

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

احتمال کمبود منابع ارزی در صورت ادامه سیاست ارز ۴۲۰۰ تومانی



مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرد سیاست اعطای ارز ارزان قیمت به کالاهای اساسی و سیاست‌هایی از این قبیل که موجب هدررفت منابع ارزی کشور می‌شود، می‌تواند مجدداً کشور را دچار کمبود منابع ارزی...

زرنندی: تحریم‌ها اثر کوتاه‌مدت منفی داشت

۷ برنامه دولت برای رونق تولید

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه تحریم‌ها اثر کوتاه‌مدت منفی داشت که با گذشتن دوره‌ای از این اثر کم شد و خیلی از کشورها دوست داشتند این اثر همچنان ادامه داشته باشد اما نشد، گفت: برای توسعه صنعت به بازگشت ارز حاصل از صادرات نیاز داریم و این ارز باید برگردد. سعید زرنندی در نشست خبری با اشاره به اینکه سال ۹۷ سخت‌ترین شرایط ممکن را شاهد بودیم با توجه به تغییراتی که در حوزه ارتباطات بین‌المللی داشتیم، کار برای حوزه صنعت و معدن سخت شد. اظهار داشت: در پایان سال ۹۷ سعی شد به گونه‌ای عمل کنیم که مسائلی که اثرات تخریبی دارد، اصلاح شود. بنابراین سال ۹۸ با این نگاه عمل کردیم که موضوعات و مباحث را با نگاه فرصت‌محور جلو ببریم. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه برای رونق...

تدوین ۴ حوزه سیاست‌گذاری و ۳۴ برنامه عملیاتی

جزئیات بسته ارزی و بودجه‌ای وزارت اقتصاد برای «رونق تولید»

مدیریت و کسب و کار



ایمان ماسک: طرح اولیه خودروی دوزیست آبی خاکی تسلا آماده است

- معرفی برترین استارت‌آپ‌های خدمات آموزشی
- ۹ ویژگی ضروری برای کارآفرینان موفق
- چگونه بهترین ارتباط را با کارمندان دور کار برقرار کنیم؟
- راهکارهای استفاده از ترند TBT در بازاریابی دیجیتال
- ۱۱ روش برای نوشتن یک عنوان تبلیغاتی قدرتمند
- اتحاد برندها برای توسعه و زندگی پایدار

۸ تا ۱۶

پیشنهاد سازمان برنامه و بودجه درباره درآمدهای دولت از نفت



یادداشت

ارزی که هزینه «نان» نشود
هزینه جام می‌شود

مهدی تقوی
استادبازنشسته دانشگاه علامه طباطبائی

صرفه‌جویی ارزی از الزامات دوره جنگ اقتصادی است. در این دوره لازم است مصارف ارزی به حداقل خود کاهش یابد. حالا باید دید کاهش مصارف ارزی با توجه به چه مواردی اتفاق خواهد افتاد؟ در ایران جا افتاده که صرفه‌جویی ارزی باید از ساده‌ترین راه ممکن اتفاق بیفتد. در حال حاضر تا از ارز صحت می‌کنیم اساسی و دارو را پیش می‌کشند و خواستار حذف آن هستند؛ حال آنکه در عمل اگر نظارت کافی باشد، این منابع برای غذای و داروی مردم فرودست کشور هزینه می‌شود، همان بخشی که هیچ نقشی در ایجاد مشکلات و تصمیم‌گیری‌های غلط نداشتند. در مقابل کالاهای لوکس متعددی که با ارز نیمایی یا آزاد تهیه می‌شوند از نظرها دور مانده است. این‌طور گفته می‌شود که اکنون فصل نقل و انتقال تیم‌های فوتبال ایران است و هر روز خبر جذب یک مربی یا بازیکن خارجی به گوش می‌رسد. چندی پیش نیز برای تیم ملی پس از چند سال همکاری با مربی پرتغالی، یک مربی...

بلا تکلیفی ۱۱ میلیارد دلار ارز صادراتی

موضوع بازگشت ارز حاصل از صادرات مدتی است که مورد توجه قرار گرفته و در این بین منابع ارزی خارج‌شده در پوشش صادرات ارزی هم موضوع حائز اهمیتی است. به گزارش خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان، معضلی به نام صادرات ریالی که جای خالی بازگشت ارز آن به کشور ملموس به نظر می‌رسد، رقمی بالغ بر ۸ تا ۱۱ میلیارد دلار این صادرات به صورت منابع ارزی رسماً از ایران خارج و به کشور بازگشته است. موضوعی که در بخشنامه ۲۱ اردیبهشت معاون اول رئیس‌جمهور، صادرات ریالی به بازار عراق و افغانستان از بند پ بخشنامه ارزی مذکور مستثنی شده و منجر شد تا صادرکنندگان عملاً بدون تعهد ارزی به صادرات ریالی خود از طریق بورس کالا بپردازند.

پای دلان خارجی در میان است

روند صادرات ریالی به این صورت است که دلان خارجی فعال در بازار صادراتی ایران با تولیدکننده‌هایی که قدرت نقدینگی لازم را ندارند وارد معامله می‌شوند و از آنجایی که فروشنده یا همان صادرکننده باید تمام مخارج حمل و نقل را تا زمان تحویل بپردازد و خطرات احتمالی را بپذیرد و به خرج خودش مجوزهای صدور یا هر مجوز دولتی دیگری که در این فرآیند نیاز است را فراهم کند، دلان خارجی این ریسک را به ازای خرید با پول ملی فروشنده به جان می‌خرند تا کالای مورد نظر را با سود بیشتری به کشور خود ببرند. همچنین باید به خرج صادرکننده، کالا بسته‌بندی شود. هزینه‌های کنترل کالا و مستندهای متعارف برای اثبات تحویل کالا روی عرشه کشتی نیز برعهده صادرکننده است. در نتیجه این گروه از تولیدکنندگان به دلیل اینکه قدرت و نقدینگی لازم را ندارند، تن به معاملاتی از این دست می‌دهند، اما زمین برای تاخیر واسطه‌ها در این شرایط فراهم‌تر است. دلان‌ها، کالاها را با قیمت ارزان‌تری از این بنگاه‌ها خریداری می‌کنند و حتی پرداخت‌های آنها به‌صورت ریالی بلندمدت تعیین می‌شود. از طرفی شرکت‌های اشاره‌شده، زیر بار تعهد ارزی و ارائه کارت بازرگانی نمی‌روند. از این‌رو پای کارت‌های اجاره‌ای بازرگانی هم به این مملکت باز می‌شود.

البته این نوع صادرات ریالی از نوع رسمی و به صورت فعالیت شرکت‌های پتروشیمی در بازار سرمایه صورت می‌گیرد، هرچند مدیرعامل بورس کالا در این زمینه معتقد بود که خریدار خارجی برای خرید کالا در رینگ بین‌المللی ارز را وارد کشور می‌کند، اما آن را به بازار آزاد و تقریباً توسط دلان ارزی تبدیل به ریال می‌کند.

معضلی که علاوه بر خروج سرمایه ملی از کشور، موضوعات پیچیده دیگری از جمله نرخ‌های هراتی و سلیمانیه ارز را با خود درگیر می‌کند، به زبانی ساده‌تر صادرات ریالی یعنی فروشنده با پول ملی کشور خودش کالایی را به کشور مقصد بفروشد، این نوع صادرات بیشتر راجع کشورهای همسایه یا کشورهای هم‌جوار است که ایران به آنها رفت و آمد زیادی دارد رخ می‌دهد. مثلاً فروشنده ایرانی به میزان قابل توجهی مواد شیمیایی را به کشور عراق فروخته و به ازای ارز بین‌المللی (دلار و یورو) ریال ایران دریافت می‌کند. حال اولین سوالی که پیش می‌آید این است که چطور کشوری که پول ملی ایران را ضرب نمی‌کند، می‌تواند با پول رسمی ما کالایی را خریداری کند. در پاسخ به این سوال می‌توان گفت ریال موجود در عراق حاصل تبدیل ریال به دلار برخی تجار یا مسافران ایرانی در این کشورهاست.

اما آیا صادرات ریالی روش متداولی در سطح بین‌المللی است؟ پاسخ این سوال کاملاً مشخص است که این نوع صادرات غیررسمی و به میزان قابل توجهی منجر به کاهش ارزش کالاهای ملی می‌شود؛ موضوعی که شاید در شرایط بحران و جنگ اقتصادی از حدودی برای افزایش ارزش پول ملی موثر باشد، اما در کل هیچ منفعت و سودی را به کشور وارد نمی‌کند، چرا که هدف از صادرات کسب قدرت خرید در بازار جهانی است و این نوع صادرات نه تنها ارزی

سومین جشنواره فیلم 180 ثانیه‌ای پاسارگاد



3rd PASARGAD SHORT FILM FESTIVAL

مهلت ارسال آثار - پایان آرمرداد سال ۱۳۹۸

محورهای جشنواره:

- مسئولیت‌های اجتماعی در زمینه‌های تکریم خانواده، حفظ منابع طبیعی و محیط زیست، اهدای عضو و همدمی و همبستگی ملی در مواجهه با بلایای طبیعی
- حمایت از تولید ملی در بستر اقتصاد مقاومتی
- بخش جنبی با محوریت ایده‌هایی که در هر بخش امکان ساخت نیافته‌اند

جوایز جشنواره:

- تندیس جشنواره به همراه دیپلم افتخار و جایزه نقدی



دبیرخانه جشنواره • تلفن: ۰۳۱-۸۲۸۹۳۰۳۰
www.pasargadfilmfest.ir

ارزی که هزینه «نان» نشود هزینه جام می شود

مهدی تقوی

استادبازنشسته دانشگاه علامه طباطبائی

صرفه‌جویی ارزی از الزامات دوره جنگ اقتصادی است. در این دوره لازم است مصارف ارزی به حداقل خود کاهش یابد. حالا باید دید کاهش مصارف ارزی با توجه به چه مواردی اتفاق خواهد افتاد؟

در ایران جا افتاده که صرفه‌جویی ارزی باید از ساده‌ترین راه ممکن اتفاق بیفتد. در حال حاضر تا از ارز صحبت می‌کنیم برخی بحران ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی برای تامین کالاهای اساسی و دارو را پیش می‌کشند و خواستار حذف آن هستند؛ حال آنکه در عمل اگر نظارت کافی باشد، این منابع برای غذای و داروی مردم فرودست کشور هزینه می‌شود، همان بخشی که هیچ نقشی در ایجاد مشکلات و تصمیم‌گیری‌های غلط نداشتند. در مقابل کالاهای لوکس متعددی که با ارز نیمایی یا آزاد تهیه می‌شوند از نظرها دور مانده است. این‌طور گفته می‌شود که اکنون فصل نقل و انتقال تیم‌های فوتبال ایران است و هر روز خبر جذب یک مربی یا بازیکن خارجی به گوش می‌رسد. چندی پیش نیز برای نیم ملی پس از چند سال همکاری با مربی پرتغالی، یک مربی خارجی دیگر جذب شد. شخصا در رابطه با مسائل فنی فوتبال به دلیل بی‌اطلاعی، نظری ندارم اما می‌توان حدس زد از نظر فنی مربیانی که از کشورهای صاحب فوتبال می‌آیند، از نظر فنی شرایط بهتری از مربیان ایرانی دارند. در این مورد بحثی نمی‌توان داشت اما مساله اینجاست که چه قیمتی برای افزایش بازدهی در تیم‌های فوتبال خود می‌پردازیم؟

