور ادامه بدهیم به جایی نخواهیم رسید. باید در کنار کلاس‌های تئوری، کلاس‌های کاربردی را نیز اضافه کنیم تا بعد از دانشگاه افراد بتوانند وارد بازار کار شوند.



وی افزود: این کمپود را در حال حاضر حس می‌کنیم و امیدواریم دولت در این زمینه ورود کند. ما در این مرکز آماده کمک هستیم. وی ادامه داد: تا رونمایی نمایشگاه پنجم ۱۱ ماه زمان است و ما در این مدت می‌توانیم برنامه‌ریزی درستی انجام دهیم. این مراسم برای رونمایی از نمادهای سه رویداد ITE ۲۰۱۹، جشنواره فیلم تراکتش و دوره DBA بانکداری دیجیتال

رئیس سابق سازمان بورس و اوراق بهادار افزود: تکنولوژی‌های جدید می‌تواند نیاز به شعبه بانکی را کمتر کند. بانکداری دو حوزه مهم دارد. یکی پرداخت و دیگری تسهیلات. در حوزه پرداخت، این روزها موبایل بانکینگ و اینترنت اشیا وارد میدان شده‌اند و می‌توان از این دو طریق کارهای حوزه پرداخت را انجام داد.

کارگاه برندینگ

تبلیغات سخت تر است یا فضاوردی؟

نویسنده: ملیکانصیر
کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

«مگر می‌خواهی موشک هوا کنی؟!»
اصطلاحی که همه ما هنگام اعتراض به سختی انجام کاری با آن مواجه شده‌ایم، اما به راستی تبلیغات دشواری بیشتری دارد یا فضاوردی؟
تبلیغات امر مهمی است که بسیاری از کسب و کارها با آن مواجه شده‌اند. بدون شک نقطه تفاوت تبلیغات و فضاوردی بسیار زیاد است، اما وجه عمده تفاوت آن را می‌توان به پویایی محیط تبلیغات و مخاطب بودن انسان با ویژگی‌های پیچیدگی و غیرقابل پیش‌بینی بودن معرفی کرد.

تبلیغات کار ساده‌ای است لیکن روی صحبت ما درباره دشواری تبلیغات موفق است! یک تبلیغ موفق نیازمند تلفیق و تلاقی ارسال پیام درست به مخاطب درست از طریق رسانه‌های تبلیغاتی مناسب است و برای دستیابی به چنین کاری باید سلاقی مشتریان را به طور کامل مورد بررسی قرار داد.

تبلیغات، شکلی از ارتباط با واسطه از طریق یک منبع قابل شناسایی است که به ازای پرداخت مبلغی طراحی شده تا مخاطب را به انجام برخی اقدامات در زمان حال یا آینده تحریک کند.

منظور از ارتباط با واسطه، indirect بودن تبلیغات است. در تبلیغات، کسب و کارها از طریق رسانه‌های مختلف به طور غیرمستقیم با مخاطبان خود در ارتباط قرار می‌گیرند.

پرداخت مبلغ وجه تمایز تبلیغات را با روابط عمومی که به شکل رایگان صورت می‌گیرد، آشکار می‌کند.

تحریک اقدامات مشتریان از قبیل خرید محصولات، آزمایش محصولات و ... را شامل می‌شود.

تبلیغات پیشینه گسترده‌ای دارد و مستلزم هزینه و سرمایه‌گذاری است. هزینه تبلیغات در سراسر جهان در سال ۲۰۱۰ به بیش از ۵۰۰ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۶ به بیش از ۵۴۴ میلیارد دلار رسید. پیش‌بینی‌ها حاکی از این است که هزینه تبلیغات در سال ۲۰۲۰ به بیش از ۷۱۲ میلیارد دلار خواهد رسید.

دو دیدگاه در رابطه با اثرات تبلیغات معرفی شده است:

دیدگاه اول: تبلیغات روی فروش و شناخته‌شدن برند کسب و کار اثرگذار است، اما تضمینی برای این اثرگذاری و موفقیت آن وجود ندارد. تبلیغات پرهزینه است و به همین دلیل طی وجود بحران‌ها و شرایط اضطراری اولین قربانی برای کاهش هزینه‌ها، تبلیغات محسوب می‌شود. همان‌طور که طی بحران‌های ۲۰۰۸ تبلیغات بسیاری از کسب و کارها کاهش پیدا کرد.

دیدگاه دوم: تبلیغات جزئی از هزینه‌ها محسوب نمی‌شود، بلکه سرمایه‌گذاری بلندمدت است! در این دیدگاه تاکید می‌شود حتی با وجود بحران‌ها باید تا حدودی تبلیغات را افزایش داد چرا که سبب نجات کسب و کارها خواهد شد!

از جمله مزایای تبلیغات را می‌توان گفت:

۱. اطلاع‌رسانی: آگاهی مشتریان از ویژگی‌های محصول و شناخت وجه تمایز رقابتی کسب و کارتان با سایر رقبای‌تان توسط مشتریان.
 ۲. تاثیرگذاری: تاثیر روی مشتریان و تحریک اقدامات آنها
 ۳. یادآوری: در بعضی از دوره‌های زمانی با توجه به رخدادهای بازار می‌توان از این مزیت بهره گرفت. به‌طور مثال بحث مطرح‌شدن پالم در روغن‌ها و استفاده از مزیت یادآوری توسط شرکت اوپلا در تولید روغن بدون پالم توانست فروش بسیار خوبی را از آن خود کند.
 ۴. معرفی برند: برند و برندینگ اهمیت بسیار زیادی دارد. کسب و کارتان را همانند کوه یخی در نظر بگیرید که بیشتر از نیمی از آن در زیر آب قرار دارد و دیده نمی‌شود. بالاترین قسمت کوه یخ در معرض دید همگان قرار دارد همان برند شماست. برای داشتن برند بسیار قوی باید سرمایه‌گذاری کرد و پایه‌های قدرتمندی داشت. تبلیغات شما را در این امر مهم یاری می‌رساند.
- برای تدوین بودجه و هزینه‌های تبلیغات از راه‌های زیر می‌توان استفاده کرد:

۱. درصدی از فروش:

در این روش بر مبنای فروش سال پیش یا پیش‌بینی فروش سال آتی، درصدی را برای هزینه تبلیغات اختصاص می‌دهند. میانگین درصد در نظر گرفته‌شده در سال ۲۰۱۱ حدوداً ۳.۲۸ درصد بوده است. از جمله مشکلات بزرگ این روش این است که رابطه بین فروش و تبلیغات معکوس در نظر گرفته شده است. ما تبلیغات انجام می‌دهیم تا به فروش خوبی دست پیدا کنیم، اما با استفاده از این روش ما فروش می‌کنیم تا تبلیغات خود را ادامه دهیم.

۲. هدف-وظیفه:

یکی از منطقی‌ترین و بهترین روش‌های موجود است اما سختی بسیار زیادی دارد. در این روش اهداف ارتباطات بازاریابی مشخص می‌شود، سپس اهداف تبلیغات و اهداف عملیاتی شناسایی شده و برای دسترسی به اهداف، میزان هزینه تبلیغات را تخمین می‌زنند.

۳. برابری رقبا:

در این روش بر اساس میزان بودجه‌ای که رقبا برای تبلیغات اختصاص داده‌اند، میزان هزینه برای تبلیغات خود را در نظر می‌گیریم، اما از دو سنجه استفاده می‌کنیم: - ۱ سهم بازار - ۲ صدای بازار. این دو سنجه ارتباط همبستگی دارند. با شکل زیر می‌توان میزان بودجه تبلیغاتی خود را شناسایی کرد:

۴. استطاعت مالی:

کسب و کارها بدون توجه به سایر عوامل بر حسب توانایی و میزان بودجه در دسترس خود برای تبلیغات هزینه می‌کنند.

فرقی نمی‌کند شما از کدام روش استفاده کنید یا به ترکیب چند روش بپردازید مهم آن است که شما تبلیغات داشته باشید. همان‌طور که شرکت پراکت اند گمبل بیان می‌کند:

از کنار تبلیغات مانند ورزش کردن می‌توان خیلی راحت گذشت و آن را نادیده گرفت. زیرا هیچ خطر سریعی متوجه شما نخواهد شد، اما همان‌طور که برای داشتن بدنی سالم باید به طور منظم ورزش کنید، برای اینکه برند شما سرپا بماند نیز باید همواره آن را تبلیغ کنید. می‌توانید زمان ورزش کردن را صرف تماشای تلویزیون و انجام کارهای متفرقه کنید و این فرصت را از دست بدهید، اما این کار اشتباه است و در آینده بهای سنگینی باید بپردازید و شاید تمام عمر باید رژیم بگیرید تا مشکل اضافه وزن خود را حل کنید.

منبع: modirinfo



بازاریاب‌ها از اوایل هزاره جدید به دنبال وسعت اینترنت سراغ پیش‌بینی ایده‌های موفق آنلاین رفته‌اند. در این مسیر بسیاری از بازاریاب‌ها با شکست مواجه شده‌اند. همچنین بسیاری از برندها نیز پول‌شان را به بدترین شکل ممکن به هدر داده‌اند، اما برخی از مدیران برندها نیز با ایده‌های جالب موفق به جلب نظر طیف وسیعی از کاربران اینترنت شده‌اند.

در بسیاری از مواقع محتوای آنلاین برتر موفقیت خود را مدیون غیر قابل پیش‌بینی بودن‌شان هستند. در هر صورت هیچ‌کس فکر خلق محتوایی جالب از سوی یک موزه کوچک را هم نمی‌کرد. با این حال عامل دیگر موفقیت برندها در دنیای اینترنت خلاقیت بالاست. به این ترتیب همیشه مطالبی در فضای آنلاین ترند می‌شود که میزان بالایی از خلاقیت به همراه داشته باشد.

در پایان روز، کاربران شبکه‌های اجتماعی به کیفیت و نوآوری مطالب بیش از هر چیز دیگری اهمیت خواهند داد، بنابراین اگر در حال تولید و به اشتراک‌گذاری مطالب جذاب، خلاقانه، خنده‌دار و کاملاً نوآورانه هستید، با پیروزی فاصله چندانی نخواهید داشت.

در فوریه ۲۰۱۸ کی اف سی یک فاجعه حوزه روابط عمومی را به پیروزی بزرگ بدل کرد. مشکل اصلی از جایی شروع شد که ۷۵۰ رستوران این برند در بریتانیا و ایرلند به دلیل تجهیزات و مواد اولیه نامناسب بسته شد. جالب اینکه مقامات محلی به طرفدارهای کی اف سی اعلام کردند که کمبود مرغ سوخاری دلیل قانع‌کننده‌ای برای تماس با پلیس نیست. به راستی کی اف سی چگونه با مشکل کمبود ۷۵۰ رستوران‌اش در زمینه عرضه مرغ سوخاری کنار آمد؟ در قدم نخست آنها به طور کامل مسئولیت اتفاق پیش آمده را قبول کردند. سپس پیام عذرخواهی عمومی روی شبکه‌های اجتماعی و خبرگزاری‌ها درج کردند.

بر اساس اعلام رسمی کی اف سی، آنها در تلاش برای راه‌اندازی سامانه‌ای هوشمند برای اطلاع‌رسانی در مورد میزان غذای باقی مانده در رستوران‌های‌شان هستند. به این ترتیب دیگر مشکلاتی مانند آنچه در فوریه ۲۰۱۸ پیش آمد، رخ نخواهد داد.

