

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

آتش نفتکش‌ها تا فردوسی زبانه کشید

آخرین خبرها از بازار سکه و ارز

قیمت دلار در بازار تهران و در آخرین روز هفته گذشته، افزایشی قابل توجه را تجربه کرد. رشد قیمت‌ها در شرایطی رخ داد که در روزهای ابتدایی هفته ریزش

۴



بررسی نحوه فعالیت صرافان در بازار متشکل ارزی

سایت بازار ارزی رونمایی شد

جلسه بحث و بررسی عملیاتی شدن و آغاز به کار بازار متشکل ارزی با حضور هیات‌مدیره این بازار و صرافان سراسر کشور برگزار شد. به گزارش ایسنا، از زمان انتشار خبر راهاندازی بازار متشکل ارزی، همواره سوالات و ابهامات بسیاری از سوی صرافان در خصوص ویژگی‌های بازار، نحوه فعالیت در آن و چگونگی شکل‌گیری مطرح می‌شد که عصر روز گذشته جلسه مشترک هیات‌مدیره بازار و تعداد زیادی از صرافان عضو کانون، به منظور ارائه توضیحات به سوالات آنها برگزار شد. در این جلسه پرسش‌ها و ابهاماتی نظیر نقش فرابورس در بازار، میزان کارمزد معاملات، میزان حق عضویت در بازار، نحوه انتخاب سهامداران بازار، دوره زمانی پرداخت حق اشتراک، نااعادانه بودن تساوای حق اشتراک...

۴

فرصت‌های اقتصادی ایران و ژاپن پابرجاست

راز اقتصادی سفر سامورایی‌ها به ایران

۳

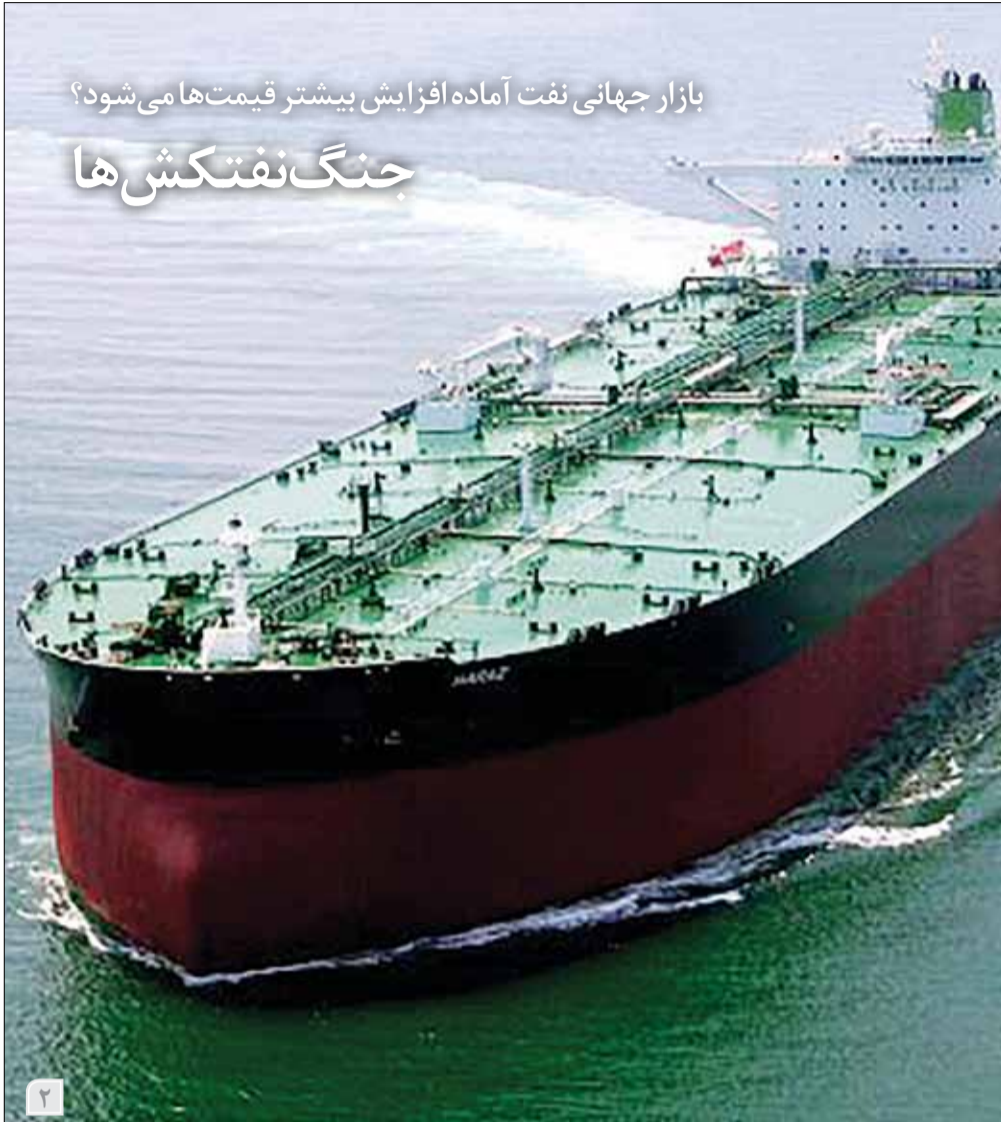
مدیریت و کسب‌وکار



دور خیز گوگل برای حضور
قدرتمندتر در بازار رایانش ابری

- استفاده از تایید اجتماعی در بازاریابی
- رهبران بزرگ چگونه ارتباطات موفق برقرار می‌کنند؟
- چگونه فرهنگ سازمانی پیروز بسازیم؟
- ویدئومارکتینگ چیست؟
- راهکارهای استفاده از ترند TBT در بازاریابی دیجیتال
- داستان گویی، ابزار باارزش برندها در موفقیت کسب‌وکار

۸ تا ۱۶



بازار جهانی نفت آماده افزایش بیشتر قیمت‌ها می‌شود؟

جنگ نفتکش‌ها

۲

یادداشت

نکاتی درباره حمله به زنگنه

هادی حق‌شناس
اقتصاددان

در اینکه بیژن زنگنه یکی از موفق‌ترین وزرای تاریخ جمهوری اسلامی است، تردیدی نیست. کسی که نه تنها در صنعت نفت ایران بلکه در سطح کشورهای تولیدکننده نفت یا اوپک هم جایگاه ویژه‌ای دارد. چه به لحاظ شخصیتی و چه از نظر دانشی که در صنعت نفت از آن برخوردار است.

یادمان نرفته است که در شرایط پسارجم زنگنه در کمترین زمان ممکن، سهم ایران را از بازار نفت پس گرفت. یادمان نرفته است که در همان شرایط پسارجم با افتتاح فازهای باقیمانده عسلویه توانستیم سهم‌مان را از مخزن مشترک یا پارس جنوبی پس بگیریم. یادمان نرفته است که آقای زنگنه قبل از دولت‌های نهم و دهم سهم برداشت ایران را از مخازن پارس جنوبی به سقف ۵۰ درصد رساند. اقداماتی را که بیژن زنگنه در تولید و تأمین گاز پالایشگاه‌ها و منازل مسکونی انجام داد، شاید بتوان در حکم شاکهارتی در صنعت نفت ایران دانست.

امروز ما به یمن پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس می‌توانیم بگوییم که تولید بنزین...

۲

روحانی در نشست شورای سران کشورهای سازمان همکاری‌های شانگهای:

اعضای برجام به تعهدات خود عمل کنند

جنگ از طریق گفت‌وگو و مصالحه بهتر به نتیجه رسید. جمهوری اسلامی ایران به تصریح ۱۵ گزارش آژانس بین‌المللی انرژی اتمی به کلیه تعهدات خویش عمل کرده است، اما متأسفانه آمریکا به طور یکجانبه از برجام خارج شده و دیگر طرف‌ها و کشورها را نیز مورد تهدید قرار می‌دهد تا قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل، که خواستار روابط عادی تجاری با ایران است را نقض کنند. جمهوری اسلامی ایران در چارچوب ظرفیت‌های برجام از اعضای باقی‌مانده در توافق می‌خواهد، هرچه سریع‌تر به تعهدات خود در بهره‌مندی جمهوری اسلامی ایران از منافع اقتصادی برجام عمل کنند.

جمهوری اسلامی ایران، کشوری است با موقعیت جغرافیایی استثنایی و راهبردی که از نظر ذخایر انرژی و معدنی بسیار غنی است و در تلاقی کریدورهای تجاری شرق به غرب و شمال به جنوب واقع شده است. این ویژگی‌ها در کنار امنیت پایدار و نیروی انسانی تحصیلکرده، فرصت‌های بی‌شماری را در اختیار سرمایه‌گذاران و تجار کشورهای عضو همکاری شانگهای قرار می‌دهد و استفاده از آنها، می‌تواند زمینه جهش اقتصادی در کشورهای عضو را فراهم آورد. دولت جمهوری اسلامی ایران آمادگی دارد همه تسهیلات را برای فعالیت‌های اقتصادی شهروندان، شرکت‌ها و دولت‌های عضو این سازمان در ایران فراهم آورد.

در خاتمه مایلم با اکتفا از فرصت، یکبار دیگر از میهمان‌نوازی میزبان محترم تشکر کرده، برای دولت و مردم قریبزستان آرزوی سعادت و بهروزی نمایم.»

از شهروندان غیرمسلمان این کشورها نیز تردید نکردیم. ما از آن جهت با صهیونیسم مخالفیم که آن را یک ایدئولوژی انحرافی در دین یهود می‌دانیم که با ارزش‌های انسانی در ستیز است.

ما در عراق و سوریه برای صلح جنگیده‌ایم. در افغانستان برای نبرد با افراط‌گرایی در تعامل با سازمان ملل متحد نقش سازنده‌ای ایفا کرده‌ایم و در یمن برای برقراری صلح از هیچ تلاشی دریغ نکرده‌ایم. ما همواره درهای گفت‌وگوها و همکاری‌های منطقه‌ای و دوجانبه را با همه همسایگان خود باز گذاشته‌ایم و حتی برای حل مسأله فلسطین هم رویکرد دموکراتیک با مراجعه به آرای عمومی را ارائه کرده‌ایم. ما نمی‌خواهیم هیچ ملت‌نی را به دریا بریزیم و غرق کنیم.

ایران جایگاه ویژه فرهنگی و تاریخی در سراسر قاره آسیا دارد. پیوندهای تمدنی ایران، آسیای میانه و شبه قاره گسست‌ناپذیر است؛ شاعران و نویسندگان ایرانی در دل‌های مردمان شما خانه کرده‌اند و زبان فارسی در سرتاسر جغرافیای فرهنگی این منطقه سازمان‌شانه‌ای گسترده است.

جمهوری اسلامی ایران معتقد است که امروزه جامعه بین‌المللی بیش از پیش با معضل یکجانبه‌گرایی به چالش کشیده شده و همچنین مشکلات و پیچیده‌گی‌های جهان امروز به ویژه تروریسم، افراط‌گرایی و قاچاق مواد مخدر، چندجانبه‌گرایی را به یک ضرورت تبدیل کرده است.

برجام دستاورد مهم دیپلماسی چندجانبه است که اثبات کرد چنانچه اراده سیاسی لازم وجود داشته باشد می‌توان، برای حل هر مشکلی به جای تحریم و

که جامعه جهانی با چالش‌ها و معضلات بی‌سابقه‌ای روبه‌رو است. تروریسم در انواع مختلف آن، افراط‌گرایی، یکجانبه‌گرایی، مداخله کشورهای فرامنطقه‌ای در امور سایر مناطق و دخالت در امور داخلی سایر کشورها، جامعه بین‌المللی را در وضعیتی خطرناک قرار داده است؛ وضعیتی که می‌تواند ثبات، امنیت و منافع همه کشورهای جهان را تهدید کند.

مناطق پیرامونی ما با بحران‌های متعددی روبه‌رو است که با از بین بردن زیرساخت‌های اولیه کشورها و بازتولید ناامنی، این مناطق را در شرایط حساسی قرار داده است. از سوی دیگر دولت آمریکا طی دو سال گذشته با استفاده از ابزاری از ظرفیت اقتصادی، مالی و نظامی خود و با اتخاذ رویکرد تهاجمی، کلیه ساختارها و قواعد بین‌المللی را بر هم زده و به تهدیدی جدی برای ثبات منطقه و جهان تبدیل شده است.

همه ملت‌ها و همه دولت‌ها صرف نظر از باورها و فرهنگ‌های خود در پی رفاه، توسعه‌آزادی و حقوق خویش هستند و با حفظ ارزش‌های دینی و اخلاقی و ملی خویش می‌خواهند در تعامل با یکدیگر در برابر دشمنان مشترک بشریت ایستادگی کنند. امروزه همه ما از شرق تا غرب در برابر خطر افراط‌گرایی باید متحد باشیم، چراکه افراط‌گرایی توسعه، صلح و امنیت جهان را تهدید می‌کند. مهم نیست مسلمان، مسیحی، یهودی، بودایی یا به هر دین و آیین دیگری باشیم؛ مهم این است که در برابر افراط‌گرایی از هر رنگ و نژاد و مذهب متحد باشیم. ما از آن جهت با داعش در عراق و سوریه جنگیدیم چون تفکر آنان را تفسیری افراطی و ضدانسانی از دین علیه انسانیت می‌دانستیم و در دفاع

رئیس جمهور، موقعیت جغرافیایی راهبردی، ذخایر غنی انرژی و معدنی، امنیت پایدار و نیروی انسانی تحصیلکرده ایران را فرصتی ویژه برای سرمایه‌گذاران و تجار کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای دانست.

به گزارش «فرصت امروز» از پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی با تأکید بر اینکه بهره‌گیری از این فرصت‌ها می‌تواند در کشورهای عضو جهش اقتصادی ایجاد کند، تصریح کرد که تهران آماده ارائه همه تسهیلات برای فعالیت‌های اقتصادی شهروندان، شرکت‌ها و دولت‌های عضو این سازمان است.

رئیس جمهور روز جمعه در نشست شورای سران کشورهای سازمان همکاری‌های شانگهای در بیشکک پایتخت قریزستان همچنین برجام را دستاورد مهم دیپلماسی چندجانبه خواند و اظهار داشت: دولت آمریکا طی دو سال گذشته با استفاده از ابزاری از ظرفیت اقتصادی، مالی و نظامی خود و با اتخاذ رویکرد تهاجمی، کلیه ساختارها و قواعد بین‌المللی را بر هم زده و به تهدیدی جدی برای ثبات منطقه و جهان تبدیل شده است.

متن کامل سخنان دکتر روحانی به این شرح است: «در ابتدا مایلم مراتب تشکر و قدردانی خود را از آقای سورنای جینین بکوف، رئیس محترم جمهوری قریزستان به خاطر میزبانی این اجلاس اعلام کنم. همچنین خوشحالم که بار دیگر فرصت یافتم تا در جمع سران سازمان همکاری‌های شانگهای حضور داشته باشم. نوزدهمین نشست سران سازمان همکاری‌های شانگهای در حالی برگزار می‌شود

آیا صادرات نفت ایران صفرشدنی است؟

نظر زنگنه درباره جایگزینی نفت ایران

و کوچک‌نمایی اتفاقات، اجازه ندهند قیمت نفت افزایش یابد و قیمت را به زور پایین نگه می‌دارند که این اقداماتی است که در بازار توسط عده‌ای در جهت منافع آمریکا و رژیم صهیونیستی و به خواست این دو کشور در حال انجام است.

زنگنه اما به تازگی نیز اعلام کرد که نه تنها عربستان و امارات بلکه هیچ‌کس نمی‌تواند خلأ نفتی ایران را جبران کند و کشورها نمی‌توانند برای جبران خلأ نفتی ایران اقداماتی را انجام دهند. بازار بی‌ثبات و شکننده است و این کشورها تمام تلاش‌شان را می‌کنند تا با تبلیغات

ویکی و غیرویکی، این سوال مطرح است که آیا سعودی‌ها به وعده خود برای پایین نگه داشتن قیمت نفت عمل می‌کنند. خواه سعودی‌ها به وعده خود عمل کنند یا خیر، ترامپ نمی‌تواند بیازد.

نفت ایران جایگزینی ندارد

از سوی دیگر، بیژن زنگنه وزیر نفت کشور چندی پیش صراحتاً اعلام کرد که صفرکردن صادرات نفت ایران گرچه آرزوی آمریکایی‌هاست، اما واهی بوده و به نتیجه نخواهد رسید. ایران در منطقه با هیچ کشوری دشمنی ندارد، اما دو کشور منطقه به دنبال آن هستند که با صدور بیانیه و صحبت‌های مختلف اعلام کنند که خروج ایران از بازار نفت تأثیری بر بازار ندارد و ظرفیت‌های اعلامی آنها می‌تواند جایگزین نفت ایران شود، اما این صحبت‌ها حقیقت ندارد و در صورت اعلام، برداشت و ذخیره‌سازی این کشورها به تأیید رسمی هیچ سازمان و ارگانی نرسیده است.

وی با بیان اینکه جمهوری اسلامی ایران هیچ‌گاه از نفت به عنوان ابزار سیاسی استفاده نکرده و هر کسی که از نفت به عنوان ابزار سیاسی استفاده کند، باید تاوان جبران خسارت‌های آن را بپردازد، بیان کرده بود، برخی کشورها به دنبال آن هستند تا سه عضو پایه‌گذار اوپک را تضعیف کنند که این موضوع منجر به از بین رفتن اوپک خواهد شد. وزیر نفت با تأکید به این مسأله که پیکان تهدید آمریکا بر علیه مردم ایران به سمت نفت هدف‌گیری شده است، گفته بود باید با همراهی و همکاری همگان از این شرایط خطرناک عبور کرد.

عربستان و امارات نمی‌توانند خلأ نفتی ایران را پر کنند

طی ماه‌های اخیر تصور بحث امکان جایگزینی نفت ایران در بازار بین‌المللی داغ است؛ موضوعی که هدف نهایی ترامپ قرار گرفته و برای رسیدن به این موضوع نیز تیمی را تدارک دیده است، اما به اعتقاد تحلیلگران، روشن شدن چراغ سبز برای آمریکا آنقدرها هم ساده به نظر نمی‌رسد. به گزارش ایسنا، آمریکا پس از خروج از برجام اعلام کرد که قصد دارد میزان صادرات نفت ایران را به صفر برساند و به‌طور غیررسمی از عربستان سعودی و سایر تولیدکنندگان اوپک درخواست کرد تولیدشان را افزایش دهند، اما به رقم مشخصی اشاره نکرد. در این راستا، استیون منوچین، وزیر خزانه‌داری آمریکا هم‌زمان با اعلام تصمیم دونالد ترامپ برای خروج از توافق هسته‌ای بین‌المللی با ایران و وضع مجدد تحریم‌ها علیه تهران، اظهار داشت که برخی از کشورها مایل هستند تولید نفت‌شان را برای جبران کاهش احتمالی عرضه به بازار جهانی افزایش دهند.

قیمت نفت در سراسری در همین راستا در همان زمان رئیس جمهور آمریکا از عربستان سعودی قول گرفت نفت بیشتری برای جبران تأثیر تشدید تحریم‌های واشنگتن علیه ایران تولید کند، اما در آن زمان درباره تمایل یا توانایی عربستان سعودی برای دادن چنین وعده‌ای تردید وجود داشت، اما هفته گذشته نفت رسماً وارد روند نزولی شد که از نظر فنی به افت ۲۰ درصدی قیمت از اوج اخیرش اطلاق می‌شود. آمار تاریخی بازار نشان می‌دهد روند نزولی نفت خام ۶۰ روز ادامه پیدا می‌کند و حال با توجه به در پیش بودن نشست رسمی تولیدکنندگان

آکهی مناقصه عمومی
دو مرحله ای
نام شرکت مناقصه گزار:
شرکت فولاد زرنند ایرانیان
موضوع مناقصه: افزایش ارتفاع دیواره سد
باطله مجتمع کنسانتره و گندله سازی زرنند
متقاضیان محترم جهت کسب اطلاع از شرایط مناقصه به نشانی اینترنتی: **Zisco.midhco.com** مراجعه
و در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با شماره تماس:
۰۲۴-۳۲۴۶۸۷۱-۰۳۴ داخلی ۱۴۴۸ آقای اوجی تماس
حاصل نمایید.
روابط عمومی و امور بین الملل شرکت فولاد زرنند ایرانیان

اعضای محترم هیات رئیسه کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی
اعضای هیات رئیسه کمیسیون فرهنگی
انتخاب شایسته تان را صمیمانه تبریک و تهنیت عرض نموده و توفیقات روزافزون شما بزرگواران را در راستای پیشبرد اهداف عالی نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، از درگاه خداوند متعال مستلک می‌نمایم.
اسد فلاح - رئیس و عضو هیئت مدیره خانه مطبوعات و رسانه‌های استان آذربایجان شرقی

یادداشت

نکاتی درباره حمله به زنگنه

<div><div> </div>هادی حق شناس</div>
اقتصاددان

در اینکه بیژن زنگنه یکی از موفق‌ترین وزرای تاریخ جمهوری اسلامی است، تردیدی نیست. کسی که نه‌تنها در صنعت نفت ایران بلکه در سطح کشورهای تولیدکننده نفت یا اوپک هم جایگاه ویژه‌ای دارد. چه به لحاظ شخصیتی و چه از نظر دانشی که در صنعت نفت از آن برخوردار است. یادمان نرفته است که در شرایط پسارجام زنگنه در کمترین زمان ممکن، سهم ایران را از بازار نفت پس گرفت. یادمان نرفته است که در همان شرایط پسارجام با افتتاح فازهای باقیمانده عسولویه توانستیم سهم‌مان را از مخزن مشترک یا پارس جنوبی پس بگیریم. یادمان نرفته است که آقای زنگنه قبل از دولت‌های نهم و دهم سهم برداشت ایران را از مخازن پارس جنوبی به سقف ۵۰درصد رساند. اقداماتی را که بیژن زنگنه در تولید و تأمین گاز پالایشگاه‌ها و منازل مسکونی انجام داد، شاید بتوان در حکم شاهکاری در صنعت نفت ایران دانست.

امروز ما به یمن پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس می‌توانیم بگوییم که تولید بنزین ما بیش‌ازحد نیاز است. آمریکایی‌ها که کالاهای زیادی را در فهرست تحریم ایران قرار دادند، نتوانستند ما را در زمینه مصرف بنزین دچار مشکل کنند؛ چون بیژن زنگنه برای بنزین تمهیدی اندیشیده بود که نتیجه آن امروز بر همه ما آشکار است. امروز نه‌تنها در زمینه بنزین بلکه در ارتباط با سایر فرآورده‌های نفتی هم خودکفا هستیم. در زمستان گذشته کسی احساس نگرانی نکرد که گاز ایران قطع خواهد شد یا ترکمنستان به ایران گاز نخواهد داد یا دیگر فرآورده‌های نفتی کم خواهد شد. خدمتی که زنگنه در صنعت نفت، گاز و پتروشیمی به کشور کرد، بسیار بزرگ و مهم است. سال گذشته ۴۳ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داشتیم که بخش عمده آن پتروشیمی بوده است. اگر ایران امروز مشکل بنزین، گاز و یا فرآورده‌های پتروشیمی داشت، حاشیه‌سازان امروز می‌توانستند منتقد باشند و مدعی شوند که زنگنه مقصر است، اما کدام عقل سلیم و آدم آگاه و منصفی نمی‌داند که امروز صنعت نفت، گاز و پتروشیمی مانا نه‌تنها کمبود ندارد

و نیازهای داخلی را تأمین کرده است بلکه مازاد برای صادرات هم دارد. اگر امروز بیژن زنگنه موردحمله و جوسازی گروهی خاص قرار می‌گیرد، موضوع تازه‌ای نیست. نتنها در دولت آقای روحانی بلکه در دولت‌های مختلف، وزاری که موفق بودند و دستاوردهای بزرگی داشتند، منشأ موفقیت‌ها و دستاوردهای‌شان تن ندادن به حاشیه‌ها بوده است. آنها درنتیجه این مقاومت در برابر حاشیه‌سازی‌ها، همواره مورد حاشیه‌سازی واقع شده‌اند. موضوع وزیر نفت دولت فعلی ما از این قاعده بیرون نیست. شاخص‌هایی که ما امروز در صنعت نفت، گاز و پتروشیمی داریم، در هیچ مقطع زمانی نداشته‌ایم. امروز این بیژن زنگنه است که می‌تواند ادعا کند اگر مجلس و سایر دست‌اندرکاران قراردادهای جدید نفتی یا همان IPC را زودتر مصوب کرده بودند، شاید آن قرارداده‌ا در فضای برجام عملیاتی شده بود و امروز به نتیجه رسیده بود. آن‌وقت سهم اکتشاف و استخراج نفت و پتروشیمی ایران بیش از وضعیت فعلی بود. اگر در روند تصویب قراردادهای IPC اخلاص ایجاد نمی‌شد، صنعت نفت ما از اینکه امروز هست، شرایط مطلوب‌تری هم می‌داشت. بخش خصوصی در ایران به دنبال سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی است که بازدهی کوتاهمدت داشته باشد و به‌اصطلاح در کوتاهمدت، اصل و سود سرمایه را به او برگرداند یا همه این اوصاف حاشیه‌هایی که برای زنگنه ایجادشده، نسبت به دستاوردهایی که صنعت نفت در سال‌های گذشته به دست آورده، چیز مهمی نیست. به‌ویژه اگر موفقیت‌های وزارت نفت در دوره او را با بقیه بخش‌های کشور مقایسه کنیم، قاطعانه باید به این وزیر موفق نمره ممتاز بدهیم. حاشیه‌های ایجادشده برای این وزیر موفق به‌جای اینکه از دغدغه‌های صنایع نفت، گاز و پتروشیمی برآمده و محرک آن نگرانی برای منافع ملی بوده باشد، ناشی از دغدغه‌های سیاسی و جناحی حاشیه‌سازان است. به‌عنوان مثال یکی از مواردی که مطرح می‌کنند و محلی از اعراب ندارد، موضوع اصل ۴۴ در ارتباط با ساخت پالایشگاه است. وزارت نفت همواره آماده صدور مجوز ساخت پالایشگاه به بخش خصوصی بوده است. منتهای مراتب این خود بخش خصوصی است که تمایلی به سرمایه‌گذاری در این بخش ندارد و دلیل آن‌هم روشن است. بخش خصوصی در ایران به دنبال سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی است که بازدهی کوتاهمدت داشته باشد و به‌اصطلاح در کوتاهمدت، اصل و سود سرمایه را به او برگرداند. ساخت پالایشگاه سرمایه‌گذاری زیرساختی تلقی می‌شود و بازگشت اصل و سود

سرمایه طی کوتاهمدت و حتی میان‌مدت در آن میسر نیست، بنابراین بخش خصوصی تمایلی به ورود به آن ندارد. همان‌طور که مثلاً مایل به سرمایه‌گذاری در ساخت آزادراه نیست چون نه‌تنها تا پنج سال به سود نمی‌رسد بلکه حتی بازگشت اصل سرمایه او هم ممکن است ۱۰ سال طول بکشد. به این دلیل آزادراه مانند پالایشگاه‌سازی جذابیتی برای بخش خصوصی ندارد. برعکس سسکه، ارز، مسکن، زمین و خودرو که همواره زمینه جذابی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ایران است. با این اوصاف انتقاد به وزارت نفت در زمینه ساخت پالایشگاه نه‌تنها توجیهی ندارد بلکه باید آن را صرفاً به‌ای همان حاشیه‌سازی‌هایی گذاشت که به‌جای منافع ملی، منویات دیگری را دنبال می‌کنند.

آتش‌سوزی سکوی شماره ۹ پارس جنوبی خاموش شد

سکوی شماره ۹ پارس جنوبی که روز چهارشنبه گذشته دچار حریق شده بود، با تلاش نیروهای آتش‌نشان خاموش شد. این حادثه، خوشبختانه هیچ تلفات جانی نداشت.

