

اصطلاحی در بورس هست که می‌گویند سهامداران «در حال شمردن سود خود هستند» به این معنا که سهمی را می‌خرند و برایش یک هدف قیمتی در نظر می‌گیرند، اما پیش از آنکه سهم به آن قیمت برسد، حساب می‌کنند که قرار است چقدر سود کنند. زمستان سال ۹۲، سرمایه‌گذاران بازار بورس تهران سرخوش از مثبت‌های پی در پی سهم‌های مختلف، در حال شمردن سود خود بودند که ناگهان شاخص حدود ۲هزار واحد افت کرد. آن روزها بازار آنقدر مثبت بود که کمتر کسی فکر می‌کرد قرار است این اتفاق، سرآغاز دوره رکود و افت بورس تهران باشد. خوش‌بین‌ها، آن روز می‌گفتند قیمت‌های منفی سهم‌ها، فرصت خرید است و خیلی از مردم عادی و سهامداران تازه‌وارد، همان‌جا سهم خریدند. معروف است که می‌گویند هر وقت دیدی مردم عادی برای خرید سهام به بازار سرمایه هجوم آورده‌اند، یعنی بازار به سقف رسیده است.

ادامه در همین صفحه

شاخص بورس بیش از ۷ هزار واحد دیگر عقب نشست

ریزش بورس ۳ روزه شد

روز گذشته هم شاخص بورس نزولی بود و این سومین روز متوالی است که شاخص بورس تهران فرو می‌ریزد. با رشد ریسک‌های سیستماتیک و نگرانی‌ها از وضعیت اقتصادی در آینده، چند روزی است که عرضه‌ها...

خریداران عمده نفت ایران چه سیاستی در قبال تحریم‌های آمریکا دارند؟

معمای نفت ایران

فرصت امروز: در حالی که دونالد ترامپ و تیم مشاورانش می‌گویند صادرات نفت ایران را به صفر خواهند رساند، ایران می‌گوید تحت هر شرایطی فروش نفت را ادامه می‌دهد. در این میان، واردکنندگان عمده نفت ایران ازجمله ترکیه و هند، دچار سردرگمی شده‌اند. در همین زمینه، پایگاه خبری تی‌آرتی ورلد ترکیه گزارش داده نفت ایران برای ترکیه و هند به عنوان واردکنندگان عمده نفت از این کشور به یک ممعا تبدیل شده است، چراکه هر دو کشور وابستگی زیادی به نفت ایران دارند. برای هندوستان که در آستانه انتخابات پارلمانی قرار دارد خبر عدم تمدید معافیت‌ها از سوی ترامپ در حالی که ونزولا، دیگر فروشنده عمده نفت هم مورد تحریم قرار گرفته و دچار نابسامانی داخلی است، شوکه‌کننده بود چرا که دولت آینده این کشور با مشکلات ناشی از این تحریم‌ها دست به گریبان خواهد بود. ترکیه، دیگر خریدار نفت ایران نیز نگران این وضعیت است. هامی اکسوی، سخنگوی وزارت خارجه این کشور در آخرین موضع‌گیری رسمی گفت که انکارا برای معافیت از تحریم و ادامه خرید نفت...

دلالان از دلارهای دولت سیر نمی‌شوند

سرگذشت ارز دولتی

مدیریت و کسب‌وکار



مایکروسافت ورد به کمک هوش مصنوعی نوشته‌های تان رابی عیب‌ونقص می‌کند

- هر آنچه باید در مورد آگاهی از برند بدانید
- نتایج بهتر در کسب و کار ، با تمرین زبان بدن
- شهر هوشمند ضرور تی مغفول‌مانده
- ۲۴ اشتباه بزرگ در بازار بایی محتوایی
- ۵ کانال بازار بایی بر تر در سال ۲۰۱۹
- ۵ کمپین زیست‌محیطی به مناسبت روز زمین

معاون اول رئیس‌جمهور تاکید کرد

سامانه‌های مبارزه با قاچاق کالا و ارز به سرعت عملیاتی شوند

جلسه بررسی آخرین وضعیت سامانه‌های مبارزه با قاچاق کالا و ارز ظهر دیروز به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور برگزار شد. اسحاق جهانگیری در این جلسه ضمن تبریک فرا رسیدن ماه مبارک رمضان، استقرار و تکمیل سامانه‌های مبارزه با قاچاق کالا و ارز را یکی از ضروری‌ترین نیازهای امروز کشور برشمرد و گفت: تکمیل و استقرار این سامانه‌ها مورد اهتمام همه ارکان نظام است و با توجه به نقش مهمی که در شفاف‌سازی و پیشگیری از تخلفات و فساد دارند، باید هرچه سریع‌تر تکمیل و عملیاتی شوند. معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به گزارش نماینده ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز درخصوص تکالیف دستگاه‌ها در قبال استقرار این سامانه‌ها، تصریح کرد: باید همه دستگاه‌های ذی‌ربط به تکالیف خود در قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و استقرار و تکمیل این سامانه‌ها به خوبی عمل کنند و اگر دستگاهی در این زمینه تعلل و کوتاهی داشته باشد باید شناسایی و با آن برخورد شود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، جهانگیری از وزیر کشور خواست گروهی نظارتی برای ارزیابی عملکرد دستگاه‌ها در زمینه استقرار سامانه‌های موضوع قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز تعیین کند و ضمن بررسی و ارزیابی دقیق گزارش ارائه‌شده از سوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، ظرف یک هفته گزارشی جامع از آخرین وضعیت استقرار سامانه‌ها و نحوه عملکرد دستگاه‌ها ارائه دهند تا چنانچه دستگاهی عملکرد مناسبی نداشته و یا در عمل در زمینه تکالیف قانونی خود کوتاهی و تعلل کرده است، مشخص و با آن برخورد شود. وی ادامه داد: نباید اجازه دهیم تلاش‌ها و اقدامات انجام‌شده در جهت استقرار و تکمیل سامانه‌های مبارزه با قاچاق کالا و ارز به دلیل عدم همراهی برخی افراد که دیدگاه دیگری دارند معطل بماند. همه دستگاه‌های مرتبط با قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز باید طبق برنامه زمانبندی برای تکمیل سامانه‌ها عمل کنند و چنانچه نواقصی وجود دارد به سرعت برطرف شود. معاون اول رئیس‌جمهور افزود: اگر این سامانه‌ها براساس برنامه زمانبندی تکمیل شوند و دستگاه‌های مختلف همکاری لازم را در ارائه اطلاعات و اتصال این سامانه‌ها به یکدیگر انجام دهند، گام مهمی در جهت شفاف‌سازی و جلوگیری از تخلفات و فساد برداشته خواهد شد. جهانگیری تاکید کرد: کلیه دستگاه‌ها موظفند با سرعت نسبت به استقرار، تکمیل و مرتبط‌سازی سامانه‌های موضوع قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز اقدام کنند و نتیجه را به فوریت گزارش کنند. در این جلسه که وزرای کشور، راه و شهرسازی، امور اقتصادی و دارایی، جهاد کشاورزی، دادگستری، رئیس‌سازمان ملی استاندارد، رئیس‌سازمان تعزیرات حکومتی و نمایندگان ناها و سایر دستگاه‌های مرتبط نیز حضور داشتند، رئیس ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز با اشاره به اینکه روند استقرار و تکمیل سامانه‌های مبارزه با قاچاق کالا و ارز از ابتدای سال ۹۷ سرعت مناسبی پیدا کرده است، گفت: میزان پیشرفت این سامانه‌ها تا سال ۹۶ حدود ۲۰درصد بود، اما از سال ۹۷ شاهد جهش و تحرکی اثربیش در تکمیل این سامانه‌ها بوده‌ایم. در ادامه این جلسه سخنگوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز گزارشی از اقدامات دستگاه‌های مختلف درخصوص تکالیف آنها در قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز با محوریت سامانه‌ها ارائه کرد و گفت: حدود ۴۵ سامانه برای مبارزه با قاچاق کالا و ارز طراحی شده و هر یک از دستگاه‌ها براساس تکالیف خود و مطابق برنامه زمانبندی اعلام‌شده در حال تکمیل این سامانه‌ها هستند. در این جلسه مقرر شد، وزیر کشور با تشکیل هیاتی نظارتی متشکل از نمایندگان وزارت اطلاعات، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، بازرسی کل کشور و دبیرخانه ستاد مبارزه با مفاسد اقتصادی ضمن ارزیابی دقیق گزارش ارائه‌شده از سوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، آخرین وضعیت عملکرد دستگاه‌ها درخصوص استقرار، تکمیل و مرتبط‌سازی سامانه‌های موضوع قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز مورد ارزیابی قرار دهند و ظرف یک هفته نتیجه این بررسی را گزارش کنند تا اگر دستگاهی کوتاهی و تعلل داشته مشخص و با آن برخورد شود.

زمستان بورس در راه است؟

ادامه از همین صفحه

شاخص بورس تهران روز دوشنبه ۸۲۳۶ واحد افت کرد و تاریخی‌ترین سقوط بورس به ثبت رسید. این کاهش در روز سه‌شنبه هم ادامه‌دار بود و شاخص کل با افتی ۷هزار و ۶۲۳ واحدی به رقم ۲۰۸ هزار و ۱۹۷ واحد رسید. از شواهد مشخص است که خیلی از مردم برای در امان نگه داشتن نقدینگی خود از تورم، به بورس رو آورده‌اند و سهم خریده‌اند. شرایط این روزها شاید از جهاتی شبیه به شرایط دی ماه ۹۲ باشد، اما به این معنا نیست که حتما بورس تهران وارد دوره اصلاح خواهد شد.

کسی نمی‌گوید بورس از همین فردا قرار است وارد فاز اصلاحی شود، اما سهامداران و افرادی که تازه وارد این بازار شده‌اند باید این موضوع را در نظر بگیرند که روزهای مثبت بازار سرمایه، همیشگی نیست. قرار نیست بورس تا ابد مثبت باشد. بالاخره یک روز جهت حرکتش عوض می‌شود. اگر تازه‌وارد هستید، سهمی خریده‌اید و سودی به جیب زده‌اید، فکر نکنید که یک معامله‌گر حرف‌های شده‌اید. حرف با تجربه‌ها را گوش کنید و به اصول معامله‌گری در بازار سهام پایبند باشید.

پس از یک سال

سکوت برج‌امی ایران می‌شکند

بیش از ۱۳۰ تن و انبار آن در خاک کشور نه کشوری خارجی، توقف اجرای پروتکل الحاقی و دسترسی‌های اضافی، تحقیقات درباره سانتریفیوژهای پیشرفته و... از جمله اقداماتی است که می‌تواند در لیست اقدامات احتمالی ایران در چارچوب «کاهش تعهدات» هسته‌ای‌اش قرار گیرد، اما از این میان برخی اقدامات می‌تواند اثرات سیاسی –بین‌المللی و فنی فوری‌تری نسبت به اقدامات دیگر داشته باشد، به ویژه اگر این اقدام یا اقدامات در حوزه غنی‌سازی باشد.

یکی از این اقدامات، می‌تواند عدم پایبندی ایران به سقف ۳۰۰ کیلوگرم اورانیوم غنی‌شده به عنوان ذخیره در کشور باشد. براساس آخرین گزارش آژانس بین‌المللی انرژی اتمی در اسفندماه سال ۹۷، کل موجودی ذخیره‌شده اورانیوم غنی‌سازی‌شده ایران از میزان ۳۰۰کیلوگرم UF۶ غنی شده تا میزان ۳.۶۷درصد اورانیوم ۲۳۵ (یا معادل آن در اشکال مختلف شیمیایی) فراتر رفته است. میزان ۳۰۰ کیلوگرم UF۶ معادل با ۲۰۲.۸ کیلوگرم اورانیوم است.

دومین اقدام ایران که می‌تواند اثری به مراتب گسترده در سطح بین‌الملل داشته باشد، کاهش نظارت‌های آژانس در سطوح مختلف بر فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای ایران است.

آژانس در سه سال گذشته که از اجرای برجام می‌گذرد، کم‌سابقه‌ترین نظارت‌ها را در سطوح پادمانی، پروتکل الحاقی و حتی فراتر از دسترسی‌های قانونی نسبت به ایران داشته است و بر همکاری مطلوب ایران در این مدت با بازرسان آژانس صحه گذاشته است. به گزارش ایسنا، به نظر ایران در گام نخست اجرای تعهدات خود را براساس بند ۲۶ برجام به طور «جزئی» کاهش خواهد داد، نه «کلی» و همین مساله حاکی از علانیت تهران در برخورد با پدیده «ترامپ» در آمریکاست، به علاوه این رویکرد نشان می‌دهد که تهران همچنان از باز نگه داشتن درهای «دیپلماسی» استقبال می‌کند و انتظار است تا ۴+۱ به ویژه سه کشور اروپایی نسبت به برآورده‌ساختن مزیت‌های اقتصادی ایران از برجام در کمترین زمان ممکن به خصوص در حوزه خرید و فروش نفت و انرژی و تبادلات مالی و بانکی اقدام فوری و جدی‌تری انجام دهند.

سازمان انرژی اتمی بعد از دستور مقام معظم رهبری در خرداد سال ۹۷ بعد از اعلام خروج آمریکا از برجام، اقدامات و زمینه‌سازی‌هایی را در دستور کار برای اقدام متقابل در زمان مناسب انجام داد که به فراخور در سال گذشته شاهد رونمایی و افتتاح این پروژه‌ها بودیم و اکنون نظام آماده می‌شود تا از جدی‌ترین واکنش برج‌امی خود نسبت به رویکرد یک جانبه آمریکا و از سویی سکوت و بی‌تفاوتی طرف‌های دیگر برجام رونمایی کند.

جزئیات اقدامات هسته‌ای ایران به احتمال قوی روز چهارشنبه از زبان حسن روحانی رئیس‌جمهوری کشور اعلام خواهد شد و سازمان انرژی اتمی و وزارت خارجه نیز هم‌زمان مجری این اقدامات در سطوح فنی و سیاسی هستند. همچنین اقدامات ایران به صورت «گام به گام» و «مرحله به مرحله» در زمان‌بندی مشخص و با درخواست از آژانس بین‌المللی انرژی اتمی برای نظارت بر اقدامات مدنظرش انجام خواهد شد.

ایران به زودی اجرای تعهدات هسته‌ای خود که در سه سال گذشته با تایید آژانس بین‌المللی انرژی اتمی به طور دقیق انجام داده است را در واکنش به خروج یک‌جانبه آمریکا از برجام و تشدید فشارهای سیاسی و اقتصادی در نبود حضور فعال و قوی سه کشور اروپایی، کاهش می‌دهد.

به گزارش ایسنا، یک سال از خروج آمریکا از برجام گذشته و ایران در این مدت سیاست «صبر» و «مقاومت» را در مقابل ترامپ و تیم تندرواش در پیش گرفته است. ایران سعی کرده با توجه به همراهی ضعیف اروپا با برجام با حفظ اجماع بین‌المللی مزیت‌های سیاسی، بین‌المللی و حقوقی را برای خود حفظ کند.

جمهوری اسلامی در این مدت تلاش کرد مقهور فضاسازی‌های منطقه‌ای و بین‌المللی در زمینه‌ها و سطوح مختلف به ویژه در حوزه افکار عمومی نشده و احساساتی برخورد نکند، چراکه مسئولان ایران متفق‌القول بودند ترامپ و تیمش تمایل دارند ایران را در موضع ته‌اجمی قرار دهند تا به این شکل اجماع جهانی که سال‌ها علیه ایران وجود داشت و با برجام رنگ باخته بود را یک بار دیگر به جریان اندازند و از سویی به اقدامات تنبیهی و تحریمی خود نسبت به ایران وجهه قانونی و حقوقی بخشند.

از این رو ایران در برابر «سیاست فشار حداکثری» آمریکا، «سیاست مقاومت حداکثری» را در پیش گرفت و به نظر نمی‌آید حتی با وجود قرار دادن نام «سپاه پاسداران انقلاب اسلامی» در لیست سازمان‌ها و نهادهای تروریستی ایران در شرایط فشار حداکثری دست از مقاومت بکشد و همان‌طور که ترامپ می‌خواهد پای میز مذاکره بنشیند؛ چراکه اگر ایران حاضر به مذاکره تحت چنین شرایطی بود ۱۵ سال پیش در سال ۲۰۰۳ با طرح پرونده هسته‌ای دستانش را بالا می‌گرفت یا در همین اواخر قبل از آنکه یکی از مهم‌ترین نهادهای نظامی‌اش در لیست سازمان‌های تروریستی قرار گیرد، تن به مذاکره البته مذاکره «ذلت» می‌داد، اما هیچ‌کدام از این تصورات نه در گذشته و نه هم‌اکنون به واقعیت تبدیل نشده و نخواهد شد.

اکنون نظام جمهوری اسلامی ایران بعد از ۱۲ ماه، به این جمع‌بندی رسیده است که باید «عمل متقابلی» در حوزه برجام نشان دهد. این تصمیم ایران می‌تواند ابعاد و جنبه‌های متفاوت و متعددی داشته باشد اما به نظر می‌آید مهم‌ترین پیام این اقدام ابتدا به آمریکاست که به مقامات این کشور تاکید کند ایران بنای عقب‌نشینی از مواضعش را ندارد و پیام دیگر به سه کشور اروپایی و چین و روسیه است که صبر ایران در برابر مماشات و تاخیر این کشورها در پیاده‌سازی مکانیسمی به منظور بهره‌برداری ایران از مزایای اقتصادی برجام به سر آمده است.

به نظر می‌رسد، اقدامات متقابل ایران مبتنی بر بندهای ۲۶ و ۳۶ برجام بر «کاهش تعهدات» هسته‌ای استوار است. این اقدامات به نظر نمی‌آید در این مرحله به معنای خروج از برجام باشد بلکه ایران براساس بند ۲۶ با توجه به نقض برخی تعهدات برج‌امی از سویی طرف مقابل، اقداماتی را انجام می‌دهد و البته در صورت بی‌توجهی طرف‌های مقابل، این روند می‌تواند به خروج از برجام بینجامد.

آغاز غنی‌سازی ۶.۷درصدی، عدم پایبندی ایران به ذخیره ۳۰۰ کیلوگرمی، نصب سانتریفیوژها در فردو که می‌تواند از نسل اول و دوم و IR-۴ باشد، تولید آب سنگین



طرحی با ۴۲ امضا در انتظار تصمیم مجلس

راهکار بی‌اثر کردن تحریم نفتی چیست؟

طرح افزایش ظرفیت پالایشگاه‌های میعانات گازی و نفت خام با استفاده از سرمایه‌گذاری مردمی با امضای ۴۲ نفر از نمایندگان در انتظار طرح در صحن علنی مجلس است.

به گزارش تسنیم، صادرات نفت خام ایران در ابتدای دهه ۹۰ به بیش از نصف کاهش یافت و کشور را با مشکلات اقتصادی همچون کمبود ارز در داخل و کمبود بودجه دولت مواجه کرد. با بازگشت تحریم‌های نفتی این احتمال وجود دارد که شرایطی مشابه اوایل دهه ۹۰ تکرار شود. در دوران تحریم قبلی، میزان صادرات نفت و میعانات گازی به‌طور متوسط از ۲.۵ میلیون بشکه در روز به یک‌میلیون و ۲۰۰هزار بشکه در روز کاهش یافت.

ایسن کاهش صادرات نفت و میعانات گازی با توجه به وابستگی شدید بودجه جاری دولت به درآمدهای نفتی، مشکلاتی را طی آن سال‌ها برای کشور ایجاد کرد که شایسته است یک راه‌حل اصولی و بلندمدت برای خنثی‌سازی تحریم‌های گاه و بی‌گاه آمریکا اتخاذ شود. این راه‌حل «پالایش و فرآورش» نفت خام و شکستن تک‌محصولی نفت به صدها محصول پالایشی و پتروشیمیایی است که از نظر احجام صادراتی و نحوه تجارت تفاوت‌های زیادی با نفت خام دارند.

• صادرات فرآورده‌های نفتی به‌جای نفت: در شرایط تحریمی پیش‌رو، ایران دو راهکار بلندمدت و کوتاه‌مدت جهت بی‌اثر کردن تحریم‌های نفتی دارد. راهکار کوتاه‌مدت عرضه نفت در بورس و فروش نفت توسط بخش خصوصی است. راهکار بلندمدت، پالایش و فرآورش نفت خام است. در راهکار بلندمدت وزارت نفت می‌بایست به‌دنبال توسعه زنجیره ارزش در حوزه محصولات نفتی باشد و به‌سمتی حرکت کند که به‌جای فروش نفت خام، کالاهای نهایی تولید و صادر کند.

یکی از ویژگی‌های فراورش نفت خام و تبدیل آن به زنجیره متنوعی از فرآورده‌های نفتی، این موضوع است که صادرات بخشی زیادی از فرآورده‌ها از طریق خودروهای سنگین، خط لوله و نه‌اینا کشتنی به کشورهای همسایه صورت می‌گیرد. این نحوه از صادرات را می‌توان «توزیع از طریق شبکه مویرگی» نامید.

با فرآوری نفت خام و تبدیل آن به فرآورده‌های نفتی، تنوع محصولات تولیدی و متعاقبا تعداد و تنوع مشتری‌های جهانی نیز افزایش می‌یابد. تنوع مشتری‌های خارجی ایران مزایای زیادی دارد یکی از این مزایا از بین رفتن محدودیت‌های فروش نفت به چند کشور خاص است. این احتمال وجود دارد که چند کشوری که خریداران نفت ایران بودند، در صورت تحریم بازگشت تحریم‌های نفتی ایران میزان واردات خود را کاهش دهند، اما این امر با فروش فرآورده‌های نفتی به مشتری‌های متنوع و فراوان بی‌اثر می‌شود.

یکی دیگر از ویژگی‌های تنوع مشتری‌های خارجی در خرید فرآورده‌های نفتی ایران، موضوع محدودشدن امکان رهگیری درآمدهای خارجی کشور است، با افزایش تعداد تراکنش‌های مالی با حجم‌های مالی کوچک، ریسک همکاری مالی با ایران کاهش می‌یابد. در دوره تحریم‌های قبلی جابه‌جایی پول مجموعه‌های بزرگ نفتی، با مشکل همراه بود، زیرا در آن دوران تراکنش‌های چند میلیون دلاری می‌بایست توسط بانک‌های بزرگ صورت می‌گرفت که به‌دلیل ریسک همکاری با ایران این جابه‌جایی پول با مشکلاتی همراه شد. در صورت فروش فرآورده‌های نفتی، حجم معاملات بانکی به تراکنش‌های چند هزار دلاری کاهش می‌یابد و جابه‌جایی پول توسط بانک‌های کوچک و حتی صرافی‌ها که رهگیری آنها برای سیستم مالی آمریکا دشوارتر است، امکان‌پذیر خواهد شد.

• صنعت پالایشی معطل فاینانس خارجی: تأمین مالی از طریق صندوق توسعه ملی و تأمین مالیی از طریق جذب فاینانس خارجی دو راهکار دیگر برای تأمین مالی پروژه‌های صنعت پالایش کشور است. اخذ وام صندوق توسعه ملی به‌دلیل صف طولانی درخواست‌کنندگان و همچنین عدم پرداخت تمامی نیاز مالی پروژه از سوی این صندوق، مسیر مناسبی برای تأمین مالی پروژه‌ها ایجاد و توسعه پالایشگاهی نبوده و نیست.

فاینانس یا تسهیلات خارجی راهکار دوم برای تأمین مالی این پروژه‌ها است که در این روش، کشورهای خارجی عمدتا ضمانت دولت ایران را از شرکت‌های خصوصی می‌خواهند، دولت هم طبیعتا حاضر نیست به شرکت‌های بخش خصوصی ضمانت دولتی اعطا کند، به همین دلیل در مورد جذب فاینانس برای ایجاد و توسعه پالایشگاه‌ها در چند سال اخیر هیچ‌کدام با موفقیت همراه نبوده و جذب فاینانس در حد تفاهم‌نامه و ایزنی باقی مانده است.

با توجه به عدم اتمام حاکمیت به تأمین مالی صنعت پالایش، عدم کفایت سرمایه صندوق توسعه ملی و همچنین عدم تحقق فاینانس‌های خارجی برای توسعه این صنعت، مجلس شورای اسلامی سرمایه‌گذاری مردمی را برای توسعه صنعت پالایشی پیشنهاد کرده است. در حال حاضر میزان نقدینگی به ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده و بخش عظیمی از آن در حساب‌های پس‌انداز در بانک‌های تجاری در قبال دریافت سود بانکی فریز شده است. نمایندگان مجلس در طرح پیشنهادی برر موضوع جذب نقدینگی موجود کشور جهت افزایش ظرفیت پالایشی حساب ویژه‌ای کرده‌اند.

راهکار سرمایه‌گذاری مردمی: در این راستا طرح افزایش ظرفیت پالایشگاه‌های میعانات گازی و نفت خام با استفاده از سرمایه‌گذاری مردمی توسط کمیسیون انرژی تهیه شد و با امضای ۴۲ نفر از نمایندگان از جمله چندین نفر از اعضای کمیسیون انرژی به هیات رئیسه مجلس تقدیم شد که کلیات و جزئیات این طرح در کمیسیون انرژی تصویب شده و در انتظار طرح در صحن علنی مجلس است. در این طرح برای جذب سرمایه‌های مردمی پیشنهاد تنفس خوراک به‌مدت یک سال داده شده است. در سال نخست پس از بهره‌برداری با مجتمع پالایشی با تنفس خوراک از سوی وزارت نفت، هزینه سرمایه (سود سرمایه‌گذاری) میان مردم و سرمایه‌گذاران تقسیم می‌شود، این در حالی است که مردم و سرمایه‌گذاران علاوه بر دریافت سود سرمایه‌گذاری خود از طریق تنفس خوراک یک‌ساله، سه‌هلمدار مجتمع پالایشی نیز هستند. لازم به ذکر است که پول حاصل از تنفس خوراک (طلب دولت) که در سال نخست جهت جذاب‌شدن پروژه در اختیار مردم و سرمایه‌گذاران قرار گرفته است، به‌عنوان یک وام ۱۲ساله با نرخ سود ۴درصد ارزی تقسیط و از سود حاصل از پالایشگاه به دولت و صندوق توسعه ملی بازپرداخت می‌شود.

خریداران عمده نفت ایران چه سیاستی در قبال تحریم‌های آمریکا دارند؟

معمای نفت ایران



خصمانه‌ای در قبال ایران داشته و ماه‌ها قبل درخواست کرده بود طرح‌هایی برای حمله نظامی تهیه شود.

تصمیم آمریکا برای ارسال ناوهای جنگی به خاورمیانه در همین راستا باید دیده شود. شاید بولتون از تلاش‌های ناموفق برای براندازی دولت در ونزوئلا به خشم آمده و توجه خود را به ایران معطوف کرده است.

ایسن اقدام تنها یک هفته پس از پایان معافیت‌ها از تحریم‌ها برای واردات نفت ایران و تشدید تلاش‌های دولت آمریکا برای به صفر رساندن صادرات نفت ایران صورت می‌گیرد. ترامپ برای تحت فشار قرار دادن ایران در حال بررسی سایر تحریم‌های غیرنفتی است.

افزایش قیمت نفت تاکنون تحت تأثیر عوامل عرضه بوده است. گروه اوپک پلاس ۲.۲میلیون بشکه در روز از عرضه به بازار را محدود کرده که شامل افت ناخواسته صادرات ایران و ونزوئلا بوده است.

بانک سرمایه‌گذاری آمریکا مریل لینچ در یادداشتی اعلام کرده است در مجموع اختلالات عرضه جهانی به ۴میلیون بشکه در روز رسیده است که بالاترین میزان در چند دهه اخیر است. از نظر تاریخی، هر یک میلیون بشکه در روز اختلال در روند عرضه معادل تغییر قیمت هر بشکه نفت به میزان ۱۷ دلار است.

با این حال اگرچه بهای معاملات تحویل فوری و کوتاه‌مدت امسال رشد قابل توجهی داشته‌اند اما بهای معاملات آتی افزایش ملایمی نشان داده‌اند. قیمت معاملات تحویل فوری از دسامبر ۲۰ دلار در هر بشکه افزایش پیدا کرده اما بهای معاملات سه ساله تنها شش دلار افزایش داشته است. این مسئله برای شرکت‌های حفاری شیل آمریکا بیمه کردن تولید آتی را دشوار می‌کند. به عبارت دیگر واکنش شیل ملایم از آنچه خواهد بود که اکثر افراد تصور دارند.

براساس یادداشت آمریکا مریل لینچ، وضعیت مذکور به اوپک پلاس برتری می‌بخشد زیرا نگرانی کمتری از بابت رشد عظیم شیل وجود خواهد داشت. به علاوه به دلیل اینکه عربستان سعودی به قیمت حدود ۹۳ دلار هر بشکه نفت برای متوازن‌کردن حساب‌های خود نیاز دارد، ریاض برای بالا بردن تولید به آهستگی عمل خواهد کرد. آمریکا مریل لینچ کف قیمت نفت برنت را ۷۰دلار در هر بشکه پیش‌بینی کرده است.

دغدغه آمریکا برای تحت فشار قرار دادن ایران، قیمت‌های نفت را با فشارهای افزایشی روبه‌رو می‌کند. مسئله حساس برای دولت ترامپ چگونگی مقابله با ایران و ونزوئلا بدون بالا بردن قیمت‌های نفت است زیرا قیمت‌های بالاتر یک تهدید سیاسی داخلی به حساب می‌آید.

براساس گزارش اوپل پرایس، برمنیای واکنش بازارهای نفت در روز دوشنبه که در اواسط معاملات روز اندکی کاهش پیدا کردند، اما بعدازظهر افزایشی شدند می‌توان گفت که ترامپ راه عاجلی پیدا کرده است. وی هم‌زمان با تشدید مقابله با ایران، به جنگ تجاری با چین دامن زده است. معمولاً نگرانی‌ها نسبت به جنگ در خاورمیانه قیمت‌ها را بالا می‌برد، اما نگرانی‌ها نسبت به کندی اقتصاد جهانی در نتیجه جنگ تجاری ترامپ، قیمت‌ها را پایین می‌آورد، بنابراین به نظر می‌رسد ترامپ در تلاش است هم‌زمان با پیشبرد سیاست‌های خصمانه خود، رشد قیمت‌های نفت را کنترل کند.

دو هفته پیش، ترامپ با لغو معافیت‌هایی که در نوامبر برای خرید نفت ایران به چند کشور داده بود، بازارهای انرژی داخلی و بین‌المللی و ناظران را شوکه کرد. واشنگتن همچنین اعلام کرد هر کشوری را که به خرید نفت از ایران ادامه دهد تحریم می‌کند. ژاپن، چین، هند، کره جنوبی، تایوان، ایتالیا، یونان و ترکیه همه از مشتریان بزرگ نفت ایران هستند که یک معافیت ۱۸۰ روزه گرفته بودند. در نتیجه این اقدام آمریکا، شاخص نفت برنت مرز مهم ۷۵دلار در هر بشکه را شکست. از آن زمان قیمت نفت برنت به دلایل مختلف به تدریج پنج دلار پایین آمد. دلایلی مانند افزایش موجودی نفت آمریکا تا بالاترین رکورد از سپتامبر ۲۰۱۷ یا رکورد تولید ۱۲.۳میلیون بشکه در روز این کشور. نفت برنت روز جمعه زیر ۷۱ دلار در هر بشکه معامله شد. در حالی که شاخص نفت آمریکا، وست‌نگزاس اینترمدیت، با ۱۳ سنت افزایش ۶۱.۹۴ دلار در هر بشکه به فروش رسید، ولی طی هفته ۳درصد قیمت خود را از دست داد که دومین هفته پیاپی کاهش قیمت بود. کارشناسان در چین می‌گویند امنیت انرژی چین به خاطر تنوع عرضه چندان تحت تأثیر لغو معافیت‌های خرید نفت از ایران نیست. این مسئله می‌تواند یک ابزار چانه‌زنی جدید در ادامه مذاکرات تجاری با واشنگتن باشد چون هر دو طرف سعی دارند پس از حدود یک سال وضع عوارض تلافی‌جویانه، به یک توافق برسند. بای مینک، معاون موسسه بین‌المللی تحقیقات بازار وابسته به وزارت اقتصاد چین گفت: «چین چندین عرضه‌کننده نفت دیگر دارد، بنابراین تحریم‌های آمریکا تأثیر زیادی بر امنیت انرژی چین نمی‌گذارد» یک متخصص مطالعات خاورمیانه و سفیر سابق چین در ایران نیز گفت: «لغو معافیت‌ها به معنای تسلیم‌شدن چین در برابر آمریکا و قطع تجارت انرژی با ایران نیست. ایران یک شریک مهم چین در اقتصاد، سیاست و امنیت است.»