جنی پکمن به عنوان برندی که میزان بالایی از جذب مخاطب را در هر سال تجربه می‌کند، اقدام کی اف سی در راستای پذیرش مسئولیت اشتباه رخ‌داده را مثال بارز پیگیری سیاست صداقت می‌داند. به این ترتیب کی اف سی ثابت کرد در عمل نیز به تعهداتش مبنی بر رعایت صداقت و شفافیت در اطلاع‌رسانی به مشتریان خود پایبند است. این در حالی است که بسیاری از برندها هنوز هم فقط در مقام صحبت نسبت به وعده‌ها و تعهدات‌شان ابراز پایبندی می‌کنند.

در نتیجه پذیرش اشتباه و عذرخواهی دست‌اندرکاران برند کی اف سی، مشتریان آنها احساس مسئولیت‌پذیری برند محبوب خود را به طور کامل درک کردند. در بسیاری از مواقع حتی برندهای بزرگ نیز در مواجهه با مشکلات عجیب ترغیب به انکار مسئولیت‌شان می‌شوند. بی‌تردید در این بین مسئولیت‌پذیری کی اف سی مثال بسیار خوبی برای سایر برندها خواهد بود.

پاتاگونیا و دفاع از ارزش‌های زیست‌محیطی‌اش
پاتاگونیا به عنوان یک برند مطرح در زمینه فروش پوشاک به خاطر تعهدات سفت و سختش در زمینه ثبات و پایداری شهرت دارد. آنها در مقام دفاع از ارزش‌های زیست‌محیطی برنشان هیچ حد و مرزی قائل نیستند. به این ترتیب هرچند وقت یکبار بیانیه‌های روشنگری در مورد

منبع: hootsuite

به قلم: میشل سیکاک طراحی استراتژی محتوای دیجیتال
ترجمه: علی‌العلی

وندیز، یک قهرمان پرشور

بدون تردید هیچ فهرستی از برترین کامبک‌های برندها در دنیای شبکه‌های اجتماعی بدون اشاره به عملکرد برند وندیز کامل نخواهد بود. بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی برند وندیز را با همبرگرهای ویژه و بسیار خوشمزه‌اش می‌شناسند. با این حال آنها علاوه بر تهیه فست‌فودهای خوشمزه در زمینه نگارش مقالات حرفه‌ای پیرامون صنعت فست‌فود و خوراکی آماده نیز فعالیت دارند.

صنعت فست‌فود یکی از پرسودترین کسب‌وکارهای دنیاست. به همین دلیل رقابت در این عرصه بسیار دشوار و پیچیده است. به ویژه در شبکه‌های اجتماعی و سایر کانال‌های ارتباطی میان برندهای بزرگ و کوچک این صنعت رقابت شدیدی وجود دارد. در این میان برند وندیز یک قهرمان شکست‌ناپذیر محسوب می‌شود. آنها همیشه ایده‌های مناسبی برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی دارند.

نکته مهم در خصوص فعالیت بازاریابی وندیز عدم سازگاری آن با طبع و سلیقه تمام کاربران است. ویژگی اصلی استراتژی آنها در شبکه‌های اجتماعی «طنز هجوآمیز» است. به این ترتیب آنها هر نکته جالبی در گوشه و کنار دنیا را با دیدی طنزآمیز می‌نگرند. چنین استراتژی ۲.۹ میلیون فالوور به ارمغان آورده است.

بدون تردید استفاده از عنصر شوخی و طنز سیاه در شبکه‌های اجتماعی ایده جسورانه‌ای خواهد بود. با این حال پیش از پرداختن به آن باید نسبت به هماهنگی‌اش با ماهیت کلی بردمان مطمئن شویم. در غیر این صورت فعالیت ما بدل به سوزهای خنده‌دار برای سایر برندها و مخاطب‌های‌شان خواهد شد.

موزه زندگی روستایی انگلستان، کسب شهرت با شوخی

چرا موزه کوچک زندگی روستایی انگلستان بیش از ۸۰ هزار فالوور در توئیتر دارد؟ در هر صورت یک موزه کوچک در زمینه‌ای تخصصی المان جذابی برای کاربران ندارد. به ویژه آنکه موزه‌های بزرگ نیز در زمینه فعالیت آنلاین موفقیت چندانی کسب نکرده‌اند. نکته مهم در خصوص فعالیت موزه روستایی انگلستان در شبکه‌های اجتماعی آگاهی دست‌اندرکارانش از شیوه کاربرد صحیح پلتفرم‌های اجتماعی است. نخستین حرکت موزه زندگی روستایی انگلستان (MERL) در اپریل ۲۰۱۸ رقم خورد. این حرکت با انتشار یک میم (تصویر خنده‌دار) در اکانت رسمی توئیتر این موزه شروع شد. اگرچه ماهیت کلی این تصویر خنده‌دار مربوط به یک گوسفند بسیار پیر با شاخ‌های تو در تو و ظاهر عجیب و غریب بود، اما طنز نهفته در آن برای همه قابل فهم بود.

بسیاری از کاربران توئیتر بدون آگاهی از زمینه تخصصی موزه MERL شروع به بازنشر مطلب مورد نظر کردند. پس از گذشت اندک زمانی از ترند شدن این تصویر توجه کاربران به عنوان اکانت خالقش جلب شد. موزه زندگی روستایی انگلستان به دلیل خلق شوخی جالبی با یک گوسفند پیر و بسیاری شوخی‌های دیگر به شهرت بالایی در شبکه‌های اجتماعی دست یافت. البته این شهرت فقط مربوط به افزایش شمار فالوورها نبود. بر اساس آمارهای رسمی، در سال ۲۰۱۸ توجه و علاقه مردم انگلستان و سایر کشورهای دیگر به زندگی روستایی انگلیسی‌ها بیشتر شده است. این یعنی موفقیتی بی‌بدیل برای موزه‌های کوچک با آرزوهای بزرگ.

ایستگاه بازاریابی

بازاریاب‌ها هنرمند هستند!

نویسنده: ملیکا کنصیر
کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

فرهنگ‌ها و شیوه‌های بازاریابی طی سال‌های گذشته تغییرات بسیار زیادی داشته است. در دوره‌ای، صرف توجه روی محصولات و ویژگی‌های آنها بود و طی تغییرات رخ داده، مشتریان به مرکز توجه در بازاریابی مبدل گشتند.

مشتریان، امروزه کانون توجه بازاریابان موفق هستند. بازاریابان به خوبی می‌دانند در صورت عدم توجه به نیاز مشتریان شانس موفقیت خود را در کسب و کارشان از دست خواهند داد.

بازاریابان پیش از انجام هر کاری به شناخت مشتریان برای مدیریت آنها می‌پردازند. در علم مدیریت رفتار مصرف‌کننده نیز بنابراین این اصول توجه و تاکید فراوانی می‌شود. با شناخت دائمی سلاقی و دانه‌های مشتریان و آگاهی از علل تغییرات می‌توان به موفقیت دست یافت.

مشتریان نقش‌های متفاوتی دارند. منظور از نقش جایگاه فردی است که بر اساس آن انتظاراتی از فرد شکل می‌گیرد. برای مثال خانمی نقش همسر، فرزند، مادر، معلم و ... را هم‌زمان برعهده دارد و بازاریابان برای هر یک از این نقش‌ها، برنامه‌ریزی کرده و در راستای شناخت آنها برمی‌آیند. برای شناخت مشتریان به تمامی ویژگی‌های مشتریان نظیر جنسیت، سن، تحصیلات، طبقه اجتماعی، میزان درآمد و ... توجه می‌شود.

برای شناخت نقش بازاریابی می‌توان از این ۳ مرحله خرید با ذکر مثال استفاده کرد:

۱- قبل از خرید:

وظیفه بازاریابان در این مرحله ارائه اطلاعات به مشتریان برای آگاهی آنان و ایجاد تمایل و علاقه در آنها برای خرید است. بازاریاب در این قسمت می‌تواند با بخش‌بندی و تقسیم بازار، مشتریان هدف خود را شناسایی کرده و پس از شناسایی آنها با توجه به ویژگی‌های آنها از آمیخته بازاریابی متناسب استفاده کند.

برای مثال اگر گروه مشتریان بازاریاب، خردسالان در خانواده‌هایی با درآمد متوسط و تحصیلکرده باشد، ابزار ترفیع خود را به این سنین اختصاص می‌دهد و از رنگ‌های شاد برای تبلیغات استفاده می‌کند. علاوه بر آنکه اطلاعات مفیدی به والدین این خردسالان در رابطه با مزایا و فواید محصول برساند. با توجه به وضعیت درآمدی خانواده‌ها، سطح قیمتی متوسط در نظر گرفته می‌شود. کانال‌های توزیع خود را می‌توان نزد فروشگاه‌های نزدیک مهدکودک‌ها، پارک‌ها و ... که در دسترس خردسالان است، قرار دهد. اگر محصول تولیدی، بستنی است می‌توان بسته‌بندی راحتی برای آن در نظر گرفت به گونه‌ای که خردسال بدون نیاز به کمک گرفتن از والدین از آن استفاده کند.

۲- تصمیم به خرید:

در این مرحله بازاریاب باید تمامی عوامل موقعیتی اعم از فشار زمانی، نگرش دیگران و ... را شناسایی کرده و در صد رفع آن برآید. بازاریاب می‌تواند از نیروی فروش خود نیز استفاده کند تا این مرحله سریع‌تر فرآیند خود را طی کند و مشتری محصول خود را خریداری کند.

فرض کنید مادر و خردسال برای خرید بستنی وارد فروشگاه شده‌اند، اما خودروی آنان مقابل تابلوی حمل با جرثقیل قرار دارد چرا که برای پارک مسافران چراهی در نظر گرفته نشده است.

احتمال جریه‌شدن توسط پلیس می‌تواند یکی از عوامل موقعیتی باشد که به راحتی می‌تواند کنترل شود و بازاریابان باید برای از بین بردن این مشکل تلاش کنند. در نظر گرفتن جای



پارک برای افراد، ساخت پارکینگ، محلی برای نگهداری موقتی خردسالان در مراکز فروش و ... می‌تواند در کاهش این عوامل اثرگذار باشد.

۳- پس از خرید:

در این مرحله رضایت مشتریان مورد سنجش قرار می‌گیرد. امروزه بحث خدمات پس از فروش بسیار داغ است! تماس‌های بازاریابان، ارسال نامه تشکر از خرید برای مشتریان، ضمانت‌نامه و ... از جمله راهکارهایی است که برای مشتریان در نظر گرفته شده است.

به عنوان مثال مادر و کودک بستنی را خریداری کردند. در نظر گرفتن میزان تخفیفی برای خریدهای آتی، کارت عضویت در باشگاه مشتریان و ... می‌تواند آنها را به مشتریان وفاداری برای شما تبدیل کند و رضایت آنها را افزایش دهد.

گزینه‌های متعددی برای فعالیت‌های پس از خرید وجود دارد که با توجه به نوع کالا و میزان بودجه در نظر گرفته شده و ... آنها مورد برنامه‌ریزی قرار می‌گیرند.

باید به خاطر داشت چرخه عمر مشتریان در بازاریابی مورد توجه قرار می‌گیرد. ایجاد مشتریان وفادار و فرآیند تکرار خرید مشتریان از جمله هنرهای بازاریابی است.

بسیاری از برندهای قدیمی را در نظر بگیرید که والدین شما از آنها استفاده می‌کنند و اینک نوبت به شما رسیده و در آینده شما این برند را به فرزندان خود معرفی خواهید کرد.

