

رئیس جمهوری آمریکا بارها گفته است که فروش محصولات نفتی و فلزی ایران را به صفر می‌رساند، ولی حالا با همه این حاشیه‌ها و بازی‌های رسانه‌ای باید بگوییم که نقشه‌هایی که آمریکا بر روی کاغذ ترسیم می‌کند در عمل نتیجه عکسی داشته است.

گزارش انجمن جهانی فولاد (World Steel Association) نشان می‌دهد که تولید فولاد خام ایران در آوریل ۲۰۱۹ با رشد ۲۸درصدی ۲ میلیون و ۱۶۵ هزار تن رسید و باتوجه به اینکه چنین رقمی در مدت مشابه سال گذشته ۲ میلیون و ۱۰۶ هزار تن بود است. همچنین رشد تولید فولاد خام ایران در چهار ماه ابتدایی سال ۲۰۱۹ با افزایش ۵درصدی روبه‌رو شده است و طبق گزارش جدید انجمن جهانی فولاد تولید جهانی این فلز در مدت مورد بررسی با رشد ۴۸درصدی همراه شد.

اگر کمی به عقب باز گردیم، می‌بینیم که دونالد ترامپ رئیس جمهور آمریکا گفته بود که نه‌تنها فروش نفت ایران را به صفر می‌رساند بلکه تولیدات و فروش فولاد ایران را هم متوقف خواهد کرد و با استفاده...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران در اردیبهشت ۹۸

افزایش ۱۲درصدی قیمت خانه در یک سال

فرصت امروز: بانک مرکزی متوسط قیمت خرید و فروش یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی...

قیمت ارز در بازار تهران چگونه تعیین می‌شود؟

آغاز انتقال پایتخت ارزی به داخل کشور

بازار متشکل ارزی یکی از طرح‌های دوگانه جدید بانک مرکزی است که قرار است تا پایان خردادماه در نظام ارزی کشور اجرایی شود؛ طرحی که اگرچه هنوز جزئیات آن مشخص نیست، اما بازار ارز را تا حدودی تحت تأثیر قرار داده است. از اواسط هفته گذشته بازار ارز تحت تأثیر هیجان ناشی از سفر نخست وزیر ژاپن به ایران و همزمان دخالت گسترده بانک مرکزی در بازار ارز، روند کاهشی داشته است. دلار که در اوایل دو هفته اخیر تا مرز ۱۵ هزار تومان بالا رفت، اواخر هفته به کانال ۱۳ هزار تومان وارد شد. هرچند نمی‌توان هیجان خبرهای سیاسی را در بازار ارز نادیده گرفت، اما به نظر می‌رسد بانک مرکزی با برنامه منسجمی برای کنترل بازار ارز به میدان آمده است. اینکه طرح بازار متشکل پولی چه میزان موفقیت‌آمیز باشد...

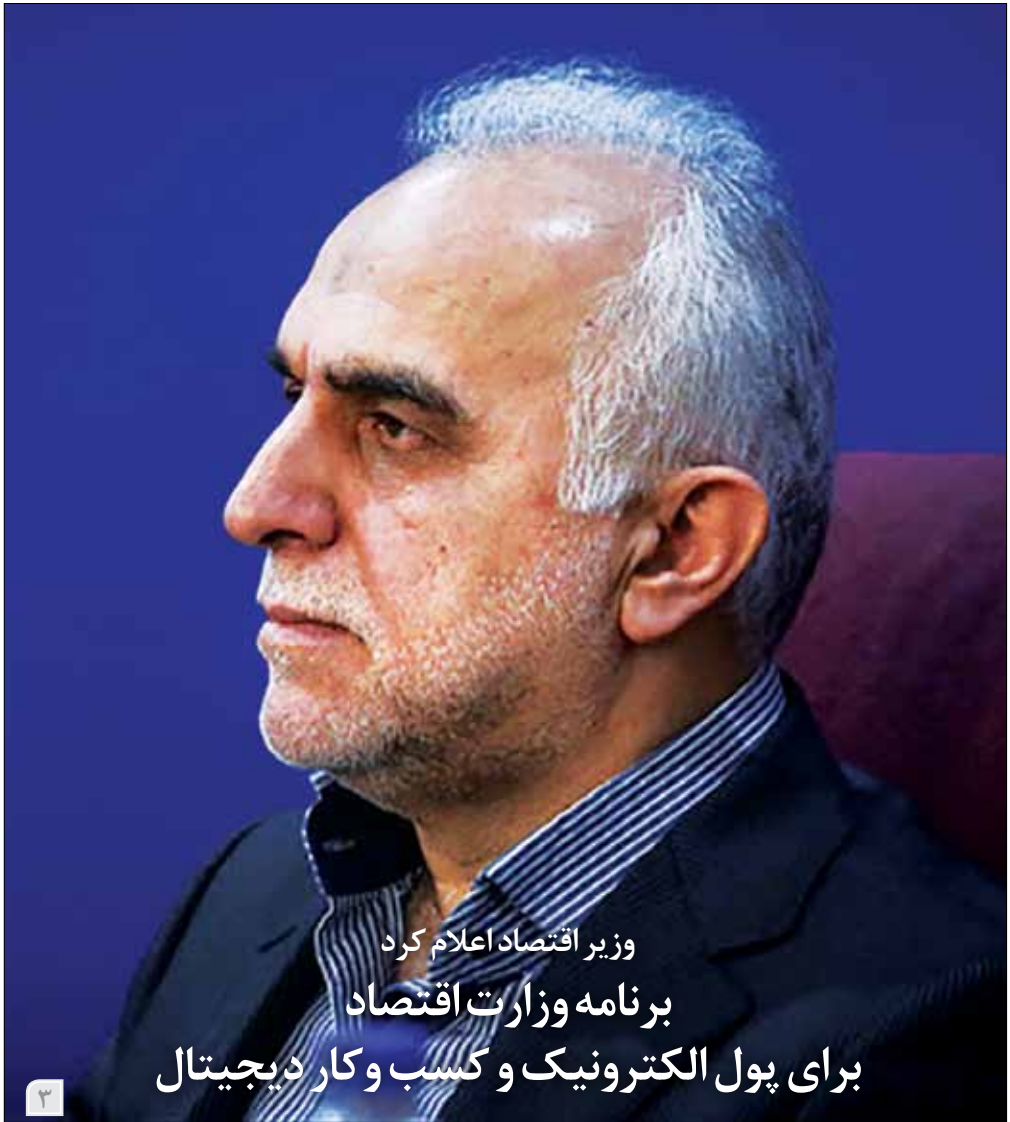
نرخ جدیدی وارد بازار ارز می‌شود؟

مدیریت و کسب‌وکار



رویداد ویژه تسلا در چین چیست؟

- همه چیز درباره استارت‌آپ‌های حوزه صنایع دستی
- موفقیت کاری بیشتر با تقویت روحیه اعضای شرکت
- هر آنچه در مورد بازاریابی رابطه‌ای باید بدانیم
- ۱۰ تکنیک بازاریابی واقعا تأثیر گذار در اینستاگرام
- دیجیتال‌برندینگ چیست؟
- دوره‌ای اولویت استراتژی برند یا استراتژی کسب و کار



وزیر اقتصاد اعلام کرد برنامه وزارت اقتصاد

برای پول الکترونیک و کسب وکار دیجیتال

راهپیمایی روز جهانی قدس با حضور پرشکوه مردم برگزار شد

نه بلند ملت ایران به معامله قرن

رئیس جمهوری اسلامی ایران در ادامه این پیام آورده است: «اقدام دولت آمریکا در اعلام بیت‌المقدس به عنوان پایتخت رژیم صهیونیستی، انتقال سفارت آمریکا به آن مکان و به رسمیت شناختن الحاق بلندی‌های جولان سوریه به سرزمین‌های اشغالی توسط رژیم صهیونیستی، از جمله دشمنی‌های آشکار علیه نه فقط فلسطین بلکه مجموعه جهان اسلام به شمار می‌رود که در تضاد آشکار با مبانی حقوق بین‌الملل و تمامی قطعنامه‌ها و تصمیمات سازمان همکاری‌های اسلامی، قرار دارد و آغازگر یک روند خطرناک علیه امت اسلامی است. جای تاسف است که این اقدامات با واکنش مناسب از سوی دولت‌های اسلامی مواجه نشد که اگر شده بود، آمریکا نمی‌توانست به راحتی طرح نابودی فلسطین را با عنوان ظاهرغریب «معامله قرن» مطرح کرده یا به جریان اندازد.»

روحانی نوشت: «معتقدم مسئولیت اسلامی، اخلاقی و حتی ملی کشورهای اسلامی ایجاب می‌نماید که در چنین شرایطی اختلافات درون خانواده جهان اسلام را کنار گذاشته و در صفی متحد و بنیانی مرسوم، در مقابل این توطئه شوم علیه ملت و کشور فلسطین و دنیای اسلام بایستیم. هر صدا و حرکتی که جهان اسلام را از این اولویت اصلی و فوری منحرف نماید در مسیر خدمت به رژیم صهیونیستی و دیگر دشمنان جهان اسلام و فلسطین عزیز، قرار گرفته است.»

رئیس‌جمهور در پایان پیامش آورد: «همزمان با روز قدس شریف، رهبران اسلامی را به چاره‌اندیشی فوری در قبال این تهدید بزرگ برای جهان اسلام دعوت می‌کنم و از همه دولت‌های عضو سازمان همکاری‌های اسلامی که دفاع همه جانبه از مسجدالاقصی و قدس شریف فلسفه وجودی تاسیس آن است، می‌خواهم از فرصت این اجلاس برای مقابله با توطئه خطرناک معامله قرن و دفاع از فلسطین بهره‌برداری نمایند و در جوار مکه مکرمه و قبله مسلمانان، اجازه ندهند اشغال قبله اول مسلمین توسط رژیم صهیونیستی به حاشیه رود و یا خدای نکرده حاکمیت آنها بر قدس شریف تثبیت شود. تلاش کنیم که «القبله الاولى هی الاولویه الاولى» باقی بماند. به عنوان رئیس جمهوری اسلامی ایران، آمادگی کامل کشورم را برای همراهی و همکاری با مجموعه خانواده جهان اسلام در مسیر این هدف مقدس اعلام می‌دارم.»

بازتاب راهپیمایی روز قدس در رسانه‌های غربی

اما راهپیمایی روز قدس مردم ایران، بازتاب گسترده‌ای در رسانه‌های غربی داشت. به گزارش ایسنا، شبکه المیادین با انتشار ویدئو و تصاویری در این باره نوشت: «مردم ایران به رغم فشارهای زیاد ۴۰سال است در راهپیمایی روز قدس شرکت می‌کنند و اقدامات آمریکا را محکوم می‌کنند.»

خبرگزاری رسمی سوریه (سانا) نیز در گزارشی نوشت: «به منظور حمایت از قضیه فلسطین و محکومیت جنایت‌های رژیم صهیونیستی میلیون‌ها ایرانی در مراسم راهپیمایی روز قدس شرکت کردند.»

همچنین شبکه عراقی السومریه در گزارشی نوشت: «راهپیمایی روز قدس با حضور گسترده مردم در تمام ایران برگزار شد.»

خبرگزاری آسوشیتدپرس نیز گزارش داد: «هزاران ایرانی در ۹۵۰ شهر و روستا در مراسم روز جهانی قدس شرکت کردند.»

همچنین خبرگزاری رویترز در تیترو مشابه گزارش داد: «ده‌ها هزار ایرانی در ۹۵۰ شهر در راهپیمایی روز جهانی قدس حضور یافتند.» این خبرگزاری در ادامه نوشت که مردم ایران در روز جهانی قدس با شعارهایی همانند «نه به معامله قرن» و «قدس پایتخت ابدی فلسطین است» قدم به خیابان‌ها گذاشتند.

روزنامه ینی شفق ترکیه نیز با پوشش راهپیمایی عظیم روز قدس در ایران نوشت: «ده‌ها هزار ایرانی روز جهانی قدس را در حالی برگزار کردند که به طرح آمریکا برای برقراری صلح در خاورمیانه موسوم به «طرح معامله قرن» دست رد زدند.»

دیگر رسانه‌های بین‌المللی همانند المنار، اسپوتنیک، لبنان ۲۴، الفجر، یورو نیوز و... نیز برگزاری راهپیمایی باشکوه روز قدس در ایران را بازتاب دادند.

همسویی دولت و مجلس برای ساماندهی بازار مسکن

چراغ سبز به مالیات مسکن

طبق بررسی‌های مجلس، کشور با کمبود ۴میلیون مسکن مواجه است و قرار شده دولت بسته‌ای را مبنی بر «برنامه تولید پایدار مسکن» به شکل کوتاه‌مدت و بلندمدت در حضور سران سه قوه رونمایی کند. به گزارش ایسنا، به دنبال جهش قیمت مسکن که به نابسامانی در این بازار منجر شد، بانک مسکن بسته‌ای را به منظور کمک به هر دو سوی عرضه و تقاضا ارائه داد. دولت نیز برنامه تولید و عرضه ۴۰۰ هزار واحد مسکونی تا سال ۱۴۰۰ را در دستور کار قرار داده است. با این حال گفته می‌شود با توجه به اینکه کشور سالیانه به حداقل یک میلیون واحد مسکونی نیاز دارد و هم‌اکنون با وجود ۲.۵ میلیون خانه خالی در کشور، هنوز با کسری ۴میلیون واحد مواجهیم، دولت بسته‌ای را در دستور کار دارد که قرار شده در جلسه با سران سه قوه آن را رونمایی کند. در همین حال، بانک مرکزی آخرین وضعیت قیمت و معاملات مسکن شهر تهران را اعلام کرد که مشخص شد رکود تورمی هنوز در بازار مسکن وجود دارد. مطابق گزارش بانک مرکزی در اردیبهشت ماه ۱۳۹۸ قیمت هر متر مربع مسکن شهر تهران را ۱۲ میلیون و ۶۷۰ هزار تومان رسیده که نسبت به ماه قبل ۲.۵درصد و نسبت به اردیبهشت پارسال ۱۱۲درصد افزایش را نشان می‌دهد. معاملات اما با کاهش ۴۶.۵درصدی نسبت به ماه مشابه سال قبل به ۱۲ هزار و ۱۰۰ مورد رسیده است. کارشناسان، مهمترین عوامل ایجاد جهش قیمتی در بازار مسکن را تأثیرپذیری از رشد قیمت ارز و همچنین کاهش ساخت و ساز به دلیل رکود شش ساله بازار مسکن می‌دانند. براساس پروانه‌های ساختمانی تخمین زده می‌شود که تولید در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به حدود ۳۰۰ هزار واحد رسیده که یک سوم تقاضای مطلق است و طبیعتاً در چنین شرایطی شاهد بهم خوردن توازن در بازار مسکن بودیم. رئیس کمیسیون عمران مجلس گفته است که براساس تحقیقات کمیسیون عمران طبق آمارهای رسمی کشور مشخص شد که کشور با کمبود ۴میلیون واحدی مسکن مواجه است.

با این وجود، انبوه‌سازان به دلیل فشار هزینه‌ها، مالیات، عرضه مسکن کاهش یافته و طبیعتاً هر بازده سرمایه، ریسک سرمایه‌گذاری در بازار مسکن را نمی‌پذیرند. فرشید پورحاجت، دبیر کانون انبوه‌سازان می‌گوید: از هشت جلسه اخیر که در شورای مسکن به ریاست وزیر راه و شهرسازی برگزار شده در هیچ یک از جلسات از انبوه‌سازان به عنوان تنها تشکل فعال در حوزه تولید مسکن دعوت به عمل نیامده است.

وی بیانی می‌کند: زنگ خطر برای گرانی مسکن به صدا درآمده اما می‌بینیم که اولویت بعضی از آقایان به موضوعات فرعی همچون بخشنامه خدمات مهندسی مربوط می‌شود. عرضه مسکن کاهش یافته و طبیعتاً هر کالایی دچار کمبود شود با افزایش قیمت مواجه می‌شود. ما هیچ برنامه‌ای برای این منظور ندیدیم و به عنوان بخش خصوصی از مجلس هم این گلایه را داریم که فرصت طلایی پنج شش ساله برای تقویت حوزه تولید مسکن از دست رفت. رئیس کمیسیون عمران مجلس اما ضمن ابراز خرسندی از برخورداری وزارت راه و شهرسازی به درک صحیحی از واقعیت وضعیت مسکن در کشور و برنامه‌ریزی برای رفع آن با حضور مهندس اسلامی گفته است: به رغم تمام مشغله‌های کاری در وزارت عریض و طویل راه و شهرسازی هر دو هفته یکبار جلسه شورای عالی مسکن به ریاست وزیر راه و شهرسازی برگزار می‌شود و معاونت مسکن این وزارتخانه به صورت نرم‌افزاری و با جدیت به این حوزه ورود کرده است. محمدرضا رضایی کوچی با بیان اینکه «در سال‌های گذشته کاهش تولید مسکن از سالی ۸۰۰ هزار واحد به ۳۰۰ هزار واحد، موجب ایجاد یک نیاز انباشته شده است» تأکید کرد: این اتفاق منجر به افزایش قیمت‌ها شد و باید در نظر داشت که نمی‌توان در کوتاه مدت به این نیاز انباشته پاسخ داد. البته طبق طرح جامع مسکن، تولید سالیانه یک میلیون واحد مسکونی در کشور ضروری است اما برخی کارشناسان می‌گویند حتی در زمانی که تولید به میزان مناسب در کشور انجام شد بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ در زمان دولت‌های نهم و دهم قیمت مسکن زمین ۵۵۰۰ درصد و قیمت مسکن ۷۰۰درصد رشد داشت. این در حالی است که هم‌اکنون حدود ۲.۵ میلیون مسکن خالی و ۴.۷ میلیون مسکن نیمه خالی در کشور وجود دارد، بنابراین ایراد کار را باید در جایی دیگر جست و جو کرد. وضع مالیات بر خانه‌های خالی به منظور جلوگیری از معاملات سفته‌بازانه، شاید کلید حل معمای عرضه و تقاضای مسکن باشد.

در روزهای اخیر وزیر راه و شهرسازی از حمایت وزارتخانه متبوعش با طرح مالیات بر عایدی سرمایه خبر داده و سازمان امور مالیاتی هم در حال بررسی این قانون است. همچنین طبق اعلام سرپرست سازمان امور مالیاتی، این سازمان هم‌اکنون در حال بررسی وضع مالیات بر عایدی مسکن در حوزه املاک، طلا، ارز و خودرو است. محمداقاسم پناهی البته گفته که با توجه به ساختار اجرایی کشور، فرهنگ اجتماعی و زیرساخت‌های اطلاعاتی می‌توان تصمیم گرفت که این مالیات قابلیت اجرایی پیدا کند. پناهی ابراز امیدواری کرد که به زودی لایحه مالیات بر عایدی سرمایه تدوین شود.

یکی از برنامه‌های دولت و مجلس، کمک به اقشار اجاره‌نشین است. در این زمینه معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی، طرحی را به منظور کنترل بازار اجاره بها ارائه کرده و گفته می‌شود به موجداتی که اجاره بهای پایین دریافت کنند مشوق‌های مالیاتی ارائه می‌شود. هرچند سلمان خادم المله، کارشناس اقتصاد مسکن، دخالت دولت در بازار اجاره و فروش مسکن را بی‌تأثیر می‌داند.



دستورالعمل جدید بانک مرکزی در بوته نقد بخش خصوصی

مشکل ارز با درصdbندی حل نمی‌شود

در سال ۹۷ و به دنبال افزایش نرخ ارز در بازار، دولت تصمیم گرفت با چند نرخي کردن ارزهای خارجی میان کالاهای اساسی و دیگر کالاها تفاوت ایجاد کرده و تأمین کالاهای مورد نیاز مردم را تسهیل کند. در همین حال، بانک مرکزی در جدیدترین دستورالعمل خود اعلام کرده صادرکنندگان باید ۵۰درصد از ارز حاصل از صادراتشان را به سامانه نیما و ۳۰درصد را به واردات اختصاص دهند.

این درحالی است که رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی ایران معتقد است مشکل بازار ارز با دستورالعمل جدید ارزی بانک مرکزی نیز حل نمی‌شود و به اعتقاد وی، باز گذاشتن دست صادرکنندگان بهترین گزینه است. مهدی پورقاضي در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: به نظر می‌رسد دستورالعمل جدید ارزی بانک مرکزی چندان قابل اجرا نیست زیرا با توجه به دشواری‌هایی که در مسیر بازگشت ارز به کشور وجود دارد، نمی‌توان انتظار داشت ۵۰درصد ارز در یک مدت کوتاه وارد سامانه نیما شود و تمام بخش‌های دستورالعمل اجرایی شود.

به گفته وی، وقتی بانک‌ها در فضای بین‌المللی با ما همکاری نمی‌کنند و سدهای فراوانی در مسیر بازگشت ارز به کشور وجود دارد، بهترین گزینه باز گذاشتن دست صادرکنندگان در بازگشت ارز و تأمین نیازهای کشور است. رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه دولت اگر اصرار به بازگشت نقدی ارز دارد باید مقدمات لازم برای آن را فراهم کند، توضیح داد: براساس تمامی آمارها عراق و افغانستان اصلی‌ترین مقاصد صادراتی ما هستند و با وجود درخواست‌هایی که وجود داشت، بانک مرکزی صرافی با مرکزی که بتواند مقدمات بازگشت ارز را فراهم کند، فعال نکرد و مشکلات در این حوزه ادامه داد.

پورقاضي با بیان اینکه نرخ ارز را نمی‌توان با زور و اجبار پایین نگه داشت، ادامه داد: در کنار آن نرخ‌هایی که در سامانه نیما وجود دارد نیز معمولاً واقعی نیست و نسبت به بازار پایین‌تر است، بنابراین نمی‌توان انتظار داشت صادرکننده مواد اولیه خود را با ارز آزاد بخرد و ارز خود را با نرخی پایین‌تر در نیما عرضه کند. نرخ ارز را نمی‌توان با زور و اجبار پایین نگه داشت.

وی درباره امکان استفاده از ۳۰درصد ارز حاصل از صادرات برای واردات نیز گفت: این مسئله نیز نمی‌تواند گره‌گشا باشد زیرا صادرکنندگان کالاهای صادراتی صنعتی مبلغی بیشتر از این ۳۰درصد را برای واردات مواد اولیه خود نیاز دارند. این عضو اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه مشکل ارز با درصdbندی حل نمی‌شود، خاطرنشان کرد: در شرایط فعلی باز گذاشتن دست صادرکنندگان بهترین گزینه خواهد بود زیرا آنها هم با واقعیت‌های اقتصادی و دشواری‌هایی بازگشت ارز آشنا هستند و هم می‌توانند در صورت نیاز واردات انجام دهند ولی با درصdbندی نمی‌توان مشکلات این بازار را حل کرد.

در سایه محدودیت صرافي‌های مجاز رخ داد

رونق بازار سیاه ارز

نوسان شدید نرخ ارز در سال گذشته و جولان دلالت در این بازار سبب شد که نهادهای ذی‌ربط محدودیت‌هایی را برای معاملات ارز اعمال کنند که از جمله آنها تعیین سقف برای فروش ارز به افراد حقیقی و مردم بود. این تصمیم اگرچه توانست جلوی برخی از سوءاستفاده‌ها را بگیرد و نوسان ارز را محدود کند، اما مشکلاتی را برای متقاضیان و افرادی که نیاز واقعی به ارز دارند ایجاد کرده است.

به گزارش ایرنا، از مشکلات دیگری که این تصمیم در پی داشته، رونق دادن به بازار سیاه ارز و افزایش شمار دلار و سایر ارزهای تقلبی در بازار است، زیرا متقاضیان زمانی که با د بسته صرافی‌های مجاز مواجه می‌شوند به سراغ بازار سیاه و غیررسمی می‌روند. در همین زمینه، رئیس هیات مؤسس کانون صرافان معتقد است: محدودیت‌های وضع شده برای فروش قانونی ارز به افراد حقیقی و مردم توسط صرافی‌های مجاز باعث شده است که افرادی که به هر دلیلی نیاز به خرید ارز دارند به سراغ بازار سیاه ارز و مراکز غیررسمی بروند. امیر سسمیعی با اشاره به محدودیت قانونی خرید ارز و وجود دلارهای تقلبی در بازار، گفت: متقاضیان باید از مورد نیاز را از صرافی‌های دارای مجوز خریداری کنند تا مشکلی رخ ندهد.

رئیس سابق کانون صرافان افزود: اما مشکلی که وجود دارد مربوط به محدودیت در میزان فروش و تعیین سقف سالانه فروش ارز به مشتریان حقیقی است. وی اظهار داشت: در شرایطی که هر شخصی می‌تواند فقط یک بار در سال و حداکثر ۲۲۰۰ دلار ارز از منبع رسمی و قانونی تهیه کند، وقتی به هر دلیلی نیاز به ارز اضافه‌تر داشته باشد، باید به بازار غیررسمی مراجعه کند که در آن بازار نیز انواع خطرات از جمله دلارهای تقلبی وجود دارد.

سسمیعی با بیان اینکه مقررات مربوط به خرید ارز شفاف نیست، گفت: محدودیت‌های وضع‌شده برای خرید ارز باعث شده است که خریداران ارز به سوی بازار سیاه که در آن احتمال فروش دلار و سایر ارزهای تقلبی وجود دارد سوق پیدا کنند.

رئیس هیات مؤسس کانون صرافان اظهار داشت: براساس مقررات، میزان خرید از توسط متقاضیان به میزان ۲۲۰۰ دلار برای یک بار در سال است، که این موضوع مشکلات زیادی را ایجاد می‌کند.

سسمیعی اضافه کرد: مثلا اگر فردی یک بار حدود ۳۰۰ دلار از یک صرافی مجاز، از خریداری کند برای بار دوم قادر به خرید نیست، زیرا وی یک بار (هرچند کمتر از سقف تعیین شده) اقدام به خرید کرده است. همچنین اگر فردی به خارج سفر کرد و سقف ۲۲۰۰ دلار تعیین‌شده را از صرافی‌های مجاز خریداری کند، در صورت نیاز به سفر دوباره به خارج از کشور، دیگر امکان خرید از صرافی‌های مجاز را نخواهد داشت، بنابراین ناخودآگاه به سوی بازار سیاه برای خرید ارز خواهد رفت.

رئیس هیات مؤسس کانون صرافان تصریح کرد: سخت‌گیری‌ها و ایجاد محدودیت‌ها به جز اینکه فضا را امنیتی کرده و رات و رشوه را بیشتر می‌کند، نتیجه جدی نخواهد داشت. بهترین راهکار در زمان بحران‌های اقتصادی، ایجاد شفافیت و همراه کردن مردم است، باید قیمت‌ها واقعی و واحد باشد و دولت نیز وظیفه نظارتی خود را انجام دهد.

رئیس هیات مؤسس کانون صرافان با توصیه به خریداران ارز، گفت: متقاضیان باید از مورد نیاز را از صرافی‌های دارای مجوز خریداری کنند تا مشکلی رخ ندهد. اگرچه دلارهای تقلبی که در بازار مورد معامله قرار می‌گیرد بسیار اندک است اما باید خریداران ارز به آن توجه کنند.

به گفته سسمیعی، فروش ارزهای تقلبی، کفروی و سرقت پول مردم از جمله خطرات موجود در این بازار است. اگرچه تشخیص دلار واقعی از تقلبی کار خیلی سختی نیست، اما به هر حال یک کار تخصصی به شمار می‌رود که بهتر است توسط اهل خبره انجام شود.

قیمت ارز در بازار تهران چگونه تعیین می‌شود؟

آغاز انتقال پایتخت ارزی به داخل کشور



کنترل کنیم، بانک مرکزی نشان داده که به نرخ بازار احترام می‌گذارد. دلیلش هم عملکرد صرافی‌های بانکی است که با نوسان نرخ ارز خود را همراه می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که بانک مرکزی نرخ ارز بازار را به رسمیت شناخته است، بنابراین این نقد نامعقول است. واقعیت این است که در تابستان ۹۷ ورودی اسکناس دلار به ایران بسیار زیاد شد. انبارهای بزرگ ارزی شکل گرفته است و با این امکان بازار ارز به صورت انحصار کامل نخواهد بود. از سویی اگر بازار نقد تهران را پایه تسویه حوالجات قرار دهیم، مشکل حل می‌شود، اما اجرای کامل این طرح نیاز به شکل‌گیری بازار کاملا آزاد دارد که در آن مثلا وزارت اقتصاد یا قوه قضائیه برای این بازار قانون جدید وضع نکنند. در واقع، اصول اولیه تشکیل این بازار اعتماد است. تشکیل این بازار، آغاز یک راه است برای اینکه مراحل بازار ارز را به صورت کارا متناسب با نیاز صرافان و حاکمیت بازسازی کنیم.

بازار متشکل ارزی تجربه مشابه در سایر کشورها ندارد

او با طرح این موضوع که بازار متشکل ارزی تجربه مشابه در سایر کشورها ندارد، گفت: البته هیچ کشوری هم در دنیا وجود ندارد که نرخ ارز آن خارج از مرزهای جغرافیایی‌اش تعیین شود. این بازار نوعی buffer clearanc house محسوب می‌شود. البته ریسک‌هایی هم دارد.

به گفته شاکری، وقتی واریانس نرخ ارز کم شود، ثبات ایجاد می‌شود. اساسا وقتی نرخ ثبات پیدا می‌کند نوسان‌گیرها کلا از بازار بیرون می‌آیند. دلار خانگی هم بیرون می‌آید. چون وقتی بازار ثبات داشته باشد، دارنده دلار خانگی معادل ریالی این پول را در بانک نگهداری می‌کند که سود دریافت کند. از سویی اساسا همیشه خبرهای بد سیاسی مابه‌ازای فنی هم به دنبال دارد. اگر ما بتوانیم ما به ازای فنی را محدود کنیم، خبر سیاسی بد اثر چندانی در بازار نخواهد داشت. همچنین اگر بتوان کارایی مالی را بر کارایی اطلاعاتی مقدم کنیم، این بازار، بازار موفقی خواهد بود. نوسان‌گیری در بازار اطلاعاتی کارایی کمتر خواهد داشت. ضمن اینکه تا بازار عمده‌فروشی راهبر بازار خرده‌فروشی شود، زمان نیاز است. ممکن است گاهی بازار خرده‌فروشی از بازار عمده‌فروشی جلو بزند، این موضوع هم بلندمدت نخواهد بود. در بلندمدت ممکن است قیمت حتی کاهش هم بیابد.

او درباره اینکه آیا برای اجرای این طرح نیاز به ذخیره ارزی بالایی وجود دارد، بیان کرد: در حال حاضر ذخیره دارایی ارزی بانک مرکزی نسبت به اهدافش کافی است. بله، اگر بنا باشد که فقط ارز بفروشید، دریایی هم اسکناس داشته باشید، کافی نیست. چنانچه در گذشته این اتفاق افتاد، اما الان بانک مرکزی هر هفته در نرخ درهم مداخله می‌کند. این نشان از قدرت بانک مرکزی در بازار ارز است. آینده را بیش از آنکه کنش‌های طرف مقابل بسازد، واکنش‌های ما می‌سازد. این ما هستیم که تعیین می‌کنیم آینده چیست. به شرط آنکه صبور باشیم.