واردات نفت ایران ۶درصد از کل واردات نفت خام چین را تشکیل می‌دهد که باعث می‌شود این کشور هفتمین صادرکننده بزرگ نفت به چین باشد، ولی برخی نظر دیگری دارند و ادعا می‌کنند چین با نقض تحریم‌های ایران، روابط خود را با واشنگتن خراب نمی‌کند. به علاوه اگر چین در برابر لغو معافیت‌های ایران مقاومت کند، روند مثبت مذاکرات تجاری با واشنگتن را به خطر می‌اندازد. به علاوه، تسلیم‌شدن ژاپن، چین، کره جنوبی و هند در برابر فشار آمریکا برای توقف واردات نفت ایران بستگی به نقش عربستان، روسیه و سایر اعضای اوپک دارد. این کشورها سعی می‌کنند سهم خود را در بازارهای آسیا مخصوصا چین افزایش دهند.

بازی خطرناک ترامپ با قیمت نفت

اما آخرین گزارش‌ها از بازار جهانی نفت نشان می‌دهد اگرچه جنگ تجاری ترامپ قیمت نفت را در آغاز این هفته پایین برد، اما تصمیم آمریکا برای اعزام یک ناو جنگی به خاورمیانه که نشانه واضحی از احتمال تشدید درگیری‌ها در این منطقه است، بازارها را ملتهب نگه داشته است.

به گزارش ایسنا، بازار نفت روز دوشنبه که معامله‌گران تلاش می‌کردند بین این دو اتفاق بی‌ثبات قیمت‌ها توازنی ایجاد کنند، نوسان پیدا کرد.

جان بولتون، مشاور امنیت ملی ترامپ در اظهاراتی مداخله‌جویانه گفت آمریکا یک ناو جنگی به خاورمیانه اعزام می‌کند تا این پیام را به ایران برساند که هرگونه حمله به منافع آمریکا با بی‌رحمی پاسخ داده خواهد شد. بولتون همواره مواضع می‌کند.

• اقتصادهای نفتی در تنگنا: کاهش قیمت نفت، بی‌ثباتی در قیمت آن و سرعت کند تثبیت مالی در توازن مالی کشورهای صادرکننده نفت فشار وارد می‌کند. هم‌زمان شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد همان‌طور که قیمت نفت و سرمایه‌گذاری بالا می‌رود، هزینه‌های دولتی دیگر نمی‌توانند رشد اقتصادی را افزایش دهند. این ترکیب لزوم از سرگیری تثبیت مالی و رشد پایدار را بیشتر می‌کند.

• رشد بدهی‌های دولتی: نسبت بدهی‌های دولتی در سال‌های اخیر به‌رغم تلاش‌هایی برای تثبیت مالی در چندین کشور واردکننده نفت افزایش داشته است. درواقع، نسبت بدهی از سال ۲۰۰۸ به‌طور متوسط به‌اندازه ۲۰درصد از تولید

فرصت امروز: در حالی که دونالد ترامپ و تیم مشاورانش می‌گویند صادرات نفت ایران را به صفر خواهند رساند، ایران می‌گوید تحت هر شرایطی فروش نفت را ادامه می‌دهد. در این میان، واردکنندگان عمده نفت ایران ازجمله ترکیه و هند، دچار سردرگمی شده‌اند.

در همین زمینه، پایگاه خبری تی‌آرتی ورلد ترکیه گزارش داده نفت ایران برای ترکیه و هند به عنوان واردکنندگان عمده نفت از این کشور به یک معما تبدیل شده است، چراکه هر دو کشور وابستگی زیادی به نفت ایران دارند. برای هندوستان که در آستانه انتخابات پارلمانی قرار دارد خبر عدم تمدید معافیت‌ها از سوی ترامپ در حالی که ونزوئلا، دیگر فروشنده عمده نفت هم مورد تحریم قرار گرفته و دچار نابسامانی داخلی است، شوکه‌کننده بود چرا که دولت آینده این کشور با مشکلات ناشی از این تحریم‌ها دست به گریبان خواهد بود.

ترکیه، دیگر خریدار نفت این نیز نگران این وضعیت است. هامی اکسوی، سخنگوی وزارت خارجه این کشور در آخرین موضع‌گیری رسمی گفت که آنکارا برای معافیت از تحریم و ادامه خرید نفت از ایران به ویژه برای شرکت توپراس که شرکت اصلی ترکیه‌ای واردکننده نفت از ایران است با واشنگتن وارد مذاکره شده است. از آنجایی که تحریم‌ها اثر مشترکی بر ترکیه و هندوستان خواهند داشت، این موضوع در مذاکرات دوجانبه دو کشور مورد بررسی قرار گرفته و به تازگی ابراهیم کالیت، مشاور امنیت ملی رئیس‌جمهوری ترکیه برای مذاکره با اجیت دوال، مشاور امنیت ملی هندوستان راهی دهلی‌نو، پایتخت هند شده است.

اما از سوی دیگر در حالی که هندوستان وابستگی خود را به نفت ایران به تدریج کاهش داده است، ترکیه همگام با چین در این خصوص کج‌دار و مریز رفتار کرده و تصمیم قاطعی نگرفته‌اند که با تحریم‌های آمریکا همراهی کنند. ابراهیم کالیت در مصاحبه‌ای با منابع خبری هندی با اشاره به مکانیسم مالی دورزننده تحریم اتحادیه اروپا گفته که ترکیه نیز به دنبال پیوستن به این مکانیسم یا به وجود آوردن مکانیسمی مشابه برای معامله با ایران است. کالیت در پاسخ به این پرسش که آیا هندوستان هم مایل به پیوستن به این مکانیسم هست؟ پاسخ داد که من چنین چیزی از مقامات هندی نشنیدم اما در مجموع هندی‌ها از تحریم‌های آمریکا راضی نیستند. مشاور امنیت ملی ترکیه گفت که کشورش در هر حال راهی برای مقابله با تحریم‌ها پیدا خواهد کرد. او تحریم ایران را بی‌اثر دانسته و گفته است که ۴۰ سال تحریم آمریکا علیه ایران این کشور را آبدیده کرده و یاد داده که چگونه می‌توان در شرایط تحریم زندگی کرد.

چین سد تحریم آمریکا علیه ایران را می‌شکند

از سوی دیگر، چین نیز احتمالا تسلیم فشار تحریم‌ها علیه واردات نفت از ایران نمی‌شود چون ایران یک سرمایه‌گذار کلیدی در طرح کمربند و جاده چین و همچنین یک شریک بزرگ تجاری برای این کشور است.

به گزارش اوپل پرایس، اگر چین بخواهد از تحریم‌های آمریکا علیه ایران پیروی نکند، درگیری‌های بین واشنگتن و پکن به اوج می‌رسد. یک تحلیلگر چینی گفت که این کشور احتمالا تسلیم فشار تحریم‌ها علیه واردات نفت از ایران نمی‌شود چون ایران یک سرمایه‌گذار کلیدی در طرح کمربند و جاده چین است و همچنین یک شریک بزرگ تجاری.

صندوق بین‌المللی پول در گزارشی به چشم‌انداز اقتصادی منطقه منا پرداخته و پنج پیش‌بینی از دورنمای اقتصادی این منطقه در سال ۲۰۱۹ را منتشر کرده است. از نگاه این نهاد بین‌المللی، کشورهای منطقه خاورمیانه، شمال آفریقا، افغانستان و پاکستان (منا) با ایجاد شغل برای میلیون‌ها نفر از جوانان خود که وارد بازار کار شده‌اند مواجه هستند. درعین‌حال آنها باید با چالش‌های اقتصاد جهانی همانند کاهش قیمت نفت و عدم اطمینان در برابر تنش‌های تجاری هم مقابله کنند. • رشد کمتر اقتصادهای نفتی: پیش‌بینی می‌شود رشد صادرکنندگان نفت کمتر از سال ۲۰۱۸ باشد. اگرچه پیش‌بینی شده که رشد در کشورهای شورای همکاری خلیج‌فارس در سال ۲۰۱۹ به ۲.۱درصد برسد و از ۲درصد سال ۲۰۱۸ بیشتر باشد، اما کاهش شدید فعالیت‌های اقتصادی ایران (۶درصد) به دلیل تحریم‌های آمریکا این رشد را خنثی کرده است. به‌این‌ترتیب برای کشورهای صادرکننده نفت تنها ۰.۴درصد رشد در سال ۲۰۱۹ باقی می‌ماند. در همین حال پیش‌بینی می‌شود که رشد برای کشورهای واردکننده نفت از ۲.۲درصد سال ۲۰۱۸ به ۳.۶درصد در سال جاری برسد که منعکس‌کننده کاهش رشد جهانی و عوامل داخلی است. البته این روند در همه کشورها وجود ندارد. مثلا مصر با قدرت بر رشد اقتصادی ادامه می‌دهد

مسکن



خانه کلنگی ۱۴۲درصد گران شد، آپارتمان ۸۱درصد

بازار مسکن همچنان در رکود

همزمان با افزایش قیمت مسکن در تهران، قیمت هر متر خانه کلنگی نیز با رشد ۱۴۲درصدی در یک سال همراه شده است.

براساس آماری که مرکز آمار ایران در مورد معاملات مسکن شهر تهران در زمستان سال گذشته اعلام کرده است، متوسط قیمت فروش هر مترمربع زمین یا زمین ساختمان مسکونی کلنگی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران ۱۴ میلیون و ۵۴۶ هزار تومان با میانگین مساحت ۲۵۳ مترمربع بوده است که نسبت به فصل قبل ۴۴.۶ و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۱۴۲.۸درصد رشد داشته است.

همچنین متوسط قیمت فروش هر مترمربع زیربنای مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در تهران ۱۰ میلیون و ۶۶۷ هزار تومان بوده که میانگین مساحت آن ۸۸ مترمربع و متوسط عمر بنا ۱۰ سال بوده است که نسبت به فصل قبل ۱۳.۵درصد و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۸۱.۷درصد افزایش داشته است.

اما متوسط اجاره‌بها به علاوه ۳درصد ودیعه‌ای که پرداخت می‌شود برای یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در تهران ۳۴ هزار و ۳۰۷ تومان با میانگین مساحت ۷۸ مترمربع و متوسط عمر بنای ۱۴ سال بوده است که نسبت به فصل قبل ۱۰.۹درصد و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۲۱.۷درصد افزایش داشته است.

قیمت واقعی مسکن کاهش یافته است

در همین زمینه، محمد عدالت‌خواه، کارشناس مسکن معتقد است که همواره درصد رشد قیمت مسکن پایین‌تر از بازارهای ارز و طلا است و با توجه به کاهش ارزش پول ملی، قیمت واقعی خانه نسبت به یک سال قبل نه‌تنها بالا نرفته، بلکه کاهش یافته است.

عدالت‌خواه در گفت‌وگو با ایسنا، ادامه داد: وقتی قیمت ارز و طلا بالا می‌رود طبیعتاً افرادی که در حوزه مسکن سرمایه‌گذاری کردند قیمت‌ها را افزایش می‌دهند، اما واقعیت این است که خانه به شدت ارز نمی‌تواند گران شود. البته خواست مالک این است که هرچه بیشتر بالا برود بهتر است، ولی همیشه درصد رشد قیمت مسکن پایین‌تر از بازارهای ارز و طلا می‌ماند. با این حال سیاست‌های مبهم از یک طرف و دیگر مسائل مثل جنجال مالکین و واسطه‌های آنها بر روی التهابات بازار مسکن تأثیرگذار است و قیمت بالا می‌رود. البته وقتی ارزش پول ملی افت می‌کند نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم قیمت مسکن ثابت بماند، اما با توجه به جهش نرخ ارز، قیمت واقعی مسکن حتی پایین‌تر از دو سال قبل است چرا که متناسب با دلار رشد نکرده است.

او با بیان اینکه مسکن ظرفیت اقتصادی خود را از دست داده است، افزود: رشد قیمت مسکن متوقف نمی‌شود، اما به دلیل نبود تقاضای مؤثر، ظرفیت اقتصادی خود را از دست داده است. قیمت واقعی خانه نسبت به قبل گران نشده بلکه پول ملی ارزش خود را از دست داده است. اگر با ارز بین‌المللی حساب کنیم می‌توان گفت خانه ارزان هم شده است. این روند صعود اسمی قیمت مسکن تا زمانی که دلار بالا برود افزایش خواهد یافت ولی قطعاً به اندازه دلار بالا نمی‌رود؛ زیرا اینها دو کالای متفاوت هستند. افزایش نرخ ارز ریشه در تحریم‌ها دارد ولی عامل اثرگذار بر قیمت خانه، زمین و مصالح ساختمانی مربوط می‌شود که بخش عمده مصالح، داخلی است و ربطی به تحریم‌ها ندارد. فقط عامل زمین باقی می‌ماند که با توجه به وسعت کشور ایران به راحتی قابل کنترل است.

وی ادامه داد: خوشبختانه با متأسفانه بسا توجه به اینکه مسکن، سرمایه‌گذاری زودبازده است، سازندگان طی چهار دهه گذشته وارد این حوزه شده‌اند و به همین دلیل حجم زیادی از خانه‌های خالی در دهه ۹۰ ایجاد شد و هم‌اکنون ۴.۷ میلیون مسکن خالی و نیمه خالی در کشور داریم. این مازاد عرضه می‌تواند منجر به تعادل‌بخشی شود، البته تولید مسکن باید ادامه پیدا کند و هم‌زمان، مالیات از واحدهای خالی اخذ شود.

مالیات منجر به تعادل‌بخشی در بازار مسکن می‌شود

این کارشناس مسکن، راهکار تأمین مسکن خانوارهای متوسط به پایین را اخذ مالیات از مالکان بزرگ دانست و گفت: سال ۱۳۵۸ قانون خوبی در ایران تصویب شد که زمین‌ها را به دو نوع بایر و دایر تقسیم کرد ولی متأسفانه در سال ۱۳۶۰ آن را تغییر دادند و نوع سومی تحت عنوان زمین‌های بایر مسبوق به احیا اضافه کردند. بدین ترتیب زمین‌های موات از چنگ دولت درآوردند ولی توانست برای تولید مسکن استفاده شود، ولی مالکان زمین‌های بایر مسبوق به احیا به تدریج این زمین‌ها را ساختند و سود کردند، لذا باید ارزش افزوده‌ای که از این طریق به جیب زدند را به دولت برگرداندند تا دولت منابع آن را به ساخت مسکن برای بی‌خانمان‌ها اختصاص دهد. من مالکیت را محترم می‌دانم ولی چپاول را محترم نمی‌دانم.

عدالت‌خواه در پایان، درباره اقدام دادستانی مبنی بر حذف قیمت مسکن و خودرو از آگهی‌های فروش در فضای مجازی، با بیان اینکه حذف قیمت آگهی‌ها تأثیری بر کاهش قیمت مسکن ندارد، گفت: به نظر این اقدامات تأثیری در کاهش قیمت نمی‌گذارد. دولت باید در جهت تولید خانه‌های ارزان تلاش کند. افزایش عرضه مسکن منوط به اجرای سیاست‌های مالیاتی بر روی خانه‌های خالی قطعاً منجر به کاهش قیمت می‌شود. به طور مثال در ایتالیا برای خانه‌های دوم و سوم مالیات بیشتری نسبت به خانه اول وضع می‌کنند.

وی تصریح کرد: مسئولیت مهندسان هم در این موضوع مهم است. اگر خانه‌ها را مقاوم بسازیم به این مشکلات برخورد نمی‌کنیم. در کشورهای توسعه‌یافته خانه‌های بعضاً ۱۰۰ساله را نوسازی می‌کنند. اگر در کشور ما هم نوسازی به جای بازسازی انجام شود در کنترل قیمت‌ها تأثیرگذار است.

راداری و صنایع ناپویری هم قطعاتی که در داخل تولید می‌شود از این ظرفیت داخل استفاده می‌کنند و علاوه بر این با سازمان صنایع دریایی ایران تفاهم کردیم از محل وجوهات اداره‌شده ۲۵۰ دستگاه شناور برای ما تولید کند.

او با اشاره به اینکه شتاب‌دهی به پروژه‌ها دومین محور است، گفت: استفاده از ظرفیت بخش خصوصی در این حوزه مهم است که امیدواریم در سال جاری ۴۰۰ کیلومتر آزادراه افتتاح کنیم تا رونقی در حوزه عمران رخ دهد.

وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: در حوزه مسکن، تکمیل و تحویل مسکن مهر آغاز شده است و پروژه ۴۰۰ هزار واحدی سطح کشور را آغاز کرده‌ایم و امیدوار هستیم با وجود این نشانه‌ها به بازار و سازندگان شاهد رونق تولید مسکن باشیم. اسلامی با بیان اینکه مورد بعد، بحث ارزیابی زمین و تعیین سهم زمین در قیمت تمام‌شده مسکن است، گفت: قرار است این را از سبد سازنده خارج کنیم تا نخواهد خرید زمین انجام دهد و ما زمین را به صورت مشارکت تعیین کنیم که این به خودی خود مشوق است.

او در پایان، با اشاره به اینکه در ۱۶ اسفندماه سال گذشته در شورای پول و اعتبار مصوب شد که سهم وامی که به سازنده تعلق می‌گیرد ۵۸درصدافزایش یابد که برای فرد و زوجین است و قابل انتقال به خریدار است، گفت: همچنین با ایجاد سیاستی مشترک بین بانک مسکن و بنیاد مسکن به صورت کارگزاری، کارت اعتباری مصالح به مردم و سازندگان مسکن اختصاص می‌یابد تا در خرید انبوهی که انجام شود و خریدهای قابل ملاحظه بتوان آن تخفیف را در قیمت تمام‌شده مسکن برای متقاضیان و سازنده‌ها مؤثر کرد و در عین حال کارخانه‌های تولید از رکود خارج شود و رونق تولید در مصالح ساختمانی رقم بخورد.

گفتنی است یکشنبهشب همین هفته بود که در جلسه هیأت دولت، کاپیتان تورج دهقانی زنگنه به سمت مدیرعاملی هما منصوب شد تا جایگزین فرزانه شرفبافی مدیرعامل پیشین این شرکت هوپامایی شود.

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به اینکه ظرفیت‌های صنعت هوپامایی کشور بالاست، ادامه داد: امیدوار هستیم در دوران جدید مدیریتی در شرکت هوپامایی ایران‌ایر بتوانیم نقش متفاوتی ایفا کنیم و هما در مسیر شکوفایی قرار گیرد.

وی مهم‌ترین آفت یک مجموعه را شکل‌گیری جزایر و گروه‌بندی‌ها دانست و خاطرنشان کرد: باید بدانیم که در شرایط جنگ اقتصادی قرار داریم و آمریکایی‌ها بارها از این عبارت استفاده کردند، بنابراین کشور در شرایط ویژه‌ای به سر می‌برد و دشمن تمام تلاش خود را به کار گرفته و منافع ملی ایران را هدف قرار داده است.

به گزارش ایسنا، وزیر راه و شهرسازی در حاشیه این مراسم و در جمع خبرنگاران در پاسخ به سوالی درباره آخرین میزان بدهی انباشته هوپامایی هما، گفت: بدهی انباشته هما از سال ۶۴ بوده است که شامل بدهی دولت به هما و بالعکس است که از ظرفیت قانون بودجه ۹۷ استفاده کردیم و ۱۶۴۵ میلیارد تومان با توجه به مصوباتی که در سلسله‌مراتب داریم، این رقم را مدنظر قرار داده و تسویه حساب کردیم.

به گفته اسلامی، سال ۱۳۹۸ اولین سالی خواهد بود که هما زیان انباشته در دفاترش نخواهد داشت.

وی با بیان اینکه در زمینه رونق تولید در سال جاری پنج محور تعریف شده است، گفت: در اولین محور قرار است که ظرفیت ساخت داخل صنایعی که سامانه حمل و نقل تولید می‌کنندافزایش یابد و در همین راستا ۲۷ اسفندماه

سال گذشته قراردادی داشتیم که مصوبه آن روز گذشته اعلام شد و قرار است ۹ شرکت واگن‌ساز با ۱۶ شرکت حمل و نقلی بار و مسافر ریلی تفاهم امضا کنند تا یک‌هزار دستگاه واگن و لکوموتیو و ملحقات در سال ۹۸ توسط این شرکت‌های داخلی تولید شود و این گام اساسی برای صنعت ریلی خواهد بود.

وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: در صنعت پشتیبان صنایع هوایی نظیر صنعت

فرصت امروز: وزیر راه و شهرسازی گفت شرکت ایران‌ایر را به سهامداران ارزش تبدیل می‌کنیم و خصوصی‌سازی آن را از طریق عرضه در بازار سرمایه پیگیری خواهیم کرد.

محمد اسلامی در مراسم تکریم و معارفه مدیرعامل شرکت هوپامایی ایران‌ایر که صبح سه‌شنبه در محل این شرکت هوپامایی برگزار شد با بیان اینکه باید ارزش سهام ایران‌ایرافزایش یابد نه اینکه همانند بسیاری از مجموعه‌های ارزشمند جمهوری اسلامی ایران فاقد ارزش شده و پس از آن با قیمتی نازل خریداری شود، گفت: باید از طریق مکانیزم بازار سرمایه کارآمدی ایران‌ایر به حداکثر برسد و دولت بتواند از این طریق تکلیف قانونی خود را در زمینه خصوصی‌سازی این شرکت به سرانجام برساند.

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به اینکه ایران‌ایر یکی از ظرفیت‌های ارزشمند کشور است و تمامی ایرانیان شرکت کامل پرچم خود را دوست داشته و به آن افتخار می‌کنند، گفت: امیدوار هستیم این شرکت هوپامایی همواره در اوج باشد و با عزت و کارآمدی فعالیت کند.

او با تأکید بر اینکه حمایت و همدلی همه‌جانبه یکی از الزامات موفقیت ایران‌ایر است، خاطرنشان کرد: چنانچه از تعهد خدمتی غافل شویم و به نیروی انسانی خود بی‌توجه باشیم به طور حتم شکوفایی رخ نخواهد داد، بنابراین باید با توجه به منابع انسانی، نرم‌افزار و سخت‌افزار بتوانیم به بهترین شکل ممکن عمل کنیم. اسلامی با بیان اینکه تغییرات مدیریتی به طور طبیعی وجود دارد و مهم این است که این تغییرات رو به جلو باشد، گفت: کشور ما با دشمن‌ستیزی بی‌حد و مرز استکبار جهانی روبه‌رو است و دشمن همواره سعی کرده وضعیت ما را سخت و پیچیده‌تر کند و در عین حال مردم را مایوس کند، اما طی ۴۰ سال گذشته جمهوری اسلامی ایران نشان داده با استفاده از ظرفیت خود می‌تواند ادامه حیات دهد و همواره کشورهای خارجی به این پتانسیل ایران ادعان داشته‌اند.

آخرین وضعیت قرارداد ۲۰ میلیارد دلاری بوئینگ، ایرباس و ای تی آر اعلام شد

اولویت‌های جدید ایران‌ایر

مدیرعامل جدید شرکت هوپامایی ایران‌ایر، اولویت‌های اصلی این شرکت هوپامایی را اعلام کرد.

به گزارش ایسنا، تورج دهقانی زنگنه در مراسم معارفه‌اش با بیان اینکه افزایش ناوگان و اصلاح ساختار در دستور کار هوپامایی هما قرار دارد، گفت: تلاش می‌کنیم تا با استفاده از ظرفیت‌ها در جهت افزایش ناوگان هوپامایی ایران‌ایر حرکت کنیم و علاوه بر این با اصلاح ساختار شرکت برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های نیروی انسانی و ارائه خدمت هرچه بهتر به مسافران گام برداریم.

او با تأکید بر اینکه صنعت هوپامایی کشور در شرایط خطیری قرار دارد و از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی مورد تحریم ظالمانه آمریکا قرار گرفته است، گفت: خوشبختانه با درایت و توانمندی متخصصان و مدیران توانسته‌ایم علی‌رغم پیچیدگی کار و وابستگی این صنعت به خارج از کشور مسیر خود را ادامه دهیم و نه‌تنها متوقف نشویم و بلکه روند رو به رشدی داشته باشیم.

مدیرعامل جدید شرکت هوپامایی ایران‌ایر ادامه داد: اگرچه شرکت هوپامایی ایران‌ایر با روزهای اوج خود فاصله دارد، اما با ظرفیت‌سازی در حوزه نیروی انسانی می‌توان به شکل مطلوب‌تری عمل کرد.

دهقانی زنگنه با بیان اینکه شرکت هوپامایی ایران‌ایر مادر صنعت هوپامایی کشور است و استانداری بالاتر از آن چه در بعد آموزشی و چه در بعد فنی وجود ندارد، گفت: ظرفیت‌های بالقوه بسیاری در هوپامایی جمهوری اسلامی ایران وجود دارد که باید بالفعل شود.

آخرین وضعیت قراردادها

مدیرعامل سابق شرکت هوپامایی ایران‌ایر نیز آخرین وضعیت قرارداد ۲۰ میلیارد دلاری خرید ۲۰۰ هواپما از سه شرکت هوپامایی بوئینگ، ایرباس و ای تی آر را تشریح و همچنین میزان بدهی‌های این شرکت هوپامایی ۹۰۰ میلیارد تومان اعلام کرد.

فرزانه شرفبافی در مراسم تکریم‌اش از شرکت هوپامایی ایران‌ایر که با حضور مسئولان صنعت هوپامایی کشور، وزیر راه و شهرسازی و نیز برخی نمایندگان مجلس شورای اسلامی برگزار شد، با اشاره به اینکه در سال ۱۳۹۶ قرارداد ۲۰



دلالتان از دلارهای دولت سیر نمی‌شوند

سرگذشت ارز دولتی



رسیده است. معنای این عبارت سوءاستفاده برخی از افراد در زنجیره واردات تا فروش کالا است؛ کسانی که کالاها را با ارز دولتی وارد می‌کنند اما با نرخ آزاد به فروش می‌رسانند.

بازی ارزی دلالتان تمام نشده است

در همین باره، فرهاد دژپسند، وزیر اقتصاد در یکی از نشست‌های خود با کارآفرینان در محل این وزارتخانه به صورت تلویحی به این مسأله اشاره کرد و گفت که سوءاستفاده‌ها از تفاوت نرخ ارز رسمی با نرخ بازار آزاد تمام نشده است.

همچنین در روزهای گذشته یکی از اقتصاددانان نیز به ادامه این ماجرا اشاره کرد و با بیان اینکه بازی واردکنندگان با نرخ ارز هنوز تمام نشده است، از «بازصادرات» برخی کالاهای وارداتی به کشورهای دیگر سخن گفت و بیان کرد: زمانی که یارانه‌ای از سوی دولت به اقتصاد تزریق می‌شود هیچ تضمینی وجود ندارد که این یارانه به حوزه‌های برنامه‌ریزی‌شده اصابت کند.

حساسیت مجلس به دخالت دلالتان در بازار

مجموع این نقایض باعث شد تا مجلس شورای اسلامی در اواخر سال گذشته طرحی را تصویب کند که براساس آن دولت در سال ۱۳۹۸ موظف می‌شد تا تخصیص ارز ۱۴ میلیارد دلاری به کالاهای اساسی را متوقف کرده و به جای آن توزیع کوپن‌های الکترونیکی را در دستور کار خود قرار دهد؛ مصوبه‌ای که البته مورد موافقت مسئولان برنامه و بودجه قرار نگرفت.

علاوه بر ناکارآمدی دلار یارانه‌ای برای واردات کالاهای اساسی، به نظر می‌رسد بازی اصلی با اختلاف نرخ ارز این بار از طریق فاصله قیمت دلار در سامانه نیما با بازار آزاد انجام می‌شود. سامانه نیمایی که در واقع سیستمی مالی برای ورود ارزهای حاصل از صادرات به علاوه کمک‌های ارزی دولت برای تأمین ارز موردنیاز برای واردات است.

واردات کلیه کالاها دلار ۴۲۰۰ تومانی را در نظر گرفت، اما تنها مدتی کوتاه کافی بود تا ایرادات این ایده نمایان شود.

دولت براساس وعده‌ای که داده بود شروع به دادن دلار یارانه‌ای ۴۲۰۰ تومانی برای واردات انواع کالاها کرد، اما تنها زمانی چند هفته‌ای نیاز بود تا نقص‌های بزرگ این دخالت بزرگ پدیدار شود. در آن زمان یکی از اقتصاددانان گفت که فقط در یک مورد برخی از واردکنندگان برای دریافت دلار ۴۲۰۰ تومانی عدس وارد می‌کردند و سپس همان عدس را از طرف دیگر صادر می‌کردند!

مشابه این خبر در کنار اخباری مانند دریافت ارز و وارد نکردن کالاها در ماه‌های بعد از تکتزخی کردن ارز به کرات شنیده شد و معلوم شد که سوءاستفاده از ارز یارانه‌ای علاوه بر اینکه هزینه‌های زیادی روی دست دولت گذاشته، باعث به وجود آمدن مفاسد زیادی هم شده است.

دلارهای دولتی به جیب مردم نمی‌رود

برای گریز از همین شرایط دولت در ماه‌های بعد دادن ارز یارانه‌ای به کالاهای وارداتی را متوقف کرد و با طراحی لیستی از اقلام اساسی اعلام کرد که ارز یارانه‌ای فقط برای ورود این اقلام به واردکنندگان پرداخت می‌شود و الباقی کالاهای وارداتی باید از طریق سامانه نیما تأمین شود.

علت تخصیص دلار یارانه‌ای از همان ابتدا جلوگیری از جهش قیمت‌ها در بازار و جلوگیری از وقوع تورم بود، گرانی که در همان زمان تخصیص ارز هم با دخالت دولت برطرف نشد و ماهیانه به طور متوسط دو تا سه درصد به نرخ تورم اضافه می‌شد.

در مورد کالاهای اساسی هم همین اتفاق به وقوع پیوست. دولت ارز ۴۲۰۰ تومانی را به لیستی از کالاهای اساسی تخصیص داده که برآوردهای برخی کارشناسان نشان می‌دهد حالا نرخ تورم در اقلام همان لیست به حدود ۵۰درصد

دخالت دولت و پیامدهای آن در جریان تخصیص دلار یارانه‌ای به واردات در طول یک سال گذشته، نمود بارزی داشت؛ اختلالی که به نظر می‌رسد هنوز هم در حوزه واردات کالاهای اساسی و همچنین سامانه نیما جریان دارد.

به گزارش ایستنا، اغلب رفتارهای اقتصادی در طول سال‌های گذشته بارها و بارها تکرار شده و پیامدهای مشابهی داشته‌اند. مجموع همین رفتارها و پیامدهای تکرارنشونده اقتصادی باعث پدیدآمدن علمی به نام «اقتصاد» شده است. یکی از اصلی‌ترین موضوعات علم اقتصاد، مسأله دخالت عدم دخالت دولت در بازار است؛ اختلافی که باعث به وجود آمدن دو طیف اصلی از اقتصاددانان تحت عنوان لیبرال‌ها و سوسیالیست‌ها یا راست‌ها و چپ‌ها به عنوان مخالفان و موافقان دخالت دولت در اقتصاد شده است.

در ایران نیز اقتصاددانان مخالف و مدافع دخالت دولت در بازار تحت عناوین کلی‌تری مانند راست‌گرایان و نهادگراها در مورد مسائل روز اقتصادی موضع‌گیری‌های متفاوتی دارند. در یک مورد از این مسائل اقتصادی در سال گذشته نهادگرایان و معتقدان به بازار آزاد رو در روی هم ایستادند.

ارز دولتی؛ آزمون آزموده‌ها

بعد از جهش ارزی سال گذشته، نهادگرایان با برگزاری کرسی‌های مختلف در مؤسسات خود نسبت به این قضیه واکنش نشان دادند. آنها معتقد بودند که در چنین شرایطی دولت باید هرچه در توان دارد دلار به اقتصاد تزریق کند تا از این طریق جلوی افزایش قیمت‌ها را بگیرد. در یک مورد از این سخنرانی‌ها، یکی از اقتصاددانانی که خود را رهبر اقتصاددانان نهادگرا می‌داند با لحنی تحکمی دولت را خطاب قرار داد و گفت که «دولت می‌خواهد با این همه دلار چه کند؟ چرا دلارهای خود را روانه اقتصاد نمی‌کند؟»

کمی بعد دولت سیاسی مشابه توصیه‌های نهادگرایان در پیش گرفت و برای



بانک‌نامه

سریع‌تر برای دریافت رمز دوم یکبار مصرف به شعب بروید

پیامک بانک‌ها به مردم

فرصت امروز: باتوجه به پایان اعتبار رمزدوم کارت‌های بانکی در پایان اردیبهشت ماه، اغلب بانک‌ها در پیامکی به مشتریان اعلام کرده‌اند تا سریع‌تر نسبت به دریافت رمز دوم یکبار مصرف به شعب مراجعه کنند.

بعد از ابلاغیه جدید بانک مرکزی به شبکه بانکی، مبنی بر پایان اعتبار رمز دوم کارت‌های بانکی در اردیبهشت ماه و لزوم استفاده از رمز دوم یکبار مصرف از خردادماه، بانک‌ها دست به کار شده و اطلاع‌رسانی پیامکی را آغاز کرده‌اند.