در همین خصوص، محمد مشکین‌فام، مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس، مدیریت حادثه آتش‌سوزی را مطلوب ارزیابی کرد و گفت: اینکه پس از دو ساعت از زمان آغاز آتش‌سوزی در یک سکوی گازی پارس جنوبی، حادثه به‌طور کامل مهار شده، ثبت رکوردی ویژه به شمار می‌آید و این شرایط نشان‌دهنده عملکرد بسیار حرفه‌ای و ستودنی کارکنان حاضر در این عملیات بوده است.

مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس با بیان اینکه در این عملیات اقدام‌های ایمنی و مدیریت بحران به خوبی و به‌موقع انجام شده است، اظهار داشت: خوشبختانه کارکنان ضمن حفظ جان خود و حفاظت از تاسیسات گاز، مطابق رویه‌های مشخص مدیریت شرایط اضطراری سکو را کنترل و پس از ایمن‌سازی به‌موقع موقعیت را ترک کردند. او با اشاره به اینکه به‌رودی و با بررسی شرایط موجود در سکوی یادشده از سوی کارشناسان، دلایل حادثه آتش‌سوزی مشخص و ارائه می‌شود، گفت: پس از بررسی علت حادثه و اطمینان کامل از پایداری شرایط ایمن، تولید در این سکو از سر گرفته می‌شود.

بازار جهانی نفت آماده افزایش بیشتر قیمت‌ها می‌شود؟

جنگ نفتکش‌ها



سوال دیگر نیز وجود دارد: چه کسی مقصر معرفی می‌شود و چه کسی زمینه را برای این حملات ایجاد کرده است.

ایران باید به سوالات زیادی در مورد منطقه پاسخ دهد، که عمده آن مربوط به سوریه است، اما این آمریکاست که از برجامی که ایران به آن متعهد بود، بیرون رفت. با حضور جان بولتون سستیزه‌جو در رأس دولت آمریکا و درخواست‌های عربستان و امارات، واشنگتن تصمیم به اعمال فشار حداکثری گرفت. آمریکا هم‌زمان با ضربه به اقتصاد ایران و ارسال سیگنال‌های تهدید می‌گوید مذاکره هم می‌کند. تنها مانع اما در مقابل رئیس جمهور ترامپ، قول او به رأی‌دهندگان به جلوگیری از جنگ هزینه‌ساز دیگری در خاورمیانه است و همینطور علاقه‌اش به اثبات این موضوع که او معامله‌گر بهتری نسبت به اوبامااست.

با این حال، همانطور که افزایش قیمت جهانی نفت پس از حملات پنجشنبه نشان می‌دهد، ایران ممکن است تنها کشوری نباشد که در میانه تنش‌ها، ضربه می‌بیند. در این میان، چین که درگیر مشکلات خود با آمریکااست، انطور که باید و شاید به پر کردن خلأ، انطور که تهران امیدوار بود، مبادرت نکرده است. ایران به طور فزاینده‌ای در حال کلافه شدن نسبت به اوضاع پیش آمده است. این درحالی است که اروپا سعی در حفظ برجام دارد و مکانیزم اینستکس را راه‌اندازی کرده، اما این سامانه بیش‌تر شبیه به یک میانیه سیاسی می‌ماند تا مکانیزمی اجرایی. ایران اما به دنبال تضمین‌های جدی است.

در آمریکا، کنگره قدرت محدودی برای مهار دولت دارد، اما می‌تواند و باید از توانایی‌اش برای شفاف‌سازی نسبت به هزینه رویه فعلی دولت آمریکا، استفاده کند.

در نهایت بعید به نظر می‌رسد که ایران علاقه‌ای به درگیری مستقیم داشته باشد. در حال حاضر، هیچ نشانه‌ای وجود ندارد که نشان دهد طرفین حاضر و آماده برای توقف تنش‌ها هستند. آتش بر روی نفتکش «فرانت التیر» در دریای عمان، می‌تواند به مثابه نشانه‌ای از حریق بزرگی در منطقه باشد که پیامدهای آن محدود به ایران نخواهد بود. گفتنی است انتشار گزارش گاردین تنها با هدف اطلاع‌رسانی صورت گرفته و به هیچ‌وجه به منزله تأیید محتوای آن نیست.

می‌تواند به دنبال حملاتی باشد که در بندر فجیره در ماه گذشته به چهار نفتکش شده بود. گاردین نیز معتقد است، تنش‌های ایجادشده در خلیج فارس و دریای عمان با توجه به فشارهایی که آمریکا به ایران آورده، روز به روز در حال افزایش است و در حال حاضر به حداکثر خود رسیده است. این در حالی بود که نخست وزیر ژاپن در زمان این حمله در ایران به سر می‌برد و در حال دیدار با مقامات کشورمان بود. مکان آتش‌سوزی نیز در نزدیکی تنگه هرمز یکی از پررفت و آمدترین مکان‌ها برای تانکرهای نفتی بوده است. به اعتقاد مایکل هاوسون، تحلیلگر ارشد CMC «حتی یک درگیری کوچک در دریای خلیج فارس باعث آسیب دیدن شریان‌های اصلی حمل و نقل در جهان می‌شود.» پیش‌بینی شده است که برای بالا بردن قیمت نفتی که پنج ماه افزایشی نداشته است باید اتفاقی تنش‌زا رخ می‌داد.

ایران و آمریکا در مسیر برخورد قرار گرفته‌اند؟

گاردین نیز در گزارشی تحت عنوان «ایران و آمریکا در مسیر برخورد» به ابعاد مختلف این حادثه پرداخت و این سوال را مطرح کرد که حملات به نفتکش‌ها در دریای عمان اتفاقی شوم است، اما آیا می‌توان جلوی تشدید تنش‌ها را گرفت؟

به گزارش «انتخاب»، گاردین در تحلیل خود نوشت: پس از حمله به دو نفتکش در دریای عمان، یک چیز مشخص بود: خطر جنگ در منطقه واقعی است و تنش‌ها به سرعت در حال افزایش است. مقامات آمریکایی پس از این حملات گفتند که «به احتمال زیاد» ایران به کشتی نروژی و نفتکش دیگر در دریای عمان حمله کرده است. آمریکایی‌ها پیش از این، ایران را مسئول حملاتی به کشتی‌های نفتکش در ماه گذشته معرفی کرده بودند.

پس از این حوادث، جواد ظریف وزیر خارجه ایران این توییت را کرد و گفت: «مشکوک بودن برای توصیف آنچه که امروز صبح اتفاق افتاده، کفایت نمی‌کند.» اشاره او به کشتی‌هایی بود که مقصدشان ژاپن بود و مورد حمله قرار گرفته بودند، آن هم درحالی‌که شینزو آبه نخست وزیر ژاپن در حال دیدار با رهبر عالی ایران بود.

در واقع، در دل این سوال که چه کسی مسئول این حملات است، دو

یک تانکر نفتکش در حال حرکت در دریای عمان. این تانکرها حامل نفت از کشورهای تولیدکننده نفت به کشورهای مصرف‌کننده هستند.

واکنش‌های جهانی به حادثه حمله به دو نفتکش در دریای عمان

پشت پرده حملات نفتی چیست؟

شدد. در همین باره، احمد ابوالعیط، دبیر کل اتحادیه عرب طی سخنانی خواستار واکنش این شورا به حملات دریای عمان شد.

کاخ کرملین: برای تعیین عامل حمله زود است

دمیتری پسکوف، سخنگوی کاخ کرملین در این باره گفت: با توجه به کمبود اطلاعات هنوز زود است که بتوان گفت چه کسی عامل حمله امروز به نفتکش‌ها در دریای عمان بوده است. وی افزود: هیچ‌کس نمی‌داند چه کسی پشت حمله است.

معاون وزیر امور خارجه روسیه نیز گفت که از نتیجه‌گیری‌های شتاب‌زده برحذر باشیند. سرگئی ریابکوف، معاون وزیر امور خارجه روسیه خواستار خودداری از نتیجه‌گیری‌های شتاب‌زده در حادثه دو نفتکش مرتبط با ژاپن در دریای عمان شد و اعلام کرد: اوضاع به‌قدری خطرناک شد که هر لحظه احتمال یک اقدام اشتباه یا سوء‌تفاهم درباره پیامدهای احتمالی وجود دارد.

وی گفت: ما بر ضرورت اتخاذ تدابیری برای عادی‌سازی اوضاع پیرامون ایران تأکید داریم.

معاون وزیر امور خارجه روسیه ادامه داد: باید با آرامش و بی‌طرفانه به وضع موجود رسیدگی کرد و از نتیجه‌گیری‌های سریع و شتاب‌زده که فقط نفت بر آتش ماجرا می‌ریزد به شدت پرهیز کنیم.

ریابکوف افزود: من از این فرصت استفاده می‌کنم و از نتیجه‌گیری‌های شتاب‌زده و تلاش برای مسئول دانستن طرف‌های نامطلوب و نامیدن کشورهای معلوم در این حادثه همه را برحذر می‌دارم.

کاخ سفید در حال ارزیابی حمله به نفتکش‌هاست

روزنامه نیویورک‌تایمز نیز در گزارشی به نقل از سزارا هاکی سندرز، سخنگوی کاخ سفید آورده است که دونالد ترامپ، رئیس جمهوری ایالات متحده آمریکا از جزئیات موجود درباره حمله به دو نفتکش در نزدیکی سواحل ایران مطلع شده و کاخ سفید در حال ارزیابی این وقایع است. در همین باره، نمایندگی آمریکا در سازمان ملل متحد به دنبال این حادثه بود و نفتکش در خلیج عمان، خواستار برگزاری نشست اضطراری اما

^[1] در اینکه بیژن زنگنه یکی از موفق‌ترین وزرای تاریخ جمهوری اسلامی است

^[2] در اینکه بیژن زنگنه یکی از موفق‌ترین وزرای تاریخ جمهوری اسلامی است



یادداشت

رفع تودرتوی نهادی

<div><div></div>علی دینی ^{ترکمانی}</div>
کارشناس اقتصادی

همسو بودن و سازگاری سیاست‌های تجاری و صنعتی، امری مهم و اجتناب‌ناپذیر است. ناهمخوانی این سیاست‌ها ضربه جدی به سرمایه‌گذاری‌ها وارد می‌آورد، بنابراین لازم است سیاست‌های تجاری و صنعتی تابع یکدیگر باشند. این تبعیت به ویژه در کشورهایی که قصد دارند صنعتی شوند و به سمت توسعه فناوری حرکت کنند بیشتر احساس می‌شود. بنابراین ادغام‌ها از منظری می‌توانند نظام تصمیم‌سازی درباره سیاست صنعتی و تجاری را هماهنگ‌تر کنند. در این شکی وجود ندارد اما آیا در ایران هم این ادغام درست بود یا خیر؟ زمانی که بحث ادغام وزارتخانه‌های صنایع و بازرگانی مطرح شد، ابراز نگرانی کردم که چنین ادغامی به دلیل مهارت‌های مدیریتی ضعیف و همین‌طور چارچوب‌های تشکیلاتی تودرتو و تعدد مراکز تصمیم‌گیری و تضاد منافع، ممکن است نتیجه موردنظر را ندهد. در ایران در مدیریت یک تشکیلات بزرگ مانند وزارت صمت، مشکلات زیادی وجود دارد. اگر بخواهم این مسئله را با زبان اقتصادی توضیح دهم، اگر متوسط هزینه تولید کالا یا خدمت به دلیل مدیریت ضعیف بالاست، ادغام موجب تشدید چنین مشکلی و افزایش متوسط هزینه تولید می‌شود که به معنای کاهش کارایی است. ادغام هزینه‌های زیادی را در بر داشت که بیشتر از منافع آن بود. به اعتقاد نگارنده نیاز بود پیش از آنکه ادغام اتفاق بیفتد، توان مدیریتی کشور بررسی و مشکلات تعدد مراکز تصمیم‌گیری حل و فصل شود. با توجه به اینکه چنین اتفاقی رخ نداد، می‌شد پیش‌بینی کرد که اهداف ادغام محقق نشود. طی سال‌های گذشته هر چند سال یکبار وزارتخانه‌های مختلف ادغام و تفکیک شده‌اند، اما کدام‌یک از آنها توانسته‌اند موفق شوند؟ تنها عایدی این شیوه عملکرد، بی‌ثباتی بوده است. هرچند هنوز اعتقاد دارم ادغام، اشتباه بود اما تفکیک را هم درست نمی‌دانم. در سال‌های گذشته، ادغام‌ها و تفکیک‌ها و تغییرات تشکیلاتی سازمان‌ها و دستگاه‌ها به وجه مشخصه اساسی نظام اداری ایران تبدیل شده است. از این منظر، فکر می‌کنم باید با هر تغییری با تامل برخورد کرد. اگر قرار است تغییری صورت بگیرد باید یکبار برای مدت‌زمانی طولانی باشد. یعنی باید مبتنی بر نگاه راهبردی بلندمدت باشد. نمی‌شود امروز تفکیک شود، فردا دوباره، دولتی دیگر ساز ادغام کوک کند. چنین تغییراتی فضای کسب و کار را بدتر می‌کند. کوتاه بودن عمر مدیران و تغییرات دائمی قوانین و مقررات حاصل همین تغییرات است. ادغام‌ها و تفکیک‌ها در ایران حرکت بر روی یک مسیر دایره‌وار است. در مجموع اعتقادم بر این است که مشکل ما ادغام یا تفکیک نیست؛ مشکل ما مهارت‌های مدیریتی و چارچوب‌های تشکیلاتی و سازمانی است. چنانچه توانیم این مشکلات را برطرف کنیم، به شکست محکوم می‌شویم. چه با ادغام و چه با تفکیک. تینبرگ اقتصاددان برجسته الگو و برنامه‌سازی اقتصادی که نوبل اقتصاد را هم برنده شده بود، سال‌ها پیش گفت که برنامه‌های توسعه در کشورهای در حال توسعه مشتی مرکب بر روی کاغذ هستند. پیشنهاد ادغام وزارتخانه‌ها در ایران هم روی کاغذ ایده خوبی بود، اما در عرصه اجرا، مانسافانه همان‌طور که تجربه گذشته نشان می‌دهد، به ضد خود تبدیل می‌شود. بارها شنیده‌ایم که در ایران دولت بزرگ است و راهکار کوچک‌سازی آن در چنین ادغامی است. اما، واقعیت امر این است که دولت به معنای کلاسیک کلمه یعنی همان قوه مجریه قوه‌ای که اتفاقاً چندان بزرگ نیست. آنچه موجب بزرگ شدن دولت می‌شود، سهم‌خوری نهادهای وابسته به دولت از بودجه دولت است. مراکز قدرت و تصمیم‌گیری متعدد موجب بزرگ شدن دولت می‌شود. راهکار آن چنین ادغام‌هایی نیست که حکم یک بازی در فرم و صورت را دارد بلکه در رفع تودرتویی نهادی است. دولت در اقتصاد و جامعه‌ای که به لحاظ صنعتی و فناوری در مرحله عقب‌تری قرار دارد، نقش مهمی در کاهش فاصله فناوریانه از طریق طراحی سیاست صنعتی دارد. دولت، در منظر رویکرد دولت توسعه‌خواه پیش‌برنده سیاست صنعتی و فرآیند توسعه صنعتی و فناوری، نقش طراح و فرمانده در تدوین سیاست صنعتی را دارد. سیاست صنعتی در اصل برآمده از متون اقتصاددانان توسعه‌گرای معتقد به مداخله است. مداخله از جنبش تدوین نقشه راه مشخصی برای توسعه صنعتی و استفاده منطقی و زمانمند از ابزارهای تعرفه و نرخ ارز ترجیحی و همین‌طور نرخ سود بانکی ترجیحی در جهت حمایت از رشته فعالیت‌های شناسایی‌شده، اما دولت در ایران از پس چنین وظیفه‌ای برنمی‌آید. دلیل آن نیز برورکراسی ذاتا ضعیف است که یکی از علل اصلی آن همان‌طور که اشاره کردم، تودرتویی نهادی است که موجب بروز ابهامگنی سیاسی در ابعاد وسیع می‌شود. بنابراین راهکار اساسی برای کوچک‌سازی دولت، نه تلاش برای ادغام‌ها و تفکیک‌های بی‌ثبات‌کننده نظام اداری با کاهش هزینه‌های اجتماعی و رفاهی دولت، که رفع تودرتویی نهادی از طریق اصلاح نظام حکمرانی و ساختار دولت است.

ظرفیت‌هایی که بین دو کشور وجود دارد، این رقم می‌تواند تا نزدیک به ۲۰ میلیارد دلار افزایش یابد. رئیس کمیته مشترک بازرگانی ایران و ژاپن با بیان اینکه نگاه تجار این است که این روابط بهبود پیدا کند، می‌گوید: بر این اساس، روابط دیپلماتیک با کشورهای منطقه و دیگر کشورهای دنیا برای تجار اهمیت بسیاری دارد. اگر روابط ما با منطقه و دنیا بهبود پیدا کند، فعلان اقتصادی در منطقه می‌توانند هاب صادرات باشند.

ظرفیت‌هایی که بین دو کشور وجود دارد، این رقم می‌تواند تا نزدیک به ۲۰ میلیارد دلار افزایش یابد.

رئیس کمیته مشترک بازرگانی ایران و ژاپن با بیان اینکه نگاه تجار این است که این روابط بهبود پیدا کند، می‌گوید: بر این اساس، روابط دیپلماتیک با کشورهای منطقه و دیگر کشورهای دنیا برای تجار اهمیت بسیاری دارد. اگر روابط ما با منطقه و دنیا بهبود پیدا کند، فعلان اقتصادی در منطقه می‌توانند هاب صادرات باشند.

شکوری می‌افزاید: ۱۲درصد اقتصاد دنیا و ۸درصد از جمعیت دنیا در اطراف ایران قرار گرفته‌اند که به اعتقاد من فرصت بسیار مناسبی است که می‌تواند زمینه توسعه همکاری‌ها با ژاپن و منطقه شود. همچنین قابلیت‌هایی که در کشور وجود دارد، می‌تواند زمینه توسعه همکاری با ژاپن که کشوری پیشرفته و صنعتی است، فراهم کند.

وی یادآور می‌شود: به نظر می‌رسد سفر نخست‌وزیر ژاپن نقطه عطفی در توسعه مناسبات باشد و نشان‌دهنده علاقه‌مندی دولت و مردم ژاپن است که بتوانیم این روابط را توسعه دهیم.

رئیس کمیته مشترک بازرگانی ایران و ژاپن به همکاریان خود در اتاق بازرگانی توصیه کرد: امیدوارم از حضور نخست‌وزیر ژاپن در ایران، در آینده اتاق بازرگانی و فعالان اقتصادی استفاده کنند. به نظر می‌رسد دولت باید بتواند این سفر را به یک تغییری در روابط دیپلماتیک با دنیا و به خصوص ژاپن و نیز توسعه اقتصادی بین دو کشور تبدیل کند.

اثر سفر ژاپنی‌ها به ایران

سعید اشتیاقی، عضو اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران نیز درباره سفر نخست‌وزیر ژاپن به ایران می‌گوید: اینکه این سفر می‌تواند آثار مثبتی در اقتصاد ایران داشته باشد یا خیر، نظر من مثبت است و اینکه به عینت این موضوع را می‌توان حس کرد.

وی می‌افزاید: از زمانی که این خبر پیچید، مسیر نزولی کاهش نرخ ارز را در بازار شاهد بودیم. البته عده‌ای عوامل دیگری را نیز در این موضوع اثرگذار می‌دانند، اما از اثر روانی این خبر را نمی‌شود چشم‌پوشی کرد.

این فعال اقتصادی با بیان اینکه ما نباید امروز منتظر اتفاقی باشیم و جهت‌گیری‌ها و سیاست‌های بعد از یک سفر اهمیت دارد، تصریح می‌کند: در حال حاضر با توجه به رفت و آمدی که صورت گرفته، دولت و فعالان اقتصادی و تجار می‌توانند از این فرصت برای بهبود روابط اقتصادی استفاده کنند.

تحریم‌های آمریکا آغاز شد، صادرات ژاپن به ایران کاهش شدیدی داشت. ۹۷درصد واردات ژاپن از ایران به نفت و فرآورده‌های نفتی برمی‌گردد. در سال ۲۰۱۸ حدود ۳ میلیارد و ۲۷۰ میلیون دلار واردات نفت ژاپن از ایران بوده که این مقدار نسبت به سال گذشته ۳.۷درصد کاهش داشته است.

موج خوش‌بینی در فضای اقتصاد

تحلیلگران اقتصادی معتقدند اگر سیاست و اقتصاد را عرصه نسبیت و منفعت بدانیم و باور داشته باشیم برای توسعه اقتصادی هیچ راهی به جز بین‌المللی شدن وجود ندارد، از این رو دستاوردهای سفر پس از پایان سفر رسمی آغاز خواهد شد و فرصتی برای نزدیکی بیشتر دو کشور ایران و ژاپن در عرصه اقتصاد، حالا ایجاد شده است.

بهرام شکوری، رئیس کمیته مشترک بازرگانی ایران و ژاپن در این خصوص می‌گوید: به نظر می‌رسد حضور شینزو آبه، نخست‌وزیر ژاپن در رأس یک هیات بلندپایه که بعد از انقلاب برای نخستین‌بار صورت گرفته، می‌تواند نقطه عطفی باشد هم در روابط دیپلماتیکی که بین ایران و ژاپن وجود دارد و هم اینکه نقطه عطفی برای توسعه مناسبات اقتصادی دو کشور خواهد بود.

وی می‌افزاید: به طور طبیعی آنچه که آقای شینزو آبه را برای حضور در ایران و در بازی کردن نقش میانجی بین ایران و آمریکا وادار کرده، به لحاظ این است که ژاپنی‌ها از عدم وجود روابط ایران و آمریکا ضرر می‌کنند، چراکه ایران یکی از منابع تامین نفت ژاپن است.

رئیس کمیته مشترک بازرگانی ایران و ژاپن عنوان می‌کند: روابط دیپلماتیک و اقتصادی ما به ۹۰ سال پیش بازمی‌گردد که جشن ۹۰ سالگی آن نیز برگزار شد. حالا با توجه به سفر رسمی نخست وزیر این کشور، می‌توان در سطح دیگر رایزنی و مذاکرات برای ایجاد روابط اقتصادی را آغاز کرد.

شکوری تصریح می‌کند: با وجود ظرفیت‌هایی که در ژاپن در حوزه نوآوری‌ها، تجهیزات، ماشین‌آلات و… وجود دارد و در عین حال، با توجه به نیاز کشور ما در حوزه‌های مختلف مثل معدن، تورسیم، آب، کشاورزی و سایر بخش‌های اقتصادی، می‌توان از ظرفیت‌های ژاپن استفاده کرد و هم این همکاری‌ها در قالب مشارکت، تامین سرمایه، تامین ماشین‌آلات و تجهیزات و نهایتا انتقال خدمات فنی و مهندسی به کشور صورت گیرد. ما نیز می‌توانیم صادرات خوبی را در حوزه‌های مختلف به ژاپن داشته باشیم. وی با بیان اینکه کل حجم تجارت ایران و ژاپن در حال حاضر نزدیک به ۲ میلیارد دلار است، متذکر می‌شود: به نظر می‌رسد با توجه به

قیمت مسکن ۱۰۵درصد بالا رفت

اجاره‌بها چقدر بالا می‌رود؟

این میزان افزایش خواهد یافت.

قلی خسروی ادامه داد: مالکان هیچ‌گاه قیمت اجاره مسکن را به طور هیجانی افزایش نمی‌دهند، چرا که افزایش هیجانی قیمت‌ها منجر به خالی ماندن خانه‌ها می‌شود. مالکان قشر متوسط هیچ‌گاه خانه‌ها را خالی نگه نمی‌دارند و آن برخی شرکت‌های بخش خصوصی یا بانک‌ها هستند که بنا به دلایلی برخی از واحدهای مسکونی را بدون اجاره نگه داشته‌اند.

رئیس اتحادیه املاک تهران با اشاره به ثبات قیمت مسکن گفت: در سال ۹۱ به یک‌باره قیمت دلار سه برابر شد، این در حالی است که سال ۹۲ قیمت این کالای سرمایه‌ای به یک باره متوقف شد. در حال حاضر با تلاش مسئولان و وعده وزیر راه و شهرسازی مبنی بر ساخت ۴۰۰ هزار دستگاه آپارتمان و ارائه تسهیلات وضعیت قیمت مسکن در سال ۹۸ ثابت باقی می‌ماند.

بازار مسکن نفس‌های آخر رشد قیمت را می‌کشد

از سوی دیگر، مهدی روانشادینا کارشناس اقتصاد مسکن با بیان اینکه فروردين تا شهریورماه ۱۳۹۸ یازه زمانی به ثبات رسیدن قیمت خانه است، گفت: بازار مسکن از لحاظ افزایش قیمت، نفس‌های آخر را می‌کشد.

روانشادینا در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: از نظر قدرت خرید به نظر می‌رسد به شرایطی رسیده‌ایم که قابلیت افزایش قیمت‌ها بیش از مقداری که تاکنون اتفاق افتاده وجود ندارد. نمود این مساله در تعداد معاملات خردانه‌ماه بود که کاهش معناداری را شاهدیم. معاملاتی هم که اتفاق می‌افتد باقیمانده تقاضا از سوی افرادی است که دیر وارد بازار شدند و در نظر دارند ارزش پول خود را حفظ کنند. به عبارتی

نخست‌وزیر ژاپن در نودمین سالگرد آغاز روابط دیپلماتیک این کشور با ایران، سفری دو روزه به تهران داشت و به اعتقاد بسیاری از تحلیلگران، این سفر موجی از خوش‌بینی اقتصادی را در روزهای گذشته در بازارهای مالی ایران به دنبال داشت؛ به طوری که سفر شینزو آبه هم روی کاهش قیمت دلار و سکه اثرات مثبت گذاشت و هم به رشد شاخص‌های بورس تهران کمک موثری کرد. حالا با توجه پایان سفر نخست‌وزیر ژاپن باید دید همچنان این خوش‌بینی اقتصادی ادامه‌دار خواهد بود و می‌توان به توسعه روابط اقتصادی ایران و ژاپن چشم امید بست؟ همچنین بسیاری منتظرند تا ببینند در نهایت نقش آبه به عنوان یک میانجی به ناجی روابط ایران و آمریکا منجر می‌شود یا اینکه همه چیز در حد یک پیام‌رسان باقی می‌ماند؟

به گزارش خبرآنلاین، تحلیلگران اقتصادی معتقدند اگر سیاست و اقتصاد را عرصه نسبیت و منفعت بدانیم و باور داشته باشیم برای توسعه اقتصادی هیچ راهی به جز بین‌المللی شدن وجود ندارد، از این رو، دستاوردهای سفر پس از پایان سفر رسمی آغاز خواهد شد و فرصتی برای نزدیکی بیشتر دو کشور ژاپن و ایران در عرصه اقتصاد، حالا ایجاد شده است.

ژاپن یکی از اصلی‌ترین خریداران نفت ایران و سومین خریدار نفت در جهان بعد از آمریکا و چین است. این کشور به‌طور قابل توجهی واردات نفت خام از ایران را کاهش داده و انرژی مورد نیاز خود را از سوی کشورهای خلیج‌فارس یعنی عربستان، امارات متحده عربی و کویت و دیگر متحدان آمریکا تامین می‌کند، بنابراین افزایش تنش‌ها در خاورمیانه می‌تواند بر میزان واردات نفت این کشور تاثیرگذار باشد. در این شرایط، تحلیلگران اقتصادی معتقدند سفر نخست‌وزیر ژاپن به ایران می‌تواند فرصتی مناسب برای گفت‌وگوهای اقتصادی و توسعه روابط اقتصادی و تجاری دو کشور در شرایط کنونی تحریم‌ها به خصوص در حوزه خرید نفت و انرژی در آینده باشد.