منبع: modirinfo

چگونه استراتژی تاثیر گذاری تازه برای برندگان طراحی کنیم؟

۳ توصیه کاربردی برای بهبود وضعیت بازاریابی برندگان



ترتیب چهره‌ای حرفه‌ای از برند ما در ذهن مخاطب شکل خواهد گرفت. جذب مخاطب، تعامل و همکاری

تا اینجا کار ما فقط شروع کمپین بازاریابی تاثیر گذاری برندگان را مورد بررسی قرار داده‌ایم. از این مرحله به بعد باید آماده اختصاص زمان مناسب برای جذب مخاطب، تعامل با وی و همینطور جلب همکاری‌اش باشیم. در حقیقت همین نکات تفاوت میان الگوی بازاریابی تاثیر گذاری و مدل‌های سنتی را آشکار می‌کند. در الگوی سنتی مخاطب صرفا دریافت‌کننده کمپین‌های برندها تصور می‌شود. با این حال اکنون ماجرا کاملا متفاوت است. به این ترتیب مخاطب حق اظهار نظر و تعامل با برندها را دارد. جالب اینکه اغلب برندها شددیدا خواهان جلب تعامل و همکاری مخاطب‌های‌شان هستند، بنابراین به هنگام اجرای کمپین‌مان باید تا جایی ممکن از فرصت‌های تعامل با مخاطب استقبال کنیم.

هنگامی که یک فرد تاثیر گذار بدون دریافت هزینه‌ای به تبلیغ محصولات‌مان می‌پردازد، باید روی وی سرمایه گذاری کنیم. این کار از طریق تعامل دو جانبه با آنها صورت خواهد گرفت. به عنوان مثال، در ذیل پست وی کلمنتی دلگرم‌کننده قرار دهید. شاید در نگاه نخست این کار بسیار ساده به نظر برسد، اما تاثیر بسیار قوی روی افراد خواهد داشت. به علاوه فالوورهای فرد مورد نظر نیز با مشاهده کلمنت ما نسبت به مشاهده اکانت‌مان ترغیب خواهند شد. این یعنی جذب مخاطب به ساده‌ترین روش ممکن.

یکی از دشوارترین مراحل بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی ارزیابی نتایج است. اغلب شبکه‌های اجتماعی اطلاعات چندان دقیقی در اختیار کاربران قرار نمی‌دهند. به عنوان مثال، اینستاگرام فقط برخی از آمارهای سطحی در مورد میزان مشاهده مطلب از سوی کاربران را به اطلاع برندها می‌رساند. بدون تردید ارزیابی عملکرد یک کمپین با چنین اطلاعاتی به هیچ‌وجه امکان پذیر نیست. به همین دلیل باید همیشه از یک پلتفرم مدیریت کمپین‌های بازاریاب استفاده کرد. در چنین وضعیتی آمارهای دقیق در مورد میزان تعامل برندگان با مخاطب، شمار دقیق لایک، کامنت و بازنشر مطالب و همینطور ترافیک سایت رسمی برندگان در اختیار ما قرار خواهد گرفت.

توصیه حرفه‌ای: شاید تیم بازاریابی برند ما به منظور نمایش محتوای افراد تاثیر گذار به مشتریان و مخاطب‌های فعلی تصویری از آنها را در قالب استوری در اکانت رسمی شرکت بار گذاری کند. در این مورد باید توجه داشت که استوری‌های اینستاگرام (و همینطور اسنپ چت) پس از ۲۴ ساعت ناپدید خواهد شد، بنابراین باید استوری‌های مورد نظر را در بخش هایلاپت قرار داد. به این ترتیب حتی پس از ۲۴ ساعت نیز مطلب مورد نظر برای فالوورهای‌مان قابل دسترسی خواهد بود.

در پایان، کانال‌های ارتباطی برندگان را باز بگذارید. اگر یک فرد تاثیر گذار واقعا به محصولات شما علاقه‌مند است، زمان مناسب برای طراحی استراتژی همکاری متقابل اختصاص دهید. در چنین مواردی حتی استفاده از افراد تاثیر گذار علاقه‌مند در تیم بازاریابی برندگان نیز ایده چندان بدی نخواهد بود. در هر صورت آنها اطلاعات بسیار ارزشمندی در مورد شبکه‌های اجتماعی و الگوی بازاریابی تاثیر گذاری (به ویژه برای برندهای ناشنا یا آن) دارند.

درست به مانند رابطه‌مان با خبرگزاری‌ها نباید به یک نوع ارتباط بسندد کنیم. اشتباه بسیاری از برندها در تعامل با خبرگزاری‌ها تلاش برای ارائه جلوه‌ای یکسان و ایستا از خود است. یک برند پویا همیشه در حال تحول است. به همین دلیل تصویرهای متفاوتی از خود به نمایش می‌گذارد. البته منظور من در اینجا تغییر ماهیت برندگان نیست. فقط باید اندکی انعطاف از خودمان نشان دهیم. نتیجه این امر روی بازاریابی تاثیر گذاری برندگان تبلیغات پویا و جذاب‌تر خواهد بود.

اگر به دنبال افزایش تاثیر گذاری کمپین بازاریابی‌مان هستیم، باید برای هر فرد تاثیر گذار نقشه راه متفاوتی رسم کنیم. به این ترتیب شانس‌مان برای دستیابی به مخاطب‌های گوناگون افزایش خواهد یافت. اشتباه بسیاری از برندها همکاری با افراد تاثیر گذار متفاوت و ارائه برنامه تبلیغاتی یکسان به همه آنهاست. در چنین مواقعی فرد مورد نظر قدرت آزادی عمل خود را از دست می‌دهد. همچنین در نهایت همه افراد مورد نظر یک دامنه خاص از مخاطب‌ها را جذب می‌کنند. این در حالی است که اگر برنامه متفاوتی را به هر کدام از افراد تاثیر گذار ارائه کنیم، نتیجه کار رضایت‌بخشی بسیار بیشتری را به همراه خواهد داشت.

انتظار استقبال همه افراد تاثیر گذار را نداشته باشید

بدون تردید پیش از تلاش برای همکاری با افراد تاثیر گذار باید مطالعه‌ای دقیق پیرامون اهداف برندگان و زمینه فعالیت فرد مورد نظر داشته باشیم. با این حال حتی پس از مطالعات دقیق و عمیق نیز احتمال عدم تمایل برخی از افراد تاثیر گذار به همکاری با ما وجود دارد. در اغلب موارد چنین اتفاقی به دو دلیل رخ می‌دهد. نخست، فرد مورد نظر ماهیت کسب‌وکار شما و برند شخصی‌اش را نامرتب با هم تشخیص می‌دهد. در این وضعیت همکاری دو جانبه ما از نظر وی نتیجه‌بخشی دلخواه را نخواهد داشت. به همین دلیل فرد مورد نظر اعتبار برند شخصی خود را به خطر نخواهد انداخت. در حالت دوم، فرد مورد نظر تخصصی در زمینه تبلیغ محصول برند ما ندارد. به همین دلیل نیز توان انجام چنین کاری را نخواهد داشت.

بدون تردید یک برند حرفه‌ای انتظار تائید درخواستش از سوی هر موسسه یا فردی که روی آن دست می‌گذارد، نخواهد داشت. این قانون طبیعی دنیای کسب‌وکار و البته بازاریابی است. به همین دلیل باید تا جایی ممکن پیش از انتخاب و ارائه درخواست همکاری به فرد تاثیر گذار مورد نظر از توانایی وی و هماهنگی میان برندهای‌مان اطمینان حاصل کنیم.

یکی دیگر از آماجگی‌های مورد نیاز پیرامون بازاریابی تاثیر گذاری مربوط به واکنش‌های منفی و بازخوردهای منتقدانه است. قرار نیست همه افراد (چه مخاطب چه فرد تاثیر گذار) پس از مشاهده محصولات ما عاشق‌اش شوند. به این ترتیب باید ظرفیت مواجهه با پاسخ منفی نسبت به پیشنهاد همکاری و فروش محصولات‌مان را تقویت کنیم. بازخورد منفی کاربران در شبکه‌های اجتماعی نسبت به موضوعات مختلف امری طبیعی است. به این ترتیب در صورت مشاهده کامنت‌های منفی پیرامون محصولات‌مان نباید هیچ اقدام غیرحرفه‌ای (پاسخ نامناسب، حذف یا ایجاد محدودیت) بروز دهیم. در مورد برخورد با نظرات منتقدان نحوه برخورد ما سرنوشت برندگان را مشخص خواهد کرد. در چنین موقعیت‌هایی علاوه بر حفظ آرامش خود باید به شیوه‌ای کاملا حرفه‌ای و البته منطقی به نقدهای وارده پاسخ دهیم. در برخی موارد نیز باید انتقاد مناسب و بجا را پذیرفت. به این

به قلم: کلسی لیوی کارشناس بازاریابی و برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه الگوی بازاریابی تاثیر گذاری به یکی از تکنیک‌های فوق‌العاده محبوب بدل شده است. سال گذشته آمار کمپین‌های بازاریابی تاثیر گذاری در اینستاگرام ۲۰۰ درصد رشد داشت. بدین ترتیب توجه برندها پیش از هر زمان دیگری به این الگو از بازاریابی جلب شده است.

اگر سازمان یا برند شما در زمینه بازاریابی، به ویژه بازاریابی تاثیر گذاری، تجربه چندان ندرار، پیش‌بینی نتیجه سرمایه گذاری بر روی این الگو برای شما بسیار دشوار خواهد بود. از نگاه بیرونی، سرمایه گذاری روی الگوی تاثیر گذاری ریسک‌های زیادی به همراه دارد. به ویژه اگر کسب‌وکار ما B2C (تعامل کسب‌وکار با مشتریان) باشد، تردیدها بیشتر نیز خواهد شد. نکته مهم در خصوص بازاریابی تاثیر گذاری معنای متفاوت آن برای افراد و برندهای گوناگون است. با این حال در مقاله حاضر ما نیازمند تعیین تعریفی به منظور پیشبرد بحث هستیم. بر این اساس تعریف مورد نظر ما از بازاریابی تاثیر گذاری فرآیند به اشتراک گذاری محصولات از سوی افرادی خاص در شبکه‌های اجتماعی (برخی از آنها وبلاگ شخصی نیز دارند) است. معمولا چنین افرادی دارای دامنه وسیعی از مخاطب‌ها هستند. به همین دلیل سرمایه گذاری برندها توجه اقتصادی و منطقی پیدا می‌کند. همکاری برندها با افراد تاثیر گذار به دو صورت رخ می‌دهد. در حالت نخست، به ازای تبلیغات فرد تاثیر گذار مقدار مشخصی پول پرداخت می‌شود. در غیر این صورت، به جای پول، محصول رایگان در اختیار افراد قرار خواهد گرفت.

در ادامه این مقاله به بررسی سه نکته مهم برای طراحی استراتژی بازاریابی تاثیر گذاری برندها خواهیم پرداخت.

برخورد با بازاریابی تاثیر گذاری مانند روابط برندگان با

خبرگزاری‌ها

اگرچه الگوی بازاریابی تاثیر گذاری یک شیوه تبلیغاتی تازه در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود، با این حال از اصولی مانند روابط کسب‌وکارها با خبرگزاری‌ها پیروی می‌کند. به این ترتیب همان کارهایی که رابطه برندگان با خبرگزاری‌ها را مطلوب می‌سازد، در مورد تعامل با افراد تاثیر گذار نیز ضروری خواهد بود.

یک شیوه جالب برای افزایش بازدهی بازاریابی تاثیر گذاری مطالعه پیرامون فرد مورد نظر کمپین‌مان است. به نکات ذیل توجه کنید:

- فرد تاثیر گذار مورد نظر ما هر چند وقت یکبار مطلب تازه در شبکه‌های اجتماعی می‌گذارد؟
- کدام محصولات از سوی وی بیشتر به اشتراک گذاشته می‌شود؟
- آیا محصول برند ما با برند شخصی فرد تاثیر گذار مد نظرمان هماهنگی دارد؟ اگر هماهنگی میان این دو نباشد، سرمایه گذاری ما نتیجه‌بخشی مورد انتظار را نخواهد داشت.