در پیامکی که از سوی برخی بانک‌ها به مشتریان‌شان ارسال شده، آمده است که: مشتریان بانک برای استفاده و فعال‌سازی رمز دوم یکبار مصرف سریع‌تر به شعب مراجعه کنند. بنابراین با توجه به مهلت دو هفته‌ای شبکه بانکی درخصوص ارائه و تغییر رمز دوم ایستنا به رمز دوم یکبار مصرف توسط مشتریان، برخی از بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در پیامکی به مشتریان اعلام کردند تا با توجه به غیرفعال‌شدن رمز دوم کارت بانکی از اول خردادماه، با مراجعه به شعب یا خودپردازهای بانک نسبت به فعال‌سازی رمز یکبار مصرف اقدام کنند.

همچنین به منظور دریافت رمز یکبار مصرف لازم است تا از آخرین نسخه همراه بانک استفاده کنند. خدمت رمز دوم یکبار مصرف به صورت کاملاً رایگان در قالب نرم‌افزار جداگانه رمزساز یا از طریق پیامک برای مشتریان بانکی ارسال می‌شود و مشتریان به منظور فعال‌سازی رمز دوم یکبار مصرف می‌توانند از طریق مراجعه به شعب، استفاده از همراه بانک و خودپرداز بانک عامل اقدام کنند. از جمله الزامات بانک مرکزی برای رمزهای دوم یکبار مصرف در تراکنش‌های مبتنی بر کارت باید به حداقل طول هفت رقم، حداکثر طول عمر ۶۰ ثانیه، یک بار پذیرش توسط بانک و موسسه اعتباری و استفاده از خدمات مبتنی بر کارت مشخص از بین کارت‌های صادرشده توسط موسسه اعتباری اشاره داشت.

بازی قیمتی دلار با بازار

قیمت سکه در بازار افزایش یافت

با افزایش نرخ دلار در بازار، همان‌طور که انتظار می‌رفت، قیمت سکه و طلا نیز دستخوش افزایش در بازار تهران شد.

به گزارش خبرنگاران، روز سه‌شنبه با رشد ۲۰۰تومانی قیمت دلار در صرافی‌ها و عبور بهای این ارز در بازار آزاد از ۱۵ هزار تومان، بهای هر گرم طلا به ۴۶۶ هزار و ۸۰۰ تومان رسید. با این حال به دلیل حباب سکه، قیمت این کالای سرمایه‌ای از ۵ میلیون و ۱۲۳هزار تومان فراتر رفت. هر قطعه سکه طرح قدیم نیز ۴ میلیون و ۸۴۹ هزار تومان معامله شد. هر قطعه نیم سکه بهار آزادی نیز ۲ میلیون و ۸۴۹ هزار تومان و ربع سکه یک میلیون و ۸۴۴ هزار تومان فروخته شده است. همچنین قیمت سکه گرمی ۹۹۹ هزار تومان اعلام شده است.

دلار نیز هرچند روز دوشنبه در عبور از مرز روانی ۱۵ هزار تومان ناکام ماند، اما روز سه‌شنبه بار دیگر تلاش خود را از سر گرفت. در واقع، سد مقاومتی دلار با وجود شکسته شدن در روز یکشنبه، در روز دوشنبه غیرقابل عبور شد و عقب‌نشینی دلار به کانال ۱۴هزار تومان دست معامله‌گران را در میانه روز بست، اما سه‌شنبه تلاشی نامحسوس از ساعات ابتدای صبح از سر گرفته شد تا قیمت‌ها در بازار آزاد بار دیگر در آن سوی مرز ۱۵ هزار تومان قرار گیرد.

افزایش بهای دلار در بازار سبب شد بازارساز قیمت ارز صرافی‌ها را نیز به ۱۴ هزار و ۹۵۰ تومان برساند که البته نسبت به دوشنبه رشدی ۲۰۰ تومانی را نشان می‌دهد. با رشد ۲۰۰تومانی قیمت فروش دلار در صرافی‌ها بار دیگر شرایط برای خرید دلار تغییر کرد به صورتی که هر دلار در صرافی‌ها به قیمت ۱۴ هزار و ۷۰۰ تومان، یعنی ۲۰۰تومان ارزان‌تر فروخته می‌شود. هر پورو نیز در صرافی‌ها ۱۶ هزار و ۸۵۰ تومان فروخته می‌شود. قیمت خرید پورو هم ۱۶ هزار و ۶۵۰ تومان اعلام شده است.

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

شرکت شهرکهای صنعتی آذربایجان غربی



شرکت شهرکهای صنعتی استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه عمومی به شرح جدول زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس **www.setadiran.ir** انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند . تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۸/۰۲/۲۱ میباشند.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : از ساعت ۱۲ مورخ ۹۸/۰۲/۲۱ تا ساعت ۱۵ مورخ ۹۸/۰۲/۲۶

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : تا ساعت ۱۵ مورخ ۹۸/۰۳/۰۴

زمان بازگشایی پاکات : طبق جدول زیر

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت ها:

آدرس: ارومیه بلوار شهید رجایی جنب پارک ساعت شرکت شهرکهای صنعتی استان آذربایجان غربی
تلفن ۳۲۷۷۸۲۶۴ و ۳۲۷۷۸۲۵۴-۰۴۴

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱

لیست مناقصه شرکت شهرکهای صنعتی آذربایجان غربی							
ردیف	پروژه	عنوان فهرست بها	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ ضمانتنامه (ریال)	محل تأمین اعتبار	مهلت دریافت اسناد مناقصه	آخرین مهلت تسلیم پیشنهاد
۱	تامین برق ساختمان خدمات مهندسی شهرک فناوری الکترونیک و صنایع غذایی ارومیه به وسیله انرژی فتولتائیک	قیمت روز	۲,۷۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۹,۰۰۰,۰۰۰	داخلی	از تاریخ ۹۸/۰۲/۲۱ تا تاریخ ۹۸/۰۲/۲۶	تا آخر وقت اداری مورخ ۹۸/۰۳/۰۴

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۲/۲۱

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی



شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در نظر دارد فعالیتهای مشروحه ذیل را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واکذار نماید:

ردیف	موضوع	شماره مناقصه
۷	خرید ۱۲۰ دستگاه ترانسفورماتور با ظرفیتهای: ترانسفورماتور ۲۵ کاوا: ۱۰ دستگاه ترانسفورماتور ۱۰۰ کاوا: ۶۰ دستگاه از محل اعتبارات عمرانی طرح شماره (۱۳۰۱۵۰۳۳)	ترانسفورماتور ۵۰ کاوا: ۳۰ دستگاه ترانسفورماتور ۲۰۰ کاوا: ۲۰ دستگاه
	مبلغ ضمانت: ۱,۵۷۳,۷۱۵,۰۰۰ ریال مدت زمان انجام کار: یک ماه پیش پرداخت: ندارد نوع مناقصه :یک مرحله ای(از طریق ارزیابی کیفی بصورت فشرده) – پرداخت مطالبات پیمانکار بصورت اسناد خزانه اسلامی(نماد اخسز۱ ۷۲۳ با حفظ قدرت خرید ۱۵ درصد) با سررسید ۱۳۹۸/۰۸/۲۴ می باشد.	۹۸-۱۷

لذا کلیه پیمانکاران که دارای تجربه، تخصص و تجهیزات لازم بوده؛ می توانند پس از تاریخ درج آگهی نوبت دوم در روزنامه به مدت پنج روز جهت خرید اسناد مناقصه به مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (<http://www.setadiran.ir>) و واریز مبلغ خرید اسناد (به صورت الکترونیکی از طریق سایت <http://www.setadiran.ir> به حساب شماره ۰۹۵۴۱۷۰۰۶(۲۱۷۰۰۹۵۴۱۷۰۰۶) نزد بانک ملی شعبه دارایی بندرعباس ، اقدام نمایند. آدرس دستگاه مناقصه گزار: بندرعباس – بلوار جمهوری اسلامی – جنب شهرک مسکونی زیتون (تیروگاه قدیم) شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان
تلفن: ۰۷۶-۳۱۲۰۱۵۲۵ ، تلفکس: ۰۷۶-۳۲۳۵۱۲۳۳۶

- در صورت داشتن سوالات فنی با شماره تلفن: ۰۷۶۳۳۵۱۲۳۳۸ تماس بگیرید.

- کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت تا ارائه پیشنهاد قیمت از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار می گردد، لازم است در صورت عدم عضویت قبلی، شرکتها در سامانه فوق ثبتنام نمایند. ثبت شماره تلفن، فکس و ایمیل از سوی شرکت کنندگان در سامانه الزامی است.

-دستگاه نظارت: معاونت برنامه ریزی و مهندسی

-به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهائی که بعد از انقضاء مدت مقرر در آگهی واصل می شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

- هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مناقصه می باشد.

- محل بازگشایی پاکت: دفتر امور تدارکات

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۲/۲۱

اخبار

مشکلات ارزی بخش معدن و صنایع معدنی حل می‌شود

صادرات ۴۰۱ میلیارد دلاری فولاد در سال گذشته

رئیس هیات عامل ایمیدرو از حل مشکلات ارزی و ایجاد بالانس ارزی در بخش معدن و صنایع معدنی خبر داد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، خداداد غریب‌پور در حاشیه نشست هم‌اندیشی با انجمن تولیدکنندگان فولاد از حل مشکلات ارزی بخش معدن و صنایع معدنی خبر داد و افزود: سال گذشته بالغ بر ۹ میلیارد و ۲۲۶ میلیون دلار صادرات در بخش معدن و صنایع معدنی داشتیم که زنجیره فولاد با ۴۰۱ میلیارد دلار در رتبه نخست قرار دارد. وی تصریح کرد: خوشبختانه با توجه به آمار صادرات و واردات در بخش معدن و صنایع معدنی، می‌توانیم بالانس ارزی ایجاد کنیم. غریب‌پور با بیان اینکه اولویت امسال ما صادرات است و باید موانع صادراتی برداشته شوند، پیش‌بینی کرد تا پایان سال جاری، صادرات بخش فولاد به ۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار و واردات این محصولات به ۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار خواهد رسید که این حاکی از تراز تجاری مثبت خواهد بود.

نقش انجمن فولاد در تنظیم بازار

رئیس هیات عامل ایمیدرو بر نقش کلیدی این انجمن در تنظیم بازار تأکید کرد و افزود: در دنیا نهادهای واسطه‌ای نقش بسیار مهمی در تنظیم بازار دارند. اتفاقات بازار زنده است و باید پیوسته اطلاعات بازار رصد شود به همین دلیل انجمن تولیدکنندگان فولاد می‌تواند تولید فولاد، عرضه در بازار داخلی و عرضه در بورس را مدیریت کند.

وی تصریح کرد: حضور انجمن تولیدکنندگان فولاد در اتاق فکر معدن می‌تواند بسیار موثر باشد. انجمن باید ارائه‌دهنده راهکار و جریان تصمیم‌ساز در بخش معدن باشد.

رشد ۱۷درصدی تولید آهن اسفنجی

در این نشست بهرام سبحانی، رئیس انجمن فولاد ایران ضمن ارائه گزارشی از میزان تولید و صادرات در بخش فولاد کشور افزود: تولید آهن اسفنجی از ۲۲ میلیون و ۵۶۰هزار تن در سال ۹۶ به ۲۶ میلیون و ۳۵۹ هزار تن در سال ۹۷ افزایش یافت که حاکی از رشد ۱۷درصدی است.

همچنین اعضای انجمن تولیدکنندگان فولاد بر رفع موانع صادراتی، مشکلات بورس و گمرک، قیمت‌گذاری، حضور پرنرنگر انجمن در کمیته‌های تصمیم‌گیری فولاد، ایجاد مشوق‌های صادرات و کمک به افزایش تولید فولادسازان تأکید کردند.

تأکید وزیر جهاد کشاورزی بر افزایش خوداتکایی تولیدات کشاورزی

وزیر جهاد کشاورزی بر لزوم افزایش فعالیت‌های تحقیقاتی به منظور رفع نیازهای غذایی کشور و کاهش وابستگی در حوزه‌های بذر و صنعت دام و طیور تأکید کرد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان محمود حجتی، روز گذشته در نشست با معاونان و مدیران وزارت، روسای سازمان‌های تخصصی و روسای موسسه‌های تحقیقات کشاورزی اظهار داشت: با توجه به شرایط کنونی و ایجاد محدودیت‌های ناشی از تحریم‌های دولت آمریکا در حوزه‌های تجاری، نفتی، مبادلات مالی و علمی و تحقیقاتی، باید با رویکردها و راهکارهای جدید از تمام ظرفیت‌های موجود و توان علمی و تحقیقاتی کشور در جهت حفظ و ارتقای تولید و تامین غذای ۸۰ میلیون نفر جمعیت کشور استفاده کنیم.

وی با اشاره به مشکلات ناشی از تحریم‌ها و سنگ‌اندازی‌های دشمنان، افزود: واقعیت این است که اکنون با رویه‌ها و روند کاری سال‌های پیش نمی‌توان در بخش کشاورزی و در جهت تولید و تامین حداکثری محصولات غذایی مورد نیاز جامعه حرکت کرد؛ موسسات تحقیقاتی باید با راهکارهای جدیدی که در جهت بهبود تولید و استفاده بهینه از منابع آب و خاک می‌دهند، هر روز ما را یک قدم در حوزه‌های مختلف کشاورزی مانند مقابله با آفات و بیماری‌های گیاهی، سرم‌زادگی، تولید بذر، تامین خوراک دام، تولید دام مولد و صنعت دام و طیور جلو ببرند.

حجتی با بیان اینکه توانمندی‌ها، ظرفیت‌ها و امکانات زیادی در کشور وجود دارد که می‌توان با استفاده از آن نیازهای بخش کشاورزی را برطرف کرد، گفت: مجموعه تحقیقات کشاورزی باید خود را با توجه به شرایط پیچیده کنونی آماده و راه‌های مناسب برای مشکلات و نیازهای کشاورزی انتخاب و معرفی کند. وزیر جهاد کشاورزی ادامه داد: امروز لازم است ما در مورد بعضی از نگاه‌ها تجدید نظر کنیم و با توجه به شرایط باید آمادگی کامل تحقیقاتی داشته باشیم چرا که ممکن است در خیلی از موارد جایگزینی واردات، راهبرد کلان کشور و تغییر الگوی مصرف، روش اجرایی ما شود.

وی با تأکید بر لزوم افزایش ارتباطات موسسات و فعالان تحقیقاتی کشور با مراکز بین‌المللی، از محققان بخش کشاورزی خواست برای تعامل با مراکز تحقیقاتی و دانشمندان و محققان حوزه کشاورزی سایر کشورها، در راستای رفع نیازها و مشکلات این بخش تلاش کنند.

وزیر جهاد کشاورزی توسعه تحقیقات و ورود بخش خصوصی به این عرصه را ضروری دانست و گفت: در دنیا تحقیقات توسط بخش خصوصی انجام می‌شود و با ساز و کار دولتی نمی‌توان به طور کامل نیازهای تحقیقاتی را پوشش داد.

وی بر تامین امنیت غذایی در شرایط کنونی تأکید کرد و افزود: به رغم افزایش یا کاهش قیمت جهانی گندم، ما همواره معتقد بودیم این محصول و بخش عمده سایر محصولات استراتژیک باید در داخل تولید شود و هرچند خیلی‌ها اعتقاد چندانی به این موضوع نداشتند و زمانی می‌گفتند با توجه به قیمت تمام‌شده می‌توانیم با واردات نیاز به گندم را تامین کنیم. کما اینکه همین چندسال پیش برای مدتی سالانه حدود ۶ میلیون تن گندم وارد کشور می‌شد و اگر می‌خواستیم خوداتکایی را در اولویت بگذاریم و واردات گندم را ادامه دهیم، اکنون و در شرایط تحریم شرایط سختی به مردم کشور تحمیل می‌شد.

مدیرکل صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت با تأکید بر اینکه در سال ۹۸ تولید لوازم خانگی در اولویت برنامه‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار گرفته است، گفت تأمین ارز صنعت لوازم خانگی به بانک مرکزی اعلام شد.

به گزارش ایسنا، عباس هاشمی گفت: امسال با تأکید وزیر صنعت، معدن و تجارت حفظ وضعیت موجود را در دستور کار قرار دادیم و در کنار این اقدام درخصوص افزایش تولید، برنامه‌ریزی‌هایی انجام شد.

وی درخصوص افزایش تولید اظهار داشت: برای تأمین سرمایه در گردش مورد نیاز واحدهای تولیدی، جلسات بسیاری با بانک‌ها درخصوص تأمین ارز و ریال مورد نیاز این واحدها انجام شده است.

مدیرکل صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: بدیهی‌های معوقه واحدها و مطالبات آنها از دستگاه‌های دولتی پیگیری و به بانک‌ها

اعلام شده است تا ریال مورد نیاز آنها تأمین شود. همین‌طور با دستگاه‌های دولتی نامه‌نگاری‌های مورد نیاز انجام شده است.

هاشمی با تأکید بر اینکه واسطه‌ها باید از بورس حذف شوند، عنوان کرد: برای تأمین مواد اولیه صناعی که در بازار بورس حضور دارند، مدام تأکید داریم که قیمت‌ها باید کنترل شود.

هاشمی تصریح کرد: بازسازی و نوسازی واحدها، ارتقای بهره‌وری، دانش مدیریتی کارکنان واحدهای تولیدی، بهبود فضای کسب و کار، ایجاد و تجهیز مؤسسه بین‌المللی گوهرشناسی جهت ارائه شناسنامه سنگ‌ها، فرآوری سنگ‌های نیمه قیمتی در مقیاس صنعتی از برنامه‌هایی است که در سال گذشته پیگیری شده و این پیگیری‌ها امسال هم ادامه دارد.

وی ادامه داد: طبق برنامه‌ها باید سنگ‌های قیمتی را در مقیاس صنعتی تولید کنیم. تولیدکنندگان این بخش موانعی مثل مالیات بر ارزش افزوده داشتند که

خرید تضمینی گندم به ۹۰۵ هزار تن رسید

سال گذشته این موانع برطرف شد. البته برای رسیدن به این هدف بیش از ۱۶ جلسه با مسئولین مربوطه برگزار شد.

مدیرکل صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت تأکید کرد: شرایط کنونی کشور، افزایش نرخ ارز و تأمین نقدینگی، افزایش تولید را با مشکل مواجه می‌کند. البته در سال پیش رو تمام تلاش‌مان را برای تسهیل امور به کار می‌گیریم.

هاشمی افزود: ارتقای رتبه انرژی در محصولات، افزایش سهم بازار محصولات داخلی، ارتقای خدمات پس از فروش، حمایت از توسعه صنعت قطعه‌سازی، استفاده حداکثری از توان تولیدی کشور، پیشگیری از قاچاق کالا، افزایش صادرات و تنوع‌بخشی بازارهای هدف، توانمندسازی واحدهای صنعتی و ارتقای استانداردهای زیست محیطی جهت توسعه پایدار اهم برنامه‌های سال گذشته هستند که امسال هم پیگیری می‌شوند.

در حال حاضر بازار روغن در آرامش است.

وی گفت: برای تامین نیازهای ماه رمضان ۳۰ هزار تن روغن به صنایع اختصاصی داده شده تا هیچ‌گونه کمبودی در مواد اولیه تولید وجود نداشته باشد.

افزایش قیمت نان گرانفروشی است

سیف افزود: هرگونه افزایش قیمت نان توسط واحدهای تولیدی گرانفروشی است و باید از سوی دستگاه‌های نظارتی با این موارد برخورد شود ضمن اینکه از مردم درخواست می‌کنم در صورت مشاهده هرگونه گرانفروشی موارد را برای رسیدگی با سامانه ۱۲۴ سازمان حمایت در میان بگذارند.

به گفته وی، ۳۰ هزار تن برنج وارداتی به منظور عرضه در ماه رمضان در اختیار ستاد تنظیم بازار استان‌ها قرار گرفته است.

مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی گفت: برنج وارداتی هندی با قیمت مصوب ۷۴۰۰ تا ۷۸۰۰ تومان و برنج تایلندی بین ۴۴۰۰ تا ۴۶۰۰ تومان در استان‌ها در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد.

یزدان سیف ادامه داد: تا دو ماه آینده با شروع کشت برنج ۲میلیون تن برنج داخلی وارد بازار خواهد شد و کمبود تولید داخلی جبران می‌شود و قیمت به تعادل خواهد رسید.

ثبات نرخ مرغ در بازار

قیمت هر کیلو مرغ به ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان رسید

کرد و گفت: با توجه به آنکه وزارت جهاد کشاورزی نرخ منطقه هر کیلو مرغ گرم را با احتساب هزینه‌های تولید ۱۳هزار و ۵۰۰ تا ۱۴ هزار تومان می‌داند، از این رو انتظار داریم مکتباتی میان وزارت جهاد کشاورزی و ستاد تنظیم بازار صورت گیرد تا براساس هزینه‌های واقعی نرخ مصوب اعلام شود تا مرغان در ماه‌های بعدی دچار چالش نشوند، چرا که استمرار این روند و کمبود عرضه مرغ در بازار زمینه را برای شوک قیمت در بازار ایجاد می‌کند. وی ادامه داد: با توجه به کشتش تقاضا برای خرید مرغ در ماه رمضان انتظار می‌رود که قیمت مرغ به نرخ منطقه خود که ۱۳ تا ۱۴ هزار تومان است، برسد.

عضو هیات مدیره مرغانرانی گوشتی میانگین ماهانه تولید مرغ را ۱۵۰ تا ۱۶۰هزارتن اعلام کرد و گفت: این در حالی است که در ایام عید و ماه رمضان میزان جوجه‌ریزی به ۱۸۰ هزار تن می‌رسد که با توجه به زیان حداقل ۲ هزار و ۵۰۰ تومانی مرغانراران در فروش هر کیلو مرغ، زیان

عضو هیات مدیره اتحادیه مرغانرانی گوشتی گفت امروز متوسط نرخ هر کیلو مرغ گرم در خرده‌فروشی‌ها ۱۱ تا ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان است.

عظیم حجت، در گفت‌وگو با خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات نرخ مرغ از ابتدای هفته در بازار خبر داد و گفت: امروز متوسط نرخ هر کیلو مرغ تازه در مرغداری ۷ هزار و ۸۰۰ تا ۸ هزار و ۲۰۰ و مرغ آماده به طبع در خرده‌فروشی ۱۱ تا ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان است و به صورت محدود در برخی مناطق با نرخ‌های بالاتری عرضه می‌شود.

وی افزود: میزان جوجه‌ریزی در ماه رمضان به گونه‌ای است که کشتش تقاضا برای خرید نتوانسته تغییریری در قیمت‌ها ایجاد کند و تنها مرغانرانی که در شرایط فعلی اقدام به عرضه مرغ در بازار می‌کنند، به سبب کمبود نقدینگی در ماه‌های آتی دچار مشکل می‌شوند.

حجت نرخ واقعی هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری را ۹ هزار و ۵۰۰ و مرغ آماده به طبع در خرده‌فروشی‌ها را ۱۲ هزار و ۵۰۰ تا ۱۴ هزار تومان اعلام

اخبار

تهیه طرح دو فوریتی برای ممنوعیت افزایش قیمت بنزین در سال ۹۸

یک عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس از تهیه طرحی دو فوریتی برای ممنوعیت سهمیه‌بندی و یا افزایش قیمت بنزین در سال ۹۸ خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، مجتبی ذوالنوری اظهار داشت: با وجودی که نمایندگان روز گذشته اعلام کردند که موافق سهمیه‌بندی و یا افزایش قیمت بنزین نیستند اما نگرانی وجود دارد که دولت خودسرانه بنزین را گران کرده و سهمیه‌بندی را اعلام کنند که نتیجه آن ایجاد مشکل برای معیشت مردم است. به همین دلیل طرح دو فوریتی با یک ماده واحده تهیه شده که براساس آن هرگونه سهمیه‌بندی و افزایش قیمت بنزین به صورت تک نرخي یا چند نرخي در سال ۹۸ ممنوع می‌شود و دولت موظف می‌شود که قیمت بنزین و گازوئیل در سال ۹۷ و اول ۹۸ را تا پایان سال ۹۸ حفظ کند.

وی توضیح داد: افزایش ۵۰۰ تومانی قیمت بنزین هم باعث افزایش دو برابری قیمت کرایه‌ها و به تبع آن تأثیر در بخش تولید و کالا و خدمات می‌شود، مردم دیگر تحمل افزایش قیمت ندارند. ذوالنوری در پایان گفت که این طرح در مرحله جمع‌آوری امضا یا قید دو فوریت است که امیدواریم با اولویت هرچه زودتر در دستور کار مجلس قرار گیرد.

قیمت پراید بعد از حذف نرخ از سایت‌های خرید و فروش چه تغییری کرد؟

در حالی که برخی از نمایندگان مجلس و مسئولان از کاهش قیمت خودرو در بازار، در پی حذف قیمت‌گذاری سایت‌ها خبر می‌دهند، بررسی‌ها نشان می‌دهد بهای پرخریدارترین و پرتیراژترین خودروی ایرانی تغییر چندانی را نسبت به روزهای قبل تجربه نکرده است.

براساس اعلام یکی از فعالان بازار خودرو، سایپا ۱۱۱ در بازار به قیمت ۵۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در رنگ سفید و ۵۴ میلیون تومان در دیگر رنگ‌ها به فروش می‌رسد.

در عین حال بهای سایپا ۱۲۱ نیز بین ۴۷ تا ۴۸ میلیون تومان است. سایپا ۱۲۲ نیز با توجه به تنوع رنگ بین ۵۰ تا ۵۱ میلیون تومان فروخته می‌شود.

فیمت سایپا ۱۵۱ نیز ۴۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان اعلام شده است. این قیمت‌ها طی روزهای اخیر تغییر چندانی را تجربه نکرده است.

شاید بتوان کارکرد حذف قیمت از سایت‌های خرید و فروش را عدم افزایش در روزهای اخیر دانست چرا که بررسی قیمت‌ها عقب‌نشینی نسبت به گذشته را نشان نمی‌دهد.

بازار خودرو در رکودی سخت و سنگین به سر می‌برد، برآوردها نشان می‌دهد خرید و فروش در این بازار به حداقل رسیده و شرایط کنونی سبب شده است خریداری در بازار نباشد.

پیوند ناظر و دلال و خودروساز

در غیاب نهادهای عریض و طویل ناظر، بی‌ثباتی قیمت‌ها در بازار خودرو همچنان ادامه دارد، با وجود دلایل متعددی که برای نابسامانی قیمتی خودرو ذکر می‌شود، نمایندگان مجلس معتقدند که فرمان قیمت‌گذاری در این بازار به دست دلالان سپرده شده و سکوت دولت نیز به آن‌ها فرصت داده است تا در این جاده تخته گاز برانند.

در غیاب نهادهای عریض و طویل ناظر، بی‌ثباتی قیمت‌ها در بازار خودرو همچنان ادامه دارد، با وجود دلایل متعددی که برای نابسامانی قیمتی خودرو ذکر می‌شود، نمایندگان مجلس معتقدند که فرمان قیمت‌گذاری در این بازار به دست دلالان سپرده شده و سکوت دولت نیز به آنها فرصت داده است تا در این جاده تخته گاز برانند.

در این شرایط یاسر رایگانی، سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی تنها توصیه‌ای که به مردم دارد این است که در فضایی که تعدادی سودجو و دلال بدون کارشناسی قیمت‌ها را افزایش می‌دهند خرید خودرو را عقب بیندازند تا شرایط به روال عادی برگردد.

کاهش ۳۰درصدی کل تولیدات خودروسازان

رضا رحمانی، وزیر صنعت نیز معتقد است هزاران هشتگ در فضای مجازی در مورد خودرو و سایر کالاهایی که ظرفیت بحران‌سازی دارند، فضا را بهم ریخته‌اند، اما نگاهی به امر تولید خودرو در کشور در فروردین امسال نشان‌دهنده کاهش ۳۰درصدی کل تولیدات است که به نوبه خود با کاهش عرضه به افزایش تقاضا و گرانی خودرو دامن زده است.

در عین حال عده‌ای از دلالان نیز با ایجاد انتظار تورمی در این بازار موجب شدند که بسیاری برای پیش‌خرید خودروهای داخلی به صف شوند و فروش فوری‌ها در حداقل زمان به اتمام برسد. همان‌طور که ذکر شد دلایل متعددی برای صعود قیمت خودرو در حدود یک ماه گذشته مطرح می‌شود که از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان به «رشد تورم انتظاری»، «فاصله زیاد قیمت کارخانه و بازار خودروها» و «ضعیف بخش تولید و عرضه» برای نابسامانی بازار خودرو اشاره کرد، اما کارشناسان و مسئولان مؤثرترین عامل را سپردن بازار به دست دلالان می‌دانند. برخی از این کارشناسان نیز بر این باورند که واسطه‌ها یا دلالی که می‌تواند با نفوذ، قیمت خودرو را در کل کشور افزایش دهد را نباید یک دلال عادی و خرده‌پا دانست و احتمالا این افراد با خودروسازان ارتباط دارند.

دولت از نظارت و قیمت‌گذاری دست کشیده است

امیر خجسته، رئیس فراکسیون مبارزه با مفاسد اقتصادی معتقد است دولت به نظارت و قیمت‌گذاری در بازار خودرو ورود نمی‌کند و قیمت‌گذاری در این حوزه را به دلالان سپرده است. وی با انتقاد از نوسانات شدید بازار خودرو مسئولان و وزارت صنعت، معدن و تجارت را مسئول این نوسانات می‌داند و تأکید می‌کند: وزارت صمت تدبیر و برنامه‌ای برای مدیریت بازار خودرو ندارد، هیچ نظارتی بر این بازار نمی‌کند و در واقع تعیین قیمت خودرو را به دلالان واگذار کرده است که این امر موجب شده قیمت خودرو یکشنبه ۱۰۰ تا ۲۰۰درصد افزایش یابد. به گفته وی، کمیسیون اصل ۹۰ خواستار کنترل، نظارت و قیمت‌گذاری خودرو توسط وزارت صنعت شده، اما آقایان تدبیر نمی‌کنند و مدیریت اقتصاد کشور و بازار خودرو را به دلالان واگذار کرده‌اند، این کار ظلم به ملت ایران است. عبدالله رضیان عضو هیات رئیسه کمیسیون صنایع و معادن مجلس نیز دلیل گرانی‌های اخیر خودرو را مرتبط با میزان عرضه در کشور می‌داند و می‌گوید: عرضه بسیار پایین و در مقابل میزان تقاضا بسیار بالاست. هم‌اکنون عرضه خودرو از اختیار دولت و خودروسازان خارج شده و به دست دلالان افتاده است. فشار خرید بالا رفته و خودرو از کالای مصرفی به سرمایه‌ای تبدیل شده و این مورد موجب ایجاد حجم بالای تقاضا شده است.

دارند. در این بین نه خودرویی وجود دارد نه فروشنده‌ای و نه خریداری، همه چیز به صورت صوری است. اگر با فروشنده‌های خودرو تماس بگیرید اعلام می‌کنند فروخته شد و یا با خریداران صوری که تماس بگیرید خواهند گفت که خریداری کردیم. حال ۱۰۰ نفر خریدار و فروشنده واقعی در بازار وجود دارد. فرد فروشنده، قیمت‌ها در سراسییبی سقوط قرار می‌گیرند و به قیمت‌های گذشته باز می‌گردند و یا با نزدیک می‌شوند، اما افزایش قیمت خودرو را نمی‌توان حباب دانست تا انتظار داشت این حباب بتر کند.

سال ۹۸ نیز همچنان با سبیر صعودی قیمت‌های خودرو مواجه هستیم؛ امری که مطمئنا ادامه خواهد یافت مگر اینکه دستگاه‌های نظارتی، ورود جدی به این عرصه داشته باشند و اراده‌ای برای کنترل آن وجود داشته باشد. اراده‌ای که تاکنون مشاهده نشده است. از میان علل متعددی که می‌توان برای وضعیت فعلی بازار

خودرو برشمرد یکی استفاده دلال‌های سودجو از اپلیکیشن‌هایی مثل «دیوار» و «شیپور» و «اما» است. دلال‌ها از فضایی که این اپلیکیشن‌ها در اختیارشان قرار داده در راستای منافع خودشان بهره می‌گیرند و لذا هر روز و هر ساعت با افزایش بی‌رویه قیمت خودرو مواجه می‌شویم.

برای توضیح نحوه سودجویی دلال‌ها از این فضا باید با مثالی منظورم را توضیح

دهم، فرمول بسیار ساده است. فرض کنید با یک جامعه آماری ۵۰۰ نفری مواجه

هستیم. ۱۰۰نفر از جامعه آماری فرضی‌مان فروشنده و یا خریدار واقعی خودرو

هستند و ۴۰۰ نفر باقیمانده دلال‌های این بازار هستند. در این شیوه دلال‌ها به

دو دسته تقسیم می‌شوند. از میان ۴۰۰ نفر دال فرضا حدود ۲۰۰ نفرشان به‌طور

مثال پژو ۲۰۶ صفر کیلومتر ۵۰میلیونی را برای فروش ۱۰۰ میلیون آگهی می‌کنند.