شاکری در پایان، در پاسخ به این مسئله که آیا نصب دستگاه‌های پوز در خارج از کشور که ریال را تبدیل به دلار می‌کنند و اخیرا باب شده، موجب خروج سرمایه از کشور نمی‌شود، گفت: بزرگترین نیاز به ارز، از مسافری است. نیاز به ارز مسافری باعث شد که نرخ ۴۲۰۰ تاکارآمد باشد. حتما باید راهی برای ارز مسافری پیدا کرد زیرا بستن پوز می‌تواند اثرات رکودی داشته باشد. به این دلیل که سرعت گردش پول را پایین می‌آورد. برای حل مشکل ارز مسافری، می‌توان کارت ارزی برای این کار صادر کرد. مقصد سفرهای خارجی ایرانی‌ها پنج کشور بیشتر نیست و در همه این کشورها ما بستانکاری ارزی داریم. اگر این بستانکاری را در غالب دبیت کارت در اختیار مسافران قرار دهیم، هر دو طرف راضی است. سازوکار آن هم راحت‌تر است. هم بانک مرکزی می‌داند دقیقا چه استفاده‌ای از کارت می‌شود و هم کشور مقصد مشکلات تحریم از این بابت ندارد.

به گفته شاکری، شما با دلار می‌توانید همه جا خرید کنید، اما با یورو با فاصله نمی‌توانید همه جا خرید انجام بدهید. ضمن اینکه هیچ ساختار پرداخت دلاری نمی‌توانید پیدا کنید که بانک محور باشد. چون بانک‌ها ریسک نقدشوندگی دارند، به همین دلیل باید به دلار یا سیستمی که با دلار کار می‌کند، وصل باشند. از آنجا که بازار زیادی همزمان دخالت‌گسترده بانک مرکزی در بازار ارز، روند کاهشی داشته نقش را تا همین چند وقت اخیر ایفا کرد و ما از درپچه درهم به دلار وصل می‌شدیم. این فرآیند که مرکز ارزی کشوری خارج از آن باشد و در جایی که هیچ حضور امنیتی در آن وجود نداشته باشد، بسیار دردناک است.

وقتی پایتخت سیاست پولی خارج از کشور است

این اقتصاددان اضافه کرد: از آنجا که سیستم اقتصادی ایران به گونه‌ای است که نفت می‌فروشد و دلار حاصل از آن به حساب بانک مرکزی می‌نشیند بانک مرکزی باید دلار را به ریال تبدیل و آن را بفروشد در غیراین صورت تورم سرسام‌آور خواهد بود. وقتی پایتخت سیاست پولی کشوری خارج از کشور باشد، لاجرم سیاست‌های مالی هم به خارج از آن کشور منتقل می‌شود و این موضوع بسیار دردناکی است. بانک مرکزی سال‌ها با این موضوع مشکلی نداشته است، چون بانک ملی ایران شعبه فعالی در دویی بود. این بازار عمیق و کارا، بعد از معامله روزانه همواره یک باقیمانده داشته که نرخ را نگه می‌داشت. یعنی با عدد بسیار کمتری نسبت به تهران نرخ در محدوده قیمتی ثابت باقی می‌ماند.

به گفته شاکری، مکانیزم مداخله بانک مرکزی در درهم امارات از نیمه ۹۶ تا اوایل ۹۷ تعطیل بود. امروز وضعیت ما در دویی نسبت به یکسال پیش بسیار بهتر شده است. از ۲۰ فروردین ۹۷ تا دی ۹۷ پیش‌رانی نرخ ارز به سوی بازار نقد بود. در این شرایط بازار راه خود را می‌رفت. وقتی بانک به بازی آمد توانست نرخ تهران را کنترل کند. او ادامه داد: طرح آمریکایی از فروردین ۹۸ به صورت بسیار عریان شروع شد. یعنی فشار بسیار شدید روی نرخ درهم در امارات آوردند. این فشار امنیت، اطلاعاتی و مالی سبب شد تا برابری درهم امارات با ریال ایران بهم بخورد. این فشار بسیار تلخ بود. بانک مرکزی با این دستورالعمل که درهم با دلار قابل معاوضه است، شرایطی برای کسانی که در امارات درهم داشتند، جذاب کرد. در نتیجه به صورت ناگهانی توان مداخله بانک مرکزی را بیش از گذشته شد. با این حال این فشار گذشته هنوز ادامه دارد. اگرچه امروز سهم دویی در اسکناس و حواله در بازار تهران کم شده، اما این منطق که نرخ‌گذاری به شیوه قبل در بازار داخلی صورت بگیرد، باقی مانده است.

شاکری در پاسخ به این سوال که آیا اکنون شرایط برای بازار متشکل ارزی فراهم است، گفت: بازار متشکل ارزی اولین گام جدی برای تلاش بازآفرینی این زنجیره سه‌گانه یعنی نقد تهران، آتی فردایی و درهم دویی است.

پایتخت ارزی به داخل کشور منتقل می‌شود

وی با بیان اینکه با این طرح پایتخت ارزی با این بازار به داخل کشور منتقل می‌شود، افزود: البته این گام اول است. این اتفاق یک روزه یا کوتاهمدت انجام نمی‌شود. این بازار عمده به دو دلیل اصلی سبب می‌شود که نوسانات نرخ را در بازار کم کند. اول؛ کشف قیمتی که در بازار تهران انجام می‌شود با معاملات لفظی و کوچک قابل انجام است. اولاً چون معاملات عمده است و به صورت لفظی نیست تا حد زیادی واریانس نرخ را کم می‌کند. از سویی دیگر همه تلاش بانک مرکزی این است که این بازار کارا باشد. در واقع، این بازار در مرحله نخست باید نقش یک بازار نقدی کارا را تشکیل دهد. یعنی انتظار نداریم که در همان ابتدای کار نرخ پایین بیاید. هدف رفع تنش ارزی کوتاهمدت نیست.

به گفته این اقتصاددان، هدف بازار غیرمتشکل ارزی این نیست که نرخ ارز را کنترل کنیم بلکه هدف این است که نرخ ارز را قابل

یادداشت

اقتصاد ایران از پا نمی‌افتد

مه‌دی تقوی
استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی

رئیس‌جمهوری آمریکا بارها گفته است که فروش محصولات نفتی و فلزی ایران را به صفر می‌رساند، ولی حالا با همه این حاشیه‌ها و بازی‌های رسانه‌ای باید بگوییم که نقشه‌هایی که آمریکا بر روی کاغذ ترسیم می‌کند در عمل نتیجه عکسی داشته است.

گزارش انجمن جهانی فولاد (World Steel Association) نشان می‌دهد که تولید فولاد خام ایران در آوریل ۲۰۱۹ با رشد ۲۸درصدی به ۲ میلیون و ۱۶۵ هزار تن رسید و باتوجه به اینکه چنین رقمی در مدت مشابه سال گذشته ۲ میلیون و ۱۰۶ هزار تن بود است.

همچنین رشد تولید فولاد خام ایران در چهار ماه ابتدایی سال ۲۰۱۹ با افزایش ۶درصدی روبه‌رو شده است و طبق گزارش جدید انجمن جهانی فولاد تولید جهانی این فلز در مدت مورد بررسی با رشد ۴٫۸درصدی همراه شد.

اگر کمی به عقب باز گردیم، می‌بینیم که دونالد ترامپ رئیس جمهور آمریکا گفته بود که نه‌تنها فروش نفت ایران را به صفر می‌رساند بلکه تولیدات و فروش فولاد ایران را هم متوقف خواهد کرد و با استفاده از انزای به نام تحریم ایران را در گسترش این صنعت متوقف خواهد کرد، آنچه مشخص است دیگر باید همه نقشه‌های دونالد ترامپ را لو رفته بدانیم. مردی که هیچ چیز از سیاست نمی‌داند و تنها با تکیه بر اینکه فردی اقتصادی و رسانه‌ای است می‌خواهد جهان را با نظرات اشتباه خودش تغییر دهد.

اعمال فشارهای اقتصادی، تحریم‌ها و خصومت‌های قدیمی که در دوران ریاست جمهوری اوباما با همکاری اروپا رو به تمام شدن می‌رفت و در همین رابطه ما مشاهده کردیم که سران ایران و آمریکا پشت یک میز نشست‌اند و بر سر اختلافات گفت‌وگو می‌کنند با آمدن رئیس جمهور جمهوریخواه آمریکا همه موازنه‌ها تغییر کرد و حتی در این زمینه می‌بینیم که اروپا هم از خروج یک‌جانبه ترامپ از برجام حمایت نکرد.

تحریم‌های دور جدید آمریکا شاید فروش نفت ایران را با کاهش محسوسی روبه‌رو کرده است، ولی از سوی دیگر باعث شد تا حمایت‌ها از جمهوری اسلامی ایران هم بیشتر شود و در چنین وضعیتی می‌بینیم که کشورهایی مانند چین که از قدرت‌های اقتصادی جهان محسوب می‌شود به سمت ایران آمده حتی از خرید نفت از جمهوری اسلامی حمایت کرده است.

اگر ترامپ پیش از اینکه بخواهد فولاد ایران را تحریم کند، می‌دانست که مشتری‌های صنایع فلزات ایران در آسیای مرکزی و خاورمیانه در هر شرایطی مشتری ایران خواهند ماند، هیچ‌گاه به سمت تحریم فلزات ایران نمی‌رفت. نمی‌توان منکر آن شد که در شرایط کنونی اقتصاد ایران از تحریم‌ها لطمه جدی خورده است و تولیدات داخلی را به دلیل عدم واردات مواد اولیه به چالش جدی کشانده است، ولی فراموش نکنید که رئیس جمهوری آمریکا بارها گفته است که فروش محصولات نفتی و فلزی ایران را به صفر می‌رساند، ولی حالا با همه این حاشیه‌ها و بازی‌های رسانه‌ای باید بگوییم که نقشه‌هایی که آمریکا بر روی کاغذ ترسیم می‌کند در عمل نتیجه عکسی داشته است.

فراموش نکنید که ایران در همه این سال‌ها که در شرایط تحریم بوده توانسته زیرساخت‌های صنعت فولاد خود را گسترده‌تر کند و حالا در وضعیتی که همه منتظرند ایران از مواضع خود عقبگرد کند، سازمان‌های جهانی اعلام می‌کنند که تولیدات صنعت فولاد ایران نسبت به سال گذشته افزایشی شش برابری داشته است.

در پی برداشت یک میلیارد دلار از صندوق توسعه ملی

اشتغال‌زایی با توزیع پول به نتیجه می‌رسد؟

برنامه ششم توسعه دولت را مکلف کرده است تا پایان سال ۱۴۰۰ نرخ بیکاری کل کشور را به ۸ درصد برساند. با این حال، آمار منتشرشده از روند اشتغال، حاکی از ناکامی دولت در کاهش نرخ بیکاری است. آخرین آمارهای مرکز آمار ایران نشان می‌دهد نرخ مشارکت اقتصادی در ایران از سال ۹۳ وارد روند صعودی پرقدرت شده و از ۲۷٫۲درصد به ۴۰٫۵رسیده است. در این سال نرخ بیکاری کل کشور ۱۰٫۶درصد بود و تحت تأثیر همین افزایش نرخ مشارکت اقتصادی وارد روند صعودی شد تا اینکه عاقبت در سال ۹۷ به ۱۲درصد رسید.

در تازه‌ترین تصمیم دولت برای اشتغال‌زایی، هفته گذشته معاون اول رئیس‌جمهور در جریان بازدید از نمایشگاه عرضه محصولات طرح‌های اشتغال کمینته امداد، از موافقت رهبری با برداشت یک میلیارد دلار اعتبار از صندوق توسعه ارزی برای تثبیت و ایجاد اشتغال جدید خبر داد. پیش از این، محمد شریعتمداری وزیر کار هم از اختصاص ۲۵هزارمیلیارد تومان منابع مالی برای ایجاد یک میلیون و ۹۰ هزار شغل در سال ۹۸ خبر داده بود.

در همین زمینه، بیژن عبدی درباره این سوال که آیا اشتغال‌زایی با توزیع پول به نتیجه می‌رسد؟ گفت: اول‌ازهمه باید مشخص شود که آیا مشکل اشتغال در کشور به تخصیص منابع مالی اعم از ریالی یا دلاری برمی‌گردد یا اینکه فرایند تولید دچار مشکل است؟

او در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایران خاطرنشان کرد: ساختار اشتغال در کشور نشان می‌دهد که چالش‌های اساسی در زیرساخت‌های اشتغال به‌خصوص در حوزه‌های نرم‌افزاری، نیروی انسانی، فرآیندهای اداری و …وجود دارد که تا زمانی که این امور شفاف و تسهیل نشوند، هر چقدر هم که منابع مالی به ایجاد شغل جدید اختصاص داده شود، خروجی کار آن چیزی نخواهد بود که از اول پیش‌بینی شده است.

عبدی تصریح کرد: ارزیابی‌های سال گذشته نشان می‌دهد که مشکلی در تأمین منابع ارزی برای حوزه‌های مختلف وجود ندارد، اما آیا به همان میزان که منبع مالی اختصاص پیدا می‌کند، نتیجه همانی بوده که از ابتدا وعده داده شده است؟ آیا شفافیتی در روند تخصیص این منابع وجود دارد؟ تصمیم سال گذشته دولت مبنی بر تخصیص ارز ۴۲۰۰تومانی یکی از مهم‌ترین مصادیق این عدم شفافیت مالی است. قرار بود این ارز صرف کالاهای اساسی و کالاهایی شود که موجب رونق تولید می‌شود، اما آیا امروز واقعاً سیاست و تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی منجر به رونق تولید شده است؟

وی خاطرنشان کرد: از همان زمان که این سیاست اعلام شد، صاحب‌نظران و نمایندگان بخش خصوصی اعلام کردند فرآیند تخصیص ارز ترجیحی مشکل دارد و مسئولان اجرایی هم شکست این طرح را اعلام کرده‌اند. با این حال تاکنون اصلاحی اتفاق نیفتاده است.

عبدی با تأکید بر ظرفیت‌های تولید گفت: معمولاً برنامه‌هایی که بر روی کاغذ نوشته می‌شود، به همان صورت مکتوب هم باقی می‌مانند و ظرفیت اجرایی ندارند. از طرفی بسیاری از صنایع تولیدی با حداقل ظرفیت خود فعالیت می‌کنند که اگر تمرکز دولت و سیاست‌های اشتغال‌زایی بر احیای این واحدهای نیمه فعال تولیدی باشد؛ نتیجه بهتری عاید فضای کسب و کار کشور خواهد شد.

این اقدام به تنهایی از عهده وزارت راه و شهرسازی خارج است و باید چندین دستگاه تعامل لازم را داشته باشند.

نقش بر جسته بازار مسکن در بهبود وضعیت اقتصاد

همچنین رئیس کمیسیون عمران مجلس با اشاره به برنامه دولت برای کنترل اجاره بهای مسکن گفت: وزارت راه و شهرسازی به دنبال تعیین نرخ افزایش سالانه برای بخش اجاره مسکن است، یعنی آنکه قیمت اجاره براساس شاخص‌های مختلف از جمله میزان تورم به صورت سالانه افزایش یابد.

محمدرضا رضایی‌کوچی با بیان اینکه رویکرد جدید وزارت راه و شهرسازی نشان می‌دهد این وزارتخانه تمام عزم خود را برای ساماندهی بازار مسکن، جزم کرده، گفت: متأسفانه در دهه اخیر روند تولید مسکن بسیار کاهش یافته و نتیجه این رویکرد، وضعیت بحرانی بازار مسکن در شرایط کنونی است به طوری که امروز به دلیل کمبود ملک برای فروش و اجاره، قیمت‌ها افزایش یافت.

به گفته وی، کمیسیون عمران مجلس و وزارت راه و شهرسازی در تلاشند تا با برنامه‌ریزی دقیق و همکاری با شهرداری‌ها، وزارت کشور و دستگاه‌های اجرایی زمینه را برای تولید انبوه مسکن فراهم کنند.

رضایی‌کوچی با اشاره به نقش برجسته بازار مسکن در بهبود وضعیت اقتصادی کشور و رونق تولید، گفت: دولت به دنبال آن است که حوزه مسکن را از اولویت‌های دست چندم خارج کرده و به اولویت‌های اول کشور تبدیل کند.

این نماینده مجلس دهم ادامه داد: بازار مسکن نیازمند شفاف‌سازی در عرصه سیاست‌گذاری است و در این مسیر برای رونق بازار مسکن تمام دستگاه‌های دولت و وزارت راه و شهرسازی را کمک کنند.

رئیس کمیسیون عمران مجلس، از برنامه ویژه وزارت راه و شهرسازی برای کنترل میزان افزایش نرخ اجاره مسکن خبر داد و گفت: وزارتخانه به دنبال تعیین نرخ افزایش سالانه برای بخش اجاره مسکن است، یعنی آنکه قیمت اجاره براساس شاخص‌های مختلف از جمله میزان تورم به صورت سالانه افزایش یابد، به طور مثال وزارتخانه اعلام می‌کند که با توجه به تورم ۲۰درصدی، نرخ اجاره برای مدت یک سال تنها ۲۰درصد بالا می‌رود.

مبادله خانه، معاوضه کتاب، معاوضه لباس، به‌اشتراک‌گذاری پارکینگ مثال‌هایی از این دست هستند. هر چیزی که شما مالکیت آن را برعهده دارید، در ازای پرداخت مبلغی می‌تواند در اختیار دیگران قرار بگیرد. اقتصاد اشتراکی شامل اشتراک در تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات می‌شود.

ما اکنون در حال ترسیم نقشه راه اقتصاد هوشمند هستیم. از نظر من اقتصاد هوشمند شش پایه اصلی دارد:
۱- هویت دیجیتال
۲- سواد دیجیتال
۳- امنیت دیجیتال
۴- دسترسی دیجیتال
۵- دارایی دیجیتال
۶- قانون زیست و کسب وکار دیجیتال.

وزارت اقتصاد در دو حوزه دارایی دیجیتال (شامل هر گونه پول الکترونیکی، توکن و سایر دارایی‌های دیجیتال) و همچنین قانون زیست و کسب وکار دیجیتال باید نقش‌آفرینی کند. این پایه‌های شش‌گانه بر رفتار و تراکنش چهار بازیگر اقتصاد هوشمند موثرند:
۱- دولت هوشمند
۲- سازمان هوشمند
۳- انسان هوشمند
۴- اشپای هوشمند

این چهار بازیگر ۱۰ نوع رابطه با یکدیگر دارند: Tyg… وظیفه ما در وزارت اقتصاد، همکاری با دیگر دستگاه‌ها برای فراهم کردن زیرساخت‌ها و سپس تأثیر گذاری بر این روابط ده‌گانه است. بدیهی است که اقتصاد هوشمند در این دوره و این دولت به پایان نمی‌رسد، اما وظیفه من به عنوان وزیر اقتصاد آن است که این افق را باز کنم و فضا را برای تبدیل یک ابرفرصت به منفعت ملی فراهم کنم. در این راه دست همه نخبگان و مجریان و اندیشمندان را می‌فشارم.

گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران در اردیبهشت ۹۸

افزایش ۱۱۲درصدی قیمت خانه در یک‌سال



میلیون ریال بود که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱۲٫۵ و ۱۱۲٫۰درصدافزایش نشان می‌دهد. بیشترین رشد متوسط قیمت در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل به منطقه ۹ (معادل ۳۴درصد) و کمترین میزان رشد به منطقه ۱۹ (معادل ۸۴٫۵درصد) تعلق دارد.

در میان مناطق بیست‌ودوگانه شهرداری تهران، بیشترین متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله‌شده معادل ۲۶۰۲ میلیون ریال به منطقه ۱ و کمترین آن با ۵۹۰۱ میلیون ریال به منطقه ۱۸ تعلق داشته است. ارقام مزبور نسبت به ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱۰۷٫۴ و ۱۱۷٫۹درصدافزایش نشان می‌دهند.

تحولات بازار مسکن تهران در ۲ ماهه نخست سال

گزارش تحولات بازار مسکن شهر تهران برگرفته از آمارهای خام سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات کشور است که توسط اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی بانک مرکزی تهیه و منتشر شده است. طبق این گزارش، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در دوماهه نخست سال ۱۳۹۸ به حدود ۱۵۶ هزار واحد مسکونی بالغ گردید که در مقایسه با مدت مشابه سال پیش از آن، ۳۶درصدکاهش نشان می‌دهد. در این مدت متوسط قیمت یک مترمربع بنای واحد مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران ۱۱۹٫۷ میلیون ریال بوده است که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۱۰۸٫۱درصدافزایش نشان می‌دهد.

اخذ مالیات از خانه‌های خالی برای کنترل بازار مسکن

در همین حال، وزیر راه و شهرسازی، اخذ مالیات از خانه‌های خالی را راهی برای کنترل بازار مسکن خواند و از تلاش این وزارتخانه برای اتصال نظام مالیاتی کشور به سیستم معاملاتی املاک برای اخذ مالیات از خانه‌های خالی خبر داد.

به گزارش خانه ملت، محمد اسلامی با اشاره به اخذ مالیات از خانه‌های خالی، گفت: در تلاش هستیم نظام مالیاتی به سیستم معاملاتی املاک که دارای کد رهگیری است وصل شود تا از این طریق و همچنین اتصال کد رهگیری به سیستم مربوط به پایان کار شهرداری‌ها و ارزیابی عملکرد سیستم انرژی مربوط به خانه‌ها از طریق وزارت نیرو، بتوان معاملات خانه‌های خالی را رصد کرد. به گفته وزیر راه و شهرسازی، البته تحقق

فرصت امروز؛ بانک مرکزی متوسط قیمت خرید و فروش یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده در شهر تهران را در اردیبهشت ماه امسال ۱۲ میلیون و ۶۷۰ هزار تومان اعلام کرد که نسبت به ماه قبل ۱۲٫۵درصد و نسبت به اردیبهشت پارسال ۱۱۲درصدافزایش را نشان می‌دهد.

براساس گزارش بانک مرکزی، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در اردیبهشت امسال به ۱۲۰۱ هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۳۶٫۵درصدکاهش را نشان می‌دهد. همچنین بررسی توزیع تعداد واحدهای مسکونی معامله‌شده در شهر تهران به تفکیک عمر بنا نیز حاکی از آن است که واحدهای تا پنج متر مربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۱۲۶٫۷ میلیون ریال بوده است که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱۲٫۵ و ۱۱۲٫۰درصدافزایش را نشان می‌دهد. همچنین بررسی توزیع تعداد واحدهای مسکونی معامله‌شده در شهر تهران به تفکیک عمر بنا نیز حاکی از آن است که واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۴۱درصدبیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. در این ماه شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران و در کل مناطق شهری نسبت به ماه مشابه سال قبل به ترتیب معادل ۲۲٫۶ و ۱۹٫۷درصد رشد را نشان می‌دهد.

توزیع تعداد معاملات انجام‌شده بر حسب مناطق مختلف شهر تهران در اردیبهشت ماه ۹۸ نشان می‌دهد که از میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران، منطقه ۵ با سهم ۱۶٫۶درصدی از کل معاملات، بیشترین تعداد قراردادهای مبایعه‌نامه را به خود اختصاص داده است. همچنین مناطق ۲ و ۴ به ترتیب با سهم‌های ۹٫۶ و ۹٫۲درصدی در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

درمجموع ۷۲٫۸درصد از کل تعداد معاملات انجام‌شده در شهر تهران در اردیبهشت‌ماه امسال مربوط به ۱۰ منطقه شهر (به ترتیب بیشترین فراوانی شامل مناطق ۱۵،۱۷،۸،۱۰،۴،۵،۲) بوده و ۱۲ منطقه باقیمانده ۲۷٫۲درصد از کل تعداد معاملات را به خود اختصاص داده‌اند.

مسکن در کدام مناطق گران‌تر شد؟

در اردیبهشت‌ماه سال ۹۸، متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۱۲۶٫۷

وزیر اقتصاد، اقتصاد هوشمند را یکی از ستون‌های برنامه مدیریت وزارت اقتصاد دانست و معتقد است این وزارتخانه در دو حوزه دارایی دیجیتال و همچنین قانون زیست و کسب وکار دیجیتال باید نقش‌آفرینی کند.

فرهاد دژپسند در یادداشتی با اشاره به الزامات به کارگیری اقتصاد هوشمند در چارچوب اقتصاد ایران نوشت: در زمان تنظیم برنامه برای وزارت اقتصاد، اقتصاد هوشمند را یکی از ستون‌های برنامه خودم قرار دادم و اکنون آن را شخصاً راهبری و پیگیری می‌کنم، اما چرا؟ حاصل سال‌ها تحصیل و تدریس و مدیریت در عرصه اقتصاد من را به این جمع‌بندی رسانده است که ما باید به سمت اقتصاد هوشمند حرکت کنیم. ما عادت کرده‌ایم که از ابرچالش‌ها و ابرمسئله‌ها بگوییم، اما من ترجیح می‌دهم علاوه بر رسیدگی به مسائل و بحران‌ها و چالش، به ابرفرصت‌ها نیز بپردازم. بخشی از راه نجات اقتصاد ایران، اقتصاد هوشمند است. ما در ادبیات جهانی، اقتصاد دیجیتال را زیاد شنیده‌ایم، اما مهم‌ترین تفاوت اقتصاد هوشمند با اقتصاد دیجیتال آن است که اقتصاد دیجیتال بیشتر به زیرساخت‌های مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی تمرکز می‌کند اما اقتصاد هوشمند اقتصادی است که بازیگران (کنشگران)، فعالیت‌ها، تعاملات و معاملات خود را به‌بستر زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات انجام می‌دهند.

اقتصاد هوشمند نتیجه تکامل بخشی و ثمردهی اقتصاد دیجیتال است که در آن بازیگران بر پایه‌های اقتصاد دیجیتال، رفتار هوشمندانه از خود نشان می‌دهند. ابرفرصت اقتصاد هوشمند حاصل برهمکنش روندهای زیر است:

• ظهور اینترنت اشیا و اشیای هوشمند؛ تا پیش از این ما در جست‌وجوی انسان هوشمند، سازمان هوشمند و دولت هوشمند بوده‌ایم، اکنون به لطف پیشرفت‌های صورت گرفته، ما می‌توانیم اشیای هوشمند را به عنوان بازیگر چهارم به کنشگران اقتصاد اضافه کنیم. به عنوان مثال دیری نخواهد پاید که خود ماشین‌ها، با شرکت‌های بیمه مذاکره می‌کنند و بهترین بیمه‌نامه را خرید خواهند کرد و با اتصال به حساب بانکی، اقساط خرید بیمه را نیز پرداخت خواهند کرد.

• کلان داده‌ها: ۹۰درصد از داده‌های موجود در جهان نتیجه تولید روزانه

بانک نامه



نتایج نظرسنجی ملی بهارانه ایسپا نشان داد

میزان استفاده مردم از نرم‌افزارهای بانکی

نتایج یکی از نظرسنجی‌های مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) نشان می‌دهد ۲۸.۶درصد افراد بالای ۱۸ سال در کشور از نرم‌افزارهای بانک‌ها (موبایل بانک) استفاده می‌کنند.

به گزارش مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، در این نظرسنجی که در روزهای ۳۱ اردیبهشت و یکم خرداد به صورت تلفنی با جامعه آماری شهروندان کشور انجام شده است، ۲۸.۶درصد افراد بالای ۱۸ سال گفته‌اند از نرم‌افزارهای بانک‌ها استفاده می‌کنند. همچنین ۴۰.۴درصد شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی نیز گفته‌اند که از موبایل‌بانک‌ها استفاده نمی‌کنند. در عین حال،۲۰درصد شرکت‌کنندگان به این سوال پاسخ ندادند و ۳۰.۸درصد افراد شرکت‌کننده گفته‌اند که گوشی هوشمند ندارند.

با برنامه موبایلی بانکداری اجتماعی بانک پاسارگاد

تعاملات مالی میان افراد آسان می‌شود

بانک پاسارگاد جهت تسهیل تعاملات مالی میان افراد از طریق شماره تلفن‌همراه و با توجه به ضرورت حرکت در حوزه بانکداری اجتماعی (Social Banking) به منظور افزایش رضایتمندی مشتریان، اقدام به طراحی و توسعه محصولی جدید در حوزه بانکداری دیجیتال با عنوان «ویپاد» کرده است. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در این برنامه که در واقع نوعی شبکه اجتماعی محسوب می‌شود، انتقال و درخواست وجه به تمام مخاطبین تلفن‌همراه فرد که عضو شبکه اجتماعی مالی ویپاد هستند امکان‌پذیر است. در نرم‌افزار بانکداری اجتماعی ویپاد امکاناتی از قبیل پرداخت وجه بدون نیاز به مشخصات بانکی، امکان تقسیم دنگ بین دوستان، سرمایه‌گذاری جمعی، ایجاد گروه‌های خیریه، ارسال درخواست وجه گروهی فراهم شده است. همچنین انتقال وجه بین کارت‌های خود، ثبت‌نام کاربر و ساخت پروفایل شخصی (به همراه تصویر)، امکان خرید شارژ و پرداخت قبض و گزارش‌گیری از کلیه درخواست‌ها و واریزهای انجام‌شده شخصی یا گروهی از دیگر ویژگی‌های ویپاد است.

گفتنی است هم‌میهنان می‌توانند جهت دریافت برنامه موبایلی بانکداری اجتماعی بانک پاسارگاد (ویپاد) و کسب اطلاعات بیشتر درخصوص این برنامه، به وب‌سایت ویپاد به نشانی www.wepod.ir و یا سایت بانک پاسارگاد به نشانی www.bpi.ir مراجعه کنند.

همتی از مسیرهای جایگزین برای درآمدهای ارزی خبر داد

تامین ارز برای واردات به ۸.۳ میلیارد دلار

رسید

رئیس کل بانک مرکزی گفت آمریکا اعلام کرده است که حداکثر فشار را بر ایران وارد و تلاش کرده فروش نفت ایران را کاهش دهد، ولی ما مسیرها و روندهایی را برای دریافت درآمدهای‌مان پیدا کردیم که هیچ یک از این کارها نمی‌تواند بر آن اثرگذار باشد. عبدالناصر همتی با بیان اینکه تلاش‌های آمریکا و متحدانش برای به زانو درآوردن ایران بی‌نتیجه بوده است، گفت: آمریکا و متحدانش قرار بود سال گذشته ایران را به زانو درآورند که البته تمام تلاش‌های‌شان بی‌نتیجه بود و امسال شرایط بهتری داریم. محکم در این مسیر ایستاده‌ایم و خوشبختانه در شرایط فعلی ثبات اقتصادی نیز برقرار شده است. همتی درباره مهم‌ترین نشانه بی‌اثر بودن تلاش‌های آمریکا و متحدانش گفت: در روزی که به نام روز فلسطین و قدس نام‌گذاری شده و همگان بر علیه اسرائیل شعار می‌دهند، متحدان آمریکا و اسرائیل همه را در مکه مکرمه به دور هم جمع کرده‌اند و علیه ایران شعار می‌دهند. همه این موارد نشان از قدرت و استحکام ایران دارد و به یاری خدا آزادی قدس نیز محقق خواهد شد. وی با بیان اینکه رفتار فعلی آمریکا نشانه شکست تلاش‌های این کشور برای افزایش فشار بر ایران است، تصریح کرد: در حال حاضر آمریکا اعلام کرده است که حداکثر فشار را بر ایران وارد و تلاش کرده فروش نفت ایران را کاهش دهد، ولی ما مسیرها و روندهایی را برای دریافت درآمدهای‌مان پیدا کردیم که هیچ یک از این کارها نمی‌تواند بر آن اثرگذار باشد. همتی همچنین اعلام کرد: از ۸،۳ میلیارد دلار ارز تأمین‌شده در حدود دو ماه اول سال، بیش از ۳میلیارد دلار آن توسط صادرکنندگان تأمین شده است. از این مبلغ ۸۰۰ میلیون دلار آن واردات در مقابل صادرات بوده که در سیاست ارزی جدید بانک مرکزی مورد توجه قرار گرفته است. رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه میزان تأمین ارز در اوج فشارهای تحریمی آمریکا و تعطیلی عمده روزهای فروردین ماه، بسیار معنادار است، تأکید کرد: ارزهای تخصیصی برای واردات کالاهای اساسی، دارو و تجهیزات پزشکی، مواد اولیه کارخانجات و کالاهای ضروری دیگر بوده است. وی رشد ارز برگشتی صادرکنندگان را نتیجه سیاست‌های ارزی جدید بانک مرکزی و منطقی قلمداد شدن نرخ ارز سامانه نیما از نظر صادرکنندگان عنوان کرد.