• فرد مورد نظر ما از کدام پلتفرم برای به اشتراک گذاری مطالبش استفاده می‌کند؟ آیا وی فقط در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارد، یا اینکه در زمینه ساخت پادکست، مصاحبه ویدئویی و نگارش مقاله نیز صاحب مهارت است؟

راهکارهایی برای حرفه‌ای جلوه کردن کسب و کار جدید شما

به قلم: محمدرضا گل آقائی

در هر حوزه‌ای که به عنوان یک کسب و کار جدید فعالیت کنید، با دشواری‌هایی برای کسب اعتبار و به دست آوردن سهم از بازار خودتان دست و پنجه نرم می‌کنید. ممکن است دارای مهارت، دانش، تعهد و حتی مهارت‌های ارتباطی لازم در دنیای امروز هم باشید، اما حقیقت این است که مشتریان اغلب به یک تازه‌وارد با درجه‌ای از شک و سوء ظن برخورد می‌کنند.

اقتناع دیگران برای قبول اینکه کیفیت کار شما به خوبی یا حتی بهتر از دیگر رقبای شناخته‌شده در بازار است و اینکه شما قرار نیست امروز اینجا باشید و بعدها دیگر خبری از شما نباشد، گاهی بیشتر از اینکه یک مسئله و استراتژی بازاریابی باشد، یک مسئله و موضوع روانشناختی است.

حتی اگر مسئولیت و مدیریت یک کار و کسب ساده و کوچک را برعهده دارید که از داخل منزل هم اداره می‌شود، ارائه یک تصویر حرفه‌ای برای موفقیت بسیار حیاتی است.

مواردی که در ادامه می‌آیند، ایده‌ها و نکاتی برای اندیشیدن شما به آنها برای ایجاد تفاوت مورد نظر شماست:

یک آدرس مجزا برای ارائه داشته باشید

اگر آدرسی که استفاده می‌کنید به طور مشخص در یک منطقه یا خیابان مسکونی یا حتی در یک بلوک آپارتمانی قرار دارد، به خودی خود در قدم اول در یک موقعیت ضعیف قرار دارید. سعی کنید از شرکت‌هایی استفاده کنید که خدمات دفتر کار مجازی را برای این منظور به مشتریان خود ارائه می‌دهند یا حتی شرکت‌هایی ممکن است وجود داشته باشد که مکانی رو به صورت کوتاه‌مدت برای برقراری جلسات در اختیار شما قرار می‌دهند که کاملا اصول یک جلسه کاری در تزیینات داخلی آنها رعایت شده است.

پوشش حرفه‌ای داشته باشید

شاید به نظر تان غیرعادلانه برسد، اما مردم عموماً هر چیزی را از روی ظاهر آن قضاوت می‌کنند.

لباس جین و تی‌شرت به تن داشتن در زمان کار شاید خیلی هم منطقی و بدون ایراد باشد، اما فقط زمانی که کسی نزدیک و در ارتباط با شما نباشد و یا جلسه‌ای رسمی با او نداشته باشید. اما برای مشتریان جدید، استفاده از لباس‌های رسمی و عرف همچنان بهترین و توصیه شده‌ترین پوشش است. مورد دیگری که عموم مردم به شکلی شدیدتر مورد قضاوت قرار می‌دهند، خودرویی است که شما برای مراجعه به محل آنها از آن استفاده می‌کنید. شاید همین لحظه بودجه کافی برای تهیه یک خودروی روز و آبرومند نداشته باشید، اما چاره این کار هم می‌تواند استفاده از خدمات مراکز اجاره خودرو باشد که فکر می‌کنم نیازی به توضیح بیشتر ندارد.

خیلی نگران عناوین نباشید

اگر کار و کسب تازه راه‌افتاده شما، فقط و فقط شامل شخص خودتان می‌شود، شاید وسوسه‌کننده به نظر برسد که برای خودتان از عنوانی پر آب و تاب مثل مدیرعامل یا چیزی شبیه آن بر روی کارت ویزیت یا سربرگ‌های رسمی استفاده کنید.

همچنین می‌توانید از عناوینی مثل مدیر بازاریابی، مدیر تولید یا ... بهره ببرید. نکته مهم در این بخش این است که مردم عموماً تحت تاثیر عنوان استفاده‌شده قرار نمی‌گیرند، بلکه پیش از هر چیز از خود می‌پرسند که آیا این شرکت، یک شرکت کوچک است که جزئی‌ترین مسائل آن را مدیرعامل آن پیگیری می‌کند؟

شاید بهتر باشد روی کارت ویزیت خود از هیچ عنوانی استفاده نکنید و فقط به ذکر نام خود بسنده کنید.



از کلمه «ما» به جای «من» بهره ببرید

نکته مهم دیگر در این رابطه که تاثیرگذاری بسیاری بر روابط شما دارد، اما ممکن است خیلی‌ها به آن توجهی نداشته باشد؛ این است که بهتر است در ارتباطات و مکاتبات خود با گروه‌ها یا مشتریانی که شما را از نزدیک نمی‌شناسند، به جای واژه «من» از واژه «ما» استفاده کنید. اینگونه مردم و مخاطبین شما به جای اینکه تصور کنند با یک فرد حرفه‌ای رویه‌رو هستند، تصور رویه‌رو شدن با یک گروه یا مجموعه کاری حرفه‌ای را در ذهن خواهند داشت.

به وب‌سایت خود توجه ویژه‌ای داشته باشید شاید قادر به تهیه و مدیریت بزرگ‌ترین و شلوغ‌ترین دفتر کاری نباشید، اما به یاد داشته باشید که امروزه حجم کار و کسب‌هایی که با استفاده از فضای مجازی شکل گرفته و مدیریت می‌شوند، از هر دوره دیگری بیشتر و بیشتر شده است. پس حتماً حتماً توجه داشته باشید که نمونه دومی ویتترین مجازی شما برای مشتریان بالقوه وجود نداشته باشد. هر کسی می‌تواند در کمتر از نیم ساعت یک وب‌سایت راه‌اندازی کند، اما در اختیار داشتن یک طراح حرفه‌ای برای کسب اطمینان از بی‌رقیب بودن وب‌سایت شما، یک سرمایه‌گذاری خاص را می‌طلبد.

منبع: [ibazaryabi](#)



جسیکا آلبا به کمک شرکای تجاری‌اش، شرکتی به‌نام Honest Company راه‌اندازی کرده و قصد دارد محصولات آن را در سال جدید به اروپا نیز عرضه کند.

جسیکا آلبا، هنرپیشه معروف هالیوود، شرکت Honest Company را در سال ۲۰۱۲ به همراه سه بنیان‌گذار دیگر راه‌اندازی کرد. این شرکت در زمینه تولید لوازم‌خانگی و کودک فعالیت و برای تهیه آنها از مواد اولیه مطمئن و سالم استفاده می‌کند.

Honest بیش از ۱۰۰ محصول مختلف دارد که در ۱۷،۰۰۰ فروشگاه خرده‌فروشی در شمال آمریکا فروخته می‌شود و قصد دارد در سال جاری محصولاتش را به بازار اروپا نیز وارد کند. آلبا و تیمش تا به حال ۵۰۳،۰۰۰،۰۰۰ دلار بودجه از طریق سرمایه‌گذاری دریافت کرده‌اند. این شرکت در یکی از دوره‌های سرمایه‌گذاری‌اش در سال گذشته، ۲۰۰،۰۰۰،۰۰۰ دلار سرمایه جذب کرد و ارزشش به حدود ۱،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ دلار رسید. Honest تاکنون بیش از ۱۴،۷۰۰،۰۰۰ پوشک بچه و بیش از ۲،۰۰۰،۰۰۰ محصول خانگی به خانواده‌های نیازمند اهدا کرده و بیش از ۱۵،۰۰۰ ساعت کار داوطلبانه را در برنامه‌های خیریه‌اش انجام داده است. در ادامه این مطلب، مصاحبه آلبا درباره سبک زندگی و مشکلاتش در تجارت را می‌خوانیم.

روز خود را چگونه آغاز می‌کنی؟

هر روز با روز دیگر متفاوت است و به این بستگی دارد که چه برنامه‌ای داشته باشم. معمولاً قبل از هر کاری خانواده‌ام را می‌بوسم و بچه‌ها را آماده می‌کنم. برای آنها صبحانه درست می‌کنم و موهای‌شان را شانه می‌زنم و مطمئن می‌شوم برای مدرسه کم‌وکسری نداشته باشند. بعد از اینکه کارهای خانواده را انجام دادم، به باشگاه یا سر کار می‌روم.

روز خود را چگونه به پایان می‌رسانی؟

روزم را در کنار خانواده به پایان می‌رسانم. معمولاً بچه‌ها را بغل می‌کنم و برای‌شان کتاب یا آواز می‌خوانم و درباره کارهای روزمره‌شان صحبت می‌کنیم.

کدام کتاب بیشتر از بقیه ذهنت را تغییر داده و چرا؟

وقتی کتاب «کفش باز» نوشته فیل نایت، بنیان‌گذار برند نایک را خواندم، ذهنیتم درباره بازه زمانی تغییرات مدل کسب و کار تغییر کرد. مهم نیست کسب و کار چه اندازه موفق باشد، مهم این است که منظم ارزیابی شود تا موفقیت خود را حفظ کند. حتی موفق‌ترین کسب و کارها نیز شکستند و آسیب‌پذیر هستند. نباید فقط به محصولی اکتفا کرد که مردم دوست دارند، زنجیره تأمین و عملیات باید به خوبی کار کند تا کسب و کار به رشدش ادامه دهد. زمانی که Honest را راه‌اندازی کردم، تصور می‌کردم فقط با برخی مشکلات کوچک مواجه می‌شوم، اما بعد از خواندن این کتاب، متوجه شدم فیل نایت نیز همین مسائل را تجربه کرده است.

چه کتابی را بیشتر از بقیه به دیگران پیشنهاد می‌دهی و چرا؟

کتاب «هری به سبک النور روزولت» نوشته رابین گربر را برای خواندن پیشنهاد می‌کنم. النور، همسر فرانکلین روزولت و زنی بسیار قدرتمند بود. عزت‌نفس و استقامت او در برابر مشکلات تحمل‌ناپذیر زندگی واقعا الهام‌بخش است. او به‌فردی به عدالت اجتماعی و هدف خود پایبند بود که در برابر تمام مشکلات مقاومت می‌کرد. دیدن تأثیر مثبت او به من امید

داد که می‌توانم موفق شوم.

چگونه تمرکز خود را حفظ می‌کنی؟

زمانی که در کنار خانواده هستم، اولویت اولم آنها هستند و به کار فکر نمی‌کنم و برعکس، وقتی مشغول کارم، تمام حواسم را روی کار می‌گذارم. همچنین، به مغزم استراحت‌های کوتاه‌مدت می‌دهم. به‌عنوان مثال، اگر پشت‌سرهم جلسه داشته باشم، بین آنها کمی قدم می‌زنم تا ذهنم باز شود. **زمانی که بچه بودی، دوست داشتی در بزرگسالی چه‌کاره شوی؟** همیشه دلم می‌خواست هنرپیشه شوم. شوراوشتیاق تجارت بعدها و وقتی می‌خواستم Honest را بنیان‌گذاری کنم، در من ایجاد شد.

از بدترین رئیس خود چه چیزی یاد گرفتی؟

اینکه مهریانی بسیار مهم است و روی انسان‌ها تأثیر می‌گذارد و انسان‌ها را رشد می‌دهد. وقتی شخصی احساس می‌کند نادیده گرفته شده، محال است انگیزه داشته باشد. کار کردن با کسانی که با کارمندان‌شان مهربان نبودند، به من یاد داد شنیدن دیگران فارغ از تبه و مقام‌شان چقدر مهم است.