۲۰۰ نفر دیگر نیز درخواست پژو ۲۰۶ صفر کیلومتر به قیمت ۹۸ میلیون تومان

چی؟ کل؟ روزشگاه وقتی یک‌صدا از الفاظ رکیک استفاده می‌کنند دیگر نمی‌توان نام‌شان را تماشگر‌نما گذاشت.

برگردیم به بحث خودرو؛ حباب بازار زمانی معنا و مفهوم پیدا می‌کند که به علت یا عللی خاص در مقطعی قیمت‌ها روند صعودی می‌یابد و بعد از مدت کوتاهی، قیمت‌ها در سراسییبی سقوط قرار می‌گیرند و به قیمت‌های گذشته باز می‌گردند و یا با نزدیک می‌شوند، اما افزایش قیمت خودرو را نمی‌توان حباب دانست تا انتظار داشت این حباب بتر کند.

سال ۹۸ نیز همچنان با سبیر صعودی قیمت‌های خودرو مواجه هستیم؛ امری که مطمئنا ادامه خواهد یافت مگر اینکه دستگاه‌های نظارتی، ورود جدی به این عرصه داشته باشند و اراده‌ای برای کنترل آن وجود داشته باشد. اراده‌ای که تاکنون مشاهده نشده است. از میان علل متعددی که می‌توان برای وضعیت فعلی بازار

خودرو برشمرد یکی استفاده دلال‌های سودجو از اپلیکیشن‌هایی مثل «دیوار» و «شیپور» و «اما» است. دلال‌ها از فضایی که این اپلیکیشن‌ها در اختیارشان قرار داده در راستای منافع خودشان بهره می‌گیرند و لذا هر روز و هر ساعت با افزایش بی‌رویه قیمت خودرو مواجه می‌شویم.

برای توضیح نحوه سودجویی دلال‌ها از این فضا باید با مثالی منظورم را توضیح دهیم، فرمول بسیار ساده است. فرض کنید با یک جامعه آماری ۵۰۰ نفری مواجه هستیم. ۱۰۰نفر از جامعه آماری فرضی‌مان فروشنده و یا خریدار واقعی خودرو هستند و ۴۰۰ نفر باقیمانده دلال‌های این بازار هستند. در این شیوه دلال‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند. از میان ۴۰۰ نفر دال فرضا حدود ۲۰۰ نفرشان به‌طور مثال پژو ۲۰۶ صفر کیلومتر ۵۰میلیونی را برای فروش ۱۰۰ میلیون آگهی می‌کنند.

۲۰۰ نفر دیگر نیز درخواست پژو ۲۰۶ صفر کیلومتر به قیمت ۹۸ میلیون تومان

۱۶۰ هزار خودرو به‌دلیل کمبود قطعه روی دست خودروسازان مانده است

طلب ۲۰ هزار میلیاردی قطعه‌سازان

که ارتباط با بانک‌های چینی به عنوان یکی از مهمترین طرف‌های معامله نیز قطع شده، مشکلات تشدید شده است.

کریمخان معتقد است، افزایش قیمت مواد اولیه نیز مزید علت مشکلات قطعه‌سازان شده است.

وی با بیان اینکه مجموع این عوامل باعث شده قطعه‌سازان گستره کار خود را کوچک کنند، اضافه کرد: با ادامه این شرایط این واحدها مجبور به تعدیل نیروهای خود خواهند شد و خطر از دست دادن اشتغال، ۳۵۰ تا ۴۰۰ هزار نیروی صنعت قطعه‌سازی کشور را تهدید می‌کند.

رئیس انجمن قطعه‌سازان خودرو و نیرو محرکه استان کرمانشاه پیامد دیگر این شرایط را کمبود قطعات مورد نیاز صنایع خودروسازی کشور دانست و تأکید کرد: وقتی که قطعه‌ساز پول ندارد، نمی‌تواند تولید را ادامه دهد و این امر باعث شده تعداد زیادی خودرو تولید شده با کمبود قطعه کف کارخانه بماند.

چین خودرو دست دوم صادر می‌کند

دست دوم در این کشور در سال ۲۰۱۸ به ۱۳ میلیون و ۲۰ هزار دستگاه رسیده است.

آمارها حاکی است که همچنین سال گذشته میلادی ۲۸ میلیون و ۸۰ هزار دستگاه خودرو نو در بازار چین به فروش رفته است.

میزان فروش خودروهای دست دوم در کشورهای دیگر دو برابر خودروهای جدید است اما این آمار در چین برعکس است و میزان فروش خودروهای دست دوم نصف فروش خودروهای جدید است.

عدم استقبال مردم از خرید خودروهای دست دوم در چین باعث شده است

بازار خودرو همچنان با روند صعودی قیمت‌ها روبه‌رو است. عوامل گوناگونی دست به دست هم داده‌اند تا بازار با وضعیت فعلی مواجه شود. از اصلی‌ترین عوامل افزایش قیمت، سوءاستفاده دلال‌ها از اپلیکیشن‌های موجود است. مطلب پیش‌رو به بررسی عملکرد دلال‌های بازار خودرو در این اپلیکیشن‌ها پرداخته است. جا دارد نهادهای نظارتی توجه بیشتری داشته باشند و مانع سودجویی عده‌ای شوند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو، پیشتر در مطلبی با عنوان قیمت خودرو؛ حبابی که نخواهد ترکید!! گفته بودیم حباب بازار نخواهد ترکید. بازار خودرو از بهمن‌ماه سال گذشته آتش گرفت. هر سال شب عید بازار خودرو با جهش قیمت‌ها روبه‌رو می‌شود، اما داستان اسفند ۹۷ کاملاً با سال‌های گذشته متفاوت بود. میزان افزایشی که خودرو در ماه پایانی سال با آن روبه‌رو شد ربطی به گرانی شب عید نداشت.

وقتی کارخانه‌های خودروسازی نتوانستند به تعهدات خود در قبال مشتریان پاسخ دهند فضا برای سودجویی بی‌حد و حصر جماعت دلال مهیا شد.

قطعا پکیچی از دلایل متعدد باعث و بانی شکل‌گیری وضعیت بازار خودرو شده است. وضعیتی که همچنان ادامه خواهد داشت. اینکه پیشتر گفته شد حباب بازار خودرو نخواهد ترکید، یک علت مشخص داشت. بگذارید برای توضیح بیشتر، گریزی به فوتبال بزنیم. سالیان سال است که جو ورزشگاه‌های ایران به شدت آلوده شده به طوری که کمتر پدري حاضر است با فرزند خردسالش در ورزشگاه حضور پیدا کند و مسابقه فوتبال را ببیند و لذت ببرد. در این جو، هیچ‌کس جرأت نداشت صراحتاً عملکرد تماشاگران را تخطئه و محکوم کند و نهایتاً رفتار ناپهنجار را منسوب به عده قلیلی به نام تماشاگر‌نماهای می‌کردند و فضا را متأثر از حضور گروهی اندک اعلام می‌کردند تا اینکه محمد مایلی‌کهن به صراحت گفت تماشاگر‌نما یعنی

کلینیک کسب و کار دانشگاه پیام نور راهاندازی شد

رئیس دانشگاه پیام نور استان تهران از راهاندازی کلینیک کسب و کار مجهز به آزمایشگاه‌های پیشرفته و تکنولوژی روز دنیای این دانشگاه خبر داد. به گزارش ایرنا غلامرضا بخشی خانیکی اظهار داشت: گروه کارآفرینی و ارتباط با صنعت دانشگاه پیام نور استان تهران اقدام به تاسیس و راهاندازی اولین «کلینیک کسب و کار» در این مرکز علمی و ارائه خدمات ویژه با هدف رونق تولید کرده است. یادآور می‌شود، دفتر ارتباط با صنعت دانشگاه پیام نور استان تهران، نخستین «مدرسه استعدادیابی و کارآفرینی» را نیز با هدف شناسایی استعدادها و توانمندی‌های دانش‌آموزان، دانشجویان و سایر افسراد جامعه، افزایش روحیه کارآفرینی، توانمندسازی، مهارت‌آموزی و توسعه شایستگی‌ها جهت ورود و معرفی آنها به حوزه کسب و کار و کارآفرینی راهاندازی کرده است.



دریچه

۵ اشتباه رایج برندها در استفاده تجاری از اینستاگرام

به قلم: هبیبو استفاناز کارآفرین و نویسنده حوزه برندینگ

مترجم: امیر آل علی

در حال حاضر اینستاگرام به بیش از یک میلیارد کاربر در سراسر جهان دست پیدا کرده است. این امر باعث شده است تا این شبکه اجتماعی به مکانی ایده‌آل برای برندها و فعالیت‌های تجاری تبدیل شود. با این حال نحوه عملکرد شما تعیین‌کننده همه‌چیز بوده و نمونه بسیاری از برندهای فعال در این شبکه وجود دارد که به موفقیت لازم در راستای جذب نگاه مخاطبان دست پیدا نکرده‌اند. در این رابطه آگاهی از نکات و راهکارهای مناسب در زمینه استفاده تجاری از اینستاگرام، اهمیت بسیار بالایی را به همراه داشته و می‌تواند عملکرد شما را بهبود بخشد. بدون شک آشنایی با رایج‌ترین اشتباهات برندها در این شبکه، از جمله اطلاعات مفید محسوب می‌شود. در همین راستا و در ادامه به بررسی پنج مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-انتخاب‌های درستی را نداشت‌اید

در ابتدا لازم است تا به این نکته توجه کنید که آیا اینستاگرام بهترین مکان ممکن برای فعالیت شما است؟ درواقع این امر که صرفاً افراد زیادی در این شبکه حضور دارند، دلیل کاملی برای فعالیت در آن محسوب نمی‌شود. در این رابطه توجه داشته باشید که محور اصلی کار در اینستاگرام بر پایه ارسال عکس بوده و این امر باعث می‌شود تا محصولاتی شانس فروش بالا را داشته باشند، که در قالب تصویر جلوه‌ای مناسب دارند. در این رابطه برندهای فعال در زمینه مد، محصولات آرایشی، کالاهای مصرفی و شرکت‌های مسافرتی می‌توانند نسبت به درستی انتخاب خود اطمینان کافی را داشته باشند. با این حال سایر شرکت‌ها لازم است تا قبل از حضور در اینستاگرام، سایر شبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار داده و پارامترهای مختلفی را مورد ارزیابی قرار دهند. در این رابطه در صورتی که مدل بازاریابی شما B۲B است که در آن دو شرکت با یکدیگر به صورت مستقیم به تجارت می‌پردازند، حضور در اینستاگرام نمی‌تواند نتیجه مورد نظر را به همراه داشته باشد. در مرحله بعد و پس از کسب اطمینان از این امر که اینستاگرام بهترین مکان برای فعالیت‌های شما محسوب می‌شود، لازم است تا صفحه خود را به حالت تجاری درآورده و از قابلیت قرار دادن قیمت محصول بر روی تصاویر، استفاده کنید. عدم اطلاع از قیمت و یا این امر که از مخاطب بخواهید تا برای اطلاع از آن شخصا به شما پیام دهند، اقدامی کاملاً نادرست بوده و شانس فروش شما را به شدت کاهش خواهد داد. همچنین لازم است تا از محصول خود کلیپ‌هایی تهیه کرده و نحوه استفاده از آن را به صورت کامل نشان دهید. در نهایت ارسال تصاویر خرید مشتریان و نمایش پیام‌های رضایت آنها از محصول نیز به کسب اعتماد بهتر مخاطبان شما کمک خواهد کرد.

۲-به نیاز مشتری توجه کافی ندارید

زیبایی در عین سادگی از جمله عواملی محسوب می‌شود که در میزان فروش شما کاملاً تاثیرگذار خواهد بود. درواقع مشتری باید بتواند در کسری از ثانیه به اطلاعات مورد نظر خود در رابطه با محصول دست پیدا کرده و مراحل خرید کاملاً کوتاه و سریع باشد. به همین خاطر لازم است تا نظم درستی را در رابطه با ارسال مطالب خود داشته باشید. همچنین این امر که پاسخگویی سریع و مناسبی را داشته باشید نیز از دیگر عوامل تعیین‌کننده محسوب می‌شود. در این رابطه این امر که همواره خود را به جای مشتری قرار داده و متعهدانه به دنبال رفع مشکلات آنها باشید، بسیاری از مشکلات شما را در این رابطه برطرف خواهد کرد. در این رابطه ایجاد نظرسنجی‌های مداوم در قسمت استوری اینستاگرام، می‌تواند شما را نسبت به اشتباه‌های موجود آگاه کند.

۳-اقدام به خرید فالوور کرده‌اید

هر برندی تمایل دارد تا شروعی توفانی را در شبکه‌های اجتماعی داشته و خود را کاملاً موفق و مطرح نشان دهند. درواقع این تصور حاکم است که شروع کار با تعداد

فالوور پایین، تخریب‌کننده شخصیت و ابهت برند است. همین امر باعث می‌شود تا هزینه‌های نسبتاً بالایی را صرف خرید فالوور کنند. با این حال توجه داشته باشید که هدف شما از حضور در یک شبکه جلب نگاه مخاطبان و تبدیل کاربران آن به مشتری بوده و بدون شک با فالوورهایی که بیشتر آنها غیرواقعی هستند، تنها خود را فریب خواهید داد. مخاطبان نیز با مشاهده تفاوت فاحش در میزان دنبال‌کننده‌ها با لایک و یا کامنت‌های هر پست، پی به غیرواقعی بودن آمارهای شما خواهند برد. تحت این شرایط این تصور در ذهن آنها شکل خواهد گرفت که شما قصد فریب را داشته و عملاً برندی قدرتمند و حرفه‌ای محسوب نمی‌شوید. در این رابطه توصیه می‌شود تا صبر کافی را داشته و هزینه خود را صرف روش‌های درست تبلیغاتی در این شبکه اجتماعی کنید. برای مثال این امر که از افراد مطرح برای تبلیغ خود استفاده کرده و با تعامل مناسبی را با سایر برندها داشته باشید، از جمله روش‌های درست در این رابطه محسوب می‌شود. با این حال فراموش نکنید که انتخاب‌های شما باید شامل صفحه‌هایی باشد که به نوعی با کسب‌کار شما ارتباط دارد. این امر کیفیت فالوورهای به دست آمده را افزایش داده و افرادی را به سمت شما روانه خواهد کرد که از آمادگی بیش‌تری برای خرید محصول برخوردار هستند. برای مثال در صورتی که در زمینه تولید لوازم ورزشی فعالیت دارید، استفاده از صفحه یک ورزشکار مطرح، بهترین انتخاب خواهد بود. در آخر فراموش نکنید که مطرح شدن زمان کافی را نیاز خواهد داشت و لازم است تا اقدامات شما استمرار کافی را داشته باشد و در مدت‌زمان کوتاه از همه‌چیز ناامید نشوید.

۴-تمامی اقدامات شما تنها در راستای فروش محصولات است

یک شبکه تلویزیونی را تصور کنید که تمامی برنامه‌های آن تنها در بخش تبلیغ خلاصه شده است. بدون شک هیچ فردی تمایل ندارد تا این شبکه را برای مدت طولانی دنبال کند. در رابطه با صفحات شبکه‌های اجتماعی نیز این امر صادق بوده و لازم است تا در اقدامات خود تنوع کافی را داشته باشید. در این رابطه ارسال مطالب آموزنده و مفید در زمینه کاری شما و یا ایجاد مسابقه‌ها و چالش‌های جذاب، می‌تواند از جمله گزینه‌های مناسب محسوب شود. همچنین پیگیری فعالیت‌های سایر برندها نیز می‌تواند به شما کمک بسیاری کند. درواقع این امر که از محتواهای ایجادشده توسط کاربران نیز استفاده کنید، نه‌تنها فشار تولید محتوا را کاهش خواهد داد، بلکه مخاطب را نیز برای ارتباط و درگیر شدن با برند شما ترغیب خواهد کرد. به عنوان نکته پایانی در این بخش توجه داشته باشید که این اقدامات تنها توسط یک فرد قابل انجام نخواهد بود و به همین خاطر لازم است تا تیمی حرفه‌ای را در اختیار داشته باشید.

۵-به بخش استوری به اندازه کافی بها نمی‌دهید

بسیار گاهی به عملکرد برخی از برندها به این نکته پی خواهید برد که آنها عملاً بخش استوری را کنار گذاشته و تمرکز خود را تنها بر روی ارسال پست قرار داده‌اند. علت این امر نیز به این خاطر است که آنها تصور می‌کنند که استوری به این علت که پس از ۲۴ ساعت پاک خواهد شد، ارزش کافی را ندارد. با این حال این قابلیت به خوبی می‌تواند تکمیل‌کننده مطالب شما باشد و محدودیت زمانی برای آنها یک مزیت بزرگ محسوب شده که در صورت استفاده درست، می‌تواند به حرفه‌ای‌تر شدن شما کمک بسیاری را کند. برای مثال برند لویی ویتون هر روزه مطالب سرگرم‌کننده خود را با استفاده از بخش استوری ارسال می‌کند که خود باعث می‌شود تا مخاطبان به علت جذابیت بالای این پیام‌ها، حداقل هر ۲۴ ساعت بازدیدی از این صفحه داشته باشند. همچنین سایر بخش‌ها و امکانات این شبکه به مانند IGTV نیز باید مورد توجه کافی قرار گیرد. در آخر نیز توجه داشته باشید که اقدامات شما با گذشت زمان تاثیر اولیه خود را از دست خواهد داد. به همین خاطر ضروری است تا همواره به دنبال راهکارهایی جدید باشید. در این رابطه مطالعه مقالات به روز و پیگیری سخنرانی‌های افراد خبره در این زمینه، می‌تواند کمک بسیاری خوبی محسوب شود. منبع: entrepreneur

عرضه و برندسازی فرش اردبیل؛ نیازمند برنامه‌ریزی دقیق

تولید فرش‌های مشتری‌پسند اقدام کنند. این مدرس کارآفرینی با بیان اینکه با تقویت کارآفرینی، استان اردبیل به سمت توسعه و پیشرفت خواهد رفت، اضافه کرد: برای تربیت فعالان توانمند در عرصه کسب و کار، باید در کنار مطالعه به برگزاری دوره‌های آموزشی مورد نیاز و مهارت‌محور اقدام شود تا آنان با اشتیاق به کارهای تولیدی اقدام نمایند و نگران فروش و بازار آن نباشند.

شهایی، بازاریابی را مهم‌ترین دغدغه تولیدکنندگان عنوان کرد و یادآور شد: باید بستری فراهم شود تا فعالان عرصه‌های تولیدی بتوانند محصولات خود را از طریق بازارهای مجازی نیز عرضه و مشتری‌یابی کنند.

وی با اشاره به اینکه ایده‌یابی و خلاقیت در توسعه کارآفرینی اهمیت بسزایی دارد، اضافه

کرد: قبل از شروع هر فعالیت اقتصادی باید وضعیت بازار کالای تولیدی در بازارهای داخلی و خارجی و همچنین در بازارهای مجازی بررسی شود و با شناسایی ذائقه مخاطبین نسبت به تولید آن اقدام شود.

عرضه و برندسازی فرش اردبیل در بازارهای منطقه‌ای و جهانی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق است. به گزارش ایسنا، به همت جهاد دانشگاهی و با مشارکت دفتر امور بانوان و خانواده استانداری اردبیل، کارگاه «کارآفرینی»

برای فعالین قالی‌بافی اردبیل در سازمان صنعت و معدن استان برگزار شد.

در این کارگاه مدرس کارآفرینی با بیان اینکه استفاده از فرصت‌های خاک‌خورده به کارآفرینی می‌انجامد، گفت: کارآفرینی در حقیقت فرایند خلق ارزش مادی یا معنوی جدید در سایه یک ایده جدید با در نظر گرفتن ریسک‌های ناشی از آن است. شاهرخ شهایی افزود: در کارآفرینی امکان استفاده از فرصت‌های فراتر از منابع در دسترس، وجود دارد و هرچه این بهره‌گیری با دقت و برنامه‌ریزی خوبی انجام گیرد نتیجه آن مثبت و قابل استفاده‌تر خواهد بود.

وی به فعالیت‌های قالیبافی استان اردبیل اشاره و تاکید کرد: برای برندسازی فرش اردبیل که قابل عرضه در بازارهای منطقه‌ای و جهانی باشد باید برنامه‌ریزی دقیقی صورت گیرد و فعالین این عرصه توانمند شوند تا بتوانند به





توسعه شتاب‌دهنده کسب و کار در برنامه معاونت فناوری است

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت یکی از برنامه‌های جدی و مهم امسال و سال آینده این معاونت توسعه روش شتاب‌دهنده کسب و کار است. به گزارش ایرنا، سورنا ستاری در شهرک صنعتی سپهر نظرآباد البرز در مراسم رونمایی از دو محصول پادزهر مار و عقرب و واکسن طاعون نش‌خوارکنندگان کوچک با بیان اینکه حرکت شتاب‌دهنده در موضوعات مختلف در کشور شروع شده، اظهار داشت: حرکت شتاب‌دهنده کسب و کار روش جدیدی است که به وسیله آن بسیاری از مسائل و مشکلات کشور را می‌توان حل کرد و به صورت جدی در حال توسعه آن هستیم. وی با اشاره به اینکه این حرکت در کشور توسعه می‌یابد، خاطرنشان کرد: آن چیزی که از ما به یادگار می‌ماند جوانان و کارآفرینانی است که امروز می‌بینیم که چگونه کارآفرینی و تولید می‌کنند.



یادداشت

برای پیروزی در رقابت پرمخاطره، از تصمیم‌گیری سریع اجتناب کنید

علام هشداردهنده‌ای نظیر قیمت‌ها و عملکرد جدید و همچنین آستانه پذیرش فناوری‌های مرتبط رخ داد. همه این علائم نشان می‌دادند باید منتظر نقطه عطف تازه‌ای باشیم. شرکت‌هایی که مداوم چشم‌انداز صنایع را مرور و بررسی می‌کنند، تمرکز خارجی خود را حفظ می‌کنند و در هیچ شرایطی، شگفت‌زده یا مغرور نمی‌شوند. جهت‌یابی: شرکت‌ها پس از شناسایی منابع بالقوه فرصت یا تحول، باید مزایای رقابتی خود را بررسی و برآورد و استراتژی جدید را بر این مبنا تنظیم کنند؛ مزایایی که تازه کسب کرده‌اند یا از دست داده‌اند. انجام این کار مستلزم یک تیم رهبری با افکار و ایده‌های متنوع است که بتواند سناریوهای مختلف را تجزیه‌وتحلیل کند و گزینه‌های در دسترس را بررسی و واقع‌بینانه ارزیابی کند و به افق‌هایی فراتر بدیهیات چشم داشته باشد.

منظور از «گزینه‌های در دسترس» چیست؟ پاسخ این پرسش کاملاً به شرایط بستگی دارد: توسعه و آزمایش محصولی جدید، حرکتی تهاجمی برای مقابله با تهدید پیش رو، مجموعه جدیدی از مهارت‌ها و قابلیت‌ها یا ادغامی سریع برای ورود به بازار جدید امیدوارکننده. ارزیابی گزینه‌های در دسترس و نحوه تأثیر آنها بر استراتژی فعلی، مستلزم زمان و دیسپلین و درک مشترکی از وضعیت کلی ساختار رهبری است. این فرآیند متوقف نمی‌شود و برای همیشه ادامه می‌یابد.

تصمیم‌گیری: برای برنده‌شدن در بلندمدت و اجتناب از شکست، باید درباره عوامل مهمی که مزیت رقابتی را تعیین می‌کنند، آگاهی واضحی داشته باشیم. تیم اجرایی باید فهرستی کوتاه از سوالات حیاتی در زمینه کسب‌وکار را شناسایی کند؛ سؤالاتی که پاسخ آنها استراتژی شرکت را شکل می‌دهد. برخی از پرسش‌های بالقوه عبارتند از: مشتریان هدف ما چه کسانی هستند و نیازهای آنها چگونه تغییر می‌کند؟ آیا در طول زمان، بخش‌های دیگری از مشتریان برای ما جذاب‌تر می‌شوند؟ اگر پاسخ مثبت است، چگونه می‌توانیم مشتریان را به‌شوی‌ها سودآور از رقبا برنده بشویم؟ آیا از نیروها و مهارت‌ها و قابلیت‌های لازم برخوردار هستیم؟ در چه حوزه‌هایی آسیب‌پذیرتر هستیم و چرا؟ معمولاً فرآیند پاسخ‌دادن به این سؤالات، به تصمیم‌های استراتژیک و اولویت‌های روشن منجر می‌شود.

عمل کردن: اگر می‌خواهیم گام‌های سریعی برداریم، باید استراتژی خود را سریع اجرا کنیم. در این زمینه شرکت‌های بزرگ، ضعیف‌تر از شرکت‌های کوچک و چابک هستند. برای غلبه بر این مشکل، تیم رهبری شرکت‌های بزرگ باید مقصد استراتژیک کسب‌وکار را به ساده‌ترین و واضح‌ترین زبان برای همه اعضای سازمان شرح دهد. کارمندان تمام سطوح با یکدیگر هم‌تراز و هماهنگ شوند و تصمیمات بهتری با سرعت بیشتر اتخاذ کنند. به‌عنوان مثال، شرکت زاپوس، خرده‌فروشی آنلاین کفش و لباس که در سال ۲۰۰۹ به تملک شرکت آمازون درآمد، یک مأموریت مهم را دنبال می‌کند: خوشحال کردن مشتریان. نمایندگی‌های خدماتی زاپوس می‌توانند هر کاری که برای رسیدن به این مأموریت لازم است، بدون اجازه‌گرفتن از مدیران خود انجام دهند. بنابراین، آنها هزینه محصولات معیوب را به مشتریان بازمی‌گردانند، محصولات را به‌رایگان تعویض می‌کنند، برای مصرف‌کننده‌ای که به بیماری مادر خود اشاره کرده، گل می‌فرستند و وقت زیادی برای تماس‌های تلفنی مشتریان صرف می‌کنند تا مشکلات آنها را به‌طور کامل حل کنند. به‌منظور هماهنگی و اقدامات سریع، باید مأموریت‌های فردی و تیمی کارمندان را با مأموریت و استراتژی کلی شرکت، مطابقت دهیم. هرگونه ناسازگاری میان اهداف و منابع و محدودیت‌ها باید در سریع‌ترین زمان ممکن شناسایی و رفع شود تا زمان و تلاش سازمان هدر نرود. بسیاری از شرکت‌ها وقت زیادی برای اموری صرف می‌کنند که به کاهش سرعت کارمندان و اتلاف منابع منجر می‌شود و درنهایت، ارزش کمی ایجاد می‌کند. رقبای مبتنی‌بر سرعت، نظیر علی‌بابا و آمازون و زاپوس به‌خوبی می‌دانند برای اجتناب از شکست یا توقف، همیشه باید تمرکز اصلی خود را روی عوامل پشت مزایای رقابتی حفظ کنند و هرگز از این فرآیند دست نکشند. اگر متوقف شوید، شما هم هدف محسوب می‌شوید.

منبع: HBR/zoomit

شرکت‌های امروزی نمی‌توانند منتظر آینده‌ای باثبات بمانند؛ زیرا جوّ حاکم بر بازارهای رقابتی فعلی، با شرایط نامطمئن و ساختارشکنی غیرمنتظره‌ای همراه است. از مدت‌ها پیش، متخصصان و کارشناسان مشاور به شرکت‌های خود توصیه می‌کردند: «پیش از اینکه اسبیر تحولات بازار شوید، خودتان تحول‌گرا شوید» یا «مسئولیت استراتژی و اجرا را به‌عهده پیشروترین کارمندان بگذارید.» این مشاوره‌ها در عمل کارایی خود را نشان می‌دهند. اگر به تاریخ نیروهای نظامی ارتشی جهان نگاه کنیم، شاید شواهد بسیار مفیدتری در این زمینه بیابیم؛ شواهدی آن را «رقابت مبتنی بر سرعت» می‌نامیم.

سال ۱۹۷۶، جان بوید، سرهنگ نیروی هوایی آمریکا، توضیح داد چرا خلبانان جنگنده‌های آمریکایی در مقایسه با هم‌تایان کراهی خود از ضریب کشتار (Kill Ratio) بیشتری برخوردار بودند (نسبت ۱۰ به یک). در آن زمان، باور عمومی بر این بود که خلبانان آمریکایی بسیار بهتر تعلیم دیده‌اند. اگر چنین ایده‌ای درست بود، پیروزی‌هایی که در جنگ رودررو با هواپیماهای جنگی حاصل می‌شد، توزیع یکنواختی بین همه خلبانان آمریکایی داشت، اما این‌طور نبود. عمده پیروزی‌ها حاصل عملکرد چند خلبان معدود بود و اکثر خلبانان دست‌انورد فوق‌العاده‌ای نداشتند و برخی از آنها نیز کاملاً شکست خورده بودند.

آموزش خلبان و قابلیت‌های ذاتی هر خلبان و خود جت‌ها، عوامل مهم نتایج یادشده بودند. اتاق‌کلان هواپیماهای آمریکایی F-۸۶ در مقایسه با هواپیماهای میگ ۱۵ دشمن، میدان دید بسیار بهتری داشت و در سرعت‌های زیاد، مانور دادن با آن بسیار ساده‌تر بود. همان‌طور که بوید می‌گفت، اِسن مزایای فنی در کنار مهارت‌های چند خلبان عالی باعث شده بود نیروی هوایی آمریکا در مقابل مانورهای دشمن، با سرعت بیشتری واکنش نشان دهد و خلبانان دشمن از این سرعت گیج شوند و بیش‌ازحد یا کمتر از نیاز واکنش نشان دهند. این مشکل با پیشرفت جنگ افزایش یافت و درنهایت، خلبانان کراهی قدرت کنترل اوضاع را از دست دادند. به‌گفته بوید، کسی زنده می‌ماند که بتواند سریع‌ترین نرخ تغییرات را کنترل یا مدیریت کند. نظریه او، لوب OODA یا مشاهده، جهت‌یابی، تصمیم‌گیری و اقدام (Observe-Orient-Decide-Act) نامیده شد.

گرچه تفاوت‌هایی بین هواپیماهای جنگی و اداره کردن شرکت کاملاً بدیهی است، مدل حلقه OODA برای درک شرایط نامطمئن محیط‌های کسب‌وکار امروزی مفید واقع می‌شود. شرکت‌های تحول‌گرا و پیشرو رقبای خود را با حلقه‌ای پویا و مشابه زیر فشار قرار می‌دهند. آنها مداوم چشم‌انداز را بررسی می‌کنند، جهت حرکت خود را متناسب با شرایط جدید تنظیم می‌کنند، در‌باره واکنش خود تصمیم‌گیری و سریع اقدام می‌کنند. سپس، دوباره متشکل می‌شوند و فرآیند مذکور را تکرار می‌کنند. این بار حلقه SODA در ترکیب با تجربه و تخصص، خود را تشدید می‌کند و سرعت جریان بیشتر و بیشتر می‌شود. شرکت‌های بازمانده می‌توانند و باید تلاش کنند بازی مشابهی در پیش بگیرند.

اسکن و مرور و بررسی: از آنجاکه رقبا و فناوری‌ها و بازارها می‌توانند به‌سرعت تغییر کنند، شرکت‌ها باید به‌صورت منظم چشم‌انداز و افق پیش روی خود را به‌منظور یافتن فرصت‌ها و تحولات بالقوه اسکن کنند. شرکت‌ها باید روندهای جدید، رفتارهای جدید مشتریان، هنجارشکنی‌ها، رقبای نوظهور و تغییرات الگوی تقاضا را بیابند. شرکت علی‌بابا، بازار گاه عظیم آنلاین چین، با هدف اسکن رفتار مشتریان، روزانه یک پنبابیت داده مصرف‌کنندگان را ثبت و تجزیه‌وتحلیل می‌کند. این آگاهی و بینش موتور نوآورانه و قدرتمندی راه‌اندازی می‌کند که نتیجه آن، جریان مداوم محصولات و پلتفرم‌های جدید است. به‌طور مشابه، آمازون نیز به‌دنبال مقوله‌ها و گروه‌های جدید و ساختارشکن خرده‌فروشی است. آمازون این مقوله‌ها را به دنیای آنلاین می‌آورد، هزینه آنها را کاهش می‌دهد، آنها را کارآمدتر می‌کند و درنهایت، خدمات خود را بهبود می‌بخشد.

به‌دنبال نقاط عطفی باشید که نشان می‌دهند روند یا فناوری جدیدی درحال‌ظهور است. به‌عنوان مثال، انفجار تقاضای جهانی در بخش روبانیک در پی



مایکروسافت ورد به کمک هوش مصنوعی نوشته‌های‌تان را بی‌عیب‌ونقص می‌کند

اگر نوشتن کسب‌وکار شما است و سروکار‌تان با نرم‌افزار ورد است، این نرم‌افزار به‌کمک هوش مصنوعی خبر خوشی برای بهبود نوشته‌های شما دارد.