بازار طلا و سکه در هفته‌ای که گذشت

کاهش ۵۵رصدی قیمت طلا و سکه

یک کارشناس بازار طلا و سکه با بیان اینکه کاهش ارزش طلا در بازارهای جهانی و افت دلار با کاهش داد و ستد و تقاضا در بازار همراه شده است، گفت در هفته گذشته ارزش طلا، انواع سکه و دلار به طور میانگین با کاهش ۵۵رصدی مواجه شده و قیمت‌های بی‌بقرای به ثبت رسیده است. محمد کشتی‌آرای در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با وضعیت بازار طلا و سکه در یک هفته گذشته گفت: در هفته گذشته قیمت انواع سکه و طلا به واسطه کاهش ارزش طلا در بازارهای جهانی و افت ارزش دلار در بازار داخلی روند نزولی به خود گرفت که در کنار آن کاهش داد و ستد و تقاضا به واسطه تعطیلی میانه هفته و ایام شهادت حضرت امیر نیز به ثبت رسید. به گفته وی، کاهش داد و ستد و تقاضا در بازار طلا در هفته گذشته به پایین‌ترین سطح خود رسید و بیشترین افت قیمت‌ها نیز در میانه هفته به ثبت رسیده است. اونس جهانی در یک هفته گذشته به طور میانگین با ۱۲ دلار کاهش مواجه شد و در انتهای هفته ارزش آن به ۱۲۷۶ دلار رسیده است و در کنار آن دلار آمریکا در بازار ایران از کانال ۱۴هزار تومانی به کانال ۱۳ هزار تومانی وارد شده است. کشتی‌آرای یادآور شد: به طور متوسط در هفته جاری ارزش سکه تمام، طلا و دلار با کاهش ۵۵رصدی مواجه شده و ارزش هر قطعه سکه تمام از ۴ میلیون و ۸۲۰ هزار تومان به ۴ میلیون و ۶۲۰ هزار تومان رسیده است. او با بیان اینکه در میانه هفته افت ارزش طلا و سکه حدود ۵۶درصد بوده است، گفت: کاهش تنش‌های سیاسی و مباحث مرتبط با مسائل بین‌المللی کاهش ارزش ارز را به دنبال داشت.

کارایی بازار متشکل ارزی در گفت‌وگو با فعالان اقتصادی

نرخ جدیدی وارد بازار ارز می‌شود؟



نرخ واقعی ارز را چطور می‌شود محاسبه کرد؟

پورفلاح در پاسخ به این پرسش که نرخ واقعی ارز را چطور می‌شود محاسبه کرد؟ می‌گوید: نرخ ارز به طور قطع ارتباط مستقیم با درآمدهای ارزی، تولید ناخالص داخلی، بهره‌وری و جایگاه کشور در فضای کسب‌وکار دارد. همچنین موضوع تحریم‌ها اثر دارد و اینکه ریسک سرمایه‌گذاری در چه رده‌ای است. نرخ ارز به پارامترهای بسیاری مرتبط است، ولی به طور مشخص برای ما بحث درآمدهای صادراتی به خصوص صادرات نفت و مواد پتروشیمی تأثیرگذاری بسیار بالاتری دارد. همچنین باید سوئیفت برقرار شود تا ما بتوانیم به بازارهای بین‌المللی وصل کنیم و در نهایت پولی از کانال‌های غیررسمی جابه‌جا نشود که ریسک خود را دارد و در نهایت قیمت‌ها را بالا می‌برد. وی می‌افزاید: بر این اساس، پارامترهای بسیاری در نرخ ارز موثر است؛ به خصوص تعامل بین‌المللی که هم خریدار برای ما ایجاد

می‌کند و هم خریدار ارز خود را به ما می‌دهد. به این ترتیب تولید ناخالص داخلی بالا می‌رود، اما الان که می‌بینید درآمدهای نفتی کم شده، تأثیر کاملاً مستقیم روی نرخ ارز گذاشته است. بعد هم اگر قرار باشد صنایع ما دوباره فعال شوند، تقاضا برای ارز بیشتر خواهد شد، ولی به دلیل اینکه تقاضا در بخش مولد پایین آمده، توانستند ارز را مدیریت کنند و نرخ آن را در حدود ۱۳، ۱۴ هزار تومان کنترل کنند. رئیس اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا تصریح می‌کند: امیدوارم با گشایش‌هایی که به نظر می‌آید در شرف انجام است، کم‌کم این دغدغه از بخش اقتصاد کشور برداشته شود. پورفلاح در پاسخ به این پرسش که شما عنوان کردید که باید نرخ ارز را به عرضه و تقاضا سپرد، آیا در شرایط کنونی که بازار ارز تحت تأثیر دلایی و سفته‌بازی است، نرخ ارز را به این بازار بسپاریم؟ می‌گوید: همین الان هم تصور نکنید نیست، ولی اگر فضای آزادسازی اقتصاد وجود داشته باشد و عرضه و تقاضا حاکم شود، بازار به تعادل می‌رسد. خیلی‌ها معتقدند وقتی نظارت‌ها و مسائل امنیتی و کنترل‌ها برداشته شود، به تدریج نرخ‌ها تعادلی‌تر می‌شود.

وی خاطرنشان می‌کند: ما از تجربه سایر کشورها باید استفاده کنیم. وقتی امروز در کره جنوبی اقتصاد بازار حاکم است، هرگز پیش نیامده مردم برای خرید ارز از شب در صف بمانند. به تدریج ممکن است یک شوک وارد شود، اما بعداً موضوع عادی می‌شود.

نرخ دلار کاهش نمی‌یابد

در این میان تحلیلگران اقتصادی معتقدند نباید از بازار متشکل ارزی انتظار کاهش نرخ ارز را داشت. به گفته مرتضی ایمانی‌راد، کارشناس اقتصادی، بازار متشکل ارزی برای کاهش و یا افزایش نرخ ارز نیست. اگر این بازار درست کار کند، قیمت دلار از طریق مبادلات تسویه صرافان کشف می‌شود و دیگر لازم نیست در بازار ایران قیمت ارز از هرات و یا دویی گرفته شود. به عبارت دیگر، هدف این است که قیمت دلار در این بازار کشف شود، نه در خارج کشور. بنابراین بازار متشکل ارزی موجب کاهش نرخ دلار نمی‌شود، مگر اینکه بانک مرکزی بخواهد نرخ را با تزریق پول در این بازار کاهش دهد.

وی تصریح می‌کند: این بازار ارتباطی به بازار نقد، بازار سنا و بازار نیما ندارد. فعالان ارزی در این بازار صرافان رسمی، بانک‌ها و بانک مرکزی است و سفته‌بازان و عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان ارز به جز سه عامل فوق نمی‌توانند وارد این بازار شوند. این بازار خود یک بازار متشکل و مستقل است و اگر درست کار کند، می‌تواند نرخ دلار را در اقتصاد داخلی تعیین کند، بنابراین اگر بانک مرکزی دخالت نکند، تشکیل این بازار لزوماً موجب کاهش نرخ دلار نمی‌شود.

اتاق بازرگانی بحث‌های زیادی داشتیم که وجود آن خطرناک خواهد بود. در واقع اتاق شیشه‌ای است که اگر به راحتی دسترسی به آن پیدا کنند، می‌توانند اطلاعات کسانی را که در همین شرایط به صورت مویرگی صادرات و واردات دارند و مسیرهایی که صادرکننده می‌تواند پول خود را برگرداند و مجدداً کالا تولید و خریداری کند، در بیاورند. رئیس اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا عنوان می‌کند: بازار متشکل ارزی نمی‌تواند نیازی که امروز از طریق سامانه نیما برای نگاهداران و بخش اقتصاد کشور تأمین می‌شود، پوشش دهد، بنابراین کاملاً استدلال درستی که سامانه نیما وجود داشته باشد. در شرایطی که ما فقط می‌توانیم دارو و موادغذایی وارد کنیم، آن بازار می‌تواند نافع باشد و برای سایر نیازمندی‌ها باید از مکانیزم‌های دیگری مثل نیما استفاده کنیم.

نرخ جدیدی برای دلار می‌آید؟

نکته‌ای که در این میان مطرح است، اینکه آیا نرخ دیگری به نرخ‌های دیگر ارز اضافه می‌شود؟ پورفلاح در این خصوص تصریح می‌کند: کاملاً درست است. در حقیقت یک نرخ دیگر به ارزهای‌مان اضافه می‌شود، ولی راه گریزی واقعاً نیست. در حال حاضر به دلیل اینکه بازار متشکل ارزی راه نیفتاده، ما با وجود اینکه نیازمندی‌های کالاهای اساسی را هم امیدوار نیستیم به راحتی و سریع از این طریق تأمین کنیم، نمی‌توانیم مکانیزم‌های دیگر را متوقف کنیم؛ به امید اینکه بازار متشکل ارزی بتواند تمام نیازمندی‌های ما را پوشش دهد.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا در پاسخ به این پرسش که به جای اینکه بازار متشکل ارزی راه بیفتد، نمی‌شد سامانه نیما را تقویت کرد؟ می‌گوید: می‌شد، ولی همان‌طور که گفتیم، صادرکنندگان خیلی دل خوشی از نیما نداشتند و بعد هم نگرانی خود را اعلام می‌کردند که این سامانه می‌تواند مثل اتاق شیشه‌ای باشد که اطلاعات جمع‌آوری شود و کسانی که نمی‌خواهند به این شکل فعلاً گشایشی در دادوستد انجام شود، می‌توانند به راحتی راه‌ها را ببندند و مویرگ‌ها را قطع کنند.

پورفلاح می‌افزاید: با وجود این توجیهی که ما داشتیم، به ما گفته شد که شما چه ضمانتی می‌دهید که اگر نیما را برداریم، نرخ دلار به صورت لحام گسیخته به سمت بالای ۲۰ هزار تومان نرود؟ واقعاً این دغدغه‌ای بود که دولت داشت و فعلاً به صورت کدرا و مریز عمل می‌کند. وی تصریح می‌کند: نظر ما این بود که ارز را به عرضه و تقاضا بسپاریم و صادرکننده بتواند واردکننده را پیدا کند یا واردکننده بتواند صادرکننده را پیدا کند و ارز با نرخ توافقی منتقل شود و جایی رصد نشود، ولی دولت به دلیل اینکه نگران است اگر این حداقل کنترل برداشته شود، عرضه و تقاضا به تدریج نرخ ارز را بالا می‌کشد و در نهایت تأثیر خود را روی قیمت‌های تمام‌شده و نیز نیازمندی‌های مردم می‌گذارد.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا متذکر می‌شود: در حال حاضر واقعاً هر تغییری در روش‌ها و سیستم‌ها رخ می‌دهد، تا جا بیفتد، خون‌ریزی‌های زیادی را در برخواهد داشت و مشکلات بسیاری را ایجاد می‌کند؛ به خصوص اینکه ما در جا انداختن یک سیستم کند هستیم. برخی مواقع می‌بینیم یک دستورالعملی در تهران به تعدادی از بانک‌ها دادند و اجرایی شده، ولی وقتی شما به یک شهر دیگر می‌روید، می‌گویند این دستورالعمل به ما نرسیده است. به نظر من یک سیستمی که به شکل ناقص راه افتاده را باید ادامه دهیم تا امیدوار باشیم به طور کلی این مشکل حل شود.

نوسان بازار ارز این روزها بالاست. یک هفته نرخ ارز تا مرز ۱۵ هزار تومان می‌رود و یک هفته هم تا مرز ۱۲ هزار تومان کاهشی می‌شود، البته مسیر رو به بالای ارز تقریباً از اواخر سال ۹۶ شروع شد و در اوایل سال ۹۷ در پی رشد عجیب و غریب قیمت‌ها، دولت یک نرخ ۴۲۰۰ تومان را برای ارز و واردات کالاهای اساسی و تأمین نیازهای اساسی تعیین کرد و پس از آن نیز سامانه نیما راه‌اندازی شد. با وجود اعمال این دو سیاست، اما فضای مبهمی در بازار ارز شکل گرفت؛ تا جایی که هیچ‌کدام از این سیاست‌ها نتوانست نوسان شدید را از بازار ارز بگیرد و حتی به دلیل ارز چند نرخي و فاصله قیمت دلار دولتی ۴۲۰۰ تومانی، ارز نیمایی ۸۰۰۰ تومانی و ارز بازار آزاد ۱۴ هزار تومانی، به فضای رانتي دامن زد.

به گزارش خبرآنلاین، حال دولت تصمیم دارد مختصات ارزی کشور را تغییر دهد و به منظور ساماندنهی و توسعه بازار نقدی و همچنین افزایش شفافیت معاملات و فعالیت بازرگان بازار، بازار متشکل ارزی را راه‌اندازی کرد. این بازار براساس مصوبات شورای عالی هماهنگی اقتصادی کشور و شورای پول و اعتبار تشکیل شد و شرکتی خصوصی و متشکل از کانون صرافان، کانون بانک‌های دولتی، کانون بانک‌های خصوصی و فرابورس و با نظارت بانک مرکزی است و مدل کلی این بازار به نحوی طراحی شده که در فزائ اول، معاملات نقدی ارز (اسکناس) راه‌اندازی و سایر روش‌های معاملات ارزی در مراحل بعد گسترش می‌یابد. البته در حال حاضر فعالیت‌های این بازار در مرحله پایلوت قرار دارد که پس از اتمام این مرحله فعالیت رسمی بازار آغاز می‌شود.

تا پیش از تشکیل بازار متشکل ارزی، فعالان اقتصادی معتقد بودند کارایی بازار متشکل ارزی منوط به حذف سامانه نیما و ارز ۴۲۰۰ تومانی است، اما رئیس کل بانک مرکزی گفته در حال حاضر سامانه نیما محور ثباتدل ارزی تجارت ارزی کشور است و به هیچ‌وجه حذف نمی‌شود. همتی درخصوص خبری مبنی بر حذف ارز نیمایی اعلام کرده است: حذف سامانه نیما از مبادلات ارزی به هیچ‌وجه صحت ندارد و حتی تأکید شده که صادرکنندگان ۵۰ تا ۶۰درصد ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه نیما عرضه کنند.

نیما و دلار ۴۲۰۰ تومانی باشد یا نباشد؟

در این شرایط، به اعتقاد برخی از فعالان اقتصادی و کارشناسان، کارایی بازار متشکل ارزی در ابهام است. محسن جلال‌پور، رئیس پیشین اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران چندی پیش عنوان کرده بود اگر ارز ۴۲۰۰ تومانی و ارز نیمایی برداشته شود و همه نرخ‌ها به بازار ارز بیایند، قیمت ارز رو به کاهش می‌رود، اما اگر اختلاف قیمت‌ها و رانت‌ها وجود داشته باشد، باز در بازار متشکل ارزی هم موفق نخواهیم بود.

اما احمد پورفلاح، عضو اتاق بازرگانی ایران و رئیس اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا در پاسخ به این پرسش که اگر بازار متشکل ارزی در شرایطی شکل بگیرد که سامانه نیما و نرخ ۴۲۰۰ تومانی دلار همچنان در اقتصاد ایران پایرجا باشند، آیا بازار متشکل کارایی خود را خواهد داشت؟ می‌گوید: بازار متشکل ارزی فقط دو بخش از نیازمندی‌های ما را پوشش می‌دهد و تا آنجا که مطرح بوده، بحث دارو و غذا بوده است و سایر نیازمندی‌های ما که از نظر گستردگی و تنوع خیلی هم کم نیستند، کماکان نیاز است نیما وجود داشته باشد.

وی می‌افزاید: خیلی از صنایع، معادن و بخش کشاورزی نیاز دارد که کماکان و حداقل ارز نیمایی را دریافت کنند. البته در رابطه با نیما در

نماگر بازار سهام

چند نماد در بورس متوقف است؟

در ماه‌های اخیر و بعد از اجرایی شدن دستورالعمل جدید توقف و بازگشایی نمادها، فعالان بازار سرمایه دیگر شاهد توقف بلندمدت نیستند؛ به طوری که از بین ۴۸ نمادی که در پایان آخرین روز معاملاتی این هفته متوقف بودند، به جز یک نماد که پروسه حقوقی آن در حال بررسی است، مابقی در حد چند روز یا چند ساعت متوقف مانده‌اند که علت توقف بیشتر آنها مواردی همچون برگزاری مجمع سالانه یا نوسان بیش از ۵۰درصد در ۱۵ روز کاری است.

به گزارش ایسنا، در لحظه بسته شدن معاملات بورس تهران در آخرین روز کاری هفته اخیر ۴۸ نماد معاملاتی به دلایل مختلف متوقف بودند که تاریخ توقف تمام نمادها به جز یکی به روزهای اخیر باز می‌گردد. به جز نماد کننورساز که موضوعات حقوقی آن از سال‌های گذشته ادامه دارد، مابقی نمادها که متوقف هستند تاریخ توقف‌شان به ماه‌های اردیبهشت و خرداد باز می‌گردد و در واقع در حد چند روز یا چند ساعت توقف مداوم را تجربه کرده‌اند.

تعدادی از این نمادها به دلیل دستورالعمل توقف و بازگشایی، در راستای تغییرات بیش از ۵۰درصد در ۱۵ روز متوالی متوقف شدند که پمپ‌سازی ایران، سامان گستر اصفهان، حمل و نقل پتروشیمی، رنگ‌سازی مشهد، فنرسازی زر، مهندسی نصیر ماشین، قند ثابت خراسان، شکر شاهرود، سایپا شیشه، آیسال، سرمافرین از جمله این نمادها هستند.

دلیل توقف تعدادی از نمادها برگزاری مجمع عمومی سالیانه‌شان است که از این موارد می‌توان به داروسازی جابر این حیان، داروسازی زهراوی، سبحان دارو، کنترل خوردگی تکین کو، سیمان خزر، سیمان صوفیان، همکاران سیستم، البرز دارو، مس شهید باهنر، فولاد خراسان، بیمه ما و لیزینگ ایران نام برد.

گفتنی است از زمانی که دستورالعمل توقف و بازگشایی نمادها در بازار سرمایه به روز شده، فعالان بازار سرمایه شاهد توقف‌های طولانی‌مدت نیستند و نمادهایی که متوقف می‌شوند طی چند ساعت و چند روز بازگشایی می‌شوند.

رشد ۹۳۰۸ واحدی شاخص بورس در هفته‌ای که گذشت

شاخص بورس در هفته‌ای که گذشت با ۹۳۰۸ واحدافزایش، معادل ۴.۲۳درصد رشد کرد. به گزارش تسنیم، در هفته‌ای که گذشت تعداد ۱۵۷۱۸ میلیون انواع اوراق بهادار به ارزش ۴۹۸۰۶ میلیارد ریال در بیش از یک میلیون و ۱۷۷ هزار دفته مورد معامله قرار گرفت. این درحالی است که در این مدت تعداد ۲۰۴ میلیون واحد از صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس تهران نیز به ارزش کل بیش از ۲۳۲۰ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت. این گزارش می‌افزاید: شاخص کل بورس نیز در پایان معاملات هفته منتهی به ۱۰خردادماه امسال با ۹۲۰۸ واحدافزایش معادل ۴.۳۳درصد رشد کرد و به رقم ۲۲۴۷۷ واحد رسید. شاخص بازار اول هم در این مدت با ۶۵۴۳ واحدافزایش به رقم ۱۶۷۶۸۶ واحد و شاخص بازار دوم با ۲۰۰۰ واحدافزایش به عدد ۴۳۰۶۴ واحد رسیدند که به این ترتیب شاخص بازار اول با ۴,۰۶درصد و شاخص بازار دوم با ۴,۸۱درصد افزایش همراه شدند.

جزییات واگذاری سهام دولتی ۱۸ بنگاه اقتصادی در بورس سهم دولت در ۳ بانک بزرگ عرضه می‌شود

سازمان خصوصی‌سازی جزییات عرضه سهام متعلق به دولت در ۱۸ شرکت حاضر در بازار سهام که شامل سه بانک و دو بیمه هم می‌شود را اعلام کرد. به گزارش سازمان خصوصی‌سازی، در نامه سازمان خصوصی‌سازی خطاب به علی صحرایی، مدیرعامل بورس اوراق بهادار تهران و امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس آمده است: در جلسه ۴ خردادماه ۹۸ هیات واگذاری، عرضه سهام متعلق به دولت در ۱۸شرکت بورسی و فرابورسی به شرح جدول ذیل این متن به تصویب رسیده است. در ادامه این نامه آمده است بر این اساس و با توجه به تکلیف سازمان خصوصی‌سازی مبنی بر واگذاری باقی مانده سهام دولت در این شرکت‌ها مقتضی است ضمن تهییدات لازم برای فراهم کردن مقدمات عرضه سهام، در صورت وجود هرگونه مشکل یا ملاحظه خاص، به قید فوریت به اطلاع سازمان خصوصی‌سازی برسد. بر همین اساس ۱۸.۲۲درصد سهام بانک صادرات ایران، ۱۷درصد سهام بانک ملت و ۱۷درصد سهام بانک تجارت قابل واگذاری است. همچنین ۱۱.۴۴درصد سهام بیمه اتکالی امین و ۱۷.۲۴درصد سهام بیمه البرز نیز در لیست واگذاری‌ها قرار دارد.

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

بورس در حال جبران عقب‌ماندگی‌هاست

بک کارشناس بازار سرمایه گفت با توجه به عملکرد مثبت برخی شرکت‌ها، بازار سرمایه همچنان جا برای رشد دارد و در حال جبران عقب‌ماندگی‌های خود است. محمد کفاش پنجه‌شاهی در گفت و گو با ایرنا، با بیان اینکه بازار سرمایه در چند وقت گذشته به دلیل وجود شایعات مربوط به جنگ در بازار منفی شده بود، افزود: بحث تنش‌های سیاسی در کشور منجر به ترس سهامداران و خروج آنها از بازار شد و نزول شاخص بورس را با خود به همراه داشت.

وی به کاهش تنش‌های سیاسی در بازار تاکید کرد و گفت: بازار سرمایه همیشه تحت تأثیر برخی از ریسک‌های سیاسی و اقتصادی قرار می‌گیرد که این موضوع به شدت بر روند معاملات تأثیرگذار است.

پنجه‌شاهی با تاکید بر اینکه کاهش تنش‌ها در بازار زمینه تقویت صف خرید در بازار را فراهم کرد، افزود: انتشار گزارش عملکرد شرکت‌ها و نزدیک شدن به فصل مجامع از جمله عواملی است که در کنار کاهش تنش‌ها زمینه رشد شاخص بورس و بهبود وضعیت معاملات در بازار سرمایه را فراهم کرد. به گفته این کارشناس بازار سرمایه، گزارش مثبت تولید و فروش برخی از شرکت‌ها مانند شرکت‌های کامودیتی و صادرات محور باعث اقبال بازار سرمایه شد. پنجه‌شاهی به دلار نیمایی که مبنای قیمت ارز برای بسیاری از صادرکنندگان بوده اشاره کرد و گفت: قیمت دلار نیمایی از چند وقت گذشته تا بیش از ۱۱ هزار تومان افزایش یافت که این موضوع منجر به افزایش سود ریالی شرکت‌های صادراتی شد.

این کارشناس بازار سرمایه گفت: معاملات از روز سه‌شنبه به سمت تعادل پیش رفت و صف خرید برای بسیاری از سهم‌ها ایجاد شد که همین امر زمینه رشد چند هزار واحدی شاخص بورس را فراهم کرد.

دستوری است، گفت: اگر بازار براساس ساز و کار درونی خود، خودش را تغذیه کند؛ به این ترتیب قیمت ارز براساس عرضه و تقاضا و نه دستور بانکی تعیین می‌شود.

او در مورد عملکرد بازار متشکل ارزی بیان کرد: بازار متشکل ارزی به صورت اسکناس بوده و مربوط به حواله نیست، چراکه حواله در حال حاضر در نیما عرضه می‌شود؛ مردم برای دریافت اسکناس در چارچوب مقررات ابلاغی بانک مرکزی به صرافی‌ها مراجعه می‌کنند و تا سقف ۲۰۰ دلار ارز دریافت می‌کنند. در واقع بازار متشکل برای معاملات صرافی‌ها یا یکدیگر، بانک‌ها با هم و یا صرافی‌ها با بانک‌ها و شرکت‌های عرضه‌کننده عمده ارز راهاندازی شده است.

بازار متشکل ارزی دست نرخ‌سازان را قطع می‌کند

بهباد خسروی، اقتصاددان و استاد دانشگاه نیز با اشاره به نقش مهم بازار متشکل ارزی در کوتاهی دست دلالان ارزی برای تعیین نرخ ارز در ایران گفت: بازار متشکل ارزی می‌تواند روش مناسبی برای بومی‌سازی نحوه تعیین قیمت ارز در بازار ارز باشد، اما باید روش و جزییات این بازار برای کارشناسان اقتصادی شرح داده شود.

به گفته وی، زمانی که کارشناسان بازار بتواند خلأهای موجود در این بازار را به مسئولان متذکر شوند، درصد موفقیت این بازار هم به مانند سایر بازارهای بورسی بیشتر خواهد بود. این بازار دست بازارسازان و دلالان ارزی را کوتاه خواهد کرد و نرخ ارز در ایران توسط خریداران ایرانی تعیین تکلیف می‌شود.

در نهایت به زبانی ساده مشخص می‌شود که سامانه نیما تنها در حوزه حواله ارزی فعالیت می‌کند. حواله ارزی عبارت است از نوعی دستور پرداخت که به موجب آن، یک بانک یا مؤسسه مالی به تقاضای مشتری یا دارنده یک حساب بانکی، به یکی از بانک‌های کارگزار خود در خارج از کشور، حواله‌ای را صادر می‌کند و از آن موسسه می‌خواهد مبلغ حواله را به ذی‌نفع آن، پرداخت کند. حواله‌های ارزی به دو گروه حواله‌های صادره و وارده تقسیم می‌شوند. امروزه حواله‌های ارزی از طریق شبکه جهانی سوئیفت انجام می‌شود. جهت ارسال ارز از طریق یک بانک به حساب فرد یا شرکت در بانک مقصد از حواله ارزی استفاده می‌شود.

بازار متشکل ارزی نرخ رسمی ارز در بازارها را تعیین می‌کند، عده از کارشناسان اقتصادی معتقدند که قطعاً تعیین نرخ در بازار متشکل ارزی بسیار در نرخ حوالجات ارزی موثر خواهد بود اما اینکه تا چه حد مشخص نیست، زیرا کاهش یا افزایش اسکناس ارزی راهی را برای نوسانات در حوالجات ارزی باز می‌کند بنابر این انتظار می‌رود بانک مرکزی با چنین صحیح و به موقع در بازار متشکل ارزی نرخ سامانه نیما و نرخ بازار متشکل ارزی به نحوی مدیریت کند که صادرکنندگان به فکر سود بیشتر در بازارهای آزاد نباشند و ارز مورد نیاز را به سامانه نیما تقدیم کنند.

دلیل کاهش قیمت اوراق تسهیلات مسکن چیست؟

هزینه وام مسکن برای متاهل‌ها و مجرد‌ها

با احتساب قیمت ۵۰ هزار تومانی هر ورق تسهیلات مسکن، زوج‌های پاینخت‌نشین برای دریافت وام ۱۰۰ میلیونی خرید خانه باید ۱۰ میلیون تومان هزینه کنند. مجردهای تهرانی نیز برای دریافت ۶۰ میلیون تومان اوراق مسکن باید ۶میلیون تومان بپردازند که در صورت تمایل برای دریافت وام ۲۰ میلیون تومانی جعاله، ۲ میلیون تومان به هزینه هر کدام اضافه می‌شود.

به گزارش ایسنا، در آخرین روز معاملات فرابورس ایران در هفته‌ای که گذشت، قیمت برخی از اوراق تسهیلات مسکن با کاهش مواجه شد؛ به طوری که برخی از تسه‌ها ۴۸هزار تومان معامله شدند. البته نمادهایی هم بودند که بالای ۵۰ هزار تومان داد و ستد شدند و در نتیجه متوسط قیمت هر ورق از اوراق تسهیلات مسکن در حد همان ۵۰ هزار تومان ماند.

برای نمونه قیمت اوراق تسهیلات مسکن تیر ۱۲۹۶ معادل ۴۷ هزار و ۹۰۰ تومان داد و ستد شد، اما قیمت پایانی تسه فروردین ۱۳۹۷ به ۵۱ هزار و ۷۰۰ تومان رسید. قیمت اوراق تسهیلات مسکن خرداد، تیر و مرداد سال ۱۳۹۷ نیز به بالای ۵۱ هزار و ۵۰۰ تومان رسید، این در حالی است که این اوراق در فروردین و اردیبهشت اسمال ارزان شد و نزدیک ۴۹ هزار تومان معامله شد.

دلیل کاهش قیمت اوراق تسهیلات مسکن

کارشناسان برای کاهش قیمت اوراق تسهیلات مسکن طی ماه‌های اخیر به دو نکته اشاره دارند: یکی «رکود در بازار مسکن» و دیگری «رشد قیمت مسکن به‌رغم کافی نبودن وام مسکن برای خرید». این دو موضوع سبب شده که تقاضا برای خرید اوراق تسهیلات مسکن کاهش یابد و قیمت این اوراق با شیب آرامی پایین رود. همانطور که اشاره شد قیمت اوراق تسهیلات مسکن به طور متوسط به ۵۰ هزار تومان می‌رسد، در نتیجه در این گزارش هزینه وام مسکن را با همین مبلغ تخمین می‌زنیم.