براساس آمار منتشرشده از سوی گمرک ژاپن، در سال ۲۰۱۸ صادرات ژاپن به ایران ۲۰درصد کاهش داشته و به ۷۰۱ میلیون و ۶۸۰ هزار دلار رسید. از طرف دیگر، واردات ژاپن از ایران نیز ۲۷درصد کاهش داشته و به ۳ میلیارد و ۴۶۱ میلیون دلار رسیده است. همچنین آمار منتشرشده نشان می‌دهد میزان خودروی صادرشده از ژاپن به ایران ۴۳.۸درصد افت کرده و از ۲۱۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۷ به ۱۷۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است.

آمارها حاکی از آن است که از ماه نوامبر ۲۰۱۸ که به طور جدی

آمارهای رسمی حکایت از آن دارد که اجاره‌بها در تهران ۴۳درصد و در کشور ۲۰درصد نسبت به اردیبهشت‌ماه سال قبل افزایش داشته است.

در همین رابطه محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی ۱۹ خردادماه مهمان نمایندگان مجلس شورای اسلامی بود و او در این نشست از راناندازی موسسات اجاره‌داری که بازار مسکن را ساماندهی کند، خبر داد.

به گزارش تجارت نیوز، رئیس اتحادیه مشاوران املاک تهران در پاسخ به این پرسش که متوسط قیمت اجاره‌بها در تهران چه میزان است، گفت: درباره اجاره‌بهای مسکن نرخ‌ی را تعریف نمی‌کنیم؛ به عنوان مثال اگر به عنوان نماینده اتحادیه املاک قیمت اجاره‌بها را ۵درصد تعیین کنیم، می‌گویند متولی این بخش نرخ اجاره‌بها را ۵درصد اعلام کرده و بنابراین ما حق داریم که قیمت اجاره‌بها را ۱۵درصد تعریف کنیم. تجربه نشان داده ما هر‌گاه قیمت اجاره‌بها را ۱۵درصد اعلام کردیم قیمت‌ها از این نرخ اعلام‌شده بیشتر شده است.

مصطفی قلی خسروی افزود: قیمت اجاره‌بهای مسکن به میزان منطقه، نوع ساخت و ساز و امکانات بستگی دارد. برخی دستگاه‌های دولتی میانگین قیمت خانه ۱۱ یا ۱۲ میلیون تومان برآورد کرده‌اند، در این شرایط اعلام چنین رقم‌هایی منجر به سوءبرداشت می‌شود.

او اظهار داشت: در حالی برخی کارشناسان معتقدند که قیمت اجاره‌بها ۱۱ میلیون تومان است که هنوز در مناطق تهران هر متر خانه به قیمت ۷ تا ۷ میلیون تومان یافت می‌شود. همین ارائه قیمت‌ها باعث تشدید قیمت‌ها می‌شود. در کل معتقدیم که چنانچه قیمت مسکن ۱۰۵درصد افزایش یافته قطعا قیمت اجاره به



بانک پاسارگاد هشدار داد

۸ نکته مهم در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک

بانک پاسارگاد جهت افزایش هرچه بیشتر امنیت در استفاده از درگاه‌های بانکداری الکترونیکی و جلوگیری از سوءاستفاده سودجویان نکاتی را یادآور شد.

به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، مشتریان هرگز نباید از سیستم‌های موجود در مکان‌های عمومی همچون کافی‌نت‌ها به‌منظور انجام تراکنش‌های مالی استفاده کنند و در زمان انجام این تراکنش‌ها از استفاده از VPN‌ها اجتناب کنند. همچنین به منظور افزایش سطح امنیتی سیستم خود از بازدید سایت‌های غیرمعتبر و مشکوک و همچنین باز کردن ایمیل‌های ناشناس خودداری کنند. از تایپ کردن و نگهداری رمزهای خود بر روی هر وسیله‌ای اجتناب کنند.

در صورت استفاده از برنامه موبایل‌بانک جهت عملیات بانکداری الکترونیکی تنها از نرم‌افزار ارائه‌شده بر روی وبسایت بانک استفاده کرده و به هیچ عنوان نرم‌افزار مربوطه را از شخص و یا مکان دیگری دریافت نکنند.

مشتریان در صورتی‌که تصمیم دارند رایانه شخصی خود را امانت دهند، پیش از آن تمامی اطلاعات ذخیره‌شده بر روی مرورگرهای اینترنتی سیستم را پاک کرده و هرگونه متنی مبنی بر ارائه اطلاعات حساب را حذف کنند. در صورتی‌که رایانه شخصی خود را امانت داده‌اند نیز از عدم نصب نرم‌افزارهای مشکوک از جمله ثبت‌کنندگان فعالیت‌های کیبورد و ماوس بر روی سیستم، امنینان حاصل کنند.

در صورتی‌که قصد فروش رایانه شخصی و یا تلفن همراه خود را دارند، حتما سیستم‌ها را به‌صورت کامل پاکسازی کرده و از ذخیره اطلاعات حساب‌بانکی به هر نوعی، در رایانه شخصی و یا تلفن‌های همراه خودداری کنند.

مشتریان دقت داشته باشند به‌منظور افزایش سطح امنیت در عملیات بانکداری الکترونیکی از مرورگرهای اینترنتی به‌روز شده استفاده کنند و اگر در هنگام بازدید از یک وبسایت، از آنها خواسته شد چیزی را نصب کنند، از انجام این کار بپرهیزند.

پیش‌بینی مهم مدیرعامل بانک مسکن در خصوص قیمت‌ها

مدیرعامل بانک مسکن از عملیاتی شدن بازار تعهدی مصالح ساختمانی تا پایان تابستان امسال خبر داد و گفت با راه‌اندازی این بازار قیمت‌ها ۲۰ تا ۳۰درصد کاهش خواهد یافت.

ابوالقاسم رحیمی‌انارکی در گفت‌وگو با ستیم، گفت: یک زنجیره تامین مالی مسکن داریم که در ارتباط با بازار تعهدی مصالح ساختمانی است.

وی تصریح کرد: در این زنجیره اتفاقی که می‌افتد در چرخه مربوط به حوزه ساختمان یک شناسایی انجام شده است.

وی با بیان اینکه سر این اساس ۴۹ چرخه را شناسایی کرده‌ایم که ۸۰درصد فعالیت‌های ساختمانی را دربر می‌گیرد، افزود: ما می‌توانیم این ۴۹ زنجیره را به صورت اعتباری تامین مالی کنیم.

مدیرعامل بانک مسکن گفت: به این ترتیب به جای اینکه مثلا بخواهیم در این زنجیره یا چرخه برای ۱۰ واحد تسهیلات پرداخت کنیم، با یک واحد تزریق تسهیلات می‌توانیم توان مالی این ۱۰ واحد را لحاظ امکانات اعتباری و تعهدی ایجاد کنیم.

رحیمی‌انارکی بیان کرد: این موضوع باعث کاهش قیمت تمام‌شده مصالح ساختمانی خواهد شد.

وی اظهار داشت: پیش‌بینی می‌کنیم این اقدام تا ۲۰ تا ۳۰درصد کاهش قیمت در ظاهر مصالح ساختمانی را برای سازندگان به همراه داشته باشد. برنامه ما این است که تا پایان تابستان هم سامانه و هم چرخه زنجیره تامین مالی مصالح ساختمانی را عملیاتی کنیم.

رئیس کل بانک مرکزی:

بانک مرکزی به بازار ارز مسلط است

رئیس کل بانک مرکزی با تاکید بر اینکه بانک مرکزی به بازار ارز مسلط است، گفت به مردم اعلام می‌کنیم که هیچ یک از بنیان‌های اقتصادی تعیین‌کننده نرخ ارز در کشورمان، تغییر پیدا نکرده و صادرات و تقاضای ارز را رصد می‌کنیم و هیچ مشکلی از نظر ذخایر و تثبیت بازار نداریم.

به گزارش ایسنا، عبدالناصر همتی در جمع خبرنگاران تبریز با اشاره به اهمیت بازار حواله در بازار ارز اظهار داشت: یکی از موفقیت‌های بانک مرکزی این بوده است که با گذشت دو ماه و نیم از سال و با وجود تعطیل بودن عمده روزها مبلغی حدود ۹۵ میلیارد دلار برای کالاهای وارداتی تأمین کردیم و راه‌های خوبی را برای تأمین درآمد ارزی کشور در نظر گرفتیم، این روند را ادامه خواهیم داد و بازار به تدریج با نرخ منطقی شکل خواهد گرفت.

وی اضافه کرد: امیدواریم با روندی که برای صادرات‌های غیرنفتی پیدا کرده‌ایم و راه‌های بازگرداندن ارز ناشی از صادرات به چرخه اقتصادی، مسائل پیش‌آمده را پشت سر بگذاریم. با جدی گرفتن رونق تولید و برنامه‌ریزی برای محدودشدن واردات و افزایش صادرات، شاهد توسعه و پیشرفت کشور در چارچوب اصولی و به طور مستقل خواهیم بود.

او با بیان اینکه متأسفانه در بازار ارز همواره شاهد تلاش تعدادی از افراد با استفاده از ابزارهای سیاسی برای بالا پایین کردن بازار ارز بوده‌ایم، گفت: با توجه به وضع تحریم‌های ظالمانه دولت آمریکا علیه ملت ایران، هدف اصلی‌مان رشد صادرات غیرنفتی و برگرداندن ارز به چرخه اقتصادی کشور است.

همتی هدف از سفر دو روزه‌اش به تبریز را لیبیک گفتن به فعالان اقتصادی و مسئولان استان و بررسی مسائل و مشکلات مربوط به تولید و صادرات اعلام کرد و گفت: استان آذربایجان شرقی هم از نظر تولید و هم از نظر صادرات جزو استان‌های مهم کشور است، با توجه به نام‌گذاری امسال به عنوان سال رونق تولید از سوی مقام معظم رهبری، برنامه‌هایی جدی برای تأمین نیازهای تولیدکنندگان داریم.

وی در ادامه با اشاره به اثرات سفر نخست‌وزیر ژاپن به ایران خاطر نشان کرد: گسترش روابط اقتصادی ایران با ژاپن، روابط دوجانبه و سرمایه‌گذاری ژاپن در بخش‌هایی از اقتصاد کشور در جلسه رئیس جمهور با نخست وزیر ژاپن مورد بحث و تاکید قرار گرفته؛ روابط دیرینه‌ای با ژاپن داریم و مطمئن هستم که با این سفر روابط دو طرف تقویت می‌شود.



وی خاطرنشان کرد: قیمت واقعی ۸هزار تومانی برای دلار در زمانی محقق خواهد شد که جدا از مسائل مربوط به تحریم‌ها، بتوانیم طرح رونق تولید را در داخل کشور اجرا، وام‌های کم‌بهره اعطا و نرخ سود بانکی را کاهش دهیم که این موضوع به سیاست‌های پولی و بانکی در آینده بستگی دارد.

این کارشناس بازار ارز درباره افزایش نرخ ارز در سامانه نیما و نزدیک شدن به قیمت ارز در بازار آزاد گفت: قیمت ارز در آینده همچنان چند نرخ‌ی باقی خواهد ماند و زمینه برای تک‌نرخ شدن فراهم نیست زیرا به طور کامل، امکان کنترل بر عرضه ارز توسط صادرکنندگان و همچنین واردکنندگان وجود ندارد.

دلیل روند نزولی قیمت طلا مشخص شد

اما آخرین خبرها از بازار طلا و سکه حاکی است تا روز پنجشنبه بازار روند نزولی را برای خود انتخاب کرده بود و دلیل آن هم به خاطر کاهش ارزش جهانی دلار بوده است.

محمد کشتی‌آرای، کارشناس بازار طلا و سکه درباره بازار طلا و سکه در هفته گذشته گفت: شرایط بازار تا ابتدای روز پنجشنبه روند نزولی قیمت‌ها را برای خود انتخاب کرده بود که این روند در روز پنجشنبه و جمعه کاملا تغییر کرد. این کارشناس بازار طلا و سکه بیان کرد: بازار از ابتدای هفته تا ابتدای روز پنجشنبه با وجود افزایش قیمت در بازار جهانی روند کاهشی را در دستور کار خود قرار داده بود. وی دلیل این تفاوت مسیر بازار داخلی با بازار جهانی را کاهش قیمت ارز و جو روانی حاصل از کاهش تنش‌های سیاسی دانست.

کشتی‌آرای با اشاره به کاهش داد و ستد تا روز پنجشنبه تاکید کرد: از ابتدای روز پنجشنبه با توجه به اتفاقات رخ‌داده در دریای عمان روند ارزش‌گذاری دلار تغییر کرد و تأثیر خود را بر بازار طلا و سکه گذاشت. وی خاطرنشان کرد: هر زمان که قیمت‌ها روند صعودی به خود می‌گیرند، میزان تقاضا افزایش می‌یابد و از تعداد عرضه‌کنندگان کاسته می‌شود که در نهایت این موضوع به افزایش حساب سکه منجر می‌شود.

این کارشناس بازار طلا و سکه ارزش هر گرم طلای خام ۱۸ عیار را ۴۲۸ هزار و ۷۰۰تومان و مثقال طلای ۱۷ عیار را یک میلیون و ۸۵۷ هزار تومان اعلام کرد و گفت: کف قیمت این دو عیار طلا در هفته گذشته به ترتیب ۴۱۰ هزار و یک میلیون و ۷۷۵ هزار تومان بوده است. به گفته وی، قیمت هر قطعه سکه تمام ۴ میلیون و ۶۹۰ هزار، نیم سکه ۲ میلیون و ۵۲۰ هزار، ربع سکه یک میلیون و ۶۹۵ هزار و سکه یک گرمی ۱ یک میلیون و ۱۵ هزار تومان است.

می‌خواهد و برخی نیز می‌گفتند دلار از محدوده ۱۴ هزار تومان بار دیگر ریزش تا محدوده ۱۲ هزار و ۸۰۰ را تجربه می‌کند .

کسالت حاکم بر بازار نشان می‌داد در روزهای اخیر نه افزایش قیمت‌ها از نظر فعالان بازار ماندگار است و نه کاهش نرخ‌ها، همین امر سبب شد در هفت روز گذشته به رغم ریزش ۲۶۰۰ تومانی نرخ‌ها، بازار با موج فروش دلار روبه‌رو نشود و حالا نیز در آستانه بالا رفتن قیمت بازار با افزایش تب تقاضا روبه‌رو نبود. به قول صراف‌ها قیمت‌ها پیر کاغذند، فعلا خبری از تقاضا نیست و ردگیری تحولات نرخ ارز در باقی بازارها بیش از بازار ارز جذابیت دارد.

ترس سودگران بزرگ اقتصادی، عامل اصلی کاهش قیمت دلار

اما به گفته یک اقتصاددان، ترس سودگران بزرگ اقتصادی، عامل اصلی کاهش قیمت دلار در هفته گذشته بوده است که به دلیل تحولات مربوط به سیاست خارجی و از ترس سقوط نرخ دلار اقدام به فروش گسترده ارز خود در بازار کردند.

کامران صداقت در گفت و گو با ایرنا، درباره تحولات بازار ارز و دلایل کاهش نرخ طلا و سایر انواع ارز در بازار گفت: کاهش نرخ دلار به دلیل افزایش عرضه و غلبه فروشندگان بر خریداران بوده است.

به گفته این وی، افزایش عرضه ارز در بازار به دلیل شوک سیاسی ناشی از اخبار مربوط به سفر هیأت‌های خارجی از جمله نخست وزیر ژاپن به ایران بوده است. تحت تأثیر این شوک سیاسی، هم عرضه فیزیکی دلار و سایر انواع ارز در بازار افزایش یافت و هم فضای ذهنی و روانی زمینه افت قیمت‌ها را فراهم کرد.

این استاد دانشگاه گفت: بیشترین فروش ارز در روزهای گذشته از سوی سودگران بزرگ اقتصادی صورت گرفته که از ترس سقوط قیمت دلار اقدام به عرضه گسترده این ارز در بازار کردند.

این کارشناس بازار ارز یادآور شد: پس از افزایش عرضه توسط سودگران بزرگ ارزی، دارندگان دلارهای خانگی نیز ارزهای خود را برای فروش روانه بازار کردند.

وی درباره نرخ واقعی دلار گفت: براساس واقعیت اقتصادی، نرخ واقعی دلار حدود هشت هزار تومان است و نرخ موجود (حدود ۱۲ هزار تومان) ماهیت سودگرانه داشته و واقعی نیست.

صداقت با بیان اینکه در بلندمدت نرخ دلار به سوی قیمت واقعی خود یعنی ۸هزار تومان حرکت خواهد کرد، گفت: به دلیل شرایط کنونی اقتصادی نمی‌توان با سرعت به سوی این قیمت واقعی حرکت کرد.

آتش فتنکش‌ها تا فردوسی زبانه کشید

آخرین خبرها از بازار سکه و ارز

بررسی نحوه فعالیت صرافان در بازار متشکل ارزی

سایت بازار ارزی رونمایی شد

گذشته ضمن تشکر از اقدامات بانک مرکزی درخصوص تشکیل این بازار درخصوص انگیزه تأسیس و نحوه فعالیت آن گفت: هیجانات و نابسامانی‌هایی که در بازار ارز به وجود آمد باعث شد بانک مرکزی به فکر ساماندهی و تشکیل بازاری بفتند که در آن نرخ واقعی خرید و فروش صرافان معین شود. بازار متشکل ارزی بین صرافان و خریداران قرار می‌گیرد، معاملات اقتصادی هستند و هیجانات کاذب نمی‌تواند در نرخ‌ها تأثیرگذار شود و در نتیجه قیمت‌ها به ثبات می‌رسد.

شکسته‌بند اعلام کرد: نسخه آزمایشی پایگاه اینترنتی بازار متشکل ارزی به آدرس www.ice.ir هم‌اکنون قابل مشاهده است و نرخ‌های

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

خرید ملزومات اداری شهرداری منطقه ۱ اندیشه

شهرداری شهریار در نظر دارد به استناد مجوز شورای اسلامی شهر به شماره ۳۴۲ مورخ ۹۷/۱۲/۲۶ نسبت به (خرید ملزومات اداری شهرداری منطقه ۱ اندیشه) با اعتبار ۳/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال از طریق مناقصه عمومی اقدام نماید. لذا از واجدین شرایط، فروشنده یا تأمین کنندگان دعوت به عمل می‌آید جهت دریافت اسناد مناقصه پس از تاریخ درج آخرین آگهی به دفتر اسور پیمان و قرارداد شهرداری شهریار و با در نظر گرفتن شرایط ذیل مراجعه نمایند.

۱- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه ۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می‌باشد. (مطابق آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی)

۲- سپرده نقرات اول و دوم تا زمان انجام معامله و قرارداد مسترد نخواهد شد.

۳- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به واگذاری در اسناد مناقصه درج گردیده است .

۴- شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است .

۵- هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.

۶- آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه تا تاریخ ۹۸/۴/۹ آخرین مهلت قبول پیشنهادات تا پایان ساعت اداری همان روز و تاریخ بازگشایی پاکت ها مورخ ۹۸/۴/۱۰ خواهد بود.

(ش: ۳۳۹۵۸)

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۳/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۲۵

احسان درخشان نسب - شهردار شهریار

انا لله و انا اليه راجعون

جناب آقای مهندس احسان خانی

مدیریت محترم شرکت بیمه دانا استان ایلام

پدر گویهر بی نظیر و تابنده زندگی است. عروج پدر عزیزتان را به شما و خانواده محترم تسلیت عرض می‌کنیم و از خداوند متعال خواستاریم به لطف خوبی، روح آن پدر بزرگوار را شاد و مقامش را در جوار قدسی در گناهش بلندمرتبه فریاد

از طرف خانواده محترم

اخبار



خرید تضمینی گندم به ۳ میلیون تن رسید

استمرار خودکفایی گندم برای چهارمین سال متوالی

نایب رئیس بنیاد توانمندسازی گندم‌کاران گفت براساس آخرین گندم حدود ۳ میلیون تن گندم از کشاورزان مناطق گرمسیری و معتدل خریداری شده است.

علی‌قلی ایمانی، در گفت‌وگو باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید تضمینی گندم اظهار داشت: براساس آخرین آمار حدود ۳ میلیون تن گندم از گندم‌کاران استان‌های گرمسیری و معتدل خریداری شده است.

وی از پرداخت بیش از ۸۰درصد مطالبات گندم‌کاران خبر داد و گفت: تاکنون ۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان از مطالبات گندم‌کاران پرداخت و مابقی به محض ورود به سامانه به حساب کشاورزان واریز می‌شود.

ایمانی ادامه داد: با توجه به شرایط مساعد اقلیمی امسال مزارع گندم از رویش مناسبی برخوردار است؛ به طوری‌که امسال برای چهارمین سال متوالی خودکفایی گندم استمرار خواهد یافت.

نایب رئیس بنیاد توانمندسازی گندم‌کاران با اشاره به اینکه برداشت گندم از مناطق گرمسیری و معتدل در حال انجام است، گفت: با استمرار شرایط مساعد برداشت، پیش‌بینی می‌شود که میزان خرید تضمینی گندم به ۱۱ میلیون تن و تولید ۱۳۵ تا ۱۴۰ میلیون تن برسد.

وی نرخ پایه خرید تضمینی هر کیلو گندم را یک هزار و ۷۰۰ تومان اعلام کرد و افزود: با توجه به شرایط فعلی اقتصاد، دولت تمهیداتی همچون پرداخت کرایه حمل و جایزه افت پایی را به کشاورزان پرداخت می‌کند تا بخشی از هزینه‌های تولید جبران شود.

ایمانی، فروش گندم از سوی کشاورزان به دلالتان را تایید و تکذیب نکرد و ادامه داد: اگرچه مباحثی مبنی بر خرید گندم با نرخ‌های بالاتر توسط دلالتان مطرح است، اما مستنداتی در این زمینه نداریم، چراکه کشاورزان پس از برداشت گندم تولیدی را به دولت تحویل می‌دهند و دلایل خاصی برای این امر دارند.

این مقام مسئول ادامه داد: در حال حاضر کشاورزان رغبتی به فروش گندم خود به دلالتان ندارند، چراکه آنها به این نتیجه رسیده‌اند که در شرایط فعلی اقتصاد این امر مشکلات متعددی را برای قوت اصلی مردم ایجاد می‌کند.

وی در پایان درباره تاثیر وقوع سیل در میزان تولید گندم تصریح کرد: اگرچه بخشی از اراضی گندم به سبب وقوع سیل از بین رفت، اما در دیم‌زارها و اراضی آبی، بارش‌ها منجر به افزایش عملکرد شد و شرایط مطلوب را به همراه داشت.

افزایش قیمتی در بازار مبللمان نداریم

رئیس اتحادیه درودگران و میل‌سازان گفت افزایش قیمتی در این صنف نداریم و هم‌اکنون بازار مبللمان در رکود است. علی‌عباسی، رئیس اتحادیه درودگران و میل‌سازان در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه قیمت‌های متفاوتی در بازار مبللمان به چشم می‌خورد، تصریح کرد: این مبلغ از ۲ میلیون تا ۲۰۰ میلیون تومان در بازار موجود است.

عباسی با بیان اینکه حدود ۲۵ هزار واحد رسمی در تهران مشغول به فعالیتند، اظهار داشت: از این میزان، حدود ۸۰درصد به صورت رسمی و پروانه‌دار مشغول به کارند.

رئیس اتحادیه درودگران و میل‌سازان با تاکید بر اینکه کمبود مواد اولیه، یکی از مشکلات موجود در این صنف به حساب می‌آید، افزود: ۷۰درصد این مواد اولیه تولید داخل است و ۳۰درصد مابقی از خارج کشور وارد می‌شود. عباسی با بیان اینکه مبللمان به کشورهای حوزه خلیج فارس و آفریقا صادر می‌شوند، گفت: متأسفانه بسیاری از مشکلات برای صادرات در این صنف وجود دارد که مشکلات ارزی نمونه‌ای از این موارد است.

رئیس اتحادیه درودگران و میل‌سازان از نمایشگاه مبللمان که قرار است در کشور عراق برگزار شود خبر داد و گفت: این نمایشگاه از ۳۰ خرداد شروع و تا ۵ تیرماه ادامه دارد.

به گفته عباسی، وارداتی در بازار مبللمان نداریم.

رئیس اتحادیه درودگران و میل‌سازان با تاکید بر اینکه خرید مردم برای مبللمان کاهش پیدا کرده است، گفت: امیدواریم که مشکلات موجود در بازار مبللمان همچون وام بانکی، تولیدات و کمبود مواد اولیه در این صنف به زودی مرتفع شود. عباسی در پایان درباره تحقق رونق تولید در این صنف گفت: بازار مبللمان برای تحقق این شعار، برنامه‌هایی را در دستور کار خود قرار داده است که امیدواریم تا پایان سال، این مهم، محقق شود.

پیش‌بینی کاهش ۴۰درصدی قیمت میوه تا ماه آینده

رئیس اتحادیه بافروشان تهران گفت امسال، افزایش خوبی در تولید میوه‌ها و صیفی‌جات داریم که بر این اساس پیش‌بینی می‌شود قیمت‌ها در ماه آینده تا ۴۰درصد کاهش یابد.

به گزارش تسنیم، مصطفی دارایی‌نژاد افزود: امسال به دلیل تولید خوب، قیمت میوه‌هایی مثل گیلان، زردآلو، هلو، شش‌برنگ و ... حدود ۲۰درصد کاهش داشته است البته این کاهش شامل میوه‌های واردتی مثل انبه، موز و آناناس نمی‌شود. وی با بیان اینکه به غیر از سیب‌زمینی، قیمت بقیه میوه‌ها و صیفی‌جات در سطح میدان تره‌بار رو به کاهش است، اضافه کرد: با پایان فصل برداشت سیب‌زمینی ذرفول و همچنین کم شدن ذخیره سیب‌زمینی از سردخانه‌ها به دلیل تامین نیاز کارخانجات تبدیلی مثل چیس خلال با نیاز روزانه ۵۰۰ تا ۶۰۰ تن، قیمت این محصول تا حدودی افزایش یافته که پیش‌بینی می‌شود تا ماه آینده با برداشت سیب‌زمینی همدان، قیمت این محصول پرمصرف کاهش یابد.

رئیس اتحادیه بافروشان تهران گفت: امسال به دلیل فراوانی آب، کشت هندوانه نسبت به سال قبل دو برابر شده که همین امر باعث شده تا صادرات این محصول رونق بگیرد.

دارایی‌نژاد همچنین درخصوص حمل بار از میدان مرکزی میوه و تره بار به مقاصد صادراتی گفت: این امر کاملاً قانونی است، زیرا با افزایش تولید محصولاتی مانند هندوانه که به علت بارندگی‌ها، بیش از نیاز کشور تولید شده است این قبیل محصولات صیفی، از میدان مرکزی میوه و تره بار، بازرگیری و به کشورهای همسایه مانند ترکیه حمل و صادر می‌شود.



این شهرداری است که باید پیشرو در امر صادرات و بازاریابی در داخل و خارج از کشور باشد تا در سایه این اقدامات محصولات کشاورزی به فروش رسد و شاهد رونق اقتصادی باشیم.

حضرت‌پور با بیان اینکه از بهمن سال گذشته صادرات هندوانه از ارومیه به اروپا از میدان میوه و تره بار شهرداری ارومیه انجام شد، بیان کرد: در حال حاضر میدان میوه و تره بار شهرداری ارومیه به بزرگ‌ترین جایگاه صادرات محصولات کشاورزی استان مبدل شده است، به‌طوری‌که روزانه از این میدان شاهد صادرات محصولات کشاورزی چون صادرات روزانه ۲۰۰ تریلی هندوانه به خارج از کشور هستیم.