به گزارش زومیت، اگر از کاربران نسخه آنلاین ورد هستید، به‌زودی ویرایشگر جدیدی به این نسخه اضافه می‌شود که با هوش مصنوعی به شما در ویراستاری نوشته‌های‌تان کمک می‌کند. مایکروسافت روز گذشته در کنفرانس خود، قابلیتی به‌نام «ایده‌ها» (Ideas) را رونمایی کرد که قرار است به نویسندگان و مترجمان و محققانی کمک کند که سروکارشان با نوشتن و نرم‌افزار ورد است تا با صرف کمترین

زمان، نوشته‌هایی بی‌نقص داشته باشند. قابلیت «ایده‌ها» در نسخه آنلاین ورد به نویسندگان کمک می‌کند نوشته‌ای کوتاه و خوانا بنویسند؛ بدین‌صورت که اگر جمله‌ای سخت و پیچیده در متن باشد، هوش مصنوعی ورد جمله‌ای خواناتر و ساده‌تر را به‌صورت خودکار پیشنهاد می‌دهد. یکی دیگر از قابلیت‌های این هوش مصنوعی بررسی دست‌ورزبان است؛ یعنی ویرایشگر حرفه‌ای دست‌ورزبان متن نوشته‌شده را چک می‌کند و در‌صورت وجود غلط‌های دست‌ورزبانی، آنها را اصلاح می‌کند.

این‌ها تمام توانایی‌های این ویرایشگر نیست. یکی از ویژگی‌های جذاب قابلیت «ایده‌ها» و هوش مصنوعی ویرایشگر نسخه آنلاین ورد، استخراج کلمات کلیدی هر مقاله و مطلب است. این ویژگی می‌تواند برای نوشتن چکیده مقاله، سئو مطلب برای وب‌سایت‌ها و... کارایی بسیاری داشته باشد.

همچنین، مایکروسافت بخش جدیدی به‌نام «طراحی ورد» (Word Designe) نیز به این نرم‌افزار اضافه کرده تا به‌کمک آن بتوان جدول‌های موجود در متن را به‌صورت دلخواه و با سلیقه خود طراحی کرد. مایکروسافت اعلام کرده این قابلیت‌های جذاب و جدید ژوئن (خرداد) برای استفاده توسعه‌دهندگان و پاییز امسال برای استفاده تمام کاربران عرضه خواهد شد.

نخبگان در شرایط تحریم به ایده‌پردازی بپردازند

وی با اشاره به لزوم حمایت از ایده‌پردازی استارت‌آپ‌ها، اظهار داشت: در سطح دنیا به این امر توجه ویژه‌ای معطوف می‌شود زیرا این ایده‌ها زمینه توسعه روزافزون کشورها را فراهم می‌کند.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان غربی با اشاره به برگزاری ۲۱ رویداد شتاب در این استان، گفت: یک‌هزار و ۷۹۶ نفر در این رویدادها شرکت داشتند که ۴۷۵ ایده در این رویدادها مطرح شد و تاکنون ۱۵ مورد از آنها برای فعالیت در پارک علم و فناوری جذب شده است.

حیدری با اشاره به اینکه تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در این استان به ۲۶ مورد رسیده، اظهار داشت: ۱۱ شرکت از این تعداد شرکت دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری بوده و مابقی نیز در خارج از پارک مشغول فعالیت و تولید محصولات فناورانه

است.

وی اعلام کرد: شرکت‌های دانش‌بنیان آذربایجان غربی طی سال گذشته ۲ میلیارد ریال فروش و ۴۰ هزار دلار صادرات به کشورهای خارجی داشت.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان غربی با اشاره به اینکه تحریم می‌تواند به فرصت تبدیل شود، گفت نخبگان در این شرایط می‌توانند با شناسایی نیازهای جامعه نسبت به طراحی ایده‌های نوآورانه و فناورانه اقدام کنند تا در

نهایت این ایده‌ها به تولید محصول و بازارسازی منجر شود. حسن حیدری در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، افزود: تحریم‌ها می‌تواند فرصتی برای افزایش سطح کیفی و رونق تولید داخلی باشد و صادرات غیرنفتی کشور را افزایش دهد اما ورود نخبگان به عرصه فعالیت استارت‌آپ‌ها ضروری است.

وی ایده‌پردازی از طریق استارت‌آپ‌ها را پله نخست برای رونق تولید در شرایط فعلی عنوان کرد و ادامه داد: استارت‌آپ‌ها با شناسایی نیازهای تکنولوژیکی جامعه، ایده‌هایی را برای رونق اقتصادی مطرح می‌کنند.

وی با اشاره به اینکه فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ظرفیت عظیمی برای رونق تولید به شمار می‌روند، اظهار داشت: تکنولوژی در حال پیشرفت روزافزون است و بهره‌گیری از ظرفیت «دانشگاه» و «تکنولوژی» به رونق تولید می‌انجامد.



۵ کمپین زیست‌محیطی به مناسبت روز زمین

امروزه فضای مجازی یکی از بهترین بسترهایی است که برندها می‌توانند از آن به عنوان وسیله‌ای برای جلب توجه مخاطبین و همچنین کسب درآمد استفاده کنند؛ بستری که با آن به تاثیرگذاری بر جوامع در سراسر دنیا می‌پردازند.

یکی از موضوعاتی که امروزه توجه طیف وسیعی از برندها را به خود جلب کرده، فعالیت‌های زیست محیطی است؛ مسئله‌ای که از دغدغه‌های اصلی امروزه جوامع بشری به حساب می‌آید. از همین رو ۲۲ آپریل، روز جهانی زمین، فرصت خوبی است تا نگاهی به پنج کمپین زیست‌محیطی‌ای که بازخورد و تاثیرات قابل توجهی را به دنبال داشته‌اند ببندازیم.

شماره ۱۵: J.J Watt و جمع‌آوری کمک برای توفان هاروی
نوفان هاروی یکی از وحشتناک‌ترین و خسارت‌بارترین توفان‌هایی بود که آمریکا تا به حال به خود دیده است. در مجموع حدود ۲۰۰میلیارد دلار از طرف این توفان به آمریکا خسارت وارد شد. جمع قابل توجهی از داوطلبین و مددکاران از سراسر جهان برای کمک به بازماندگان و آسیب‌دیدگان این توفان دست به کار شدند. یکی از این افراد J.J Watt، مدافع تیم فوتبال آمریکایی Houston Texans بود که توجه تعداد قابل توجهی از مردم را به خود جلب کرد. وات صندوقی راه‌اندازی کرد و از طریق صفحات اجتماعی خود از مردم و هوادانش خواست تا کمک‌های خود را به این صندوق واریز کنند. او این کمپین را در تاریخ ۲۶ آگوست ۲۰۱۷ با هدف اولیه ۲۰۰ هزار دلار آغاز کرد و به نتیجه خیره‌کننده‌ای دست یافت؛ ۳۷۰،۶۷۰،۱۰۲ میلیون دلار. ۱۸۵ برابر رقمی که در ابتدا انتظار داشت. بعد از این کمپین، وات به عنوان مرد سال Walter Payton، به تقدیر از فعالیت‌های تاثیرگذارش برگزیده شد.

شماره ۲۰: جمعه سیاه پاتاگونیا

برند لباس پاتاگونیا از سال ۱۹۷۳ همراه با سال تاسیس‌اش، فعالیت‌های زیست محیطانه مستمر و تاثیرگذاری داشته است. در سال ۲۰۱۶ این برند اعلام کرد که سود دریافتی از جمعه سیاه این سالش را تماما صرف فعالیت‌های زیست محیطی خواهد کرد. توبیت این برند به سرعت دست به دست شد و توجه جمع وسیعی از کاربران و مردم را به خود جلب کرد. رقمی که از جمعه سیاه آن سال عاید پاتاگونیا شد پنج برابر بیشتر از چیزی بود که انتظار می‌رفت؛ ۱۰ میلیون دلار سود حاصل از فروش.

مدتی بعد پاتاگونیا اعلام کرد که با این مبلغ موفق شد تا به هزاران موسسه مردمی زیست‌محیطانه در جهت پیشبرد اهداف‌شان کمک‌رسانی کند.

شماره ۳۱: Earth Shot On iPhone

تقریباً غیرممکن است که وقتی بحث از موضوعات زیست‌محیطی می‌شود، حرفی از بازی‌های سیاسی به میان نیاید.

در سال ۲۰۱۷ در پی اقدام دونالد ترامپ مبنی بر پس‌گرفتن توافق با پاریس بر سر کاهش تغییرات اقلیمی، اهل اقدام به انتشار ویدئویی کرد که در آن مناظر طبیعی و زیبایی‌های طبیعت را از نگاه لنزهای دوربین به نمایش گذاشت. این ویدئو در واقع نام‌های عاشقانه همه به زمین برای یادآوری آن که «ما فقط یک زیستگاه داریم و آن هم زمین است و همین مسئولیت ما را در جهت حفظ و نگهداری از آن سنگین‌تر می‌کند. زمین تنها خانه ماست.»

شماره ۴: ناسا : AdoptThePlanet

در سال ۲۰۱۷، ناسا مخاطبین صفحات اجتماعی خود را دعوت کرد تا هر کدام مسئولیت قسمتی از محیط زیست محل زندگی خود را برعهده بگیرند و با AdoptThePlanet# به اشتراک بگذارند. در پایان این کمپین، ۶۴ هزار عکس با این هشتگ در صفحات اجتماعی به اشتراک گذاشته شد. ناسا علاوه بر سفر کردن به تمامی لوکیشن‌های عکس‌ها، به کاربران کمک کرد تا کمپین‌های حامی محیط زیست خود را به اجرا در بیاورند و در این راه با آنها همراه شد.

شماره ۵: کمک جهانی به زمین: EndangeredEmoji#
WWF، سازمان جهانی حمایت از محیط زیست، بر این هدف است تا آینده‌ای بسازد که در آن انسان‌ها با طبیعت در صلح و با آن همراه و هم‌صدا شوند. در همین راستا این سازمان هر ساله کمپین‌های زیادی را به اجرا درمی‌آورد.

یکی از این کمپین‌ها Endangered Emoji# بود که با استفاده خلاقانه و بجا از ایموجی‌ها سعی داشت تا به کاربران، حیوانات و موجودات در حال انقراض را در قالب زبانی مشترک معرفی و اطلاع‌رسانی کند.

منبع: mbanews



بهترین محیط‌ها برای بازاریابی کدامند؟

۵ کانال بازاریابی برتر در سال ۲۰۱۹



داشتند. با این حال اکنون تقریباً همه مردم با شبکه‌های اجتماعی آشنا هستند. یکی از دلایل علاقه بسیار زیاد مردم به شبکه‌های اجتماعی جست‌وجوی راهکاری برای قرار از زندگی روزمره است. همچنین ایجاد سرگرمی و ارتباط با شمار هرچه بیشتری از مردم نیز در میان اهداف اصلی مردم جای دارد. برندها همیشه باید اهداف اصلی مردم از حضور در شبکه‌های اجتماعی را مدنظر داشته باشند. متأسفانه گاهی اوقات برندها دلیل اصلی حضور مردم در شبکه‌های اجتماعی را فراموش می‌کنند. به این ترتیب فرایند بازاریابی و تبلیغات‌شان با مشکل رو به رو می‌شود. آشنابه برندها در چنین مواقعی تلاش برای نمایش محتوای برندشان به شمار هرچه بیشتری از کاربران بدون توجه به سلیقه‌شان است.

امروزه میلیون‌ها برند در شبکه‌های اجتماعی در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف‌شان هستند. البته اقدام آنها در راستای اختصاص بودجه به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی کاملاً منطقی است. به هر حال پلتفرم‌های اجتماعی با ۲.۷ میلیارد کاربر فعال بازار هدف بسیار جذابی از نظر تجاری محسوب می‌شود. توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد هر پلتفرم کلید موفقیت برندها در زمینه جلب نظر مخاطب است. به عنوان مثال، نحوه فعالیت برند ما در توئیتر با اینستاگرام باید دارای تفاوت‌ معناداری باشد. دلیل اصلی آن متن‌محوری توئیتر در برابر تصویرمحوری اینستاگرام است. عدم درک چنین نکته‌هایی از سوی بازاریاب‌ها و برندها موجب شکست پروژه‌های بازاریابی‌شان می‌شود.

اگر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی امر ساده‌ای بود، ما شاهد حضور شمار بسیار زیادی از برندهای موفق در پلتفرم‌های اجتماعی بودیم. با این حال واقعیت حاکی از فعالیت موفقیت‌آمیز چند برند محدود در زمینه بازاریابی آنلاین است. بدون اغراق، بقیه برندها در حال اتلاف وقت خود و کاربران هستند.

باتوجه به دشواری‌های جلب نظر مخاطب و فعالیت موفق در شبکه‌های اجتماعی، چگونه باید استراتژی بازاریابی برندمان را طراحی کنیم؟ بدون تردید هیچ برندی علاقه‌مند به شهرت در زمینه اتلاف وقت کاربران نیست. یک استراتژی مناسب در راستای جلب نظر مخاطب، تولید محتوای باب میل‌شان است. این امر نیازمند جمع‌آوری اطلاعات کامل در ارتباط با سلیقه مخاطب خواهد بود. در اینجا فعالیت درست بخش توسعه و تحقیقات برندمان راهگشاست. همچنین باید به ماهیت غیرمستقیم بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی توجه داشت. تلاش برای فروش مستقیم محصولات‌مان به مشتریان همیشه با شکست همراه خواهد بود. عوض، تولید محتوای جذاب تاثیر بسیار بیشتری بر روی تصمیم‌گیری مخاطب هدف خواهد داشت. به عنوان آخرین توصیه این بخش، هرگز اهمیت آمارهای جانبی شبکه‌های اجتماعی نظیر Instagram Insights را فراموش نکنید. با استفاده از اطلاعات این بخش امکان بازاریابی کاربردی و هدفمند فراهم می‌آید.

۵. موتورهای جست‌وجو

موتورهای جست‌وجو بهترین کانال بازاریابی برای جلب نظر مخاطب محسوب می‌شود. بسیاری از مردم برندهای تازه مدنظر خود را از طریق گوگل پیدا می‌کنند. در حقیقت بنا به گزارش گوگل، ۸۹درصد از خریدارهای شرکت‌های B۲B و ۸۱درصد از خریدارهای آنلاین محصولات تازه را از طریق گشت و گذار در موتورهای جست‌وجو پیدا می‌کنند.

موتورهای جست‌وجو یکی از مهم‌ترین کانال‌های بازاریابی از نظر ترغیب مخاطب به خرید نیز محسوب می‌شود. این امر به دلیل جست‌وجوی کاربران در موتورهایی نظیر گوگل برای یافتن پاسخ پرسش‌های‌شان است. کاربران به طور معمول تمایل بسیار زیادی به دانلود راهکارهای گوگل برای مشکلات و نیازهای‌شان دارند. در چنین مواقعی پیشنهاد محصول یا راهکار برندمان بیش از هر زمان دیگری مورد توجه مخاطب قرار خواهد گرفت.

به منظور جلب نظر مخاطب به محصولات برندمان باید به فکر پاسخگویی به نیاز آنها باشیم. بهترین راهکار در این میان ایجاد وبلاگی حرفه‌ای است. هدف اصلی از چنین کاری نگارش مقالات کاربردی برای پاسخگویی به نیازهای مخاطب است. به این ترتیب مقالات ما به مخاطب در زمینه رفع نیازش راهنمایی سازنده خواهد کرد. در کنار این راهنمایی نیز محصولات مختلف‌مان را معرفی می‌کنیم. در چنین شرایطی شانس ما برای فروش محصولات‌مان به شدت افزایش خواهد یافت.

بدون تردید همه برندها در تلاش برای نمایش سایت‌شان در رتبه‌های بهتر نتایج جست‌وجوی گوگل هستند. این امر به دلیل توجه بیش از اندازه کاربران به صفحه نخست نتایج است. در حقیقت، کاربران به نتایج صفحات بعد جست‌وجوهای خود توجه چندانی ندارند، بنابراین به عنوان یک برند علاقه‌مند به جلب نظر مخاطب باید توجه ویژه‌ای به وضعیت برندمان در رتبه‌بندی نتایج گوگل داشته باشیم.

است. به همین دلیل برخی از کارشناس‌ها از انفجار علاقه به فرمت صوتی صحبت می‌کنند. معنای چنین حادث‌های برای برندها لزوم توجه بیشتر به بازاریابی مبتنی بر پادکست و سایر فرمت‌های صوتی است. وقتی مردم تمایل بیشتری به شنیدن پیدا کرده‌اند، تاکید بر روی المان‌های دیگر به هیچ‌وجه منطقی به نظر نمی‌رسد. پرسش اصلی در اینجا پادکست‌های مورد علاقه مخاطب هدف برندهاست. در حقیقت، آیا مخاطب هدف برندها حوصله شنیدن پادکست‌های تجاری را دارند؟ نکته مهم در اینجا توجه مخاطب به پادکست‌های جذب برندهاست، بنابراین باید از المان‌ها محتوای جذاب برای مخاطب هدف‌مان در پادکست مورد نظر استفاده کنیم. در غیر این صورت، تولید یک پادکست معمولی و مانند دیگر نمونه‌ها فقط موجب افزایش آلودگی صوتی در فضای اینترنت می‌شود.

یکی از بهترین ایده‌ها برای تولید پادکست‌های جذاب برگزاری سلسله گفت‌وگوهای داستان‌محور است. در این سلسله گفت‌وگوها باید ایده‌ها و محتوای جذاب برای مخاطب بیان شود. وقتی از ایده‌های جذاب برای مخاطب صحبت می‌کنیم، وارد حوزه خطرناکی می‌شویم. بسیاری از برندها به دلیل شناخت غلط از سلیقه مخاطب متحمل ضررهای سنگین شده‌اند. توصیه من در اینجا تمرکز بر روی زندگی حرفه‌ای و مسیر کسب موفقیت افراد بزرگ در صنعت کسب‌وکارمان است. چنین پادکست‌هایی همراه با حضور افراد موفق کسب‌وکارمان همیشه با استقبال مناسب مخاطب مواجه می‌شود.

براساس مطالعات موسسه HubSpot در زمینه علوم اعصاب و تاثیرش در زمینه بازاریابی، داستان‌سرایی یکی از جذاب‌ترین شیوهای تبلیغاتی برای مخاطب هدف است. داستان‌سرایی به راحتی توجه مخاطب را جلب و فرآیند انتقال پیام به آنها را صورت می‌دهد. همچنین در زمینه دریافت بازخورد از مخاطب، علاقه مردم نسبت به نمایش واکنش به پادکست‌های داستان محور بسیار زیاد است. چنین امری به دلیل تمایل ساختار مغز ما به داستان‌ها و تاثیر آن بر روی سیستم شنوایی ماست. به این ترتیب شنیدن یک داستان تاثیر بسیار بیشتری در مقایسه با مطالعه‌اش بر جای می‌گذارد.

۳. ایمیل

آیا قرار بر مرگ کامل ایمیل در سال جاری نبود؟ سال‌های قبل نیز چنین خبری مبنی بر مرگ ایمیل در پایان سال شنیده می‌شد. هر چقدر بازاریاب‌ها بیشتر بر روی مرگ نهایی سرویس‌های ایمیلی تاکید می‌کنند، اطلاعات رسمی بیانگر واقعیتی خلاف ادعای آنهاست. آمارهای رسمی حتی خبر اندکی هم از کاهش محبوبیت سرویس‌های ایمیلی مخایره نمی‌کند. در آمریکا آمار استفاده از ایمیل سال به سال در حال افزایش است. هم‌اکنون نیز نزدیک به ۹۱درصد از کاربران آمریکایی به ایمیل دسترسی دارند. بدون تردید چنین آماری هیچ بیایی از کاهش محبوبیت و مرگ سرویس‌های ایمیلی بیان نمی‌کند.

اکنون دریافت پیام‌های مهم از طریق ایمیل بدل به یکی از عادت‌های رایج کاربران اینترنت شده است. کاربران دیگر برندهای خود را از طریق سایت رسمی‌شان دنبال نمی‌کنند. عضویت در خبرنامه برندها و مشاهده مطالب‌شان در شبکه‌های اجتماعی گزینه نخست بسیاری از مردم محسوب می‌شود. از نقطه نظر کسب‌وکار، ترغیب کاربران به عضویت در خبرنامه برندمان بسیار راهگشا خواهد بود. امروزه بسیاری از خریدهای مردم از دل پیشنهادهای ویژه برندها صورت می‌گیرد. این امر به معنای کاهش علاقه مردم به جست‌وجوی کالای مورد نظر‌شان در فروشگاه‌هاست. درست به همین دلیل فروشگاه‌های آنلاینی نظیر آمازون نیز اکنون از گزینه پیشنهادهای ویژه به طور وسیع استفاده می‌کنند. فرمت ایمیل به دلیل ساختار منحصر به فرد خود امکانات بیشتری را به برندها در راستای بازاریابی و فروش آنلاین می‌دهد. این امر با معرفی سرویس خرید درون‌برنامه‌ای در ایمیل‌ها رونق بیشتری گرفته است.

در اینجا نیز تبدیل مخاطب معمولی خبرنامه برندمان به طرفدار پر و پا قرص آن اهمیت بالایی دارد. این امر فقط از طریق افزایش کیفیت کلی محتوا و جذابیت آن برای مخاطب صورت می‌گیرد. نکته مهم، ایجاد رابطه‌ای نزدیک و احساسی میان مخاطب و برندمان است. با این کار وابستگی و علاقه آنها به برند ما افزایش خواهد یافت. وقتی هم که علاقه مخاطب به برندمان افزایش یابد، تمایلش برای خرید بیشتر می‌شود. این امر به معنای موفقیت برند ما در زمینه بازاریابی و فروش مستقیم به مشتریان خواهد بود. فروش مستقیم به ویژه برای برندهایی که محصولات خود را با واسطه به دست مشتری می‌رسانند، بسیار مفید خواهد بود.

۴. شبکه‌های اجتماعی

امروزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی رونق بسیاری گرفته است. تا همین یک دهه سال پیش شمار بسیار محدودی از مردم در پلتفرم‌های اجتماعی عضویت

ایستگاه بازاریابی

۴ حقیقت روان شناسانه که می تواند به بهبود روند فروش محصولات شما کمک کند

به قلم: گرگ مک پت نویسنده حوزه روان شناسی فروش

مترجم: امیر آل علی

نتایج تحقیقات در سال ۲۰۱۹ حاکی از آن است که بسیاری از کارمندان و افراد فعال در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار، به اهمیت افزایش مهارت‌های خود پی برده و بیش از ۸۰درصد آنها در سال جاری برنامه‌ریزی برای افزایش آن دارند. در این رابطه از جمله مهارت‌های مهم، مهارت فروش محصول است. بدون شک تمامی تلاش‌های ما در صورتی که خروجی مناسب و مشتریان کافی را نداشته باشد، اقداماتی موفق محسوب نخواهد شد. در این رابطه علم روان‌شناسی می‌تواند کمک بسیاری کند و شانس شما را برای رسیدن به بیش‌ترین میزان فروش ممکن افزایش دهد. فراموش نکنید که امروزه رقابت در تمامی سطح‌ها با جدیتی تمام در حال پیگیری است. به همین خاطر دیگر نمی‌توانید به روش‌های قدیمی و سطحی محدود قانع باشید. علت این امر نیز به این خاطر است که این سیاست باعث خواهد شد تا سایر شرکت‌ها رشدی بیشتر از شما را داشته باشند و شما حتی از حفظ جایگاه فعلی خود نیز محروم بمانید. در همین راستا و در ادامه به بررسی چهار حقیقت روان‌شناسانه که می‌تواند به بهبود روند فروش محصولات شما کمک کند، خواهیم پرداخت.

۱- اهمیت زبان بدن را جدی گرفته و سریعاً خود را بازنده تلقی نکنید

بسیاری از افراد همواره به دنبال انتخاب کلمات مناسب در راستای افزایش تاثیر خود بر روی مخاطب هستند. با این حال این امر کافی نبوده و لازم است تا به زبان بدن خود نیز تسلط داشته باشید. درواقع عدم آگاهی کافی در این زمینه باعث خواهد شد تا رفتار شما با سوءتفاهم‌هایی همراه باشد. برای مثال این امر که به اندازه کافی با مخاطب خود ارتباط چشمی داشته و فرم لب‌های خود را بیش از حد تغییر ندهید، از جمله موارد موثر در این زمینه محسوب می‌شود. همچنین لازم است تا در ابتدا خودتان احساس راحتی داشته باشید تا مشتری نیز بتواند این حس را از شما دریافت کند. فراموش نکنید که نخستین گام در راستای جلب اعتماد، ایجاد حس راحتی و صمیمیت لازم خواهد بود. در این رابطه نکات فراوانی وجود دارد که توصیه می‌شود تا مقالات مرتبط با آن را مطالعه کرده و تمرین کافی را داشته باشید تا این موارد به عادت رفتاری شما تبدیل شود. در رابطه با مقوله عدم پذیرش سریع شکست نیز ذکر این نکته ضروری است که تحت هر شرایطی این امکان وجود دارد که تلاش‌های شما با موفقیت همراه نباشد و به همین خاطر لازم است تا نسبت به انواع پاسخ‌های منفی واکنش نامیدکننده‌ای نداشته و آن را کاملاً طبیعی بدانید. با این حال این امر به معنای رها کردن همه‌چیز و جست و جو برای مشتری‌رای جدید نبوده و شما باید تا آخرین لحظه شانسسی را برای خود نگه دارید. در بسیاری از موارد مشاهده می‌شود که افراد به محض نخستین نشانه‌های عدم تمایل از سوی مشتری، اعتماد به نفس خود را به طور کامل از دست داده و اقدامات خود را پیگیری نمی‌کنند. در این رابطه فراموش نکنید که بسیاری از فروش‌ها در لحظات پایانی رخ داده و این امر به خوبی نشان می‌دهد که شما باید بر روی احساسات خود کنترل کافی را داشته باشید. جالب است بدانید که مغز انسان قابلیت تغییر در مدت‌زمان بسیار کم و به صورت ناگهانی را داشته و همین امر باعث می‌شود تا شما همواره شانس تبدیل بازدیدکننده به مشتری را داشته باشید.

۲- حس اعتماد و امنیت را به مشتریان خود بدهید

حس امنیت، یکی از قوی‌ترین نیازهای انسانی محسوب می‌شود. بدون شک افراد در مکانی که عملاً این نیاز آنها برطرف نشود، هیچ‌گونه واکنش مناسبی را نخواهد داشت. به همین خاطر هم است که توصیه می‌شود حتی در رابطه با چیدمان وسایل خود، دقتنظر کافی را داشته و فضای آرامش‌بخش را شکل دهید تا مشتری از همان ابتدای حضور در شرکت تجربه‌ای فوق‌العاده را داشته باشد. در این رابطه حتی روان‌شناسی رنگ نیز اهمیت زیادی را داشته و می‌تواند به بهبود عملکرد شما کمک کند. برای مثال رنگ آبی آرامش و اعتماد را در افراد افزایش خواهد داد. با این حال مهم‌ترین بخش در نحوه رفتار شما خلاصه شده و لازم است تا رفتارهایی را از خود بروز دهید که اعتمادسازی خوبی را به همراه خواهد داشت. برای مثال این امر که لحن صمیمی‌ ای‌ را داشته و صادقانه اطلاعات لازم را در اختیار مشتری قرار دهید، از جمله اقدامات مهم در این زمینه محسوب می‌شود.

۳- کارمندان خود را راضی نگه دارید

شاید این امر کمی عجیب به نظر برسد، با این حال واقعیت این است که شما تا زمانی که کارمندانی راضی و خوشحال را در اختیار نداشته باشید، نمی‌توانید رضایت مشتریان خود را به دست آورید. درواقع هر کارمند می‌تواند به عنوان یک تبلیغ‌گر فعالیت کرده و اطرافیان خود را نسبت به حرفه‌ای‌بودن برند شما آگاه سازد. با این حال در صورتی که رفتار مناسبی را با کارمندان نداشته باشید، بدون شک آنها نیز تمایل به چنین رفتارهایی نخواهند داشت. بدون شک میزان رضایت کاری آنها در نحوه برخورد با مشتری نیز تاثیرگذار خواهد بود. در نهایت نیز شما نیاز به تنوع کافی در انجام کار خود و سورپرایزهایی همیشگی برای مشتریان خواهید داشت تا همواره افراد حتی در صورت عدم خرید، با حسی خوب از نمایندگی‌های فروش شما خارج شوند. همچنین این امر که پوشش خبری خوبی از اتفاقات مثبت شرکت خود داشته باشید، در ایجاد تصویر ذهنی مثبت تاثیر بسزایی خواهد داشت. در این رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام می‌تواند کمک بسیار خوبی محسوب شود.

۴- همدلی تاکتیکی را تمرین کنید

همدلی تاکتیکی به این نکته اشاره دارد که شما در راستای ارتباط برقرار کردن مناسب با مشتریان خود، لازم است تا ارتباطی فراتر از سطح معمول را با وی برقرار سازید. برای مثال می‌توانید زمانی را به شناخت مشتری خود و تشخیص مدل رفتاری او اختصاص دهید تا بتوانید بهترین عملکرد ممکن را از خود بروز دهید. برای رسیدن به این هدف سوال کردن از مشتری در رابطه با شخصیت و علایق وی، می‌تواند کمک شروع مناسبی محسوب شود. در این رابطه توجه داشته باشید که تعداد شما در رابطه با پاسخ‌های آ‌ها همه چیز را نابود خواهد ساخت. به همین خاطر تنها باید به دنبال یافتن نکات مدنظر خود از دل پاسخ‌های آنها و نه تفاوت‌های بیهوده باشید. در نهایت این اطلاعات به درک بهتر شما کمک خواهد کرد. بدون شک به هر میزانی که اطلاعات بیش‌تری را از طرف مقابل خود داشته باشید، می‌توانید روش‌های بهتری را برای تاثیرگذاری بر روی وی پیدا کنید. در آخر نیز توجه داشته باشید که این اطلاعات باید در جایی یادداشت و نگهداری شود تا در صورت مراجعه مجدد آنها، دیگر نیازی به تکرار این عمل نداشته باشید. خوشبختانه در حال حاضر کتاب‌ها، سخنرانی‌ها و مقالات متعددی در زمینه همدلی تاکتیکی منتشر شده است که مطالعه آنها می‌تواند شما را به خوبی با این مقوله آشنا سازد. با این حال در رابطه با آن تنها مطالعه کافی نبوده و لازم است تا تمرین مناسبی را نیز داشته باشید تا نسبت به توانایی خود در این زمینه اطمینان لازم را کسب کنید.

منبع: entrepreneur

۲۴ اشتباه بزرگ در بازاریابی محتوایی



کارمندان گرفته خواهد شد.

۸. حرکت بر فراز مرزهای موجود

چاک هستر: موسسه مشاوره‌ای کاورج

مشکل اصلی من ارائه محتوای بیش از اندازه به یک نوع واحد از مخاطب بود. به این ترتیب مخاطب مورد نظر علاقه خود به محتوای برندم را از دست داد. همچنین کمپین‌های من از جلب نظر سایر مخاطب‌ها نیز بازماند.

راهکار: متنوع‌سازی محتوای بازاریابی و توجه به دامنه وسیع‌تری از مخاطب‌ها

۹. تصور خواننده‌ها به مثابه کارشناس‌های حرفه‌ای

ریکا لیپ: کالدو اینسایت

سال‌ها پیش من واکنشی از سوی یک استاد دانشگاه در مورد یکی از کمپین‌های خود دریافت کردم. واکنش استاد مذکور استفاده من از اصطلاح‌های بسیار تخصصی در تبلیغاتم بود. این امر موجب ناتوانی مخاطب در زمینه فهم درست محتوای تبلیغاتم می‌شد.

راهکار: تلاش برای ساده‌سازی پیام کمپین‌ها باید در دستور کار تمام برندها قرار گیرد.

۱۰. مخاطب محتوای ما را پیدا خواهد کرد

اسکات برناتو: هاروارد بیزینس ریویو

من بازاریاب محتوایی نیستم. با این حال با یک تیم حرفه‌ای برای بازاریابی کتاب‌های خود همکاری دارم. بزرگترین اشتباه من تصور جذب مخاطب به وسیله کاربرد تخصصی آثارم بود. راهکار: من باید برای جلب نظر مردم به کتابم سخت تلاش کنم. یک کتاب یا کمپین بازاریابی بدون تلاش خالقش هیچ موفقیتی را کسب نخواهد کرد.

۱۱. ارائه همه‌چیز در یک نوبت

جی آکونزو: موسسه Unthinkable

من عاشق ایده‌های بزرگ هستم. همچنین علاقمند به عرضه ایده‌های بزرگ به صورت یکجا به مخاطب نیز هستم.

راهکار: نکته مهم در زمینه جلب نظر مخاطب هدف اشتراک‌گذاری ایده‌های بزرگ در بخش‌های کوچک است.