کسی نمی‌تواند کیفیت بالاتر مربیان خارجی را نسبت به مربیان داخلی کتمان کند، اما در مابقی کالاها نیز می‌تواند باشد؛ از خودرو تا کروات کیفیت خارجی‌ها بالاتر است ولی هنگامی که مساله نان در کشور مطرح است، نباید تردیدی به خود راه داد که اولویت باید سفره فرودستان باشد. به عنوان مثال می‌توان همین مساله را در مورد خودروهایی خارجی نیز مطرح کرد؛ بنز، ب ام و، مازراتی، فراری، لامبورگینی و... قطعا ماشین‌های بهتری از تولیدات داخلی ایران هستند ولی نمی‌توان به صرف همین نکته منابع کشور را خرج واردات این کالاها کرد زیرا در شرایطی که کشور با افزایش خط فقر و گرفتاری مردم رو به رو است و حتی در ماه‌های آینده احتمالا پدیده گرسنگی در کشور گسترده‌تر از همیشه خواهد شد، دلار نفتی خود را نباید برای کالاهایی صرف کرد که فقط عده‌ای می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. آن هم افرادی که در بحران اخیر نتنها به مشکلی دچار نشدند بلکه بر میزان دارایی‌های نجومی آنها افزود.

احتمالا اقتصاد فوتبال از کل اقتصاد کشور سهم چندانی ندارد و هزینه‌ای که صرف این مربیان و بازیکنان می‌شود نباید بیش از ۱۰۲۰ میلیون دلار در سال باشد، ولی این را می‌توان به عنوان نمونه‌ای از هزینه‌هایی مدنظر داشت که در سخت‌ترین روزها صرف می‌شود. آیا نهاد متولی این قبیل اقدامات و وزارت ورزش با خود اندیشیدانه این پول‌ها یا چه مشکلاتی تهیه می‌شوند و به چه راحتی هدر می‌روند؟ دونالد ترامپ نیز خود را برای فشار حداکثری بر ایران جزم کرده و در ایران نیز همچنان در بر همان پاشنه پیشین می‌گذرد. صرف کیفیت بالاتر توجیه‌کننده هزینه‌کردن منابع ارزی نمی‌شود. این در شرایطی است که کارگران و کارکنان هر روز با تضعیف معیشت و قدرت خرید دست و پنجه نرم می‌کنند و هر روز تأمین هزینه‌های اولیه سخت‌تر از قبل است و به نظر می‌رسد باز هم دولت قصد دارد راحت‌ترین کار را انجام دهد، یعنی ارز کالاهای اساسی را حذف کند. کاش به جای هزینه‌هایی که برای «دیوانگی» پرداخت می‌شود نیز وسواس داشتند ولی...

منبع: خبر آنلاین

بحث روی‌بودن قوانین بازار پایه توسط کمیته فقهی سازمان بورس رد شد

نایب‌رئیس هیات مدیره و معاون نظارت بر بورس‌ها و ناشران سازمان بورس و اوراق بهادار گفت کمیته فقهی اعلام کرد که هیچ‌گونه اشکالی مبنی بر روی‌بودن دستورالعمل‌های جدید بازار پایه فرابورس وجود ندارد. حسن امیری در حاشیه نشست لیگ ستارگان بورس در جمع خبرنگاران درخصوص مقررات جدید بازار پایه فرابورس گفت: سازمان بورس هفته گذشته برای رفع ابهامات این قوانین جلسهای را با حضور نهادها و فعالان این حوزه برگزار کرد. وی با بیان اینکه اعضای کمیته فقهی بورس موضوع غیرشرعی بودن معاملات بازار پایه را مورد بررسی قرار دادند، افزود: مسئولان مربوطه کل فرآیند را توضیح دادند که آیا با توجه به اتفاقات رخ داده بحثی مبنی بر غیرشرعی و یا ربوی بودن دستورالعمل‌های جدید وجود دارد یا خیر؟

نایب‌رئیس هیات مدیره و معاون نظارت بر بورس‌ها و ناشران سازمان بورس و اوراق بهادار گفت: از جمله مسائلی که مورد بحث قرار گرفت این است که دانستن مظنه مهم است و یا قیمت‌های معاملاتسی؟ بخشی از ایراد این موضوع این است که قوانین به درستی توضیح داده نشده و اینکه گفته می‌شود که سفارشات، پنهان می‌شود به چه معناست و چه بخشی از معاملات دیده نمی‌شود؟ این موضوع در ابتدا باید شفاف‌سازی می‌شد و به دلیل عدم ارائه هیچ‌گونه توضیح مناسبی در این زمینه برخی از ابهامات را با خود به همراه داشت. وی با بیان اینکه موضوعی که مدنظر بود این است که سه مظنه قیمتی که از نظر حجم و مبلغ دیده می‌شود قرار بود در دستورالعمل جدید در بخش خرید و فروش، دیده نشوند، گفت: در این خصوص چنین حاشیه‌هایی به وجود آمد که آیا این موضوع مشکلی را در معامله ایجاد می‌کند یا خیر که کمیته فقهی به صراحت اعلام کرد به هیچ عنوان این مساله، مشکلی را در معاملات به وجود نمی‌آورد زیرا قیمت معامله مشخص و خریدار و فروشنده نسبت به عدد موردنظر آگاهی دارند، همچنین بازار به صورت لحظه‌ای گزارش می‌کند که قیمت نهایی به چه ترتیب محاسبه و در نهایت به چه رقمی می‌رسد.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه تحریم‌ها اثر کوتاه‌مدت منفی داشت که با گذشتن دوره‌ای از این اثر کم شد و خیلی از کشورها دوست داشتند این اثر همچنان ادامه داشته باشد اما نشد، گفت: برای توسعه صنعت به بازگشت ارز حاصل از صادرات نیاز داریم و این ارز باید برگردد.

سعید زرنندی در نشست خبری با اشاره به اینکه سال ۹۷ سخت‌ترین شرایط ممکن را شاهد بودیم با توجه به تغییراتی که در حوزه ارتباطات بین‌المللی داشتیم، کار برای حوزه صنعت و معدن سخت شد، اظهار داشت: در پایان سال ۹۷ سعی شد به گونه‌ای عمل کنیم که مسائلی که اثرات تخریبی دارد، اصلاح شود. بنابراین سال ۹۸ با این نگاه عمل کردیم که موضوعات و مباحث را با نگاه فرصت‌محور جلو ببریم.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه برای رونق تولید، مشکلات موجود را بررسی کردیم و برنامه سال ۹۸ را بر دو اصل نگاه به مقاله با تحریم‌ها و رونق تولید تعریف کردیم، عنوان کرد: شاخص‌های کلان نشانگر برخی چالش‌های کشور بود. برای مثال، مباحثی که در راستای طرح توسعه نساجی و پوشاک در برنامه داریم، بود، بنابراین نیاز بود مباحث مربوط به ارز مدیریت بیشتری شود. البته مسئول تأمین ارز بانک مرکزی است، اما ما سعی کردیم شرایط را برای واحدهای تولیدی مدنظر قرار دهیم.

زرنندی با اشاره به افزایش هزینه‌های تولید و بی‌ثباتی در سیاست‌ها، تصریح کرد: ما در وزارتخانه سعی کردیم در نیمه دوم سال ۹۷ کمترین مقدار بخشنامه را داشته باشیم و در سال ۹۸ نیز فضا را تثبیت کنیم.

وی با بیان اینکه مشکلی که در سال ۹۸ داریم، کمبود نقدینگی واحدهای تولیدی است، متذکر شد: بیمه تأمین اجتماعی، مالیات و گمرکات نیز سه مشکل فعلی تولید است.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به افزایش نرخ ارز، حدود ۸۹.۵درصد هزینه‌های کالاهای وارداتی در حوزه تولید بالا می‌رود.

۷ برنامه رونق تولید

زرنندی اظهار داشت: ما همه مشکلات را به مسائل بیرونی ارتباط ندادیم و نگاه ما در تدوین برنامه، نگاه با فضای سخت و مشکل بود. بر این اساس برنامه‌ها در هفت محور توسعه تولید و تعمیق ساخت داخل، توسعه صادرات غیرنفتی، توسعه معادن و صنایع معدنی، استفاده از شرکت‌های دانش بنیان، مدیریت بازار و ساماندهی لجستیک، بهبود فضای کسب و کار و تأمین مالی و توسعه سرمایه‌گذاری تنظیم شد. وی با بیان اینکه به سمنتی می‌رویم که یک طرح ملی برای تعمیق ساخت داخل داشته باشیم که اولین گام شناسایی نیازها با تحلیل وضعیت نوع کالاهایی است که وارد می‌شوند، عنوان کرد: از ۲۲

زرنندی: تحریم‌ها اثر کوتاه‌مدت منفی داشت

۷ برنامه دولت برای رونق تولید



میلیارد دلار واردات سال ۹۷ حدود ۳۵ میلیارد دلار آن مربوط به بخش صنعت است.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: ۵۵ کد تعرفه‌ای به ارزش ۱۲ میلیارد دلار، بیشترین سهم را در واردات این بخش داشته است، موضوع نیاز دستگاه‌ها را نیز در برنامه داریم.

زرنندی متذکر شد: فعال‌سازی ظرفیت خالی واحدهای تولیدی کشور را در برنامه کاری خود قرار دادیم که احیای واحدهای راکد و احیای ظرفیت واحدهایی که زیر ظرفیت کار می‌کنند را شامل می‌شود.

وی یادآور شد: جذب سرمایه‌گذاری برای جایگزینی واردات را در برنامه کاری داریم که هدف‌گذاری ۳ میلیارد دلاری را انجام دادیم.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه رویکرد وزارتخانه این است که تا حد امکان، واحد ایجادی جدید نداشته باشیم و به سمت فعال‌سازی و احیا و تکمیل ظرفیت واحدهای موجود برویم، تصریح کرد: هدف‌گذاری توسعه و رشد ۲۵درصدی صنایع نساجی و پوشاک را در راستای طرح توسعه نساجی و پوشاک در برنامه داریم. همچنین توسعه صنایع دریایی، ریلی و لوازم خانگی را در دستور داریم. ایجاد ۱۳ هزار و ۱۰۰ واگن در دستور کار است.