وی بیان کرد: محصول هندوانه می‌توانست از شهر جیرفت صادر شود، اما از آنجا که می‌خواستیم این مهم در ارومیه اتفاق بیفتد تا با بازاریابی مناسب ارومیه به عنوان مرکز صادرات محصولات کشاورزی به اروپا شناخته شود و همواره تجار از کشورهای مختلف در این شهر جهت امر صادرات محصولات کشاورزی حضور داشته باشند، این کار را از ارومیه انجام دادیم.

خورده به‌طوری‌که که شاهد افزایش صادرات محصولات به داخل و کشورهای خارج بودیم و پیش‌بینی می‌شود که امسال نیز در حدود ۴۰۰ هزار تن سیب و ۱۰۰ هزار تن انگور صادر شود.

وی از برگزاری جشنواره‌های میوه‌های فصلی در تابستان و بازاریابی محصولات در سایه برگزاری این جشنواره خبر داد و گفت: باید از فرصت‌های لازم جهت صادرات میوه‌های هسته‌دار چون گیلان به خارج از کشور با توجه به تقاضای بازارهای خارجی استفاده کرد.

شهردار ارومیه گفت: جهت توسعه صادرات محصولات کشاورزی با فراهم‌سازی بسترهای لازم در کنار دستگاه‌های زیر ربط چون صنعت، معدن و تجارت و جهاد کشاورزی هستیم و اینکه به این موضوع بخشی نگاه نکنیم و باید هسر چقدر در توان داریم برای تحقق امر صادرات تلاش کرد.

وی در پاسخ به این گفته‌های برخی اشخاص که چرا شهرداری به این مقولات ورود می‌کند، بیان کرد: متولی فروش محصولات کشاورزی و تنظیم بازار فروش سازمان میوه و تره بار شهرداری ارومیه است و

شهردار ارومیه گفت امسال با فراهم‌سازی زمینه‌های صادرات شاهد صادرات در حدود ۴۰۰ هزار تن سیب و ۱۰۰ هزار تن انگور خواهیم بود.

به گزارش ایسنا، محمد حضرت‌پور در جمع خبرنگاران بیان کرد: برای توسعه بخش کشاورزی این استان و افزایش درآمدها به مقوله توسعه صادرات توجه ویژه می‌شود چراکه مقوله صادرات راه نجات‌بخش کشاورزی است و بسترهای لازم جهت صادرات نیز مهیا شده است.

وی اظهار داشت: در آذربایجان‌غربی با وجود بخش صنعت اما باید همچنان به کشاورزی به دلیل اینکه منجر به افزایش درآمدهای مردم می‌شود توجه شود، لذا جهت رونق اقتصادی در بخش کشاورزی در این استان باید به مقوله توسعه محصولات کشاورزی نگاه ویژه کرد که در سایه آن شاهد تحقق یکی از محورهای افق ۱۴۰۴ یعنی برخورداری مردم از اقتصاد پویا شد.

شهردار ارومیه عنوان کرد: هدف‌گذاری در توسعه صادرات محصولات کشاورزی استان با مهیاشدن بسترهای لازم طی سال‌های اخیر رقم

صادرات صنایع دستی و فرش جایگزین مناسبی برای نفت

برای احقاق حقوق فعالان این بخش، وجود ندارد، گفت: ما اعتقاد داریم که بیمه، حداقل حقوق هر ایرانی است، بدون توجه به اینکه در چه زمینه‌ای فعالیت دارد، مکاتبات فراوانی در موضوع حمایت از صنایع دستی با مسئولان نظیر آقایان لاریجانی و تاجگردون هم داشتیم، اما اقدامات به اندازه مورد انتظار نبوده است.

رئیس فراکسیون فرش و صنایع دستی با اشاره به ایجاد یک فرصت قانونی در بودجه سال ۹۸، گفت: در تبصره ۱۴ بودجه امسال، بیش از ۲،۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای بعضی بیمه‌ها تخصیص یافت که فرش در این بخش دیده شد اما صنایع‌دستی دیده نشده است.

وقفچی با تصریح اینکه مجلس و میراث فرهنگی باید برای گسترش پوشش بیمه برای فعالان عرصه صنایع دستی تلاش کنند، گفت: بیمه یکی از ضرورت‌های جامعه محسوب می‌شود.

این نماینده مجلس با تاکید بر اینکه امروز باید صنایع دستی و فرش، ادغام شود، گفت: مجلس از رویکرد تشکیل وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به این امر رای داده است اما به دلیل مخالفت دولت محترم کار اجرایی نشد؛ دولت باید بیشتر علاقه‌مند باشد.

وی گفت: در قانون مرجع تشخیص اینکه چه کسی باید در بخش صنایع دستی، بیمه شود، میراث فرهنگی است، نه بیمه‌گر؛ در بحث بیمه قالیبافان و فعالان بخش فرش هم اینگونه تعیین شد که میزان فرش بافته‌شده ملاک بیمه نباشد.

وقفچی در عین حال خاطر‌نشان کرد که هنوز دولت آیین‌نامه اجرایی این قانون را بعد از دو سال، تهیه و ابلاغ نکرده است لذا باید تلاش بیشتری برای این مهم انجام شود.

این نماینده مجلس شورای اسلامی گفت: یکی دیگر از مزایای آن قانون، مکلف‌شدن دولت نسبت به اینکه فضاهای میراثی را در اختیار فعالان بخش خصوصی حوزه صنایع دستی و فرش قرار دهد، این امر در برخی استان‌ها انجام شده اما عام نیست.

او با اشاره به اینکه در قانون یادشده، صدا و سیما مکلف به حمایت از صنایع دستی و فرش شده است، گفت: صدا و سیما هنوز اینگونه که باید و شاید همکاری نمی‌کند؛ در استان فارس هم می‌توان این تکلیف قانونی را از صدا و سیما خواستار شد.

وقفچی با این اعتقاد که حساسیت مناسب نزد متولیان امر صنایع دستی

خرید تضمینی برگ سبز چای از ۵۰ هزار تن گذشت

رشد ۱۸درصدی تولید نسبت به سال گذشته

که میزان خرید تضمینی برگ سبز چای به ۱۳۰ هزار تن برسد که در صورت تحقق این امر ۲۶ هزار تن چای خشک استحصال می‌شود.

وی از رشد ۱۸درصدی تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل خبر داد و گفت: تاکنون از مجموع بهای برگ سبز خریداری‌شده ۱۱ هزار و ۴۰۰ تن چای خشک تولید شده است.

این مقام مسئول ادامه داد: با توجه به افزایش تقاضا و استقبال مصرف‌کنندگان از چای داخل به سبب کیفیت بالا مشکلی در فروش چای تولیدی نداریم.

رئیس سازمان چای با اشاره به اینکه ۲۶ تا ۲۷درصد نیاز کشور از تولید چای داخل تأمین می‌شود، بیان کرد: با توجه به مصرف سالانه ۱۰۵ هزار تن چای در کشور و مابقی نیاز از طریق واردات تأمین می‌شود.

جهان‌ساز اختصاص ارز نیما به واردات را عاملی مهم در کنترل قاچاق برشمرد و گفت: با توجه به کیفیت چای تولیدی و استقبال مصرف‌کنندگان از چای داخل به سبب رقابت با برندهای خارجی کارخانه‌های چای مشکلی

رئیس سازمان چای گفت براساس آخرین آمار ۵۰ هزار و ۵۳۴ تن چای خشک به ارزش ۱۵۸ میلیارد تومان از چایکاران خریداری شده است.

حبیب جهان‌ساز، در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید تضمینی برگ سبز چای اظهار داشت: براساس آخرین آمار تا ۱۹ خردادماه، ۵۰ هزار و ۵۳۴ تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۱۵۸ میلیارد تومان از چایکاران دو استان گیلان و مازندران خریداری شده است.

وی از پرداخت بیش از ۵۴درصد مطالبات چایکاران خبر داد و گفت: تاکنون ۸۴ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان از مطالبات چایکاران پرداخت و مابقی طی هفته آینده به حساب چایکاران واریز می‌شود.

جهان‌ساز با اشاره به اینکه عمده چای چین بهاره از کیفیت بالایی برخوردار است، بیان کرد: با توجه به شرایط مناسب اقلیمی ۹۴درصد برگ سبز خریداری‌شده درجه یک و مابقی درجه دو است.

رئیس سازمان چای با بیان اینکه چین اصلی برداشت از ۲۵ خرداد به بعد آغاز می‌شود؛ اظهار داشت: با استمرار شرایط مساعد اقلیمی پیش‌بینی می‌شود



نقدینگی سرگردان مانند سیل، بازار خودرو را ویران کرد

نایبرئیس کمیسیون اصل نود مجلس شورای اسلامی عدم عرضه تعمدی خودرو توسط خودروسازان را رد کرد و افزود با بررسی نمایندگان مجلس و سایر نهادهای نظارتی مشخص شده که اتهام احتکار و انبار خودرو، منطقی نیست و واقعیت ندارد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، محمدرضا امیرحسینخانی گفت: نقدینگی سرگردان در جامعه در جریان جابه‌جایی بین بازارهای مختلف، مانند سبیل بازار خودرو را تحت‌الشعاع قرار داد. وی درخصوص دلایل گرانی خودرو افزود: متأسفانه برای نقدینگی سرگردان در دست مردم، چاره‌اندیشی و برنامه‌ریزی لازم صورت نگرفت؛ درصورتی که می‌توانستیم با استفاده بهتر از آن، جلوی هجوم آن به بازارهایی مانند خودرو را بگیریم. نماینده مردم فردوس، سرایان، طبس و بشرویه در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: نقدینگی باید به‌سمت تولید و کارهایی که برای کشور ارزش افزوده دارد، سوق داده می‌شد، در حالی‌که، در شرایط کنونی این نقدینگی همزمان با حضور دلالان در بازار خودرو، موجب تلاطم قیمتی در این حوزه شده است. نایبرئیس کمیسیون اصل نود مجلس فضای روانی جامعه و تلاش مخالفان و اخلاگسران اقتصادی را از دیگر دلایل گرانی خودرو عنوان کرد و افزود: اگر برنامه‌ریزی و مدیریت بهتری وجود داشت، تنش در فضای اقتصاد و بازار کمتر می‌شد. امیرحسینحانی با اشاره به وجود خودروهای دارای کسری قطعات در پارکینگ خودروسازان، گفت: تعداد بسیار زیادی خودرو معطل یک یا چند قطعه هستند و به‌همین دلیل در انبارهای خودروسازان، مانده‌اند. به گفته وی، شرایط تأمین مواد اولیه و قطعات مورد نیاز خودرو به‌دلیل عدم همکاری شرکای خارجی با دشواری‌های زیادی همراه شده است. این نماینده مجلس عدم عرضه تعمدی خودرو توسط خودروسازان را رد کرد و افزود: با بررسی نمایندگان مجلس و سایر نهادهای نظارتی مشخص شده که اتهام احتکار و انبار خودرو، منطقی نیست و واقعیت ندارد. امیرحسینخانی در پایان گفت: باید برای رفع مشکلات تأمین مواد اولیه و واردات قطعات مورد نیاز خودرو، تدوین قوانین جدید در دستور کار قرار گیرد تا قطعه‌سازان و خودروسازان بتوانند با کمترین مشکل و مانع، اهداف تولیدی خود را محقق کنند.

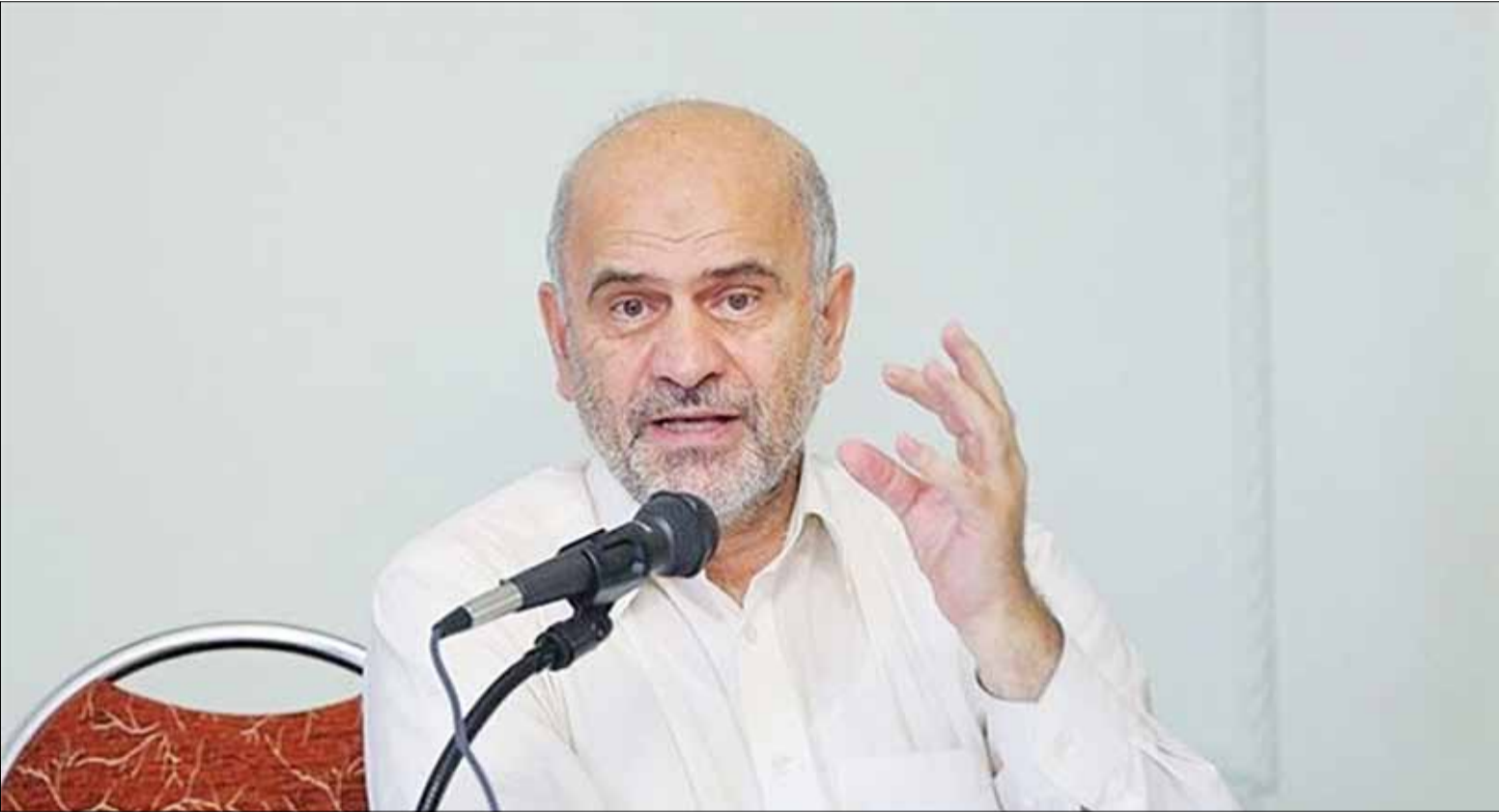
قطعه‌سازان با مشکل کمبود سرمایه در گردش دست و پنجه نرم می‌کنند

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اعلام کرد که تمام تولیدکنندگان از جمله قطعه‌سازان مشکل سرمایه در گردش و تأمین مواد اولیه دارند. عبدالله رضیان اظهار داشت: در حال حاضر قطعه‌سازان مطالبات زیادی از خودروسازان دارند و از طرفی خودروساز نیز شرایط مناسبی ندارد. فضای تعامل بین قطعه‌ساز و خودروساز باید مدیریت شود و این امر، یک مساله مدیریتی بین خود این دو بخش است که باید به بهترین نحو آن را مدیریت کنند. نماینده مردم قائمشهر، سوادکوه، جویبار، سیرمغ و سوادکوه شمالی در مجلس شورای اسلامی افزود: سال گذشته حدود ۴ هزار میلیارد تومان منابع بانکی برای پرداخت مطالبات قطعه‌سازان تأمین شد و البته ۷ هزار میلیارد تومان از تسهیلات ۱۱ هزار میلیارد تومانی وعده داده شده، محقق نشده است. وزیر صمت در حال تلاش است تا امسال بایستادن مبلغی به منظور پرداخت مطالبات قطعه‌سازان در اختیار خودروسازان قرار گیرد. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی افزود: همچنین ۱۰۰ هزار دستگاه خودرویی که نقص قطعه داشتند در حال تکمیل است که این منبع حدود ۹ هزار میلیارد تومان خواهد بود که بخشی از این منبع بعد از ارائه خودروها در بازار می‌تواند توسط خودروساز به قطعه‌ساز تخصیص داده شود. نماینده مردم قائمشهر، سوادکوه، جویبار، سیرمغ و سوادکوه شمالی افزود: خودروساز نیز در حال تلاش است اما متأسفانه با توجه به شرایط فعلی، وضعیت مناسبی ندارد و قطعه‌ساز و خودروساز باید تعامل مناسبی در این شرایط با هم داشته باشند.رضیان افزود: در شرایط فعلی، تأمین تسهیلات ارزان‌قیمت برای تولیدکنندگان دشوار است. در حال حاضر، اکثر تولیدکنندگان از جمله قطعه‌سازان مشکل سرمایه در گردش دارند زیرا خرید مواد اولیه به صورت نقد انجام می‌شود و عمده‌ترین مشکل تولیدکنندگان، تأمین مواد اولیه است. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی افزود: آقای وزیر اعتقاد دارند که فقط ۱۰ درصد از ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی موجود در کشور در بخش تولید فعال است اما می‌توانیم با مدیریت بهتر تا ۵۰درصد این نقدینگی را به تولید وارد کنیم و تا حدودی مشکل تولید را حل کنیم اما این امر، نیازمند هماهنگی و همراهی بانک‌ها است که متأسفانه این همراهی وجود ندارد و باید روی آن کار کنیم. رضیان در پایان گفت: همه باید تلاش کنیم تا خطوط تولید قطعه‌سازان و خودروسازان متوقف نشود چراکه توقف خطوط تولید این بخش از صنعت مشکلات بسیاری را ایجاد خواهد کرد و حتی امنیت ملی را تهدید می‌کند.

توزیع مویرگی کارخانجات بر تعادل بازار روغن خودرو موثر است

داود سعادت‌نی‌نژاد، رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لاستیک و روغن و پنج‌رگیران تهران اظهار داشت شرکت‌های تحت پوشش روغن خودرو بایستی به نمایندگان خود اطلاع دهند تا عمده‌فروشان این محصول، کالا را با قیمت آزاد به بازار عرضه نکنند و با قیمت مصوب توزیع نمایند. وی اظهار داشت: در شرایطی که کالا ناگهان به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد مدیریت کارخانجات و شرکت‌های تحت پوشش آنها می‌تواند بازار را متعادل نگه دارد. داود سعادت‌نی‌نژاد در ادامه افزود: در شرایطی که کالا ناگهان به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد مدیریت کارخانجات و شرکت‌های تحت پوشش آنها ارتباط شرکت‌های تحت پوشش روغن خودرو بایستی به نمایندگان خود اطلاع دهند تا عمده‌فروشان این محصول، کالا را با قیمت آزاد به بازار عرضه نکنند و با قیمت مصوب توزیع نمایند. وی با اشاره به دلایل افزایش قیمت روغن خودرو افزود: افزایش ۷۰درصدی روغن خودرو به دلیل گرانی لوب‌کات که ماده اصلی این محصول است می‌باشد، ضمن اینکه گرانی بسیاری از کالاهای وابسته مانند؛ کارت–ن–حلب و… نیز در گرانی این محصول نقش بسزایی داشته است. سعادت‌نی‌نژاد ادامه داد: این گرانی در حالی است که از سال ۱۳۹۳ تاکنون قیمت روغن خودرو تغییر نیافته و این محصول با توجه به گرانی‌های اخیر افزایش قیمت نداشته است، اگر کارخانجات در توزیع روغن، مویرگی عمل کنند به قطع و یقین مشکلی در توزیع پیش نخواهد آمد و عرضه و تقاضا همسنان خواهد شد. سعادت‌نی‌نژاد گفت: در گذشته توزیع لاستیک سوار، نیسان و مینی‌بوس با نظارت اتحادیه انجام می‌شد، اخیراً کارخانجات تولیدی لاستیک به دلیل کاهش توزیع، موجب افزایش قیمت لاستیک سواری شده‌اند، مابقی لاستیک‌ها مانند کامیون و اتوبوس با نظارت پایانه‌ها توزیع می‌شود.

صنعت خودروسازی با روندهای مشکوک همراه است



اخیر و به واسطه سیاست‌های تعدیل ساختاری این کفایت اندیشه‌ای اداره اقتصاد کشور به ورشکستگی کامل رسیده است، بنابراین ما باید به نظام تصمیم‌گیری کشور کمک کنیم تا سطح اندیشه‌ای خود را ارتقا دهد و بداند که با استمرار شیوه‌های کنونی اندیشه اقتصادی نمی‌توان اقتصاد را نجات داد. این استاد دانشگاه تصریح کرد: با وجود انتقادات به مسیر کنونی باید افاق‌های امیدوارکننده را نیز از باز کنیم. ما نمی‌توانیم صبر کنیم تا کل نظام تصمیم‌گیری کشور بهبود یابد تا راه حل ارائه کنیم. اگر نظام تصمیم‌گیری بخواهد بهبود یابد، باید گام‌های عملی و جدی در این زمینه برداشته شود و اگر این نظام، بلوغ از خود نشان دهد و در برخی رشته فعالیت‌ها روندهای مشکوک مدیریت و سیاست‌گذاری را متوقف و به افراد صاحب صلاحیت و اشتہاردار به سلامت مالی میدان بیشتری دهد، می‌توان به نمونه‌های موفق دست یافت.

مومنی با اشاره به اهمیت صنعت خودروسازی کشور گفت: براساس برآوردهایی که از اواسط دهه ۷۰ با پیشگامی دکتر عظیمی صورت گرفت، نشان داده شد که صنعت خودروسازی در برون‌رفت از این بحران، اصلاح رویه‌ها و تصحیح اندیشه‌های فاجعه‌ساز تحت عنوان تعدیل ساختاری و بازگرایی مبتذل کمک فراوانی می‌کند. برداشت ایشان این بود که این

هیچ خودروسازی حق واردات قطعه تولید داخل را ندارد

تا یک ماه آینده مثبت اعلام کرد و گفت: با ارائه این طرح، اعتباری از سوی سازمان امیدورو به بخش اکتشافات و تکمیل آن به استان کرمان اختصاص خواهیم داد.

وی سیاست امسال وزارت صنعت، معدن و تجارت در سطح کشور را اکتشاف در سطوح ۱۰۰ هزار کیلومتر پهنه خطی اعلام کرد و گفت: استان کرمان بهشت معادن کشور است و امسال کار متفاوتی نسبت به سال‌های قبل در این حوزه انجام خواهد گرفت. رحمانی در پاسخ به انتقاد رئیس اتاق اصناف کرمان مبنی بر صدور مجوزهای متعدد گفت: مطلب شما در مورد صنوف منطقی است اما با توجه به ماده ۷ قانون رقابت در مورد مجوزها هیچ وزارتخانه‌ای به دلیل اشباع بازار حق ندارد که مجوز صادر نکند.

وی اضافه کرد: البته این قانون مشکلات فراوانی را ایجاد کرده که اصلاحیه‌ای برای آن از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت در آینده نزدیک به مجلس شورای اسلامی ارائه خواهد شد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت به چرایی افزایش قیمت‌ها در سال جاری

استاد دانشگاه علامه گفت در شش ماهه نخست سال ۹۷ دلارهای دولتی و ریال‌های سوسپیدی اعطاشده به صنعت خودروسازی با هیچ رشته فعالیتی قابل مقایسه نیست، با این وجود پرسش این است که این ماجرای رارتی قیمت‌ها از تولید تا بازار چیست؟ که ایسن موضوع نه با مصالح جاری توسعه ملی سازگاری دارد و نه نسبتی با بایسته‌های ارتقای توان مقاومت در برابر تحریم‌های ظالمانه. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، فرشاد مومنی در نشست هفتگی موسسه دین و اقتصاد گفت: ایران از جنبه‌های مختلفی با گرفتاری‌ها و چالش‌های بزرگی روبه‌رو است و فشارهای خارجی نیز از کانال خروج آمریکا از برجام چشم‌انداز کمابیش مشخصی دارد. در این شرایط یک پرسش وجود دارد که آیا ما به رویه قضا و قدر به آنچه استمرار دارد تن بدهیم یا به کمک نظام تصمیم‌گیری بیاییم که متأسفانه قابلیت درخوری در این ۱۵ سال اخیر از خود نشان نداده است. وی ادامه داد: در این مدت و با تغییر دولت‌ها مشخص شد که برای بنیه اندیشه‌ای و کفایت لازم برای فهم بایسته‌های اداره کشور، مسئله افراد نیستند و فکر نکنیم با تغییر افراد چنین و چنان خواهد شد. البته این بدین معنا نیست که اشخاص مطلقاً نقشی ندارند بلکه نقش اصلی را کفایت اندیشه‌ای نظام حکمرانی بازی می‌کند که در سی سال

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت وارد کردن هر کالایی اعم از خودرو و سایر در هر بخشی که در داخل به اندازه نیاز کشور تولید می‌شود ممنوع است و با این موضوع هیچ‌گونه ماشاتی نخواهیم داشت و با متخلفان برخورد خواهد شد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، رضا رحمانی ششم‌گانه پنجشنبه در نشست با فعالان اقتصادی استان کرمان با اشاره به اینکه هیچ خودروساز داخلی حق ورود قطعه خودرویی که در داخل تولید می‌شود را ندارد، گفت: از ابتدای سال جاری وارد کردن ۱۴۲ قلم کالا و در سال گذشته نیز ۱۳۹ قلم کالا را که در کشور تولید می‌شد ممنوع اعلام کردیم و این روند ادامه خواهد داشت. وی افزود: طبق قانون برای اجرای راحت‌تر و سریع‌تر کارها در تمامی حوزه‌های زیرمجموعه اداره صنعت، معدن و تجارت هر کجا که بتوانیم توفیق اختیارات خواهیم کرد و این کار را تا آنجا که بتوانیم با تمام توان انجام می‌دهیم، چراکه به دنبال آن هستیم که در نقش حاکمیتی و سیاست‌گذاری عمل کنیم. رحمانی همچنین با توجه به وضعیت اکتشافات در سطح کشور و استان کرمان تدوین طرح اکتشافی تفصیلی استان کرمان در مقیاس ۵۰درصدی را

قائم‌مقام سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) گفت طراحی پایه خودرو با همان پلنفرم‌های جدید در یک برنامه زمان‌بندی سه ساله برای تولید خودروهای جدید در دستور کار قرار گرفته است.

پایه یا شالوده اصلی که ممکن است براساس آن چندین مدل خودرو تولید و ساخته شوند در اصطلاح پلنفرم نامیده می‌شود. در واقع پلنفرم مجموعه پیشرانه، جعبه‌دنده، شاسی و سیستم انتقال قدرت را دربر می‌گیرد. «بهباد اعتمادی» روز جمعه در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: این سازمان اعتقاد راسخ به داخلی‌سازی و تعمیق ساخت داخل محصولات و قطعات دارد و به‌ویژه این مأموریت را در حوزه‌های نفت و گاز، فولاد، سیمان و خودرو دنبال می‌کند.

به گفته وی، اگر ساخت برخی قطعات از توجیه اقتصادی برخوردار نباشد، اما از آنجا که اولویت ما رونق تولید است حتی با وجود دو برابر شدن هزینه‌ها، حاضر به ساخت آنها هستیم.

این مقام مسئول درخصوص برنامه‌ریزی برای تولید پلنفرم جدید خودرو در کشور، اظهار داشت: استراتژی‌ای ایدرو در صنعت خودروسازی کشور، تولید ۶۵۰ هزار دستگاه خودروی جدید در پسابرجام تا سال ۲۰۲۰ (۱۳۹۹) بود،

اما با خروج آمریکا از برجام به ناچار مجبور به تغییر استراتژی شدیم.