۱۲. فهم قدرت واقعی وضع موجود

کرک چیفتز: موسسه استراتژی محتوایی کرک چیفتز

۱۵ سال پیش من گمان می‌کردم تبلیغات سنتی در عصر دیجیتال روبه ضعف خواهد گذاشت. اگر من آگاهی الان را داشتم، بدون توجه به متغیرهای وضع موجود در هر دوره هیچ‌گونه پیش‌بینی نمی‌کردم.

راهکار: تغییر ناگهانی شیوه بازاریابی و تبلیغات برندگان بسیار خطرناک خواهد بود. این تغییر باید در قالب یک فرآیند چند مرحله‌ای صورت گیرد. در غیر این صورت موجب زنجش خاطر مخاطب هدف خواهد شد.

۱۳. توجه صرف به پژوهش پیرامون مشتریان

تیم ریسترو: برند Corporate Vision

به طور معمول بخش توسعه و تحقیقات اطلاعات زیادی را در قالب پژوهش پیرامون مشتریان عرضه می‌کند. فهم نیاز اصلی مشتریان کار چندان دشواری نیست. به همین دلیل در یک صنعت واحد چندین شرکت رقیب به طور هم‌زمان از نیاز مشتریان آگاهی دارند. حال اگر ما فقط به اراده محتوایی براساس نیاز مخاطب بپردازیم، محتوای‌مان کاملاً شبیه به سایر برندها خواهد شد.

راهکار: نکته مهم در اینجا توجه به ایجاد تنوع و تفاوت‌های محسوس در محتوای برندگان با دیگر رقباست.

۱۴. باور به آگاهی کاملاً کارشناس‌ها به بازار تخصصی‌شان

یوآکیم دیتلف: موسسه Marketing DK

یکی از مهم‌ترین اشتباه‌ها در عرصه بازاریابی محتوایی به شرح ذیل است: من درک و آگاهی درستی از وضعیت بازار نداشتم. در حقیقت، امروزه شرکت‌ها بیش از اندازه گزارش‌های متخصص‌های بازاریابی را جدی تلقی می‌کنند. یک کارشناس با هر سطحی از آگاهی امکان مشاهده امور از زاویه دید شرکت‌ها را ندارد. به همین دلیل همیشه باید توصیه‌های آنها را در کنار درک و فهم خودمان قرار دهیم. راهکار: هرگاه قصد شروع پروژه بازاریابی تازه‌ای را دارید، به سراغ صحبت با حداقل دو تن از مشتریان خود بروید. به این ترتیب اطلاعات مناسبی در زمینه نوع نگاه آنها به کسب‌وکارتان به دست خواهید آورد.

۱۵. ناتوانی در تعیین حد و مرز

اریکا هیلد: موسسه بازاریابی اریکا هیلد

همه ما تجربه فعالیت در پروژه‌هایی بدون سر و ته و مرزبندی مشخص را داریم. راهکار: من همیشه پیش از شروع رسمی کارم در یک پروژه دست به ایجاد توافقی با همه حاضرین می‌زنم. به این ترتیب بر سر مسائل اصلی توافق حاصل می‌شود. سپس به سراغ شروع برنامه می‌رویم. مزیت اصلی چنین روشی امکان تعریف حد و مرز برای پروژه‌های کاری‌مان است.

۱۶. صحبت با زبان‌های متعدد

آهوا لیبتگ: گروه رسانه‌ای آ‌ها

یکی از اصلی‌ترین چالش‌های گروه من به هنگام صحبت پیرامون یک چالش مربوط به کچ‌فهمی‌های ناشی از کاربرد نادرست زبان است. این امر به دلیل برداشت منحصر به فرد هر کدام از کارمندان نسبت به برخی از اصطلاح‌ها صورت می‌گیرد. همچنین برخی از کارمندان نیز به طور کامل خارج محسوب می‌شوند. برای دسته اخیر زبان مورد استفاده ما در گروه زبان دوم قلمداد می‌شود. به همین دلیل ریسک‌های ناشی از بدفهمی افزایش چشمگیری می‌یابد.

راهکار: پیش از شروع یک پروژه ما زمان واحدی را برای گفت‌وگو در نظر

به قلم: آن چین کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل علی

بدون تردید ما توانایی یادگیری نکات آموزنده از اشتباهات خود را داریم. با این حال یادگیری از اشتباهات دیگران گزینه مطلوب‌تری به حساب می‌آید. روی اچ ویلیامز، نویسنده مشهور حوزه بازاریابی، تفاوت میان انسان‌های باهوش و معمولی را در همین نکته می‌داند.

به منظور کمک به هوشمندی بیشتر در زمینه کسب‌وکار مقاله کنونی به بررسی ۲۴ اشتباه رایج و بزرگ در زمینه بازاریابی محتوایی می‌پردازد. تمام توصیه‌های مقاله از سوی افراد معتبر در زمینه بازاریابی و سخنران‌های مراسم «دنیای بازاریابی محتوایی» انتخاب شده است. کارشناس‌های این مقاله برخی از مهم‌ترین اشتباهات را مورد بررسی قرار داده‌اند. بدون تردید همه ما تجربه برخی از اشتباه‌های این مساله را داشته‌ایم. نکته مهم در اینجا ارائه راهکار برای پرهیز از وقوع چنین اشتباهاتی است. اجازه دهید به سراغ اشتباهات برویم.

۱. تلاش برای همه‌چیز بودن

لیزا متسون: شرکت جدرن وینیارد و وینری

برای هفت سال ما در وبلاگ رسمی شرکت مقاله‌های مختلف بارگذاری می‌کردیم. توجه ما به موضوعات مختلف موجب فراموشی اهمیت تبدیل مخاطب به طرفدار وفادار برندگان شد. همچنین مشتری که قصد خرید چاقوی آشپزخانه را دارد، به احتمال زیاد توجه چندانی به سایر مقالات وبلاگ‌مان نخواهد داشت. به این ترتیب با تلاش زیاد در زمینه تولید محتوا ما نتیجه اندکی دریافت می‌کردیم. راهکار: ما محتوای خود را به دو وبلاگ تقسیم کردیم. وبلاگ نخست بر روی غذا و سیر و سفر متمرکز شد. وبلاگ دوم نیز به سایر موضوعات جانبی پرداخت.

۲. انتخاب تکیه‌گاه نادرست

ویل رینالدز: موسسه Seer Interactive

بزرگترین اشتباه من در زمینه تولید محتوا عدم توجه به ایده‌ها و سلیقه مخاطب هدف بود. همچنین من برای مدت‌زمان زیادی حتی به سراغ ایده‌های تازه در موتورهای جست‌وجو نیز نرفتم.

راهکار: به منظور حل مشکل مشتریان باید به نیاز آنها توجه کرد. توجه به هر نکته دیگری نتیجه نامناسبی را به همراه خواهد داشت.

۳. ناتوانی در توقف کار و تأمل بیشتر

جیسون شمل: انتشارات هارپر کالینز

من همیشه با محتوای بسیار زیادی در شبکه‌های اجتماعی مواجه هستم. مدیریت پنج برند و بارگذاری پست در فیس‌بوک برای شش نوبت هرگز کار ساده‌ای نیست. همچنین من مدیریت همان آکانت‌ها در اینستاگرام و توییتر را نیز برعهده دارم. نکته مهم در این میان عدم توجه من به نوع محتوای هر کدام از برندها بود. راهکار: وقتی من متوجه عدم علاقه مخاطب به محتوای برندها شدم، اقدام به کاهش حجم کاری‌ام کردم. به این ترتیب زمان مناسبی برای افزایش کیفیت محتوای تولیدی خود به دست آوردم.

۴. تمرکز بر روی کسب رضایت خودمان

استونی دی‌گیتز: گروه کارجر

ارتقای کیفیت محتوا بسبیل دشوارتر از افزایش تعداد پست‌هاست. وقتی کمیت پست‌های یک برند افزایش پیدا می‌کند، همه ما احساس تهی‌شدن آن از کیفیت را داریم.

راهکار: تمرکز بر روی کیفیت توصیه اساسی من است. بدون تردید این کار دشواری‌های خاص خود را به همراه دارد. با این حال برای موفقیت در زمینه بازاریابی محتوایی ضروری است.

۵. تعریف اهداف متعدد

چاد پولیت: برند این‌پاور

هیچ‌کس توانایی رسیدگی به چند هدف را در زمانی واحد ندارد. تلاش برای ایجاد محتوای گوناگون به منظور جلب نظر طیف وسیعی از مخاطب‌ها همیشه خطرناک است. البته در صورت نتیجه‌بخشی تاثیر مطلوبی بر روی وضعیت برندگان خواهد داشت. به همین دلیل من هیچ‌گاه اقدام به پیگیری اهداف چندگانه در زمانی واحد نمی‌کنم.

راهکار: تولید محتوا برای کمک به مخاطب.

۶. پاسخ مثبت به هر پروژه‌ای

گردن پریس لاک: برند پیس

برندها به طور معمول علاقمند به تولید محتوای بازاریابی ناهماهنگ با بودجه خود هستند. به همین دلیل پس از تولید محتوا دیگر پولی برای آزمایش اولیه‌اش باقی نخواهد ماند. در نتیجه ارزیابی وضعیت بازاریابی محتوایی برندگان دشوار می‌شود.

راهکار: قبول پروژه‌های بازاریابی محتوایی هماهنگ با بودجه برندگان.

۷. سرکشی کردن

ملانی دیزیل: برند استوری فول

به طور معمول حداقل یک کارمند در تیم‌های تجاری شیوه متفاوتی برای انجام وظایفش دارد. این امر موجب برهم خوردن نظم کلی کار تیم خواهد شد. از نقطه نظر بازاریابی چنین راهبردهای متفاوتی از سوی برخی کارمندان موجب تولید کمپین‌های ناهماهنگ می‌شود. در نتیجه مخاطب علاقه چندانی به مشاهده محتوای مورد نظر نخواهد داشت.

راهکار: پیش از شروع کار هدف نهایی خود را تعریف کنید. سپس هدف نهایی را برای تمام اعضای شرکت توضیح دهید. به این ترتیب جلوی کارهای خودسرانه



رهنبری

شهر هوشمند ضرورتی مغفول‌مانده

تحقق شهر هوشمند از الزامات توسعه پایدار در جوامع کنونی است، اما به ادعان کارشناسان این حوزه شهرهای ایران تا هوشمندسازی فاصله زیادی دارند.

در عصر ارتباطات و با ظهور غول‌های تکنولوژی، ضرورت هوشمندسازی در بخش‌های مختلف به ویژه در شهرها بیشتر از پیش احساس می‌شود، دیگر عصر بوروکراسی‌های اداری و ارتباطات سنتی برای انجام امور به پایان رسیده و جوامع برای رسیدن به توسعه پایدار نباید از قافله هوشمندسازی عقب بمانند.

هوشمندسازی مقوله‌های مختلفی از جمع‌آوری زباله تا ساختمان‌سازی، ارتباطات اداری و استفاده از اطلاعات مکانی، حمل و نقل و آموزش را شامل می‌شود.

ارتقای کیفیت زندگی، صرفه‌جویی در زمان، تسهیل دسترسی‌ها و کاهش ترده‌ها از عینی‌ترین مزایای هوشمندسازی و شهر هوشمند است. طی قرن‌های گذشته تمام توجهات به توسعه زیرساخت‌ها بود اما دیگر باید از اقدامات زیرساختی در شهرها فاصله گرفت و به سمت اقدامات نرم‌افزاری و هوشمندسازی پیش رفت.

همچنین به ادعان متولیان امر، برای اجرای موفق هوشمندسازی باید هماهنگی‌های لازم بین دستگاه‌های متولی ای‌تی در شهرها و استان‌ها وجود داشته باشد.

بنا به گفته علیرضا رزم‌حسینی، استاندار خراسان رضوی، تمرکزگرایی شدید، بوروکراسی پیر اداری، عدم انسجام در هماهنگی، اختلافات مزمن سیاسی و جناح‌بندی سیاسی بدون تفکر حزبی موجب شده است که از نظام اداری موجود توسعه خارج نشود لذا باید دولت دیوان‌سالار را از خاصیت بیندازیم و دولت هوشمند را جایگزین آن کنیم تا اقتصادی مردمی در کشور داشته باشیم.

هوشمندسازی دولت

بنابه گفته مدیر فناوری اطلاعات استانداری خراسان رضوی با توجه به حجم کاربران اینترنت، هوشمندسازی یکی از مهم‌ترین طرح‌های اقتصاد مقاومتی است که به اجرا در می‌آید.

حمیدرضا روحبخش در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، افزود: در خراسان رضوی ۳هزار و ۲۲۱ شرکت دانش‌بنیان و فعال در حوزه فناوری اطلاعات وجود دارد که باعث ایجاد حدود ۳۵ هزار فرصت شغلی شده‌اند.

وی اضافه کرد: ای.سی.تی ابزارای برای خلق ثروت است، کارآفرینی مبتنی بر خلاقیت و دانایی است و در چند سال آینده فضای کسب و کار کشور زیر و رو خواهد شد.

مدیر فناوری اطلاعات استانداری خراسان رضوی در ادامه از امضای تفاهمنامه معین‌های اقتصاد مقاومتی حوزه هوشمندسازی در استان خبر داد و افزود: این تفاهمنامه طی روزهای گذشته بین استانداری، انجمن صنفی رایانه‌ای استان و شرکت‌های توانمند این حوزه منعقد شد تا مثلث توسعه اقتصادی، فرهنگی کار خود را با قوت بیشتری در استان دنبال کند. روحبخش گفت: دولت الکترونیک اگر کامل اجرا شود توسعه پایدار عدالت اجتماعی و مشارکت اجتماعی محقق می‌یابد.

وقفه در هوشمندسازی

معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری مشهد نیز با بیان اینکه شهر هوشمند سبکی نوین از زندگی است، افزود: باید بتوانیم با استفاده از هوشمندسازی شهری، چالش‌های موجود را برطرف کنیم.

شهریار آل‌شیخ اضافه کرد: در مشهد خوشبختانه دستگاه‌های اجرایی تعامل خوبی برای رسیدن به شهر هوشمند آغاز کرده‌اند اما طی سال‌های گذشته، در توسعه هوشمندسازی با وقفه مواجه بوده‌ایم.

وی با بیان اینکه در کوتاه‌مدت نمی‌توان به رسیدن به نتایج مهم در این حوزه امیدوار بود گفت: البته در مقوله شهر هوشمند هم در بخش زیرساخت‌های داده‌ها و هم در بخش ارتباطات دستگاه‌های مؤثر مشکلاتی وجود دارد.

معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری مشهد گفت: در این دوره مدیریت شهری تلاش شده با رویکردی خاص، به رفع نقیصه‌ها و توسعه هوشمندسازی بپردازیم لذا برنامه عملیاتی شهر هوشمند تدوین و طی ماه‌های گذشته رونمایی شد.

آل‌شیخ افزود: براساس این برنامه، دارای بیشترین تنوع نظام پرداختی در شهر مشهد خواهیم بود و مشهد پایگاه آزمایشی بیشتر برنامه‌های حوزه شهر هوشمند در کشور می‌شود.

وی ادامه داد: در حال حاضر اقدامات خوبی در راستای هوشمندسازی در حوزه حمل و نقل انجام شده و پرداخت‌ها در اتوبوس، قطار شهری و تاکسی از طریق کیف الکترونیک، و کیوار کد انجام می‌شود.

آل‌شیخ تصریح کرد: طرح شهر هوشمند باید توسط بخش خصوصی انجام شود.

شهروند هوشمند

مسئول پروژه شهروند هوشمند معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری مشهد نیز در این خصوص به خبرنگار ایرنا، گفت: «شهروند هوشمند» از عناصر مهم شهر هوشمند است که باید به آن توجه شود.

سید رحمان میرزائیان افزود: هوشمندی فقط از سیستم دیجیتالی نشأت گرفته نمی‌شود بلکه موضوعات مختلفی در حوزه هوشمندسازی وجود دارد. وی ادامه داد: مردم و شهروندان شهر در فضای شهر هوشمند رکن مهم و اصلی هستند ولی متأسفانه در زمینه شهروند هوشمند کار جدی صورت نگرفته است و فقط به امور سطحی پرداخته‌ایم.

مسئول پروژه شهروند هوشمند معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری مشهد گفت: مفهوم شهروند هوشمند فقط بهره‌برداری از سیستم‌های دیجیتالی نیست و شهروند هوشمند تنها به این جزء خلاصه نمی‌شود.

میرزائیان تصریح کرد: شهروند هوشمند شهروندی است که با فضاهای هوشمند آشنا شود، آموزش ببیند و بتواند از این فضاها استفاده کند و اگر شهر را هوشمند کنیم ولی شهروندان نتوانند از این امکان استفاده کنند هوشمندسازی محقق نشده است.

وی ادامه داد: به عنوان نمونه نقشه آنلاین توقفگاه‌های مشهد از مدت‌ها پیش طراحی شده است ولی به دلیل عدم آگاهی شهروندان این نرم‌افزار مورد استفاده قرار نمی‌گیرد در صورتی که با استفاده از آن در وقت شهروندان صرفه‌جویی و از تردهای غیرضرور خودداری می‌شود.

مسئول پروژه شهروند هوشمند معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری مشهد گفت: در بحث هوشمندسازی اگر می‌خواهیم درست عمل کنیم باید هم‌زمان با زیرساخت‌ها، آموزش و آگاهی شهروندان را نسبت به این موضوع افزایش دهیم که این مهم وظیفه رسانه‌هاست.

میرزائیان افزود: در شهر مشهد دوره‌های آموزش شهروندی دنبال می‌شود ولی حساس‌سازی و آگاهی‌بخشی جدا از آموزش باید در دستور باشد. وی ادامه داد: آگاهی‌بخشی به مردم در زمینه استفاده از فضاهایی که هوشمندسازی شده‌اند ضروری است.

با تمرین ۵ ویژگی مهم زبان بدن، نتایج بهتری در کسب و کار داشته باشید



اکنون، به دنبال بازگرداندن قدرت‌تان در جلسه هستید، بنابراین استفاده از این حرکت را به حداقل برسانید.

• **حواس‌تان به دستان‌تان بیشتر باشد:** تجربه نشان داده هر چقدر از دستان و بازوهای خود بیشتر کمک بگیرید، انرژی بیشتری به جلسه تزریق می‌شود، اما حواس تان باشد زیاد دستان خودتان را بالا و به صورت دعایی به کار نبرید. چراکه شبیه به مبلغان مسیحی گویا تنها با توسل به کائنات و ماورا قصد دارید توجه دیگران را به خود جلب کنید. استفاده از دستان‌تان همان‌گونه که به شدت فایده دارد، به همان اندازه ممکن است خطرناک باشد.

• **حرکات بدن‌تان باید در تعادل باشد:** سعی کنید بیشتر حرکات‌تان در سمت راست و چپ در تعادل و توازن با یکدیگر اجرا شود. مخاطب خودتان را باید این‌گونه تحت تأثیر قرار بدهید. دستان خودتان را زیاد باز نکنید و یک زاویه ۴۵ درجه از روبه‌رو گفایت می‌کند. شاید سخت‌ترین قسمت زبان بدن را در اجرای این‌نوع نوع توازن باید بدانیم. با تکرار و تمرین بسیار زیاد احتمالاً از پس این چالش برخواهید آمد.

۴- ارتباط چهره به چهره با دیگران داشته باشید

کاملاً درست است که قرن بیست و یک، عصر ارتباطات است و می‌توان با نامه‌نگاری و ارسال ویدئو چت با دیگران ارتباط برقرار کرد، اما کماکان ارتباط چهره به چهره با اختلاف اثربخش‌ترین خصیصه رفتاری جهت یک مکالمه موفق به شمار می‌رود.

در حقیقت دیگران را با ارتباط چهره به چهره مجاب می‌کنید درباره شما به صورت ناخودآگاه و غیرشفاهی قضاوت کنند. بر همین اساس احتمال ایجاد یک اعتماد نسبی نیز افزایش پیدا می‌کند. ما از صحبت‌های دیگران تنها بخش کمی از شخصیت‌شان را درک می‌کنیم. آنچه که در ذهن می‌ماند همان ویژگی‌های غیرشفاهی فرد مقابل است. ناخودآگاه‌تان حتی با نوع ریتم تنفس فرد مقابل‌تان قادر است رفتار و شخصیتش را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد.

اخیرا کشف‌شده درون مغز انسان، نوع جدیدی از یاخته‌های عصبی تحت عنوان نورون‌های آینه‌ای (Mirror Neurons) وجود دارد که احساسات، عواطف و رفتارهای دیگران را مثل یک ضبط صوت در مغز به ثبت می‌رساند و به همین خاطر هنگامی که شما با فردی، یک رفاقت طولانی مدتی پیدا می‌کنید، امکان دارد زبان بدن و طرز فکر‌تان تا حدود زیادی به دوست صمیمی‌تان شباهت پیدا کند. البته اینکه بین نورون‌های آینه‌ای دو فرد، کدام یک غالب از آب درمی‌آید همچنان در حال‌های از ابهام قرار دارد. آنچه که اهمیت دارد این موضوع است رفتارهای غیرشفاهی، بیشتر در ذهن دیگران به یادگار باقی می‌ماند تا صحبت و حرف‌های بلندپروازانه شما، بنابراین اگر پروژه بسیار مهمی برای یک شرکت قرار است به سرانجام برسانید یا درخواست بسیار مهمی از یک فرد بلندمرتبه دارید، به یک تماس تلفنی یا کنفرانس‌های ویدئویی بسنده نکرده و با ملاقات مستقیم و چهره به چهره، به مطلوب و دخواه خود برسید.

۵- **اگر قادر نباشید زبان بدن فرد مقابل‌تان را بخوانید، بیشتر از نصف مکالمه را از دست داده‌اید**

شما نباید تمام توجه‌تان را تنها در ارسال یک سیگنال و پیام مثبت معطوف کنید، چراکه خواندن سیگنال نیز به همین اندازه و چه‌بسا بیشتر، اهمیت داشته باشد. مهمترین چیز در یک ارتباط کلامی، شنیدن چیزهایی است که به زبان آورده نمی‌شود.

هر نوع ارتباط میان دو موجود زنده و هوشمند، از دو کانال شفاهی و غیرشفاهی ایجاد می‌شود. همانطور که اشاره داشتیم ارتباط شفاهی به تنهایی کافی نیست و عدم مهارت کافی در خواندن زبان بدن فرد مقابل‌تان می‌تواند به شدت به مکالمه‌ای که در جریان است ضربه مهلکی وارد سازد.

به عنوان مثال اگر دیگران ارتباط مستقیم چشمی با شما ندارند یا سرشان را می‌خاراند، احتمال دارد نسبت به آنچه می‌گویید علاقه‌ای نداشته باشند و شما اگر متوجه این موضوع نباشید، در حقیقت تنها وقت‌تان را هدر داده‌اید. به همین منظور به آرامی صحبت کنید تا حرکات مخاطبین خودتان را زیر نظر بگیرید. با تکرار و تمرین جلسوی آینهه تقریباً به درجه‌ای خواهید رسید که نواقص فاحش در زبان بدن‌تان را به راحتی تشخیص می‌دهید. با ردیابی اشتباه و رفع نواقص‌تان به راحتی می‌توانید ذهن دیگران را بخوانید. درست همانند یک رمال، فالگیر، منتالیست یا هرچه صدایش می‌کنید که با چند نگاه به شما قادر خواهد بود شجره‌نامه‌تان را جلوی چشمان‌تان توضیح دهد.

منبع: forbes/digiato

یک موضوع مشترک می‌تواند ناشی از وضعیت ایستادن یا نشستن شما باشد. افراد متخصص در زبان بدن این ویژگی را مهم‌ترین خصیصه یک مدیر موفق می‌دانند که روی دیگران تأثیر بسزایی دارد.

• **دست بدهید:** در کشورهای غربی دست‌دادن چندان اهمیت ندارد، اما با این وجود تأثیر این رفتار کم نیست. سریع‌ترین راه برای ارتباط برقرار کردن با دیگران در دست‌دادن است. تحقیقات مختلف نشان می‌دهد قدرت تأثیر‌گذاری یک لحظه دست‌دادن در ابتدای معاشرت به اندازه یک مکالمه سه ساعته است. فقط حواس‌تان باشد آنقدر محکم دستان دیگران را فشار ندهید که احساس کند با وی در حال کشتی گرفتن هستید!

۲- اعتماد دیگران را با رفتارهای شفاهی و غیرشفاهی جلب کنید

اعتماد نسبی زمانی میان چند نفر برقرار می‌شود که گفته‌های‌تان با آنچه زبان بدن‌تان نشان می‌دهد مطابقت داشته باشد. اگر حرکات بدن‌تان با توضیحات شفاهی در تطابق نباشد، سایرین به صورت ناخودآگاه احساس خوبی نسبت به شما پیدا نمی‌کنند و این عدم قاطعیت در نوع نگرش به شما، کار دست‌تان می‌دهد.

عصب‌شناسان در دانشگاه کولگیت واقع در نیویورک با موضوع «تأثیرات ژست انسان بر مغز با استفاده از ماشین‌های الکتروانسفالوگراف» به نتایج جالبی دست یافتند. با استفاده از این دستگاه، امواج مغزی ثبت می‌شود. ماجرا اینجاست زمانی که زبان بدن فرد با گفته‌هایش مطابقت نداشت، پژوهشگران امواج را مشاهده کردند که انسان در زمان گوش‌دادن به حرف‌های غیرضروری در مغزش بیشتر فعال است. پس تا حد امکان سعی کنید در سخنرانی عجله نکنید و اگر تازه‌کار هستید حرکت‌نکردن و ژست خاصی نگرفتن بهتر از این است مدام دست و سرتان را به هر طرف پرتاب کنید. اگر قرار نیست نظر مساعد جلب کنید با انجام حرکات اضافی، آینده تجارت‌تان را به خطر نیندازید.

۳- قدرت در دستان شماست

شاید شما هم به این نکته دقت کرده باشید وقتی آدم‌ها درباره یک موضوع مورد علاقه‌شان در یک جمع صحبت می‌کنند، ناخودآگاه حرکات بدن‌شان فعال‌تر می‌شود. همچنین دست و بازوهای‌شان بیشتر حرکت دارد تا آنچه دل‌شان می‌خواهند را با قدرت هرچه بیشتر، به سایرین القا کنند.

شاید به صورت ناخودآگاه خودتان این موضوع را تجربه نکرده باشید، ولی قطع به یقین دیگران نیز این خصیصه رفتاری را در شما دیده‌اند و شاید حتی از شدت حرکات بدن‌تان شکایت کنند. تحقیقات نشان می‌دهد مخاطبین‌تان علاقه دارند تا شما مثل یک بازیگر فعالیت حرکتی داشته باشید. همچنین دیگران شما را خون‌گرم، قابل پذیرش و یک فرد پراز‌نرزی تلقی می‌کنند. البته اگر شما در خانواد‌های تربیت شده‌اید که دقیقاً نقطه مقابل این ویژگی را در خود می‌بینید نیز جای نگرانی وجود ندارد، چرا که این نوع رفتار باعث می‌شود دیگران فکر کنند شما یک فرد منضبط، منطقی، باصلابت و حتی دارای ویژگی‌های یک فرد نظامی هستید.

با این تفاسیر شما باید شرایط را بسنجید. آیا مخاطب‌تان نمی‌تواند پذیرای رفتار سرد شما باشد؟ با تمرین‌های زیاد جلوی یک آینه سعی کنید به یک بازیگر تراز اول تبدیل شوید که در آن واحد می‌تواند با قرار دادن یک نقاب نامرئی بر صورتش، شخصیت مطلوبی از خود به سایرین نشان دهد.

معمولاً رهبران با تجربه دنیا تا حد امکان سعی می‌کنند با کنترل زبان بدن‌شان، خود را یک فرد مسئولیت‌پذیر به مردم نشان دهند. با این حال نشان‌دادن عواطف و احساسات از دریچه حرکات بدن‌شان می‌تواند مردم را نسبت به آنچه می‌گوید دلسرد کند، اما برای مدیران که مجبور هستند نظر مثبت مخاطبین‌شان را جلب کنند، توجه به چند نکته زیر می‌تواند کاربردی باشد:

• **دست‌های‌تان را پنهان نکنید:** با مخفی کردن دستان‌تان، ناخودآگاه به دیگران القا می‌شود یک جای کار‌تان می‌لنگد. در گذشته اینگونه در ناخودآگاه‌مان حک شده کسی که دستانش را پشت بدنش قایم می‌کند، ممکن است با در دست داشتن یک شی شی تیز و برنده، جان‌مان را تهدید کند. به همین خاطر این طرز فکر به صورت ناخودآگاه همچنان در جودمان وجود دارد.

• **اشاره با انگشتان:** در اکثر مصاحبه‌ها، معاملات و حتی جلسات کاری این حرکت بدن به کرات استفاده می‌شود تا به نوعی سخنران قدرت‌نمایی کند، اما استفاده مکرر از انگشتان‌تان و نشانه‌روی به دیگران ناخودآگاه نشان می‌دهد شما کنترل موقعیت‌تان را دارید از دست می‌دهید که این‌گونه با توسل به این

یک مدیر موفق کیست؟ کسی که صرفاً مدیریت می‌کند؟ مسلماً خیر. او باید این توانایی را داشته باشد روی سایرین تأثیر مثبت و الهام‌بخش داشته باشد. مدیر موفق کسی است برای یک جلسه بسیار حائز اهمیت خودش، تیم و حتی طرف مقابلش را برای این جلسه آماده کند. حرف‌هایش را پیش از شروع جلسه تمرین کند. نکات حیاتی و مهم در پیشبرد هرچه بهتر جلسه به خاطر بسیاری و با صدای رسا، حرف خودش را به کرسی نبشاند، اما فراتر از این موارد، زبان بدن باعث می‌شود شما چند درجه قوی‌تر از سایر مدیران موفق ظاهر شده و در دید عموم به یک ابرقهرمان تبدیل شوید. در این یادداشت قرار است نگاهی داشته باشیم بر پنج ویژگی مهم زبان بدن (Body Language) که اهمیتی ندارد مدرک تحصیلی‌تان چیست. شما تنها با تکرار و تمرین می‌توانید نتایج بهتری در جلسات مختلف کاری خود کسب کنید.

شاید از زبان شما شما حرف‌هایی بیرون بیاید که حقیقت ندارد و تنها می‌خواهید فرد مقابل را وادار به پذیرش کاری کنید. باید بدانید بدن شما نسبت به جملاتی که می‌زنید، واکنش نشان می‌دهد. اگر شما به درستی تعلیم نیندید، این واکنش‌ها قابل کنترل نیست و در اغلب سناریوها به ضرر‌تان تمام می‌شود. این ویژگی که زبان بدن نام دارد، از بنیادی‌ترین علوم شناختی بین انسان‌ها به شمار می‌رود. فضای حریم شخصی، وضعیت استقرار، حالت چهره و همچنین تماس مستقیم چشمی تنها چند مورد ابتدایی در نشان‌دادن زبان بدن‌تان به یک فرد غریبه است. برای آموزش کامل زبان بدن می‌توان صدها مقاله نوشت. اما در دیجیاتو قرار است نگاهی جامع بر پنج ویژگی مهم زبان بدن داشته باشیم.

۱. شما تنها هفت ثانیه وقت دارید!

در تعامل‌های تجارت و بیزینس، اولین برخورد بسیار اهمیت دارد. دقیقاً در همان بدو ملاقات است که ذهنیت فرد نسبت به شما شکل می‌گیرد و به سختی در آینده تغییر می‌کند. آیا شما یک فرد قدرتمند و مهربای بارزش برای او محسوب می‌شوید یا صرفاً یک فرد شکاک و مرمز؟ از این فیلتر که گذر کنید، رفتار و حرکات‌تان براساس این سنگ محک سنجیده می‌شود. مثل این می‌ماند اگر در همان وهله اول فردی عاشق رفتار شما شود، علاقه‌مند است تا با نادیده گرفتن رفتارهای منفی‌تان یک تجارت را ادامه دهد. اما اگر در ابتدای ملاقات لجش را در بیابورد، به احتمال زیاد به تمام رفتارهای‌تان مشکوک خواهد بود.

در نتیجه پژوهش‌های مختلف، شما تنها هفت ثانیه وقت دارید نظر مساعد یک غریبه را به خود جلب کنید. برای موفقیت در این ویژگی چند نکته را اشاره می‌کنیم:

درست رفتار کنید: پیش از ورود مشتری به دفترتان، تمام جوانب را در نظر بگیرید و به صورت آگاهانه انتخاب کنید چه نوع رفتاری باید از خودتان براساس سن، جنس و موقعیت شغلی فرد مقابل نشان بدهید. آیا یک فرد بدله‌گو و شاد باشید بهتر است یا یک چلنملن با لباس شیک و رسمی؟

• **لیخنند نزنید:** لیخن‌زدن، یک سیگنال مثبت در رهبران و مدیران موفق است. با لیخن‌زدن به نوعی دیگران را دعوت به آغاز یک مکالمه و دوستی می‌کنید. در حقیقت لیخن‌د روی صورت‌تان به دیگران می‌گوید: «من رفتار دوستانه‌ای دارم و می‌توانید به دستم بیاورید.»