برنامه آتی صادرات غیرنفتی

زرنندی اظهار داشت: در موضوع صادرات غیرنفتی صادرات به ۱۵ کشور را در دستور کار داریم. حدود ۲۳.۴ میلیارد دلار از مجموع ۴۶ میلیارد دلار کل صادرات کشور در سال ۹۷ مربوط به این ۱۵ کشور هم‌مرز یا نزدیک به ما است.

وی یادآور شد: در بهبود فضای کسب و کار اصلی‌ترین کار وزارتخانه ساماندهی و توسعه سامانه‌های الکترونیکی ما است.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: ایجاد هلدینگ‌های سرمایه‌گذاری توسط خود مردم در موضوع سرمایه‌گذاری و صادرات را در دستور کار داریم.

زرندی افزود: از لحاظ نمره‌ای بهبود فضای کسب و کار در کشور رشد کرده است، بیشترین بهبود را در تجارت فرامرزی داریم که از رتبه ۱۶۶ در سال ۲۰۱۸ به رتبه ۱۲۱ در ۲۰۱۹ رسیدیم.

زرنندی همچنین با بیان اینکه تمرکز در حوزه بازار سرمایه را در دستور کار داریم، گفت: سرجم تسهیلات ارائه‌شده بانک‌ها از ۳۱درصد در سال ۹۲ به ۲۸درصد رسید که بهبود این نرخ را در دستور کار داریم.

وی افزود: شعار رونق تولید که توسط رهبری ارائه شد، نقطه‌ای محوری برای فرآیندهای تصمیم‌گیری است.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت عنوان کرد: موضوع ساماندهی مالیات بر ارزش افزوده که یک دغدغه مهم برای تولید است را داریم

تدوین ۴حوزه سیاست‌گذاری و ۳۴ برنامه عملیاتی

جزئیات بسته ارزی و بودجه‌ای وزارت اقتصاد برای «رونق تولید»

می‌باشند:

- سیاست‌های ارزی و تجاری
 - توسعه بازارهای صادراتی و نگاه مجدد به برنامه‌های جایگزینی واردات
 - سیاست‌های ارزی برای رونق تولید
 - تثبیت و تعمیق بازار ارز از طریق جریان‌سازی نوآورانه و ارتقای جریان تبادل اطلاعات
- سیاست‌های پولی و اعتباری
 - تجهیز منابع مالی جدید برای تأمین مالی بنگاه‌های تولیدی
 - اصلاحات کوتاه‌مدت نظام بانکی و تقویت رویکرد بانکداری توسعه‌ای
 - ایزاسازی برای کنترل تورم انتظاری
- سیاست‌های مالی و بودجه‌ای
 - توسعه بازار بدهی برای ایجاد ظرفیت جدید ایجاد بدهی دولت
 - سیاست‌های بهبود فضای کسب و کار
 - شناسایی و رفع موانع کلیدی مخل کسب و کار
 - تقویت جریان فیزیکی و مالی زنجیره تولید برای رونق تولید.

یادداشت

حادثه نفتکش‌ها جلودار کاهش هفتگی نفت نشد

به‌های معاملات نفت روز جمعه یک روز پس از اینکه دو نفتکش در تنگه هرمز هدف حمله قرار گرفتند و نگرانی‌ها نسبت به مختل شدن عرضه جهانی نفت تشدید شد افزایش یافت اما این رویداد نتوانست از سقوط هفتگی نفت جلوگیری کند.

به گزارش ایسنا، بهای معاملات آتی وست تگزاس اینترمدیت آمریکا در بازار نیویورک با ۲۳ سنت یا ۰.۴ درصد افزایش، در ۵۲.۵۱ دلار در هر بشکه بسته شد. حمله به نفتکش‌ها باعث شد قیمت‌ها در روز پنجشنبه ۲.۲ درصد افزایش پیدا کنند، اما این افزایش نتوانست ریزش ۴ درصدی قیمت‌ها در روز چهارشنبه را جبران کند. در نتیجه شاخص قیمت نفت آمریکا برای کل هفته ۲.۷ درصد کاهش نشان داد. بهای معاملات آتی نفت برنت ۷۰ سنت یا ۱.۱ درصد افزایش یافت و در ۶۲.۰۱ دلار بسته شد. نفت برنت که پس از انتشار خبر حمله به نفتکش‌ها ۲.۲ درصد افزایش پیدا کرده بود برای کل هفته ۲ درصد کاهش به ثبت رساند. با وجود جهش بیش از ۲ درصدی قیمت نفت در معاملات پنجشنبه، بهای نفت به دلیل تداوم تنش‌های تجاری میان آمریکا و چین که انتظارات برای کندی تقاضا برای انرژی در سطح جهانی را بالا برده است، با کاهش هفتگی روبه‌رو شد. آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش تازه‌ای پیش‌بینی خود از رشد تقاضای جهانی برای نفت را کاهش داد و اعلام کرد، عرضه فراوانی برای تأمین رشد تقاضا وجود دارد.

به گفته تایلر ریچی، یکی از دبیران نشریه «سون ریپورت ریسر»، ناآرامی ژئوپلیتیکی از قیمت‌های نفت پشتیبانی کرد و با توجه به رویدادهای زمینه‌ساز برای رشد چشمگیر قیمت‌ها ایجاد کرد، اما همزمان عوامل عرضه و تقاضا وخامت پیدا کردند. بهای نفت روز چهارشنبه در واکنش به رشد بیش از حد انتظار ذخایر نفت آمریکا افت چشمگیری را متحمل شده بود. نگرانی‌های فزاینده نسبت به دورنمای تقاضا برای انرژی به دلیل تشدید تنش‌های تجاری میان آمریکا و چین نیز قیمت این کالا را تحت فشارهای کاهش‌ی بیشتری قرار داد.

آژانس بین‌المللی انرژی برای دومین ماه متوالی پیش‌بینی خود از رشد تقاضای جهانی برای نفت را مورد بازنگری قرار داد و کمتر کرد. این آژانس پیش‌بینی خود از رشد تقاضای جهانی برای نفت را از ۱.۳ میلیون بشکه در روز به ۱.۲ میلیون بشکه در روز کاهش داد. اوپک نیز در آخرین گزارش ماهانه خود نرخ رشد مورد پیش‌بینی از تقاضای جهانی برای نفت در سال میلادی جاری را کمتر کرد. آژانس بین‌المللی انرژی برای سال ۲۰۲۰ پیش‌بینی کرد تقاضا برای نفت ۱.۴ میلیون بشکه در روز رشد می‌کند.

اداره اطلاعات انرژی آمریکا روز چهارشنبه دومین رشد هفتگی متوالی سطح ذخایر نفت این کشور را گزارش کرده بود، با این حال شرکت خدمات انرژی بیکر هیوز روز جمعه اعلام کرد شمار دکل‌های حفاری نفت آمریکا هفته گذشته برای دومین هفته متوالی کاهش پیدا کرده است که از کندی احتمالی فعالیت حفاری حکایت داشت. براساس گزارش مارکت واچ، بازار همچنین منتظر تصمیم اوپک و متحدانش درباره تمدید یا عدم تمدید توافق کاهش تولید در نیمه دوم سال میلادی جاری است.

معافیت خرید گاز و برق از ایران برای دولت عراق ۳ ماه تمدید شد

معافیت خرید گاز و برق از ایران برای دولت عراق سه ماه تمدید شد و این کشور تا ۹۰ روز دیگر از ایران انرژی خریداری می‌کند. به گزارش گروه اقتصاد بین‌الملل خبرگزاری فارس به نقل از دشتال، معافیت‌های تحریمی دولت عراق برای خرید گاز و برق از ایران تا سه ماه دیگر تمدید شد.

براساس این گزارش آمریکا برای دولت عراق تا سه ماه دیگر مجوز داده تا خرید گاز و برق از ایران را ادامه دهد. بخش نفت و گاز دولت عراق بیانیه داده که مایک پمپو وزیر امور خارجه آمریکا خرید گاز و برق از ایران را برای دولت عراق تا ۹۰ روز دیگر تمدید کرده که اگرچه تاکنون مقام رسمی آن را تأیید نکرده است. بر این اساس عراق به شدت به خرید برق و گاز از ایران وابسته است و تقاضای برق در این کشور نسبت به تولید بالاست و نگرانی وجود دارد که در زمان پیک تقاضای برق در تابستان در صورت کاهش صادرات برق از ایران ناپایداری در عرضه و تقاضا ایجاد شود. در حال حاضر عراق به دنبال آن است که زیرساخت‌های تخریب‌شده تولید برق و گاز در دوره جنگ را بهبود بخشد. اخیراً عادل عبدالمهدی نخست‌وزیر عراق مذاکره‌ای در این باره با وزیر امور خارجه عراق داشته و این تصمیم پس از این دیدار صورت گرفته است. پیش از این وزیر نفت و انرژی عراق اعلام کرد، در حال حاضر هیچ گزینه‌ای مناسب‌تر از ایران برای خرید گاز و برق نداریم مسیر ایران هم نزدیک است و هم ارزان. وی گفته بود: ما همه گزینه‌ها را که می‌شد گاز و برق خریداری کنیم بررسی کردیم و به این نتیجه رسیدیم که گزینه‌ای برای جایگزینی ایران وجود ندارد.

توافق روسیه و اتحادیه اروپا برای حذف تدریجی دلار از مبادلات دوجانبه

منابع خبری از توافق روسیه و اتحادیه اروپا برای حذف تدریجی دلار از مبادلات دوجانبه خبر می‌دهند. به گزارش ایسنا به نقل از راشا تودی، این توافق پس از آن صورت می‌گیرد که رئیس‌جمهور روسیه، استفاده از دلار به عنوان ابزار فشار توسط آمریکا را محکوم کرده بود.

رسانه‌های روسی به نقل از آندری لاوروف، سخنگوی وزیر دارایی روسیه اعلام کردند که در جریان دیدار این وزیر روسی با ماروش سوکویچ، معاون کمیسر انرژی اتحادیه اروپا، دو طرف بر سر ایجاد یک کارگروه مشترک برای استفاده از یورو و روبل در مبادلات دوجانبه به منظور جایگزینی دلار به توافق رسیده‌اند. هر دو طرف اخیراً به منظور کاهش ریسک‌های خارجی بر سر فعالیت شرکت‌های روسی و اروپایی بر اهمیت استفاده از ارزهای ملی در مبادلات تأکید کرده‌اند. در جریان این دیدار همچنین موضوع مشارکت شرکت‌های اروپایی در پروژه‌های روسی مورد بحث قرار گرفت و طرف روسی برای رفع موانع سرمایه‌گذاری اروپایی‌ها در روسیه اعلام آمادگی کرد.

پیش‌تر ماکسیم اورشکین، وزیر اقتصاد روسیه در مصاحبه با بلومبرگ گفته بود که دلار به تدریج در حال دست دادن سهم خود از بازارهای جهانی است چراکه ترکیه، چین و بسیاری از کشورهای دیگر سهم یورو از ذخایر ارزی خود را افزایش داده‌اند و این مساله شامل حال روسیه نیز می‌شود.