وی ادامه داد: خروج شریکان خارجی صنعت خودرو از کشورمان سبب شد تا در کوتاه‌مدت ادامه تولید خودروهای پرتیراژ قدیمی را در دستور کار



پرداخت تسهیلات ۲۰ هزار میلیارد تومانی به دانش‌بنیان‌ها

سورنا ستاری با اشاره به رویدادهای خوب اتفاق افتاده در زمینه اقتصاد دانش‌بنیان خوزستان، اظهار داشت برای آینده نیز برنامه‌ریزی خوب برای تحول در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان خوزستان وجود دارد. به گزارش تسنیم، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با اشاره به برنامه‌های مفصل طی سال جاری برای شرکت‌های دانش‌بنیان بیان کرد: بالغ بر ۱۳۰ نوع خدمت به شرکت‌های دانش‌بنیان در حال ارائه به آنهاست. علاوه بر خدمات مدنظر دولت، همت و تلاش کارآفرینان برای فعالیت و تولید در شرکت‌ها نیز با اهمیت است. وی از جمله بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار کشور را اعتماد به نفس و انگیزه شرکت‌های دانش‌بنیان و کارآفرینان برشمرد و اظهار داشت: دولت براساس تصمیم‌های گرفته‌شده بودجه لازم را برای حوزه زیرساختی شرکت‌های دانش‌بنیان استان خوزستان تأمین می‌کند.

دریچه

پژوهش، گذرگاه رفع چالش‌ها

تقویت می‌کنیم تا شاهد تربیت دانشجویان خلاق و پژوهشگر باشیم. فعالیت ۲۹ شرکت فناورانه در مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی کرمان

معاون مرکز رشد و فناوری سلامت دانشگاه علوم پزشکی کرمان نیز گفت: این مرکز با ۲۹ شرکت فناورانه، وزنه‌ای برای استان کرمان به شمار می‌رود.

علی‌اکبر اسماعیلی افزود: مرکز رشد و فناوری‌های سلامت دانشگاه علوم پزشکی کرمان در سال ۸۹ تأسیس شده و هم‌اکنون ۲۹ شرکت فناورانه زیر نظر این شرکت فعالیت می‌کنند که از این تعداد ۱۲ شرکت مجوز دانش‌بنیانی دریافت کرده‌اند.

وی اظهار داشت: مرکز رشد و فناوری‌های سلامت دانشگاه علوم پزشکی کرمان در بین دانشگاه‌های کشور در سال ۱۳۹۷ رتبه ششم را کسب کرده است.

اسماعیلی تصریح کرد: خدمات حمایتی، مشاوره‌ای، حمایت مالی، خدمات اداری، از جمله خدمات قابل ارائه به شرکت‌های دانش‌بنیان در مرکز رشد و فناوری‌های سلامت دانشگاه علوم پزشکی کرمان است.

معاون مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی کرمان با بیان اینکه خلاقیت جایگاه بسیار ویژه‌ای در رفع مشکلات دارد، اظهار داشت: بر این باوریم که برای رفع مشکلات جامعه باید از طرح‌های پژوهشی و ایده‌های خلاق حمایت کرد.

وی آموزش نمره‌گرا را خلاقیت‌کش برشمرد و گفت: زمینه خلاقیت و ایده‌پروری باید در دانش‌جویان پرورش یابد تا شاهد افزایش طرح‌ها و ایده‌های خلاق باشیم.

بررسی ۸ طرح پژوهشی در مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی جیرفت معاون پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی جیرفت نیز از بررسی هشت طرح پژوهشی در مرکز رشد و فناوری سلامت این دانشگاه خبر داد و گفت: از میان این طرح‌ها، شش واحد فناور انتخاب می‌شود.

فاطمه سیدی افزود: برگزاری کارگاه‌های استارت‌آپ و درس کارآفرینی برای دانشجویان به صورت ویژه در دستور کار است تا شاهد رشد خلاقیت و افزایش طرح‌های پژوهشی باشیم.

وی همچنین بر لزوم ارائه طرح‌های کاربردی تأکید کرد و گفت: طرح‌های کاربردی باعث برطرف شدن مشکلات جامعه می‌شود لذا این طرح‌ها به صورت ویژه حمایت می‌شوند.

معاون پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی جیرفت از بررسی ۱۰ طرح مشترک پژوهشی دانشگاه جیرفت با این دانشگاه خبر داد و گفت: این طرح‌ها به صورت مشترک بین دو دانشگاه انجام می‌شوند.

وی افزود: طرح‌های پژوهشی انتخاب‌شده، در کارگروه‌های تخصصی مشترک اعضای هیأت علمی دو دانشگاه بررسی، رفع ایراد و جهت انتشار در مجلات علمی داخلی و خارجی ارائه خواهند شد.

سیدی بر ادامه فعالیت‌های پژوهشی مشترک بین این دانشگاه و دانشگاه جیرفت تأکید کرد و اظهار داشت: طرح‌های پژوهشی و تحقیقاتی باید کاربردی و مبتنی بر نیازها و کمبودهای منطقه باشد.

وی از انعقاد تفاهمنامه همکاری‌های مشترک علمی و پژوهشی بین دانشگاه علوم پزشکی و دانشگاه جیرفت خبر داد و گفت: این تفاهمنامه به زودی منعقد می‌شود.

معاون پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی جیرفت ادامه داد: پژوهش و تحقیقات کاربردی نقش مؤثری در روشن‌شدن ابعاد سلامت و ارتقای شاخص‌های سلامت و توسعه پایدار ایفا می‌کند.

Enterprise

momentum

دورخیز گوگل برای

گوگل برای خریداری شرکت **Looker**؛ فعال در حوزه گذاشته تا سرویس خدمات ابری خود را بهبود بخشد. خرید **Google Cloud** است.

به گزارش زومیت، گوگل قصد دارد شرکت **Looker** را بکشد. لوکر شرکت بزرگی است که در زمینه تجزیه و تحلیل مدیر جدید مرکز توسعه خدمات ابری گوگل است. دایان مدیر بریت مرکز توسعه خدمات پردازش ابری گوگل موسس داشت، از سمت خود کناره‌گیری کرد و توماس کوریان شرکت اوراکل بود، در ماه نوامبر به‌عنوان مدیرعامل جد شد. پس از این اتفاق، گوگل اعلام کرده است که لوکر نقد خریداری خواهد کرد.

کوریان در کنفرانس ماه فوریه گوگل اظهار داشت که به قابل توجه کسب‌وکار ابری گوگل است. او افزود: در آینده‌ای نزدیک شاهد رشد چشمگیر اکسپ‌وکار و عده داده شده خواهید بود.

گوگل کپیتال (**Google Capital**) در لوکر سرمایه‌گذار



طرح توانمندسازی زنان سرپرست خانوار

گرفته‌اند، گفت: تفاهمنامه طرح توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار در ۲۳ استان عملیاتی می‌شود.

وی اضافه کرد: سهمیه خراسان جنوبی از این تفاهمنامه ۸۰ نفر است که در مرحله اول کار شناسایی مشاغل خانگی مزیت‌دار به صورت علمی و تخصصی بررسی می‌شود.

رئیس جهاد دانشگاهی خراسان جنوبی بیان کرد: افرادی که در این طرح شناسایی و غربالگری خواهند شد، می‌توانند وارد سامانه **inhbir** شده و ثبت‌نام کنند.

وی یادآور شد: ثبت‌نام براساس لیستی انجام می‌شود که از طرف اداره کل امور بانوان استانداری و سازمان‌های ذی‌ربط یا توسط جهاددانشگاهی معرفی شوند.

صادقی با بیان اینکه سه ماه فرصت برای تکمیل این لیست گذاشته شده و بعد از آن مرحله ورود به سایت و ثبت‌نام است، ادامه داد: افرادی که در این مرحله استعدادیابی و شناسایی شوند متناسب با نیاز از خدمات مشاوره‌ای بهره‌مند شده و آموزش‌های لازم را برای شروع یک شغل خانگی فرا می‌گیرند.



رئیس جهاد دانشگاهی خراسان جنوبی گفت این طرح ملی در ادامه اجرای موفق الگوی نوین توسعه مشاغل خانگی که سال گذشته در کشور اجرا شد به جهاد دانشگاهی واگذار شده است.

به گزارش ایرنا، جلال‌الدین صادقی افزود: موافقت‌نامه این طرح اسفندماه سال گذشته بین جهاد دانشگاهی، معاونت توسعه اشتغال و کارآفرینی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی و معاونت امور زنان و خانواده نهاد ریاست جمهوری به امضا رسید.

وی با بیان اینکه طرح توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار براساس الگوی مشاغل خانگی اجرا می‌شود، اضافه کرد: زنانی که همسرشان فوت شده‌اند، توانایی انجام کار ندارند و سرریز یا زندانی هستند مشمول این طرح می‌شود.

وی ادامه داد: البته زنانی که مجرد قطعی محسوب می‌شوند نیز مشمول این طرح شده و می‌توانند از مزایای آن بهره‌مند شوند.

صادقی با بیان اینکه ۶ هزار نفر در کل کشور برای این طرح مدنظر قرار

زیست‌بوم نوآوری ایران بستر تعامل فناورانه با دیگر کشورهاست

مشاهده است و این یک برتری مختص ایران و الگویی برای دیگر کشورها است. براساس این ویژگی‌ها تمایل داریم تا با ایران همکاری و از تجربه‌های این کشور در حوزه‌های علمی، فناوری و نوآوری استفاده کنیم.

زیست‌بوم نوآوری ایران راه را برای همکاری‌های علمی و فناورانه هموار می‌کند

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، زیست‌بوم نوآوری ایران را بستر تعامل علمی و فناورانه با دیگر کشورها دانست و گفت: ایران اکنون در توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان درخشان عمل کرده است. شرکت‌هایی در حوزه‌های زیست‌فناوری، داروهای پیشرفته و سلول‌های بنیادی که صادرات بالایی به کشورهای منطقه دارند، می‌توانند اندوخته‌های دانشی و فناوری خود را با سریلانکا و دیگر کشورها به اشتراک بگذارند.

ستاری از توانمندی ایران در تولید تجهیزات آزمایشگاهی گفت و ادامه داد: بسیاری از تجهیزات دانش بنیان آزمایشگاه ایران اکنون نه تنها در مراکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی داخلی بلکه در دیگر کشورها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

سوجوا سیناسینگ، وزیر علم، فناوری و تحقیقات سریلانکا در دیدار با سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، ایران را یک کشور برخوردار از دانش و فناوری دانست و اظهار داشت ایران کشوری توانمند در حوزه فناوری

و نوآوری است و در انتقال دانش و فناوری خود دستنی‌ناز دارد. این توانمندی با همکاری میان شرکت‌ها، مراکز علمی و دانشگاه‌ها می‌تواند راه را برای توسعه و پیشرفت دو کشور هموار کند.

قدرت ملی کشورها به قدرت نوآوری علمی کشورها بستگی دارد، گفت: ما می‌توانیم در فناوری‌ها با ایران ادغام شویم و این همکاری را با نزدیک ساختن نگاه‌های فعالان علمی و فناوری دو کشور توسعه دهیم.

سیناسینگ با بیان اینکه مدل‌های توسعه فناوری باید خودشان را پیدا کنند و مدل ایران در توسعه توانسته است، مدل بومی و منحصر به فرد فناوری را متناسب با نیازش ارتقا دهد، گفت: تفاوت نگرش به توسعه علم و فناوری ایران با دیگر کشورهای منطقه قابل



اولین رویداد ملی کار آفرینی، فناوری مراقبت و سالمندی افتتاح شد

افتتاحیه اولین رویداد ملی کار آفرینی، فناوری مراقبت و سالمندی با همکاری دانشگاه پیام نور و سازمان نظام پرستاری در سازمان مرکزی برگزار شد. به گزارش ایسنا، دکتر کریمی معاون پژوهشی دانشگاه پیام نور در افتتاحیه اولین رویداد ملی کار آفرینی، مراقبت و سالمندی ضمن تأکید بر ضرورت توجه بیشتر جامعه به سالمندی اظهار داشت: در کشورهای پیشرفته و توسعه یافته در حوزه سالمندی برنامه‌ها و رویدادهای بزرگی برای سالمندان دیده‌اند، ولی در جامعه ما قدم‌های با برنامه‌ای طراحی نشد و این رویداد ملی برای اولین بار است که در سطح کشور اتفاق می‌افتد، لذا همین حرکت برای شروع خوشایند و مینموند. وی ادامه داد: در دنیا به دو حوزه کودک و سالمندی توجه ویژه‌ای می‌شود که در جامعه ما توجه چندانی به هیچ کدام از این دو حوزه نداشتیم، ولی ما با برنامه‌ریزی و توافقات صورت گرفته نیز شاهد اتفاقاتی در حوزه کودک در آینده نزدیک خواهیم بود.



یادداشت

زمینه تعامل استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ایران و سنگاپور فراهم شد

ما می‌توانیم با کمک کشورهای همسایه و ایجاد شبکه استارت‌آپی از این چالش عبور کنیم. رئیس بنیاد ملی نخبگان به همکاری در زمینه تجارب سنگاپور در حوزه سیاست‌گذاری‌های حاکمیتی اشاره کرد و گفت: باید از تجارب مشترک دو کشور در جهت توسعه فناوری و نوآوری و پیشرفت اقتصاد دو کشور استفاده شود. معاون علمی و فناوری رئیس جمهور در پاسخ به سوالاتی درباره چگونگی ایجاد اکوسیستم کار آفرینی در ایران توسط هیات سنگاپوری گفت: کمک به ایجاد زیرساخت و سیاست‌گذاری در حوزه کمک به استارت‌آپ‌ها همچون ایجاد مراکز نوآوری، کارخانه نوآوری و حمایت از پارک‌های فناوری که منجر به ایجاد بیش از ۵۰۰ شرکت فعال در حوزه‌های مختلف از جمله فناوری اطلاعات و ارتباطات، نانوتکنولوژی و بیوتکنولوژی و فناوری در کنار دانشگاه شریف بوده از جمله اقداماتی است که برای ایجاد این اکوسیستم انجام شده است.

وی گفت: در اصل ما زیرساخت‌های لازم را به عنوان دولت برای این شرکت‌ها فراهم کرده‌ایم و تمرکز ما بر روی سرمایه‌های انسانی و مغز افراد مستعد بوده است، چراکه این نیروهای جوان می‌توانند چهره شهر را تغییر دهند.

ستاری درباره آینده اجلاس نوآوری آسیا - اقیانوسیه (APIF) گفت: هدف اصلی شبکه‌سازی با کشورهای عضو APIF در حوزه‌های نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان است و در ادامه برای تقویت روابط با کشورهای آسیای شرقی تلاش خواهیم کرد.

همکاری در جهت تقویت اقتصاد دو کشور

زین‌العابدین نماینده ویژه وزیر کشور سنگاپور نیز در این جلسه اظهار داشت:

فضای اقتصادی و اکوسیستم ایجاد شده توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ایران بسیار ارزشمند است و با توجه به چالش‌های سنگاپور در حوزه منابع انسانی و همکاری با کشورهای همسایه، دو طرف می‌توانند با همکاری با یکدیگر راه‌حل‌های مشترکی پیدا کنند. وی با اشاره به تمایل کشورهای سنگاپور به همکاری بیشتر با ایران در قالب اتحادیه آسیه. آن گفت: با توجه به ارائه بسته پیشنهادی ده‌گانه برنامه ایران برای همکاری با اتحادیه آسیه. آن به خصوص بسته پیشنهادی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با عنوان «پروژه طراحی و پیاده‌سازی شبکه آزمایشگاهی اتحادیه کشورهای آسیایی» از این معاونت دعوت می‌شود تا در اجلاس بعدی که در شهریورماه جاری در کشور سنگاپور برگزار می‌شود حضور یابد.

در دیدار معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و نماینده ویژه وزیر خارجه سنگاپور ضمن ایجاد زمینه تعامل استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ایران و سنگاپور بر گذار اقتصاد سنتی به اقتصاد دانش‌بنیان دو کشور تأکید شد.

در دیدار معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با نماینده ویژه وزیر خارجه سنگاپور و مدیران وزارت صنعت و بازرگانی این کشور به محورهای از جمله راهکارهای اجرایی مشترک جهت برقراری ارتباط و تعامل استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان توانمند ایرانی با شرکت‌های متناظر سنگاپوری، نحوه گذار ایران و سنگاپور از اقتصاد سنتی به اقتصاد دانش‌بنیان و تجربیات ایران در استفاده از ظرفیت متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشور پرداخته شد.

به گزارش مهر، در ادامه این نشست سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشاره به این موضوع که کشور سنگاپور در سال‌های اخیر رشد بسیار خوبی داشته است، گفت: ما آمادگی کامل برای همکاری در زمینه توسعه فناوری و نوآوری و سرمایه‌گذاری مشترک در حوزه تحقیقات و پروژه‌های کاربردی را با کشورهای سنگاپور و تمامی کشورهای جنوب شرق آسیا داریم.

ستاری با اشاره به این موضوع که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تاکنون پروژه‌های مشترک فناوری و تحقیقاتی موفقی با کشورهای چین و روسیه داشته است، گفت: امسال ۲۸ پروژه کاربردی با چین تعریف شده است.

وی ضمن اشاره به طراحی و اجرای پلتفرم همکاری با متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشور از تجارب مشابه کشور چین در جذب متخصصان و محققان چینی مقیم آمریکا در قالب برنامه‌هایی چون ۱۰۰ talent program و talent program ۱۰۰۰ گفت: هر ساله در سفر به نیویورک و همراهی با رئیس‌جمهوری با تعدادی از متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشور نشست‌هایی را با هدف معرفی ظرفیت‌های موجود در کشور داریم.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت: طی چهار سال گذشته بیش از هزار و ۲۰۰ نفر از برترین متخصصان و کارآفرینان ایرانی از ۱۰۰ دانشگاه برتر دنیا در قالب برنامه مذکور همکاری خود را با کشور آغاز کرده و تاکنون بیش از ۸۰ استارت‌آپ موفق توسط آنها تاسیس شده و حدود ۲ هزار و ۴۰۰ نفر متخصص و فارغ‌التحصیل داخلی در آن مشغول به کار هستند.

گذار از اقتصاد سنتی به اقتصاد دانش‌بنیان وی همچنین به نحوه گذار هر دو کشور از اقتصاد سنتی به اقتصاد دانش‌بنیان اشاره کرد و گفت: اقتصاد سنتی نمی‌تواند در مقابل استارت‌آپ‌ها مقاومت کند و با حضور جوانان متخصص و باانگیزه در اکوسیستم کار آفرینی ایجاد شده توسط معاونت در حال گذار از اقتصاد مبتنی بر منابع زیرزمینی به سمت اقتصاد دانش‌بنیان هستیم. ستاری درباره اینکه ایران برای حل مشکلات صادرات محصولات خود چه راهکارهایی را در پیش گرفته است، گفت: به نظر ما شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند با چالش‌های تحریم‌ها مبارزه کنند و



مدیریت سنتی مانع پیشرفت‌های نوآورانه است

اکنون در فازی قرار دارد که به شکل غیرقابل انکاری به راهی از خام‌فروشی و اتکا به محصولات و خدمات نوآورانه نیاز دارد و اگر می‌خواهیم این امر تحقق یابد باید روی کیفیت مدیریت تمرکز کنیم.

گلشن شیرازی با اشاره به تغییرات سریع بازارهای جهانی به دلیل پیشرفت‌های نوآورانه، تصریح کرد: به موازات تغییراتی که در فناوری ایجاد می‌شود و بازارهایی را متحول می‌کند، مدیریت شرکت‌ها و کارها نیز باید کیفیت خود را متحول کنند و این موضوعی است که در کشور ما هنوز به آن به شکل جدی پرداخته نشده است.

این مشاور بین‌المللی مدیریت با بیان اینکه مدیریت به شکل سنتی که در سازمان‌ها و شرکت‌های ایرانی بسیار دیده می‌شود مانع بزرگ بهره‌برداری از دستاوردهای خلاقانه و نوآورانه است، تأکید کرد: ما نیازهایی در کیفیت مدیریتی کسب و کارهای خود داریم که اگر این نیازها را طبق استانداردهای مدیریتی مدرن برآورده کنیم، می‌توانیم با محصولات فناورانه خود در بازارهای جهانی خوش بدرخشیم.



مشاور بین‌المللی مدیریت در حاشیه اینوتکس ۲۰۱۹ با اشاره به استعداد جوانان ایرانی در ارائه ایده‌ها و روش‌های تولید محصول و خدمات نوآورانه، اظهار داشت مدیریت سنتی در سازمان‌ها و شرکت‌های ایرانی مانع پیشرفت‌های نوآورانه است.

به گزارش ایسنا، مسعود گلشن شیرازی مشاور بین‌المللی مدیریت که برای سخنرانی و ارائه درباره روش‌های نوین مدیریت تجاری در اینوتکس ۲۰۱۹ حضور داشت در حاشیه این رویداد، بیان داشت: جوانان ایرانی در علوم مهندسی و آی تی فوق‌العاده با استعداد هستند، اما آنچه ما در ایران به آن نیاز داریم تقویت مدیریت خصوصاً مدیریت تجاری و هدایت این استعدادها به سوی ایجاد کسب‌وکارهایی با ابعاد جهانی است.

وی با بیان اینکه تجربه ۳۳ ساله در بهبود عملیات و فرآیندهای مدیریتی در کشورهای متعدد سراسر جهان و شرکت‌های بزرگ بین‌المللی مثل کواکولا به من نشان می‌دهد جوانان ایرانی اکنون به جایی رسیده‌اند که می‌توانند با ایده‌ها و محصولات نوآورانه خود به بازار جهانی راه پیدا کنند، افزود: اقتصاد ایران



ای حضور قدرتمندتر در بازار رایانش ابری

رایانش ابری، ۶/۲ میلیارد دلار کنار
بد لوکر اولین اقدام مهم مدیر جدید

به مبلغ ۶/۲ میلیارد دلار خریداری
ش داده فعالیت دارد. این اولین اقدام
ترین پس از آنکه سه سال مسئولیت
وم به Google Cloud را در اختیار
که برای مدت طولانی رئیس اجرایی
بد گوگل کلاود جانشین دایان گرین
را با پرداخت ۲۶ میلیارد دلار پول
به دنبال سرمایه‌گذاری و گسترش
ابری گوگل، حتی سریع‌تر از آنچه
ل ونچرز (Google Ventures) و
ی کرده است. این بزرگ‌ترین خرید

گوگل بعد از خریداری شرکت محصولات خانه هوشمند Nest است. شرکت هلدینگ آلفابت، در سال ۲۰۱۴ با قیمت ۳.۲ میلیارد نست را خریداری کرده بود.
گوگل در تلاش است تا سهم خود از بازار رایانش ابری را از چنگ رهبران این صنعت یعنی وب‌سرویس آمازون (Amazon Web Services) و آژور مایکروسافت برآید. وب‌سرویس آمازون (AWS) همچنان در برابر رقبایش سهم بیشتری از بازار را در اختیار دارد و هر سال، در آمدش بیشتر می‌شود. خدمات ابری در آخرین سه‌ماهه مالی، ۷/۷ میلیارد دلار درآمد برای آمازون به‌همراه داشت. گوگل در آمد خود را از سرویس‌های ابری اعلام نمی‌کند، اما گفته می‌شود که میزان درآمد گوگل از اپلیکیشن‌ها و خدمات ابری بیش از یک میلیارد دلار در هر فصل مالی باشد. براساس گزارش Canalis، تا پایان سال ۲۰۱۸، گوگل ۶/۷ درصد از سهم بازار در بخش سرویس خدمات ابری را در مقایسه با سهم ۷/۱۳ درصدی مایکروسافت و ۲۲ درصدی آمازون در اختیار داشته است.

خرید لوکر یک ابزار تجزیه و تحلیل جدید را برای مشتریان گوگل کلاود به‌ارمغان خواهد آورد. به گفته گوگل، اضافه شدن این تکنولوژی به مشتریان کمک خواهد کرد تا داده‌های خود را به‌صورت یکپارچه در منابع مختلف تجزیه و تحلیل کنند و همچنین، به گوگل کمک می‌کند تا در اهداف بلندمدت خود، ابزار تجزیه و تحلیل منحصربه‌فردی را در صنعت ارائه کند. گوگل در بیانیه مطبوعاتی خود اعلام کرده که حدود ۳۵۰ مشتری لوکر از جمله بازفید، یا هو و Hearst، از قبل جزو مشتریان گوگل بوده‌اند.

استمهال بازپرداخت به شرکت‌های دانش‌بنیان مناطق سیل‌زده

رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی گفت مصوبه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در مناطق سیل‌زده اجرایی شده است.

علی وحدت اظهار داشت: برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیانی که در مناطق سیل‌زده همچون استان‌های خوزستان و گلستان آسیب دیده‌اند، اجرای مصوباتی را برای اعطای تسهیلات به این شرکت‌ها در دستور کار قرار دادیم. به گزارش ایسنا، وی با اشاره به این تسهیلات افزود: براساس این مصوبات بعد از دریافت درخواست، به این شرکت‌ها استمهال در بازپرداخت اقساط تسهیلات دریافتی اعطا می‌شود. وحدت با بیان اینکه این مهلت بستگی به تسهیلات دریافتی شرکت‌ها دارد، خاطر نشان کرد: با ابلاغ این مصوبه درخواست‌هایی از سوی شرکت‌های دانش‌بنیانی که در مناطق سیل‌زده دچار خسران شده‌اند، به صندوق نوآوری و شکوفایی ارسال شد. رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی درباره آمار مربوط به شرکت‌های خسران‌دیده از سیل، گفت: ما از استانداران مناطق سیل‌زده درخواست کردیم که اسامی شرکت‌هایی که از سیل آسیب دیده‌اند را به ما اعلام کنند تا براساس آن اقدامات حمایتی از

رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی گفت مصوبه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در مناطق سیل‌زده اجرایی شده است.

علی وحدت اظهار داشت: برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیانی که در مناطق سیل‌زده همچون استان‌های خوزستان و گلستان آسیب دیده‌اند، اجرای مصوباتی را برای اعطای تسهیلات به این شرکت‌ها در دستور کار قرار دادیم. به گزارش ایسنا، وی با اشاره به این تسهیلات افزود: براساس این مصوبات بعد از دریافت درخواست، به این شرکت‌ها استمهال در بازپرداخت اقساط تسهیلات دریافتی اعطا می‌شود. وحدت با بیان اینکه این مهلت بستگی به تسهیلات دریافتی شرکت‌ها دارد، خاطر نشان کرد: با ابلاغ این مصوبه درخواست‌هایی از سوی شرکت‌های دانش‌بنیانی که در مناطق سیل‌زده دچار خسران شده‌اند، به صندوق نوآوری و شکوفایی ارسال شد. رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی درباره آمار مربوط به شرکت‌های خسران‌دیده از سیل، گفت: ما از استانداران مناطق سیل‌زده درخواست کردیم که اسامی شرکت‌هایی که از سیل آسیب دیده‌اند را به ما اعلام کنند تا براساس آن اقدامات حمایتی از



نسل جوان چگونه وضعیت فروش برندها در عرصه B2B را متحول می‌سازد؟

به قلم: میشل جنتل کارشناس بازاریابی و برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

در هر کسب و کاری میزان فروش نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. هیچ برندی بدون فروش محصولات و کسب سود توانایی ادامه فعالیتش را نخواهد داشت. به همین دلیل در عرصه کسب و کارهای B2B (الگوی معامله مبتنی بر حضور دو شرکت به عنوان طرفین) بزرگ‌ترین اشتباه اتکا به همان شیوه‌های قدیمی مربوط به ۱۰ یا ۲۰ سال قبل است. حقیقت از تغییر فضای کسب و کار B2B در پی حضور گسترده نسل جوان حکایت دارد. براساس تحقیق موسسه مریٹ، اکنون ۷۳ درصد از خریدارها در الگوی B2B شامل نسل جوان است.