هزینه وام مسکن برای زوج‌های تهرانی

زوج‌های تهرانی برای دریافت وام ۱۰۰ میلیون تومانی مسکن باید ۲۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند. آنها باید ۱۰ میلیون تومان صرف خرید این ۲۰۰ برگ کنند. به این مبلغ با احتساب ۲۰ میلیون تومان وام جعاله که بابت خرید آن باید ۴۰ برگ تسه خریداری شود، ۲میلیون تومان اضافه می‌شود. در نتیجه در مجموع باید برای دریافت وام ۱۲۰ میلیون تومانی مسکن حدود ۱۲ میلیون تومان صرف شود.

هزینه وام مسکن برای زوج‌های غیرتهرانی

همچنین زوج‌های غیرتهرانی که در شهرهایی با جمعیت بیشتر از ۲۰۰ هزار نفر جمعیت زندگی می‌کنند، می‌توانند تا سقف ۸۰ میلیون تومان وام بگیرند که برای گرفتن این مبلغ باید ۱۶۰ ورق بهادار خریداری کنند و با این حساب باید ۸میلیون تومان بابت خرید این اوراق بپردازند که با احتساب ۲میلیون تومان برای خرید اوراق وام جعاله در مجموع برای دریافت وام ۱۰۰ میلیون تومانی باید ۱۰ میلیون تومان پرداخت کنند.

علاوه بر این، زوج‌های ساکن در سایر شهرهای با جمعیت زیر ۲۰۰ هزار نفر می‌توانند برای گرفتن ۶۰ میلیون تومان وام مسکن ۱۲۰ برگ بهادار خریداری کنند که باید ۶میلیون تومان بابت خرید اوراق بپردازند. همچنین برای دریافت ۲۰ میلیون تومان دیگر بابت وام جعاله نیز باید ۲میلیون تومان پرداخت کنند که در مجموع برای وام ۸۰ میلیون تومانی ۸میلیون تومان از سوی زوجین باید پرداخت شود.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی نیز گفت: بازار متشکل ارزی چند اثر مهم در حوزه اقتصادی خواهد داشت، اولین اثر آن این است که دغدغه ناشی از عدم بازگشت منابع ارزی از صادرات غیرنفتی تا حد زیادی برطرف خواهد شد. موضوع مربوط به بازگشت منابع ارزی به دلیل عدم تعیین نرخ مشخص برای تسویه، مزیتی برای صادرکنندگان ایجاد نمی‌کند و به دلیل تفاوت نرخ سامانه نیما و نرخ بازار سنا صادرکنندگان علاقه‌ای به بازگشت ارز حاصل از صادرات ندارند، بنابراین نکته اول این است که راهاندازی بازار متشکل ارزی کمک می‌کند که جذابیت بازار برای بازگشت منابع ارزی اتفاق بیفتد.

به گفته محمدرضا پورابراهیمی، بازار متشکل ارزی همچنین موجب می‌شود که نرخ‌هایی همانند بازار سنا و مثل آن به تدریج کنار گذاشته شود و عملاً ما با یک نرخ مشخص در اقتصاد کشور براساس سازوکار عرضه و تقاضا کار کنیم. پورابراهیمی افزود: کاهش تفاوت بین نرخ‌ها و رسیدن به یک نرخ تعادلی موجب می‌شود تقاضا برای ارز به منظور واردات کالا کاهش پیدا کند، بنابراین کاهش تقاضای ارز از یک سو و افزایش عرضه موجب کاهش نرخ ارز می‌شود. همانطور که در یکی دو روز اخیر هم در بازار غیررسمی شاهد آن بودیم، باب رانت و مابه‌التفاوت قیمتی که به صورت رانت در اقتصاد کشور توزیع می‌شود، بسته خواهد شد. علاوه بر این، با راهاندازی بازار متشکل ارزی، منافذ فساد در تخصیص ارز و ثبت سفارش‌ها بسته خواهد شد و این کمک می‌کند که شفافیت در اقتصاد کشور ایجاد و نرخ ارز متعادل شود.

بازار متشکل ارزی و آینده‌ای درخشان برای اقتصاد ارزی

حامد ستاک، فعال بازار سرمایه هم در پاسخ به این سوال که آیا بازار متشکل ارزی می‌تواند نرخ ارز را تثبیت کند، گفت: بازار سرمایه در سراسر دنیا به علت اینکه شفاف‌ترین بازار برای خرید و فروش انواع کالا‌های مصرفی و صنعتی است به عنوان موفق‌ترین بازار تلقی می‌شود؛ بازاری که در آن دسترسی عموم برای خرید کالا‌های مورد نیازشان باز باشد، قطعاً می‌تواند آینده درخشانی را رقم بزند. دسترسی عموم به عنوان یکی از فاکتورهای فروش عادلانه سهام شرکت‌ها در بین مردم به شمار می‌رود.

وی گفت: بازار متشکل ارزی هم به دنبال دسترسی آسان عموم به خرید ارز، برای کشف قیمت واقعی آن در حال شکل‌گیری است؛ اگر نهاد متولی آن که بانک مرکزی است بتواند قوانین و زیرساخت‌های مناسبی را در این باره وضع کند و در وهله اجرا و نظارت نیز به درستی و قانونمند عمل کند؛ قطعاً ما در این بازار هم شاهد کشف قیمت واقعی ارزها، ثبات قیمت و کاهش رانت و داللی در سایر بازارها خواهیم بود.

سامانه نیما پایرجاست

علی صالح‌آبادی، مدیرعامل بانک توسعه صادرات نیز با اشاره به اینکه هدف از استفاده از بازار متشکل ارزی، کاهش دخالت بانک مرکزی یا نرخ

مدت‌هاست که برای تشکیل یک بازار ارزی منسجم و بدون دخالت دلان، برنامه‌ریزی جدی و مستمیری از سوی بانک مرکزی انجام شده تا هرچه سریع‌تر اولین معاملات در بازار متشکل ارزی انجام شود؛ نهادی که در ابتدای سال با انتخاب هیات مدیره و مدیرعامل به طور رسمی اعلام موجودیت کرده تا بتواند به مانند سایر کشورها نرخ آزاد ارز را در تابلو شیشه‌ای سازمان بورس و اوراق بهادار کشف کند، اما با شروع شمارش معکوس برای راهاندازی بازار متشکل ارزی، سوالی که در این میان مطرح می‌شود، نقش ارز نیمایی در بازار جدید متشکل ارزی است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان و به گفته مدیرعامل بازار متشکل ارزی، تمام کارهای کارشناسی این نهاد انجام و حتی ساختمان آن نیز در حال تجهیز شدن است و اگر این روند همین‌طور ادامه پیدا کند؛ در هفته‌های آینده اولین معاملات ارزی در تالار بورس را به طور آزمایشی انجام خواهند داد.

اما موضوع مهم، نقش و جایگاه سامانه نیما یا بازار ثانویه ارزها است که پس از تشکیل بازار متشکل ارزی چه نقشی را ایفا خواهد کرد، آیا با ورود بازار متشکل ارزی، سامانه نیما از گردانه معاملاتی حذف می‌شود؟ جواب این پرسش را رئیس کل بانک مرکزی اینگونه می‌دهد: «حذف سامانه نیما از مبادلات ارزی به هیچ وجه صحت ندارد و حتی تاکید شده که صادرکنندگان ۵۰ تا ۶۰درصد ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه نیما عرضه کنند.» کامران سلطانی‌نژاد، دبیر شورای عالی کانون صرافان نیز با تاکید بر تداوم فعالیت سامانه نیما و نقش آن در مبادلات ارزی گفت: بازار متشکل ارزی به طور تخصصی روی مبادله اسکناس ارز فعالیت می‌کند ولی سامانه نیما روی خرید و فروش ارز به صورت حواله‌ای هم کار می‌کند. یعنی قرار نیست با ورود بازار متشکل ارزی سامانه نیما از کار بیفتد زیرا فعالیت و کار هر دوی این نهاد کاملاً مجزا و مشخص تعریف شده است.

به گفته دبیر شورای عالی کانون صرافان، نرخ رسمی ارز از طریق بازار متشکل ارزی تعیین می‌شود و قرار است فاز اول برای خرید و فروش دلار و یورو بازگشایی شود. ابتدا چند بانک عامل هستند که آمادگی خود را برای ورود به این بازار اعلام کرده‌اند و قرار است هر ۲۰ روز یک بار، بانک‌های دیگر هم برای ورود به این صرافی‌ها اقدام کنند. در عین حال، با گذشت زمان و اتصال تعداد بیشتری از بانک‌های عامل به سامانه بازار متشکل ارزی امکان خرید و فروش سایر ارزها از قبیل دینار، درهم و لیر ترکیه هم فراهم خواهد شد.

او در پاسخ به این سوال که انتظار می‌رود اولین معامله بازار متشکل ارزی چه زمانی صورت بگیرد، گفت: باید تصمیمات تمام مسئولان این امر به طور هماهنگ و منسجم تایید شود، اما آنطور که رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس گفته، احتمال دارد اولین معامله در اواخر خرداد انجام شود.

بازار متشکل ارزی، جذابیت بازگشت ارز را بیشتر می‌کند

ردیف	پروژه	برآورد اولیه ریال	تضمین شرکت در مناقصه به ریال	پایه ورشته مورد نظر
۱	انجام خدمات آبداران شهرستان سنندج	۱۰۵۴۹۹۳۹۲۰۰	۵۲۷۴۹۷۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۲	انجام خدمات آبداران شهرستان بیجار	۱۱۵۳۸۹۹۶۰۰۰	۵۷۶۹۵۰۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۳	انجام خدمات آبداران شهرستان سروآباد	۵۹۲۳۸۰۱۸۰۴	۲۹۶۱۴۰۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۴	انجام خدمات آبداران شهرستان مریوان	۷۴۲۳۸۷۱۲۸۴	۳۷۱۱۴۴۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۵	انجام خدمات آبداران شهرستان دیواندره	۸۸۴۷۱۱۳۰۷۶	۴۴۲۳۵۶۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۶	انجام خدمات آبداران شهرستان قروه	۹۰۶۶۳۵۴۰۰۰	۴۵۳۳۱۸۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۷	انجام خدمات آبداران شهرستان کامیاران	۷۵۸۲۷۶۸۸۰۰	۳۷۹۱۳۸۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۸	انجام خدمات آبداران شهرستان دهگلان	۶۱۰۴۱۲۸۸۸۴۴	۳۰۵۲۰۶۰۰۰	شرکت های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۳/۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۱۱				

تولیداتی که با علم روز همراه باشد، صادرات خوبی به همراه دارد

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت انتظار صنعتگران از مسئولان تسریع در امورات آنها است. به گزارش ایسنا، رضا رحمانی ظهر پنجشنبه به حاشیه بازدید از شهرک صنعتی شهرستان قرچک در جمع خبرنگاران و اصحاب رسانه حاضر شد و بیان کرد: امسال به مناسبت سال رونق تولید برنامه‌های متعددی را در وزارتخانه در حین پیگیری است و عمده این برنامه‌ها، ساخت کالای ایرانی و اشتغال جوانان است. وزیر صنعت، معدن و تجارت بیان کرد: با وجود این کار می‌خواهیم، حفظ وضع موجود، فعالسازی واحدها و توسعه واحدهای صنعتی در دستور کار این وزارتخانه قرار گرفته و در حال پیگیری است. وی تصریح کرد: متأسفانه یکی از عمده‌ترین واردات به داخل کشور مواردی از جمله نساجی و پوشاک بود که خوشبختانه یک نهضت خوبی شروع شده است و واحدهای خوبی به خط مدار تولید رسیده‌اند. رحمانی یادآور شد: با وجود این پتانسیل از خط تولید در واحدها و شهرک‌های صنعتی، امیدواریم که در سال‌های آتی به خودکفایی بالایی برسیم. وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: تولیداتی که با علم روز همراه باشد، قطعاً صادرات خوبی هم به همراه دارد، که امروزه صنعتگران با روحیه جهادی و انقلابی به میدان آمده‌اند. وی افزود: انتظار صنعتگران از تمام مسئولان این است که در امورات آنها تسریع بشود و در نامه‌نگاری‌های اداری و سرمایه در گردش کارشان به بن‌بست نخورد که خوشبختانه سیاست دولت همین است و با جدیت این کار را پیگیری خواهیم کرد.

صادرات مرغ آزاد شد

طبق اعلام گمرک، صادرات جوجه‌های یک روزه گوشتی، تخم‌مرغ نطفه‌دار گوشتی، گوشت مرغ و جوجه یک‌روزه تخم‌گذار دوباره آزاد شد. به گزارش ایسنا، وزارت صنعت، معدن و تجارت با ارسال نامه‌ای، رفع ممنوعیت صادرات جوجه‌های یک روزه گوشتی، تخم‌مرغ نطفه‌دار گوشتی، گوشت مرغ و جوجه یک روزه تخم‌گذار را به رئیس کل گمرک ابلاغ کرد. در این ابلاغیه که خطاب به رئیس کل گمرک نوشته شده آمده است که «با توجه به پیشنهادات وزارت جهاد کشاورزی مبنی بر درخواست رفع ممنوعیت صادرات برخی محصولات طیور جهت جلوگیری از زیان تولیدکنندگان، بدینوسیله به کلیه گمرکات اجرایی کشور اطلاع‌رسانی گردد که صادرات اقلام ذیل به صورت مدیریت شده و پس از تأیید وزارت جهاد کشاورزی بلامانع است.»

تولید فولاد ایران ۶درصد رشد کرد

انجمن جهانی آهن و فولاد اعلام کرد تولید فولاد ایران در چهار ماهه نخست سال جاری میلادی با رشد ۶درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۸.۳۸۸ میلیون تن رسید. به گزارش خبرنگار اقتصادی تسنیم، انجمن جهانی آهن و فولاد در جدیدترین گزارش خود از رشد ۶درصدی تولید فولاد ایران در چهار ماه نخست سال جاری میلادی خبر داد. تولید فولاد ایران که در چهار ماه نخست سال ۲۰۱۸ بالغ بر ۷.۹۱۷ میلیون تن گزارش شده بود در چهار ماه نخست سال جاری میلادی به ۸.۳۸۸ میلیون تن افزایش یافته است. تولید فولاد جهان در چهار ماهه نخست سال جاری میلادی نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۴.۸درصدی داشته و به ۵۹۹ میلیون تن رسیده است. براساس این گزارش در چهارمین ماه سال جاری میلادی تولید فولاد ایران ۲.۱۶۵میلیون تن بوده است که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۲.۸درصدی داشته است. ایران در آوریل سال قبل ۲.۱۰۶ میلیون تن فولاد تولید کرده بود.

صادرات خرما مشمول عوارض گمرکی شد

وزارت صنعت، معدن و تجارت با ابلاغ بخشنامه‌ای به گمرک، میزان عوارض صادرات انواع خرما را ابلاغ کرد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صنعت با صدور بخشنامه‌ای خطاب به گمرک، میزان دریافت عوارض صادرات انواع خرما را ابلاغ کرد. براساس این ابلاغیه، به ازای صادرات هر کیلوگرم خرمای مضافتی ۸۰۰۰ تومان و به ازای هر کیلوگرم خرمای کبکاب نیز ۵۰۰۰ تومان عوارض دریافت می‌شود. همچنین میزان عوارض صادراتی دریافتی از سایر خرماها، به میزان ۴۰درصد ارزش ریالی صادرات بر مبنای نرخ دلار در سامانه سنا در روز اظهار تعیین شده است.

تعیین سقف برای واردات کالا براساس عمر کارت بازرگانی

معاون توسعه بازرگانی و صنایع کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی در نامه‌ای خطاب به معاونت‌های تخصصی و سازمان‌های وابسته این وزارت، اصلاح شیوه‌نامه اولویت و بررسی اهلیت متقاضیان واردات کالا با کارت بازرگانی بعد از اسفندماه ۹۶ را ابلاغ کرد. به گزارش تسنیم به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت جهاد کشاورزی، علی‌اکبر مهرفرد در این نامه با اشاره به شیوه‌نامه اولویت و بررسی اهلیت متقاضیان واردات کالا به شماره ۱/۹۷/۵۰۱/۹۷/۵۰۱/۹۷ مورخ ۲۸/۲۹/۵/۹۷ و اصلاحیه آن به شماره ۱/۹۷/۵۰۱/۹۷/۳۶۵۱/۹۷ مورخ ۹/۷۰/۷/۰۹ و نامه استفساریه این معاونت به شماره ۱/۹۷/۵۰۱/۹۷/۶۶۲ مورخ ۹۷/۱۱/۱۵ معاون حقوقی نهاد ریاست جمهوری در مورد بند ۲ مصوبه ستاد اقتصادی دولت ابلاغی ریاست جمهور و پاسخ معاونت حقوقی رئیس جمهور به شماره ۷۸۲۱/۳۸۲۴۷ مورخ ۹۸/۰۱/۲۸ اعلام کرده است: بدین وسیله بند ششم شیوه‌نامه اولویت و بررسی اهلیت متقاضیان واردات کالا اصلاح می‌گردد. وی درخصوص بند ششم اصلاحی تصریح کرده است: از معرفی متقاضیان دارای کارت بازرگانی صادره در اسفندماه ۱۳۹۶ و به بعد برای تخصیص ارز به جز در موارد ذیل خودداری گردد:

الف- شرکت‌ها و واحدهای تولیدی دارای پروانه بهره‌برداری از مراجع ذی‌صلاح برای واردات مواد اولیه یا نهاده‌های تولیدی مرتبط
ب- شرکت‌های تعاونی تولید و اتحادیه‌های مرتبط معتبر دارای سابقه بیش از دو سال برای واردات مواد اولیه یا نهاده‌های تولیدی مرتبط با اعضا
ج- سایر شرکت‌ها منوط به داشتن قبض انبار کالا و معرفی‌نامه تشکیل رسمی مرتبط .

مهرفرد خاطر‌نشان کرده است: کارت‌های بازرگانی که کمتر از یکسال از تاریخ صدور آنها گذشته است حداکثر در سقف ۵۰۰ هزار دلار و کارت‌های بازرگانی با عمر تا دو سال، حداکثر تا ۲ میلیون دلار در سال مجوز دریافت می‌نمایند؛ در رابطه با اینگونه کارت‌ها لازم است ثبت سفارش‌های قبلی آنها مورد توجه قرار گرفته و محاسبه شود.



که از دست دادند را پس بگیرند.

به گزارش ایسنا، عباس ترکمن سال گذشته نیز اعلام کرده بود که واردات محصول نهایی چرم تحت عنوانین دیگر و به صورت کیلویی که با پرداخت عوارض ناچیز گمرکی انجام می‌شود و نیز خروج غیرقانونی مواد خام چرم‌سازی از کشور موجب شده است تا صنعت چرم ایران گریبانگیر مسائلی باشد که تولیدکنندگان را با چالش و مشکل جدی مواجه کرده است.

البته در این زمینه گمرک ایران نیز پاسخ داده بود که فقط برخی از انواع خاص چرم مشمول عوارض صادراتی می‌شود، اما نکته مهم این است که میزان صادرات چرم با افزایش چشمگیر روبه‌رو بوده و همین امر عرضه چرم مورد نیاز در بازار را کاهش داده است.

حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی به انحصار نهاده‌های دامی پایان می‌دهد

تولیدکنندگان قرار می‌گیرد، بیان کرد: در عمل تنها مقدار ناچیزی نهاده با نرخ مصوب در اختیار دامداران و مرغداران قرار می‌گیرد.

رئیس انجمن صنفی گاوداران ادامه داد: با وجود گذشت بیش از سه ماه از واریز وجه نهاده‌های دامی، تجار هر روز به بهانه‌های مختلف همچون تخصیص ارز، جذب ارز و مشکل حمل و نقل نهاده از توزیع بار امتناع می‌کنند تا بتوانند با نرخ‌های بالایی محصول‌شان را در بازار آزاد به فروش رسانند.

به گفته وی، در حال حاضر اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات نهاده‌های دامی و کمبود نظارت دستگاه‌های ذی‌ربط بر توزیع موجب شده تا عده‌ای از این امر سودهای هنگفتی به دست آورند.

مقدسی چندنرخی بودن ارز را عامل اصلی تنش قیمت نهاده‌های دامی در بازار برشمرد و گفت: با وجود اختصاص ارز یارانه‌ای به واردات نهاده‌های دامی، تولیدکننده، مصرف‌کننده و دولت نسبت به عرضه رضایت خاطر ندارند که به این ترتیب حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و ایجاد رقابت میان واردکنندگان امری ضروری است تا تولیدکنندگان در فضای آزاد رقابتی بتوانند به تولید بپردازند.

اولیه صنعت چرم را تحت عنوان کالای چرم به کشورهایی همچون هندوستان و ایتالیا صادر می‌کنند. ترکمن تفاوت نرخ ارز، وجود رانت و پولشویی را از جمله دلایل قاچاق مواد اولیه صنعت چرم عنوان کرد و راه مقابله با قاچاق مواد خام صنعت چرم را شفاف‌سازی و تک نرخی شدن نرخ ارز دانست. وی با بیان اینکه صنعت چرم و تولید کفش یک صنعت اشتغال‌زا است، از تولید سالیانه ۲۱۰ میلیون جفت کفش خبر داد که حدود ۶۰ میلیون جفت آن کفش چرمی است.

نایب‌رئیس انجمن صنایع چرم ایران با اشاره به اینکه ممنوعیت واردات محصولات چرمی خارجی یک مزیت نسبی برای صنعت چرم است، تصریح کرد: این شرایط یک فرصت طلایی برای صنعت چرم است و اگر شرایط لازم فراهم شود تولیدکنندگان می‌توانند بازارهایی

نایب‌رئیس انجمن صنایع چرم ایران خام‌فروشی را یکی از معضلات صنعت چرم اعلام کرد و راه مقابله با قاچاق مواد خام صنعت چرم را شفاف‌سازی و تک نرخی شدن نرخ ارز دانست.

عباس ترکمن در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار داشت: خروج چرم از کشور بیشتر به صورت قاچاق مواد خام صورت می‌گیرد.

وی خام‌فروشی را یکی از معضلاتی دانست که به صنعت چرم کشور صدمات سنگین وارد کرده و گفت: انجمن صنایع چرم ایران طی نامه‌ای به وزارت صنعت، معدن و تجارت، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و رئیس جمهور نسبت به این موضوع هشدار داده است.

رئیس انجمن صنایع چرم ایران با اشاره به اینکه صادرات مواد اولیه صنعت چرم شامل عوارض می‌شود، تصریح کرد که خام‌فروشان مواد

بسیاری از مسئولان بر این باورند انحصار در واردات و اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی زمینه را برای سودجویی عده‌ای فرصت‌طلب فراهم کرده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، در ماه‌های اخیر توزیع نهاده با نرخ مصوب از سوی تجار به بهانه‌تراشی‌های مختلف با تاخیر در بازار انجام می‌شود که با این وجود مرغداران و دامداران مجبور به خرید کنجاله و ذرت مورد نیاز با نرخ‌های گزاف از بازار آزاد هستند.

بسیاری از مسئولان بر این باورند که انحصار در واردات و اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی زمینه را برای سودجویی عده‌ای فرصت‌طلب در بازار فراهم کرده است و در مقابل مدیرعامل پشتیبانی امور دام می‌گوید که هیچ انحصاری در کار نیست چراکه توزیع نهاده توسط دولت انجام می‌شود.

با وجود آنکه مسئولان دولتی با اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات نهاده‌های دامی قصد دارند با عرضه نهاده با نرخ مصوب ضمن حمایت از تولیدکنندگان از افزایش کاذب محصولات پروتئینی در بازار جلوگیری کنند، اما تورم و افزایش شدید قیمت‌ها در سال ۹۷ نشان می‌دهد که توزیع ارز دولتی، در کنترل تورم، ناموفق بوده است که به همین خاطر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و پرداخت مابه‌التفاوت آن به حساب سرپرستان خانوار

کاهش ۱۰میلیارد دلاری واردات در سال گذشته

تجار روی اقلام اساسی سرمایه‌گذاری نکنند

برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی مدنظر قرار دادیم، گفت: واردات کشور در سال گذشته، ۱۰میلیارد دلار کاهش یافت و از سوی دیگر برپایی نمایشگاه قطعات خودرو که در آینده در شاخه‌های دیگر برگزار خواهد شد، از جمله مهم‌ترین اقدامات برای رونق تولید داخلی خواهد بود. وی بابیان اینکه روحیه جهادی بخش خصوصی و عزم دولت منجر به شکست دشمن در سال ۹۷ شد، بیان کرد: امسال هم با توجه به شعار سال و عزم تولیدکنندگان داخلی، حمایت مجلس و برنامه‌های مفصل دولت یقیناً مانع رسیدن دشمن به اهدافش خواهیم شد. رحمانی تعطیل‌نشدن تولید، حفظ اشتغال و تولید موجود و میدان‌داری انجمن‌ها و تشکل‌های بخش خصوصی را مهم برشمرد

وزیر صمت گفت با اعمال محدودیت در ورود برخی کالاها به کشور، سال ۹۷ واردات ۱۰ میلیارد دلار کاهش یافت.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، رضا رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در نشست هم‌اندیشی با صنعتگران و سرمایه‌گذاران ورامین گفت: برای تحقق شعار سال و رونق تولید هفت محور و ۲۶ برنامه تدوین شده است که برای اجرای دقیق آن تلاش خواهیم کرد. وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: توسعه و تعمیق ساخت داخل، طراحی و ساخت قطعات وارداتی از مهم‌ترین برنامه‌های وزارت صمت در سال ۹۸ است که برای تحقق آن نقش بخش خصوصی پررنگ است. رحمانی با اشاره به اینکه محدودیت واردات کالاهای ساخت داخل را

و گفت: در روزهای اخیر جلسات مستمری با انجمن‌ها و تشکل‌های بخش خصوصی از جمله سیمان، سنگ آهن، کاشی و سرامیک، سرب و روی برگزار کردیم. وزیر صنعت، معدن و تجارت به ظرفیت‌های تولید کشور اشاره و تصریح کرد: در فولاد ۲ برابر، آلومینیوم و مس ۱.۵ برابر، کاشی و سرامیک و سیمان بیش از ۲ برابر نیاز کشور تولید داریم. وی از تجار خواست از سرمایه‌گذاری بر روی اقلام اساسی و کالاهای مورد نیاز کشور پرهیز کنند و در بخش‌هایی که ظرفیت تولید بیش از نیاز کشور است و جزو اقلام ضروری محسوب نمی‌شود، سرمایه‌گذاری نکنند.

اخبار

پرداخت عوارض الکترونیکی آزادراه‌ها

براساس مسیر و تردد

معاون برنامه‌ریزی و مدیریت منابع وزارت راه و شهرسازی، پس از آغاز به کار طرح پرداخت الکترونیکی عوارض آزادراهی در چهار آزادراه دولتی، از پیمایشی‌شدن محاسبه عوارض آزادراهی بر اساس میزان تردد انجام‌شده هر خودرو خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، امیر امینی گفت: در سیستم جدید محاسبه عوارض آزادراهی، عین عدالت رعایت خواهد شد، چرا که با اجرایی شدن طرح «آنی‌رو» یا همان پرداخت الکترونیکی عوارض آزادراهی، ابزارهای موردنیاز برای محاسبه پیمایشی هم تأمین شده است.

محاسبه عوارض تردد به صورت عادلانه

او با تأکید بر ضرورت اصلاح سیستم فعلی حاکم بر آزادراه‌ها که براساس آن هر خودرویی با تردد از دروازه عوارضی، باید عوارض کل مسیر را پرداخت کند، افزود: در روش سنتی امکان ایجاد ایستگاه‌های عوارضی برای همه ورودی‌ها و خروجی‌های آزادراه وجود نداشت، اما اکنون با سیستم‌های الکترونیکی موجود، ورود و خروج خودروها از آزادراه رصد می‌شود.

این مقام راه و شهرسازی افزود: اکنون بررسی میزان پیمایش هر خودرو در آزادراه‌ها با استفاده از زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری امکان‌پذیر شده است و با بهره‌گیری از این امکانات عوارض تردد هر خودرو به صورت عادلانه محاسبه خواهد شد.

معاون وزیر راه و شهرسازی توضیح داد: موضوع بسیار ساده است. در سیستم فعلی، هر خودرویی که از دروازه عوارضی عبور کند، موظف است عوارض کامل آزادراه را پرداخت کند؛ حتی اگر در بین راه به آزادراه وارد شده باشد و یا در میانه راه قصد خروج از آن را داشته باشد. در روش جدید، عوارض هر خودرو براساس پیمایش انجام‌شده در آزادراه، محاسبه خواهد شد. یعنی اگر شما تنها ۱۰ درصد از آزادراه را پیموده باشید، تنها ۱۰درصد از عوارض آن آزادراه را پرداخت خواهید کرد.

وی درباره زمان اجرای این طرح که در چهار آزادراه اعلام شده، گفت: دستورالعمل اجرای طرح به صورت آزمایشی را به شرکت سرمایه‌گذار داده‌ایم. قرار بود اجرای آزمایشی آن در هفته پایانی اردیبهشت انجام شود، اما به تعویق افتاد و حداکثر تا پایان خرداد امسال، کار آغاز خواهد شد.

به گفته او دلیل این تعویق، انجام بررسی بیشتر برای اجرای بدون نقص این طرح است.

امینی افزود: می‌خواهیم همه چیز بدون اشکال باشد، به همین دلیل به زمان بیشتری نیاز داشتیم.

به کارگیری دوربین‌های ترددشمار راهداری

معاون برنامه‌ریزی و مدیریت منابع وزارت راه و شهرسازی درباره جزئیات این بررسی‌ها تصریح کرد: تحلیل مکان‌یابی دوربین‌ها باید بدون نقص باشد. این یعنی باید بدانیم که کدام دوربین می‌تواند پاسخگوی نیاز محاسبه پیمایشی باشد و در چه موقعیت‌هایی نیاز به نصب تجهیزات جدید داریم.

او با بیان این مطلب که برای کاهش هزینه‌ها و خودداری از نصب دوربین‌های اضافه، دوربین‌های ترددشمار سازمان راهداری هم مورد استفاده قرار خواهد گرفت، گفت: در این سیستم، تشخیص تردد خودرو براساس دوربین‌هایی که در نقاط مختلف آزادراه‌ها نصب شده، انجام می‌شود. ترددها ثبت شده و اطلاعات پلاک به سامانه مرکزی ارسال می‌شود.

مکان‌یابی دوربین‌ها براساس پارامترهای مختلف

امینی در پاسخ به این سوال که مکان‌یابی برای قرار گرفتن دوربین‌های محاسبه پیمایشی عوارض بر چه اساسی انجام خواهد شد، توضیح داد: دستورالعملی برای مکان‌یابی دوربین‌ها تهیه شده است. در این دستورالعمل پارامترهای بسیار متنوعی از جمله میزان و الگوی تردد، وضعیت شاخص‌های محیطی، وجود زیرساخت‌های لازم جهت تأمین برق و شبکه، وجود طرح‌های توسعه و ... دیده شده است. برای هر آزادراه تحلیل مستقلی انجام می‌شود. شاخص‌ها طی جلسات کارشناسی و بازدیدهای میدانی توسط گروهی از متخصصین از چندین دستگاه دولتی و شرکت سرمایه‌گذار، برای نقاط مختلف آزادراه بررسی و تحلیل می‌شوند. نهایتاً نقاط مناسب جهت نصب دکل و دوربین‌های شناسایی تردد تعیین می‌شود.