روسیه در سال‌های اخیر اقدامات متعددی برای کاهش وابستگی خود به دلار انجام داده است که مهم‌ترین آن تبدیل دلاری‌های دولتی به ذخایر طلا و ارز بوده است. روسیه همچنین مذاکرات گسترده‌ای با دیگر کشورها برای استفاده از ارزهای ملی را آغاز کرده است.

کمیسرین اروپا از سال ۲۰۱۸ تصمیم گرفت که نقش یورو در مبادلات جهانی را تقویت کند که استفاده از یورو در مبادلات مربوط به انرژی نیز یکی از همین اقدامات است.



بعد از گذشت چند ماه به تأمین ارز با این قیمت برای کالاهای اساسی تعدیل شد، می‌گذرد. این فرصت شواهد و دلایل کافی برای قضاوت در ارتباط با کارایی این سیاست را در اختیار همگان قرار داده است. مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش‌های مختلف منجمله گزارش «ارزیابی نتایج اختصاص ارز با نرخ ترجیحی و پیشنهادهای اصلاحی» به شماره مسلسل ۱۶۲۸۴ به بررسی این موضوع پرداخت. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که سیاست تخصیص ارز ترجیحی به کالاهای اساسی و نهادهای آنها در دستیابی به هدف خود یعنی ثبات قیمت کالاهای نهایی برای مصرف‌کننده به دلیل ضعف حکمرانی در بخش‌های مختلف کشور، کارآمد نبوده است. از طرف دیگر اجرای این سیاست پیامدهای منفی قابل توجهی مانند گسترش فساد به همراه داشته است. یکی از مهم‌ترین پیامدهای این سیاست افزایش تقاضا برای واردات کالاهای مشمول به جهت تأمین مصارف کشورهای همسایه از طریق قاچاق صادراتی و بالطبع افزایش تقاضای ارز برای این کالا بوده است، لذا در صورتی که سیاست تأمین ارز با نرخ ترجیحی (حمایت از مبدأ) با انواع دیگری از سیاست‌های حمایتی جایگزین شود، بخشی از مصارف ارزی کاهش می‌یابد.»

پیشنهاد سازمان برنامه و بودجه درباره درآمد دولت از نفت

است: اهمیت صنعت نفت و گاز در کشور به عنوان تأمین‌کننده انرژی مورد نیاز کشور و تأمین‌کننده درآمدهای ارزی و ربالی دولت در بودجه‌های سالانه بسیار زیاد است. استخراج و بهره‌برداری مناسب از ذخایر نفت و گاز کشور سبب افزایش درآمدهای این بخش خواهد شد. البته این مهم نیازمند اتخاذ سیاست‌هایی در جهت تأمین مالی مطمئن و کافی برای تشکیل سرمایه در اکتشاف و توسعه میادین نفت و گاز، استخراج بهینه در طول عمر مخازن، بهره‌برداری با حداکثر کارایی اقتصادی و ایجاد ارزش افزوده بیشتر است. ایجاد یک رابطه مالی مناسب بین شرکت ملی نفت در نقش مدیریت صنعت نفت و گاز و دولت به عنوان سیاست‌گذار کلان و مالک منابع و ذخایر نفت و گاز، زمینه‌ساز اصلاحات بنیادین در بخش نفت و گاز کشور است. توزیع درآمد بین مالک ذخایر نفت و گاز، شرکت ملی نفت و صندوق توسعه ملی باید به گونه‌ای باشد که هم درآمدهای دولت حداکثر شود و هم شرکت ملی نفت بتواند با تأمین منابع مالی لازم به فعالیت اکتشاف، استخراج و بهره‌برداری و فروش نفت و گاز با حداکثر کارایی بپردازد و صندوق توسعه ملی نیز بتواند وظیفه توسعه‌ای و ثبات‌سازی خود را انجام دهد.

* درآمد شرکت نفت باید مستقل از قیمت نفت اما تابعی از تولید آن باشد

مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرد سیاست اعطای ارز ارزان قیمت به کالاهای اساسی و سیاست‌هایی از این قبیل که موجب هدررفت منابع ارزی کشور می‌شود، می‌تواند مجدداً کشور را دچار کمبود منابع ارزی کرده و نوسان شدید نرخ ارز را در پی داشته باشد.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با انتشار گزارشی با عنوان «برنامه اداره کشور بدون نفت» تأکید کرد خلع سلاح طرف مقابل از بازی تسلیحاتی‌سازی نفت علیه کشورمان راه اصلی پیروزی در نبرد تحریمی و فرصتی بزرگ برای اصلاح ساختار اقتصاد ایران است.

احتمال نوسان شدید نرخ ارز با تداوم سیاست تخصیص ارز ترجیحی به کالاهای اساسی در بخشی از گزارش بازاری کارشناسی مجلس درباره ملاحظات و نکات مرتبط با عملیات بودجه آمده است: «نوسانات نرخ ارز که از عوامل بسیار اثرگذار بر نرخ تورم خواهد بود نیز به شدت تحت تأثیر سیاست‌گذاری‌ها قرار دارد. سیاست اعطای ارز ارزان قیمت به کالاهای اساسی و سیاست‌هایی از این قبیل که موجب هدررفت منابع ارزی کشور می‌شود، می‌تواند مجدداً کشور را دچار کمبود منابع ارزی کرده و مانند شهریور سال گذشته نوسان

پیشنهاد سازمان برنامه و بودجه در راستای کاهش وابستگی بودجه به نفت عبارت است از: الف- درآمد دولت از نفت باید مستقل از قیمت و تولید نفت باشد و ب- درآمد شرکت نفت نیز باید مستقل از قیمت نفت اما تابعی از تولید آن باشد.

به گزارش فارس، همزمان با ارائه لایحه بودجه ۹۸ به مجلس شورای اسلامی در دی ماهارسال، دستور مقام معظم رهبری به دولت برای اصلاح ساختاری بودجه رسانه‌ای شد. براساس این دستور، دولت چهار ماه فرصت داشت پیشنهاد خود در این زمینه را به مجلس و شورای عالی هماهنگی اقتصادی ارائه دهد. در همین راستا، اخیراً سازمان برنامه و بودجه کشور گزارشی با عنوان «چارچوب اصلاحات ساختاری بودجه» در چهار محور اصلی آماده و رسانه‌ای کرد و قرار است به زودی این گزارش در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی مورد بررسی قرار گیرد.

*طراحی توزیع درآمد بهینه بین شرکت نفت، دولت و صندوق توسعه ملی

در بخشی از این گزارش در توضیح برنامه «طراحی نظام مالی بهینه بالادستی نفت و گاز» به عنوان یکی از برنامه‌های میان‌مدت در راستای اجرای محور اصلاحات ساختاری جهت ایجاد درآمدهای پایدار بودجه، آمده

نماگر بازار سهام



قوانین جدید بازار پایه غیرشرعی نیست

معاون نظارت بر بورس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه طرح موضوع غیرشرعی بودن قوانین جدید بازار پایه از اساس بی پایه است، گفت شورای فقهی بورس نیز این قوانین را تایید کرده است. به گزارش مهر، حسن امیری در نشست خبری روز ۲۵ خردادماه در سازمان بورس، با اشاره به مباحث مطرح شده بر روی غیرشرعی بودن قوانین جدید بازار پایه اظهار داشت: در فرآیند نظارت بر بورس و اجرای قوانین، کمیته فقهی وجود دارد که به صراحت در مورد شرعی بودن احکام و قوانین بازارها نظر می دهد. این در شرایطی است که برخی از طریق دفاتر مراجع، اقدام به اخذ استعلام های مجزا از کمیته فقهی کرده بودند که البته با طرح سوالاتی نادرست، پاسخ هایی دقیق دریافت کردند. معاون سازمان بورس در پاسخ به سؤال خبرنگار مهر مبنی بر هیاهوی غیرشرعی بودن قوانین جدید بازار پایه افزود: سوالات مطروحه از دفاتر مراجع به درستی تبیین نشده بود، اما جواب هایی دقیق و کامل ارائه شده و این در شرایطی است که چهارشنبه هفته گذشته، کمیته فقهی بورس، موضوع را به دقت مورد بررسی قرار داده و اعضای کمیته فقهی در اظهار نظر خود اعلام کردند که قوانین مذکور، کاملاً شرعی است و بحث غیرشرعی در آن وجود ندارد. وی تصریح کرد: بحث این است که آیا داشتن مظنه یا قیمت معاملاتی، قوانین مذکور را دچار مشکل می کند که به نظر می رسد این بخش از ایراد، ناشی از این بود که قوانین به درستی تشریح نشده بودند. به این معنا که توضیح مناسبی که در ارتباط با دیده نشدن سفارشات باید ارائه می شد، وجود نداشت و همین امر منشأ سؤال بود. امیری گفت: سه مظنه از نظر حجم و مبلغ دیده نمی شود و در بعد خرید و فروش، قابل رؤیت نیستند که این موضوع، مشکلی در معاملات به وجود نمی آورد چرا که قیمت معامله کاملاً مشخص است و هم خریدار و هم فروشنده به خوبی می دانند چه عددی را سفارش می گذارند. معاون نظارت بر بورس سازمان بورس و اوراق بهادار اظهار داشت: بازار به صورت لحظه ای از سفارش گذاری ها گزارش می گیرد و مشخص است که قیمت نهایی به چه ترتیب محاسبه می شود، بنابراین چون این قیمت نمایش داده می شود، بحث اینکه معاملات در فضایی ابهام آمیز صورت گرفته و غیرشرعی نخواهد بود، به هیچ عنوان وارد نیست اما اینکه اطلاعات تا چه اندازه می تواند در تصمیم گیری مؤثر باشد، با موضوع شرعی بودن کاملاً تفاوت دارد. وی بیان کرد: در این مورد خاص، قرار نیست حجم و قیمت مشخص نشود بلکه قرار است سه مظنه دیده نشود که این روش کاملاً شرعی است و باید توجه داشت که سازمان بورس به صورت کامل تمام ابعاد این موضوع را سنجیده است و یک سال و نیم است که این سازمان و فرابورس در این مقوله وارد شده و اطلاع رسانی های متعددی انجام داده اند تا تغییراتی در قانون بازار پایه صورت گیرد و البته قانون سال ۹۷ ابلاغ شده و چند ماه زمان گذاشته شده بود تا بتوان تمام نظرات را جمع کرد. امیری ادامه داد: حتماً در زمان نوشتن دستورالعمل های مربوطه، کانون کارگزاران نقش آفرینی کرده و بنابراین قوانین جدید بازار پایه به هیچ عنوان خلق الساعه نبوده و یک شبه تدوین نشده است بلکه کار کارشناسی کاملاً بر روی آن صورت گرفته و پنج ماه نیز برای نظرخواهی از خبرگان و فعالان بازار سرمایه، بر روی سایت بوده است اما اکنون حساسیت عده ای برانگیخته شده و باز هم سازمان بورس، پذیری نظرات است.