• **تماس چشمی برقرار کنید:** به نظر می‌رسد نگاه مستقیم به چشمان دیگران، یک نوع انرژی ساطع می‌شود و ناخودآگاه علایق و سلایق‌تان به فرد القا می‌شود. نگاه کردن به چشمان دیگران به خصوص جنس مخالف آیا برای‌تان کار سختی است یا خجالت می‌کشید؟ سعی کنید با نگاه مستقیم به صورت فرد، توجه خودتان را به رنگ چشم فرد معطوف کنید.

• **اندکی رو به جلو خم شوید:** اگر شما اندکی روی صندلی بدن‌تان را به سمت جلو حرکت دهید یعنی شما به مبحث مورد نظر علاقه نشان می‌دهید، اما نسبت به فضای حریم شخصی دیگران احترام بگذارید. این فضا تقریباً ۵۰ سانتی‌متر تعریف می‌شود. هرچند در کشورهای شرقی و غربی این میزان تفاوت دارد. در کشورهای شرقی همانند ژاپن و چین، از آنجا که تراکم جمعیتی بسیار زیاد است، این عده به ۲۰ سانتی‌متر کاهش می‌یابد. در کشورهای غربی عکس این موضوع مصداق دارد. در ایران همان ۵۰ سانتی‌متر گفایت می‌کند.

• **حواس‌تان به وضعیت استقرات‌تان باشد:** «پژوهشی در موسسه مدیریتی کیلاگ واقع در آمریکا کشف کرده وضعیت استقرار فرد می‌تواند نشان‌دهنده قدرت شما به سایرین باشد. بر همین اساس تغییرات رفتاری دیگران نسبت به

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

منطقه ساری سه سال پیاپی از سوی شرکت توزیع برق استان تقدیر شد

ساری – دهقان – مدیرشرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : مشارکت ادارات در بهینه سازی مصرف انرژی یکی از راه حلهای کاهش مصرف است . سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در همایش شرکت توزیع برق استان که ۱۴ اردیبهشت ۹۸ در سالن اجتماعات منطقه ساری برگزار شد ، بیان کرد : با همکاری و همدلی ادارات همسو در جهت کاهش مصرف انرژی می تواند هم افزایی قابل توجهی در مدیریت کاهش مصرف داشته باشند و این شرکت آماده

هر گونه همکاری همچون سالهای گذشته درسال ۹۸ با شرکت توزیع برق استان می باشد. سبحان رجب پوراظهار کرد : این همایش به منظور تقدیر از جایگاهداران سی ان جی منطقه ساری که در ساعات پیک از برق شهری استفاده نکرده و کاهش مصرف برق مورد نیاز همکاری صمیمانه داشته اند، برگزار شد. رجب پوراذعان داشت : مصرف بهینه یکی از اولویت های شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری است که زیر ذره بین کارشناسان و مدیران این شرکت قرار دارد. رجب پور ضمن تشکر و قدردانی از مدیر عامل شرکت توزیع برق مازندران گفت : وظیفه ملی ما حکم می کند در زمستان و تابستان به یاری سازمانهای خدمات رسان رفته، تا مشترکان استان بتوانند بااطمینان و آرامش خیال زمستان و تابستان را بدون دغدغه پشت سر بگذارند. مدیر منطقه ساری ضمن قدر دانی از زحمات متقابل دو شرکت توزیع برق و منطقه ساری در امر صرفه جویی برق ، تاکید کرد : منطقه ساری افتخار دارد که در بین ۲۷ منطقه شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران، شرکت توزیع برق را سه سال پیاپی در صرفه جویی برق یاری نماید.



مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان از وصل جریان گاز شهر دوزین و ۲۱ روستای شهرستان مینودشت خبر داد

گراگان – خبرنگار فرصت امروز– به گزارش روابط عمومی مهندس رحیمی در این خصوص گفت: در پی وقوع رانش زمین در مسیر شهر دوزین در شهرستان مینودشت جریان گاز شهر دوزین و ۲۱ روستای منطقه قطع شد که پس از اطلاع از این موضوع از ساعات اولیه وارده به شبکه گاز منطقه، متاسفانه گاز شهر دوزین و ۲۱ روستای منطقه قطع شد که پس از اطلاع از این موضوع از ساعات اولیه حادثه، پرسنل شرکت گاز با همکاری سایر دستگاههای اجرایی مشغول انجام عملیات خاکبرداری و اقدامات لازم برای شناسایی و ترمیم محل شکستگی با ملاحظه الزامات ایمنی و برقراری مجدد خدمات گاز شدند.رحیم تصریح کرد: باتلاشی بی وقفه و شبانه روزی پرسنل فنی و خدمو این شرکت و همچنین همیاری سایر دستگاههای اجرایی و نهادهای انقلابی به ویژه فرمانداری و بخشداری و بسیجیان جهادگر سپاه نیروای استان، جریان گازطبیعی در شهردوزین و روستاهای همجوار که برائثر رانش زمین قطع شده بود مجددا برقرار گردید .مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان اظهارداشت :مشتربین عزیز گاز توجه داشته باشند چنانچه گاز آنها تاکنون وصل نشده و یا مشکلی در تأسیسات گاز آنها بوجود آمده است می توانند با شماره ۱۹۴ امداد گاز که بصورت شبانه روزی پاسخگوی هم استانیهای عزیز میباشد تماس برقرار نمایند.

استارتاپ‌ها تفکری متفاوت درباره شهر به ما ارائه می‌کنند

صابر ابراهیم بای – خراسان رضوی : رئیس مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد گفت: استارت‌آپ‌ها متفاوت فکر کردن درباره آنچه که در شهر است را به ما ارائه می‌دهند. تقی ابراهیمی‌سالاری در مراسم افتتاحیه «استارت‌آپ ویکند محیط زیست مشهد» که در دانشگاه فردوسی مشهد برگزار شد، اظهار کرد: کار مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر این است که در خصوص مطرح‌ها و لوایجی که به کمیسیون آورده می‌شود، نظر کارشناسی دهد تا اعضای شورای شهر با نظر کارشناسی رأی عمیق و با دانشی بدهندوی ادامه‌داد: رسالت مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد رسالتی متفاوت از مرکز پژوهش‌های دیگر به طور متعارف است. در مرکز پژوهش‌های دانشگاه‌ها رسالتی صرفاً علمی دارند در حالی که مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر رسالت کاربردی شدن دانش و نتیجه بخش بودن آن دانش در مدیریت شهری را به عهده می‌گیرد.ابراهیمی‌سالاری تصریح کرد: بر این اساس استارت‌آپ‌ها و به طور کلی جوانان می‌توانند از طریق ارائه نظرات‌های خود، راه‌های میان‌بری به حوزه مدیریت شهری پیشنهاد دهند که شاید ما با تمام سوابق تحصیلی و تجربی خود به این نتیجه نرسیده باشیم. استارت‌آپ‌ها متفاوت فکر کردن درباره آنچه که در شهر است را به ما ارائه می‌دهندوی با بیان این‌که «عضضلات بسیار متفاوتی در شهر مشهد داریم»، گفت: دانشجویان و کارآفرینان به عنوان سرمایه‌های انسانی این کشور و مغزهای متفکر می‌توانند راه‌های میان‌بری برای رفع این مشکلات داشته باشند. کشور ما در هر مشکلی که وارد می‌شود، نقش استارت‌آپ‌ها و افراد خوش‌فکر بیش‌تر برجسته می‌شود. و بر این اساس امیدوارم مدیران کشور و شهر توجه جدی‌تری به این سرمایه‌های اجتماعی داشته باشند.رئیس مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد با اشاره به این‌که «کار و بی‌کاری از مشکلات امروز کشور ماست»، افزود: این موضوع از مسائل جدی کشور است. هر ساله تعداد زیادی دانشجوی فارغ‌التحصیل در مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری داریم. چیزی که می‌تواند شما را از دیگران متمایز کند، مزیتی است که خود می‌توانید، به وجود آورید.

شهردار نسیم شهر: نسیم شهر به کارگاه بزرگ عمرانی تبدیل شده است

رباط کریم – خبرنگار فرصت امروز – عباس شوندی شهردار نسیم شهر گفت : باهدف رضایت مندی شهروندان از خدمات شهرداری در حوزه های مختلف، عملیات مخلوط ریزی، جدولگذاری و آسفالت وارد فاز جدیدی شد وی در حاشیه بازدید از عملیات اجرایی عمرانی با بیان این که جدول گذاری خیابان آزادگان اجرا شده، تصریح کرد: مخلوط ریزی و تسطیح کوچه ارغوان ۳ منتهع از خیابان گونی بافی در محله امام خمینی (ره) همچنین جدول گذاری در انتهای کوچه مدرسه جنب سوله بحران نسیم شهر در حال اجرا است شوندی همچنین به لکه گیری آسفالت کوچه نماز و شهید همت منتهع از خیابان ۱۴ متری شهید چمران اشاره و به تداوم اینگونه اقدامات در سطح شهرتاکید کرد و گفت ؛خوشبختانه با اتحاد و همدلی اعضای شورای شهر با مجموعه شهری امروز نسیم شهر به یک کارگاه بزرگ عمرانی تبدیل شده و در اکثر نقاط شهری ما عملیات عمرانی و خدماتی داریم



رئیس دانشگاه علمی کاربردی لرستان تشریح کرد:

ویژگی‌های یک مدرس نمونه

خرم‌آباد- خبرنگارفرصت امروز – رئیس دانشگاه جامع علمی کاربردی لرستان ضمن تشریح ویژگی‌های یک مدرس خوب، به تبیین این مسئله که اساتید چقدر در حل مشکلات جامعه خود موثر بوده‌اند، پرداخت. سعید فرح بخش در مراسم تجلیل از ۵۰ مدرس برگزیده دانشگاه علمی کاربردی لرستان ضمن تبریک هفته معلم، اظهار داشت: امیدوارم همه ما در کسوت معلمی بتوانیم شاخص‌ها و ویژگی‌های یک معلم، مربی و مدرس خوب را داشته باشیم. وی به بیان برخی ویژگی‌های معلمین و مدرسین خوب پرداخت و تصریح کرد: یکی از ویژگی‌ها این است که یک استاد باید عمده اوقات خود را صرف آموزش و پژوهش و مسائل علمی کند،

وقت خود را به بطالت نگذاردن و روح علمی را در دانشگاه بیدار کند.رئیس دانشگاه جامع علمی کاربردی لرستان با تاکید بر اینکه البته اینها استانداردهایی است که در سطح جهان به آن توجه می‌شود، افزود: یک مدرس خوب باید در جریان گفتمان رشته خود در سطح کشور باشد، باید با آخرین اطلاعات و دانش روز در زمینه علمی خود آشنا باشد و هرچه وقت بیشتری صرف پژوهش کنیم این معیار هم محقق می‌شود. فرح بخش با اشاره به اینکه اساتید نباید مبلغ افراد دیگری باشند، وقتی به عنوان مدرس در کلاس حضور داریم اینکه مبلغ کسی باشیم از جهت اخلاقی خوب نیست مگر اینکه از نظر علمی توانمندی داشته باشد، یادآور شد: جایگاه نخبگان و چهره‌های علمی را باید پاس بداریم و اگر می‌خواهیم تعریف و تمجید کنیم از این چهره‌ها تعریف کنیم. وی خاطر نشان کرد: در همین راستا در خرداد ماه از شخصیت علمی و اخلاقی دکتر حسین مهرداد تجلیل خواهد شد.

دیدار مدیرمخا برات منطقه مرکزی با فرماندار شهرستان ساوه

اراک- مینو رستمی– مهندس ملک حسینی ،مدیرمخا برات منطقه مرکزی با مهندس میرزایی فرماندار شهرستان ساوه دیدار کرد. در این نشست صمیمی مدیرمخابرات منطقه مرکزی ضمن تبریک سال جدید،گزارشی از توسعه شبکه های مخا براتی در شهرستان ساوه ارایه نمود وفرماندار شهرستان ساوه از مجموعه اقدامات وتعاملات سازنده ومستمر مهندس ملک حسینی بادستگاه های اجرایی بویژه فرمانداری شهرستان ساوه وتشکر وقدردانی به عمل آورد .



در نود و یکمین جلسه شورای شهر شهردار رشت انتخاب شد

رشت- زینب قلیپور – در نود و یکمین جلسه شورا ناصر حاج محمدی با رای حداکثری اعضای شورای اسلامی شهر، شهردار منتخب رشت شد.گفتنی است شهرداری رشت از ابتدای مرداد ماه سال ۱۳۹۷ با سرپرستی علی بهارمست اداره می شود.

ارومیه-رونق – پیمان آرامون گفت: بارش‌های امسال باعث افزایش حدود دو برابر آّب دریاچه ارومیه شده که در کنار عملکرد و تدبیر دستگاه‌های اجرایی باعث احیای دریاچه ارومیه می‌شود. وی افزود: در حال حاضر بیش از چهار میلیارد متر مکعب آّب در دریاچه ارومیه وجود دارد، این در حالی است که در ابتدای سال زراعی میزان آّب دریاچه یک میلیارد و ۹۰۰ هزار متر مکعب بود. مدیرکل دفتر فنی، امور عمرانی، حمل و نقل و ترافیک استانداری آذربایجان غربی ادامه داد: این نمایشگاه با هدف معرفی عملکرد فرهنگی واجتماعی دولت در چهار سال تشکیل ستاد احیای دریاچه ارومیه راه اندازی شده است. وی بیان کرد: این ستاد در ۹ محور اساسی از سال ۹۳ فعالیت می‌کند و در این مدت حدود سه هزار و ۶۴۵ میلیارد تومان در راستای احیای دریاچه ارومیه هزینه کرده است. وی گفت: بر اساس اعلام شرکت آّب و فاضلاب شهری مردم آذربایجان غربی بالای ۱۰ میلیون متر مکعب در سال ۹۷ نسبت به سال های گذشته در مصرف آّب صرفه جویی داشته‌اند که این نشان دهنده تاثیر عملکرد فرهنگی دستگاه‌های اجرایی است. وی



در خصوص برنامه‌های آینده استانداری برای نگه‌داشتن آّب دریاچه ارومیه بیان کرد: امسال بیش از ۵۰۰ میلیارد تومان اعتبار به ستاد احیای دریاچه ارومیه ابلاغ شده که نزدیک ۵۰ درصد آن تخصیص داده شده تا این ستاد به هدف خود که احیای دریاچه ارومیه است برسد و دستگاه‌های اجرایی نیز طرح‌های خود را پس از تایید ستاد احیا تا احیای کامل دریاچه ارومیه عملیاتی می‌کنند. در حاشیه این نمایشگاه

برای ششمین سال پیاپی به عنوان شرکت برتر در رعایت حقوق مصرف کنندگان

ذوب آهن اصفهان تندیس طلایی رعایت حقوق مصرف کنندگان را کسب نمود



جهت بررسی شکایات مشتریان ، دارا بودن استانداردهای کیفیت ،شفافیت در قیمت گذاری محصولات ، دارا بودن استانداردهای ایزو ۲۰۰۰ و ایزو ۴۰۰۰ ، کسب تندیس ها و گواهینامه های بین المللی و همچنین افزایش صادرات محصولات نسبت به دوره های قبل ، طراحی و توسعه محصولات جدید، افزایش بهره وری و کاهش هزینه های تولید، ارتقا کمی و کیفی کالاها و خدمات پس از فروش ، خدمات مدرن و جلوگیری از واردات ، داشتن واحد تحقیق و توسعه و نوآوری و ... این شرکت برای دومین بار مفتخر به کسب

مدیر پالایشگاه سوم مجتمع گاز پارس جنوبی؛

سال آینده در فازهای ۴ و ۵ تعمیرات اساسی خواهیم داشت



یک تعمیرات اساسی عمده با تمرکز بر فعالیت های بازرسی و تعمیرات فاز ۵ (ردیف های سوم و چهارم شیرین سازی گاز) شامل ۱۷ برج ، ۱۰ بستر غریال مولکولی ، ۴۸، درام و ۲۴ مبدل و غیره می باشد. وی

درک شرایط موجود مهمترین اولویت مبلغان دینی است؛

هر مبلغ لشکری فرهنگی در بقاع متبرکه است



اسکندری با اشاره به لزوم مواجهه نرم و محبت آمیز روحانیون و مبلغان دینی با مردم عنوان کرد: یکی از ترندهای دشمنان این است که القا کنند روحانیون جایگاهی در جامعه ندارند و حرفشان تاثیر گذار نیست تا خودشان مدیریت امور را بر عهده بگیرند. مدیرکل اوقاف و امور خیریه اسان قم خاطرنشان کرد: درک شرایط موجود و انطباق برنامه‌های تبلیغی با اوضاع زمانه و توجه به این نکته که مردم همچنان به روحانیت ایمیلراند، اولویت کاری مبلغان است. وی گفت: برای اینکه امید دالخی را افزایش دهیم و دشمنان را مأیوس کنیم، باید راه و روش سلف صالح یعنی علما و روحانیت شیعه در طول تاریخ را ادامه دهیم چرا که مردم‌داری و صمیمیت با اقشار مختلف، رمز موفقیت آنها بوده است. اسکندری سعه صدر را یکی از عوامل موفقیت مبلغان دینی دانست و تصریح کرد: مطمئن باشیم بهتر از مردم ایران در هیچ کجای دنیا پیدا نمی‌شود، هر چند عملکرد مسئولان گاهی اوقات

گزارشی از عملکرد سال ۹۷ معاونت منابع انسانی برق منطقه ای خوزستان



مدیران آینده و معرفی ۳ نفر از متقاضیان واجد شرایط امریه سربازی به شرکت توانیر اعلام کرده است. وی استقرار نظام برنامه ریزی استراتژیک در شرکت، طراحی و استقرار سیستم مدیریت یکپارچه IMS، اجرای نظام ارزیابی عملکرد دستگاه های اجرایی (کسب مقام

مهندس خوش سیرت معاون خدمات مشترکین و درآمد شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی در جمع بازدید کنندگان از غرفه این شرکت با اشاره به اینکه بزودی سامانه فاضلاب گلپای به منظور کمک به احیای دریاچه ارومیه افتتاح می شود افزود: این سامانه با اعتبار ۳۵۰ میلیارد ریال به اتمام رسیده و فرآیند تصفیه آن لجن فعال از نوع SBR می باشد. مهندس خوش سیرت با بیان اینکه تصفیه خانه فاضلاب گلستان ارومیه در دو مدول و چهار فاز احداث و ظرفیت آن ۶۸۴۰ مترمکعب در شبانه روز بوده برای جمعیتی حدود ۴۵ هزار نفربرای افق سالل ۱۴۲۰ پیش بینی شده است. معاون خدمات مشترکین و درآمد آبفای استان افزود : این سامانه شامل ایستگاه پمپاژ و خط انتقال ۱۷۵ کیلومتری است. مهندس خوش سیرت در ادامه با اشاره به اقلام کاهنده مصرف آب خاطرنشان ساخت : استفاده از شیرآلات و پلاژتورهای کاهنده آب نقش بسزایی در مدیریت مصرف آب دارند و باعث کاهش ۳۰ الی ۴۰ درصدی مصرف آب می شود .

برای ششمین سال پیاپی به عنوان شرکت برتر در رعایت حقوق مصرف کنندگان

ذوب آهن اصفهان تندیس طلایی رعایت حقوق مصرف کنندگان را کسب نمود

تندیس طلایی و لوح تقدیر گردید . دکتر نعمت اله محسنی در این خصوص گفت : نوآوری وتوجه به حقوق مصرف کننده ازدیدگاه کیفیت محصولات تولیدی ، ایجاد شرایط دسترسی آسان و سریع به محصولات تولیدی شرکت ، توزیع گسترده محصولات در تمامی بخش ها، توجه به نیازهای صنعتی از جمله تولید ریل ملی و آرک معدنی و انواع فولادهای آلپازی ، محصولات ساختمانی متناسب با تغییرات معماری و طراحی ساختمان های مسکونی از جمله تیرآهن های بال پهن و تولید مطابق استانداردهای روز جهانی از جمله استاندارد **BS** از عمده دلایل موفقیت شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان می باشد .وی افزود : با محصولات ذوب آهن اصفهان می توان در کشور رزله خیز اینر سازه های پایدار و مطمئن ساخت و منابع ملی به خوبی محافظت نمود . معاون بازرگانی ذوب آهن درادامه تصریح کرد : چنانچه ظرفیت ۴۵ درصدی خالی تولید ذوب آهن با تامین مواد اولیه مناسب که تمامی آن در کشور پهنوار ایران یافت می شود، فعال گردد، این شرکت می تواند تولیدات کیفی بیشتری که لایق مردم ایران باشد را تولید نماید تا از این ظرفیت بلااستفاده کشور استفاده شود.

اظهار داشت: اقدامات و فعالیت های مهم تعمیراتی این دوره تعویض خطوط مربوط به بخار ریبویلر برج احیاء ردیف سوم و چهارم با تعویض جنس لوله، تعویض سینی های برج واحد ۱۱۴ و تعویض پیچ و مهره های دودکش واحد ۱۰۸ می باشد. این مقام مسئول خاطر نشان کرد: در راستای ارتقاء سیستم تأمین برق پالایشگاه و در راستای افزایش قابلیت اطمینان تولید پس از وصل برق پشتیبان همکاران تعمیرات برق پالایشگاه سوم با طراحی و پیاده سازی سیستم توزیع برق پالایشگاه و در سرویس قراردادن آن پس از چک های نهایی این امکان جهت وصل برق پشتیبان درهر زمان را ایجاد می نماید و همچنین جهت افزایش اطمینان برق اضطراری ۴۸ ولت پالایشگاه تغییرات سخت افزاری در این سیستم انجام خواهد شد.

درک شرایط موجود مهمترین اولویت مبلغان دینی است؛

هر مبلغ لشکری فرهنگی در بقاع متبرکه است

مردم را ناراحت و عصبانی می‌کند ولی آنها اعتقاد خود را به مکتب اهل بیت(ع) از دست نداده‌اند و در صحنه‌های مختلف انقلاب حضور یافته‌اند و حمایت کرده‌اند. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم دوستی با مردم را زمینه‌ساز تاثیر گذاری روحانیت در جامعه دانست و افزود: هر چه در مقابل مردم متواضع‌تر باشیم و دستور صریح قرآن را رعایت کنیم، نتیجه بهتری هم خواهیم گرفت. وی توجه به کودکان، نوجوانان و جوانان را از دیگر نکات حائز اهمیت تبلیغ دین برشمرد و گفت: آینده کشور از آن اقشار است بنابراین باید آنها را در صراط مستقیم قرار داد تا مطمئن باشیم این انقلاب و کشور به دست صاحب اصلی آن می‌رسد. اسکندری خواستار تشویق قشر نوجوان و جوان به برنامه‌های مذهبی و دینی از سوی روحانیون شد و خاطرنشان کرد: در طرح آراش بهاری که نوروز هر سال با محوریت بقاع متبرکه که برگزار می‌شود اقدامات ارزشمندی صورت می‌گیرد که یکی از مهمترین آنها، توجه به کودکان و نوجوانان است. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم افزود: رهبر معظم انقلاب به با نگاهی دوراندیشانه، تاکید فراوانی نسبت به برنامه‌های ویژه کودکان، نوجوانان و جوانان دارند. وی هر مبلغ دینی در یک بقعه متبرکه که را لشکری فرهنگی توصیف کرد و گفت: بیان احکام شرعی، پاسخگویی به سوالات و شبهات اعتقادی و دینی و مشاوره در امور مختلف خانوادگی را یکی از مهمترین وظایف مبلغان دینی دانست ضمن اینکه اهتمام به تبلیغ نماز و مسئله عفاف و حجاب هم جزو اولویت‌های کاری روحانیون است.

گزارشی از منطقه ای خوزستان

اول دربین شرکت های دولتی و بانک ها، اجرای فرآیند نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها در شرکت را از مهمترین فعالیت های دفتر مدیریت استراتژیک و بهره وری دانست. فعالیت های دفتر سازمان دهی و بهبود روش ها نیز شامل تهیه پیش نویس دستورالعمل ها و آئین نامه ها و تهیه و تدوین دستورالعمل های جدید، تهیه مصوبات هیات مدیره و صورتجلسات، اقدامات مرتبط با ساختار سازمانی، بازنگری شرح وظایف واحدها، تهیه ابلاغیه های انتصاب و تهیه تقدیرنامه های اداری بوده است. معاون منابع انسانی شرکت برق منطقه ای خوزستان پیاده سازی سامانه حضور و غیاب تحت وب، صدور احکام پرسنلی، اقدامات تبدیل وضعیت فرزندان اثارگر، همکاری با امور مالی جهت انتقال حساب ها و انجام امور مربوط به بازنشستگان را از مهم ترین اقدامات دفتر امور کارکنان و رفاه ای معاونت در سال ۹۷ معرفی کرد.

هر آنچه باید در مورد آگاهی از برند بدانید



آگاهی از برند، مفهوم قدرتمندی است که نتیجه فعالیت‌های بازاریابی، درک مصرف‌کننده و جریان درآمد یک شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. آگاهی از برند یا Brand Awareness یک گام فراتر از معرفی برند یا شناخت برند است. مرحله آگاهی زمانی رخ می‌دهد که یک برند، به سبک زندگی و عادت‌های خرید مصرف‌کنندگان وارد می‌شود و مردم، برای اینکه خریدهای مکرری از یک شرکت داشته باشند، اصلاً فکر نمی‌کنند. چگونه می‌توانید به مشتریانی دست پیدا کنید که هر بار، برای بازگرداندن و ترجیب آن‌ها به خرید، نیازی به طی کردن کامل قیف خرید نداشته باشید؟ ما در این مطلب سعی می‌کنیم به همه سوالات شما در این زمینه پاسخ بدهیم.

آگاهی از برند چیست؟

نرخ آگاهی از برند، نشان می‌دهد که مخاطبان هدف، چقدر با برند شما آشنا هستند و چقدر خوب آن را تشخیص می‌دهند. شرکت‌هایی که از آگاهی برند بالا برخوردار هستند، نه‌تنها خوش‌آوازه و محبوبند، بلکه به‌عنوان «روند صنعت یا بازار» شناخته می‌شوند. تلاش برای ایجاد آگاهی از برند، به‌ویژه زمانی که در مراحل اولیه کسب‌وکار خود قرار دارید و روی بازاریابی و ترویج استفاده از محصولات و خدمات خود کار می‌کنید، اهمیت بسیار زیادی دارد.

اهمیت آگاهی از برند

مفهوم اصطلاح آگاهی از برند، شاید کمی مبهم به نظر برسد و درواقع نیز همین‌طور است. برای آن گروه از بازاریابان و مالکان کسب‌وکار که می‌خواهند موفقیت اهداف مارکتینگ خود را با اعداد و ارقام واضح و روشن ارزیابی کنند، آگاهی از برند حوزهای است که تا حدودی، جاده شفاف آنها را اندکی مه‌لود می‌کند.

اما صرفاً به این دلیل که آگاهی از برند، یک سنجه آماری محسوب نمی‌شود، به این معنا نیست که می‌توان ارزش آن را نادیده گرفت. برعکس، آگاهی از برند نقش مهمی در محقق شدن اهداف بازاریابی شما ایفا می‌کند. برای شروع، به مزایای زیر توجه کنید:

۱- آگاهی از برند اعتماد مشتریان یا کاربران را افزایش می‌دهد
در دنیایی که مصرف‌کنندگان پیش از خرید هر محصولی، تحقیقات زیادی درباره آن انجام می‌دهند و نظر سایر مشتریان را نیز جویا می‌شوند، اعتماد به یک برند کلیدی‌ترین عامل سرنوشت‌ساز شرکت‌ها است. وقتی مصرف‌کننده به یک برند اعتماد می‌کند، به‌احتمال بیشتری خریدهای مکرر خود را به‌دور از محافظه‌کاری و احتیاط انجام می‌دهد و مسیر وفاداری به برند را سریع‌تر طی می‌کند.

بنابراین آگاهی از برند، قدرت اعتمادسازی را افزایش می‌دهد. زمانی که شما تاجره مصطلحی به برند خود می‌بخشید، مصرف‌کنندگان راحت‌تر اعتماد می‌کنند. تلاش‌هایی که در راستای افزایش آگاهی از برند صورت می‌گیرد، به برند شما شخصیت می‌دهد و زمینه‌ساز صمیمیت بیشتر با مشتریان، دریافت بازخورد‌های سازنده و داستان‌سرایی کسب‌وکار خواهد بود. ما انسان‌ها نیز از طریق همین راه‌ها به یکدیگر اعتماد می‌کنیم. روابط انسان‌ها با یکدیگر تفاوت زیادی با روابط مصرف‌کنندگان و برند ندارد.

۲- آگاهی از برند به ایجاد روابط مثبت می‌انجامد

هنگامی که می‌خواهید ظرف بشوید، از ریکا استفاده می‌کنید. هنگامی که باید فوراً پاسخ یک سؤال را بیابید، آن را در گوگل جستجو می‌کنید. زمانی که می‌خواهید از یک ورق کاغذ، چندین نسخه داشته باشید، کاغذ را زیراکس می‌کنید. احتمالاً وقتی که وسایل لازم برای پیک‌نیک را داخل کیف یا سبد می‌گذارید، یک کوکاکولا نیز برای نوشیدن به همراه می‌برید. حتماً می‌دانید که واژه‌های «پراکس» یا «کوکا» در اصل به یک برند اشاره دارند. اگر بخواهیم از فاز محاوره روزمره خارج شویم، باید به‌جای ریکا، از مایع ظرف‌شویی، به‌جای گوگل از موتور جستجو، به‌جای زیراکس از دستگاه کپی‌کننده و به‌جای کوکا، از نوشیدنی گازدار استفاده کنیم، ولی ما استفاده از واژه زیراکس را ترجیح می‌دهیم، هرچند دستگاه ما، واقعاً از برند زیراکس نباشد.

مثال‌های بالا، مصادیق آگاهی از برند هستند. همان‌طور که مشاهده می‌کنید آگاهی از برند، اقدامات و محصولات را به برندهای خاصی مرتبط می‌کند. درنتیجه مردم تشویق می‌شوند واژه‌های متداول را با عبارات و اصطلاحات برند، جایگزین کنند. قبل از اینکه خودتان متوجه شوید، اقدامات روزمره‌ای نظیر ظرف شستن و پیک‌نیک رفتن، بازاریابی محصولات شما را انجام می‌دهند.

۳- آگاهی از برند، ارزش ویژه برند را بالا می‌برد

ارزش ویژه برند یا Brand Equity توصیف‌کننده بخشی از ارزش برند است که توسط تجربه مصرف‌کننده و درک عمومی از یک برند تعیین می‌شود. تجارب و درک مثبت، ارزش ویژه برند را افزایش می‌دهند و برعکس، تجارب و ایده منفی مصرف‌کنندگان، BE را پایین می‌آورند. برخی از نتایج مهم ارزش ویژه مثبت، عبارتند از :

- قیمت بالاتر محصولات (باتوجه‌به ارزش درک‌شده بالاتر)
- افزایش قیمت سهام شرکت
- قابلیت گسترش کسب‌وکار (باتوجه‌به بسط خط تولید محصولات و خدمات)
- تأثیر اجتماعی عالی (باتوجه به ارزش نام برند)

یک شرکت چگونه می‌تواند ارزش برند خود را بالا ببرد؟ پاسخ این سؤال سخت نیست: با ایجاد آگاهی از برند و ارتقای دائمی تجربه مثبت مصرف‌کنندگان. درواقع آگاهی از برند، پایه‌های ارزش ویژه برند را بنا می‌گذارد. هنگامی‌که مصرف‌کننده از یک برند «آگاه» است، بدون هیچ مشاوره و کمکی محصولات آن را می‌شناسد و خریداری می‌کند. مصرف‌کننده، محصول برند محبوب خود را به محصولات سایر شرکت‌ها ترجیح می‌دهد و وفاداری مشتری، از همین نقطه شروع می‌شود. یعنی مصرف‌کننده نه‌تنها محصولات برند خاصی را خریداری می‌کند، بلکه آنها را به دوستان و آشنایان خود نیز پیشنهاد می‌دهد. پس آگاهی از برند، اعتماد مصرف‌کنندگان را جلب و ارتباطات مثبت را تقویت می‌کند و درنهایت، ارزش ویژه برند را ارتقا می‌دهد. ویژگی‌هایی که باعث می‌شود برند شما به یک نام آشنا تبدیل شود و به‌صورت ناخودآگاه، در فهرست همیشگی خرید مصرف‌کننده قرار بگیرد.

راه‌های ایجاد آگاهی از برند

آگاهی از برند، پدیده‌ای نیست که یک‌شبه در میان مشتریان و عموم مردم خلق شود. از طرف دیگر، نتیجه‌ای هم نیست که از تبلیغات یا کمپین‌های بازاریابی ساده حاصل شود. آگاهی از برند، خروجی مجموعه‌ای از تلاش‌های هم‌زمان است که فراتر از ترغیب مشتریان به پرداخت پول و خرید کالا پیش می‌رود.