معاون وزیر راه و شهرسازی افزود: علاوه بر این مشخص می‌شود که در کدام قسمت آزادراه تردد بیشتری انجام می‌شود و نقطه شکست ترافیک کجا است. به این دلیل که در برخی آزادراه‌ها تردد از یک نقطه مشخص به کمتر از ۵۰درصد می‌رسد. این موضوع معیار تعیین‌کننده دیگری برای مکان‌یابی دوربین‌ها است.

اعلام زمان اجرایی‌شدن خرید بنزین با کارت سوخت

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی اعلام کرد عرضه بنزین در جایگاه‌های سراسر کشور از تاریخ بیستم مردادماه سال جاری صرفاً با ارائه کارت هوشمند سوخت خودرو، امکان‌پذیر خواهد بود. به گزارش اقتصادنیوز و به نقل از زومیت، براساس جدیدترین اطلاعات شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، آن دسته از صاحبان خودروها که کارت هوشمند سوخت خود را گم کرده و براساس فراخوان قبلی شرکت ملی پخش، نسبت به درج اطلاعات خود در سامانه دولت همراه اقدام و با طی کردن فرآیند لازم، شماره حساب کارت اعتباری خود را ثبت کرده‌اند، نیازی به ثبت‌نام مجدد نداشته و کارت هوشمند سوخت آنها براساس ثبت‌نام انجام‌شده قبلی، صادر و توسط شرکت پست جمهوری اسلامی ایران به آنها تحویل داده خواهد شد. این هموطنان، هزینه صدور کارت سوخت المثنی را برابر تعرفه مصوب، هنگام دریافت کارت، به ماموران شرکت پست جمهوری اسلامی ایران پرداخت خواهند کرد. همچنین اگر عده‌ای از هموطنان که کارت هوشمند سوخت خود را گم کرده‌اند و در فراخوان قبلی نسبت به ثبت‌نام از طریق سامانه دولت همراه اقدام نکرده‌اند، می‌توانند با مراجعه به دفاتر پلیس ۱۰+ یا سامانه دولت همراه (به ترتیبی که متعاقباً اعلام می‌شود، برای صدور کارت هوشمند سوخت المثنی اقدام کنند.

بازگشت شورای رقابت به فر آیند قیمت‌گذاری تاثیر چندانى بر ساماندهى بازار ندارد



انحصاری ورود کند، بنابراین مجلس نقشی در حذف شورای رقابت از گردونه قیمت‌گذاری خودرو نداشت.

مشکل بازار خودروسازی بودن یا نبودن شورای رقابت در فرآیند قیمت‌گذاری نیست

وی اظهار داشت: بازگشت شورای رقابت به فرآیند قیمت‌گذاری تاثیر چندانى بر ساماندهی بازار ندارد، چراکه مشکلات خودروسازان به دلیل کمبود قطعه افزایش پیدا کرده است. مشکل اصلی صنعت خودروسازی نبود قطعات، کمبود نقدینگی و عدم پشتیبانی از تولیدکنندگان است در واقع قانون رفع موانع تولید به درستی اجرایی نمی‌شود

کمبود قطعه بالای جان صنعت خودروسازی

این نماینده مردم در مجلس دهم با بیان اینکه خودروسازان با کسری قطعه مواجه هستند، خاطرنشان کرد: یکی از ضعف‌های بزرگ ما این است که به جای رونق تولید با افت آن مواجه هستیم.

سختگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس معتقداست بازگشت شورای رقابت به فرآیند قیمت‌گذاری، تاثیر چندانى بر ساماندهی بازار ندارد چراکه مشکلات خودروسازان به دلیل کمبود قطعه افزایش پیدا کرده است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، ولی ملکی سختگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اشاره به نامه سراج، رئیس سازمان بازرسی کل کشور به جهانگیری معاون اول رئیس جمهور مبنی بر ضرورت ورود شورای رقابت به گردونه قیمت‌گذاری خودرو، گفت: شورای عالی اقتصاد، شورای رقابت را از فرآیند قیمت‌گذاری خودرو حذف و این مسئولیت را به سادات تنظیم بازار واگذار کرد.

شورای رقابت می‌تواند به بازارهای انحصاری ورود کند

نماینده مردم مشکین‌شهر در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه واردات خودرو نیز با تصمیم شورای عالی اقتصاد ممنوع شد، افزود: براساس اصل ۴۴ قانون اساسی شورای رقابت می‌تواند به تمام بازارهای

برقی‌شدن خودروهای بنزینی امکان‌پذیر است

رئیس کمیسیون عمران حمل و نقل شورای شهر تهران تأکید کرد، ورود خودروهای دست دوم به ناوگان حمل و نقل عمومی از پیش‌تر ممنوع بوده است و امروز از راهکارهایی که می‌توان برای جایگزینی خودروهای دست دوم ارائه کرد، می‌توان به این موضوع اشاره کرد که شهرداری تهران فراخوانی اعلام کند برای تولیدکنندگانی که می‌توانند سیستم‌های تبدیل خودروهای بنزینی به برقی را طراحی و تولید کند. وی ادامه داد: بسیاری از افراد اعتقاد دارند که خودروی برقی گران است و امکان استفاده گسترده آنها در پایتخت وجود ندارد و این افراد دائم در حال منفی‌گویی در مورد این طرح هستند تا این اتفاق خوب در کشور نیفتد. علیخانی افزود: شرکت‌های متعددی تا به امروز اعلام آمادگی کردند که همین تعداد خودروهای موجود را می‌توانند به خودروی برقی تبدیل کنند که البته باید گفت این اقدام از لحاظ کارشناسی باید بررسی و تأیید شود. وی تصریح کرد: ما از شهرداری تهران درخواست کردیم که با نهادهای و شرکت‌هایی که این ادعا را دارند جلسه‌ای برگزار کند که اگر اقدام آنها عملی است، به جای اینکه خودروی دست دوم وارد ناوگان حمل و نقل عمومی کنیم همین خودروهای موجود را با هزینه کمتر از واردات خودروی برقی و یا خرید اتوبوس دست دوم به خودروی برقی تبدیل کنیم.

رئیس کمیسیون عمران حمل و نقل شورای شهر تهران ادامه داد: البته

عضو شورای شهر تهران گفت برقی‌شدن خودروهای بنزینی امکان‌پذیر است و به شهرداری اعلام کردیم راهکار قانونی مناسب آن را اتخاذ کند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، چندی پیش بود که از سوی محمدعلی کرونی دبیر کمیسیون عمران و حمل و نقل شورای شهر تهران اعلام شد دولت خرید و ورود اتوبوس‌های دست دوم را به ناوگان حمل و نقل عمومی ممنوع اعلام کرده و بحث ورود اتوبوس‌های دست دوم به ناوگان حمل و نقل عمومی منتفی است.

محسن پورسیدآقای، معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران، اما این موضوع را منتفی ندانست و در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، اعلام کرد هنوز اتوبوس دست دوم و کارکرده‌ای برای خرید پیدا نشده است.

نوع واکنش معاون حمل و نقل ترافیک شهرداری تهران و نیاز پایتخت به اضافه شدن اتوبوس برای توسعه ناوگان حمل و نقل عمومی موجب شد محمد علیخانی رئیس کمیسیون عمران و حمل و نقل شورای شهر تهران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، در این باره بگوید: موضوع و شکل ورود اتوبوس‌های دست دوم مصوبه‌ای در هیأت دولت دارد و در این خصوص نیازی به صدور مجوزهای خاصی است که از ابتدا معلوم بود که با این طرح مخالفت می‌شود و به نظر من طرح ارائه‌شده طرحی مناسب نبود.

دبیر کارگروه بررسی مدارک و اسناد متقاضیان استفاده از سهمیه ویژه خبرنگاری ادامه داد: براساس برنامه‌ریزی صورت‌گرفته از یکشنبه هفته آینده، سه پیامک از سوی واحد صدور طرح ترافیک به خبرنگاران ارسال خواهد شد که در پیامک اول برای خبرنگارانی که متقاضی طرح ترافیک بودند و براساس ضوابط و مقررات، طرح ترافیک خبرنگاری مشمول آنها می‌شود و براساس پیامک ارسالی به آنها اعلام می‌شود که اجازه ورود به طرح را دارند.

وی تصریح کرد: پیامک دومی نیز به دسته بعدی از خبرنگارانی

که متقاضی طرح ترافیک بودند، اما به هر دلیلی از جمله عدم تأیید

رسانه، امسال طرح به آنها اختصاص داده نشده است، ارسال می‌شود

تا آنها نیز مطلع باشند که از هجدهم خرداد مجوز ورود به طرح

ترافیک را ندارند و در صورت ورود به محدوده مشمول جریمه

دبیر کارگروه بررسی مدارک و اسناد متقاضیان استفاده از سهمیه ویژه خبرنگاری با اعلام زمان اجرای طرح ترافیک خبرنگاری در سال جاری، از ارسال سه پیامک به سه گروه از خبرنگاران از روز یکشنبه هفته آینده خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، فرهاد خوانساری درباره زمان اجرای طرح ترافیک خبرنگاری سال ۹۸ اظهار داشت: با توجه به برنامه‌ریزی صورت‌گرفته از ۱۸ خردادماه طرح ترافیک خبرنگاری سال ۹۸ اجرا خواهد شد.

وی تصریح کرد: بدین ترتیب ورود خبرنگاران به طرح محدوده طرح ترافیک از هجدهم خرداد با مجوز طرح ۹۸ خواهد بود و در واقع طرح ترافیک سال ۹۷ فاقد اعتبار خواهد بود و افرادی که وارد این محدوده شوند، جریمه خواهند شد.

پرینت سه‌بعدی تولید قطعات صنعتی در کشور را متحول می‌کند

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در دومین سمینار معرفی فناوری‌های ساخت افزایشی و کاربردهای آن بر به‌کارگیری ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در فناوری پرینت سه‌بعدی و تحول در روش‌های تولید قطعات صنعتی در کشور تأکید شد. در این سمینار و در بخش آشنایی با فناوری پرینت سه‌بعدی و وضعیت کنونی و چشم‌انداز آن در کشور، مسیرهای رشد اقتصادی و توسعه و پیشرفت یک جامعه و تحول در روش‌های صنعتی با استفاده از فناوری پرینت سه‌بعدی مورد بررسی قرار گرفت. همچنین در این سمینار حجم اقتصاد و تعداد موقعیت‌شغلی پیش‌بینی‌شده جهان در زمینه چاپ سه‌بعدی در ۱۰ سال آینده براساس گزارش موسسه‌های آینده‌پژوهشی مورد بررسی ارزیابی قرار گرفت و مقرر شد تا با توجه به اهمیت موضوع، توسعه ساخت افزایشی و چاپ سه‌بعدی در ایران به صورت جدی پیگیری شود.



دریچه

چگونه بهترین روش را برای تماس با افراد انتخاب کنیم؟

خواندن آن نشان نمی‌دهد. برای اثرگذاری بیشتر، می‌توانید ایمیل‌ها را به‌صورتی دوستانه‌تر ارسال کنید. به‌عنوان مثالی از ساختارهای مفید در ایمیل‌ها نیز می‌توان به کوتاه‌کردن جمله‌ها اشاره کرد. قرار نیست که در ایمیل خود مقاله بنویسید، درنتیجه باید با عبارت‌های کوتاه و مفید، منظور خود را به بهترین نحو منتقل کنید.

۳- پیامک

پیام‌های متنی امروزه به روش‌های مرسوم در دنیای کسب‌وکار تبدیل شده‌اند؛ البته استفاده از آنها نیاز به مهارت بالایی در کنترل زبان و لحن دارد. در بهترین حالت، پیامک را می‌توان روشی آسان و دوستانه برای برقراری ارتباط دانست. در انواع موقعیت‌ها نیز می‌توان از پیامک استفاده کرد. به‌عنوان مثال می‌توانید متنی دوستانه و به نشانه قدردانی به دوستی ارسال کنید یا حتی دلیل تأخیر احتمالی برای جلسه پیش‌رو را به مدیر اطلاع دهید. چنین پیام‌هایی، علائم سریعی هستند که مسئولیت‌پذیری را نشان می‌دهند.

علاوه‌بر پیام‌رسانی سریع، می‌توان از پیامک برای ارتباط با مشتریان نیز بهره برد. فراموش نکنید که منظور از پیامک، اپلیکیشن‌های پیام‌رسان نیز هستند. مطالعات نشان می‌دهد که اکثر مشتریان ارتباط مناسبی با بازاربای‌هایی برقرار می‌کنند که از پیامک برای ارتباط استفاده کرده‌اند. به‌علاوه بسیاری از آنها این نوع از ارتباط را بهتر و صمیمانه‌تر از ایمیل می‌دانند. حتی برخی مطالعات نشان می‌دهد که مشتری‌های پیامکی، نرخ تبدیل بالاتری برای خرید محصولات دارند. پیامک با تمامی نقاط قوتی که ارائه می‌کند، ضعف‌هایی هم دارد. مثال‌های متعددی از افرادی وجود دارد که پیامک‌ها را به مقاصد اشتباه ارسال کرده‌اند و مسیر زندگی شغلی و شخصی خود را نابود کرده‌اند. فرض کنید پیامکی را به اشتباه به‌جای دوست خود به مدیرتان ارسال کنید، آیا آینده روشنی را انتظار خواهید داشت؟ درنتیجه پیش از ارسال هر پیامک، چند بار متن و مقصد آن را بررسی کنید. درواقع اجازه ندهید که سریع بودن این روش، منجر به بی‌دقتی در ارتباط شود.

۴- تماس تلفنی یا پیام صوتی

تماس تلفنی بسته به موقعیت می‌تواند راهگشا باشد. اگر ارتباط نزدیکی با مخاطب دارید، می‌توانید با او تماس تلفنی شخصی داشته باشید. درمقابل اگر شناخت کافی نسبت به فرد مورد نظر ندارید، تماس با شماره شخصی انتخاب جالبی نخواهد بود. به‌عنوان مثال تماس با مدیر یا معاون یک شرکت برای مصاحبه استخدامی، انتخاب مناسبی نیست. با افزایش استفاده از اپلیکیشن‌های پیام‌رسان، پیام‌های صوتی هم با استقبال مناسبی روبه‌رو شده‌اند. در انتخاب این روش‌ها هم باید بادقت عمل کنید و موقعیت و آشنایی مخاطب را در نظر بگیرید. به‌عنوان مثال مدیر سازمان زمان کافی برای گوش‌دادن به پیام‌های صوتی ندارد و به احتمال زیاد برداشت مناسبی هم از شخصیت شما نخواهد داشت.

ارتباطات به‌عنوان پایه مهمی از جوامع شناخته می‌شود. وقتی ارتباط در میان اعضای گروه‌ها از بین برود، نمی‌توان به آینده آنها امیدوار بود. درنهایت انتخاب مناسب، روش‌های ارتباطی به حفظ یکپارچگی گروه و جامعه کمک می‌کند و به‌همین ترتیب، انتخاب غلط می‌تواند روابط را وارد مراحل نگران‌کننده‌ای کند.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

امروزه، روش‌های ارتباطی متعددی برای تماس یا صحبت با همکاران و اطرافیان وجود دارد و انتخاب روش ارتباطی، وابستگی زیادی به موقعیت دارد.

به‌لطف ظهور و گسترش فناوری، روش‌های ارتباطی بی‌شماری برای صحبت‌کردن با همکاران یا دوستان و آشنایان در اختیار ما قرار دارد. ازطرفی، گزینه‌های متعدد، ما را با چالش انتخاب بهترین روش روبه‌رو می‌کند. به‌عنوان مثال فرض کنید در زمان نیاز به تماس، به مخاطب ایمیل ارسال کنید و درنتیجه فرآیند مکالمه، بدون دلیل خاصی طولانی شود. در نمونه‌ای دیگر، به مدیر جدید خود پیامک ارسال می‌کنید درصورتی‌که باید با ایمیل، حرفه‌ای‌بودن خود را نشان می‌دادید.

انتخاب گزینه‌های اشتباه تماسی، برای همه افراد چالشی مرسوم است. بسیاری اوقات، همین انتخاب اشتباه منجر به پایان روابط می‌شوند و شاید عواقب جبران‌ناپذیری برای مسیر شغلی داشته باشند. دراین‌میان، ارتباطات کاری اهمیت بیشتری دارند و انتخاب روش مناسب، حیاتی خواهد بود. در ادامه این مطلب به بررسی روش‌های ارتباطی مرسوم و شرایط استفاده یا عدم استفاده از هر یک از آنها می‌پردازیم.

۱- ارتباط رودررو

ارتباط مستقیم و رودررو هنوز بهترین روش ارتباطی محسوب می‌شود. فراموش نکنید که ساب‌ر روش‌ها همگی تلاش می‌کنند تا ظاهری شبیه به این ارتباط ایجاد کنند. درنتیجه بهتر است در همه موقعیت‌ها، ابتدا به‌دنبال ارتباط رودررو باشید.

درباره موقعیت استفاده از روش ارتباطی رودررو باید نکاتی را مدنظر داشت. به‌عنوان مثال با اینکه مراسم عمومی، فرصت‌های خوبی برای صحبت کردن با دیگران است، نمی‌تواند آن را زمان مناسبی برای مکالمه رودررو با مدیر مستقیم یا هر فرد دیگر دانست. به‌جای چنین موقعیت‌هایی، به‌دنبال مکالمه‌های مستقیم دوفره در فضاهایی همچون دفتر کار، کافی‌شاپ یا حتی پارکینگ محل کار باشید.

فرصت‌های کوتاه و پیشنهاد جلسه‌های سریع به مدیران، می‌تواند گزینه جالب‌توجهی باشد. البته پیش از آنکه بدون اطلاع قبلی به دفتر مدیر مراجعه کنید، آشنایی کلی از رفتارها و اصول شخصی او در ارتباطات پیدا کنید. درنهایت چنین جلسه‌هایی می‌توانند نتایج قابل‌توجهی داشته باشند. تنها به یاد داشته باشید که در یک جلسه بدون برنامه، همه‌چیز باید سریع اتفاق بیفتد و شاید تنها ۳۰ ثانیه برای ارائه ایده خود فرصت داشته باشید. درنتیجه باید از قبل همه صحبت‌ها و ایده‌ها را آماده کنید.

۲- ایمیل

در دنیای کنونی، ارسال ایمیل یکی از پروتکل‌های استاندارد ارتباطی محسوب می‌شود. البته برای استفاده بهینه از این ابزار الکترونیکی، باید ابتدا مهارت‌های خود را توسعه دهید. نقطه قوت ایمیل، قابلیت پیاده‌سازی انواع ایده‌ها با جزئیات بالا است. در یک ایمیل می‌توانید هر پیامی را با هر سطح از جزئیات شرح دهید. انواع موضوعات از ارائه ایده، درخواست، تشکر و حتی ارسال دستورالعمل، به‌راحتی از طریق ایمیل قابل انجام هستند.

چالش اصلی در ایمیل‌ها، ساختاردهی و روش نوشتن آنها است. اگر ایمیل شما ساختار و نظم مناسب را نداشته باشد، هیچ‌کس تمایلی به

معاون نوآوری و تجاری‌سازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت هم در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و هم در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری قوانینی برای رشد استارت‌آپ‌ها و تبدیل شدن آنها به شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد و مسیرها به درستی ترسیم شده است.

پیمان صالحی درباره اینکه برخی استارت‌آپ‌ها از نحوه عملکرد دستگاه‌های اجرایی با آنها گلایه دارند و آن را خودتحریمی می‌نامند در گفت و گو با خبرنگار علمی ایرنا، افزود: موضوع استارت‌آپ‌ها در کشور موضوع تازه‌ای است، بنابراین بسیاری از دستگاه‌های اجرایی هنوز نسبت به نحوه برخورد با این شرکت‌ها آشنایی کامل ندارند.

وی بیان کرد: آنچه استارت‌آپ‌ها خودتحریمی می‌نامند از نحوه عملکرد دستگاه‌های اجرایی و نظارتی از قبیل سازمان امور مالیاتی، اداره

بیمه و اداره ثبت است، اما دولت در این زمینه نیز قوانینی برای حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان تدوین کرده است.

صالحی گفت: یک شرکت دانش‌بنیان بیش از ۱۰۰ نوع امتیاز متفاوت

وجود قوانین حمایتی برای رشد استارت‌آپ‌ها

از کشور می‌گیرد و پشتیبانی بسیار خوبی به لحاظ قوانین از این شرکت‌ها انجام شده است.

وی ادامه داد: استارت‌آپ‌ها با توجه به نام‌شان شرکت‌های نوپا و جنینی هستند، بنابراین باید چشم‌اندازشان به این صورت باشد که دانش‌بنیان شوند، دانش‌بنیان به زبان ساده یعنی تحقیق و توسعه مداوم، بنابراین هرچه اینها رشد کنند، سیستم مالیاتی کشور و سیستم بیمه نسبت به این قضیه بهتر توجیه خواهند شد. صالحی گفت: حمایت‌های در نظر گرفته شده در زمینه استارت‌آپ‌ها تا زمان رشد و بالندگی در نظر گرفته شده است. این مسیر کاملاً هموار است و وجود ۴۳۵۰ شرکت دانش‌بنیان در کشور گویای این واقعیت است چراکه همه آنها روزی استارت‌آپ بودند.

وی ادامه داد: بالاترین مقامات کشور راجع به اقتصاد دانش‌بنیان و سلول‌های واحدی که باید این اقتصاد دانش‌بنیان را درست کنند، صحبت می‌کنند و پشتیبانی بسیار خوبی به واسطه قوانین از استارت‌آپ‌ها انجام شده است.



حل مشکلات معیشتی به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان

غلامعلی جعفرزاده ایمن‌آبادی، نماینده مجلس شورای اسلامی با اشاره به نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در شرایط کنونی کشور اظهار داشت شرکت‌های دانش‌بنیان نه تنها می‌توانند کشور را از تحریم‌ها عبور دهند بلکه توانایی متحول کردن اقتصاد ایران را هم دارند و هر چه سطح علمی کشور بالاتر برود نیازهای مردم در حوزه‌های مختلف اقتصادی و معیشتی هم برطرف خواهد شد.

نماینده مجلس شورای اسلامی ادامه داد: بزرگترین تحریم آمریکا علیه ایران جلوگیری از ورود تکنولوژی و فناوری‌های مختلف به ایران بود، زیرا آمریکا می‌داند که ایران می‌تواند در بخش‌های مختلف علم و فناوری خودکفا شود و به همین دلیل سعی می‌کند راه ورود علم و دانش به کشور را ببندد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی با بیان اینکه باید این نقشه آمریکا را خنثی کنیم، اظهار داشت: با حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان مسیر رشد اقتصادی ایران را سرعت بخشید. جعفرزاده ایمن‌آبادی درباره اینکه پیشرفت شرکت‌های دانش‌بنیان

تاکون به چه صورتی بوده است، گفت: طی چند سال اخیر پیشرفت‌های خوبی را از شرکت‌های دانش‌بنیان مشاهده کرده‌ایم، اما برای آنکه بتوانیم در آینده نزدیک حرف اول منطقه در موضوع علم و فناوری را بزیم باید از کشورهای دیگر پیشی بگیریم که متأسفانه اکنون کمی عقب هستیم.

ایران به جایگاه شایسته خود خواهد رسید نماینده مجلس شورای اسلامی افزود: با وجود پیشرفت‌های علمی که به کمک محققان داخلی به آنها دست یافته‌ایم، باید بگوییم که جایگاه‌مان بالاتر از وضع موجود است و امیدواریم که با کمک یکدیگر بتوانیم به جایگاه شایسته خود در علم و فناوری برسیم.

جعفرزاده ایمن‌آبادی با بیان اینکه نقش نظارتی دانشگاه‌ها و مراکز علمی باید بیشتر شود، گفت: باید به کمک نظارت‌ها از فرهنگ ناشایست کپی‌کردن جلوگیری کنیم، زیرا تولید علم یعنی تولید ثروت و نباید به جای تولید ثروت به هدررفت سرمایه‌ها کمک کنیم.



مراکز شتابدهی، زمینه‌ساز توسعه کارآفرینی نخبگانی است

رئیس دانشگاه بیرجند با اشاره به لزوم افزایش توانایی‌های عملیاتی دانشجویان و مستعدان برتر، ایجاد مراکز نوآوری و شتابدهی را اقدامی ضروری برای ارتقای مهارت‌های دانشجویان دانست. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، اولین جلسه شورای راهبردی مرکز نوآوری و شتابدهی دانشگاه بیرجند با حضور رئیس دانشگاه بیرجند، سرپرست بنیاد نخبگان خراسان‌جنوبی، رئیس پارک علم‌وفناوری خراسان‌جنوبی در محل مرکز نوآوری و شتابدهی دانشگاه بیرجند برگزار شد. در این نشست، احمد خامسان، رئیس دانشگاه بیرجند با اشاره به لزوم افزایش توانمندی‌های دانشجویان و مستعدان برتر، ایجاد مراکز نوآوری و شتابدهی را اقدامی ضروری برای ارتقای مهارت‌های دانشجویان دانست و گفت: دانشگاه تلاش دارد با تمام ظرفیت و داشته‌های خود از این مرکز برای پیشبرد اهداف تعیین‌شده حمایت کند.

یادداشت

فعالیت استارت‌آپ‌ها برای رفع مشکلات مدیریت آب

این سیستم برای ایجاد گلخانه‌های خودکفا از نظر آب و با مکان‌های کمتر توسعه‌یافته شهری و روستایی با دسترسی محدود به آب آشامیدنی کاربرد دارد. همچنین از این سیستم برای بیابان‌زدایی و در مناطق محروم می‌توان بهره برد.

بهسازی رطوبت هوا برای تولید آب شرب

یک شرکت خارجی دستگاهی جهت جذب و بهسازی رطوبت موجود در هوا برای مصارف روزمره خانگی ارائه کرده است. فرآیند تأمین آب از رطوبت در این دستگاه از طریق جذب هوا با کمک هواکش‌های موجود در دستگاه آغاز می‌شود. در گام بعدی این رطوبت هوا توسط دستگاه جذب شده و هوای خشک از دستگاه خارج می‌شود. با فشرده‌سازی و تقطیر رطوبت هوای جذب‌شده، آب مقطر به دست می‌آید. سپس این آب وارد محفظه‌ای می‌شود که مواد معدنی مورد نیاز انسان به آن افزوده می‌شود و در نهایت آب قابل شرب حاوی مواد معدنی در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد. این دستگاه در حال انجام تست‌های نهایی قبل از عرضه تجاری به بازار است.

سایبان خورشیدی با قابلیت جمع‌آوری و تصفیه آب باران

یک شرکت هندی، سایبان‌هایی چندمنظوره با قابلیت تولید انرژی الکتریکی و جمع‌آوری و تصفیه آب باران ارائه کرده است. این سایبان‌ها در عین حال که نقش ابتدایی خود به عنوان سایبان را انجام می‌دهند، از طریق صفحات فتوولتائیک موجود بر روی آنها انرژی نور خورشید را جذب می‌کنند و برای استفاده به عنوان انرژی الکتریکی آن را در باتری‌های خود ذخیره می‌کنند. همچنین به دلیل نوع ساخت، در هنگام بارندگی آب باران در مرکز آن جمع می‌شود، این آب از طریق لوله موجود در میله مرکزی سایبان به سمت زمین حرکت کرده و در مسیر خود از داخل فیلترهای موجود در میله سایبان عبور می‌کند و تا حد استاندارد آب قابل شرب تصفیه می‌شود.

این سیستم همچنین قابلیت اتصال به مخازن آب یا دیگر منابع برای تصفیه آب آنها را نیز داراست. این سایبان قابلیت‌هایی مانند تبدیل به جایگاه‌های سوخت خودروهای الکتریکی و استفاده به عنوان سایبان پارکینگ‌ها و پارک‌ها و همچنین ایجاد محل‌های کار در فضای آزاد با دسترسی مناسب به آب و برق و روشنایی را فراهم می‌کند که

گروه مخاطب این سیستم حوزه شهری است.

سیستم جذب و بازیابی رطوبت هوای خانگی برای تولید آب آشامیدنی

یک شرکت آمریکایی دستگاهی با هدف تبدیل رطوبت موجود در هوا به آب قابل آشامیدن و حاوی مواد معدنی ارائه کرده است که انرژی مورد نیاز خود را از انرژی خورشیدی تأمین می‌کند. در این سیستم هوا از طریق درپچه‌های دستگاه به داخل آن کشیده می‌شود و پس از جذب رطوبت آن هوای خشک از سمت دیگر دستگاه خارج می‌شود. سپس رطوبت جذب شده طی فرآیند تقطیر به آب مقطر تبدیل می‌شود و با عبور این آب از محفظه دارای مواد معدنی، آب دارای املاح مورد نیاز بدن و مناسب برای نوشیدن از دستگاه خارج می‌شود.

این دستگاه در یک روز آفتابی می‌تواند تا ۲۰ بطری آب آشامیدنی به ازای هر مجموعه استاندارد دستگاه (شامل دو پنل خورشیدی) تولید کند. این دستگاه عمر مفیدی بیش از ۱۰ سال دارد و هر پنج سال نیز تنها نیاز به تعویض فیلترها و محفظه مواد معدنی دارد.

این روزها بسیاری از کشورهای دنیا درگیر مسائل مربوط به خشکسالی و کم‌آبی هستند و برای برون‌رفت از این مشکل، دست به دامن فناوری‌های مختلف برای کمک به بارندگی بیشتر و دستیابی به منابع آبی جدید شده‌اند. در این میان تکنولوژی‌هایی مانند شیرین‌سازی و انواع تصفیه آب نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند که در بسیاری از کشورها استفاده می‌شوند.

برخی از تحقیقات محققان در دنیا در قالب استارت‌آپ ارائه شده و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اسامی برخی از آنها را منتشر کرده است.

این استارت‌آپ‌ها در حوزه تأمین آب با روش‌های جایگزین فعالیت کرده‌اند.

سیستم شست و شوی لباس با دی‌اکسیدکربن مایع

یکی از این محصولات در حوزه جایگزین کردن آب برای تأمین نیاز، «سیستم شست و شوی لباس با استفاده از دی‌اکسیدکربن مایع» بوده که یک شرکت آمریکایی موفق به طراحی و ساخت آن شده است. این شرکت سیستمی جهت شست و شوی حجم بالای لباس و انواع منسوجات ارائه کرده است که به جای آب، در آن از دی‌اکسیدکربن مایع استفاده می‌شود. صنایع نساجی دومین صنعت بزرگ آلوده‌کننده آب در دنیا محسوب می‌شوند و فاضلاب خروجی آنها از آنجا که به مواد شیمیایی مختلف آلوده شده است، چالش‌های بسیاری را برای دفع و استفاده مجدد ایجاد می‌کند.

این شرکت سیستمی متشکل از اجزای سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و مواد شیمیایی ارائه کرده است که بدون نیاز به آب عملیات شست و شو را بر روی انواع پارچه به صورت مؤثر انجام می‌دهد.