هنگامی که وارد دنیای کسب و کار شدی، از چه شخصی الهام می‌گرفتی؟

جیمز کامرون، کارگردان فیلم‌های معروفی مانند تایتانیک، یکی از اولین مریان من بود. او به من اهمیت پر کردن فضاهای خالی و پیدا کردن بهترین راه‌حل را یاد داد. اینکه برای حل مشکلات نباید به این فکر کنم چقدر با تجربه هستم یا توانایی‌های زیادی دارم. او به من انگیزه داد دنبال کارهای دلخواهم بروم. زمانی که تصمیم گرفتم Honest را بنیان‌گذاری کنم، هیچ تجربه‌ای از دنیای تجارت نداشتم، اما نیاز بازار را می‌دیدم و شوراوشتیاق زیادی برای برطرف کردن آن داشتم؛ به همین دلیل، نصیحت جیمز را جدی گرفتم و شرکت خودم را راه‌اندازی کردم.

کدام سفر تو را متحول کرده است؟

در نوجوانی مدتی در استرالیا زندگی می‌کردم و دید جدیدی به دنیا پیدا کردم. مفهوم شهروند جهانی را تازه درک کرده بودم و شبکه‌ها یا اخبار خارجی را نگاه می‌کردم. آن زمان بود که متوجه شدم دنیا بسیار وسیع است و به چیزهایی محدود نمی‌شود که هر روز می‌بینیم.

چه چیزی به تو انگیزه می‌دهد؟

مشتریان به من انگیزه می‌دهند. هر بار نامه‌ای دریافت می‌کنم که Honest چگونه بر زندگی دیگران تأثیر می‌گذارد، انگیزه می‌گیرم که به کار ادامه دهم و کمک کنم سایر مردم زندگی موفق و سالمی داشته باشند.

اولین ایده کسب و کارت چه بود و چگونه آن را اجرا کردی؟

Honest اولین ایده تجاری من بود و اجرای آن اصلاً ساده نبود. پیش‌زمینه یا مدرک تحصیلی درباره کسب و کار نداشتم و مجبور بودم همه‌چیز را فشرده یاد بگیرم. بی‌تجربگی در تجارت مضطربم می‌کرد و تصمیم گرفتم با افراد باتجربه‌تر شراکت کنم. پیدا کردن شرکایی که به هدف من ایمان داشته باشند، بسیار زمان‌بر بود، اما می‌دانستم این شرکت باید بنیان‌گذاری شود و تا وقتی این کار را انجام ندادم، متوقف نشدم. **از انجام چه کارهایی درس گرفته‌ای و برایت مهم یا مفید بوده است؟**

بازنگری به من نکات زیادی یاد داد. از همه مهم‌تر، اینکه یاد گرفتم اگر

کاری را از ته دل دوست داشته باشم، باید آن را انجام دهم و راهی برای رسیدن به موفقیت پیدا کنم.

بهترین نصیحتی که از دیگران شنیده‌ای، چه بوده است؟

اینکه با افرادی هم‌نشینی کنم که در زمینه‌های مختلفی تخصص دارند. وقتی استارت‌آپ بودیم، هر کاری انجام می‌دادیم و واقعا بی‌نظم بودیم، اما زمانی که کسب و کار رشد کرد، باید از افراد متخصص در انجام کارهای مهم کمک می‌گرفتم. همه انسان‌ها در انجام همه کارها مهارت ندارند و بسیار مهم است که این واقعیت را بپذیریم.

بدترین نصیحتی که از دیگران شنیده‌ای، چه بوده است؟

اینکه اگر شخصی پیش از این کاری انجام داده باشد، می‌داند کارش را چگونه باید پیش ببرد. اگر کاری را به فردی متخصص سپرده‌اید؛ اما احساس می‌کنید یک جای کار می‌لنگد، به خودتان و حس شش‌مستان اطمینان کنید. حتی اگر آن شخص فردی موفق در تجارت باشد، به این معنا نیست که همیشه درست عمل می‌کند. تجارت با سرعت زیادی تغییر می‌کند و موفقیت پیشین شخص، موفقیتش در آینده را تضمین نمی‌کند.

چه نکته‌ای برای افزایش بهره‌وری تضمین می‌کنی؟

نوشیدن زیاد آب و داشتن خواب کافی. وقتی بدن هیدراته و به‌اندازه کافی استراحت کرده باشد، بهره‌وری نیز افزایش پیدا می‌کند.

از ابزار یا اپلیکیشن خاصی برای بهبود رسانی اطلاعاتت استفاده می‌کنی؟

ابزار یا اپلیکیشن خاصی نیست. من هم مانند هر شخصی از اپلیکیشن‌های اخبار، موسیقی، مدیتیشن و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم.

تعادل بین زندگی شخصی و کار چقدر برایت اهمیت دارد؟

این، یعنی وقتی مشغول کارم، باید تمام و کمال در محیط کار حضور داشته باشم، اما وقتی از شرکت خارج می‌شوم، باید بر سایر کارها تمرکز کنم. مهم نیست با دوستانتان وقت می‌گذرانم یا با خانواده هستم یا کار دیگری انجام می‌دهم، مهم این است باید تمام تمرکز را روی آن کار بگذارم. مراقبت از خود و استراحت و وقفه ذهنی بسیار مهم است و اگر در اولویت قرار نگیرد، باعث از بین رفتن شخص می‌شود.

چگونه بین کار و زندگی تعادل ایجاد می‌کنی؟

مدیریت زمان بسیار مهم است و باید حواس‌تان به زمان باشد. نباید به همه‌چیز پاسخ مثبت داد.

از کدام استراتژی برای افزایش نوآوری و خلاقیت استفاده می‌کنی؟

سؤال می‌کنم. با دوستانی که زمینه کاری متفاوت دارند، صحبت می‌کنم و می‌بینم آنها چگونه مسائل را مدیریت می‌کنند. تنوع در اندیشه بسیار مهم و الهام‌گرفتن از کارهایی خارج از صنعت و تجارت بسیار مفید است. **هم‌اکنون، مشغول یادگیری چه موضوعی هستی و چرا؟**

همیشه در حال یادگیری هستم. Honest همواره به من درس‌های جدید می‌دهد؛ مخصوصاً وقتی نوبت به ارزیابی و مقیاس‌پذیری کسب و کار می‌رسد. رشد کسب و کار مشکلاتی به‌همراه دارد، اما یاد گرفتن مشکلات انسان را تعریف نمی‌کنند؛ بلکه هر کدام‌شان فرصتی برای رشد و یادگیری مهیا می‌کنند.

منبع: [ENTREPRENEUR/zoomit](#)

مشکلات اتصال به گمرک و فرایند توزیع بار از مرکز پیگیری می گردد



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- معاون حمل و نقل سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور گفت: اتصال به گمرک و فرایند توزیع بار از مرکز پیگیری گردد. به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان دکتر مهران قربانی معاون حمل و نقل و عضو هیئت عامل سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور با تفاق فرامرز جدل عضو هیئت عامل سازمان فوق الانشاره ، داریوش باقرجوان مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان و سناست هاشمی معاون حمل و نقل این اداره کل در جلسه مشترک با ناظر گمرکات اعلام نمود در استان هرمزگان هیچگونه مشکلی در خصوص هماهنگی لازم جهت اتصال به گمرک و توزیع عادلانه بار وجود ندارد. وی افزود: امروز من شاهد گفت و گوی هرسه اداره ذریبط در تحقق این امر بودم تمام نگاه مسئولین نگاهی ملی به این موضوع میباشد که با پیگیریهای ادارات تابعه اقدامات خوبی تاکنون انجام شده است و لازم است با همین دید مثبت پیگیری های نهایی از طریق مرکز انجام گیرد تا مشکل اساسی رفع و رجوع گردد.

به مناسبت چهلمین سال پیروزی انقلاب اسلامی:

برگزاری مراسم گرامیداشت دهه مبارک فجر در شرکت برق منطقه ای غرب

کرمانشاه - منیر دشتی - به مناسبت چهلمین سال پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی؛ مراسم گرامیداشت دهه مبارک فجر در محل تالار برق این شرکت برگزار گردید. در ابتدای این مراسم مهندس علی اسدی مدیرعامل این شرکت ضمن تبریک ایام الله دهه مبارک فجر و تقدیر از ملت بصیر و ولایتمدار ایران اسلامی به خاطر حضور پرشور در حماسه یوم الله ۲۲ بهمن گفت: یوم الله ۲۲ بهمن یادآور حماسه پیروزی، خودباوری، ظلم ستیزی و عدالت خواهی ملت ایران اسلامی است که ملت ولایی ایران در آستانه چهلمین سال پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی، بار دیگر با آرمان های مقدس امام خمینی (ره) و خلف صالح ایشان امام خامنه ای (مدظله العالی) تجدید پیمان کردند. مهندس اسدی با اشاره به پیشرفت های چشمگیر صنعت برق در زمان انقلاب افزود: به برکت انقلاب اسلامی، شاخص های عمده صنعت برق در مقایسه با دوران قبل از انقلاب در حوزه استحفاظی این شرکت در کرمانشاه، کردستان و ایلام افزایش چشمگیری داشته است و این همه، با تحمیل ۸ سال جنگ نابرابر و ظالمانه رژیم بعثی صدام و حامیان جهانی او، تحریم ها و تهدیدهای جهانی بوده و هست. گفتنی است گروه های هنری با اجرای برنامه های متنوع فرهنگی هنری فضای شاد و فرح بخشی را به جشن مذکور دادند. در پایان نیز از پیشنهادهندگان برتر و رابطین خیر در سال ۱۳۹۷ و ورزشکارانی که در مسابقات ورزشی سراسری وزارت نیرو موفق به کسب مدال شده بودند با اهدای لوح، تقدیر به عمل آمد.

نشست مدیران فناوری اطلاعات و ارتباطات دانشگاه های منطقه ۴ وزارت علوم برگزار شد

قم - خبرنگار فرصت امروز - نشست مدیران فناوری اطلاعات و ارتباطات دانشگاه های منطقه ۴ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، با بررسی چالش ها و مشکلات مرتبط با حوزه فناوری اطلاعات و با محوریت ارائه خدمات اینترنت بیسیم در دانشگاه ها، امروز ۲۵ دیماه در دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره) برگزار شد. گفتنی است در این نشست، دکتر مرتضی محمدی ... نشست مدیران فناوری اطلاعات و ارتباطات دانشگاه های منطقه ۴ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، با بررسی چالش ها و مشکلات مرتبط با حوزه فناوری اطلاعات و با محوریت ارائه خدمات اینترنت بیسیم در دانشگاه ها، امروز ۲۵ دیماه در دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره) برگزار شد. گفتنی است در این نشست، دکتر مرتضی محمدی زنجیره، مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، به عنوان دبیر جدید کمیته فناوری اطلاعات منطقه ۴ کشوری و دکتر عتیقه فریدونی، مدیر فناوری اطلاعات دانشگاه صنعتی قم به عنوان قائم مقام دبیر این کمیته، انتخاب شد.