بازار پایه فرابورس چشم انتظار یک تصمیم



نشمارد اما بعد از این اتفاق کمیته فقهی سازمان بورس رسماً در این مورد اظهار نظر کرد و گفت که این اقدام موجب غری شدن معامله نمی شود. در عین حال مخالفان این قانون معتقدند که اگر قرار است سفارش های خرید و فروش برای معامله گران مشخص نباشد چرا باید این معاملات در مکانیزم بازار متشکلی همچون فرابورس انجام شود؟ از طرفی عده ای معتقدند که تعداد روزهای معامله نمادها در تابلوی های مختلف بازار پایه جدید و مخصوصاً آنهایی که در تابلوی قرمز و نارنجی هستند، احتمالاً کم می شود و این موضوع نقدشوندگی سهم را به خطر می اندازد. اما در این زمینه وزیر اقتصاد و دارایی به عنوان رئیس شورای عالی بورس می تواند نقش برکنی داشته باشد. این موضوع قرار است بار دیگر این هفته در جلسه شورای عالی بورس مطرح شود. گفته می شود که در پیسند این روزها به خاطر این موضوعات تحت فشار قرار گرفته است، اما چیزی که بسیار مهم است و باید به آن توجه شود این است که این تصمیم بدون توجه به حملات هر گروهی باید با تدبیر اتخاذ شود تا آسیبی به مکانیزم این بازار متشکل که سال ها برای آن تلاش شده، نرسد. همچنین نباید فراموش کرد که بیش از نیمی از شرکت هایی که سهامشان در فرابورس معامله می شود بازار پایه ای هستند.

شود، اما با عدم نمایش سفارش های خرید و فروش، سهامداران به مراتب کمتر تحت تأثیر هیجانات قرار می گیرند و ورود سفارش ها به میزان بیشتری در نتیجه تصمیم و تحلیل خود سرمایه گذاران خواهد بود. اما این قانون با مخالفان سرسختی رو به رو است به طوری که در جلسه ای که چند روز پیش در کانون کارگزاران بورس اوراق بهادار تشکیل شد بیش از ۸۰ درصد فعالان بازار سرمایه که در این جلسه حضور داشتند با آن مخالفت کردند همین موضوع نگرانی هایی را به وجود آورده است. هامونی در واکنش به اعتراضاتی که درباره دستورالعمل جدید مطرح شد با بیان اینکه فرابورس دنبال محدود کردن سوءاستفاده کنندگان از بازار پایه است، گفت: بعد از اینکه زمان بندی اجرایی این دستورالعمل را مطرح کردیم؛ سوءاستفاده کنندگان اعتراض هایی کردند مبنی بر اینکه شفافیت و نقدشوندگی با اجرای این قانون تحت تأثیر گذاشته می شود و سرمایه مردم به خطر می افتد و بعضاً فعالان بازار سرمایه هم با آنها همراه شدند. اما مخالفان به این راحتی ها راضی نمی شوند حتی برخی از آنها در مراجع تقلید سؤال پرسیدند که آیا نشان ندان سفارش های خرید و فروش بر روی تابلو سبب نمی شود که معاملات غری باشد؟ که در موردی یکی از مراجع این اقدام را جایز

این هفته نقش وزیر اقتصاد به عنوان رئیس شورای عالی بورس در بازار سرمایه می تواند به مراتب تأثیرگذارتر از هر زمان دیگری باشد، چرا که قرار است در شورای عالی بورس درباره قانون جدید بازار پایه فرابورس ایران تصمیم گیری شود. به گزارش ایسنا، مدتی است که مقرر شده قوانین بازار پایه فرابورس تغییر کند. فرابورس ایران اعلام کرده بود که از اواخر خردادماه قانون جدید را به اجرا می گذارد اما این قانون موافقان و مخالفان خاص خود را داشته و دارد. براساس این قوانین قرار بود سفارش های خرید و فروش از روی تابلو برداشته و معامله گران بازار پایه در هنگام سفارش گذاری از وضعیت سفارش های دیگران اطلاعی نداشته باشند، این طور که مسئولان فرابورس اعلام کرده بودند این اقدام به این علت بود که سهامداران انتظارات خود را براساس تحلیل و تصمیم خود شکل دهند و تصمیم گیری درباره معاملات به دور از هیجانات کاذب و گمراه کننده باشد. چندی پیش امیر هامونی - مدیرعامل فرابورس ایران - نمایش سفارش های خرید و فروش در بازار پایه را باعث فراهم کردن امکان سیگنال دهی برخی افراد گروه ها در شبکه های اجتماعی و فضای مجازی دانست و تأکید کرد که «این موضوع سبب می شود تا دستکاری قیمت و التای ظاهر گمراه کننده از روند معاملات با استناد به صف خرید یا فروش سهام مورد نظر توسط سیگنال دهنده ها راحت تر

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

دستگاه مناقصه گذار : اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی در نظر دارد عملیات اجرایی پروژه های ذیل را براساس شرایط ذکر شده و به شرح مشخصات، اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد صلاحیت واگذار نماید. لذا از کلیه شرکت های واجد صلاحیت دعوت می گردد در مناقصات ذیل شرکت نمایند. بدیهه پیشنهادهای فایده امضا، مشروط و پیشنهادهایی که بعد از موعد مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شماره مناقصه	عنوان پروژه	بر آورد اولیه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)
۹۸/۳۲/۴	بهسازی و روکش آسفالت محور بجنورد-سنخواست(محدوده پادگان ارتش-گردنه بیو)	۸.۸۳۹.۲۹۱.۹۰۲	۴۴۱.۹۶۵.۰۰۰
۹۸/۳۲/۷	اجرای خط کشی سرد بخشی از راههای روستایی استان	۱۱.۸۳۰.۰۰۰.۰۰۰	۵۹۱.۵۰۰.۰۰۰

مهلت دریافت اسناد : جهت دریافت اسناد به سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir تا ساعت ۱۴:۱۵ روز سه شنبه مورخ ۹۸/۰۳/۲۸ مراجعه نمایید.

مهلت و محل تحویل اسناد : پیشنهاددهندگان موظف میباشند با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم را شامل پاکات الف، ب، ج تهیه و به صورت فایل های pdf تا ساعت ۱۴:۱۵ روز یکشنبه مورخ ۹۸/۰۴/۰۹ در سامانه درج و پاکات مربوط به ضمانت نامه را تا پایان وقت اداری ساعت ۱۴:۱۵ مورخ ۹۸/۰۴/۰۹ تحویل دبیرخانه اداره کل به آدرس ذیل نمایند.

مهلت، روز و محل بازگشایی پیشنهادها: روز دوشنبه ساعت ۱۰:۰۰ مناقصه شماره ۹۸/۳۲/۴ و ساعت ۱۰:۰۵ مناقصه شماره ۹۸/۳۲/۷ مورخ ۹۸/۰۴/۱۰ در محل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای خراسان شمالی تبصره : به پیشنهادهای واصله خارج از درگاه سامانه تدارکات الکترونیک دولت ترتیب اثر داده نخواهد شد.

آدرس: بجنورد-کمربندی مدرس چهارراه شهدای دانش آموز-ابتدای خیابان قیام جنوبی

شناسه آگهی: ۴۹۹۸۲۸

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تأمین نماید:

شماره تقاضا و مناقصه	شرح مختصر اقلام در خواستی
تقاضای شماره BS-۳۴۱۶۸۹۷۱۴۶-۰ مناقصه شماره ۹۸/۰۳۸	خرید و نصب و راه اندازی تجهیزات پزشکی
	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار
	نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار
	مبلغ بر آورد مناقصه
	تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط
	آخرین مهلت ارائه پیشنهادات
	آدرس و تلفن مناقصه گزار

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه ویا با شماره تلفن های ۲۲۹۵-۰۷۷۳۱۳۱۳۳۳۳ تماس حاصل فرمایند.

شماره مجوز ۱۳۹۸.۱۶۹۴

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۳/۲۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۲۹

آگهی

به استناد رونوشت سند شماره ۱۴۵۷۹۲ مورخ ۹۸/۲/۲۸ با شناسه سند ۱۳۰۰۰۱۳۴۵۵۷۴۲۰۰۰۱۳ دفتر اسناد رسمی شماره ۷ میناب آقایان **عبدالستار ملاحی** فرزند یوسف ، **قاسم ملاحی چاخانی** فرزند علی و **ماجد تدو** فرزند عبدالله تمامی شش دانگ موتورلنج باری به شماره ثبت ۱۱۸۰۵ - بندرعباس را به آقای **عبدالله شربت زاده** فرزند عبدالرحمان انتقال قطعی داده اند.

مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م.الف ۹۲۴

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی

شرکت نفت فلات قاره ایران در نظر دارد نسبت به انجام ارزیابی کیفی جهت خرید /تأمین کالای مورد نیاز خود از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای اقدام نماید. بدینوسیله از شرکت های که سابقه و توانایی ارائه پیشنهاد را دارند جهت شرکت در فراخوان ارزیابی کیفی دعوت بعمل می آید.

شماره مناقصه : FKS-9740584-FK/SZ

موضوع مناقصه : BALL VALVE

آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی ۵ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم

آخرین مهلت ارائه پیشنهادات متقاضیان ۱۴ روز از تاریخ آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی می باشد.

۵. توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی شرکت در فرایند ارجاع کار به مبلغ -/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال، با اعتبار ۳ ماهه و قابل تمدید برای یک دوره مشابه در صورت کسب حداقل امتیاز قابل قبول / یا واریز نقدی مبلغ مذکور

۶. متقاضیان می توانند مدارک ارزیابی کیفی را در روز آگهی نوبت اول از سایت اینترنتی این شرکت به نشانی WWW.IOOC.CO.IR بختی مناقصات تهیه نمایند.

۷. متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با کارشناس پرونده به شماره ۰۲۱-۲۳۹۴۲۶۵۷ تماس حاصل نمایند.

۸. محل ارسال پیشنهادهات : تهران، خیابان ولیعصر (عج)، بالاتر از مسجد بلال، نرسیده به تقاطع مدرس، خیابان خاکزاد، پلاک ۱۲، طبقه ۰۹، اتاق ۱۶-۰۹، کمیسیون مناقصات .

۹. مناقصه گرانی که از ابتدای سال ۱۳۹۷ در مناقصات مشابه (در حدود مناقصه حاضر) توسط شرکت نفت فلات قاره ایران ارزیابی و حداقل امتیاز لازم را کسب نموده اند ، نیازی به ارائه مجدد مدارک نداشتند و صرف تکمیل جداول ارزیابی و اعلام آمادگی کتبی آنها در موعد مقرر جهت شرکت در مناقصه کفایت می کند.