بخش سخت‌افزاری از چهار سید شست و شو برای انواع مختلف منسوجات تشکیل شده است که به صورت یک حلقه بسته طراحی شده و با کمک سیستم فیلتر کردن مستمر، دی‌اکسید کربن مایع موجود پس از تصفیه مجدد برای شست و شو استفاده می‌شود. همچنین شرکت یک نرم‌افزار برای تنظیم تعداد دفعات شست و شوی مواد شیمیایی مربوط به هر پارچه طراحی و ارائه کرده است. از جمله کاربردهای این محصول می‌توان به شست و شوی یونیفرم کارگران، یونیفرم لباس‌های نظامی و آتش‌نشانی و صنایع نساجی اشاره کرد.

شرکت‌ها و سازمان‌های با حجم بالای شست و شوی لباس و کارخانجات نساجی می‌توانند از این سیستم به عنوان جایگزین آب استفاده کنند.

سیستم جذب و بازیابی رطوبت هوا برای ایجاد گلخانه‌ها

یک شرکت هلندی نیز دستگاهی مقرون به صرفه برای جذب و بازیابی رطوبت آب موجود در هوا برای تأمین نیاز به آب طراحی کرده که در مناطق محروم بیشتر می‌توان از آن بهره برد.

هرچند سیستم‌های بازیابی رطوبت متعددی در بازار وجود دارد، اما بیشتر آنها هزینه اولیه و یا نگهداری بالایی دارند یا در محیط‌های محدودی می‌توان آنها را استفاده کرد. اما سیستم ارائه‌شده توسط این شرکت می‌تواند در محیط‌های مختلف حتی با میزان رطوبت حدود ۵ گرم / کیلوگرم نیز فعالیت خود را انجام دهد.

همچنین این سیستم برای بازیابی ۱۰۰۰ لیتر آب تنها به ۵۰ کیلووات انرژی الکتریکی و ۹۰۰ هزار کالری انرژی گرمایی نیاز دارد که این انرژی نیز می‌تواند از منابع مختلف مانند زیاله‌سوز، سوخت و یا انرژی خورشیدی تأمین شود.

ریداد ویژه تسلا در چین چیست؟

لا قرار است ۱۰خرداد رویدادی در چین برگزار و احتمالاً در آن، قیمت سدان مدل ۳ مخصوص بازار این اعلام کند.

در شبکه اجتماعی ویبو(Weibo)، تسلا تصویری مرموز منتشر کرد که باعث جلب توجه همگان شد؛ شامل کلماتی به زبان چینی و تاریخ ۳۱مه ۲۰۱۹ (۱۰خرداد)، طولی نکشید که پیش‌بینی‌های زیادی آنچه تصویر به آن اشاره می‌کرد، منتشر شد.

ارش زومیت، امروز جزئیات بیشتری درباره رویداد آینده تسلا در ۱۰خرداد منتشر شد. علاقه‌مندان به هم‌اکنون نیز مدل ۳ را در بازار چین می‌فروشند؛ هرچند تمام این خودروهای برقی هنوز از ایالات متحده نشوند؛ به‌همین دلیل، خودروهای الکتریکی سدان با تعرفه‌های وارداتی گزافی روبه‌رو شده‌اند. انتظار تسلا مدل ۳ تولیدشده در چین که به نسخه‌های مقرون‌به‌صرفه محدود باشد، نقش مهمی در بازار این بفا کند.

ن جدید بلومبرگ، جزئیات بیشتری درباره موضوع شگفت‌آور رویداد ۱۰خرداد ارائه می‌دهد. بلومبرگ ز منبعی مطلع که نخواست نامش فاش شود، اشاره می‌کند قیمت تسلا مدل ۳ محلی بین ۴۳ هزار و ۴۰۰ ۵۰ هزار و ۶۰۰ دلار بدون احتساب بارانه دولتی خواهد بود. منبع خبر جزئیات بیشتری درباره اعلامیه آینده تسلا ارائه نکرد، اما اشاره کرد قیمت نهایی مدل ۳ در بازار چین هنوز نهایی نشده است.

۴۳ هزار و ۴۰۰ دلاری تسلا مدل ۳ همچنان بالاتر از برخی رقبای محبوب بازار چین مانند بی‌وای‌دی (BYD Song) با قیمت پایه ۲۸ هزار دلار و ژیاونینگ جی ۳ (Xiaopeng G3) با قیمت پایه ۲۳ هزار ار می‌گیرد. با وجود قیمت بیشتر، نسخه چینی تسلا مدل ۳ به‌طور درخور توجهی مقرون‌به‌صرفه‌تر از وودروهای الکتریکی در دسترس این کشور خواهد بود؛ مانند قیمت نسخه استاندارد پلاس RWD که ن از ۵۴ هزار و ۵۰۰ دلار آغاز می‌شود.

قیمت رسمی تسلا مدل ۳ ساخت چین در ۱۰خرداد می‌تواند تأثیر درخور توجهی بر فروش خودروساز آمریکایی بگذارد. از یک سو، معرفی نسخه ارزان‌تر این سدان الکتریکی در ابتدا می‌تواند به جذب بیان بالقوه بیشتر برای خودروهای ساخته‌شده در بازار چین منجر شود که تا پایان امسال وارد بازار شد و از سوی دیگر، گزارش‌های مربوط به چین نشان می‌دهد تعداد چشمگیری از سفارش‌ها در این رای نسخه دوربرد محور عقب تسلا مدل ۳ ثبت شده است. البته نسخه یادشده در گیگافکتوری ۳ تولید بد شد. باتوجه به این موضوع، خریداران خودروهای الکتریکی تسلا که به‌دنبال مدل با شعاع حرکتی هستند، باید تا ۱۰خرداد منتظر بمانند.

بینی می‌شود گیگافکتوری ۳ تا پایان ماه مه سال جاری ساخت قالب کارخانه خود را به‌اتمام برساند و در ن برای نصب ماشین آلات آماده شود. به‌دنبال آن، ارتباطات خط لوله، ایستگاه‌های تجهیزات، راه‌اندازی ت و اجرای آزمایش‌ها درصورتی‌که با تأخیر غیرمنتظره‌ای روبه‌رو نشوند، از اواخر شهریور آغاز خواهد خانه گیگافکتوری ۳ در چین قرار است نسخه‌های مقرون‌به‌صرفه از تسلا مدل ۳ و در ادامه ساسی‌بلند دل ۳ را تولید کند.

فر، ایلان ماسک اعلام کرده بود تسلا نگاه ویژه‌ای به بازار چین برای تولید خودروهای الکتریکی دارد. با ی گیگافکتوری تسلا در چین، تولید خودروی برقی در این کشور به رکورد تازه‌ای می‌رسد که شاید در شوری به این اندازه نباشد. چین از سال‌های گذشته، سیاست کاهش آلودگی و ترویج محصولات برقی نامه خود قرار داده است.

تعجب نیست که تسلا به‌شدت در چین سرمایه‌گذاری می‌کند. چین نه‌تنها بزرگ‌ترین بازار خودرو در ه‌شمار می‌رود؛ بلکه منبع بخش بزرگی از پیشرفت‌های تسلا در سال‌های اخیر بوده است. درآمد کلی ر چین در سال ۲۰۱۸، حدود ۱.۸میلیارد دلار بود؛ درحالی‌که این میزان در سال ۲۰۱۷، بیش از ۲میلیارد لام شد. تسلا ۱.۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ و ۳۱۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۵ از بازار چین درآمد کسب مت.

گارت‌نر از افت ۲.۷درصدی عرضه گوشی‌های هوشمند در بازارهای جهانی خبر داد

انتظار می‌رود باتوجه به تحریم‌های تجاری آمریکا علیه هوآوی، سهم بازار هوآوی در فصل بعدی کاهش پیدا کند. حال باید منتظر باشیم و ببینیم در عمل آمارها چه نتایجی را نشان می‌دهند.

باوجود منازعات تجاری ایالات متحده و چین که ممکن است به‌ضرر هوآوی تمام شود، بنابر اطلاعات جدول، دو تولیدکننده دیگر گوشی‌های هوشمند در چین یعنی اوپو و ویوو جزو پنج شرکتی هستند که سهم بیشتری از عرضه گوشی‌های هوشمند در بازار جهانی را به خود اختصاص داده‌اند. باتوجه به اطلاعات آماری عرضه گوشی‌های هوشمند، شیائومی در بین پنج شرکت اول ازنظر عرضه گوشی‌های هوشمند

قرار نگرفته است. این شرکت با عرضه ۲۷.۲ میلیون دستگاه در جایگاه ششم قرار گرفته که فاصله نزدیکی با رقبای دیگر خود دارد.

گارت‌نر اعلام کرد که در فصل اول ۲۰۱۹ عرضه گوشی‌های هوشمند در بازار جهانی با افت ۲.۷درصدی روبه‌رو بوده و اپل نیز در این مدت نسبت به بازه زمانی مشابه سال قبل ۱۰ میلیون دستگاه کمتر فروخته است.

به گزارش زومیت به نقل از گارت‌نر، در فصل اول ۲۰۱۹، آمار عرضه گوشی‌های هوشمند سامسونگ نسبت به مدت مشابه سال قبل در حدود ۱۰درصد کاهش یافته است، ولی کم‌اکان غول فناوری کراهی در صدر جدول تولیدکنندگان گوشی‌های هوشمند از نظر آمار عرضه دستگاه‌های خود به بازار قرار دارد.

همان‌طور که در جدول آمار عرضه گوشی‌های هوشمند در بازار جهانی مشاهده می‌کنید، هوآوی در جایگاه دوم و اپل در جایگاه سوم قرار دارند. سهم بازار هوآوی در فصل اول ۲۰۱۹ برابر با ۱۵.۷درصد است که نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است. البته



دانش‌بنیان‌ها با تخفیف ۵۰درصدی در پنل‌های مجمع نوآوری آسیا – اقیانوسیه شرکت می‌کنند

علم، فناوری و نوآوری» با حضور چهره‌های بین‌المللی مطرح در دستور کار خواهد بود.

اعطای گواهینامه شرکت در دوره توسط سازمان ملل و بازدید رایگان از هشتمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری(اینوتکس) از دیگر خدماتی است که به شرکت‌های دانش‌بنیان حاضر در پنل‌های تخصصی در نظر گرفته شده است.

کمیسیون اقتصادی اجتماعی آسیا – اقیانوسیه سازمان ملل (اسکاپ-ESCAP)، یکی از نهادهای تابعه شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد (ECOSOC) است. این شورا که یکی از پنج رکن اصلی سازمان ملل متحد به شمار می‌آید، دارای مأموریت گسترده در حوزه اجتماعی و اقتصادی است و از نهادهای تخصصی و منطقه‌ای مختلف تشکیل شده است. شورای

مذکور در هر قاره یک آژانس منطقه‌ای دارد و مأموریت آن در آسیا – اقیانوسیه به اسکاپ داده شده است که دفتر منطقه‌ای آن در بانکوک (تایلند) قرار دارد.

نخستین مجمع نوآوری آسیا – اقیانوسیه (اسکاپ) ۲۱ تا ۲۲ خردادماه سال جاری برگزار می‌شود. در این مجمع علمی شش پنل تخصصی برگزار می‌شود که شرکت‌های دانش‌بنیان برای حضور در این پنل‌ها از

تخفیف ۵۰درصدی برخوردار می‌شوند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نخستین مجمع نوآوری آسیا – اقیانوسیه (اسکاپ) ۲۱ تا ۲۲ خردادماه سال جاری همزمان با هشتمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری (اینوتکس ۲۰۱۹) به همت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در سالن اجلاس سران کشورهای اسلامی و نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.

در این مجمع، برگزاری شش نشست تخصصی با موضوعات «خطمشی دولت‌ها در

ارتقای استارت‌آپ‌ها»، «زنان، نوآوری و فناوری»، «پارک‌ها و مراکز رشد فناوری»، «سرمایه‌گذاری در فناوری و نوآوری»، «نوآوری‌های برخاسته از بستر جامعه» و «تاثیر همکاری‌های جنوب-جنوب در ارتقای سطح



برندسازی موفق در گرو انتخابی دشوار

دوراهی اولویت استراتژی برند یا استراتژی کسب و کار

به قلم: توماس گاد کارشناس برندسازی

ترجمه:علی آل‌علی

تا همین چند سال پیش پاسخ من به پرسش پیرامون نحوه ارتباط میان استراتژی کسب و کار و استراتژی برند مبتنی بر اولویت استراتژی کسب و کار بود. دلیل اصلی آن نیز ماهیت بلندمدت استراتژی کسب و کار در راستای اجرای برخی اعمال با هدف دستیابی به اهدافی مشخص بود. به طور معمول کسب درآمد در مرکز اهداف استراتژی کسب و کار قرار دارد. به بیانی ساده، استراتژی کسب و کار یک بازی مدیریتی در راستای افزایش بهره‌وری و سودآوری شرکت‌ها قلمداد می‌شود. در این بازی جذاب تعریف اهداف اصلی و تلاش برای شناخت مخاطب هدف اهمیت بالایی دارد. نکته مهم در طراحی استراتژی کسب و کار لزوم همکاری مدیران تمام بخش‌هاست. به این ترتیب تهیه استراتژی کسب و کار بدون توجه به تمام جزئیات شرکت‌مان امکان‌ناپذیر است.

در طول سال‌های اخیر من در عقیده‌ام پیرامون اولویت استراتژی کسب و کار بر استراتژی برند بازنگری کرده‌ام. اکنون اعتقاد اصلی من اولویت استراتژی برند بر استراتژی کسب و کار است. دلیل اصلی چنین تغییر عقیده‌ای در تجربه عینی‌ام نهفته است. چند سال اخیر همه اهالی کسب و کار شاهد فروپاشی و شکست استارت‌آپ‌ها و از همه مهم‌تر شرکت‌های دارای سابقه طولانی بوده‌ایم. نکته جالب درخصوص این شکست‌ها بهره‌مندی تمام شرکت‌های مذکور از استراتژی کسب و کار تقریباً منسجم بود، بنابراین علت شکست را باید در جایی دیگر جست. به این ترتیب دلیل اصلی شکست آنها در بی‌توجهی‌شان به نیازهای واقعی مشتریان و ادراک مخاطب هدف از وضعیت برندشان بود.

به بیانی دیگر، هر کسب و کاری باید توانایی بررسی دقیق وضعیت مشتریان و هماهنگی با نیازهای آنها را داشته باشد. نتیجه چنین امری دستیابی به یک ایده برندسازی خواهد بود. به این ترتیب هویت برند ما براساس نیازهای اصلی مشتریان شکل می‌گیرد. برندهای بزرگ معمولاً توانایی بالایی در زمینه چنین گونه‌ای از برندسازی دارند. به همین دلیل نیز سطح بالایی از اعتماد و پذیرش مشتریان را تجربه می‌کنند. مزیت‌های استراتژی برند شامل کسب اعتبار، مرجعیت در کسب و کارمان و تبدیل مشتریان عادی به طرفدارهای سفت و سخت برندان است. بدون تردید هر برندی در فعالیت‌های خود به چنین اهدافی توجه دارد. با این حال بسیاری از آنها نسبت به ناتوانی یک استراتژی کسب و کار در پاسخگویی به چنین نیازهایی بی‌توجه‌اند. فقط درک درست از گستره توانایی و ناتوانی استراتژی کسب و کار و تفاوت آن با استراتژی برند ما را به سوی مسیر درست هدایت خواهد کرد.

ویژگی‌هایی نظیر اعتبار، جذب مشتریان وفادار، افزایش شمار طرفداران، محبوبیت و رابطه عمیق با مشتریان معنای واقعی برند در دنیای مدرن است. اکنون یک برند زیرمجموعه صرف یک یا چند شرکت شریک محسوب نمی‌شود. چنین برداشتی از مفهوم برند بسیار قدیمی به نظر می‌رسد. به همین دلیل ما نیازمند بازاندیشی درباره برداشت‌مان از برند هستیم. بدون تردید نوع تلقی ما از مفهوم برند بر روی فرآیند برندسازی‌مان نیز تاثیر دارد. وقتی ویژگی‌ نظیر اعتبار و تلاش برای ایجاد رابطه‌ای عمیق با مشتریان را در نظر داشته باشیم، فرآیند برندسازی را زیرمجموعه استراتژی کسب و کار طبقه‌بندی نخواهیم کرد. دلیل تاکید من بر روی استقلال فرآیند برندسازی در ارتباط با اهمیت آن در دوران کنونی و نزد مشتریان است. اگر یک کسب و کار فرآیند توسعه و تحقیق پیرامون برندسازی مدرن با اتکا بر استراتژی برند معتبر را پیش برد، شانس موفقیتش در دنیای کسب و کار به شدت افزایش می‌یابد. کلید موفقیت برندها در این میان توانایی انطباق با تغییرات حوزه کسب و کار است. یکی از اشتباه‌های جبران‌ناپذیر برندها در عصر کنونی تلاش برای موفقیت با اتکا به استراتژی کسب و کار است. البته منظور من نادرستی استراتژی کسب و کار و عدم نیاز به آن نیست. موضع اصلی من اولویت استراتژی برند است. به این ترتیب استراتژی کسب و کار براساس آن شکل خواهد گرفت.

گام نخست در راستای تدوین استراتژی برند تلاش برای شناخت درست از مشتریان هدف است. به راستی مشتریان واقعی برند ما چه کسانی هستند؟ نیازهای عمیق آنها چیست؟ چگونه باید از احتمال کاستی در تجربه خرید مشتریان از برندان اطمینان حاصل کنیم؟ ناتوانی یک برند در پاسخگویی به پرسش‌های فوق موجب گرایش مشتریان به سوی برندهای جایگزین خواهد شد. به این ترتیب کار ما برای بازیابی مشتریان از دست رفته بسیار سخت می‌شود. فقط زمانی که ما درک درستی از تجربه مشتریان داشته باشیم، امکان استفاده از ترکیبی از ابزارهای در دسترس برای جلب رضایت آنها و طراحی استراتژی برند تاثیرگذار خواهد بود.



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

دیجیتال برندینگ چیست؟



فضای دیجیتال، گستره استراتژی‌های برند بسیار بسیار زیادتر هم شده است. یکی از توصیه‌های جدی به عزیزانی که مایل هستند این راه را شروع کنند دارم، به جز مطالعاتی که می‌توانند داشته باشند، کسب تجربه در سازمان‌های کوچک و بزرگ است، چرا که تئوری‌ها با اینکه بسیار زیبا و دلنشین هستند اما آنچنان در کار عملی و کاربردی نخواهند بود. به قولی موها را در آسیاب نمی‌توان سفید کرد. با این تفاسیل کتابی که می‌خواهم معرفی کنم، به امید خدا در سیال ۹۷ منتشر خواهد شد به نام «برندسازی ناب» که تکنیک‌های کاملاً عملی به دوستداران برندینگ می‌دهد و این منبع را توصیه دارم هم بخوانند و هیچ‌گاه در کتابخانه‌شان هم قرار ندهند چراکه این کتابی است که همیشه باید روی میز کار قرار داشته باشد.

• کدام پروژه و شرکت ایرانی به عنوان الگو در این بخش معرفی می‌کنید؟

هستند برندهای ایرانی که در مدیریت استراتژی‌های برندشان روی طناب قدم برمی‌دارند و در بسیاری از پیام‌هایی که می‌خواهند مخابره کنند، با احتیاط عمل می‌کنند. اینها را می‌توان از کلمات کلیدی، لندینگ پیج‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ... فهمید. این برندها سعی می‌کنند جایگاهی که برند در ذهن مخاطب نشسته را با هر چیز متناقضی تخریب نکنند، اما در ایران مدیریت یکپارچه برند هنوز که هنوز است به خوبی اتفاق نیفتاده و جای تجربه و کار بیشتری نیاز دارد.

• چه توصیه‌ای برای برندهای ایرانی دارید؟

یکی از توصیه‌های مهم برای تک تک کسب و کارها این است که برای تبلیغات با اینفلوئنسرها و بلاگرهای شبکه‌های مختلف اجتماعی حتماً یک گایدلاین تهیه کنند و حتی‌الامکان در زمان تولید محتوا آنجا حضور داشته باشند که پیام برند از این گایدلاین خارج نشود، چراکه تولید محتوا توسط بلاگر ممکن است روزی چندبار رخ دهد و برای او این کار تکرار مکررات باشد، اما با حضور استراتژیست برند می‌توان از برند حراست کرد، مخصوصاً در حین کار با بلاگرهای طنز که هر حرفی دل‌شان بخواد در پست‌های‌شان می‌زنند.

• پیش‌بینی شما از رشد برندهای ایرانی در سال ۹۸ چیست؟

من پیش‌بینی برای رشد برندها را در رشد برندهای شخصی وابسته به کمپانی‌ها می‌دانم و از ترندهای موجود در کشورهای توسعه‌یافته، این روند کاملاً مشخص هست که در کشور ایران هم یکی از استراتژی‌های رشد برندها محسوب می‌شود. شما اگر یک برند ایرانی را مشاهده و تحلیل کنید، متوجه می‌شوید که برندهای شخصی (که کارمندان خودش هستند) را توسعه می‌دهد تا در بلندمدت برند قوی‌تری بسازد، این موضوع را در بسیاری از برندهای جهانی می‌توانید مشاهده کنید، مثل باشگاه‌های فوتبالی که برندها را برند بازیکنان تیم ساخته و توسعه می‌دهند. نتیجه‌ای که از این روند می‌گیرم این است که برندسازی داخلی برای منابع انسانی نقش بسزایی در رشد برندهای ایرانی خواهد داشت و هر برندی این پروسه را شروع کرده باشد، جایگاه قوی‌تری در اجتماع می‌سازد.

یکی دیگر از پیش‌بینی‌های رشدی که برای برندها دارم، استفاده از ابزار کوبرندینگ یا همبستگی چند کمپانی با هم‌جهت برند شدن هست مثل این پروسه هم چند وقتی است در اشل‌های کوچک به راه افتاده که کارهای وفادارسازی که در تخفیف‌های برندهایی چون دیجی کالا، الوپیک، فیلیمو و... برای خرید از هر یک به مخاطب به عنوان هدیه یا تشویق داده می‌شود. البته این استراتژی جای صحبت‌های بیشتر دارد که زمان محدود این اجازه را به ما نمی‌دهد.

منبع: blogad

یک طرح بازاریابی از طریق تجزیه و تحلیل داده‌ها و روندهای موجود در بازار را پیدا کند.

• استراتژیست برند در سازمان در کدام بخش فعالیت می‌کند و بیشتر از وظایف او بگویید؟

یک استراتژیست برند اغلب تحت نظر مدیر برند یا تیم بازاریابی کار می‌کند که خلاصه فعالیت او این است که از یکپارچگی و موثربودن پیام برند اطمینان حاصل کند. او چه آقا باشد چه خانم، باید بتواند برای پیش‌بینی روندهای آینده و موفقیت یک محصول یا خدمت از قبل فکر کند. استراتژیست برند بیش از فعالیت روی رسانه‌های اجتماعی و اینستاگرام است. یک استراتژیست باید روی جزئیات دقیق و روی جنبه‌های مختلف متمرکز باشد که این موقعیت شغلی بیش از «Reputation Management» است. در کار او عناصری چون SEO، توسعه وب، طراحی گرافیک و البته رسانه‌های اجتماعی هم وجود دارد.»

• پس دقیقاً کار استراتژیست برند شبیه به مدیر دیجیتال مارکتینگ است؟

دقیقاً این دو پوزیشن از دو دنیای متفاوت هستند، چراکه مدیر برند به دو چیز توجه ویژه‌ای دارد، یکی پیامی است که از برند به مخاطب می‌رسد و دیگری جزئیات نهفته در دل این پیام. یک نکته مهم دیگر، استراتژیست برند فقط روی مسائل دیجیتال مانور نمی‌دهد بلکه تبلیغات و مدل‌های آفلاین مثل بیلبورد، تبلیغات چاپی، سمپلینگ و حتی مذاکرات بین سازمانی هم دخیل هستند. برای بیان بهتر استراتژیست برند با هر نقطه تماس چه دیجیتال چه آفلاین که با مخاطب بیرونی در تماس است و پیامی از برند مخابره می‌کند، سروکار دارد.

• ممنون می‌شم روش‌های تدوین استراتژی دیجیتال مارکتینگ را شرح دهید.

برای تدوین استراتژی‌های برند، بهترین‌ (از نظر خودم) الگویی که می‌شود در سازمان‌ها پیاده‌سازی کرد، «داستان برند» است. داستانی که مخاطب از برند به یاد می‌آورد و تمام استراتژی‌ها و پیام‌های برند در دل این داستان استخراج می‌شود. داستان برند تکنیکی است شامل جایگاه‌سازی برند، شخصیت برند، پرسونا، نحوه قیمت‌گذاری، وعده برند، نمادهای برند و محصول یا خدمتی که برند عرضه می‌کند. بعد از خلق داستان به تدوین استراتژی (آنلاین و آفلاین) می‌پردازیم و از اینجا به بعد وارد فائل مارکتینگ و مدل‌های بازاریابی می‌شویم.

• چه درآمد سالیانه‌ای برای یک استراتژیست برند وجود دارد؟

یک استراتژیست برند با پنج سال سابقه کار در شهر نیویورک آمریکا (با مهارت‌های برندینگ، آنالیز بازار و تبلیغات) میلیی حدود ۶۰ هزار تا ۸۰ هزار دلار در سال دریافت می‌کند یعنی با ارزش ریالی امروز، چیزی بالغ بر ۸۴۰ میلیون تا یک میلیارد و نیم تومان می‌شود. همچنین ارزیابی همین سایت (pay scale) برای ارزش بازار یک استراتژیست برند برای یک فرد تازه‌کار ۳۰ هزار دلار است، اما اینجا ایران است و ارزش یک مدیر بسیار پایین‌تر از این صحبت‌هاست. یک استراتژیست برند همسطح مدیر برند ماهانه از منیمنم ۵میلیون تومان تا ۲۰میلیون تومان بنا به شاخص‌هایی چون اندازه سازمان، آنلاین یا آفلاین بودن برند، صنعتی که برند در آن وجود دارد، سال‌هایی که از تولد برند گذشته و از همه مهمتر ارزش برند، درآمد این موقعیت شغلی متغیر است.

• چه منابعی برای مطالعه در این زمینه به صورت تخصصی پیشنهاد می‌کنید؟

کتاب‌ها و مقالات زیادی در این حوزه وجود دارند که با اضافه‌شدن

ایستگاه بازاریابی

بررسی آخرین روش های بازاریابی موفق اینستاگرامی(۱)

۱۰ تکنیک بازاریابی واقعا تاثیر گذار در اینستاگرام

ترجمه: علی آل علی: با یک میلیارد کاربر فعال در ماه هیچ تردیدی در مورد جایگاه بالای اینستاگرام در میان شبکه های اجتماعی بزرگ وجود ندارد. این حجم از کاربران موجب جلب توجه شمار وسیعی از برندها و بازاریاب ها شده است. آنها به اینستاگرام به چشم یک پلتفرم استثنایی برای دسترسی به مخاطب هدف شان می نگرند. باتوجه به این نکته سهم ۱۵ درصدی اینستاگرام از درآمد تبلیغاتی فیس بوک جای تعجب ندارد. البته براساس پیش بینی ها این سهم تا سال ۲۰۲۰ به ۷۰ درصد خواهد رسید. اگرچه اینستاگرام یک فرصت عالی برای برندها و بازاریاب ها به حساب می آید، با این حال توجه همگانی به آن موجب هجوم تعداد بسیار زیادی از برندها و بازاریاب های مختلف می شود. به این ترتیب سطح رقابت تجاری در اینستاگرام به بیشترین حدش می رسد. بدون تردید تلاش برای برجسته سازی برندها در میان رقبای پرتعداد کار دشواری است. درست به همین خاطر ما نیازمند تکنیک های کاربردی در زمینه جلب نظر کاربران این پلتفرم هستیم. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی ۱۰ تکنیک بازاریابی واقعا تاثیر گذار در اینستاگرام است.

۱.انتخاب یک جلوه و وفاداری به آن

همانطور که به احتمال زیاد می دانید، اینستاگرام حول محور زیبایی شناسی توسعه یافته است. در میان انواع مدل های زیبایی شناسی، الگوی دیداری اش در کانون توجه توسعه دهندگان این پلتفرم قرار دارد. به همین خاطر دستیابی به مخاطب بالا در اینستاگرام نیازمند خلق جلوه بصری جذاب برای برندها است. متأسفانه بسیاری از برندها بدون توجه به ارتباط میان جلوه های بصری شان اقدام به پیروی از الگوهای متعدد در زمان واحد می کنند. یک برند موفق باید در استفاده از سبک و نوع رنگ ها برای محتوای اینستاگرامی خود ثابت قدم باشد. نکته مهم درباره توجه به الگوی دیداری پایدار رقم تولید روزانه محتوا در اینستاگرام است. بر این اساس کاربران روزانه ۱۰۰ میلیون فیلم و عکس منتشر می کنند. بدون تردید برند ما نیازمند افزودن عنصری خاص به محتوای خود به منظور ایجاد تمایز است. برندهای موفق همیشه محتوایی با قالب کلی یکسان تولید می کنند. به این ترتیب مخاطب به سرعت محتوای برند مورد نظر را در میان شمار انبوهی از محتواها در بخش جستجو (Explore) پیدا خواهد کرد. به عنوان مثالی موفق در زمینه وفاداری به قالب کلی محتوای بصری به نحوه فعالیت برند جو مالونه توجه کنید. این برند تصویر عمومی اش را همراه با طبیعت توصیف می کند. به این ترتیب در شبکه های اجتماعی نیز همیشه عنصری از طبیعت در کنار پست های آنها حاضر است.

۲.نگارش کپشن های مرتبط با مخاطب هدف

یکی از بهترین راهکارها در جهت ماندن در ذهن مخاطب ایجاد پیوندی میان محتوای بازاریابی مان و زندگی روزمره آنهاست. به این ترتیب تا مدت ها نام برندها در ذهن آنها خواهد ماند. اهمیت نگارش کپشن های کاربردی و دارای پیوند با مخاطب هدف برندها همین نکته است. وقتی از محتوای بازاریابی صحبت می کنیم، به ویژه در شبکه های اجتماعی، کپشن بخش جدایی ناپذیر آن محسوب می شود. یک کپشن مطلوب مخاطب هدف را به برندها پیوند می دهد. این امر موجب افزایش علاقه مخاطب به پیگیری کمپین ما خواهد شد. گام نخست در زمینه نگارش کپشن و برقراری ارتباط با مخاطب هدف تحت عنوان «شناخت مخاطب» مورد بررسی قرار می گیرد. در این مرحله هر برند باید مخاطب های هدف خود را شناسایی کند. امروزه اغلب برندها دارای بیش از یک نوع مخاطب هدف هستند. به این ترتیب باید محتوای خود را با سلیقه هر گروه از مخاطب ها هماهنگ کنند. چنین امری به برندها چند صای مختلف می بخشد. نکته مهم در این میان تلاش برای رفع هرگونه تضاد میان صدهای مختلف برندها است. در غیر این صورت از جلوه حرفه ای آن کاسته خواهد شد. نمونه مطلوب در زمینه نگارش کپشن مربوط به برند بوچیز لندن است. این کسافتود مشهور کپشن های محتوای اینستاگرامی خود را در کوتاه ترین شکل ممکن طراحی می کند. هنر اصلی آنها در ایجاد ارتباط قوی میان مشتریان و برندها شان از طریق کپشن های کوتاه است. به این ترتیب دیگر حوصله کاربران نیز از مطالعه کپشن های طولانی سر نخواهد رفت.