سیزدهمین جلسه کارگروه امور زیربنایی و شهرسازی استان مرکزی برگزار شد

اراک - مینو رستمی - سیزدهمین جلسه کارگروه امور زیربنایی و شهرسازی استان مرکزی به ریاست معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری و با حضور فرمانداران شهرستان های ساوه، محلات و خنداب، مدیران کل دفتر فنی استانداری، راه و شهرسازی و سایر اعضا برای بررسی بیش از ۱۰ دستور کار از جمله طرح توسعه شهر صنعتی کاوه و حریم طرح بازنگری طرح جامع شهر محلات و خنداب برگزار شد. مدیر کل راه و شهرسازی استان مرکزی در پایان این نشست اظهار داشت: امروز سیزدهمین جلسه کارگروه امور زیربنایی و شهرسازی استان را داشتیم که در این جلسه علاوه بر بررسی چندین طرح صنعتی، خدماتی و گردشگری، چند مورد طرح جامع و تفصیلی مربوط به شهرستانهای ساوه، محلات و خنداب را بررسی و تصمیم گیری کردیم. احمد مرزبان افزود: اضافه شدن ۳۰۰ هکتار از اراضی ملی به منطقه ویژه اقتصادی کاوه در شهرستان ساوه از جمله مواردی بود که در این جلسه مطرح و پس از بحث و تبادل نظر بر روی نقشه تهیه شده توسط مشاور مربوطه، الحاق ۳۰۰ هکتار به شهر صنعتی کاوه به تصویب اعضا رسید. وی به مراحل پایانی تهیه طرح جامع شهر محلات اشاره کرد و گفت: طرح جامع شهر محلات پس از طی جلسات متعدد کارشناسی و بازدیدهای میدانی، به تصویب کارگروه امور زیربنایی و شهرسازی رسیده و به شورای توسعه و برنامه ریزی استان ارسال شده بود لیکن برخی از مسئولین مدیریت شهری در مورد حریم این شهر نظراتی داشتند و خواستار کاهش میزان حریم شهر بودند که این موضوع در این جلسه مورد بررسی قرار گرفت و با توافق اعضا، قرار شد که مشاور مربوطه اصلاحات لازم را بر روی نقشه منبزر اعمال نماید.

کنسرت خیره به با هدف گازدار کردن خانوارهای بی بضاعت برگزار شد

رشت - زینب قلیپور - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اشاره به کنسرت خیره برگزار شده در لاهیجان گفت: طی مراسمی که عصر پنج شنبه ۲۵ بهمن در شهر لاهیجان برگزار شد از خیرینی که در راه گرمابخشی به منازل مردم بی بضاعت لاهیجان و نیز حاضرینی که با خرید بلیط کنسرت، پول لازم را برای لوله کشی خانگی منازل خانوارهای مستمند فراهم کردند، تقدیر بعمل آمد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ادامه داد: این کار با همکاری اداره کل بهزیستی و اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و با هدف گرمابخشی محفل خانواده های تحت پوشش بهزیستی محروم از نعمت گاز طبیعی انجام شده است. مهندس اکبر خاطر نشان ساخت: وظیفه شرکت گاز، گازرسانی تادرب منازل و نصب علمک است و لوله کشی داخلی منازل به عهده متقاضی گاز می باشد. وی در پایان ضمن تشکر از اداره کل بهزیستی و اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و همه مسئولینی که در این کار خیر مشارکت داشتند گفت: بر اساس جمع بندی های بعمل آمده مبلغ ۵۹ میلیون تومان از این کنسرت خیره به بدست آمده که با همکاری اداره بهزیستی و کمیته امداد و نظارت و شرکت گاز صرف لوله کشی داخلی منازل خانوارهای بی بضاعت خواهد شد.

مدیر کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان بوشهر:

نیمی از پروژه های مدرسه سازی استان با مشارکت خیرین انجام می شود



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - مدیر کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان بوشهر گفت: همزمان با دهه فجر انقلاب اسلامی ۲۴ کلاس درس در قالب هشت مدرسه با ۴ هزار و ۵۲۰ مترمربع زیربنا و ۶۸ میلیارد و ۵۵۷ میلیون ریال افتتاح و عملیات اجرایی ۱۵۷ کلاس درس در قالب ۲۲ مدرسه با ۲۹ هزار مترمربع زیربنا و ۹۴۵ میلیارد و ۲۳۳ میلیون ریال اعتبار آغاز شده است. احمد مرادی روز در جمع خبرنگاران با بیان اینکه رشد فضای آموزشی در ۴۰ سال انقلاب اسلامی ایران رشد چشمگیری داشته

افزود: در سال جاری ۱۵۱ کلاس درس در قالب ۴۷ پروژه عمرانی آموزشی در استان بوشهر با زیربنای ۲۹ هزار و ۶۵۸ مترمربع زیربنا و ۴۵۹ میلیارد و ۴۵۱ میلیون ریال تحویل آموزش و پرورش شد. وی افزود: از این شمار ۹۱ کلاس درس در قالب ۲۰ مدرسه با زیربنای ۱۷ هزار و ۷۵۵ مترمربع زیربنا با ۳۰۹ میلیارد و ۵۸۹ میلیون ریال اعتبار توسط خیران احداث شده است. مرادی با بیان اینکه نیمی از پروژه های مدرسه سازی استان با مشارکت خیرین انجام می شود، خاطر نشان کرد: از سال ۹۲ تا کنون در دولت تدبیر و امید ۲۱۶ پروژه آموزشی در استان آغاز شده که اعتبار آن قریب ۲۰۰ میلیارد تومان می باشد. مدیر کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان بوشهر ادامه داد: بررسی ها نشان می دهد میانگین جمعیت دانش آموزان استان در کلاس های درس ۲۱،۷ نفر است که این شاخص در کشور ۲۳ نفر است.

انتصاب اعضای چند کارگروه در برق منطقه ای خوزستان

اهواز - شبنم قجانود - با حکم مدیرعامل، اعضای کارگروه های ساماندهی اماکن و فضاهای اداری، مدیریت سبز و کمیته سلامت اداری و صیانت از حقوق مردم شرکت برق منطقه ای خوزستان منصوب شدند. بر اساس حکم های صادره با هدف ساماندهی اماکن و فضاهای اداری در ساختمان های شرکت، نورهاله شکیبایی (رئیس)، حسن عبیبات (دبیر)، مهران صالحی پور، کوهراد شافعی زاده، علیرضا حاتمى و اکبر هوشامی به عضویت در کارگروه های ساماندهی اماکن و فضاهای اداری منصوب شدند. اعضای کارگروه مدیریت سبز شرکت را نیز نورهاله شکیبایی (رئیس)، حدیث ابدالی لری (دبیر)، عبدالکریم آقاجری، شهرام جلالی، حسن عبیبات و سارا اطمینانی با هدف اجرای ماده ۱۹۰ قانون برنامه پنجم توسعه و آیین نامه اجرایی مربوطه و حفاظت از منابع پایه و محیط زیست تشکیل می دهند. همچنین محمود دشت بزرگ در حکمی دیگر، عبدالرسول زرگر (رئیس کارگروه سلامت اداری)، مهرداد سروش (نایب رئیس و دبیر)، مسعود قنوتی، کیوان خورشوند، مهدی ابو علی گلّه داری، مهدی باسطی نیا (رئیس کارگروه پولشویی)، مهرداد بالادی موسوی، موسی احمدی راد (دبیر شورای فرهنگی و ستاد صیانت از حریم امنیت عمومی و حقوق شهروندی)، بیزن بابادی، منصور پورعبادی، جلیلی و کیلیان، علی امینی، منصور کریمی، رستم شمس، اشکان نظام قائم آقایی و توجرح فتاحی (رئیس کارگروه طرح تکرمیر رایب رجوع) را به عضویت در کمیته سلامت اداری و صیانت از حقوق مردم منصوب کرد. هدف از تشکیل کارگروه کمیته سلامت اداری و صیانت از حقوق مردم ساماندهی و اجرای برنامه های جامع اصلاح نظام اداری در چارچوب سیاست ها و خط مشی های ابلاغی شرکت تواینر است.

اصفهان میزبان بیست و دومین نمایشگاه لوازم خانگی می شود



علاقتمندان به حوزه لوازم خانگی در روزهای پایانی سال فرصت بهتری برای آشنایی و انتخاب لوازم خانگی مورد نیاز خود در

اصفهان - قاسم اسد - محل برگزاری نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان واقع در پل شهرستان از نخستین روز اسفندماه میزبان بیست و دومین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی می شود. به گزارش اداره رسانه شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان، این نمایشگاه که تا پنجم اسفندماه در پل خواهد بود، میزبان شرکت هایی از استان های اصفهان، تهران، مشهد و تبریز است تا انواع لوازم خانگی برقی بزرگ و کوچک، خدمات پشتیبانی فروش و خدمات پس از فروش، انواع ظروف چینی و بلور و لوازم صوتی و تصویری را به نمایش عمومی بگذارند. در نمایشگاه امسال ۸۲ شرکت اقدام به نمایش و عرضه محصولات و خدمات خود خواهند کرد تا مردم و

حجت الاسلام امینی امام جمعه مسجدسلیمان:

راه اندازی موزه نفت پیش در آمد توسعه و آبادانی مسجدسلیمان است



اعتبار صرف شده و اتمام این پروژه ها ترسیم کننده همت ، تلاش و توانستن از سوی جوانان انقلابی در چهلمین سال پیروزی انقلاب

اهواز - شبنم قجانود - امام جمعه مسجدسلیمان در بازدیدی از پروژه های عمرانی و عام المنفعه صنعت نفت در این شهر مراتب رضایت و تقدیر خود را از مجموعه صنعت نفت بابت این فعالیت ها ابراز داشت. حجت الاسلام صادق امینی در بازدید از ۲ پروژه پارک موزه برق تمبی و ساختمان موزه گنجینه نفت بی بیان اظهار داشت: با مشاهده اقدامات انجام شده توسط مجموعه شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان حقیقتاً حس خوبی به من دست داد و می توانم بگویم که این پروژه پیش در آمد توسعه و آبادانی دوباره مسجدسلیمان خواهد بود. وی افزود: غرور آفرینی این پروژه ها در جایی است که می بینیم در سالیهای اقتصاد مقاومتی با نگاه درست به حمایت از کالای ایرانی برای ساخت تأسیسات و تجهیزات این دو پروژه بزرگ

مدیرعامل سازمان مدیریت پسماند شهرداری قم مطرح کرد:

اجرای طرح هدیه مشارکت همیاران بازیافت به نفع بیماران مبتلا به سرطان



با رویکرد معنوی، یادآور شد: در موارد بسیاری شهروندان با مراجعه به غرفه های بازیافت مشک

قم - خبرنگار فرصت امروز - مدیرعامل سازمان مدیریت پسماند شهرداری قم گفت: به موجب عقد تفاهم نامه با موسسه خیریه خورشید، ارزش مالی بهای پسماندهای خشک همیاران بازیافت به نفع بیماران مبتلا به سرطان به این موسسه اهدا خواهد شد. سید عبدالله میرابراهیمی با اشاره به اجرای طرح های تشویقی و انگیزشی در غرفه های بازیافت سطح شهر اظهار کرد: سازمان مدیریت پسماند به منظور ایجاد انگیزه و تقویت روحیه مشارکت شهروندان در امر تفکیک پسماند از مبدا، نسبت به اجرای طرح های تشویقی در مجاورت غرفه های بازیافت سطح شهر اهتمام دارد. وی گفت: طرح های تبادل پسماند خشک با کتاب، گل و گیاه های آپارتمانی و ... در ۴۲ غرفه سطح شهر در روزهای مشخص هفته و در مجاورت غرفه ها اجرا می شود. میرابراهیمی با اشاره به ایجاد مشوق های انگیزشی

سید محسن موسوی تاکامی مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری مازندران - ساری خبر داد:

تشکیل جلسه ستاد هفته منابع طبیعی و آبخیزداری اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری

را در تمام ایام سال داشته باشیم و هر روز به فکر حفظ افعال و امر نهال کاری باشیم. دبیر ستاد هفته منابع طبیعی و آبخیزداری مازندران - ساری خاطر نشان کرد: موضوع بسیار مهمی که عرصه های منابع ملی ما را تهدید می کند و دامنگیر این عرصه ها شده، آفت ها است. شمشادها، ما جزء گونه های نادری است که در دنیا از آن نام می برند و بسیار ارزشمند است. گونه ای همیشه سبز، مقاوم، منعوق و قطع و ... که متأسفانه در شرایط خوبی به سر نمی برد و مورد تهدید آفت ها قرار گرفته است. پره به عنوان آفتی وارداتی که از مسافرینی که از کشورهای دیگر به ایران و مازندران مسافرت می کنند به شکل های مختلفی به گونه های ما منتقل شده است و آن ها را تهدید جدی می کند. همه باید کمک کنیم، دستگاه های مرتبط باید پای کار بیایند، علی الخصوص سازمان پارک ها و فضای سبز شهرداری قم که می تواند کمک حال خوبی برای کنترل این موضوع باشد. اگر این آفت ها از بین نرود، و میزبان جدیدی را برای خود پیدا کند ما بسیار مشکل تر خواهد بود.