- تکمیل جداول ارزیابی الزامی می باشد. عدم تکمیل جداول منجر به رد کیفی پیشنهاد دهندگان می گردد.

شماره مجوز نفت ۱۳۹۸.۱۶۴۲

روابط عمومی شرکت نفت فلات قاره ایران

اخبار

کاهش مقطعی قیمت خودرو در بازار
نوعی مُسکن کوتاه‌مدت است

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران اتومبیل در ارومیه گفت کاهش مقطعی قیمت خودرو در بازار نوعی مُسکن کوتاه‌مدت است. محمد افزند در گفت و گو با خبرنگار ایسنا، افزود: کاهش قیمت ۱۰ درصدی خودروهای داخلی به صورت مُسکن کوتاه‌مدت عمل می‌کند که تأثیر کوتاه‌مدتی در بازار دارد.

افزند با اشاره به اینکه وضعیت خرید و فروش خودرو در بازار ارومیه را کد است، تصریح کرد: با توجه به افزایش ۱۵۰ برابری قیمت خودرو در ماه‌های گذشته، کاهش ۱۰ درصدی قیمت خودروی داخلی و ۱۵ درصدی قیمت خودروهای خارجی در شرایط فعلی هیچ تأثیری در وضعیت بازار خودرو نخواهد داشت.

وی درخصوص علت اصلی افزایش قیمت خودرو در ماه‌های گذشته خاطرنشان کرد: عدم مدیریت و نظارت، افزایش قیمت دلار و مهم‌تر از همه کم‌شدن تولیدات کارخانه‌ها به دلیل بالا بردن قیمت محصولات تولیدی از جمله دلایل افزایش قیمت خودرو است.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران اتومبیل در ارومیه اظهار داشت: متأسفانه نمایندگی فروش خودرو با برگزاری ثبت نام‌های بی‌پایه و اساس و گاهاً دروغین نقش بسزایی در کاهش عرضه خودرو در بازار و افزایش قیمت خودروها دارند.

افزند درخصوص آینده بازار خودرو نیز گفت: اگر مسیر واردات خودروی خارجی باز شود و کارخانه‌های تولید خودرو محصولات خود را به قیمت واقعی به بازار عرضه کنند؛ وضعیت بازار خودرو بهتر شده و شاهد کاهش ۲۰ درصدی قیمت خودروهای داخلی و ۳۰ درصدی خودروهای خارجی خواهیم بود.

دلیل قیمت‌گذاری خودرو در وزارت صمت

تا ابلاغ قانون جدید سازمان حمایت
مسئول است

معاون طرح و برنامه وزیر صنعت گفت تدوین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو یکی از اختیارات سازمان حمایت است و تا ابلاغ قانون جدید در این سازمان انجام خواهد شد.

به گزارش خبرنگاری فارس، سعید زرنندی در یک نشست خبری در پاسخ به سوال خبرنگار فارس مبنی بر اینکه دلیل تدوین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو توسط سازمان حمایت با وجود مصوبه مجلس برای واگذاری دوباره قیمت‌گذاری خودرو به شورای رقابت چیست، اظهار داشت: تدوین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو جزو اختیارات سازمان حمایت است و تا زمانی که قانون جدید ابلاغ شود، این کار توسط سازمان حمایت انجام خواهد شد.

معاون طرح و برنامه وزیر صنعت تصریح کرد: تدوین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو با توجه به شرایط و اختیارات تفویض شده به سازمان حمایت صورت می‌گیرد و تا زمانی که قانون مجلس ابلاغ شود، این کار از طریق سازمان حمایت انجام خواهد شد.

صنعت قطعه‌سازی موتورسیکلت
نفس‌های آخر را می‌کشد

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی و عضو هیات رئیسه انجمن صنعت موتورسیکلت ایران اعلام می‌کند که شرایط خوبی برای صنعت موتورسیکلت وجود ندارد؛ از یک طرف تحریم مشکلاتی را ایجاد کرده و از طرف دیگر دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها و دیگر مشکلات داخلی در حال نابودی این صنف است.

ابوالفضل حجازی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، درخصوص وضعیت فعلی صنعت موتورسیکلت کشور اظهار داشت: صنعت موتورسیکلت از سال ۹۵ در معرض چالش‌ها، دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های متفاوتی قرار گرفته و می‌توان گفت قطعه‌سازی موتورسیکلت اگر نگوییم کاملاً اما به نابودی ۹۰ درصدی رسیده است.

عضو هیات رئیسه انجمن صنعت موتورسیکلت ایران افزود: موتورسیکلت‌سازان از ۶۰ کارخانه به ۲۰ کارخانه کاهش پیدا کرده‌اند که این ۲۰ کارخانه نیز با ۲۰ درصد ظرفیت در حال فعالیت هستند.

حجازی افزود: متأسفانه شرایط خوبی برای صنعت موتورسیکلت وجود ندارد؛ از یک طرف تحریم مشکلاتی را ایجاد کرده و از طرف دیگر دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها و گزارش‌های غیرواقعی بعضی از سازمان‌های دولتی - منفعت افراد خاص در آن تأثیرگذار است- در حال نابودی این صنف است.

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی گفت: افرادی وجود دارند که در این شرایط مشغول موج‌سواری هستند و می‌توان گفت ۹۰ درصد صنعت موتورسیکلت کشور در حال نابودی است و ۱۰ درصد افرادی هستند که در سازمان‌های مربوطه نفوذ دارند و از تحریم‌ها و بخشنامه‌ها منفعت میلیاردری می‌برند.

حجازی گفت: در حال حاضر خریداری برای موتورسیکلت وجود ندارد و با اینکه تولید موتورسیکلت در سه سال گذشته به ۲۰ درصد کاهش پیدا کرده اما متأسفانه بازار خوبی وجود ندارد و خریداری در این بازار نیست.

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی و عضو هیات رئیسه انجمن صنعت موتورسیکلت ایران افزود: برخلاف آنکه مردم برای خودرو پول می‌پردازند و ۶ تا ۸ ماه بعد خودرو را دریافت می‌کنند اما موتورسیکلت به صورت قسطی در ۶ تا ۸ ماه فروخته می‌شود و خریداری نیز ندارد و می‌توان گفت موتورسیکلت، تنها کالایی است که تعداد خریدارانش به شدت کاهش یافته است.

عقب‌ماندگی خودروسازی ایران به دلیل عدم ارتباط با غول‌های بزرگ صنعت دنیا

هنر استفاده از سیاست‌های حمایتی را نداشتیم



در بحران ۲۰۰۸ وقتی خودروسازهایی مانند جنرال موتورز در معرض خطر بودند اقتصاد آمریکا دست روی دست گذاشت و دولت اوپاما بسته حمایتی تعریف و به این بنگاه‌ها تزریق کرد.

وی ادامه داد: این بحث شاید برای اقتصادهایی مناسب باشد که ۸۰ و ۹۰ درصد از رشته فعالیت‌های مختلف که در بنگاه‌های زیادی درگیر هستند از نظر کارایی و تولید شرایط مناسبی دارند که می‌توانند ضعف سایر بنگاه‌ها را جبران کنند و در صورت بروز مشکل در بنگاه‌های ضعیف نیروی کار آنها را جذب کنند، اما در اقتصاد ما که با کُژکارکردهای اساسی روبه‌رو است دیگر کارخانه بزرگی نیست که نیروی کار این کارخانجات را به آنجا انتقال داد.

این کارشناس اقتصادی تصریح کرد: بنگاه‌هایی که در عرصه سرمایه‌گذاری قابلیت بالایی داشته باشند قابلیت بالایی در تولید و در نتیجه قابلیت بالایی در نوآوری خواهند داشت ما تقریباً در تولید قطعات غیرهای‌تک‌ها تقریباً خودکفا هستیم، اما در ماشین‌های های‌تک با مشکل روبه‌رو هستیم و به همین خاطر است که وقتی تحریم می‌شویم خط تولید پارس خودرو که ماشین‌آلات لوکس را تولید می‌کند دچار اشکال اساسی می‌شود. باید توجه داشت بنگاه‌هایی که در زنجیره ارزش جهانی موفق هستند ساختار سازمانی نیرومندی هم دارند که یک مولفه بسیار مهم در مزیت رقابتی است.

حذف دلالی؛ تنها راه کاهش قیمت خودرو

احمد نعمت‌بخش با بیان اینکه طبق قوانین گذشته خودروسازان در زمان معوقات تحویل خودرو باید ابتدا تعهدات خود برای تحویل‌های قبلی را انجام می‌دادند بعد تحویل فوری اجرا می‌شد، افزود: چند ماه پیش برای کاهش قیمت تصمیم گرفتند خودروسازی‌ها ۲۰ درصد محصول را در حاشیه بازار بفروشند و قرار بود از بهمن فروش فوری انجام شود که به درستی عمل نکردند. وقتی برآید در بازار ۴۵ میلیون تومان شد و کارخانه ۳۷ میلیون تومان می‌فروختند مردم هجوم آوردند، به همین دلیل قیمت خودرو در فضای دلالی بالا رفت، چراکه دولت با فروش سکه نتوانسته بود نقدینگی را کنترل کنند و مردم برای حفظ ارزش پول‌شان به صنعت خودرو روی آوردند. او با بیان اینکه اختلاف قیمت بالای بین فروش کارخانه و بازار باعث کاهش قیمت خودرو نمی‌شود، اظهار داشت: راه کاهش قیمت خودرو این است که خودروسازان یک تا دو میلیون زیر نرخ بازار خودروها را بفروشند و کم‌کم روند کاهشی تدریجی شود. در دهه ۷۰ با همین روش قیمت خودرو به پایین‌ترین سطح خود رسید.