۳.بارگذاری بیش از اندازه پست ممنوع

اگر شما قصد برجسته سازی کسب و کارتان در میان موج خروشان اینستاگرام را دارید، باید از بارگذاری بیش از اندازه پست دوری کنید. بی شک بارگذاری بیش از اندازه پست موجب رنجش خاطر کاربران می شود. نتیجه این امر نارضایتی و حتی بی توجهی به فعالیت برندها در اینستاگرام خواهد بود. نکته مهم در اینجا اطمینان از بارگذاری مداوم، به بیش از اندازه، مطلب به منظور حضور در فهرست اخبار حوزه کسب و کارمان است. نتیجه چنین بحثی ضرورت طراحی یک برنامه زمانی دقیق برای بارگذاری مطلب در اینستاگرام است. باتوجه به مطالعه موسسه CoSchedule، حالات ایده آل بارگذاری یک با داکتر دو پست در روز است. بهترین زمان های بارگذاری پست نیز بین ۸ تا ۹ صبح و حوالی ساعت ۲ بعد از نیمه شب خواهد بود. نکته مهم در این میان عدم کاربرد توصیه های مطلوب برای یک برند نزد سایر برندهاست. به این ترتیب هر برندی باید اندکی شخصی سازی توصیه های مربوط به زمان بارگذاری پست را در دستور کار قرار دهد.

۴.استفاده از استوری برای محتوای در لحظه

استوری با اختلافی معنادر برطرف دارترین بخش اینستاگرام به حساب می آید. اکنون کاربران اینستاگرام به طور میانگین ۵۰۰ میلیون استوری در طول روز بارگذاری می کنند. از نقطه نظر بازاریابی چنین استقبالی از بخش استوری به معنای فرصتی طلایی برای برندها خواهد بود. برندها به منظور برجسته سازی هرچه بیشتر محتوای خود باید از بخش استوری استفاده مناسب کنند. در غیر این صورت مسیر موفقیت کمپین های شان بسیار دشوار خواهد شد. نکته جالب در مورد استوری حذف آن پس از ۲۴ ساعت است. به این ترتیب ما نیازمند ویرایش سنگین محتوای استوری مان هستیم. بخش استوری معمولاً برای بیان اخبار و اطلاعات در لحظه کاربرد دارد. به عنوان مثال، نمایش آخرین اخبار در مورد همایش برندها فقط از طریق بخش استوری جذابیت خاص خود را خواهد داشت. همچنین نمایش پشت صحنه کسب و کار از طریق استوری همچنان بالایی را به مخاطب هدف منتقل می کند.

۵.تولید محتوای کاربردی

بدون تردید ما با هدف توسعه برندها در اینستاگرام حضور داریم. با این حال جلب نظر کاربران این پلتفرم بدون تمرکز بر روی حوزه تخصصی مان امکان ناپذیر خواهد بود. انتظار کاربران از یک برند فعال در زمینه تولید لوازم ورزشی تولید محتوای کاربردی و جذاب در همان حوزه است. بنابراین ورود به حوزه های دیگر یک اشتباه استراتژیک محسوب می شود.

یکی از بهترین راهکارها برای جلب نظر مخاطب هدف تولید محتوای کاربردی است. به این ترتیب برندها به طور خودکار ترقی فنی ملاحظه ای را تجربه خواهد کرد. گام نخست در این زمینه بیان نحوه تاثیر گذاری محصول مان بر روی زندگی مشتریان است. به هر حال کلید موفقیت برندها تولید محصول با هدف رفع مشکلات مشتریان است. اشاره به مشکل مخاطب هدف و تلاش برای رفع آن اهمیت حیاتی دارد. برند مزراع کالیفرنیا یکی از نمونه های موفق در زمینه نمایش کاربردی محصولاتش بر روی زندگی مشتریان است. آنها در زمینه تولید نوشیدنی های طبیعی شهرت بالایی دارند. در اینستاگرام نیز بخش قابل توجهی از پست های آنها را معرفی نوشیدنی های تازه شان تشکیل می دهد. در کنار معرفی نوشیدنی های طبیعی، معمولاً به خاصیت های درمانی و پزشکی آنها نیز اشاره کلی می شود.

ادامه دارد...

منبع: influencermarketinghub.com



۳.دامنه گسترده مشتریان

دسترسی و همکاری با افراد دارای توانایی در زمینه تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف برندها اقدامی هوشمندانه محسوب می شود. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه فروش محصولات مربوط به نوزاد فعالیت دارید، به دنبال سایت های ویژه والدین و وبلاگ های مربوط به افراد تاثیر گذاری در زمینه بچه داری باشید. همکاری با افراد مشهور و مورد اعتماد در این زمینه جایگاه برند ما را بهبود خواهد داد. در حقیقت همکاری با افراد و برندهای شخصی معتبر به افزایش اعتبار ما نیز کمک می کند. بدون تردید خواسته هر برندی امکان دستیابی به دامنه هرچه وسیع تر از مخاطب های هدف است. متأسفانه همکاری با وبلاگ های تخصصی محدودیت های خاص خود را در زمینه دستیابی به مشتریان هدف دارد. راهکار پیشنهادی من در این میان استفاده از الگوی بازاریابی رابطه ای است. در این الگو پس از جلب نظر برخی از والدین (در مورد مثال فروش محصولات ویژه نوزاد) اقدام به همکاری تجاری با آنها کنید. بر این اساس در ازای فروش هر تعداد محصول از سوی آنها میزان مشخصی سود به آنها دهید. نکته مهم در این میان پرداخت هزینه فقط در ازای میزان فروش همکاران مان است. مزیت اصلی الگوی بازاریابی رابطه ای نیز دقیقاً همین پرداخت هزینه فقط پس از فروش نهایی است.

به عنوان یک برند برای پیشبرد اهداف مان در زمینه بازاریابی رابطه ای باید به دنبال افراد تاثیر گذار (نه به معنای تخصصی کلمه) باشیم. منظور من از افراد تاثیر گذار مشتریان دارای انگیزه کافی برای اقدام در راستای فروش محصولات مان است. اجازه دهید بازم به مثال محصولات ویژه نوزاد برگردیم. در این مورد برند ما نباید فقط بر روی والدین تمرکز کند. بدون تردید گروه مادر و پدر بزرگ ها و سایر بستگان نزدیک نوزاد نیز در دامنه مشتریان هدف ما قرار می گیرند. جلب نظر این دسته از افراد بستگی به موفقیت ما در زمینه پیاده سازی الگوی بازاریابی رابطه ای دارد.

همکاری با دیگران در راستای بهبود وضعیت برندها شرایط جالبی دارد. در مورد تولید لوازم نوزاد امکان همکاری حتی با کارشناس های طراحی داخلی خانه ها نیز وجود دارد. به این ترتیب آنها در صورت دریافت پیشنهاد برای طراحی اتاق کودک امکان معرفی برند ما را نیز خواهند داشت. در ازای این نوع معرفی امکان معرفی مشابه کارهای طراح مورد نظر از سوی ما یا پرداخت میزان مشخصی دستمزد وجود دارد. بازم تاکید می کنم، پرداختی برند ما فقط براساس میزان فروش همکارهای مان صورت می گیرد، بنابراین خبری از پرداخت پیش از فروش نهایی نخواهد بود.

جمع بندی

بدون شک اطمینان از اعتبار و شهرت مطلوب کسب و کارمان نیازمند تلاش های بسیار زیادی است. اگر ما تبلیغات مناسبی در راستای معرفی محصولات مان به مشتریان نکنیم، ساییت اصلی برندها توجه چندانی جلب نخواهد کرد. این به معنای حضور ساییت مان در رتبه های بسیار پائینی موتورهای جستجو است. نکته مهم در این میان عدم تمایل بسیاری از کاربران به بررسی صفحات بعدی نتایج جستجو در گوگل است. به این ترتیب شاید حتی یک رتبه بدتر نیز موجب ناکامی برندها شود. به عقیده بسیاری از صاحبان کسب و کارها موفقیت در بازاریابی و فروش نیازمند شیوه های مختلفی است. به همین دلیل معمولاً بازاریابی رابطه ای در کنار شیوه های سنتی تبلیغات و بهینه سازی موتورهای جستجو مورد استفاده قرار می گیرد.

منبع: noobpreneur.com

برای تلاش بیشتر در راستای جذب مشتری افزایش می یابد. نکته جالب اینکه استفاده از نرم افزارهای مدیریت کمپین های بازاریابی وابسته به کاهش هرچه بیشتر هزینه های ما کمک می کند. این سیستم با مدیریت خودکار هزینه ها از پرداختی های اضافی جلوگیری خواهد کرد. یکی از نرم افزارهای مناسب در این راستا Affiliate Managment نام دارد. خبر خوش اینکه استفاده از ابزار فوق برای یک ماه رایگان است. همچنین در ادامه تخفیف های فصلی نیز در استفاده از سرویس شان ارائه خواهد شد.

۲.افزایش اعتماد به نفس مشتریان

یکی از ویژگی های بازارهای مدرن افزایش قدرت انتخاب و سطح دسترسی مشتریان به محصولات و خدمات مختلف است. وقتی برندهای زیادی در بازار حضور داشته باشند، قدرت انتخاب مشتریان به شدت افزایش می یابد. در نتیجه دیگر بحث بر سر کیفیت محصولات نیست، بلکه باید اعتماد مشتریان را جلب کنیم. این امر از طریق ایجاد رابطه ای پایدار و عمیق با آنها روی می دهد. تا همین چند دهه قبل کیفیت محصولاتشان با هدف دریافت نظرات بزرگ می رفتند. آنها هیچ گونه پیش زمینه ای از برند مورد علاقه شان برای خرید نداشتند، با این حال اکنون همه چیز فرق کرده است. هیچ فردی بدون توجه به گزارش های مختلف اینترنتی در مورد بازارهای مختلف و محصولات برتر آن اقدام به خرید نمی کند. به عنوان مثالی عینی به وضعیت بخش نظرات مشتریان در فروشگاه آنلاین امروز نگاه کنید. تلاش اغلب برندها ارائه توضیحاتی دقیق و افزایش کیفیت محصولاتشان با هدف دریافت نظرات بهتر در آمازون است. دلیل این امر نیز کاملاً واضح است. نظرات منفی کاربران موجب کاهش انگیزه خرید مشتریان می شود. در حقیقت امروزه بسیاری از مشتریان از آمازون نه به عنوان فروشگاه آنلاین، بلکه منبعی معتبر برای بررسی کیفیت محصولات استفاده می کنند.

در میان انبوه فروشگاه های بزرگ، نباید نقش انکار ناپذیر وبلاگ ها را نیز از نظر دور داشت. به عنوان مثال، مشتریان در صورت مشاهده توصیه محصولی از سوی وبلاگ های معتبر احساس بهتری نسبت به خرید آن خواهند داشت. نکته مهم در این میان دریافت توصیه خرید یک محصول از سوی افراد معتمد است. به همین دلیل امروزه میزان تاثیر گذاری تبلیغات سلبریتی محور به شدت کاهش یافته است، چراکه مردم دیگر اعتماد زیادی به سلبریتی ها ندارند. در عوض افراد تاثیر گذار به عنوان کارشناس های حرفه ای در زمینه های تخصصی اعتماد بیشتری را به خود جلب کرده اند.

وبلاگ نویس ها به عنوان یکی از مرجع های معتبر برای بسیاری از مشتریان سراسر دنیا وقت زیادی را صرف تهیه مطلب و بهبود رابطه اش با مخاطب ها می کنند. به همین دلیل میزان استقبال جهانی از گزارش های این وبلاگ ها بسیار زیاد است. اگر شما نیز به دنبال توسعه کسب و کارتان هستید، ایجاد رابطه ای صمیمی با مشتریان را در نظر داشته باشید. بسیاری از برندها بزرگ برای توسعه کمپین ها و فرآیندهای فروش شان به همکاری مبتنی بر الگوی بازاریابی رابطه ای با وبلاگ نویس های بزرگ روی می آورند. به این ترتیب وبلاگ نویس ها در ازای میزان فروش محصولات برند مورد نظر مبلغ مشخصی را دریافت می کنند. دلیل اصلی سوددهی چنین شیوه ای اعتماد بسیار زیاد کاربران به برخی از وبلاگ ها و انتخاب دشوار برندها از سوی وبلاگ نویس هاست. این امر در راستای حفظ اعتبار و مرجعیت هر وبلاگ روی می دهد. در حقیقت آنها به خوبی از توانایی در بازاریابی اعتماد دوباره مخاطب شان آگاهی دارند. همکاری تبلیغاتی از طریق الگوی بازاریابی رابطه ای با وبلاگ نویس ها یکی از سودمندترین شیوه های فروش محسوب می شود.

به قلم: ایوان وید جایا کرشنش امور کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل علی

استراتژی های مدرن بازاریابی نیازمند اعمال تلاش و زحمت بسیار زیادی از سوی برندهاست. چنین الگوهایی از بازاریابی شامل فرآیندهای پیچیده ای از قبیل سازمان های مختلف مربوط به سایت، بهینه سازی موتورهای جستجو، تولید محتوای جذاب و مدیریت کارآمد شبکه های اجتماعی است. وقتی پای کار با چند فرآیند به صورت همزمان در میان باشد، افزایش میزان دقت و برنامه ریزی دقیق مورد نیاز خواهد بود.

امروزه اینترنت نفوذ و تاثیر بسیار زیادی بر روی زندگی مردم دارد. تقریباً زندگی هیچ کدام از ما بدون اینترنت قابل تصور نیست. اکنون بسیاری از مردم از اینترنت به عنوان منبع اصلی درآمدشان استفاده می کنند. نکته مهم در این میان فرایند دستیابی به درآمد از طریق اینترنت است. به طور معمول درآمدزایی از اینترنت نیازمند کار گروهی و همکاری با دیگران است. صرف نظر از کیفیت محتوا، سایت و اکانت برندها در شبکه اجتماعی نیازمند کمک های حرفه ای از سوی سایر ابزارها نیز هست. یکی از راهکارها برای افزایش درآمد برندها در دنیای آنلاین تحت عنوان «بازاریابی رابطه ای» شناخته می شود.

بازاریابی رابطه ای به برندها امکان درآمدزایی از طریق توسعه محصولات و خدمات دیگران را می دهد. بدون تردید برای ادامه بحث ما نیازمند تعریف مفهوم بازاریابی رابطه ای هستیم. این الگوی از بازاریابی از طریق معرفی محصولات و خدمات شرکت به برخی از بازدیدکنندگان سایت و تعیین پاداش برای معرفی شان از سوی آنها اطلاق می شود. هدف اصلی در شیوه بازاریابی رابطه ای استفاده از قدرت تاثیر گذاری افراد به عنوان شخصیت های حقیقی است. این امر به خاطر میزان بالاتر باورپذیری تبلیغات از سوی مردم عادی روی می دهد. در حقیقت، امروزه تبلیغات برندها بیش از هر زمان دیگری مورد شک و تردید مردم قرار دارد. درست به همین خاطر امروزه بسیاری از مردم معمولاً یک یا چند شرکت را به عنوان برندهای محبوب شان به دیگران معرفی می کنند. البته در این میان نباید نقش عوامل غیرپولی (کیفیت محصولات، رابطه عمیق و خدمات جانبی مطلوب) را نادیده گرفت. فرض اصلی ما میزان مطلوب بازدیدکنندگان سایت رسمی برند شماست. با این پیش فرض اجازه دهید به برخی از شیوه های کمک بازاریابی رابطه ای به افزایش فروش و درآمد برندگان بپردازیم.

۱. صرفه اقتصادی

بسیاری از تکنیک ها و استراتژی های کلان بازاریابی هزینه های زیادی را طلب می کند. بدون تردید خرج هوشمندانه بودجه برندها در راستای ایجاد جلوه های حرفه ای از خود اهمیت بسیار دارد. به این ترتیب پرداخت هزینه تبلیغاتی برای نمایش هرچه بیشتر محتوای برندها در شبکه های اجتماعی، افزایش رتبه ساییت مان در موتورهای جستجو و طراحی قالبی زیبا برای سایت رسمی مان خرج زیادی روی دست برندها خواهد گذاشت.

بازاریابی رابطه ای یکی از کم هزینه ترین الگوهای بازاریابی برای افزودن به برنامه شرکت مان است. به این ترتیب به جای پرداخت هزینه برای تبلیغات، میزان تمرین بخشی بودجه برندها افزایش خواهد یافت. در این الگو هزینه بازاریابی فقط پس از ساماندهی فروش از سوی افراد پرداخت می شود. به این ترتیب خبری از خرج بودجه بدون بازگشت سرمایه گذاری نخواهد بود. وقتی میزان پرداختی برندها به افراد بسته به میزان فروش شان باشد، انگیزه آنها



رهبری

۳ راهکار برتر برای تقویت روحیه کارمندان

موفقیت کاری بیشتر با تقویت روحیه اعضای شرکت

 	به قلم: پیتتر گوهرن موسس شرکت پیتراِس کوهان و همکاران
 	ترجمه: علی آل علی

یکی از پایه‌ای‌ترین چالش‌های مدیریت و رهبری شرکت‌ها تقویت روحیه کارمندان است. با پیشرفت صنایع گوناگون و موج تخصصی‌سازی رقابت برای جلب نظر نیروی کار ماهر بیش از هر زمانی شده است. همچنین برای افزایش سود شرکت‌مان تلاش صرف برای استخدام کارمندان بیشتر بی‌فایده است. تمرکز اصلی برنده باید بر روی تقویت انگیزه و بهبود عملکرد نیروی کارشان باشد.

یکی از راهکارهای کاربردی به جای استخدام نیروی کار بیشتر تلاش برای افزایش سطح وابستگی و تعامل کارمندان با شرکت‌مان است. بدون تردید چنین هدفی به سادگی قابل دستیابی نیست، چراکه بسیاری از کارمندان هیچ علاقه و تعلق خاطری به محل کارشان ندارند. در ایالات متحده (بزرگترین اقتصاد جهان) سطح علاقه و تعلق خاطر کارمندان به شرکت‌ها بسیار پایین است. دلیل اصلی آن هم سطح پایین تعامل عاطفی و احساسی میان کارمندان و برندهاست. همه ما تجربه فعالیت عذاب‌آور در محیط کار را داریم. از چشم‌انداز فعلی چنین تجربه‌ای حاصل ناتوانی شرکت‌ها در تعامل سازنده با کارمندان‌شان است.

نظرسنجی سال ۲۰۱۸ موسسه گالوپ بیانگر نکات امیدبخشی در زمینه میزان علاقه و تعامل کارمندان با برندهای محل کارشان است. نکته جالب اینکه در چنین نظرخواهی بزرگ (بیش از هزار شرکت‌کننده) و امیدوارکننده‌ای ۶۶درصد از کارمندان اعلام بی‌علاقگی و ناتوانی در تعامل سازنده با شرکت‌ها را کرده‌اند. به این ترتیب هنوز هم راه درازی پیش روی برندها به منظور دستیابی به کارمندان باانگیزه و علاقه‌مند به خود وجود دارد. در این مسیر بیشترین مسئولیت متوجه مدیران شرکت‌هاست. آنها به عنوان تصمیم‌گیرنده نهایی باید برنامه‌های بهتری برای مدیریت کارمندان‌شان داشته باشند.

تا اینجا بیشتر به خبرهای بد و ناامیدکننده پرداختیم. با این حال دنیای کسب و کار حاوی نکات امیدبخش نیز هست. امروزه توانایی و ابزارهای شرکت‌ها در راستای ایجاد انگیزه و رابطه‌ای مطلوب با کارمندان‌شان بسیار بیشتر از گذشته است. براساس مطالعه‌ای از سوی موسسه هاروارد بیزینس ریویو به سرپرسی اما سیالا (نایت رئیس دانشگاه یل و استاد دانشکده کسب و کار در زمینه هوش مصنوعی) شرکت‌ها فقط باید سه کارویژه مهم را انجام دهند. به این ترتیب میزان تعامل و رضایت کارمندان افزایش چشمگیری خواهد یافت. وقتی کارمندانی دارای تعامل و راضی داشته باشیم، معنای ضمنی آن تقویت انگیزه‌شان نیز هست. در ادامه به بررسی هر کدام از این راهکارها خواهیم پرداخت.

۱. روحیه‌بخشی به کارمندان

یکی از چالش‌های اصلی تمامی شرکت‌ها در ارتباط با کارمندان‌شان آنچه «اعتبار احساسی» نامیده می‌شود، است. این امر به ویژه برای استارت‌آپ‌ها بسیار مهم است. به طور معمول سطح دستمزد پیشنهادی استارت‌آپ‌ها به کارمندان کمتر از شرکت‌های بزرگ است. به همین دلیل باید به دنبال راهکاری برای جلب نظر کارمندان در ادامه فعالیت باشند. در این میان «استراتژی استارت‌آپ گرسته» کاربرد دارد. این استراتژی بر روی افزودن کارمندان به گشت و گذارهای استارت‌آپ‌ها در دنیای کسب و کار اشاره می‌کند. به این ترتیب کارمندان سطح تعامل و تعلق خاطر بیشتری را تجربه خواهند کرد. در نتیجه میزان وابستگی‌شان به شرکت افزایش می‌یابد. به عنوان مثال، ایجاد روحیه در کارمندان به منظور تغییر رویه‌ای خاص در مقیاس ملی یا جهانی ایده مناسبی خواهد بود.

اما سیالا تاکید بسیار زیادی بر روی رابطه عاطفی کارمندان با شرکت‌ها دارد: «مطالعات مراکز پژوهشی بیانگر میزان تمرکز، تعهد و روحیه بیشتر افراد دارای هدف در زندگی یا شغل‌شان است. همچنین هدفمندی رابطه‌ای مستقیم با کیفیت خلاقیت ما دارد. به این ترتیب مدیران کسب و کار باید به طور مداوم تاثیر مثبت فعالیت کارمندان‌شان بر روی زندگی مردم را یادآور شوند.»

یکی از بهترین راهکارها برای تقویت روحیه کارمندان بیان مستقیم تاثیر فعالیت شرکت بر روی زندگی مشتریان است. این امر روحیه دسته‌جمعی کارمندان را خوب خواهد کرد.

۲. رابطه صمیمانه با کارمندان

در طول دوران فعالیت‌م به عنوان کارمند همیشه از شیوه رفتار نامناسب مدیران با کارمندان‌شان تعجب می‌کردم. بسیاری از مدیران از کارمندان خود به عنوان دوست یا مشاور استفاده نمی‌کنند. این امر در جای خود چندان بد نیست. با این حال رفتار نامناسب با آنها وجه توهین‌آمیز به خود خواهد گرفت.

اما سیالا براساس مطالعه رسمی مرکز کسب و کار بریتانیا بر روی رابطه وفاداری کارمندان و نحوه رفتار مدیران به نکته جالبی اشاره می‌کند: «هرچه رابطه میان مدیران و کارمندان صمیمانه‌تر باشد، میزان وفاداری و بازدهی کلی کارمندان افزایش می‌یابد.»

مهربانی و دوستی با کارمندان شاید کار چندان دشواری نباشد. نمونه مطلوب در این زمینه رئیس برند تیویتاست. وی در سخنرانی‌اش در دانشگاه ایپسون به شیوه‌ای ساده برای شروع رابطه صمیمی با کارمندان اشاره می‌کند: «رابطه‌تان را با طرح یک پرسش ساده شروع کنید. به عنوان مثال اینکه وضعیت کاری و زندگی شخصی‌تان چگونه است.»

۳. مراقبت از خود و کارمندان‌مان

شرایط رفاهی کارمندان در طول چند سال اخیر تغییر کرده است. در دسامبر گذشته آرون آین، مدیرعامل برند Lowel، در اقدامی رسمی به کارمندان‌ش اهمیت خانواده و اولویت آن بر کار را یادآور شد. به این ترتیب در شرکت Lowell هرگونه مرخصی یا همراهی با کارمندان در راستای رسیدگی به مشکلات خانوادگی صورت می‌گیرد. نتیجه اقدام آرون آین برای دیگر کسب و کارها توجه به وضعیت مطلوب جسمانی و عاطفی کارمندان است. در غیر این صورت میزان کیفیت عملکرد آنها در طول زمان کاهش شدیدی خواهد یافت. به گفته اما سیالا: «توقف کار در طول روز، اندکی تفریح یا نرمش به بازایی مجدد روحیه نیروی کار کمک می‌کند. همچنین مرزبندی مشخص میان خانه و محل کار از نظر روانی کارمندان را آسوده خاطر خواهد کرد.»

عمل به سه توصیه فوق از نظر من چندان دشوار نیست. اگر شما هنوز عمل به این توصیه‌ها را شروع نکرده‌اید، از همین الان باید دست به کار شوید.

منبع: inc

پیش از شروع مسیر رشد، کسب‌وکارتان را برایش آماده کنید



به‌عنوان مثال، پس از قرارگیری در مسیر رشد، سفارش‌های مشتریان افزایش می‌یابد و شما باید پیش‌ازآن، برای اجرای سفارش‌ها و تأمین نیازها آماده باشید. داستان‌های متعددی از کسب‌وکارهایی وجود دارند که با روش‌های گوناگون جذب سرمایه یا بازاریابی حرفه‌ای، به‌سرعت وارد مسیر رشد شده‌اند. بسیاری از آنها آمادگی چنین حجمی از پیشرفت را نداشته‌اند و درنتیجه، در مسیر شکست قرار گرفتند. درواقع با چنین روندی، رشد سریع به‌عنوان قله آخر کسب‌وکار عمل می‌کند و از آنجا، سقوط به‌ناپودی شروع می‌شود.

زمان مناسب برای راه‌اندازی سیستم و زیرساخت، پیش از ورود به مسیر رشد است. به‌بیان‌دیگر، باید کسب‌وکار خود را برای هدف نهایی و نه آنچه الان هستید، آماده کنید. اگر پیش از شروع مسیر رشد، پیش‌نیازهای فنی و حتی فرهنگی را برایش آماده کنید، هجوم مشتریان و سفارش‌های جدید ضربه‌ای به کسب‌وکار نخواهد زد. در آن حالت، برای همه سفارش‌های جدید راهکاری دارید و مدیریت آنها دشوار نخواهد بود.

استراتژی تفکر روبه‌جلو

امکان‌ات دنیای امروز به بنیان‌گذاران قدرت می‌دهد سیستم‌ها را با هزینه و درگیری بسیار کمتر راه‌اندازی کنند. اینترنت و فناوری‌های مرتبط و نرم‌افزارهای گوناگون، امکان راه‌اندازی سیستم‌هایی را به ما می‌دهند که توانایی مدیریت رشد را دارند. به‌علاوه، همکاری با شرکت‌ها و سازمان‌های دیگر نیز آسان‌تر شده و می‌توان در کنار دیگران، سیستم‌های بهینه‌تری برای رشد آماده کرد. به‌عنوان نمونه‌ای از همکاری‌های استراتژیک تصور کنید که آژانس بازاریابی دیجیتال دارید. شما استراتژی‌های بازاریابی در دنیای مدرن و روش‌های آن را به مشتریان آموزش و به سازمان‌های بزرگ نیز مشاوره می‌دهید. فرض کنید یکی از مشتریان به راه‌اندازی راهکارهای شما تمایل پیدا می‌کند، اما ابزارهای لازم برای اجرای آن را ندارد. درنتیجه، مشتری از آژانس شما درخواست می‌کند

باشید:

۱.فرهنگ سازمانی در مراحل اولیه کسب‌وکارتان شکل می‌گیرد: شما در موقعیتی منحصر به فرد هستید و اکنون می‌توانید فرهنگ حاکم بر کسب و کارتان را تحت تاثیر قرار دهید. زمانی که یک شرکت در مراحل اولیه راه‌اندازی خود قرار دارد، فرهنگی که ایجاد می‌شود پایه و اساس عملکرد آن خواهد بود. این فرآیند احتمالا به‌طور طبیعی و بدون اینکه متوجه آن شوید، رخ می‌دهد و به تلاش زیادی نیاز ندارد.

درحالی‌که در شرکت‌هایی که دارای رشد قابل توجهی هستند ممکن ست زمان و منابعی را برای صرف سرمایه‌گذاری در فرهنگ خود اختصاص دهند و طرح‌هایی را برای مدیریت فرهنگ سازمانی در حال رشد خود داشته باشند. برای کارمندان مهم است که نقش متغیر رهبران کسب‌وکار چگونه روی فرهنگ سازمانی اثرگذار است.

۲.ارزش‌ها و اهداف‌تان را واضح بیان کنید:

همان‌طور که شرکت رشد می‌کند، باید تلاش هماهنگ‌تری در مورد ارزش‌های تعریفی که در آن فعالیت می‌کنید، وجود داشته باشد.

شما ممکن است در انتخاب اهداف و فرهنگ سازمانی‌تان گیج بشوید، باید بدانید شما تنها درگیر با این موضوع نیستید. به‌عنوان قدم اول، توجه داشته باشید که چگونه جامه‌بنه‌های کسب و کار خود را در قالب یک ماموریت معنی‌دار تعریف کنید.

آیا قلاب‌هایی در قلب سازمان شما قرار دارند که واقعا کارکنان شما را درگیر کنند؟ این هسته ارزش‌های شماست که سبب درگیری کارمندان‌تان می‌شود.

قرارگیری در مسیر رشد یکی از آرزوهای هر کارآفرین و بنیان‌گذار کسب‌وکار است که در صورت آماده‌نبودن برای آن، عواقب نگران‌کننده‌ای در انتظارش خواهد بود.

به کارآفرین یا مدیر کسب‌وکاری در رؤیاهایش روزی را می‌بیند که شرکتش به رشد کافی رسیده باشد و درآمد مناسب برای استقلال مالی را تأمین کند؛ روزی که سفارش خدمات یا محصولات با روالی مناسب افزایش می‌یابد و مشتریان متعددی با شرکت ارتباط دارند. قطعا رسیدن به چنین مرحله‌ای در ذهن تمامی بنیان‌گذاران وجود دارد و آنها تلاش می‌کنند تا به رسیدن به آن، کمی از استرس‌های روزمره رهایی یابند.

رسیدن به رشد و جریان درآمدی مناسب را می‌توان هدف هر بنیان‌گذار استارت‌آپ دانست. آنها کسب‌وکار مد نظر خود را راه‌اندازی می‌کنند تا به امنیت مالی برسند و روی زندگی افراد مرتبط با آن تأثیر بگذارند. قطعا رسیدن به چنین هدفی آسان نیست و نیازمند از‌خودگذشتگی‌هایی خواهد بود که شاید در تصور افراد نگنجد.

کارآفرینان با اختصاص منابع کافی زمانی و پولی و برنامه‌ریزی‌های صحیح، می‌توانند به اهداف مذکور دست پیدا کنند. اختصاص منابع با هدف ساختن بنیادی محکم برای کسب‌وکار، می‌تواند در کنار برنامه‌های دقیق بازاریابی و فروش، شما را وارد مسیر رشد کند. البته پیش از واردشدن به چنین مسیری، باید آمادگی آن را داشته باشید تا به‌عنوان مثال، پس از افزایش شدید مشتریان، توانایی خدمت‌رسانی به همه آنها را داشته باشید.