های اجرایی هفته منابع طبیعی و آبخیزداری مشخص شده است. در کنار تمامی برنامه هایی که تدوین و برنامه ریزی شده است، بهره برداری از ظرفیت و نفوذ اجتماعی هنرمندان، ورزشکاران، نخبگان، فضای مجازی و زمینه سازی مشارکت تشکل های مردم نهاد و ... در راستای فرهنگ سازی حفظ و احیای منابع طبیعی، بسیار حائز اهمیت است. ایشان بیان کرد: مراسم نهال کاری، غرس درختاروز درختکاری) نباید مختص به یک هفته باشد، بلکه ما باید درختکاری

شش خدمه موتور لنج باری از غرق شدن نجات یافتند



توجه به مختصات داده شده از سوی شناور حادثه دیده ۳۰ دقیقه بعد از اعلام اضطرار خود را به موتور لنج رسانده و هر ۶ خدمه را نجات دادند. وی اظهار داشت: همچنین اقدامات و بررسی ها بمنظور نجات شناور نیز انجام گرفت، ولی متأسفانه بدلیل ابگرفتگی شدید، موتور لنج مذکور در همان منطقه غرق شد. مدیر کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر - ناجی ۱۸ پس از اتمام عملیات به سمت پایگاهش در بندر عسلویه بازگشت و شش خدمه نجات یافته را تحویل عوامل مستقر بر روی اسکله پارس بندر عسلویه نمود.

جزئیات نجات جان دختر ۱۹ ساله توسط آقای شهردار مهدیشهر



شنیدن این موضوع به سرعت در محل حادثه حاضر شدم و از مردم خواستم ضمن حفظ خون سردی حلقه ای از جمعیت ایجاد کنند تا در صورت اقدام به خودکشی دختر جوان، شدت ضربه توسط مردم کم شده و به تبع آن خطر مرگ کاهش یابد. شهردار مهدیشهر گفت:

سمنان - حسین باباحمدی - شهردار مهدیشهر در گفت و گو با خبرنگار ما از اقدام به خودکشی دختری جوان گفت: دختر ۱۹ ساله مهدیشهری که قصد خودکشی داشت از مرگ نجات یافت. مسعود حاجی بگللو افزود: حدود ساعت ۱۲ ظهر از فرماندهی آتش نشانی مهدی شهر موضوعی با عنوان اقدام به خودکشی اعلام شد و پس از ۳ دقیقه از اعلام این حادثه نیروهای آتش نشانی به محل اعزام شدند. وی اظهار داشت: نینروها پس از حضور در محل حادثه با دختر ۱۹ ساله ای مواجه شدند که از پشت بام ساختمانی ۷ طبقه در خیابان صاحب الزمان (عج) مهدیشهر قصد خودکشی دارو جمعیتی از مردم در آنجا جمع شده اند. حاجی بگللو ادامه داد: نیروهای پلیس ، مردم و امدادگران تجمع کرده بودند و یک روان شناس در حال مشاوره با این جوان بود. شهردار مهدیشهر بیان کرد: من نیز با

اراک - مینو رستمی - به گزارش روابط عمومی شرکت پالایش

نفت امام خمینی (ره) سازند و به نقل از تسنیم مهدی زندیه و کیلی معلون عمرانی استاندار مرکزی روز دوشنبه پنجم آذر ماه در چهارمین جلسه کارگروه کاهش آلودگی هوای استان مرکزی که در محل

بنزین پالایشگاه سازند دارای استانداردهای بالا و از عوامل کاهش آلودگی هوای استان مرکزی است

سطح کشور است و بخشی از تغییرات و بهبود وضعیت هوای استان مرکزی به ویژه کاهش سطح گوگرد در هوای استان مهربان این اتفاق خوشایند است. گفتنی است از جمله مهم ترین تولیدات پالایشگاه سازند تولید بنزین و گازوئیل یورو ۴ با استانداردهای جهانی است.

قدیمی ترین راز موفقیت در کار و افزایش بهره‌وری چیست؟

به نظر می‌رسد که این روزها هر شخصی عقیده دارد که بهترین راز موفقیت در کار و افزایش بهره‌وری روزانه را می‌داند. مطالب بسیاری در این زمینه منتشر می‌شود و نظرات زیادی وجود دارند؛ مثلاً گفته می‌شود دانلود یک اپلیکیشن یا خرید یک برنامه‌ریز به خصوص می‌تواند معجزه کند.

همچنین برخی باور دارند روش‌های جدید مدیتیشن یا ذهن‌آگاهی تأثیر بسزایی در افزایش بهره‌وری دارند. با این وجود گاهی نیازی نیست سراغ روش‌های تازه رفت چرا که متدهای اثبات‌شده و قدیمی‌تری وجود دارند و هنوز کارآمدی خود را حفظ کرده‌اند. ۱۰۰سال پیش آیوی لی (Ivy Lee) روشی خاصی برای افزایش بهره‌وری معرفی کرد که قدیمی‌ترین راز موفقیت در کار به شمار می‌رود.

آیوی لی کیست و قدیمی‌ترین راز موفقیت در کار چگونه مطرح شد؟

به تعویق انداختن کارها، مسئله‌ای است که بسیاری از ما با آن دست و پنجه نرم می‌کنیم. دنیای کاری مدرن به قدری شلوغ و درهم شده که گاهی نمی‌دانیم کدام کار از اهمیت بیشتری برخوردار است و ممکن است بسیاری از فعالیت‌ها بارها عقب بیفتد یا حتی به کلی فراموش شود.

با این وجود آیوی لی که از بهترین مشاوران کاری زمان خود به شمار می‌رفت و یکی از پیشگامان روابط عمومی محسوب می‌شد، در سال ۱۹۱۸ طی ملاقاتی که با Charles Schwab مدیرعامل Bethlehem Steel داشت روش کارآمدی برای افزایش بهره‌وری عنوان کرد.

Schwab یکی از ثروتمندترین افراد دوره خود به حساب می‌آمد، به دنبال راهی بود تا بهره‌وری تیم کاری خود را افزایش دهد. به همین دلیل سراغ لی رفت و او نیز روشی متشکل از ۵ قدم اساسی را برایش تشریح کرد. این مسئله موجب شد تا Schwab پس از آزمایشی ۹۰ روزه و موفقیت این روش، مبلغی معادل ۴۰۰ هزار دلار امروز به آیوی لی پرداخت کند و به نوعی از وی تشکر کند.

متد ۱۰۰ ساله و اثبات‌شده آیوی لی برای افزایش بهره‌وری چیست؟

شاید انتظار دارید که قدم‌های بسیار پیچیده‌ای برای این مسئله مشاهده کنید، اما روش لی به قدری آسان است که با چند روز تمرین می‌توانید از آن برای بهبود بهره‌وری و افزایش فعالیت خود استفاده کنید. این پنج قدم به شرح زیر است؛

- در پایان روز کاری شش فعالیت مهم روز بعد خود را فهرست کنید. توجه کنید که تنها شش مورد را ذکر کنید و نه بیشتر.

- این شش مورد را براساس اهمیت و برتری مرتب کنید. به صورتی که مهمترین فعالیت، اولین مورد فهرست شما باشد.

- روز بعد تنها روی انجام این شش مورد تمرکز کنید. بدین صورت که پس از اتمام مورد اول سراغ گزینه بعدی بروید و به هیچ‌وجه آنها را با هم انجام ندهید.

- اگر نتوانستید چند مورد از فهرست خود را انجام دهید، آنها را به فهرست روز بعد خود اضافه کنید.
- تمامی قدم‌های قبلی را به صورت روزانه تکرار کنید.

منبع: curiosity/digiato

«نوستالژی جمعی» مشتری را به خرید تولیدات داخلی ترغیب می‌کند

سازمان‌ها و بازاربازها می‌توانند با استفاده از نوستالژی جمعی، مشتری را تحریک کنند که کالای تولید داخل را به کالاهای خارجی ترجیح دهد.

اولین بررسی جامع درباره تأثیرات نوستالژی جمعی بر تصمیم‌گیری مشتریان نشان می‌دهد رویدادهایی که به نوستالژی گروهی از مردم تبدیل می‌شوند، آنها را ترغیب می‌کنند کالای تولید داخل را به محصولات خارجی ترجیح دهند. بدین‌ترتیب، کشورها می‌توانند بدون متوسل‌شدن به اقدامات دشواری نظیر اعمال تعرفه گمرکی یا مذاکرات بازرگانی بین‌المللی از تولیدات داخلی حمایت کنند.

«نوستالژی شخصی» اشتیاق و میل به گذشته فرد است که شرکت‌ها از آن برای فروش محصولات خود استفاده می‌کنند. باین‌حال، مسئله تأثیر نوستالژی جمعی بر تصمیم‌گیری و انتخاب مشتری خیلی شناخته‌شده نیست. «نوستالژی جمعی» به تمایل عاطفی گروهی از افراد به گذشته گفته می‌شود؛ مثلاً وقتی مردم آمریکا به خودشان به‌عنوان آمریکایی فکر می‌کنند، بسیاری از آنها رویدادهای نمادین این کشور، نظیر قدم گذاشتن بر ماه یا بازی‌های المپیک لس‌آنجلس یا انتخاب اولین رئیس‌جمهور آمریکا را به‌یاد می‌آورند. نوستالژی جمعی، احساسی گروهی است که موجب افزایش ارتباطات اجتماعی و تقویت عزت‌نفس جمعی می‌شود. ماریکا دیمیتریادو، سخنران کالج متروپولیتن آن در زمینه بازاریابی؛ بوریس مکایوفسکی، استاد مدیریت در دانشگاه کالیفرنیا و تیم ویلدشات و کنستانتین سدیکیدز، استادان روانشناسی اجتماعی و شخصیتی در دانشگاه ساوت‌همپتون، بر این عقیده‌اند نوستالژی جمعی ممکن است ترجیح مشتری به کالای تولید داخلی را افزایش دهد.