نعمت‌بخش با اشاره به مشکلاتی که در صنعت خودرو وجود دارد، تصریح کرد: اگر فرض بگیریم هر یک از این خودروسازها ۱۰ هزار میلیارد

را تجربه می‌کنیم، صنعت خودروسازی ما به رغم اینکه بازار داخلی مناسبی داشت، از نظر کانون توجه سیاست‌گذار از جایگاه خوبی برخوردار بود و از سیاست‌های حمایتی و تعرفه‌ای قابل قبولی پشتیبانی می‌شد، اما یک صنعت ضعیف است و این موقعیت را می‌توان به کل صنعت کشور تعمیم داد. این اقتصاددان تصریح کرد: البته عقب‌ماندگی صنعت خودروسازی کشور تنها مربوط و محدود به این صنعت نیست و به نوعی وضعیت این صنعت کل صنعت ایران را نمایندگی می‌کند مثلاً در بخش نفت و گاز با وجود آنکه نزدیک به ۱۲۰ سال از فعالیت نفتی در کشور می‌گذرد هنوز از چین تکنولوژی وارد می‌کنیم یا در زمینه پالایشگاه با وجود اقدامات صورت گرفته در مقایسه با عربستان که زیرساخت‌های نیروی انسانی و سابقه تمدنی به اندازه ما ندارد بسیار ضعیف‌تر است و در رشد صنعت مواد غذایی نیز تنها محدود به بازار داخلی است. دینی ترکمانی با اشاره به نظرات برخی کارشناسان در مورد عدم حمایت از صنعت خودروسازی کشور گفت: عدای به لحاظ کارشناسی این‌گونه گفت‌مان سازی می‌کنند که ما اجازه دهیم دو یا سه کارخانه بزرگ این صنعت ورشکست شوند و سپس می‌توان نیروی کار این کارخانجات را در چارچوب جابه‌جایی عوامل تولید و بازارهای رقابتی به سایر کارخانجات بزرگ جابه‌جا کرد، اما این بحث به لحاظ تاریخی حتی در آمریکا هم توجیه چندانی ندارد. ما مشاهده کردیم که

عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی اظهار داشت از منظر دولت رفاه اندازه دولت ما کوچک است و به معنایی دیگر بزرگ است چون دستگاه‌های توی در توی وجود دارند که از بودجه سهم می‌برند. راهکار کوچک‌تر کردن دولت و در عین حال وفادار بودن به دولت رفاه کینزی که دغدغه ماست این است که مشکل توی در تویی نهادی یا اصلاح ساختار قدرت حل شود.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، علی دینی ترکمانی در نشست هفتگی موسسه دین و اقتصاد با اشاره به وضعیت صنعت خودروسازی کشور گفت: خروجی صنعت خودروسازی ما که شامل کارخانجات و سایر بازیگران ذی‌نفع آن است از مزیت رقابتی بالایی برخوردار نیست و این مزیت رقابتی ضعیف را می‌توان هم در شاخص صادرات و هم در ابراز رضایت مصرف‌کنندگان مشاهده کرد. ما اساساً در بازارهای خارجی حضور نداریم و در بازارهای داخلی هم ابراز رضایتی مشاهده نمی‌شود به این اعتبار جایگاه صنعت خودروسازی در زنجیره ارزش جهانی، جایگاه ضعیفی است که نیاز به آسیب‌شناسی دارد.

وی ادامه داد: نکته دیگر این است که صنعت خودروسازی را می‌توان نمادی از فرآیند صنعتی‌شدن کشور دانست که آسیب‌شناسی این صنعت در فراهم کردن چارچوب تحلیلی کمک فراوانی می‌کند تا به این پرسش پاسخ دهیم چرا اساساً ما توسعه‌نیافتگی صنعتی و تکنولوژیکی

دبیر انجمن خودروسازان ایران گفت راه کاهش قیمت خودرو این است که خودرو یک تا دو میلیون زیر نرخ بازار در کارخانه به فروش برسد و کم‌کم روند کاهشی تدریجی شود و تا زمانی که اختلاف این دو قیمت بالاست دلالی مانع کاهش قیمت خودرو می‌شود.

دبیر انجمن خودروسازان ایران در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری موج، با اشاره به اینکه تصمیم‌گیری اقتصادی سران قوا برای تعیین قیمت خودرو در حاشیه بازار به درستی اجرا نشده و همین عامل گرانی خودرو است، گفت: در خردادماه سال گذشته آقای شریعتمداری وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت دستور داد که قیمت خودرو در حاشیه بازار تعیین شود، اما انجام نشد و در همان ستاد تصمیم گرفته شد که قیمت‌گذاری خودرو به سازمان حمایت منتقل شود و بعد این کمیته در نیمه سال ۹۷ تصمیم گرفت که قیمت برآید ۲۹ میلیون تومان برای فروش تعیین شود و آقای رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت در چند مرحله قیمت خودروی برآید از ۲۲ میلیون به ۳۹ میلیون افزایش یابد که در همان زمان فشار مردم باعث شد که قیمت به حالت اول برگردد و تا دی ماه ۹۷ برآید با قیمت قبلی عرضه می‌شد و همین موضوع برای سایر محصولات نیز ادامه داشت.

صدور گواهی یک‌بار مصرف برای واردات گسترده تایلر

احتمال واردات لاستیک‌های بی‌کیفیت

کنونی گواهی کیفی برای واردات لاستیک توسط شرکت‌های مرتبط با سازمان استاندارد تنها برای یک مرتبه صادر شده و آن واردکننده می‌تواند با گواهی مذکور اقدام به واردات چندین باره لاستیک کند. وی گفت: با سازوکار کنونی این نگرانی وجود دارد که واردکنندگان برای دریافت گواهی، در واردات نخست، کیفیت محصول را حفظ کنند، اما در مراتب بعدی که نظارت و آزمایشی صورت نمی‌گیرد، اقدام به واردات لاستیک‌های بی‌کیفیت و حتی دست دوم کنند.

لزوم اصلاح سازوکار نظارتی بر واردات لاستیک به داخل کشور
کیانپور بر لزوم اصلاح سازوکار نظارتی بر واردات لاستیک به داخل کشور تأکید کرد و گفت: به نظر من وزارت صنعت، معدن و تجارت

عضو کمیسیون عمران مجلس گفت در شرایط کنونی گواهی کیفی برای واردات لاستیک توسط شرکت‌های مرتبط با سازمان استاندارد تنها برای یک مرتبه صادر شده و آن واردکننده می‌تواند با گواهی مذکور اقدام به واردات چندین باره لاستیک کند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، مجید کیانپور عضو کمیسیون عمران مجلس با هشدار نسبت به واردات تایرهای بی‌کیفیت و غیراستاندارد به داخل کشور، گفت: متأسفانه در شرایط کنونی سازوکار نظارت بر واردات محصول لاستیک درست و کارشناسی نیست. نماینده مردم دورود و ازنا در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: طبق اظهارات مدیران شرکت مهندسی و تحقیقاتی صنایع لاستیک، در شرایط



وزارت بهداشت، خانه استارت‌آپ‌ها و شرکتهای دانش‌بنیان

سعید نمکی، وزیر بهداشت در توییت خود نوشت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های حوزه سلامت بدانند وزیر بهداشت کارگزار آنها است و افتخار می‌کنیم که با تکیه بر جوانان مستعد ایرانی به دنیا ثابت کنیم که توانمندترین نیروها را در ایران داریم.

به گزارش ایرنا، نمکی ۱۹ خرداد ۹۸ در حاشیه بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی ایران هلث در جمع خبرنگاران گفته بود: افتخار کشور این است در شرایط سخت تحریم با تکیه به تولیدکنندگان داخلی و سیاست‌های وزارت بهداشت که حمایت از تولید داخل است، نیازهای خود را تأمین می‌کنیم. خوشحال هستم که در این نمایشگاه نزد تولیدکنندگان و شرکت‌های دانش‌بنیان هستیم و از ۲۳ محصول جدید رونمایی می‌کنیم.



دریچه

تأسیس شبکه استارت‌آپ‌های فناوری آسیا – اقیانوسیه

سورنا ستاری روز گذشته در اولین اجلاس نوآوری آسیا – اقیانوسیه که در سالن اجلاس سران با حضور دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی برگزار شد، گفت موضوع محوری این اجلاس استارت‌آپ‌های فناوری در مسیر توسعه پایدار است، زیرا این موضوع برای کشور ما ایران موضوعی فوق‌العاده جذاب و مهم است.

به گزارش مهر، وی خطاب به حاضران در سالن اجلاس و نمایندگانی از ۶۲ کشور عضو اسکاپ گفت: هرچند ممکن است شما ایران را با منابع زیرزمینی سرشار مانند نفت و گاز در دنیا بشناسید، اما در واقع این توصیف اکنون فقط بخش کوچکی از منابع و توانمندی‌های اقتصادی و اجتماعی کشورمان را نشان می‌دهد.

ستاری تأکید کرد: در سالیان اخیر توجه دولت‌ها به توسعه نیروی انسانی به عنوان منبع اصلی حرکت اقتصادی بوده است.

وی با بیان اینکه ایران طی سه دهه اخیر سه موج مهم را در توسعه علمی و فناوری پشت سر گذاشته است، گفت: موج اول با محوریت توسعه علمی و آموزش‌های دانشگاهی و تحصیلات تکمیلی طی شد که نتیجه آن در تعداد فراوان دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی بوده؛ اکنون نزدیک به ۵ میلیون دانشجو در ایران داریم و کشور ما در میان چند کشور اول دنیا بیشترین تعداد فارغ‌التحصیلان مهندسی را به خود اختصاص داده است.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: در موج دوم، شکل‌گیری مراکز رشد و پارک‌های فناوری و سرمایه‌گذاری دولت در فناوری‌های جدید و تشویق به تحقیقات و تولید علم مورد توجه قرار گرفت که نتیجه آن رشد علمی خیره‌کننده ایران بوده و هست.

وی با بیان اینکه ایران در سال ۲۰۱۱ بیشترین رشد علمی دنیا را تجربه کرده و اکنون نیز در غرب آسیا جایگاه اول و در دنیا جایگاه پانزدهم را به خود اختصاص داده است، گفت: اکنون موج سوم تحولات علمی و فناوری ایران با محوریت نوآوری و توجه به نقش زیست‌بوم توسعه نوآوری در کشور در جریان است و تلاش می‌شود نگرشی یکپارچه به نقش نهادها و بازیگران مختلف علمی، فناوری، اقتصادی، قانونی، سیاسی و اجتماعی شکل بگیرد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور افزود: شرکت‌های نوپا امروزه اکوسیستم نوآوری کشور را پویاتر و پرتحرک‌تر کرده‌اند.

وی تصریح کرد: تعداد زیاد مراکز نوآوری، صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، شرکت‌های های‌تک و شرکت‌های خلاق که فراتر از حوزه‌های اقتصادی در شهرهای بزرگ به حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی در شهرهای متوسط و کوچک در حال ترقی هستند، نمونه‌هایی از فراگیر شدن نوآوری در ایران به شمار می‌روند.

به گفته وی، البته این موضوعات فقط محدود به آی سی تی نبوده، بلکه حوزه‌های بیوتکنولوژی، سلول بنیادی، نانوتکنولوژی، هوا و فضا و سایر حوزه‌های مهم فناوری را هم شامل می‌شود.

وی تأکید کرد: حمایت از ۴۳۰ شرکت دانش‌بنیان داخلی و رشد پی در پی رتبه ایران در شاخص جهانی نوآوری نشانه‌هایی از موفقیت کشور در این مسیر است.