آماده‌سازی سیستم

رشد همان‌طور که هدف بسیاری از کسب‌وکارها محسوب می‌شود، می‌تواند شروعی بر سقوط آنها نیز باشد. کارآفرینان برای جلوگیری از سقوط باید پیش از واردشدن به مسیر، زیرساخت و سیستم مناسب برای مدیریت آن را تأمین کنند.

مترجم: ملیکا نصیر

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

با وجود اینکه قادر به دیدن فرهنگ سازمان‌تان نیستید، فرهنگ سازمان‌تان یک پدیده واقعی و ملموس تلقی می‌شود و ممکن است زمانی شما به آن توجه کنید که با مشکلی مواجه شده باشد. باید از ابتدا شروع کسب‌وکارتان به فرهنگ سازمانی توجه داشته باشید و آن را در راستای اهداف کسب‌وکارتان پرورش دهید. فرهنگ سازمانی ضعیف نه‌تنها بر حفظ کارکنان شما تاثیر می‌گذارد بلکه شهرت و خط منفی سازمان شما را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. در حقیقت، مطالعات حاکی از آن است که جابه‌جایی کارکنان به‌دلیل فرهنگ سازمانی ضعیف، ۲۳.۶ میلیارد پوند در سال هزینه دارد.

هنگامی که تعداد کارکنان‌تان محدود باشد، شکل‌گیری فرهنگ سازمانی‌تان راحت‌تر خواهد بود و وقتی به تعداد آنها اضافه شود، شکل‌گیری فرهنگ سخت‌تر می‌شود. حفظ و نگهداری فرهنگ سازمانی که آگاهانه یا بدون آگاهی خلق کردید کار ساده‌ای نیست.

این موضوع حتی زمانی‌که شرکت شما در مرحله رشد است، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. به کسب و کار «ویر» نگاه کنید، زمانی‌که خود را در میان جنجال‌های تبعیض‌آمیز و چندین دعای حقوقی یافت، در صدد تغییر فرهنگ سازمانی خود برآمد و اعلام کرد، هدف ما «انجام کار درست» نه‌تنها با تمرکز بر رشد، بلکه با تمرکز بر شفافیت و مشارکت است!

به‌عنوان رهبر کسب‌وکار در مورد فرهنگ سازمانی به سه نکته توجه داشته

فعالیتی که نفع همگان را در نظر دارد

همه چیز درباره استارت آپ‌های حوزه صنایع دستی



صنایع دستی از یک‌سو بر اقتصاد کشور تاثیرگذار است و می‌تواند موجب رشد صادرات غیرنفتی کشور شود و زمینه اشتغال را فراهم کند و از سوی دیگر بستری است برای معرفی فرهنگ و هنر ایران در داخل و خارج کشور.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، دهم ژوئن برابر با بیستم خرداد به عنوان روز جهانی صنایع دستی نامگذاری شده است. بهمن‌نامور مطلق، معاون سابق صنایع دستی و هنرهای سنتی، سال گذشته به مناسبت چنین روزی گفته بود: «جایگاه حقیقی صنایع دستی ایران در سطح بین‌المللی بسیار بیش از وضعیت امروزی آن است. به عبارت دیگر صنایع دستی ایران تا جایگاه پایسته جهانی فاصله زیادی دارد؛ البته اقداماتی در‌خور این حوزه نیز صورت گرفته و زمینه‌هایی کم و بیش فراهم شده است، بنابراین در وضعیت کنونی هنوز میان استعدادهای بالقوه و وضعیت بالفعل صنایع دستی در عرصه بین‌المللی شکاف قابل توجهی وجود دارد.»

هنری مورد اقبال عموم

صنایع دستی در کشور ما از آن دست حوزه‌هایی است که پس از گذر سال‌ها و قرن‌ها همچنان پتانسیل رشد دارد. در سال‌های اخیر شاهد بوده‌ایم که بسیاری از جوانان از رشته‌های پزشکی و مهندسی فاصله گرفته و سراغ رشته‌های هنری از جمله صنایع دستی رفته‌اند. از طرف دیگر بسیاری از افراد به «چیدمان خانه ایرانی» روی آورده‌اند و ترجیح می‌دهند در دکور خانه‌شان از صنایع دستی ایرانی و بومی استفاده و فضایی سنتی ایجاد کنند. این قبیل تغییرات نشان می‌دهد ایران از ظرفیت‌های هنری و بومی بالایی برخوردار است و خواهان بسیار دارد و محصولات برآمده از این صنعت همچنان مورد اقبال عموم مردم است. صنایع دستی از یک‌سو بر اقتصاد کشور تاثیرگذار است و می‌تواند موجب رشد صادرات غیرنفتی کشور شود و زمینه اشتغال را فراهم کند و از سوی دیگر بستری است برای معرفی فرهنگ و هنر ایران در داخل و خارج کشور.

با این تفاسیر واضح است که چرا باید نگاه جامع و برنامه‌ریزی منسجمی برای تولید و معرفی محصولات این حوزه داشت. سال‌هاست در مناسبت‌های مختلف از جمله روز جهانی صنایع دستی، هنگام برپایی نمایشگاه‌ها و در همایش‌های مربوط به صنایع دستی، از اهمیت این حوزه گفته می‌شود و جمله‌هایی رد و بدل می‌شود مبنی بر اینکه در برنامه‌ریزی‌های کلان کشور باید به صنایع دستی توجه ویژه‌ای داشت اما فعالان این حوزه معتقدند در عمل آن اتفاقی که باید، هنوز به وقوع نپیوسته است.

در این اوضاع و احوال اما همه به حرف زدن بسنده نکرده‌اند؛ در چند سال اخیر تعدادی از جوانان متخصص در رشته فناوری اطلاعات - برنامه‌نویسی وب، برنامه‌نویسی اندروید، هوش مصنوعی، تجارت الکترونیک و... - و کارشناسان بازاریابی و علاقه‌مند به صنایع دستی کمر همت بستند و استارت‌آپ‌هایی در این زمینه راه انداختند. در ادامه

می‌خواهیم هدف این استارت‌آپ‌ها، نحوه فعالیت‌شان و چالش‌هایی که بر سر راه‌شان است، به طور مختصر بررسی کنیم.

استارت‌آپ‌ها واسطه‌ها را حذف می‌کنند

نظام توزیع در کشور ما با معضلات متعددی روبه‌رو است و این مشکلات تنها مربوط به حوزه صنایع دستی نیست. توزیع کالا و خدمات از جمله بخش‌های مهم در اقتصاد کشورهاست که از یک طرف کالاها و خدمات را در اختیار مصرف‌کنندگان و از طرف دیگر اطلاعات و نقدینگی را به بخش‌های تولیدی (داخل یا خارج از کشور) ارائه می‌دهد. به طوری که بخش توزیع کالا و خدمات را می‌توان به عنوان موتور رشد بخش‌های تولیدی اقتصاد در نظر گرفت، اما نظام توزیع کالا و خدمات در کشورهای کمتر توسعه‌یافته و به‌خصوص در ایران به شکلی است که نه‌تنها توزیع کالاها و خدمات با کمترین هزینه و زمان صورت نمی‌گیرد، بلکه این نظام تمایل زیادی برای استفاده از ابزار و روش‌های نوین توزیع کالا و خدمات ندارد، بنابراین انگیزه تولید را هم کاهش می‌دهد.

در حوزه صنایع دستی یکی از مهم‌ترین مشکلات هنرمندان - به‌خصوص هنرمندان روستایی که دسترسی به بازار هدف ندارند - ورود واسطه‌ها به بازار فروش است و از آنجایی که روستاییان برای تامین معاش خانواده مجبور به فروش محصول با نازل‌ترین قیمت می‌شوند، سود اصلی به دست واسطه‌ها می‌افتد. قاعدتا اگر بازارهای هدف به مراکز تولید وصل شوند، بخش مهمی از سود در قسمت تولید و فرآوری قرار می‌گیرد و دست واسطه‌ها از بازار کوتاه می‌شود. هدف از غرقه دادن به تولیدکننده‌ها در شهرهای بزرگ و برگزاری نمایشگاه نیز دقیقا همین است، اما سوال این است که آیا همه زنان و دختران روستا برای شرکت در این نمایشگاه‌ها از سوی خانواده حمایت می‌شوند؟ آیا همه‌شان از پس همان اندک هزینه حضور چند روزه‌شان در شهری دیگر برمی‌آیند؟ و از طرفی، چقدر احتمال دارد در آن بازه زمانی مشخص و کوتاه برخی مصرف‌کنندگان واقعی بتوانند در محل حضور پیدا کنند؟ در واقع هر فعالیت تجاری که وابسته به حضور فیزیکی افراد است، در سودآوری نیز با محدودیت‌هایی مواجه می‌شود.

هرچند این نکته را هم باید در نظر گرفت که رسالت این نمایشگاه‌ها تنها فروش محصولات نیست، در واقع برگزاری آنها کمک می‌کند تولیدکنندگان رشته‌های مختلف صنایع دستی با یکدیگر آشنا شوند، بازار هدف را بشناسند و اسپانسر جذب کنند. با همه اینها، محدودیت‌های موجود در این نوع از بازاریابی برخی از متخصصان را به فکر انداخت راهی بیابند تا واسطه‌های توزیع را حذف کنند، سود واقعی را به تولیدکننده برسانند و محصولات را با قیمت واقعی به دست مصرف‌کننده بدهند و از طرفی محدودیت زمان و مکان را از سر راه بردارند. حاصل کار راه‌اندازی اپلیکیشن‌هایی است که کاربران شامل «تولیدکننده» و «مصرف‌کننده» در آن پروفایل شخصی‌شان را می‌سازند و می‌توانند به طور مستقیم با هم در ارتباط باشند.

دسترسی آسان مطابق با ذوق خریدار

جدا از حذف واسطه این استارت‌آپ‌ها دو سود قابل توجه دیگر نیز دارند.

یک: از بین رفتن محدوده و مرزبندی جغرافیایی و بزرگ شدن بازار: فرض کنیم شما علاقه‌مند به صنایع دستی اصفهان هستید و به دلایلی نمی‌توانید به این استان سفر کنید، این اپلیکیشن‌ها به شما کمک می‌کنند محصول دلخواه‌تان را از سراسر ایران با کمترین قیمت خریداری کنید. از طرف دیگر، اگر شما تولیدکننده صنایع دستی در روستایی کوچک و دورافتاده هستید و همین باعث شده نتوانید به بازار هدف نزدیک شوید، با قرار دادن محصولات‌تان در این اپلیکیشن‌ها می‌توانید خریداران را بیابید. در واقع هم تولیدکننده و هم خریدار به بازار بزرگ‌تری دسترسی دارند.

دو: فراهم شدن امکان بررسی سلیقه و ذائقه مشتری و تولید براساس آن: وقتی بازار بزرگ می‌شود، بالطبع تعداد خریداران هم افزایش می‌یابد. در نتیجه به طور دقیق‌تری می‌توان سلیقه مشتری را بررسی کرد و با توجه به ذائقه او محصولات را طراحی و تولید کرد. آگاهی از سلیقه مشتری و سفارشی‌سازی هم به سود تولیدکننده است و هم خریدار.

جدا از مواردی که گفته شد، برخی از این اپلیکیشن‌ها به تولید محتوای تالیفی و تصویری و ویدئویی در حوزه «چیدمان خانه ایرانی» نیز پرداخته‌اند. در واقع شما هنگام خریداری یک محصول، در صورت تمایل می‌توانید در زمینه نحوه استفاده از آن راهنمایی دریافت کنید؛ به عنوان مثال اینکه محصول خریداری‌شده در کنار چه رنگ‌ها و محصولات دیگری و در چه فضایی بیشتر نما دارد، نحوه مراقبت از آن به چه صورت است و چطور می‌شود به بیشتر شدن طول عمر آن کمک کرد و... .

علاوه بر این، برخی از آنها فضایی را فراهم کرده‌اند تا علاقه‌مندان به حوزه صنایع دستی بتوانند به صورت مجازی در رشته مورد نظر خود آموزش‌های اولیه را دریافت کنند و در صورت تمایل برای شرکت در کلاس‌های حضوری در شهر خود راهنمایی می‌شوند.

آشنایی با استارت‌آپ‌های حوزه صنایع دستی

اگر همین حالا عبارت «اپلیکیشن‌های خرید و فروش صنایع دستی» را گوگل کنید، با لیستی از آنها مواجه خواهید شد و اگر کمی دیگر به جست‌وجوی‌تان ادامه دهید، متوجه خواهید شد که اغلب این وب‌سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها در باره زمانی نزدیک به هم راه‌اندازی شده‌اند و روزه‌روزی هم به تعدادشان اضافه می‌شود؛ به این وب‌سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها، صفحات اینستاگرامی را هم اضافه کنید که در حال معرفی و فروش محصولات صنایع دستی هستند و بخش قابل توجهی از بازار فروش را به خود اختصاص داده‌اند. با این حال بنیانگذاران این استارت‌آپ‌ها اغلب از افزایش رقبا خشنودند، چرا که معتقدند هر کسی به این حوزه وارد شود، به بزرگ شدن بازار کمک می‌کند. البته

برخی از افراد که سود کوتاه‌مدت را به سود بلندمدت ترجیح می‌دهند، چالش‌هایی را در عرضه خدمات برای سایرین به وجود می‌آورند و دید مصرف‌کننده و خریدار را به خرید اینترنتی خراب می‌کنند. به عنوان مثال وقتی شما کالایی را سفارش می‌دهید و در نهایت کالایی را دریافت می‌کنید که هیچ شباهتی به تصویر ثبت‌شده‌اش در فروشگاه آنلاین ندارد یا مثلا وقتی محصولات با قیمت کارشناسی نشده عرضه شوند، قطعا در نگاه‌تان به خرید اینترنتی تاثیرگذار است و موارد این‌چنینی می‌تواند سبب بدبینی مخاطبان به فروشگاه‌های آنلاین شود اما در نگاه کلان این مسائل هم جزوی از روند حرکت به سوی افزایش کسب‌وکارهای نوین است و به نظر می‌رسد فضای رقابتی ایجادشده به نفع همه باشد؛ هم تولیدکننده، هم خریدار و هم صاحبان کسب‌وکارهای اینترنتی.

چالش‌هایی که بر سر راه هست

استارت‌آپ‌ها فارغ از اینکه در چه حوزه‌ای فعالیت می‌کنند، در ایران با مشکلات متعددی دست به گریبان هستند. بستر اینترنت در ایران با معضلات مختلفی از جمله سرعت محدود، حجمی بودن، پهنای باند و... روبه‌رو است و همین موارد در حوزه فروش آنلاین مشکلاتی به وجود می‌آورد که اغلب برای همه استارت‌آپ‌ها مشترک است. از آنجا که زیرساخت‌های لازم برای چنین فعالیت‌هایی فراهم نشده، استارت‌آپ‌های فروش آنلاین در حوزه پرداخت، حمل‌ونقل و ارسال داخلی، ارسال و پرداخت‌های بین‌المللی به مشکل برمی‌خورند.

جدا از این معضل مشترک، در حوزه صنایع دستی باید به این نکته نیز توجه داشت که خطر تکراری شدن بسیار محتمل و نزدیک است! اگر استارت‌آپ‌های صنایع دستی تنها خود را محدود به خرید و فروش محصولات کنند، چیزی نمی‌گذرد که آنها هم تبدیل به دلالات اینترنتی این حوزه می‌شوند. فعالیت‌ها و خدمات جانبی همچون دوره‌های آموزشی مجازی، کمک به حذف واسطه در تهیه مواد اولیه، قرار دادن ایده‌های خلاقانه در اختیار تولیدکننده و... می‌تواند به بقای آنها کمک کند. یکی دیگر از چالش‌های پیش رو، عدم حمایت کافی از سوی دولت است. هرچند برخی از این استارت‌آپ‌ها ترجیح می‌دهند فاصله‌شان را با دولت حفظ کنند، چون معتقدند سیستم دولتی نه‌تنها کمکی نمی‌کند، بلکه گاهی چوب لای چرخ‌شان می‌گذارد و وقتی برای دریافت کمک سراغ ارگان‌های دولتی می‌روند، با مجوزها و آزمون‌ها و شرایطی روبه‌رو می‌شوند که عملا کار متوقف می‌شود و سرعت روند آن به طرز محسوسی کاهش می‌یابد.

حال که تمامی مسئولین امر به مشکلات مربوط به حوزه صنایع دستی واقفند و بارها درباره آن حرف زده‌اند و دنبال راهی برای حذف دلالات و واسطه‌گری بوده‌اند، خوب است حالا که راه حل پیدا شده، از جوانان متخصصی که در کسب‌وکار اینترنتی مربوط به این حوزه فعالند، حمایت کنند تا نابسامانی‌ها و شرایط سخت باعث نشود در میانه راه متوقف شوند.

برندسازی با چاشنی حساسیت

چرا عنصر حساسیت ویژگی اصلی برندهای قدرتمند است؟

به قلم: پاول فریدرچسن کرشنس برنسازی

ترجمه:علی آل‌علی

در حالی که دنیای کسب و کار با سرعت بسیار بالایی در حال حرکت و تغییر است، برندها باید نسبت به پایداری انتظارات اصلی مردم از سرویس‌های‌شان آگاهی داشته باشند. تجربه مشتریان از برند ما همیشه براساس نیازهای انسانی‌شان شکل می‌گیرد. این به معنای ضرورت توجه به تعامل انسانی و صمیمانه برندها با مشتریان‌شان است. یکی از نیازهای اصلی انسان‌ها در برخورد با برندها «حساسیت» است. در اینجا حساسیت به معنای آگاهی از نیازها و احساسات مشتریان مدنظر است. در دنیایی که اعمال برندها بسیار کمتر از حرف‌ها و وعده‌های بلندشان است، هیچ چیز به اندازه رفتارشان بر روی مشتریان تاثیر نخواهد گذاشت.

با توجه به آنچه در سطر قبل گفته شد، اجازه دهید به عنوان مثالی مناسب نگاه کوتاهی به صنعت حمل و نقل هوایی داشته باشیم.

در سفر اخیرم به اروپا همراه با همکارانم به مسئله جالبی برخورد کردیم. شرکت هواپیمایی مذکور در زمینه نحوه خوش‌امدگویی به مسافرها اندکی عجیب عمل می‌کرد. وقتی مسافر وارد هواپیمای می‌شود، ابتدا با خدمه مواجه خواهد شد. تا اینجا هیچ مشکلی وجود ندارد، با این حال پس از بستن کمربند ایمنی سیستم صوتی درونی هواپیمای پیامی آماده را پخش می‌کند: «به فرودگاه بین‌المللی آتلانتا هاردسفیلد- جکسون، شلوغ‌ترین فرودگاه جهان، خوش‌آمدید.» پس از پخش این جمله عجیب صحبت کاپیتان هواپیمای پخش می‌شود. در این صحبت کوتاه وی به تعجب ما افزود: «در دنیا دو نوع کشور وجود دارد. آنهایی که از سیستم معیار استفاده می‌کنند و آنهایی که بر روی ماه فرود می‌آیند.» شنیدن چنین جملاتی در آستانه پرواز با هواپیمای عجیب به نظر می‌رسد. به عنوان یک مسافر اندکی نگرانی را احساس کردم. خنده پر از استرس سایر مسافرها نیز احساس من را تشدید کرد. برخی از مسافرها نیز به طور واضح از شرایط ناراضی بودند. به عنوان مثال مسافر آلمانی کنار من کاملاً عصبانی به نظر می‌رسید.

بدون تردید این شروع عجیب و غریب سفر هوایی نگرانی مسافران را بدل به عصبانیت مطلق و ترک هواپیما نکرد. با این حال همیشه ماجرا به خوبی و خوشی پایان نمی‌پذیرد. در سال ۲۰۱۷ به خاطر رفتاری مشابه از سوی پرسنل هواپیمایی در آمریکا تمام مسافران با حالت عصبی اقدام به ترک هواپیما کردند. آنچه در مورد پرواز دلتای ما کاملاً مشهود است، ضربه جبران‌ناپذیر کاپیتان هواپیما به شهرت و اعتبار برند فرودگاه است. بی‌شک هدف اصلی وی نوعی شوخی جالب برای شروع کار بود. با این حال صحبت وی نگرانی خاصی را به مسافرها منتقل کرد. چالش پیش رو با اطلاع از مدت زمان ۹ ساعته سفر ما جدی‌تر می‌شود. در طول این مدت من همان نگرانی اولیه را در مسافرها و خودم احساس کردم. به راستی چرا یک برند باید چنین سطحی از نگرانی بی‌مورد را ایجاد کند؟

مواجهه با عملکرد عجیب خدمه هواپیمای مذکور من را به فکر فرو برد. در نتیجه تصمیم به پیگیری وضعیت بازاریابی آن خط هوایی گرفتم. در این میان توضیحات مدیر بازاریابی آن فرودگاه جالب بود: «هدف اصلی کمپین ما رفع فاصله میان خدمه و مسافرهاست. به طور معمول ما مسافرهای خارجی زیادی داریم. چرا بعد مسافت جغرافیایی باید میان ما و مسافران خارجی فاصله ایجاد کنند؟»

متأسفانه نماد اصلی فرآیند بازاریابی فرودگاه مذکور (کاپیتان هواپیما) به خوبی پیام بازاریابی آنها را درک نکرد. به همین دلیل کار را با یک شوخی عجیب و غریب پیگیری کرد.

بحث فوق در مورد رابطه برندها با مشتریان‌شان به هنگام بررسی وضعیت برندهای بین‌المللی بسیار چالش‌برانگیزتر می‌شود. در حقیقت حوزه مسئولیت برندهای محلی و ملی در مقایسه با برندهای جهانی بسیار محدود است. به همین دلیل چالش‌ها راحت‌تر امکان حل و فصل دارند. به عنوان یک برند جهانی نحوه رابطه ما با هر کدام از مشتریان‌های مسئله‌ای مهم تلقی می‌شود. مردم در تمام دنیا احساسات تقریباً یکسانی دارند. در حوزه کسب و کار نیز اشتباه اجتناب‌ناپذیر است. با این حال مشکل اصلی تلاش وسیع برندهای جهانی در راستای جلب نظر و رضایت مشتریان از طریق ارائه خدمات باکیفیت، خلق کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی، تولید ویدئوهای هیجان‌انگیز و تلاش گسترده برای شناخت ویژگی‌های هر گروه از مشتریان است. شاید عجیب به نظر برسد، به هر حال موارد فوق مزیت‌های هر برندی محسوب می‌شود. با این حال ایراد اصلی در خطاهای نابخشودنی جزئی است. به این ترتیب تمام تلاش‌های عظیم برندها بدون هرگونه نتیجه‌ای پایان می‌پذیرد. تلاش برای جبران خطاهای بازاریابی و کاری به دلیل وقوع یک اشتباه بسیار ساده و پیش پا افتاده فشارهای زیادی را برای یک برند به همراه دارد.

بدون شک کلمات دارای وزن بسیار زیادی هستند. این امر به معنای تاثیرگذاری بالای آنها بر روی مشتریان است. نکته مهم نحوه بیان یک جمله، فرد بیان‌کننده و شرایط بیان پیام مورد نظر است. به این ترتیب انتخاب نامناسب فرد یا زمان بیان جمله تمام زحمات ما را بر باد خواهد داد. درست مانند اتفاقی که برای فرودگاه سفر اخیرم رخ داد. جملات ما توان ایجاد فضایی نامناسب و احساس ترس در میان مسافرهای یک هواپیمای چند میلیون دلاری را هم دارد. بنابراین باید به جملات، نوع بیان و افراد بیانگر آنها توجه ویژه‌ای داشته باشیم.

امروزه بسیاری از برندها به خوبی از قوانین مربوط به احترام به کارمندان و لزوم پیشگیری از سوءاستفاده جنسی از کارمندان آگاهی دارند. به نظر من علاوه بر موارد فوق، برندها باید «تمرین حساسیت برند» را نیز در دستور کار قرار دهند. کارمندان یک شرکت به خاطر حمل کیف دارای لوگو شرکت یا استفاده از یونیفرم شرکت دلیل محکمی برای آگاهی کامل از اهداف بازاریابی و پیام اصلی ما ندارند. به این ترتیب باید تمرین‌های ویژه‌ای را برای آنها در نظر گرفت. در غیر این صورت کارمندان شرکت‌مان مانند کاپیتان هواپیما سفرم با اشتباه خود موجب رنجش چندین مسافر خواهند شد. وقتی مشتری ما به کارمندان شرکت نگاه می‌کند، باید احساس اطمینان داشته باشد. این امر به خوبی حساسیت برند ما در انتخاب کارمندان و آموزش درست‌شان را نشان می‌دهد. به عنوان مثال، اگر خلبان سفر من به خوبی آموزش دیده بود، هرگز جملات عجیب خود را به زبان نمی‌آورد.

بدون تردید در تلاش برای جلب اعتماد مشتریان گونه‌های مختلف «طنز انتقادی» جایی ندارد. عملکرد کاپیتان هواپیما دقیقاً نوعی طنز انتقادی و سیاه بود. به همین خاطر نیز موجب نگرانی مسافرها شد. خواسته مشتریان از برندها واضح است. آنها جملات امیدبخش، مثبت و شادی‌آور را می‌خواهند. البته واقعیت چنین جملاتی نیز اهمیت دارد. رابطه ما با مشتریان نباید براساس دروغ یا هر چیز مشابهی شکل گیرد. اگر کارمندان ما پیش از طرح هر جمله اضافی به پرسش ذیل فکر کنند، بسیاری از مشکلات بازاریابی و برندسازی پیش نخواهد آمد: «آیا جمله من مورد تایید مدیرعامل خواهد بود؟» این امر اشاره به هماهنگی فهم کارمندان از ارزش‌های یک برند با واقعیت آن ارزش‌ها و پیام دارد.

وقتی احساسات بخش وسیعی از تصمیم‌گیری پیرامون خرید محصولات را شکل می‌دهد، هدف اصلی برندها کاملاً مشخص خواهد بود. اعتبار ما نزد مشتریان باید براساس نحوه رفتار احساسی و انسانی‌مان شکل گیرد. در غیر این صورت اهداف ما با شکست مواجه خواهد شد. برندسازی در دنیای کنونی بستگی به موفقیت‌مان در زمینه جلب اعتماد مشتریان دارد. این امر از طریق حساسیت برندگان بر روی انتقال پیام اصلی و ارزش‌های خود صورت خواهد گرفت. نکته مهم درک کاملاً صریح و مستقیم مشتریان از میزان حساسیت برندهاست. به این ترتیب حساسیت برندها یکی از معیارهای داوری مشتریان خواهد بود.

منبع: brandingstrategyinsider



۱۰۱ راهکار مدیریت زمان برای افزایش بهره‌وری در کار(۸)

دهید. درواقع برنامه‌ریزی شما باید دارای یک روز خالی در ماه برای چنین اموری باشد.

۶۸-تمامی آن چیزی که به خاطر آن شکرگزار هستید را یادآوری کنید

این امر باعث خواهد شد تا به حس خوبی در رابطه با زندگی خود دست پیدا کرده و از افکار منفی دور بمانید. به همین خاطر در پایان روز لازم است تا این موارد را یادآوری کرده و به آرامش و انگیزه‌ای بیشتری دست پیدا کنید.

۶۹-به موفقیت‌های کوچک نیز توجه نشان دهید
در راستای حفظ روحیه شما به موفقیت‌هایی نیاز خواهید داشت که کاملاً در دسترس باشند. به همین خاطر نیز لازم است تا در برنامه خود نسبت به این موارد نیز توجه کافی را از خود نشان دهید. در این زمینه حتی یک تغییر مثبت که با تشویق شما همراه باشد، خود می‌تواند مفید واقع شود.

۷۰-مهارت نه گفتن را فرا بگیرید

اگرچه در ظاهر نه گفتن امری کاملاً ساده به نظر می‌رسد، با این حال واقعیت این است که این اقدام در برخی از شرایط کاملاً سخت است. به همین خاطر نیز لازم است تا نحوه درست انجام آن را یاد بگیرید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا پاسخ منفی شما پیامدهای بدی را به همراه نداشته باشد. بدون شک با این مهارت قادر به پایبندی به برنامه زمانی خود خواهید بود.

ادامه دارد ...

منبع: entrepreneur

برای هر یک از اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت خود، شما نیاز به برنامه‌ریزی دقیق خواهید داشت. همچنین این امر باید شامل برنامه روزانه، هفتگی، ماهانه و حتی سالانه باشند. در آخر نیز فراموش نکنید که برنامه‌های شما باید مورد بازبینی قرار گرفته و در صورت نیاز به مواردی جدیدتر جایگزین شود.

۶۵-پنج دقیقه پس از انجام هر فعالیت را به ارزیابی آن اختصاص دهید

این امر که اقدامات خود را درست پس از پایان پذیرفتن رها سازید، بدون شک اقدامی اشتباه خواهد بود. درواقع شما به زمانی نیاز خواهید داشت تا با ارزیابی اقدام صورت گرفته، نسبت به کسب نتایج موردنظر خود اطمینان حاصل کنید.

۶۶-ذهنیت رشد داشته باشید

کارول دوک، استاد روانشناسی دانشگاه استنفورد طی تحقیقات خود به این نتیجه رسیده است که نخستین گام تغییر و کسب موفقیت، تغییر باورهای ذهنی است. به همین خاطر نیز برای بهبود وضعیت خود در ابتدا لازم است تا ذهنیت فردی برنده را در خود ایجاد کنید. تحت این شرایط می‌توانید شاهد ورژن کاملاً متفاوتی از خود باشید که عملکرد به مراتب درخشان‌تری را خواهد داشت.

۶۷-یک روز در ماه را به انجام کارهای عقب‌افتاده اختصاص دهید

تنها کافی است تا کارهای عقب‌افتاده خود را در جایی یادداشت کرده و در صورتی که موفق نشده‌اید تا تمامی آنها را به پایان برسانید، در آخرین روز ماه، وقت خود را به انجام آنها اختصاص

به قلم: جان رمپیتون کارافین

مترجم:امیر آل‌علی

در مطالب پیشین به ۶۰ راهکار مدیریت زمان برای افزایش بهره‌وری در کار اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.
۶۱-لیخند بزنید
اگرچه برخی از راهکارهای معرفی‌شده به صورت مستقیم بر روی مدیریت زمان تاثیر نخواهد داشت، با این حال به بهبود شرایط برای این امر کمک خواهد کرد. از جمله این موارد لیخندزدن است که شما را به همکاری دوست‌داشتنی تبدیل کرده و سلامتی شما را افزایش خواهد داد.

۶۲-حیوان خانگی خود را به محل کار بیاورید

این امر که تمام روز را نگران وضعیت حیوان خانگی خود باشید، بدون شک تمرکز شما را کاهش خواهد داد. به همین خاطر در صورتی که امکانات مهیا است، بهتر است تا آنها را همراه خود به محل کار آورده و شاهد معجزه حضور آنها بر روی میزان انرژی و کاهش شدید استرس خود باشید.

۶۳-از نشستن‌های طولانی خودداری کنید

نشستن برای مدت طولانی نیز از دیگر مواردی است که سلامت شما را با تهدیدی جدی مواجه خواهد ساخت. به همین خاطر می‌توانید از راهکارهایی نظیر پیاده‌روی و برگزاری جلسات ایستاده استفاده کنید.

۶۴-برنامه‌های مناسبی داشته باشید