نکته مهم در اینجا سطح انتظارات یکسان نسل جوان از کسب و کارهای B2B به مانند کسب و کارهای B2C (الگوی رایج کسب و کار با یک طرف شرکت و طرف دیگر خریدار نهایی) است. بی‌توجهی به این نکته مهم نتایج نامناسب بسیاری برای کسب و کارهای B2B به همراه خواهد داشت. این در حالی است که برخی از برندهای عرصه B2B در حال اخذ شیوه یکسان با الگوی B2C هستند.

به راستی یک کسب و کار فعال در عرصه B2B چگونه فرصت مناسب برای سازگاری با سطح انتظارات نسل جدید و عبور از بحران تغییر نسل را خواهد داشت؟ همچنین این امر چه معنایی برای آینده بازاریابی این حوزه دارد؟ هدف اصلی من در این مقاله پاسخگویی به این پرسش‌هاست.

خریدارهای جدید چگونه به نظر می‌رسند؟

تکنولوژی دیجیتال تقریباً تمام مشتریان قدیمی عرصه B2B را به تاریخ زده است. به این ترتیب حضور آنها در این بازار کمتر از هر زمان دیگری حس می‌شود. نسل جوانی که در خانه‌های دارای اینترنت، گوشی‌های هوشمند و دسترسی به شبکه‌های اجتماعی بزرگ شده، اتکای بسیار زیادی به فناوری‌های جدید دارد. به این ترتیب منبع اصلی آنها برای بررسی وضعیت یک شرکت نیز نظرات کاربران در شبکه‌های اجتماعی یا سایت‌های فروش بزرگ محسوب می‌شود. نسل جوان به شبکه‌های اجتماعی نظیر یوتیوب و فیس‌بوک بیش از سایر پلتفرم‌ها توجه دارد. در این پلتفرم‌ها نیز مطالب تولیدی کاربران عادی بیش از همه مورد پسند و اعتماد آنهاست.

بدون تردید امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای بازاربابا به منظور دستیابی به اطلاعات پیرامون مخاطب هدف‌شان وجود دارد. از این نظر بازارباباها حاشیه امنیت قابل توجهی به دست آورده‌اند، با این حال شبکه‌های اجتماعی و دنیای دیجیتال مانند یک راه دوطرفه است، بنابراین دستیابی به اطلاعات دقیق پیرامون مخاطب هدف‌مان شاید آنقدر هم ساده نباشد. به همین دلیل باید با احتیاط در رابطه با نسل جوان اقدام به استفاده از تکنولوژی‌های تازه کرد.

چگونه توجه نسل جدید را جلب کنیم؟

با افزایش مداوم شمار برندهای فعال در زمینه کانال‌های دیجیتال فرایند جلب توجه نسل جوان بسیار دشوار شده است. به این ترتیب اهمیت تعریف دقیق برندها در مخاطب هدف‌شان بیش از هر زمانی جلب توجه می‌کند.

استفاده از استراتژی افزایش ارزش به محتوا به منظور جلب نظر نسل جوان نقش کلیدی دارد. این امر از طریق بررسی سلیقه مخاطب هدف برندان در شبکه‌های اجتماعی و تلاش برای تولید محتوا در ارتباط با آن معنا پیدا می‌کند. بدون تردید معنای تولید محتوا براساس سلیقه نسل جوان به معنای تضاد آن با سلیقه افراد مس‌تر نیست. در حقیقت پیروی از الگوی مبتنی بر سلیقه نسل جوان به نوعی ویژگی معرفی فناوری‌ها و تغییرات تازه برای نسل قدیمی‌تر را خواهد داشت. به این ترتیب هر دو گروه مخاطب‌های ما راضی خواهند بود.

در رابطه با نسل جوان اعمال تغییرات جزئی نتایج بسیار بزرگی به همراه دارد، بنابراین پیش از هرگونه تغییری باید از واکنش مخاطب هدف برندان مطمئن شویم. متأسفانه بسیاری از برندها بدون توجه به این نکته نتیجه تلاش‌های خود را بر باد می‌دهند.

چگونه آنها را بدل به مشتریان وفادار برندان کنیم؟

تأثیر تبلیغاتی بر روی نسل جوان امکان سودآوری بسیار زیادی برای برندها دارد، چراکه آنها در آستانه شروع زندگی کاری و استقلال مالی از خانواده‌های‌شان هستند. به این ترتیب بودجه نسبتاً مناسبی برای خرید وسایل موردنیازشان خواهند داشت. این امر موجب توجه آنها به گزینه‌های خرید بسیار بیشتری در مقایسه با زمان زندگی با خانواده می‌شود. ورود نسل جوان به عرصه استقلال مالی اهمیت وفاداری به برند را افزایش می‌دهد. اکنون دیگر انتخاب آنها براساس توصیه والدین صورت نمی‌گیرد، بنابراین باید اقدام به جلب وفاداری آنها برای مدت‌زمان طولانی کرد. در غیر این صورت برندان در ارتباط با افزایش نرخ فروش‌اش دچار بحران خواهد شد. علاوه بر این، خریدارهای نسل جوان توجه بسیار بیشتری در مقایسه با نسل قبل به تجربه خرید دارند. به این ترتیب یک تجربه نامناسب نه‌تنها موجب عدم مراجعه آنها و اظهارنظر منفی در شبکه‌های اجتماعی می‌شود، بلکه خرید موردنظر نیز مرجوع خواهد شد. به این ترتیب شاید برند ما حتی مجبور به پرداخت خسارت نیز شود.

به طور کلی، برندها باید در تلاش برای سازگاری هرچه بیشتر با سلیقه و انتظارات نسل جوان باشند. این امر مستلزم شناخت درست آنها و کوشش برای تبدیل‌شان به مشتریان وفادار برندان روی خواهد داد.

منبع: brandingstrategyinsider

داستان گویی، ابزار باارزش برندها در موفقیت کسب و کار



همین‌گونه است. آنها افراد را در کنار تفکر، به حس کردن وا می‌دارند. درنهایت، ارتباطات در لایه‌های عمیق ایجاد می‌شود. اگر بتوانید داستانی با توانایی تحریک احساسات مشتریان تعریف کنید، یک قدم به تشکیل جامعه نزدیک خواهید شد. جامعه‌ای که درنهایت مملو از طرفداران دواًت‌شده می‌شود. افرادی که به هیچ‌وجه حاضر به استفاده از محصولات رقبا نمی‌شوند.

داستان‌ها منجر به رشد می‌شوند

همه ما داستان‌هایی برای تعریف کردن داریم. تنها کافی است نگاهی به گذشته زندگی خود داشته باشید و با اتصال نقطه‌های آن، به داستانی قابل تعریف کردن برسید. چنین رویکردی به شناخت بهتر خودتان کمک می‌کند؛ اینکه چه کسی هستید، از کجا آمده‌اید و چه ظرفیت‌هایی دارید. داستان‌گویی برای پیشرفت شخصی هم ابزار مفیدی محسوب می‌شود. به داستان‌های گذشته زندگی خود نگاه کنید و درس‌های هر کدام را برای پیشرفت‌های آتی در نظر بگیرید.

در دنیای کنونی که همه‌فروش‌ها به مهارت‌های اجتماعی مرتبط می‌شوند، قدرت داستان‌گویی در جذب مخاطب و مشتری حرف اول را می‌زند. برندهایی که بتوانند مشتری‌ها را با داستان خود درگیری کنند، در گسترش صدای خود و نفوذ هرچه بیشتر به بازار، موفق‌تر خواهند بود. درمقابل اگر داستان‌گویی به‌عنوان مهارت و اولویت اصلی کسب‌وکارها و مدیران در نظر گرفته نشود، شاید از روند موجود رقابت جا بمانید و دیگر زمان کافی برای رسیدن به رقبا را نداشته باشید.

منبع: INC/zoomit

که تنها به‌خاطر حس خود، هیچ‌گاه به خرید محصولات رقیب تشویق نمی‌شوند. داستان برند کوپرتینویی‌ها، افرادی خاص را مخاطب قرار داد که با خلاقیت و تفکرات عجیب، به‌دنبال شکستن چارچوب‌ها بودند. آنها کارها را به روش خودشان انجام می‌دادند. هر فردی که چنین خصوصیتی را در خود ببیند، شاید به برند اپل جذب شود، چرا که محصولات و داستان آنها، به فرد کمک می‌کند تا به حقیقت موردنظر خود نزدیک شود.

داستان برند خود را به بهترین نحو تعریف کنید. درنتیجه مخاطبان صحیح، برند شما را به‌عنوان نمادی از شخصیت خودشان و حتی ابزاری برای نشان دادن جنبه‌های متنوع آن می‌بینند. شعارهایی که در برند خود به کار می‌برید، باید با داستان و هویت آن هماهنگی داشته باشد. شعارهایی که از لایه‌های سطحی محصولات (مانند مشخصات فنی) فراتر می‌روند و حس افراد در زمان استفاده از آنها را هدف قرار می‌دهند.

داستان‌ها مشتریان را جذب می‌کنند

داستان‌ها شما را متمایز می‌کنند. هر برندی با داستان‌گویی می‌تواند دلیل بهتر بودن را به‌جای گفتن، نمایش دهد. به همین دلیل داستان به‌عنوان سوخت موشک ارتباطات شناخته می‌شود.

بهترین داستان‌ها آنهایی هستند که واکنش عمیق را در مشتریان به همراه داشته باشند. به‌بیان‌دیگر داستان باید احساسات مشتری را درگیر کند. چنین روندی زمانی رخ می‌دهد که مخاطب بتواند احساسات موردنظر را درک کند. آنها باید توانایی قرار گرفتن در موقعیت شما و درک داستان از دیدگاه شما و شرکت را داشته باشند. ماهیت داستان عالی

رهبرانی که توانایی داستان‌گویی داشته باشند، در هدایت کسب‌وکار خود به سمت موفقیت و همراه کردن گروه، راه آسان‌تری در پیش دارند. اگر نگاهی به انواع موجودات در جهان داشته باشید، متوجه می‌شوید که تنها انسان بدون گونه مشابه زندگی می‌کند. به‌بیان دیگر، حیوانات همچون گربه، کوسه، پروانه و... همگی انواع گوناگونی دارند، اما انسان گونه‌ای منحصربه‌فرد محسوب می‌شود. دلیل اصلی شکل گرفتن گروهی جامع و تنها از انسان‌ها را می‌توان در مهارت آنها در داستان‌گویی پیدا کرد. انسان‌ها در طول تاریخ آموخته‌اند که با داستان‌گویی، ایده‌های خود را به اشتراک بگذارند. آنها با همین روش گروه‌های بزرگ تشکیل داده‌اند و با هم همکاری می‌کنند. می‌توان ادعا کرد که داستان‌گویی در DNA انسان رخنه کرده است. داستان‌ها به ما امکان می‌دهند که جهان هستی را درک کرده و جایگاه خود را در آن پیدا کنیم. ما با داستان‌گویی می‌توانیم توجه دیگران را نیز به خودمان، ایده‌ها و محصولات‌مان جلب کنیم.

باتوجه‌به تعاریف بالا، داستان‌گویی را می‌توان مهارتی ذاتی در انسان‌ها نامید که برای برقراری ارتباط بهتر، باید در آن حرفه‌ای شوند. مهارتی که درنهایت می‌تواند به سود زندگی و کسب‌وکار آنها تمام شود. مهارت داستان‌گویی به مدیران امکان می‌دهد که کسب‌وکار خود را سریع‌تر رشد دهند و پیام‌هایی با قدرت توسعه و اثرگذاری بیشتر ارسال کنند. درنهایت مخاطبانی وفادار خواهند داشت که اهمیت بالایی به محصول و کارشان می‌دهند.

داستان‌ها برند را می‌سازند

برند اپل همیشه به کاربران و مشتریان وفادار شهرت دارد؛ افرادی

اهمیت تبلیغات موبایلی در استراتژی بازاریابی کسب‌وکارها

کوکی‌ها و آدرس IP که به دست آمده است زیاد دقیق نیست چون ممکن است چند نفر از اعضای یک خانواده از همان دستگاه و IP استفاده کنند. همین‌طور که مشخص است اگر بخواهید برای این حجم از آدرس‌های مختلف و دستگاه‌های متفاوت تبلیغات پراکنده و غیرهدفمند ارائه بدهید، وقت و بودجه شما هدر خواهد شد، اما همین‌طور که گفتیم در دستگاه‌های تلفن همراه پروفایل‌ها شخصی‌تر هستند و با استفاده از شناسه هر موبایل (Mobile device ID) می‌توانید مطمئن باشید کاربر واقعی و معتبر را هدف‌گیری کرده‌اید.

دسترسی به مخاطب هدف و مشتریان ایده‌آل براساس اهداف کمپین از مزایای استفاده از تبلیغات موبایلی است.

۴. تبلیغات موبایلی موجب صرفه‌جویی در وقت و پول می‌شود همین‌طور که بیان شد تبلیغات موبایلی در ارتباط‌سازی با مخاطبان و اثربخشی بیشتر کمپین‌های تبلیغاتی نیز موثر است، اما مهم‌ترین ویژگی آن دسترسی به کاربر هدف در مکان‌های مناسب است.

رسیدن به کاربران هدف در دستگاه‌های تاییدشده، هزینه رسیدن به هر مشتری را کاهش می‌دهد زیرا سرمایه‌گذاری در این نوع تبلیغات بر روی مشتریان واقعی انجام می‌شود که پتانسیل بیشتری برای خرید خواهند داشت. با هدف‌گیری این نوع کاربران و ایجاد تعامل با آنها، در وقت و هزینه شما صرفه‌جویی خواهد شد.

منبع: blogad

برخی محدودیت‌های مکانی و زمانی در هنگام ردگیری کاربرانی که از طریق دستکتاب تبلیغات را مشاهده کرده‌اند وجود دارد. برای مثال نمی‌توان تبلیغات را بر پایه موقعیت مکانی خاص و جزئی ارائه داد، اما در سیستم تبلیغات موبایلی با تکیه بر اینکه کاربران دستگاه‌های موبایل خود را همیشه همراه دارند، این به سادگی امکان‌پذیر است.

با ردیابی کاربران بر روی دستگاه‌های موبایل، تبلیغ‌دهندگان می‌توانند در یک زمانبندی دقیق و قرارگیری کاربر در شعاع جغرافیایی تعیین‌شده، تبلیغات هدفمندی را ارسال و مشتریان را به سمت فروشگاه خود هدایت کنند و این یعنی افزایش فروش.

بنابراین نیازی به تبلیغات در سطح وسیع و پراکنده برای گروه‌های مختلف نخواهد بود.

۳. تبلیغات به مخاطب هدف واقعی ارائه می‌شود چطور می‌شود فهمید چه کسی واقعی است و چه کسی واقعا به محصولات شما علاقه دارد؟

کاربران در طول روز در دستگاه‌های مختلفی مشغول فعالیت هستند، اما تلفن همراه تنظیماتش را ارائه می‌دهد که کاربران در راستای علاقه‌مندی‌های خود آنها را شخصی‌سازی می‌کنند و به اصطلاح یک پروفایل می‌سازند، بنابراین درک بهتری از رفتار و علاقه‌مندی‌های کاربر وجود دارد.

در عوض روی دستکتاب، ردیابی و اعتماد به اطلاعاتی که از طریق

امروز حرف اول را در بازاریابی دیجیتال، تبلیغات موبایلی می‌زند و شما به عنوان یک بازاریاب لازم است که به طور موثر و همزمان با رشد تکنولوژی و حرکت مشتریان با آنها همراه باشید و از جدیدترین تکنولوژی‌ها در راستای اهداف کلی استراتژی بازاریابی کسب‌وکارتان استفاده کنید.

پیاده‌سازی درست تبلیغات موبایلی باعث می‌شود دیگر کمپین‌های بازاریابی و برندینگ شانس موفقیت بیشتری را داشته باشند و همچنین بتوانید ارتباط قوی‌تر با مشتریان خود برقرار کنید، چیزی که تبلیغات سنتی هرگز قادر به انجام‌دادن آن نیست.

در ادامه به ۵ مزیت تبلیغات موبایلی اشاره کرده‌ایم:

۱. جایی هستید که مردم حضور دارند و البته پول هست جالب است بدانید ۸۰ درصد از کاربران اینترنت دارای گوشی هوشمند هستند و این آمار در حال افزایش است، بنابراین تبلیغات موبایلی در حال تبدیل‌شدن به بازار اصلی برای رسیدن به مصرف‌کنندگان است. یکی از مهم‌ترین و سودآورترین مزایای تبلیغات موبایلی این است که می‌توانید تبلیغ کسب‌وکار خود را تا نوک انگشتان کاربران در سیستم‌های عامل مختلف پیش ببرید و این می‌تواند در فروش نهایی شما تأثیرگذار باشد. کاربران تعامل بیشتری را با تبلیغات موبایلی ایجاد می‌کنند و این باعث شده است ۶۸ درصد از شرکت‌ها استراتژی بازاریابی تلفن همراه خود را با برنامه اصلی بازاریابی یکپارچه‌سازی کنند.

۲. تبلیغات موبایلی لحظه‌ای است

ایستگاه بازاریابی

ویدئو مارکتینگ چیست؟

شاید ویدئو مارکتینگ (Video Marketing) فرآیند گران و پیچیده‌ای به نظر برسد، ولی واقعاً این طور نیست. ویدئو مارکتینگ می‌تواند به‌سادگی تصویربرداری از طریق تلفن همراه و اضافه کردن موسیقی مناسب و لوگوی شرکت باشد. بهتر است در این زمینه از تعابیر غیر ضروری اجتناب کنیم: ویدئو مارکتینگ یعنی ویدئو را به شیوه‌ای به استراتژی مارکتینگ خود اضافه کنید که نرخ آگاهی از برند شما افزایش پیدا کند. همه ویدئوهای دارای اسپانسر که در شبکه‌های اجتماعی به‌صورت پاپ‌آپ مشاهده می‌کنید، خبرنامه‌های ایمیلی که در آنها فیلمی به نمایش درمی‌آید، ویدئوهایی که در صفحات اصلی وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها تعبیه می‌شود، انواعی از مارکتینگ ایمیلی هستند.

ویدئو مارکتینگ برای چه کسب‌وکارهایی مناسب است؟ همه کسب‌وکارها. صرف‌نظر از اینکه چه محصولی تولید می‌کنید و در چه صنعت یا بازاری در حال رقابت هستید، ویدئوها برای مارکتینگ وبسایت یا وبلاگ شما ابزاری ضروری به شمار می‌روند. ویدئو مارکتینگ چه مزایایی دارد؟

۱- افزایش نرخ تبدیل: تاکنون تحقیقات متعددی به رابطه مثبت ویدئو و افزایش نرخ تبدیل اشاره کرده‌اند. یک ویدئوی قانع‌کننده، کاملاً رفتار مشتریان بالقوه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و حتی یک بازدیدکننده ساده را به یک مخاطب بالقوه تبدیل می‌کند. اگر تیم مارکتینگ بتواند از طریق یک فیلم تأثیرگذار، احساسات و هیجانات درستی را در بینندگان به وجود آورد، به ابزار مارکتینگ قدرتمندی دست یافته است. از طرف دیگر ویدئو می‌تواند نکات آموزشی محصول و گواهینامه‌های مرتبط را بهتر به تصویر بکشد که به‌نوبه خود نرخ تبدیل را با شتاب فزاینده‌ای بالا می‌برد.

۲- تأثیر بر کمپین‌های ایمیل مارکتینگ: حجم بالای ایمیل‌های اسپم، ایمیل مارکتینگ را با چالشی جدی مواجه کرده است و برندها به‌سختی تلاش می‌کنند فهرست مخاطبان را به باز کردن ایمیل‌های خود تشویق کنند. طبق آمار، اگر از واژه «ویدئو» در عنوان ایمیل‌های شرکت استفاده کنید، احتمال باز شدن ایمیل‌های شما به‌شدت افزایش پیدا می‌کند. شاید عجیب به نظر برسد ولی ایمیل‌هایی که حاوی ویدئو هستند، بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ درصد بیشتر از سایر ایمیل‌ها باز می‌شوند. در اغلب موارد، نمی‌توانیم منکر شویم که تماشای یک ویدئو ساده‌تر از مطالعه محتوای متنی است؛ مخصوصاً اگر در ویدئوها، روش استفاده از محصول یا نکاتی را نمایش دهید که از طریق توصیفات متنی، به‌سادگی قابل‌درک نیستند، بازدهی ویدئو را بیشتر می‌کند.

۳- مناسب موتورهای جست‌وجو: موتورهای جست‌وجو به دنبال محتوایی هستند که تعامل بیشتری با مخاطبان برقرار می‌کند. هیچ چیز به‌اندازه ویدئو، کاربران را به مدت بیشتری در صفحات وبسایت نگه نمی‌دارد. همچنین نباید یوتیوب را به‌عنوان دومین موتور جست‌وجوی بزرگ بعد از گوگل، فراموش کنیم. اگر ویدئوها را علاوه بر وبسایت، در یوتیوب نیز آپلود کنید، به‌احتمال بیشتری در نتایج موتورهای جست‌وجو دیده می‌شوید. به‌علاوه اگر ویدئو خود را در شبکه‌های اجتماعی نیز ارائه و تبلیغ کنید، شناسایی و دیده‌شدن شما از این نیز بیشتر می‌شود.

۴- افزایش اعتبار برند: ویدئو راهی عالی برای ساخت شخصیت برند است و به شما امکان می‌دهد با بینندگان ارتباط برقرار کرده و اعتماد آنها را جلب کنید. ۹۰ درصد از کاربران معتقدند که ویدئوهای محصول، در فرآیند تصمیم‌گیری آنها مفید واقع می‌شوند. هرچه ویدئوهای بیشتری در زمینه آموزش و اطلاع‌رسانی به مشتریان تولید کنید، پایه‌های اعتماد به برند را تقویت می‌کنید. ۵- بالا رفتن احتمال به اشتراک‌گذاری محتوا: باید این واقعیت را بپذیریم که در عصر ویدئوهای ویروسی زندگی می‌کنیم. ۹۲ درصد از مصرف‌کنندگان ویدئوهای موبایل، فیلم‌هایی را که می‌بینند، با دیگران به اشتراک می‌گذارند. پس شما فرصت خوبی در اختیار دارید تا با ویدئوهای جالب و سرگرم‌کننده، همه‌چیز را در مورد شرکت خود نشان دهید.

۶- ROI بالا: ۸۳ درصد از کسب‌وکارها معتقدند که ویدئو، نرخ بازگشت سرمایه فوق‌العاده‌ای دارد. گرچه ویدئو ساده‌ترین و ارزان‌ترین راه تولید محتوا نیست، ولی در طول زمان ارزش و بازدهی عالی خود را نشان می‌دهد. از طرف دیگر، ابزارهای آنلاین ویرایش ویدئو، دائماً در حال بهبود هستند و استفاده از آنها هر روز مقرون‌به‌صرفه‌تر می‌شود. شما در حال حاضر با گوشی هوشمند خود نیز می‌توانید ویدئوهای زیبایی بسازید.

منبع: hormond



راهکارهای استفاده از ترند TBT در بازاریابی دیجیتال

از ترند پنجشنبه بازگشت به گذشته چه می‌دانیم؟ (۱)



۲. افزایش مخاطب

بسیاری از کاربران علاقه‌مند به فالو هشتگ‌های مختلفی در شبکه‌های اجتماعی هستند. هشتگ TBT در میان گزینه‌های بسیار محبوب آنها قرار دارد. این امر برای برندها به معنای امکان مشاهده سریع پست‌هایشان از سوی کاربران علاقه‌مند به این هشتگ است. به این ترتیب برندگان خود را به دامنه تازه‌ای از مخاطب‌ها معرفی خواهد کرد.

۳. آگاهی بخشی پیرامون برند

هشتگ TBT فرصت مناسبی به منظور بیان ماهیت و زمینه اصلی فعالیت برندگان به ما می‌دهد. بدون تردید بیان داستانی جذاب در مورد برندگان با استفاده از تصاویر و ویدئوهای قدیمی‌مان بسیار جذاب خواهد بود.

به عبارت کوتاه، فرصت‌ها و دستاوردهای بسیار زیادی با استفاده از هشتگ TBT در اختیار ما قرار می‌گیرد.

هشتگ پنجشنبه بازگشت به گذشته چگونه کار می‌کند؟

هشتگ TBT به شیوه‌های مختلفی امکان تولید محتوا را فراهم می‌کند. اگرچه این هشتگ با فرمت‌های محتوایی مختلف سازگاری دارد، با این حال تمام آن فرمت‌ها یک ویژگی مشترک دارند: ارجاع مخاطب به اتفاقی یا حادثه‌ای در گذشته، تا زمانی که ما به قانون فوق پایبند باشیم، محتوای ما موفق خواهد بود.

برخی از فرمت‌های رایج در زمینه استفاده از هشتگ TBT به شرح ذیل است:

- تصویر
- ویدئو
- متن
- محتوای صوتی

اگرچه امکان افزودن هشتگ پنجشنبه بازگشت به تمام پست‌های مربوط به گذشته وجود دارد، با این حال به مانند هر شیوه دیگری در اینجا نیز برخی تکنیک‌های برتر در دسترس است. اجازه دهید به بررسی برخی از آنها بپردازیم.

انتشار تصاویر در پنجشنبه

بدون تردید این امر از ظاهر هشتگ موردنظر کاملاً قابل فهم است. به هر حال بازگشت به گذشته در روز پنجشنبه را نباید به روزی دیگر موکول کرد. اگر امکان استفاده از هشتگ‌هایی نظیر جمعه بازگشت نیز وجود دارد، با این حال هیچ‌کدام به اندازه پنجشنبه بازگشت مشهور نیستند. به علاوه اگر با خودمان صادق باشیم، هشتگ جمعه بازگشت فقط به دلیل فراموشی برخی از کاربران برای انتشار مطلب‌شان در روز پنجشنبه وجود دارد.

لزوم استفاده از هشتگ Thursday Throwback TBT یا هر دو
بازهم من به یک تکنیک بسیار واضح اشاره کردم. به هر حال بدون استفاده از هشتگ موردنظرمان امکان یافتن پست ما برای مخاطب وجود نخواهد داشت. شاید عجیب باشد، با این حال برخی از برندها به دلیل فراموشی هشتگ TBT با مشکل مواجه می‌شوند.

پست‌مان باید قدیمی باشد

اگرچه امکان استفاده از هشتگ TBT در یک پست مربوط به همین چند هفته پیش نیز وجود دارد، با این حال ماهیت اصلی آن در ارتباط با محتوای بسیار قدیمی است. یک برند یا کسب و کار باید به بازه‌های زمانی حداقل ۱۰ساله توجه کند.

به قلم: تونی تران بارزایب محتوایی و خبرنگار

ترجمه: علی آل‌علی

به احتمال زیاد شما تا به حال هشتگ TBT یا «Throwback Thursday» را مشاهده کرده‌اید. شاید آن مطلب یکی از تصاویر بسیار قدیمی دوران دبیرستان‌تان همراه با این هشتگ بود. شاید هم پست مشهوری از یک برند مطرح همراه با این هشتگ بارگذاری شده بود. امروزه TBT یکی از مشهورترین هشتگ‌های شبکه‌های اجتماعی است. تقریباً همه کاربران (افراد تأثیرگذار، سلبریتی‌ها و حتی دوستان ما) از آن استفاده می‌کنند. هشتگ TBT برای برندها فرصت مناسبی در راستای جذب مخاطب، آگاهی‌بخشی پیرامون برندشان، داستان‌سرایی و راه‌اندازی شوخی‌های جالب در شبکه‌های اجتماعی است. به همین دلیل هدف من در این مقاله نمایش ماهیت واقعی این هشتگ به همراه نحوه استفاده و حداکثرسازی تأثیرش است.