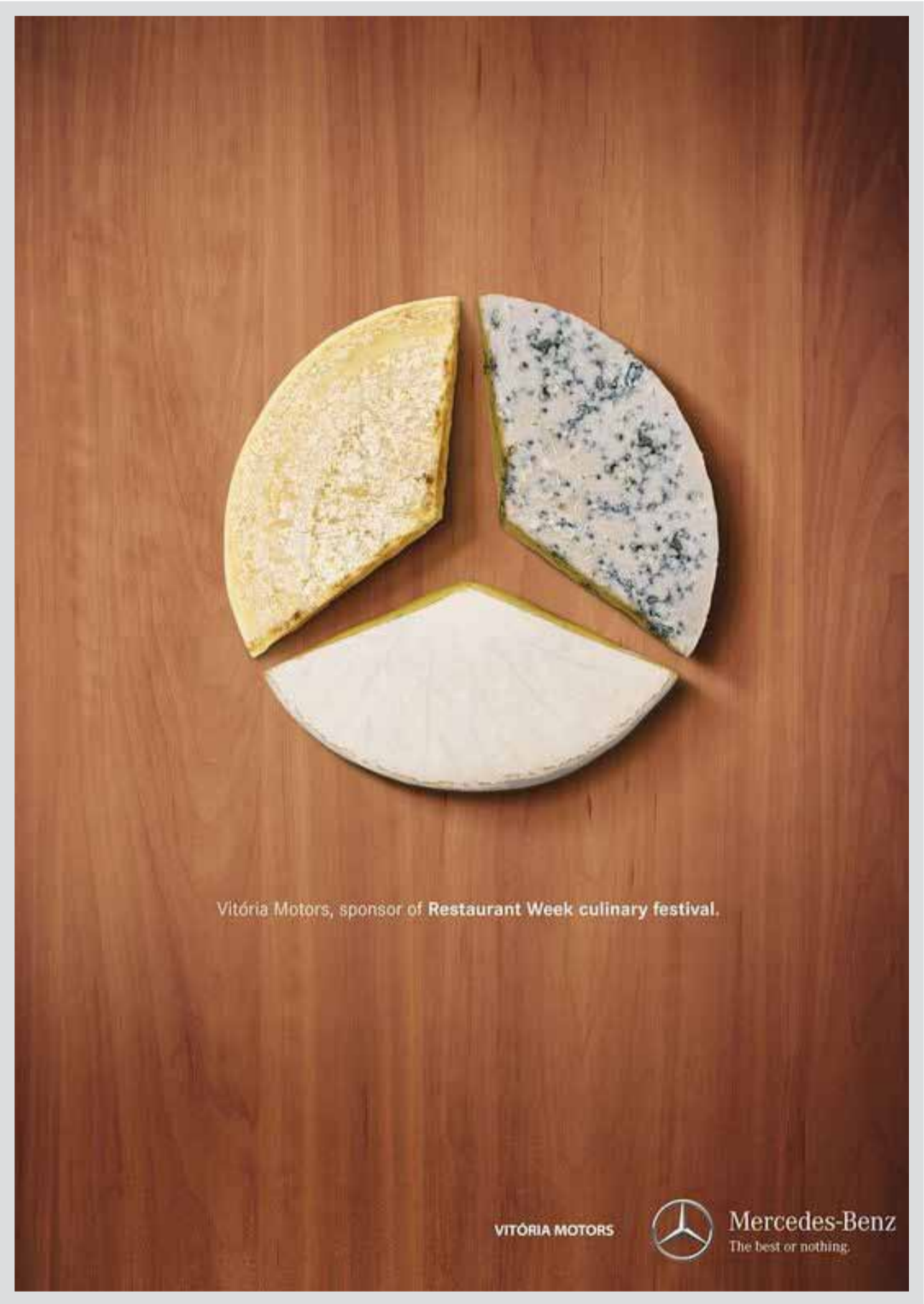
پژوهشگران طی مجموعه‌ای از آزمایش‌های خود در یونان، افراد داوطلب را به سه گروه تقسیم کردند. به گروه اول، متن مکتوبی داده شد که نوستالژی رویدادهایی را به‌یاد آنها می‌آورد که با سایر هم‌وطنان یونانی خود تجربه کرده بودند. گروه دوم را با سناریوها و تجربه‌هایی مواجه کردند که در دوران کودکی نسل‌های متممادی رایج بود و جرقه‌های نوستالژی جمعی را در آنها زنده می‌کرد. برای گروه سوم (گروه کنترل) فعالیتی انتخاب کردند که هیچ نوستالژی خاصی به‌یاد آنها نمی‌آورد. سپس، از همه شرکت‌کنندگان خواستند آهنگ‌های پاپ یا نمایش‌های تلویزیونی خارجی یا یونانی دلخواه‌شان را اعلام کنند. افرادی که نوستالژی جمعی را تجربه کرده بودند، آهنگ‌های پاپ یا نمایش‌های تلویزیونی یونانی را ترجیح می‌دادند. وقتی با علاقه و اشتیاق به تجربه‌های مشترک خود با سایر یونانی‌های کشورشان فکر می‌کردند، به‌سمت انتخاب کالای تولید داخل می‌رفتند، اما شرکت‌کنندگان گروه کنترل آهنگ‌ها و نمایش‌های خارجی را انتخاب کردند.

تأثیر نوستالژی جمعی بر انتخاب کالای داخلی، بسیار بزرگ و پایدار بود. پژوهشگران معتقدند نوستالژی جمعی باعث می‌شود حس شرکت‌کنندگان به گروه‌های ملی‌شان به‌عنوان هویتی ارزشمند افزایش یابد یا حتی عزت‌نفس جمعی افراد برای خرید کالای وطنی بیشتر شود.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد سازمان‌ها و بازاربازها می‌توانند برای جذب مشتری و تأثیر بر تصمیم‌گیری‌های آنها از نوستالژی جمعی استفاده کنند. علاوه بر این، نوستالژی جمعی می‌تواند روی گروه‌های بزرگ و مجازی نیز تأثیر بگذارد؛ حتی وقتی اعضای این گروه‌ها هیچ‌وقت یکدیگر را ملاقات نکرده باشند. سازمان‌ها و بازاربازها می‌توانند از رویدادهای نمادین و مشترک یک گروه برای تحریک نوستالژی جمعی استفاده کنند و با این کار محصول بیشتری بفروشند. بوریس مکایوفسکی می‌گوید:

معتقدیم نوستالژی گروهی را می‌توان در حوزه‌هایی نظیر لباس و خودرو استفاده و بدین ترتیب مشتری را ترغیب کرد تا کالای داخلی را به‌جای کالای خارجی انتخاب کند. مطمئناً این روش خیلی مؤثرتر از روش‌های مداخله‌ای دشوار مثل مذاکرات بازرگانی است.

منبع: SCIENCE/DAILY/zoomit



هوش هیجانی، آسیب‌پذیری را در برابر مهندسی اجتماعی افزایش می‌دهد

هنگام مواجهه با آنها چه رفتاری باید داشته باشند.

۴- هکرهای کلاه سفید استفاده کنید

هکرهای کلاه سفید هک‌هایی هستند که نیت بد ندارند و قانون‌شکنی نمی‌کنند، آنها معمولاً برای پیدا کردن نقاط آسیب‌پذیر یک سازمان به آن نفوذ می‌کنند. از آنها بخواهید چند مدل حمله مهندسی اجتماعی روی سازمان شما ترتیب دهند تا نقاط آسیب‌پذیر پیدا شود و سپس نسبت به رفع آنها اقدام کنید.

۵- اطلاعات و سیستم خود را به‌روز نگه دارید

هکرها همواره سعی دارند راه جدیدی برای فریب دادن قربانی‌های خود پیدا کنند، بنابراین شما نیز باید دائماً با یک تیم امنیتی برای آگاهی از آخرین تکنیک‌های محافظتی در ارتباط باشید.

در سال‌های اخیر افزایش آگاهی مردم نسبت به هوش هیجانی باعث شده عملکرد بهتری در کسب‌وکار داشته باشند و به‌طور کلی کیفیت زندگی خود را افزایش دهند. مطالعات دانشگاهی اهمیت هوش هیجانی و تأثیر آن در مراحل مختلف زندگی را نشان می‌دهد و ثابت می‌کند هر قدر هوش هیجانی بیشتر باشد کیفیت کار، سلامتی و روابط نیز بیشتر می‌شود.

اما زمانی‌که صحبت از مهندسی اجتماعی به میان می‌آید، هوش هیجانی افراد را آسیب‌پذیرتر می‌کند. همان مقدار همدلی که مزایای بی‌شماری به همراه دارد، در صورت عدم آگاهی به ابزاری برای آسیب‌پذیری و نقطه ضعف تبدیل خواهد شد. افزایش آگاهی، رعایت نکات ایمنی و به‌روز کردن اطلاعات تنها راه‌حلی است که از شما و کسب‌وکارتان در برابر افراد سودجو محافظت خواهد کرد.

منبع: INC/zoomit

درواقع حس همدلی قربانی به دروازه‌ای برای ورود افراد فریبکار تبدیل می‌شود. به‌عنوان مثال دوست‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی شما را دنبال می‌کنند و ناگهان با تعریف یک داستان ساختگی تقاضای پول می‌کنند همان هک‌هایی هستند که قصد دارند با مهندسی اجتماعی دیگران را فریب دهند.

اما از کجا بدانیم شخصی قصد کلاهبرداری داشته یا واقعا به کمک نیاز دارد؟ در ادامه به معرفی راه‌هایی می‌پردازیم که از کسب‌وکار شما در برابر حقه‌های مهندسی اجتماعی محافظت می‌کنند.

۱- مهندسی اجتماعی را عملیاتی گسترده در نظر بگیرید

حملات مهندسی اجتماعی را به چشم یک تهدید بزرگ در نظر بگیرید و این موضوع را به تیم خود خبر دهید. به آنها بگویید که آگاهی‌شان چه نقش مهمی در امنیت کسب‌وکار دارد.

۲- نکات امنیتی را رعایت و پروتکل داخلی تعریف کنید

اطلاعات شرکت و همچنین تعداد افرادی که به آنها دسترسی دارند را محدود کنید. برای بررسی هویت از پروتکل‌های داخلی استفاده کنید و اطلاعات حساس را به شکلی محرمانه نگهداری کنید. به‌عنوان مثال سپردهای دسترسی را تنها در شرایط خاص و در اختیار افراد خاص قرار دهید.

۳- سطح آگاهی همکاران خود را بالا ببرید

هیچ شخصی نمی‌تواند در برابر موضوعی که از مضر بودن آن آگاهی ندارد از خودش محافظت کند. این وظیفه شما است که خطرات احتمالی و تکنیک‌های رایج مهندسی اجتماعی را به همکاران خود یاد دهید و به آنها بگویید که

هوش هیجانی کیفیت زندگی، کار و روابط را بالا می‌برد اما هنگامی که صحبت از مهندسی اجتماعی به میان می‌آید، نتیجه معکوسی دارد و فرد را آسیب‌پذیر می‌کند. مهندسی اجتماعی (Social engineering) سوءاستفاده زبردانه از تمایل طبیعی انسان به اعتماد کردن بوده و جدیدترین روش سوءاستفاده هکرها از دیگران است. در این روش افراد سودجو به کمک مجموعه‌ای از تکنیک‌ها، فرد را به فاش کردن اطلاعات یا انجام کارهایی خاص متقاعد می‌کنند.

شاخص امنیت سایبری IBM نشان می‌دهد ۹۵درصد مشکلات امنیتی به‌دلیل اشتباه خود انسان‌ها اتفاق می‌افتند. به‌عنوان مثال فیشینگ (سرقت اطلاعاتی مانند حساب بانکی، رمز عبور و...) یکی از رایج‌ترین مشکلات امنیتی است که هکرها یا فرستادن یک ایمیل معمولی طعمه‌های خود را شکار می‌کنند. آنها در ایمیل فایل‌های مخربی را پیوست می‌کنند که دانلود کردن‌شان باعث ورود نرم‌افزارهای مخرب به سیستم کاربر شده و اطلاعات بانکی یا سایر اطلاعات آنها را سرقت می‌کند.

این دقیقاً همان جایی است که هوش هیجانی یا قابلیت جهت‌دهی به روابط بین فردی و ذهنی، تأثیر مخربی روی زندگی فرد می‌گذارد. مهندسی اجتماعی معمولاً به احساسات بنیادی انسان‌ها مانند طمع، کنجکاوی، ترس و همدلی حمله می‌کند و با دستکاری آنها، انسان را فریب می‌دهد. درنهایت این فریبکاری به افشای اطلاعات محرمانه‌ای از سوی قربانی منجر می‌شود و عواقب بدی برای او خواهد داشت.

مهندسی اجتماعی و هوش هیجانی

هر قدر هوش هیجانی فرد بیشتر باشد، آسیب‌پذیری او در برابر مهندسی اجتماعی نیز بیشتر می‌شود.