اگر انتظار داشته باشید که پس از تعدادی آگهی تجاری در رسانه‌های اجتماعی، نرخ آگاهی از برند شما افزایش پیدا کند، به بیراهه رفته‌اید. در این صورت، مصرف‌کننده فقط روی محصول (و نه برند) شما متمرکز می‌شود و تبلیغات تجاری نیز تأثیری بیشتر از یک فروش ساده نخواهد داشت.

در این‌ بخش مهم‌ترین راهکارهایی را ذکر می‌کنیم که به ساخت پایه‌های آگاهی از برند کمک می‌کنند و اثر پایدارى را در مخاطبان شما به‌جای می‌گذارند.

۱- یک شخص باشید، نه یک شرکت

هنگامی که با افراد جدید دوست می‌شوید، می‌خواهید چه چیزهایی را درباره آنها بفهمید؟ به‌عنوان مثال سرگرمی‌ها، علایق، اولویت‌های آنها؟ یا اینکه دوستان جدید چگونه صحبت می‌کنند، درباره چه چیزهایی بیشتر حرف می‌زنند و چه چیزهایی آنها را هیجان‌زده می‌کند؟

برای آگاهی‌بخشی به مخاطبان نیز باید همین موارد را در خصوص برند خود نشان دهید. اگر می‌خواهید روی مخاطبان تأثیر بگذارید، باید برند را فراتر از شرکتی که صرفاً به فروش محصولات مشغول است، معرفی کنید. شما چه توصیفی از شخص خودتان دارید؟ برای معرفی برند خود به یک دوست جدید، از چه عباراتی استفاده می‌کنید؟

۲- اجتماعی‌سازی

همه انسان‌ها، صرف‌نظر از اینکه درون‌گرا یا برونگرا، آرام یا اهل معاشرت باشند، درهرحال از روابط و تماس‌های اجتماعی و وقت‌گذراندن با یکدیگر سود می‌برند. روابط اجتماعی، راهی برای اجتناب از انزوا و یادگرفتن دانستنی‌های جدید است. همین امر برای برند شما هم صادق است. اگر فقط در زمان فروش یا پشتیبانی خدمات، با مردم ارتباط برقرار کنید، شرکت شما چیزی بیشتر از یک کسب‌وکار باهدف مشخص (مثل درآمدزایی) نخواهد بود. شما به‌منظور بالا بردن آگاهی مردم از برند خود، باید اجتماعی باشید. پست‌هایی را که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنید، صرفاً به محصولات و خدمات خود محدود نکنید. با مخاطبان برند در تعامل باشید، به سوالات آنها پاسخ بدهید، زیر پست آنها کامنت بگذارید و محتوایی را که دوست دارند،

بازنشر کنید. حساب رسانه‌های اجتماعی برند را به شیوه‌ای مدیریت کنید که گویی می‌خواهید در صفحات شخصی خود، دوستان جدیدی بیابید؛ نه مثل کسب‌وکاری که فقط به‌دنبال پول درآوردن است. به یاد داشته باشید که بیش از ۵۰درصد از شهرت و اعتبار برند، از اجتماعی بودن در فضای آنلاین به دست می‌آید.

۳- یک روایت تعریف کنید

فرقی نمی‌کند که شما در حال بازاریابی محصولات خود هستید یا برند خود را پروموت می‌کنید. در هر دو حالت، داستان‌سرایی یک تاکتیک بازاریابی فوق‌العاده قدرتمند و مؤثر است. ساخت یک روایت پیرامون برند، به آن وجوه انسانی و عمق می‌بخشد. هنگامی که این روایت را به شیوه‌ای طبیعی با بازاریابی خود همراه می‌کنید، در کنار محصولات و خدمات، برند را نیز بازاریابی می‌کنید. اما روایت برند باید با چه محوریتی نوشته شود؟ هر چیزی، البته تا زمانی‌که داستان شما واقعیت دارد. به‌عنوان مثال داستان بنیان‌گذار، یا روایتی در مورد ایده اولین محصولی که کسب‌وکار شما تولید کرده است یا داستانی درباره اینکه کسب‌وکار کوچک شما، چگونه راه خود را در این دنیای بزرگ پیدا کرده است. مردم، عاشق شنیدن داستان‌های سایر مردم هستند. اصالت و معتبر بودن، فوق‌العاده تأثیرگذار است و می‌تواند به افزایش آگاهی از برند منجر شود.

۴- به اشتراک‌گذاری محتوا را تسهیل کنید

در هر صنعتی که کار می‌کنید، هر محصول یا خدمتی را که به مصرف‌کنندگان پیشنهاد می‌دهید و از هر استراتژی بازاریابی که استفاده می‌کنید؛ امکان به اشتراک‌گذاری محتوای خود را برای مخاطبان تسهیل کنید. منظور از محتوا، پست‌های وبلاگ، ویدئوها، پست‌های رسانه‌های اجتماعی، محتوای پرداختی یا صفحات محصول است.

بازاریابی دهان‌به‌دهان یا شخص به شخص، مؤثرترین راه برای اعتمادسازی و ایجاد آشنایی در میان مشتریان است. زمانی‌که یکی از دوستان یا اعضای خانواده، محصولی را به ما پیشنهاد می‌دهد، توجه ما به محصول و برند آن جلب می‌شود. از خدمات می‌پرسیم که آیا این برند، ارزش امتحان کردن را دارد؟ آیا ممکن است محصولات دیگر مردن‌دِ ما را هم داشته باشد؟ حساب‌های اجتماعی این برند چیست و در صفحات خود، از چه چیزهایی صحبت می‌کند؟ اگر امکان به اشتراک‌گذاری محتوا را تسهیل کنید، مصرف‌کنندگان با انتخاب دکمه Share، به‌راحتی آگاهی از برند شما را بالاتر می‌برند.

به یاد داشته باشید که تأثیرگذاری، کلید آگاهی از برند است. به همین دلیل ارتباط شما با مخاطبان، باید فراتر از کسب درآمد، یا درخواست مشارکت و وفاداری مشتری باشد. فرض کنید با فرد جدیدی ملاقات کرده‌اید و او یکی از موارد بالا را از شما درخواست می‌کند. احتمالاً می‌خندید و قرار ملاقات را عالم ترک می‌کنید. چنین درخواستی نه‌تنها یک رویکرد سطحی و بی‌ارزش در عالم دوستی به شمار می‌رود، بلکه تأثیرگذاری مثبتی نیز بر شما نخواهد داشت. همین امر برای ترویج نام برند در میان مخاطبان نیز صادق است.

راه‌های افزایش آگاهی از برند در میان مخاطبان بالقوه

در مرحله دوم، فرض می‌کنیم شما پایه‌های آگاهی از برند را براساس اصول صحیح، بنا نهاده‌اید. حالا چگونه می‌توانید این آگاهی را گسترش دهید؟ برای شروع می‌توانید کار خود را با ایده‌های کمپین زیر آغاز کنید:

۱- پیشنهاد فریميوم

فریميوم مدل کسب‌وکاری است که محصول پایه خود را به‌صورت رایگان عرضه می‌کند و فقط برای محصولات پریميوم و همچنین مشتریان سازمانی، شرکت‌هایی نظیر ترلو و هاب‌اسپات از آن استفاده می‌کنند. مدل Freemium به مشتریان اجازه می‌دهد تجربه محصول و برند شما را پیش از خرید نهایی، درک کنند. فرصتی که در زبان محاوره‌ای «قبل از خرید امتحان کنید» نامیده می‌شود، به لحاظ فنی می‌تواند ماندگار و همیشگی شود (برخلاف دوره‌های آزمایشی رایگان، که انتخاب برخی دیگر از شرکت‌ها است).

معمولاً در مدل فریميوم، ونامرکز برند روی تمامی قسمت‌های قابل‌مشاهده محصول یا سرویس دیده می‌شود. به همین دلیل فریميوم یک وضعیت برد-برد ایجاد می‌کند: مصرف‌کننده محصول را رایگان دریافت می‌کند و هنگامی‌که از آن استفاده می‌کند، نوعی تبلیغات رایگان را برای برند انجام می‌دهد.

بسته به نوع کسب‌وکار شما، ممکن است فریميوم بهترین راه افزایش آگاهی

از برند بین مخاطبان بالقوه باشد.

۲- تولید محتوای رایگان

این روزها تولید محتوا آسان‌تر از همیشه است. این موضوع اصلاً بد نیست زیرا مصرف‌کنندگان برای پیدا کردن پاسخ سوالات خود، به اینترنت مراجعه می‌کنند.

محتوا، راه جالبی برای افزایش نرخ آگاهی از برند شما محسوب می‌شود، زیرا ساده‌ترین راهکاری است که از طریق آن می‌توانید شخصیت برند خود را نمایش دهید، نظرات را به اشتراک بگذارید و ایده یا موضع خود در مورد مسائل مختلف بیان کنید.

لزومی ندارد که از محتوای متنی استفاده کنید. امروزه ویدئو، اینفوگرافیک و پادکست، نظر مخاطبان را بیشتر جلب می‌کنند (که در ادامه به آنها می‌پردازیم). البته محتوای متنی نظیر وبلاگ و راهنمای قابل دانلود، ساده‌ترین راه تولید محتوا به شمار می‌روند، اما مسلماً شما به انتخاب این گزینه‌ها محدود نیستید. از طرف دیگر، نباید به انتشار محتوا در وب‌سایت شرکت اکتفا کنید. پست‌های مهمان و محتوای حمایت‌شده (Sponsored Content) فرصتی را برای شما فراهم می‌آورد تا پیش روی مخاطبان جدید قرار بگیرید. اگر برند شما از تولید محتوا صرف‌نظر کند، فرصت فوق‌العاده‌ای را برای افزایش آگاهی‌بخشی به مخاطبان از دست می‌دهید.

۳- حمایت از رویدادها

اغلب رویدادها بدون حمایت مالی برندها، قابل برگزاری نیست. کافی است به رویدادهای مختلفی که در طول سال در آنها شرکت کرده‌اید فکر کنید تا صحت این ادعا را تایید کنید. اگر شما نیز یکی از حامیان این رویدادها باشید، برند خود را به هزاران نفر معرفی می‌کنید که بخشی از آنها، به مخاطبان هدف تبدیل می‌شوند. هنگامی که حامی یک رویداد هستید، نام برند شما همه‌جا دیده می‌شود: از بنرها و آگهی‌های تبلیغاتی تا بطری‌های آب. از طرف دیگر حمایت از یک رویداد به شما اجازه می‌دهد نام برند خود را به یک رویداد مطابق با شخصیت، علایق و ارزش‌های خود، متصل کنید، یعنی مصرف‌کنندگان از طریق رویداد فوق، با ویژگی‌ها و کاراکتر برند شما نیز آشنا می‌شوند.

۴- برای برند خود یک شخصیت طراحی کنید

وجهه انسانی‌بخشیدن به برند و داستان‌سرایی، اولین گام‌های شما برای شخصیت‌بخشیدن به برند هستند. در قدم بعدی باید این شخصیت را به تلاش‌های بازاریابی خود اضافه کنید. هنگامی که محصولات و خدماتی را همراه با شخصیت برند بازاریابی می‌کنید، هم‌زمان آگاهی از برند خود را نیز افزایش می‌دهید. البته توجه مشتریان به محصولات شما جلب می‌شود، اما از طریق تبلیغاتی که اجرا می‌کنید، شخصیت برند شما را نیز تجربه می‌کنند. در این استراتژی عالی، شما کمپین بازاریابی سنتی را با کمپین آگاهی از برند ترکیب می‌کنید. دو کمپین یادشده همیشه هم‌زمان و در تلفیق با یکدیگر نیستند، ولی همان‌طور که می‌بینید، گاهی ترکیب آنها بازدهی بسیار بالایی دارد.

۵- یک پادکست ارائه کنید

در طول چند سال اخیر، میلیون‌ها نفر در سراسر جهان شنیدن پادکست را آغاز کرده‌اند. شکی نیست که پادکست‌ها نقش مهمی در زندگی ما و البته در تلاش‌های بازاریابی ایفا می‌کنند. پیش‌ازاین تولید پادکست، مستلزم فرآیند پیچیده‌ای بود که به امکاناتی نظیر استودیو و میکروفن‌های حرفه‌ای نیاز داشت، اما حالا ساخت و انتشار پادکست، از همیشه آسان‌تر شده و نتیجه شگفت‌آوری برای تلاش‌های آگاهی‌بخشی در مورد برند به‌دنبال دارد، چرا؟ پادکست‌ها نیز مانند محتوای متنی یا بصری، راه معتبری برای ارتباط با مخاطبان فراهم می‌کنند. پادکست‌ها به‌جای تبلیغات شلوغ و پرسروصدا (که تصدیق کردیم راه مؤثری برای افزایش آگاهی از برند نیست)، امکان آموزش، اطلاع‌رسانی، سرگرم کردن و مشاوره دادن به مخاطبان را فراهم می‌کنند. اعتمادسازی نیز از همین طریق ایجاد می‌شود.

به یاد داشته باشید که ایجاد و افزایش آگاهی از برند، یک فرآیند بی‌پایان است. کمپین‌هایی که ذکر کردیم، به شما کمک می‌کند در برخی فرصت‌های بازاریابی و تبلیغات حضور داشته باشید که در غیر این صورت، هرگز روی آنها سرمایه‌گذاری نمی‌کردید. این کمپین‌ها، راه‌های جدید و قدرتمندی برای ارتباط با مخاطبان هستند.

منبع: ZOOMIT

مهاجرت معکوس و پیامدهای سیر پرشتاب آن

مشکلات اقتصادی و عدم توانایی در تامین مایحتاج زندگی باعث شده است تا مهاجرت معکوس از کلانشهرها به روستا روند رو به رشدی یابد، این پدیده به خودی خود خوب است اما در برخی موارد آسیبزا به نظر می‌رسد که باید برای آن برنامه‌ریزی کرد. به گزارش گروه اطلاع‌رسانی ایرنا، فرآیند شهرنشینی حاصل کنش‌های پیچیده عناصر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فناوری، جغرافیایی و ... است که در مراحل مختلف خود در طول زمان و بنابر مقتضیات محلی، در حال تولید الگوهای مختلف شهری در مناطق مختلف دنیا هستند.

مهاجرت و رشد شهرنشینی

شهرنشینی در ایران را باید پدیده‌ای پویا دانست به گونه‌ای که در چند دهه اخیر رشد بی‌سابقه‌ای را گذرانده است. برای نمونه در ۱۳۳۵ خورشیدی ۳۱درصد جمعیت ایران در شهرها زندگی می‌کردند که در ۱۳۳۹ خورشیدی این رقم به بیش از ۷۱درصد و در ۱۳۹۵ خورشیدی به ۷۴درصد رسید. در این سال قم با ۹۵٫۲درصد و تهران با ۹۳٫۹درصد بیشترین میزان شهرنشینی کشور را داشت‌اند و سیستان و بلوچستان با ۴۸٫۵درصد کمترین میزان شهرنشینی را داشته است، بنابراین مهمترین عوامل این پدیده را باید رشد و افزایش جمعیت کشور و نیز جریان مداوم مهاجرت از مناطق روستایی به مناطق شهری دانست. این رشد روزافزون شهرنشینی اگرچه در یک دوره‌ای مفید بود و باعث ورود نیروی کار به شهرها و توسعه آنجا شد، اما به مرور زمان این مهاجرت‌ها به صورت افسار گسیخته افزایش پیدا کردند و آسیب‌هایی در مبدأ و مقصد به بار آوردند که از مهمترین و چشمگیرترین آنها باید به حاشیه‌نشینی و معضل‌های همراه با آن مانند اعتیاد، بزهکاری و ... در مقصد و سالخوردگی و زنا نه‌شدن نیروی کار کشاورزی، تخلیه روستاها و ... در مبدأ اشاره کرد. اگر بخواهیم به علت این مهاجرت افسار گسیخته اشاره کنیم باید بگوییم که طی این سال‌ها نظام برنامه‌ریزی به دلیل تمرکزگرایی، بخش‌نگری و کم‌توجهی به توسعه متعادل کشور بر اساس ظرفیت‌های طبیعی و انسانی باعث شد تا تعدادی از شهرها هر روز پیشرفته‌تر شوند و تعدادی دیگر و به خصوص روستاها مورد توجه قرار نگیرند در چنین شرایط جمعیت آنجا ناگزیر به مهاجرت به شهرهای اطراف و در حال توسعه شدند که این روند مشکلات عدیده‌ای را به بار آورد.

مساله اصلی؛ مهاجرت از روستا به شهر

شرایط ایجادشده باعث شد تا مهمترین مساله برنامه‌ریزان کشور جلوگیری از این مهاجرت‌ها باشد زیرا جمعیت بیش از ۷۴درصد شهرنشینی امر مناسبی نیست که باید این رقم میان شهر و روستا متعادل شود. از طرفی دیگر تولیدات کشاورزی، اساس و پایه پیشرفت کشور هستند که این تولید نیز نتیجه تلاش روستاییان است و آبادانی شهرها به توسعه روستاها بستگی دارد. بنابراین برای جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها در لایحه برنامه پنجم توسعه ایران یک ماده به توسعه روستایی اختصاص پیدا کرد که به صورت مفصل در ۱۳بند به موضوع‌هایی مانند بهسازی روستاها، ارتقای شاخص‌های توسعه روستایی و حمایت مالی کشاورزان از طریق اعطای تسهیلات و همچنین گسترش بیمه اجتماعی روستاییان پرداخته شد. براساس این ماده دولت مکلف شد به منظور بهبود وضعیت روستاها در زمینه سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی راهبردی و نظارت و هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی، ارتقای سطح درآمد و کیفیت زندگی روستاییان و کشاورزان و کاهش نابرابری‌های موجود میان جامعه روستایی و عشایری و جامعه شهری حمایت لازم را از اقدام‌هایی که در این ماده ذکر شده به عمل آورد. همچنین مقرر شده است، شاخص‌های توسعه روستایی و ارائه خدمات نوین و تهیه برنامه اولویت‌بندی خدمات روستایی با توجه به شرایط منطقه‌ای و محلی ارتقا پیدا کند و دولت باید از گسترش کشاورزی صنعتی و صنایع روستایی با اولویت توسعه خوشه‌ها و زنجیره‌های صنعتی، کشاورزی کوچک و متوسط که بخش اعظم نهاده‌ها و عوامل تولید آن در جغرافیای روستایی وجود دارد و همچنین صنایع دستی و خدمات گردشگری و ایجاد و توسعه بازارهای محلی با اولویت مراکز دهستان‌های دارای قابلیت توسعه، حمایت کند. با توجه به همه این عوامل به نظر می‌آید که وضعیت مهاجرت همچنان به قوت خود باقی ماند تا اینکه در یک سال اخیر و با توجه به عوامل پیش آمده پدیده‌ای دیگر به نام «مهاجرت معکوس» شروع شد.

مهاجرت معکوس چیست؟

با توجه به مفهوم مهاجرت، بازگشت مجدد مهاجران به موطن اصلی خود برای زندگی به دلایل گوناگون، که مهمترین آنها توسعه زیرساخت‌ها و امکانات زیربنایی برای فعالیت‌های اقتصادی و رشد و پیشرفت فرهنگی و سیاسی در منطقه مهاجرفرست است، مهاجرت معکوس می‌گویند، بنابراین و با توجه به این تعریف مهاجرت معکوس را می‌توان پدیده‌ای خوب توصیف کرد، اما چه شرایطی پیش‌آمده که این مهاجرت در ایران به خصوص تهران آسیب‌زا به نظر می‌رسد و باید برای آن برنامه‌ریزی کرد.

مساله اصلی؛ مهاجرت از شهرها

اگرچه ما به دنبال مهاجرت از شهرها به ویژه تهران بوده‌ایم، اما چه اتفاقی افتاده که امروز آن را به عنوان مهمترین مساله آسیب‌زا توصیف می‌کنیم؟ اگر بخواهیم جواب آن را خیلی صریح داده باشیم باید به «اقتصاد» اشاره کنیم؛ یعنی طی سال‌های اخیر عوامل مختلف مانند تحریم‌ها، نوسان‌های نرخ ارز و مهمترین آن بالا رفتن قیمت مسکن باعث شده تا مردم به خصوص در تهران با وضعیت نامناسبی به لحاظ اقتصادی و تامین مایحتاج زندگی خود روبه‌رو شوند. به گونه‌ای که سهم هزینه تامین مسکن در سبد خانوار ایرانی افزایش قابل توجهی پیدا کرده است و طبقه متوسط و فرودست دیگر قادر به خرید و حتی اجاره مسکن در تهران نیستند. از این رو ناگزیر شده‌اند که به شهرهای اطراف مانند هشتگرد، محمدشهر کرج، اندیشه، پرد و ... کوچ کنند. همچنین برخی از افراد نیز نقدینگی خود را به شهرهای پدری در شهرستان‌ها برده‌اند که در برابر قیمت‌های روبه‌فرونی خانه در تهران از نرخ مناسب‌تری برخوردار است.

مهاجرت معکوس و آسیب‌های آن

حال که ما با پدیده مهاجرت معکوس روبه‌رو شده‌ایم باید ببینیم که این اتفاق چه آسیب‌هایی دارد؟ این مهاجرت آسیب‌های اجتماعی و روانی برای افراد خانوار به بار می‌آورد. نخستین آسیب را باید سرخوردگی فرد دانست. اگرچه تغییر محیط را می‌توان عاملی برای نشاط فرض کرد، اما اینگونه تغییر و در مواقعی از دست دادن شغل و دیگر امکانات باعث می‌شود تا فرد سرخورده شده و در مواقعی با مشکلات روحی و روانی روبه‌رو شود. توانایی در تامین هزینه‌های زندگی یکی دیگر از آسیب‌های مهاجرت معکوس است. اگرچه فرد مهاجرت کرده تا بتواند از عهده هزینه‌های زندگی خود بهتر بر آید، اما به دلیل اینکه مجبور می‌شود از شهرها و حومه‌های اطراف هر روز به تهران رفت و آمد کند که این خود افزایش هزینه‌های کرایه رفت و آمد را به دنبال دارد و عملاً از دستمزد پایان ماه فرد مبلغی برای دیگر هزینه‌های زندگی باقی نخواهد ماند. خستگی، تحمل ترافیک و دیگر مشکلات روحی و روانی نیز از دیگر آسیب‌های مهاجرت معکوس است؛ افرادی که به ناچار به اطراف مهاجرت کرده‌اند مجبور هستند که هر روز در رفت و آمد باشند و این رفت و آمدهای مکرر و طولانی‌مدت روزانه در این فاصله جغرافیایی، باعث خستگی، تحمل ترافیک و مشکلات روحی و روانی می‌شود که تاثیر مستقیم در بنیادهای خانواده فرد دارد.

راهکارها

با توجه به شرایط پیش آمده در زمینه مهاجرت و مهاجرت معکوس، برنامه‌ریزان کشور باید برای جلوگیری از آسیب‌های آن در حوزه‌های مختلف وارد عمل شوند. از این رو باید در مرحله نخست شرایطی ایجاد کنند که مردم راغب به مهاجرت از روستاها به شهرها و از شهرهای کوچک به کلانشهرها نباشند. از جمله این شرایط می‌توان به کاهش شکاف درآمدی روستا نسبت به شهر، توسعه زیرساخت‌ها و زیربنایهای اجتماعی و اقتصادی در مناطق مختلف، توسعه فناوری و دانش و علم در مناطق روستایی استان‌ها، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در مناطق مختلف، افزایش جاذبه در روستاها و کاستن کمبودهای آن، اشتغال پایدار و ... است. در صورتی که این شرایط مهیا شود دیگر نمی‌توان مهاجرت معکوس را آسیب‌زا دانست زیرا از یک طرف از این رشد روزافزون شهرنشینی و معضل‌های عدیده آن جلوگیری می‌شود و از طرفی دیگر جمعیتی که از شهرها مهاجرت معکوس دارند با فرصت‌های شغلی در محل زندگی خود روبه‌رو می‌شوند و عملاً رغبتی برای اشتغال در محلی دور از محل زندگی خود ندارند. این اتفاق نیز خود بسیاری از مشکلات در زمینه روحی، روانی و خانوادگی را حل می‌کند.

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۸ دی‌بهشت ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۰۷ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۰۸۸۹۵۳۴۱ – ۰۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۰۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۰۸۸۵۳۹۱۹

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

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

۱۰ کاری که رضایت و لذت از زندگی را بیشتر می کند

شیرین تر می شود و با انرژی بیشتری جلو می‌روید.

با افراد باتکنیزه و پرانرژی وقت بگذارید

معاشرت با افراد بی‌انگیزه و بی‌حوصله‌ای که مدام منفی‌بافی می‌کنند، نگرش‌تان را نسبت به زندگی تحت تأثیر قرار می‌دهد، اما اگر با افرادی وقت بگذرانید که وظایف‌شان را با انرژی و انگیزه دنبال می‌کنند، خودتان نیز همانند آنها احساس شور و هیجان خواهید کرد. پس اگر در انتخاب همکاران‌تان آزادی عمل دارید، حتما افرادی را انتخاب کنید که وظایف‌شان را با روحیه مثبت و شاد دنبال می‌کنند تا در نهایت بتوانید از کار با آنها لذت ببرید و چیزی به ارزش‌های‌تان اضافه شود.

از دیگران بازخورد بگیرید

از خانواده، همکاران، دوستان و تمام اطرافیان‌تان بخواهید نظرشان را در مورد شما بگویند. اگر بازخورد منفی اما سازنده‌ای دریافت کردید، سعی کنید از آن برای بهبود زندگی‌تان کمک بگیرید. اگر هم بازخوردهای مثبت گرفتید، لذت ببرید و قدردان باشید.

به خودتان استراحت دهید

گاهی احساس خستگی زیادی می‌کنید، به طوری که تمام انرژی بدن‌تان تحلیل رفته است و به هیچ کاری رغبت ندارید. در این مواقع اگر امکان دارد، کمی به خودتان استراحت دهید و از روزمرگی فاصله بگیرید. برای مثال، به طبیعت‌گردی بروید، به زندگی‌تان بیندیشید و زیبایی‌های اطراف‌تان را ببینید، نقاشی بکشید، چیز جدیدی خلق کنید، خوش بگذرانید، استراحت کنید یا اصلا هیچ کاری انجام ندهید. بعد از اینکه دوره فراغت‌تان به پایان رسید، می‌بینید زندگی چقدر برای‌تان لذت‌بخش‌تر شده و نگرش مثبت‌تری نسبت به زندگی پیدا کرده‌اید.

به دیگران کمک کنید

تا جایی که ممکن است به دیگران کمک کنید. حتی یک کمک کوچک هم می‌تواند کارساز باشد و باری از روی دوش دیگری بردارد. به دنبال راه حلی باشید تا برای کسانی که دوست‌شان دارید کاری انجام دهید تا خوشحال شوند. خیلی خوب است که در اوقات فراغت‌تان در کارهای خیرخواهانه شرکت کنید. مطمئن باشید با کمک کردن به دیگران، زندگی لذت‌بخش‌تری خواهید داشت.

منبع: zenhabits/ucan

ورزش تنها به زیبایی ظاهری ختم نمی‌شود. ورزش کردن یک فعالیت شادایی‌آور است که باعث می‌شود علاوه بر احساس سلامتی و انرژی، دیدگاه مثبتی نسبت به زندگی پیدا کنید. اگر علاقه‌ای به ورزش کردن ندارید، هر روز ۱۰ دقیقه تمرینات ساده ورزشی انجام دهید تا از تأثیر آن بهره‌مند شوید و ببینید زندگی چقدر برای‌تان پرانرژی‌تر خواهد شد.

وجه مثبت هر چیزی را ببینید

هر اتفاقی که در زندگی‌تان رخ می‌دهد، یک جنبه مثبت دارد. اگر بتوانید همیشه وجه مثبت را ببینید، دیگر نارضایتی به سراغ‌تان نمی‌آید. آیا از اینکه اینترنت منزل‌تان قطع شده، ناراحت هستید؟ هیچ اشکالی ندارد، به جای وقت‌گذرانی در اینترنت می‌توانید با همسر و خانواده‌تان وقت بگذرانید و از بودن در کنار هم لذت ببرید. آیا دختر کوچک‌تان می‌خواهد اسباب بازی موردعلاقه‌اش را به زور از دست برادرش در بیاورد؟ خودتان را ناراحت نکنید، زیرا می‌توانید در این فرصت به فرزندتان یاد بدهید چطور اسباب‌بازی‌هایش را با برادرش قسمت کند.

قدر همدیگر را بدانید

برای بودن در کنار عزیزان‌تان وقت بگذارید تا لذت بیشتری از زندگی ببرید. برای مثال، با همدیگر کتاب بخوانید، فیلم ببینید، غذا بخورید، به پیاده‌روی بروید و هر کاری می‌توانید انجام دهید تا زندگی برای‌تان لذت‌بخش‌تر شود. مهم این است، قدر عزیزان‌تان را بدانید و برای در کنار هم بودن، از هیچ فرصتی دریغ نکنید. اگر مدت زیادی به سراغ والدین یا دوستان‌تان نرفته‌اید، همین حالا با آنها تماس بگیرید. اگر امروز فرصت دیدن‌شان را ندارید، لاقال یک پیام محبت‌آمیز برای‌شان ارسال کنید یا تلفن بزنید.

به دنبال علاقه‌مندی‌های‌تان بروید

آیا از جمله افرادی هستید که از دنبال‌کردن علایق‌تان واهمه دارید و مدام انجام این کارها را به تعویق می‌اندازید؟ آیا عاشق نویسندگی یا نوازندگی هستید اما جرأت قدم برداشتن در این مسیر را ندارید؟ مهم نیست به چه فعلییتی علاقه دارید، مهم این است همین حالا علایق‌تان را با انرژی دنبال کنید. اگر علایق خود را نمی‌شناسید، کمی وقت بگذارید و به علاقه‌مندی‌های‌تان پی ببرید. مطمئن باشید وقت گذاشتن برای این کار، ارزشش را دارد. اگر کار موردعلاقه‌تان را انجام دهید، زندگی به کام‌تان

آیا فکر می‌کنید هیچ چیزی در زندگی برای‌تان رضایت‌بخش

و جذاب نیست؟ شاید رؤیاهای‌تان به واقعیت رسیده‌اند اما از

تحقق آنها خوشحال نیستید. برخی افراد تصور می‌کنند اگر

در رشته و دانشگاه موردعلاقه‌شان تحصیل کنند، زندگی به

کام‌شان شیرین خواهد شد، اما وقتی به این هدف می‌رسند،

هیچ اشتیاق و هیجانی ندارند. با ما همراه باشید تا به شما

بگوییم چطور رضایت از زندگی را افزایش دهید.

چرا گاهی رضایت از زندگی به یک رویای دست‌نیافتنی تبدیل

می‌شود و دیگر دل‌مان نمی‌خواهد برای رسیدن به اهداف‌مان

تلاش کنیم؟ پاسخ دقیقی برای این سؤال وجود ندارد، اما

در ادامه مطلب راهایی را معرفی می‌کنیم که باعث افزایش

رضایت از زندگی می‌شوند تا بتوانید با انرژی و انگیزه بیشتری به

مسیرتان در زندگی ادامه دهید.

تغییرات جزئی در زندگی‌تان ایجاد کنید

با ایجاد تغییرات کوچک و مثبت به خودتان کمک می‌کنید

بیشتر از زندگی لذت ببرید. برای مثال، غذاهای سالم‌تر بخورید،

کمی ورزش کنید یا چند عادت ساده و مؤثر در خود ایجاد کنید

که حس و حال خوشایندی به شما می‌دهد. برای ایجاد این

تغییرات به کمی انگیزه نیاز دارید، البته نه انگیزه خیلی زیاد.

تنها باید دست بچینانید. همین که قدم اول را بردارید و حرکتی

از خود نشان دهید کافی است تا انرژی بگیرید. با این راهکار به

سرعت در مسیری قرار می‌گیرید که در هر قدمش یک تغییر

مثبت ایجاد می‌شود.

افکار منفی را از خود دور کنید

افکار منفی باعث می‌شود میزان رضایت‌مان از زندگی کمتر

شود. وقتی مدام در ذهن‌تان منفی‌بافی می‌کنید، نباید انتظار

لذت‌بردن از زندگی را داشته باشید. آیا قصد دارید به منفی‌بافی

ادامه دهید یا به زندگی عشق بورزید و از داشته‌های‌تان لذت

ببرید؟ در هر صورت انتخاب با خودتان است. باید کمی هوشیار

باشید و هر زمان افکار منفی به ذهن‌تان خطور کرد، این افکار را

رها کنید و به چیزهای مثبت بیندیشید.

ورزش کنید

خیلیی از افراد علاقه زیادی به ورزش‌کردن ندارند، اما نباید

تأثیرات فوق‌العاده فعالیت‌های جسمی را نادیده بگیرد. برخی

افراد با انگیزه تناسب‌اندام ورزش می‌کنند، در حالی که فواید