معنای TBT چیست؟

TBT مخفف عبارت Throwback Thursday (به معنای پنجشنبه بازگشت به گذشته) است. به طور معمول مردم به هنگام بارگذاری تصاویر و ویدئوهای قدیمی شخصی‌شان به عنوان آثاری نوستالژیک از چنین هشتگی استفاده می‌کنند. البته محتوای موردنظر الزاماً تصویر یا ویدئو نیست. برخی از کاربران از هشتگ TBT برای بارگذاری محتوای صوتی و متن‌های خاطره‌انگیز استفاده می‌کنند.

اگرچه هشتگ TBT امروزه شهرت بسیار زیاد دارد، با این حال ریشه‌یابی آن چندان ساده نیست. به عبارت دیگر، هیچ اطلاعات معتبری در زمینه نحوه ساخت آن وجود ندارد. بنا به گزارش موسسه Vox، یکی از نخستین کاربردهای این هشتگ در سال ۲۰۰۶ روی داد. زمانی که یک وبلاگ‌نویس به نام مارک هالفهیل از آن در وبلاگ شخصی‌اش استفاده کرد.

نخستین کاربرد هشتگ TBT در اینستاگرام نیز به گزارش خبرگزاری تایم، مربوط به یک ماشین مسابقه‌ای اسباب‌بازی در فوریه ۲۰۱۱ است. کاربری به نام بایلی آن را در صفحه‌اش منتشر کرده است.

از آن زمان تا به حال هشتگ TBT شهرت بسیار زیادی کسب کرده است. به این ترتیب اکنون این هشتگ مشهورترین نمونه در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. در زمان نگارش این مقاله ۴۸۸ میلیون پست در اینستاگرام دارای این هشتگ است.

در این بخش تلاش من اشاره به تاریخچه کوتاهی از هشتگ TBT بود، با این حال اصلاً چرا باید از آن استفاده کنیم؟

چرا باید از هشتگ TBT استفاده کنیم؟

TBT یکی از مشهورترین هشتگ‌های فیس‌بوک، توییتر و اینستاگرام است. به این ترتیب وقتی از آن استفاده کنیم، امکان دسترسی به سه هدف بسیار مهم فراهم می‌شود:

۱. افزایش تعامل

بنا بر گزارش توییتر، مطالب برندها با استفاده از هشتگ TBT همراه با تعامل بیشتر (۵۰درصدی) از سوی کاربران است. به این ترتیب کاربران توییتر میزان تمایل بیشتری به لایک و درج کامنت در ذیل پست‌های دارای این هشتگ دارند.



چگونه فرهنگ سازمانی پیروز بسازیم؟

فرهنگ سازمانی مبتنی بر پیروزی، تمامی نیروهای سازمان را به‌سمت پیشرفت هرچه‌بیشتر و تلاش برای عبور از مشکلات تشویق می‌کند. دنیای کنونی کسب‌وکار با وجود فرصت‌های متعددی که برای افراد بسیار ماهر ایجاد کرده، صحنه رقابتی شدیدی برای فعالان بازار است. امروزه، فرصت‌های متعدد کارآفرینی به‌لطف پیشرفت‌های فناوری ایجاد می‌شود و افراد بااستعداد بخت زیادی برای استخدام دارند. به‌هرحال، چنین شرایطی به تلاش بیشتر کسبوکارها برای بقا منجر می‌شود و چه‌سا بسیاری از بازیگران را نیز به‌سمت سقوط می‌برد. شرکت‌های امروزی برای حفظ استعدادهای موجود خود، به فعالیت‌های بیشتر نیاز دارند. در‌این‌میان، رقای غول‌پیکری هم حضور دارند که با امکانات و سرمایه‌های بسیار بیشتر، شرایط کار را برای بازیگران کوچک دشوار می‌کنند. به‌عنوان مثال، می‌توان طراحی فضای کاری شرکت‌های بزرگی همچون گوگل را مثال زد که هر کارمندی را به ترک شغل و تلاش برای استخدام در آنجا ترغیب می‌کند. با‌توجه‌به شرایط مذکور و سرمایه و امکانات شرکت‌های بزرگ، چه راهکاری برای شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ‌ها وجود دارد؟ آنها با کمترین هزینه و دارایی باید با پیشگامان بازار رقابت کنند و قطعاً باید بیشترین بهره‌برداری را از ابزارهای موجود کنند. در‌این‌میان، نقش فرهنگ سازمانی بیش از همه خود را نشان می‌دهد. استارت‌آپ‌ها صرف‌نظر از ابعاد، می‌توانند شرایطی ایجاد کنند که کارمندان تنها به‌خاطر فرهنگ موجود به کار کردن در آنها علاقه‌مند نشوند. در ادامه این مطلب، فرآیندهایی را بررسی می‌کنیم که به توسعه فرهنگ سازمانی پیروز کمک خواهد کرد.

استخدام با هدف فرهنگ‌سازی

هر کسبو‌کاری صرف‌نظر از ابعاد و موقعیت، شرایطی شبیه به فرهنگ دارد. درواقع، ظاهر استارت‌آپ از همان روزهای اول، نشانه‌ای از فرهنگ سازمانی خواهد بود و رفتار کارمندان نیز به‌عنوان نشانه‌هایی از فرهنگ شناخته می‌شود. بنیان‌گذاران از همان ابتدا برخی رفتارها را در برخی کارمندان خود تشخیص می‌دهند که به جذب کارمندان آتی با همان روحیات تمایل پیدا می‌کنند. مدیران پس از تشخیص رفتارهای مورد‌پسند، به‌دنبال کارمندانی می‌روند که همان سبک رفتاری را داشته باشند؛ درنتیجه، آنها دنبال پس‌زمینه‌های مشترک می‌گردند. به‌عنوان مثال، بنیان‌گذار استارت‌آپ برای ساختن محیطی با حداکثر خلاقیت، به‌دنبال افرادی با ذهن باز می‌گردد که از فرصت‌ها و موقعیت‌های جدید استقبال کنند. او برای پیدا کردن چنین افرادی، این سؤال را از متقاضیان می‌کند: «چه مقدار احساس خوش‌اقبالی می‌کنید؟» دلیل سؤال نیز آن است که افراد با احساس خوش‌اقبال، از فرصت‌های جدید استقبال می‌کنند. پس از پیدا کردن روحیات مورد‌پسند مدیران، روند استخدامی هم برای جذب نیروهای مدنظر باید اصلاح شود. به‌بیان‌دیگر، فرآیند و سؤال‌های استخدامی باید به‌گونه‌ای باشد که رفتارهای موردانتظار را از متقاضیان استخراج کند. چنین رویکردی به تشکیل محیطی هماهنگ و پویاتر منجر خواهد شد.

تشخیص ارزش‌های اساسی

هر شرکت باید ارزش‌هایی اصلی داشته باشد که شیوه ارتباطش با جهان را مشخص کند و همین ارزش‌ها مشخص می‌کنند شرکت چگونه از دیدگاه مشتریان و جامعه دیده شود. مشخص کردن ارزش‌های کارمندی نیز در همین فرآیند اهمیت پیدا می‌کند؛ ارزش‌هایی که شیوه‌های ارتباطی کارمندان با یکدیگر و حتی روش انجام وظایف را سازماندهی می‌کنند. به‌عنوان مثال، برخی شرکت‌ها فرهنگ کارآفرینی داخلی دارند و از هر‌گونه تلاش برای نوآوری و ساختار شکنی در سازمان دفاع می‌کنند. ارزش‌های سازمانی با کارمندان نشان می‌دهد باید رفتارهایی فراتر از وظایف روزمره کاری داشته باشند. درواقع با تدوین ارزش‌ها، گذر از محدودیت‌های شغلی و تفکر خلاقانه می‌تواند به‌عنوان اهداف اصلی کارمندان انتخاب شود. البته، شرکت‌هایی با ساختارهای سنتی و منسوخ هنوز وجود دارند که کارمندان را بیش از وظایف روزمره برنمی‌تابند. چنین شرکت‌هایی دیر یا زود باید انتظار شکست یا سقوط را بکشند.

تمرکز روی خانواده

کمک به خانواده کارمندان یکی از ابزارها مهم تشکیل فرهنگ سازمانی محسوب می‌شود. شرکت‌هایی که اهمیت درخور توجهی به مسائل خانوادگی کارمندان می‌دهند، آنها را به خود وفادار می‌کنند. مجموعه کارمندان وفادار نیز فرهنگ سازمانی پیروز را تشکیل می‌دهند. برای اهمیت‌دادن به خانواده‌های کارمندان و کمک به آنها، به منابع مالی سنگین با تشکیل سازمانی مستقل نیازی نیست. حتی استارت‌آپ‌ها نیز می‌توانند با بهره‌گیری از اصول همکاری اجتماعی و ابزارهای همچون صندوق‌های قرض‌الحسنه داخل سازمانی، شرایط را برای همکاری و دخیل شدن بیشتر خانواده‌ها فراهم کنند. از ابزارهای دیگر هم می‌توان به ایجاد شرایط آسان‌تر برای کارمندان والد اشاره کرد که آنها را به باقی‌ماندن در گروه کنونی تشویق می‌کند.

رصد کردن رقبا

در دنیایی که کارمندان بسیار زیاد شغل خود را عوض می‌کنند، رصد کردن رقبا کار چندان آشنایی نخواهد بود. اطلاع از روش‌های شرکت‌های دیگر برای حفظ کارمندان، ایده‌هایی برای ایجاد فضای کاری با بهره‌وری بیشتر، استرس کمتر به شما می‌دهد. به‌علاوه، باید روش‌های معرفی و تبلیغ ارزش‌های سازمانی آنها را نیز مطالعه کنید و فراموش نکنید رقبا فقط در جذب مشتریان رقابت نمی‌کنند؛ بلکه همیشه به‌دنبال جذب بهترین نیروهای شما هم هستند.

بهره‌گیری از مشاوران

برخی اوقات با وجود همه تلاش‌ها برای بهینه‌سازی فرهنگ سازمانی، تلاش‌ها به شکست می‌انجامند و کسبوکارها توانایی خود در پیروزی از ارزش‌ها را از دست می‌دهند و حتی مسیر پیشرفت نیز کم می‌شود. در چنین مواقعی، می‌توان از تجربه مشاوران استفاده کرد. هر چند در وضعیت کنونی اقتصادی، پرداخت هزینه برای مشاوره بار سنگینی بر روش شرکت‌ها می‌گذارد، با انتخاب مشاور حرفه‌ای و ناچربه می‌توان هزینه‌ها را به سرمایه‌گذاری برای آینده تبدیل کرد. مشاوران فرهنگ سازمانی به‌دلیل ارتباط همیشگی با مسائل مرتبط با فرهنگ، احتمالاً راهکارهای جدیدی برای برون‌رفت از شرایط موجود به شما پیشنهاد می‌کنند.

امکانات خاص و منحصر به فرد

برخی شرکت‌ها با امکانات خاصی که به کارمندان ارائه می‌کنند، شهرت خوبی در بازار جذب نیرو پیدا خواهند کرد. به‌عنوان مثال، می‌توان به مزایای غیر نقدی یا مرخصی و ساعت‌های کاری منعطف اشاره کرد. به‌علاوه، اگر شرکت امکاناتی برای آسان‌تر شدن کارهای شخصی کارمندان در اختیارشان قرار دهد، تمرکز کارمندان نیز افزایش پیدا می‌کند.

مغناطیس‌شدن به کار

یکی از ابزارهای کاربردی برای بهینه‌سازی محیط کار و افزایش بهره‌وری، ارائه معنای کارها و وظایف به کارمندان است. به‌بیان‌دیگر، آنها باید پشت‌ظاهر کارهای خود را ببینند و تأثیرگذاری و معنای آنها را درک کنند. سازمان‌ها و مدیران موفق امروز می‌دانند افزایش حقوق دیگر مشوق کافی برای کارمندان نخواهد بود؛ بلکه کارمندان باید مأموریتی واقعی داشته باشند تا برای سر کار آمدن انرژی بگیرند.

نتیجه‌گیری

تدوین ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی از روزهای اول، اهمیت فراوانی دارد. همان‌طور که گفتیم، حتی استارت‌آپی تازه‌تأسیس هم مفاهیمی از فرهنگ سازمانی دارد. فرهنگ سازمانی بخش مهمی از هویت هر شرکت محسوب می‌شود و شاید حتی بتوان آن را به‌عنوان تفاوت اصلی در شرکت‌های موفق و ناموفق دانست.

فرهنگ سازمانی عالی هدفی یکباره و منتهای نیست. فرهنگ سازمانی دارد. فرهنگ مسئله نشود؛ تا‌رت، یعنی حفظ آن شروع می‌شود که به‌عنوان وظیفه‌ای همیشگی به تلاش‌های بسیار زیاد نیاز دارد. در جایگاه مدیر، برای حفظ فرهنگ موجود باید حتی روزانه با کارمندان ملاقات کنید و سرمایه‌گذاری مجزا برای این بخش در نظر بگیرید.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

رهبران بزرگ چگونه ارتباطات موفق برقرار می‌کنند؟



نیست چقدر اطلاعات دارید یا اصلا چه می‌خواهید بگویید.

مدل کلاسیک تئوری کسب و کار می‌گوید مدیران باید تا حد ممکن با کارمندان شان فاصله داشته باشند، این بدین معناست رعایت جایگاه مدیر و تفاوتش با دیگران اهمیت دارد، اما نظر من این است، فاصله گرفتن اجازه نمی‌دهد ارتباط، شکل واقعی خود را داشته باشد. اگر روابط خود را با کارمندان یا دوستان‌تان گسترش ندهید و فاصله بگیرید، هیچ وقت نخواهید فهمید در ذهن‌شان چه می‌گذرد و وقتی از آن مطلع خواهید شد که برای هر اقدامی در هر نوع رابطه‌ای، دیر شده است.

- صریح و ساده صحبت کنید

داشتن شخصیت مشخص، واضح و دقیق خیلی بهتر از یک شخصیت پیچیده است. تمام مردم در برخورد با شخصیت‌های پیچیده و مرموز، احساس امنیت کمتری دارند. پس به جای اینکه در ارتباطات‌تان به گونه‌ای رفتار کنید که طرف مقابل احساس کند به دنبال گیج کردن او هستند یا خلع سلاح شود، یاد بگیرید هیچ نیازی نیست با طرف مقابل بازی کنید تا در رقابت با او پیروز شویم. در ارتباطات‌تان، اهداف خود را در نظر بگیرید و سعی کنید به تمامی آنها برسید، اما به همان اندازه به دیگران و اهداف‌شان اهمیت دهید. سعی کنید با زیادگویی و گیج کردن طرف مقابل، به هدف‌تان دست یابید. مساله مهم این است اگر همیشه صریح باشید و مستقیم سر اصل مطلب بروید، شانس بیشتری برای برقراری ارتباط خواهید داشت و حتی اشتیاق مخاطب نیز برای گوش دادن به صحبت‌های شما بیشتر می‌شود، اما هر چقدر بیشتر حاشیه بروید، زمان مکالمه طولانی و کسلسل‌کننده خواهد شد و طرف مقابل کمتر به صحبت‌های‌تان گوش می‌دهد.

- دیگران را تحت تأثیر قرار دهید

افراد قوی در زمینه برقراری ارتباط موثر، تنها روی یادگیری و کسب مهارت یا دریافت اطلاعات تمرکز نمی‌کنند؛ بلکه در زمینه انتقال ایده، اولویت‌بندی انتظارات، اقدامات الهام‌بخش و توسعه چشم‌اندازهای‌شان هم مهارت خاصی دارند. همیشه یادتان باشد رمز تأثیرگذاری روی طرف مقابل، داشتن یک قلب پاک است. هر چقدر در ارتباطات‌تان بیشتر روی کمک کردن به دیگران تمرکز کنید (بیشتر برای آنها انرژی بگذارید تا اینکه بخواهید برای‌تان انرژی بگذارند)، موفق‌تر خواهید شد. باید به دنبال برقراری یک ارتباط درست باشید. شاید فکر کنید با اهمیت دادن به خواسته طرف مقابل، از شما سوءاستفاده می‌شود؛ اما باید بدانید اگر همیشه به حفظ تعادل توجه کنید، به نتیجه مطلوب خواهید رسید و هیچ وقت هم احساس نمی‌کنید از شما سوءاستفاده شده است.

- ذهن باز داشته باشید

در بیشتر مواقع پافشاری کردن روی طرز فکرهای قدیمی که سال‌ها با آنها زندگی کرده‌ایم، ما را از فرصت‌های جدید دور خواهد کرد. ویژگی یک رهبر موفق و ماهر در برقراری ارتباط موثر، جبهه نگرفتن در مقابل ایده‌ها و نظرات جدید است. این رهبر با میل و رغبت فراوان به دنبال این است که ذهن خود را برای قبول نظرات و مواضع مخالف آماده کند تا بتواند در صورت لزوم رضایت طرف مقابل را جلب کند و او را با خود همراه سازد. واقعا جای تعجب دارد برخی افراد از دیدگاه‌های مخالف می‌ترسند؛ در حالی‌که واقعا باید علاقه‌مند و کنجکاو باشند و از نظرات در راستای اهداف خود استفاده کنند، چراکه هر نظر جدیدی افق تازه‌ای از موضوع موردنظر را در ذهن فرد باز می‌کند. با افرادی که با شما برخورد دارند گفت و گوی باز داشته باشید، اجازه دهید شما را به چالش بکشند تا در نتیجه همین کشمکش‌ها به پیشرفت برسید. یادتان باشد مهم نیست با شما موافق باشند یا مخالف، مهم این است به آنها نشان دهید می‌خواهید با صبر و حوصله به صحبت‌های‌شان گوش دهید. با ذهن باز با افراد تبادل‌نظر کنید و سعی کنید چیزهای زیادی از یکدیگر یاد بگیرید.

- کمتر حرف بزنید و بیشتر گوش کنید

اینکه فقط شما صحبت کنید، بدین معنا نیست که وارد یک مکالمه شده‌اید و گفت و گو شروع شده است. متعارف‌ترین شکل گفت و گو در جریان گفت و

شنوند متقابل شکل می‌گیرد نه در جریان یک سخنرانی و وقتی با خودتان در حال گفت و گو هستید. یادگیری با حرف زدن به دست نمی‌آید؛ زیرا در این حالت تنها اطلاعات را منتقل می‌کنید و هیچ چیزی دریافت نمی‌کنید که به آموخته‌های‌تان اضافه شود. پس کمتر حرف بزنید و بیشتر گوش دهید تا اولین قدم را برای کسب مهارت ارتباط موثر بردارید.

- همدلی کنید

من رهبران موفق زیادی را می‌شناسم که معتقدند انسان نباید خصوصیات اخلاقی و درونی خود را با چیزی عوض کند. یک ارتباط موثر وقتی برقرار می‌شود که صراحت در افراد، با همدلی و توجه به طرف مقابل همراه باشد نه با تکبر و خودخواهی. باید بدانید ارتباط توام با همدلی نشان‌دهنده اصالت و شفافیت درون است که امروزه کمتر در بین افراد و جوامع دیده می‌شود. هر چقدر طرفین رابطه خودخواهی بیشتری داشته باشند، ارتباط شکننده‌تر خواهد بود. درک این اصل متقابل در ارتباطات‌مان باعث می‌شود خشم به احترام و شک به اعتماد تبدیل شود.

- تنها به دیده‌های‌تان توجه نکنید

یکی از رازهای ارتباط موثر این است که نانوشته‌ها را هم بخوانید، بدین معنا که تنها به چیزهایی که می‌بینید توجه نکنید. باید درک بالایی داشته باشید. همه چیز که نباید گفته شود. برخی چیزها را درباره مسائل و افراد باید ناگفته بگذاریم. تمام ویژگی‌های یک رهبر بزرگ و موفق را در ذهن‌تان تجسم کنید؛ آنها برای درک چیزهای گفته نشده، شنیده نشده و آنچه شاهدش نبوده‌اند، توانایی فوق‌العاده‌ای دارند. این همانند این است که سفیدی‌های بین خطوط یک نوشته را هم می‌توانند بخوانند. پس به این درک رسیده‌اند مسیر دستیابی به پیشرفت، به معنای فاصله گرفتن از افراد و جامعه‌شان نیست. برای چند دقیقه چشم‌ها و دهان‌تان را روی هم بگذارید و خوب گوش کنید؛ از اینکه قادر

به درک چیزهای تازه‌ای هستید شگفت‌زده خواهید شد.

- روی موضوع مورد بحث تسلط کافی داشته باشید

درباره موضوعی که می‌خواهید صحبت کنید، اطلاعات لازم را به دست آورید (حتی اگر هنگام صحبت، از تمام اطلاعات استفاده نکنید). اگر طرف مقابل احساس کند درباره موضوع صحبت‌تان اطلاعات کافی ندارید، تمایلی ندارد وقتش را در اختیار شما قرار دهد. بیشتر افراد موفق، تمایلی ندارد به صحبت‌های کسی گوش دهند که چیزی به اطلاعات و دانش آنها اضافه نمی‌کند.

حتما شنیده‌اید که می‌گویند اینکه چه می‌گویید مهم نیست، بلکه مهم است آن را چگونه می‌گویید، اما اکنون می‌خواهم به شما بگویم اتفاقا خیلی مهم است که شما چه می‌گویید. افراد دارای مهارت برقراری ارتباط موثر، به اینکه چه می‌گویند و چگونه می‌گویند، اهمیت می‌دهند و همین مساله باعث می‌شود به یک فرد حرف تبدیل نشوند.

- به تمام اعضای گروه اهمیت دهید

مدیران همیشه با افسرد گروه به صورت اختصاصی ارتباط ندارند. پس یک فرد با مهارت برقراری ارتباط موثر، باید بتواند در برخورد و صحبت کردنش تعطف‌پذیری داشته باشد. باید بتواند با تمام کسانی که در سالن کنفرانس نشسته‌اند، به راحتی صحبت کند به طوری که هر فرد احساس کند مستقیما او صحبت می‌شود. اگر در جایی حضور دارید که با تمام افراد هم‌زمان مشغول صحبت هستید، باید بتوانید اعتبار لازم را به دست آورید و اعتماد افراد را جلب کنید. داشتن تقاهم و ارتباط درست، کلید تعاملات موفق هستند.

رازهای ارتباط موثر، در هر زمان و برای هر نوع ارتباط مورد استفاده قرار می‌گیرند. اگر می‌خواهید برای فردی پیامی بفرستید، ابتدا مطمئن شوید پیام‌تان درست و صحیح منتقل می‌شود. مهم این است احساس کنید برقراری ارتباط، برای پرداختن به خودتان نیست و با هدف تعامل با دیگران انجام می‌گیرد. اگر در ارتباط، در حد متعارف به طرف مقابل اهمیت داده شود، خیلی از مشکلات ارتباطی رفع می‌شود و روابط‌تان به پیشرفت می‌رسد.

منبع: forbes/ucan

استفاده از تایید اجتماعی در بازاریابی



حساب‌های دارنده این تیک، معمولاً در صفحه نتیجه جست‌وجوها در جایگاه بالاتری قرار می‌گیرند.

۱۶. پاسخگو باشید: در شبکه‌های اجتماعی خود می‌توانید ساعات‌ها و زمان‌هایی را که برای پاسخگویی به سوالات، پیشنهادهای و انتقادات مراجعه‌کنندگان در دسترس هستید، مشخص کنید و در این زمان‌ها پاسخگویی آنها باشید. این کار کاربران را به ارتباط با شما تشویق می‌کند.

۱۷. نمایش تعداد اشتراک‌گذاری‌ها: شأن دادن تعداد دفعاتی که یک مطلب در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده، شکلی از تایید اجتماعی خود جمعی است. هرچه تعداد افرادی که موضوعی را به اشتراک گذاشته‌اند بیشتر باشد، تعداد متقاضیان خواندن آن نیز بیشتر می‌شود، اما دقت داشته باشید که اگر این عدد کوچک باشد می‌تواند اثر عکس داشته باشد و بازدیدکنندگان به این نتیجه برسند که آن مطلب و محتوا ارزش چندانی برای خواندن ندارد؛ حتی اگر به‌خوبی نوشته شده باشد و حاوی مطالب ارزشمندی باشد.

۱۸. ترند شدن در توییتر: ترند شدن در توییتر یکی دیگر از راه‌های تایید اجتماعی خود جمعی است. وقتی هشتگ شما به یک ترند توییتری تبدیل شود توجه بسیاری را به خود جلب خواهد کرد. یکی از بهترین راه‌ها برای ترند شدن در توییتر این است که میزبان چت‌های توییتری باشید؛ مانند زمانی که بافر از هشتگ #bufferchat برای میزبانی و ترند شدن بهره می‌گیرد.

منبع: hormond

مزایده فروش

شرکتی در نظر دارد دو دستگاه خودرو متعلق به خود را به مشخصات ذیل از طریق مزایده به فروش برساند.

- ۱- خودرو سمند SOREN EFV مدل ۱۳۹۱
- ۲- خودروی پژو پارس ELX مدل ۱۳۸۹

شرایط متقاضیان:

- ۱- متقاضیان می‌بایستی مبلغ ۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال را به صورت چک بانکی جهت شرکت در مزایده تحویل و رسید دریافت نمایند.
- ۲- حداکثر ارائه پیشنهادات ۱۵ روز از تاریخ درج آگهی می‌باشد.
- ۳- امکان بازدید فراهم می‌باشد.
- ۴- متقاضیان محترم می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و یا اخذ مدارک مزایده به آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از پارک ساعی، روبروی بیمارستان مهرگان، پلاک ۲۴۳۴ مراجعه و یا با شماره تلفن واحد پشتیبانی ۰۲۱-۸۹۳۴۳۳۰۷ و موبایل ۰۹۱۹-۱۶۷۳۳۳۸ تماس حاصل نمایند.

وبسایت خود قرار داده است.

۱۱. بیان تعداد کاربران خود در بیوگرافی: اگر تعداد کاربران و مشتریان زیادی دارید، می‌توانید تعداد آنها را در شبکه‌های اجتماعی مطرح کنید. این یک مثال هوشمندانه از تایید اجتماعی جمعی است. وقتی سایر کاربران این تعداد از مصرف‌کنندگان محصول شما را می‌بینند تحت تأثیر اولیه مثبتی قرار می‌گیرند.

۱۲. به طرفداران فیس‌بوک خود نزدیک‌تر شوید: اگر برای تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی بودجه دارید، یک تاکتیک آسان وجود دارد: از تبلیغات فیس‌بوکی استفاده کنید و صفحه فیس‌بوک خود را به کاربران بیشتری معرفی کنید. دقت کنید که هنگام پیدا کردن مخاطبان موردنظر، نوع ارتباطات را مشخص کنید. با انتخاب و تنظیمات درست، وقتی تبلیغات فیس‌بوکی نمایش داده می‌شود، دوستان مشترک که صفحه شما را دوست داشته‌اند، نمایش داده می‌شوند.

۱۳. استفاده از تایید اجتماعی در تبلیغات: یک راه دیگر برای استفاده از تایید اجتماعی در تبلیغات این است که از آن در تبلیغ اصلی یا Ad Copy استفاده کنید. می‌توانید از انواع مختلف تأییدهای اجتماعی برای این منظور بهره بگیرید.

• تایید اجتماعی متخصص: پیشنهاد یک حرفه‌ای و متخصص برای استفاده از محصول شما است.

• تایید اجتماعی ستاره: نشان از تأکید یک ستاره یا تأثیرگذار برای استفاده از محصول شما است.

• خرد جمعی: تعداد کاربرانی که محصول شما را استفاده می‌کنند نشان می‌دهد.

۱۴. تشویق کاربران را به ارسال نظر و امتیاز مثبت: اگر شما یک کسب‌وکار محلی دارید، می‌توانید امتیازدهی را در صفحه فیس‌بوک خود فعال کنید. امتیازها و نظرات خوب یک تایید اجتماعی کاربر عالی است. تحقیقی که توسط G/O Digital انجام شده است، نشان می‌دهد که: ۸۰ درصد گفته‌اند این احتمال بیشتر است که از جایی خرید کنند که نظر کاربران در صفحه فیس‌بوک آن مثبت باشد. ۴۱ درصد گفته‌اند مهم‌ترین فاکتور در اعتماد و همکاری با یک کسب‌وکار محلی این است که نظرات و امتیاز مشتریان روی صفحه فیس‌بوک آن را ببینند.

۱۵. تأییدیه دریافت کنید: در حساب‌های توییتر، اینستاگرام و فیس‌بوک امکانی به نام Verify شدن وجود دارد که یک تیک آبی در کنار نام کاربری شما اضافه می‌کند و تأییدی بر صحت حساب شما است. داشتن این تیک آبی نوعی تایید اجتماعی اعتباری است. پلتفرم شبکه اجتماعی، مانند یک شکل معتبر، شما را فردی شناخته‌شده فرض می‌کند. این تیک آبی عموماً به برندهای برجسته و ستاره‌ها اهدا می‌شود. سسوی اعتبار و احترامی که از طرف جامعه به دارندگان این تیک داده می‌شود، امکان دسترسی به برخی ویژگی‌های تازه نیز فقط برای آنها وجود دارد. یک مزیت دیگر داشتن تیک آبی این است که

رسیدن به نقاط عطف می‌تواند یک اتفاق سرگرم‌کننده و یک‌زمان عالی برای تشکر و قدردانی از کسانی باشد که شما را برای رسیدن به آن همراهی کرده‌اند. از جمله این موارد می‌توان به سالگردها و یا رسیدن به تعداد مشخصی کاربر اشاره کرد.

۵. استفاده از میکرو مارکتینگ: بازاریابی تأثیرگذار یا بازاریابی نفوذ می‌تواند برای به دست آوردن تایید اجتماعی ستاره از نظر هزینه‌ای یک راه مقرون‌به‌صرفه باشد. این روش معمولاً در اینستاگرام متداول‌تر است. برندها از افراد تأثیرگذار میکرو با تأثیر قابل توجه در شبکه‌های اجتماعی در یک محیط خاص کمک می‌گیرند تا درباره محصول آنها مطالبی را به اشتراک بگذارند. به دلیل تأثیر شبکه‌های اجتماعی آنها، این افراد همانند مشاهیر در محیط خاص خودشان نمود پیدا می‌کنند. وقتی دیگران آنها را با یک محصول خاص می‌بینند، نسبت به آن محصول احساس مثبت پیدا می‌کنند.

۶. استفاده سفیران برند: سفیران شبکه‌های اجتماعی ترکیبی از تایید اجتماعی متخصص، ستاره و کاربر را فراهم می‌آورند. آنها می‌توانند متخصصان صنعت، تأثیرگذاران شبکه‌های اجتماعی و کاربران علاقه‌مند باشند. سفیرها معمولاً کارت سفیری خود را با افتخار در قسمت بیوگرافی شبکه‌های اجتماعی به نمایش می‌گذارند و از هشتگ برند در پست‌های مرتبط شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

۷. استفاده از محتوای تولیدشده کاربران: محتوای تولیدشده توسط کاربر استراتژی محبوب در اینستاگرام است، زیرا با مشارکت کاربران می‌توان تعداد دنبال‌کننده‌ها را به‌خوبی افزایش داد؛ به علاوه اینکه یک استراتژی عالی برای تولید تایید اجتماعی کاربر است. می‌توانید کاربرهای تان را به استفاده از هشتگ برند تایید کنید و محتوای شبکه‌های اجتماعی آنها را دوباره به اشتراک بگذارید.

۸. اشتراک‌گذاری علاقه کاربران به محصول: دریافت پیام‌های مشتریان از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند یکی از بهترین تبلیغات از نظر مدیر شبکه‌های اجتماعی باشد. یک راه جالب برای اینکه چنین واکنش‌ها و پیام‌هایی را از طرف مشتریان دریافت کنید این است که پیام‌های سایرین را در پروفایل شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید و به همه نشان دهید که کالا یا خدمات شما موردعلاقه آنها است.

۹. استفاده از پیام‌های کاربران در تولید محتوا: یک راه دیگر برای ایجاد تایید اجتماعی این است که پیام‌های کاربران را علاوه بر اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی، در محتوایی که تولید می‌کنید نیز مورد استفاده قرار دهید. برای این منظور می‌توانید کامنت‌ها، پاسخ‌ها، عکس‌ها، توئیته‌ها و ... را در یک ویدئو گردهم آورید و یک رسانه سرگرم‌کننده بسازید.

۱۰. نمایش نظرات در وبسایت: سومین راه برای نمایش پیام‌های کاربران، نمایش آنها در وبسایت است. علاوه بر آن می‌توانید آمارهای دیگری همچون میزان فروش و یا تعداد کشورهای که فعال هستید را در یک صفحه در

تایید اجتماعی (Social Proof Marketing) یک پدیده روانشناسی بسیار تأثیرگذار است. کاربرد تایید اجتماعی در بسیاری از زمینه‌های بازاریابی دیده می‌شود. تایید اجتماعی یک پدیده روان‌شناختی است که در آن افراد از واکنش‌های دیگران برای بازتاب رفتار صحیح در یک شرایط خاص استفاده می‌کنند.

به عقیده روبرت سالدینی که در تأثیر روانشناسی ترغیب، تحقیق بسیار کرده است: «ما رفتاری را در یک شرایط خاص نسبت به وقتی که دیگران آن را اجرا می‌کنند، درست‌تر می‌بینیم.» بنابراین در اغلب شرایطی که نمی‌دانیم و مطمئن نیستیم چه کاری باید انجام دهیم، فرض می‌کنیم که افرادی که در اطراف ما هستند شامل متخصصان، ستاره‌ها و افراد مشهور، دوستان و ... درباره آنچه اتفاق می‌افتد و آنچه باید انجام دهیم، اطلاعات و آگاهی بیشتری دارند. باید توجه داشت که علم در بازاریابی نقش کلیدی ایفا می‌کند، به خصوص علم روانشناسی. در ادامه به بیان راهکارهایی برای موفقیت در تایید اجتماعی در بازاریابی کسب‌وکار تان می‌پردازیم.

۱. استفاده از متخصص شبکه‌های اجتماعی: کنترل پروفایل شبکه‌های اجتماعی توسط متخصصان صنعت یک راه عالی برای تأثیرگذاری و ارتباط مثبت است، چراکه دنبال‌کننده‌های آنها می‌توانند آنچه آنها دارند و انجام می‌دهند، دنبال کنند. برای مثال وقتی یک متخصص حساب اینستاگرام شما را به دست می‌گیرد تا محتوای آموزشی منتشر کند، داستان‌های اینستاگرامی بیان کند یا برنامه زنده اجرا کند، مردم می‌دانند که آن فرد احتمالاً برند شما را دوست دارند و حضور آن فرد در شبکه اجتماعی شما می‌تواند تأثیر مثبت بسیاری بر آنها داشته باشد.

۲. استفاده از کارشناسان حوزه کسب‌وکار تان: به‌طور مشابه می‌توانید از متخصصان به‌عنوان مهمان‌های اتفاقات شبکه‌های اجتماعی خود دعوت کنید تا در چت توییتر یا ویدئوی زنده فیس‌بوک همراه شما باشند و گفت‌وگوهای زنده داشته باشید. این دست همکاری‌ها به شما کمک می‌کنند تا از تأثیرات مثبت متخصصان بهره بگیرید و به کاربران شبکه‌های اجتماعی خود امکان دهید تا از متخصصان درباره صنعت شما بشنوند و بیاموزند.

۳. تشکر و قدردانی از پیام‌ها: ممکن است هر از گاهی از طرف سایر نشریه‌ها، برندهای بزرگ یا یک تأثیرگذار در صنعت خود پیام‌هایی دریافت کنید. این مواقع برای نشان دادن تایید اجتماعی متخصصان یکی از بهترین موقعیت‌ها است. روش‌های بسیاری برای به اشتراک‌گذاری چنین تأییدهای اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. می‌توانید از عباراتی همچون «از پیام شما سپاسگزارم»، «توجه شما باعث افتخار است» و پاسخ‌های این‌چنین استفاده کنید.

۴. اشتراک‌گذاری نقاط عطف: یک راه سریع دیگر برای ایجاد تایید اجتماعی، نشان‌دادن حقیقت‌های نسبت به نقاط عطف کاربران و دنبال‌کنندگان تان است.

چگونه خدمات هتل بهتری ارائه دهیم؟

۵ توصیه برای هتلداری موفق

به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس امور کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه با وجود رقابت بسیار فشرده میان هتل‌های مختلف ارائه خدمات باکیفیت، رفح نیازهای مسافرها و کسب بازدیدکنندگان تازه بدل به امری چالش‌برانگیز شده است. همین امر برخی از هتل‌ها را مجبور به ارائه برخی سرویس‌های بسیار عجیب و غریب به منظور جلب توجه مسافرها می‌کند. طراحی‌های نامتعارف، منوهای عجیب و حتی انتخاب مکان‌های غیرعادی برای ساخت بنای هتل از جمله گزینه‌های عجیب برخی از هتل‌ها به حساب می‌آید. بدون تردید توجه به ظاهر بیرونی هتل یکی از الزام‌های هتلداری است، با این حال توجه صرف به نمای بیرونی نیز مشکل‌ساز خواهد شد. چالش اصلی هنگام اقامت مسافرها در هتل مان و پس از تجربه کیفیتی پایین‌تر از سطح انتظارشان روی می‌دهد. در اینجا باید اصول اولیه کسب و کار و توسعه آن را مدنظر داشته باشیم. این امر مستلزم رعایت الگوی مرحله‌ای و ملایم برای توسعه وضعیت هتل‌مان است. پرسش در مورد شیوه توسعه برند هتل‌مان و جایگاهش در بازار کسب و کار همیشه چالش‌برانگیز است. به همین دلیل در این مقاله من به بررسی پنج توصیه برتر پیرامون آن خواهم پرداخت.

۱. اهمیت سازماندهی مطلوب

هر مجموعه‌ای باید استانداردهای خاص کاری برای خود داشته باشد. خدمات باکیفیت و عالی همیشه با جزئیات کوچک و به ظاهر کم‌اهمیت شروع می‌شود. متأسفانه بسیاری از هتل‌ها از ارائه خدمات باکیفیت به مخاطب‌شان فقط برخوردار با روی باز به هنگام ملاقات در بخش تحویل اتاق را یاد گرفته‌اند. نکته مهم توجه به خدمت‌رسانی به مسافرها در قالب یک مجموعه فرآیند بهم پیوسته است. این امر از نحوه رفتار ما با طرف مقابل تا شیوه‌های نظافت اتاق و طراحی داخلی را شامل می‌شود. مشکل اصلی بسیاری از هتل‌ها نحوه آموزش سریع نیروی کار تازه‌شان است. به این ترتیب در برخی از اوقات عدم آشنایی کارمندان تازه با رویه هتل موجب بروز نارضایتی در مسافرها می‌شود. در این زمینه باید کلاس‌های ویژه آموزشی برای کارمندان تازه برگزار کرد. در غیر این صورت اعتبار برند هتل‌مان خدشه‌دار می‌شود. بدون تردید با پیگیری مناسب توصیه این بخش مقدار قابل توجهی از مشکلات هتل ما حل خواهد شد.

۲. همیشه «بله» بگویید

فهم این نکته از سوی مسافرها که هتل ما در تلاش برای فراهم‌سازی بهترین خدمات است، اهمیت بالایی دارد. در حقیقت ما باید این امر را به طرف مقابل نشان دهیم. در غیر این صورت توانایی جلب‌نظر آنها و مراجعه دوباره‌شان در سفرهای بعدی را نخواهیم داشت. به عنوان مثال، اگر فرد دارای یکی از اتاق‌ها نسبت به وجود ایرادی اعتراض کرد، هر کدام از کارمندان باید در تلاش برای رفع مشکل موردنظر باشند. متأسفانه بسیاری از هتل‌ها اقدام به انتقال مسئولیت به بخش‌های مختلف خود می‌کنند. این امر شاید از نظر سازمانی حاکی نظم درونی هتل باشد، با این حال موجب نارضایتی بیشتر مسافرها خواهد شد. یک مسافر هیچ اهمیتی به ساختار سازمانی هتل ما نمی‌دهد. وی علاقه‌مند به اقامتی بی‌دردر است. در این میان وظیفه حل و فصل هر مشکلی برعهده ما خواهد بود. اگر یک مسافر برای حل مشککش مجبور به طرح درخواست بیش از یکبار شود، آنگاه ما دیگر وی را اطرف هتل‌مان نیز نخواهیم دید.

۳. گوش‌دادن به حرف‌های کارمندان و قردانی از تلاش‌شان

فضای محیط کار نقش انکارناپذیری در کیفیت فعالیت کارمندان بازی می‌کند. اگر به عنوان رئیس یک هتل همیشه از حضور در میان کارمندان اجتناب کنید، هیچ‌وقت به مدیری محبوب در میان کارمندان بدل نخواهید شد. همچنین علاقه کارمندان نیز برای ارائه خدمات بهینه کاهش خواهد یافت. کارشناس‌های هتلداری برخورد مناسب با کارمندان و امکان دسترسی آنها به تمام سطوح مدیریتی را الزامی می‌دانند. به این ترتیب تلاش ما باید در راستای ایجاد محیطی بهتر برای کار در هتل‌مان باشد. چنین فضایی علاقه کارمندان به کمک بیشتر را تقویت خواهد کرد. به طور معمول میزان وفاداری کارمندان نیز در این حالت افزایش می‌یابد. یکی از نکات مهم در زمینه هتلداری توجه به پیشنهادها و به طور کلی حرف‌های کارمندان است. این امر علاوه بر کمک به بهبود کیفیت خدمات هتل موجب ایجاد احساس ارزشمندی در کارمندان نیز می‌شود. توجه به کارمندان و صحبت‌های‌شان بهترین روش برای تقویت روحیه آنها به حساب می‌آید.

۴. غافلگیری مسافرها با شبکه‌های اجتماعی

داشتن هتلی تمیز همراه با کارمندان حرفه‌ای برای تبدیل به انتخاب اول مسافرها کافی نیست. امروزه مسافرها روز به روز انتظار بیشتری از هتل‌ها در زمینه تامین امکانات جانبی دارند. به این ترتیب هتل ما باید به فکر تهیه امکاناتی هر چه بهتر برای حفظ جایگاهش در بازار رقابتی هتلداری باشد. در غیر این صورت میزان جذب مسافر ما کاهش شدیدی خواهد یافت. یک نمونه مطلوب در زمینه ارائه امکانات جذاب برای هتل‌ها مربوط به زمان اقامت ریچارد برانسون در یکی از هتل‌های کاناداست. بدون تردید توانایی یک هتل در استفاده مناسب از اقامت شخصیتهای مشهور مانند برانسون نقش انکارناپذیری در بهبود وضعیتش دارد. به همین دلیل هتل موردنظر با طراحی لایه ساختمانش به مانند خطوط هوایی گروه ویرجین توجه زیادی را جلب کرد. این امر از طریق شبکه‌های اجتماعی بازتاب بسیار یافت، تا جایی که حتی خبرگزاری‌های بزرگ نیز به بررسی نحوه استفاده مناسب این هتل از حضور ریچارد برانسون پرداختند. توصیه من در اینجا کاملا روشن است: استفاده از امکانات شبکه‌های اجتماعی برای توسعه جایگاه و معرفی خدمات و ویژگی‌های هتل‌مان.

۵. توجه ویژه به فناوری‌های جدید

پیگیری مداوم ترندهای تازه در زمینه هتلداری به احتمال زیاد موجب افزایش پیوسته شهرت هتل‌مان خواهد شد. وقتی مسافرها‌های ما کیفیت خدمات و نوآوری‌های هتل‌مان را مشاهده کنند، آن را به دیگران نیز خواهند گفت. به این ترتیب شمار مسافرهای هتل‌مان روز به روز افزایش می‌یابد. خوشبختانه امروزه بازار فناوری‌های نوین به خوبی پاسخگوی نیازهای مختلف کسب و کارهای گوناگون است. هتلداری نیز در میان یکی از این کسب و کارها قرار دارد. چالش‌های استفاده از نوآوری‌های دنیای تکنولوژی در دو نکته خلاصه می‌شود. از یک‌سو ما باید به طور مداوم وقت کافی برای بررسی آخرین دستاوردهای تازه بگذاریم. از سوی دیگر آشنایی با نحوه استفاده از تکنولوژی‌های تازه در زمینه هتلداری نیز به سادگی روی نمی‌دهد. در این میان کاهش نیاز به طی دوره‌های آموزشی احساس می‌شود. همچنین باید به یک نکته بسیار مهم دیگر نیز توجه داشت. استفاده از تکنولوژی‌های جدید نیازمند برخورداری از بودجه‌ای نسبتا گسترده است. به این ترتیب هتل‌های تازه‌کار یا دارای بودجه محدود باید به سراغ راهکار دیگری باشند. البته این امر به معنای ناتوانی هتل‌های کوچک در زمینه استفاده از نوآوری‌های مبتنی بر فناوری نیست. آنها فقط باید به دنبال بهره‌گیری از تکنولوژی‌های سازگار با میزان بودجه‌شان باشند.

بنا به گزارش کارشناس‌های فناوری به هنگام استفاده و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های تازه باید به نکات ذیل توجه داشت:

- بررسی مداوم بازخوردهای مسافرها به منظور ارزیابی تاثیرگذاری فناوری تازه
- استفاده از سرویس‌های دیجیتال و هوشمند برای زرزو اتاق
- بهره‌گیری از سرویس‌های یکپارچه به منظور مدیریت اتاق‌ها
- اعلام آخرین اخبار و تغییرات در شیوه خدمت‌رسانی به مسافرها از طریق سایت رسمی هتل

علاوه بر استفاده از فناوری‌های بسیار مشهور (رزرو آنلاین اتاق، سیستم دریافت نظرات آنلاین مسافرها و اعلام ایراد اتاق‌ها از طریق سیستم عیب‌یاب یکپارچه) باید توجه ویژه‌ای به طرح‌های تازه نیز داشت، چراکه طرح‌های بسیار مشهور را تقریبا اغلب هتل‌ها استفاده می‌کنند. تمایز اصلی را استفاده سریع از طرح‌های جذاب و تازه رقم می‌زند.

منبع: noobpreneur

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۲۵ خرداد ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۳۰ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

جرأت‌مندی و ابراز وجود چیست و چرا باید رفتار جرات‌مندانه را یاد بگیریم؟

به خواسته خودتان برسید و هم به حقوق طرف مقابل تان احترام بگذارید و رضایت و توافقی دوطرفه حاصل کنید. برای اینکه بتوانید در موقعیت‌های مختلف ابراز وجود کنید لازم است:

- به خودآگاهی و خودشناسی رسیده باشید.
- عزت‌نفس و اعتماد به نفس کافی داشته باشید.
- مهارت نه گفتن را بلد باشید.

- توانایی برقراری ارتباط موثر با دیگران را هم داشته باشید.
- روش‌های گوش دادن فعال را بدانید و بتوانید فعالانه به صحبت‌های طرف مقابل هم گوش دهید.
- احساسات و عواطف دیگران را درک کنید.
- همدلی داشته باشید و از زاویه دید آنها به مسائل نگاه کنید.
چرا باید جرات‌مندانه رفتار کنیم؟

همان‌طور که گفتیم رفتار جرات‌مندانه یکی از ویژگی‌های افراد موفق و توانایی ابراز وجود هم یکی از کارآمدترین ابزارهای افراد موفق در موقعیت‌ها و روابط اجتماعی است. اگر شما نتوانید در موقعیت‌های چالش‌برانگیز جرات‌مندانانه ابراز وجود کنید:

- نه‌تنها احساسات، هیجانات و عواطف‌تان را سرکوب نمی‌کنید و دچار خشم فروخورده نمی‌شوید بلکه می‌توانید به بهترین شکل آنها را مدیریت کنید. با داشتن توانایی مدیریت و کنترل هیجان‌ها در موقعیت‌های مختلف اجتماعی می‌توانید وجهه‌ای مطلوب، تأثیرگذار و قدرتمند از خود در نقش‌های مختلف خانوادگی و اجتماعی به نمایش بگذارید.

- با ابراز وجود کردن در موقعیت‌های نامطلوب در بسیاری از مواقع می‌توانید با در نظر گرفتن خواسته دیگران و احترام گذاشتن به عقیده، نظر و حقوق دیگران به خواسته‌های‌تان برسید و شرایط مطلوب‌تر و خوشایندتری را ایجاد کنید.

- در صورت ابراز وجود حتی اگر به آنچه می‌خواهید هم نرسید نسبت به خودتان احساس خوبی پیدا خواهید کرد؛ چون توانسته‌اید به جای سرکوب‌کردن خود، صادقانه و محترمانه عقیده و خواسته‌تان را ابراز کنید. جرات‌مندی و ابراز وجود کردن سبب ایجاد عزت‌نفس و خودکارآمدی و افزایش اعتماد به نفس می‌شود.
- گاهی ممکن است هنگام ابراز وجود کردن با مخالفت دیگران روبه‌رو شوید، شاید هم دچار درگیری و تنش شوید، اما حتی در صورت بروز چنین حالتی باز هم شما برنده‌اید؛ چون به راه‌های جدید و موثر برای رفع و مقابله با آنها می‌اندیشید و مهارت‌هایی مثل کنترل خشم، حل مساله و حل تعارض را در خود تقویت می‌کنید.

موقعیتی شما را عصبانی و ناراحت می‌کند، اما قادر به بیان ناراحتی و عصبانیت خود نیستید و با رفتارهای منفی مثل طفره‌رفتن، تعلل در انجام کار، طعنه‌زدن، ایراد گرفتن، متلک انداختن و... عصبانیت خود را به‌طور غیرمستقیم نشان می‌دهید. درواقع در این شیوه روش پرخاشگرانه و منفعلانه با هم ترکیب می‌شود.

۴- ابراز وجود کنید

اگر هنگامی که با موقعیت یا رفتار ناخوشایند و آزاردهنده‌ای مواجه می‌شوید، بتوانید حداقل‌ها بین برخورد منفعلانه و پرخاشگرانه را به خوبی در رفتار‌تان رعایت کنید؛ یعنی نه منفعلانه برخورد کنید و نه خشمگین شوید بلکه صادقانه، گویا و با رعایت احترام و ادب عقیده و خواسته خود را مطرح کنید و در صورت لزوم، محترمانه با طرف مقابل بحث، گفت‌وگو و مذاکره کنید و به نتیجه برسید ابراز وجود کرده‌اید.

چگونه می‌توانیم ابراز وجود کنیم؟

ابراز وجود مناسب‌ترین و اثربخش‌ترین واکنش هنگام مواجهه با موقعیت‌های ناخوشایند و چالش‌برانگیز زندگی است. جرات‌مندی و رفتار جرات‌مندانانه جایگزینی مناسب برای رفتارهای پرخاشگرانه و منفعلانه است و دو بعد دارد.

۱- باید در درجه اول احساسات و عواطف‌تان را بشناسید و شیوه‌های صحیح ابراز آنها را بلد باشید.

مثلا اگر همسر‌تان هنگامی که درخواستی دارد با لحنی آمرانه به شما دستور می‌دهد و این نحوه برخورد برای‌تان نامطلوب است - لازم است حسی که هنگام رویارویی با این برخورد به شما دست می‌دهد را بشناسید؛ دقیقا بدانید این رفتار چه حسی در شما ایجاد می‌کند؛ ناراحت می‌شوید یا عصبانی؟ شاید هم سرخورده می‌شوید و در لاک خود فرو می‌روید.

۲- هنگام مواجهه با آن باید بتوانید هیجان منفی ناشی از آن را کنترل کنید. مثلا عصبانی نشوید، قهر نکنید، داد و فریاد راه نیندازید، خشم و ناراحتی‌تان را فرونخورید و...

- باید بتوانید در کمال آرامش و محترمانه احساس‌تان را نسبت به مسأله برای طرف مقابل‌تان بیان کنید. مثلا به همسر‌تان بگویید: «من وقتی به من دستور می‌دهی ناراحت می‌شوم. دوست دارم مودبانه و صمیمانه درخواست کنی کاری رو انجام بدهم.»

۲- همچنین لازم است بتوانید از زاویه دید دیگران هم به مسائل نگاه کنید و فقط خودتان را در نظر نگیرید.

در این صورت است که می‌توانید احساسات و عواطف طرف مقابل را هم درک کنید، به او هم فرصت اظهارنظر بدهید، فضای محترمانه و منصفانه‌ای برای مذاکره و گفت‌وگو ایجاد کنید، هم

قرار گرفتن در موقعیت‌های نامطلوب و آزاردهنده برای همه پیش می‌آید و هر کسی بسته به تجربیات و ویژگی‌هایش در برابر آنها از خود واکنش نشان می‌دهد. عده‌ای وقتی در موقعیت ناخوشایند و غیرمنصفانه‌ای قرار می‌گیرند، منفعلانه برخورد می‌کنند؛ در برابر رفتار ناخوشایند سکوت می‌کنند و واکنش خاصی از خود نشان نمی‌دهند. عده‌ای عصبانی می‌شوند، با اطرافیان درگیر می‌شوند و توهین و پرخاشگری می‌کنند. عده‌ای هم سعی می‌کنند جرات‌مندانانه، صادقانه و محترمانه خواسته‌شان را مطرح کنند. جرات‌مندی یکی از ویژگی‌های افراد موفق است.

برای اینکه بخواهیم جرات‌مندی یا ابراز وجود را تعریف کنیم باید ابتدا شیوه‌های گوناگون رفتاری که ممکن است در موقعیت‌های نامطلوب از خود نشان دهیم را توصیف کنیم. شما در برابر واکنش‌های نامناسب دیگران ممکن است به شیوه‌های زیر عمل کنید.

۱- پرخاشگری کنید

در این حالت احساس خشم ناشی از رفتار طرف مقابل را نمی‌توانید به خوبی کنترل کنید در نتیجه برای بیان احساسات، نیازها، عقاید و خواسته‌های خود دست به پرخاشگری، توهین، فحاشی، داد و بیداد، گریه، جیغ و فریاد و... می‌زنید. اگر شما جزو آن دسته افراد هستید که معمولا به این روش عمل می‌کنید باید بدانید که روش‌های مدیریت و کنترل هیجانات‌تان را یاد نگرفته‌اید و چون قادر نیستید هیجانات خود به‌ویژه خشم‌تان را به شیوه صحیحی مدیریت کنید برای تخلیه هیجانات و غلبه بر احساس ناامنی‌ای که از ناکامی و نرسیدن به خواسته‌های‌تان به شما دست می‌دهد دست به پرخاشگری و اعمال خشونت می‌زنید.

۲- منفعلانه برخورد کنید

رفتار منفعلانه نقطه مقابل رفتار پرخاشگرانه است. در این حالت به دلایل مختلفی مثل ترس از عواقب بعدی، نداشتن اعتماد به نفس و عزت نفس کافی و احساس ناامنی در موقعیت‌های ناخوشایند و در برابر رفتارهای نامناسب دیگران سکوت می‌کنید و واکنشی از خود نشان نمی‌دهید. شاید با برخورد منفعلانه از اختلاف‌نظر، بحث و درگیری جلوگیری کنید اما از درون احساس ناخوشایندی را تجربه می‌کنید؛ غرور‌تان جریحه‌دار می‌شود و احساس بدی نسبت به خود پیدا می‌کنید.

۳- پرخاشگرانه- منفعلانه رفتار کنید

رفتار پرخاشگرانه- منفعلانه یک خشم و تهاجم پنهان و غیرکلامی است که با رفتار منفی بروز پیدا می‌کند. معمولا زمانی که رفتار یا