ستاری با تأکید بر اینکه نوآوری موتور محرک برای توسعه فراگیر و پایدار جوامع بشری است، گفت: از این رو لازم است با نگاهی فراگیر به نوآوری، مسائل پیش رو را دوباره صورت‌بندی کرده و در طراحی راه حل‌های جدید علاوه بر فناوری‌های نوین، از ظرفیتهای متنوع و توزیع‌شده نهادهای اجتماعی و بومی کشورها نیز استفاده مؤثر کنیم.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خاطر نشان کرد: در نوآوری فراگیر نیاز عموم مردم و طبقات مختلف خصوصا کم‌برخوردار در کانون توجه است و



ایلان ماسک: طرح اولیه خودروی در

جیمز باند حضور پیدا کرده بود. این خودرو را به صورت هم‌زمان داشت. نکته جالب اسپریت تحت مالکیت ایلان ماسک بوده در لندن برگزار شده، به مبلغ ۹۹۷ هزار دلار در آن موقع مدیرعامل تسلا گفته بود: جنوبی بودم، برایم شگفت‌انگیز بود که جیم داشت «لوتوس اسپریت خود را با فشردن دکمه کارآفرین ۴۷ ساله و برجسته دنیای تکنولوژی

ایلان ماسک که به ادعاهای بعضا اغراق‌آمیز معروف شده، سه‌شنبه گذشته در گرهمایی سالانه سرمایه‌گذاران تسلا از آمادگی این کمپانی برای تولید خودرویی دوزیست خبر داد. به گزارش دیجیاتو، وی در پاسخ به این سوال که آیا تسلا به توسعه یک خودروی آبی خاکی فکر می‌کند یا خیر، همراه با خنده گفته:

جالب است که این سوال را می‌پرسید... ما طرحی برای تولید یک اتومبیل زیردریایی، مثل آنچه که در فیلم «جاسوسی که مرا دوست داشت» موجود بود، آماده کرده‌ایم.

اشاره آقای ماسک به لوتوس اسپریت ۱۹۷۶ است که در یکی از سری فیلم‌های

سامانه ثبت ایده نخبگان در سراسر کشور راه‌اندازی می‌شود

مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون از راه‌اندازی سامانه ثبت ایده نخبگان برای مراکز استعدادهای درخشان و دانش‌پژوهان جوان در سراسر کشور خبر داد.

به گزارش خبرنگار گروه دانشگاه و آموزش ایرنا، «مهدی حسین‌نژاد» در آیین امضای تفاهم‌نامه سه‌جانبه «مرکز ملی پرورش استعدادهای درخشان و دانش‌پژوهان جوان»، «صندوق سرمایه‌گذاری تعاون» و «معاونت تعاون وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی» اظهار داشت: خلاقیت بهترین ایده در عرصه کسب و کار شناخته می‌شود و منفی‌ترین نوع آن نیز تقلیدی است.

وی افزود: اکنون نزدیک به ۹۵ درصد ایده‌ها، تقلیدی است و یکی از مهم‌ترین دلایل پیشرفت نکردن در عرصه صنعت کشور نیز این مسئله است.

این مسئول آموزش و پرورش خاطر نشان کرد: به منظور دستیابی به توسعه اقتصادی، کشور نیازمند نوآوری و خلاقیت است و آموخته‌های فنی باید به ایده‌پردازی منجر شود.

سامانه ثبت ایده نخبگان در سراسر کشور راه‌اندازی می‌شود

وی همچنین تصریح کرد: امروزه بسیاری از نخبگان جامعه حذاکثر در مقام کارشناس برای سرمایه‌داران و صاحبان صنایع خدمت می‌کنند و این مسئله سرخوردگی قشر نخبگان را رقم خواهد زد.

حسین‌نژاد یادآور شد: بخش تعاون نیازمند رئیس مرکز ملی پرورش استعدادهای درخشان و باشگاه دانش‌پژوهان جوان نیز در این آیین با اشاره به شعار سال ۹۸ اظهار داشت: همه فعالیت‌های کشور باید در زمینه شعار سال جهت‌دهی شود.

فاطمه مهاجرانی افزود: وزارت آموزش و پرورش نیز به ویژه مرکز ملی پرورش استعدادهای درخشان و دانش‌پژوهان جوان به عنوان متولیان این امر باید بسترهای لازم را برای رونق اقتصادی فراهم کنند.



دانشگاه خوارزمی ۵ میلیارد تومان از ارتباط با صنعت در آمد کسب کرد

خوارزمی است.

مرکز کارآفرینی دانشگاه خوارزمی با بررسی پژوهش‌های انجام‌شده داخلی و خارجی در زمینه مهارت‌های موردنیاز بازار، ۲۰مهارت کلیدی شناسایی،

تعیین و اجرا کرد که با عنوان طرح بیست و بیست از سال ۱۳۹۶ انجام می‌شود. در طرح ۲۰۲۰ دانشگاه خوارزمی (۲۰مهارت در ۲۰سالگی) دانشجویان بیشتر مهارت‌های کلیدی و اشتغال‌زا را هم‌زمان با آموزش آکادمیک برای افزایش اشتغال‌پذیری کسب می‌کنند.

مدیر ارتباط با صنعت دانشگاه خوارزمی گفت: این دانشگاه با حمایت از برگزاری استارت‌آپ‌ها و ارائه خدمات مشاوره‌ای کسب و کار به دانشجویان و کارآفرینان برای راه‌اندازی کارهای موفق کمک می‌کند.

شاکری با اشاره به اینکه ایده راه‌اندازی مرکز مشاوره شغلی و کارپایی تخصصی در دانشگاه رسمیت پیدا کرده، خاطر نشان کرد: این روش سبب شده تعداد و کیفیت طرح‌ها به لحاظ کمی و کیفی و همچنین تعداد قراردادهای بهیود پیدا کند.

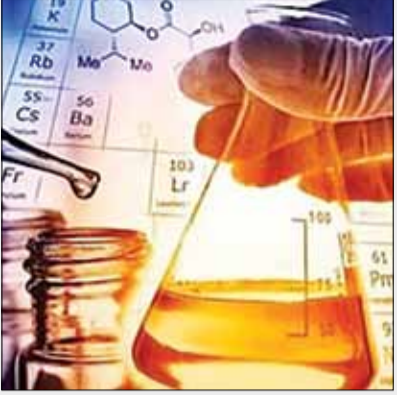
مدیر ارتباط با صنعت دانشگاه خوارزمی با اشاره به اهمیت تعامل و ارتباط دانشگاه با صنعت گفت این دانشگاه در سال ۹۷ با بیش از ۵۰ طرح به میزان حدود ۵ میلیارد تومان در ارتباط با صنعت درآمد کسب کرده است.

عطا شاکری در گفت و گو با خبرنگار گروه دانشگاه و آموزش، درباره اهمیت ارتباط با صنعت در دانشگاه خوارزمی اظهار داشت: یکی از مأموریت‌های دانشگاه در حوزه ارتباط با صنعت بحث کارآفرینی و حمایت از تجاری‌سازی فناوری‌های نوین است که در این راستا در قراردادهای صنعتی دانشگاه طرح‌های بین‌المللی نیز وجود داشته است.

وی گفت: تعامل و ارتباط دانشگاه با صنعت به منظور توسعه اقتصادی و اجتماعی با کشور به ویژه در بحث پژوهش و آموزش باید با توسعه اجتماعی کشور هماهنگ باشد.

شاکری افزود: سنجش لازم برای ارزش طرح‌های تحقیقاتی به صورت کمی و کیفی از مهم‌ترین برنامه‌های سال ۹۶ و ۹۷ دانشگاه خوارزمی بوده است، توسعه تشکلهای دانشجویی در حوزه کارآفرینی و آموزش مهارت‌آموزی در قالب طرح ۲۰۲۰ از اولویت‌های دانشگاه





دستیابی به خدمات آزمایشگاهی شتاب گرفت

با تهیه پلنفرم ارائه خدمات آزمایشگاهی به صورت اعتباری، ارائه این خدمات شتاب گرفت. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، رضا اسدی فرد مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری درباره اجرای طرح ارائه خدمات آزمایشگاهی به صورت اعتباری، بیان کرد: در این پلنفرم، سازمان‌ها و نهادهای مختلف می‌توانند میزان حمایت خود از پژوهشگران و مجریان طرح‌های پژوهشی و تحقیق و توسعه را در باشگاه مشتریان شبکه آزمایشگاهی ثبت کنند. وی افزود: این افراد (حقیقی و حقوقی) با مراجعه به همه آزمایشگاه‌های عضو شبکه در سراسر کشور، می‌توانند خدمات آزمایشگاهی مورد نیاز خود را تا سقف حمایت تعریف‌شده، دریافت کنند.



یادداشت

بزرگ‌ترین مشکلاتی که از رشد استارت‌آپ جلوگیری می‌کنند

فعالیت نامنظم

ساختن و اداره کردن استارت‌آپ در وضعیتی که میان هیاهوی شدید بازار قرار داشته باشی، بیش از همیشه دشوار می‌شود؛ هیاهوی که از سمت‌های گوناگون از رسانه‌های اجتماعی تا اپلیکیشن‌ها و سرویس‌ها و همکاران متعدد صنعت ایجاد می‌شود. در این میان، برخی کارآفرینان به توهم تولید محصول بزرگ و ساختار شکن بعدی در جهان، مسیر خود را گم می‌کنند و تنها به دنبال فرار گرفتن در مرکز توجه هستند. فرار گرفتن در مرکز توجه هیچ‌گاه موفقیت را تضمین نمی‌کند. در طول تاریخ، بسیاری از شرکت‌هایی که توجه رسانه‌های بی‌شمار را به خود جلب کرده‌اند، حتی پس از دریافت سرمایه‌های هنگفت شکست خورده‌اند. از میان آنها می‌توان به استارت‌آپ Jawbone اشاره کرد که حتی با جذب سرمایه ۹۲۰ میلیون دلاری، سرویستی به جز شکست و حذف از بازار نداشت. رویکرد پهنینه برای استارت‌آپ‌ها و مدیران آنها حفظ تمرکز روی وظایف و مسئولیت‌های جاری است. تمرکز روی وظایف جاری و تلاش برای حل مشکلات موجود به صورت خودکار توجه و شهرت را به دنبال خواهد داشت. تولید محصول عالی و تلاش برای پاک‌سازی مسیر برای رشد، در نهایت به موفقیت‌هایی با جلب توجه کافی منجر خواهد شد. فراموش نکنید شهرت و موفقیت فقط با مقیاس دهی و حفظ روند رشد به دست می‌آید.

شبکه کوچک

کارآفرینی برای اولین بار و بدون حضور در شبکه‌ای قوی با استانداردهای صنعتی، مشکلات بزرگی به همراه خواهد داشت؛ از این‌رو، شبکه قوی برای رشد هر کسبوکار حیاتی است. در واقع، اکثر استارت‌آپ‌های موفق پیروزی‌های خود را مرتبط با شبکه قوی بنیان‌گذاران می‌دانند. توسعه شبکه‌های حرفه‌ای نیز به برنامه‌ریزی و استراتژی دقیق احتیاج دارد و تنها با کمیابان با رویکردهای متعدد به دست نخواهد آمد. شبکه‌های قوی با سال‌ها فعالیت، صبر، تلاش برای تشکیل رابطه و ایجاد جامعه در اطراف ایده شکل می‌گیرند. در قدم اول برای توسعه شبکه‌ای پشتیبان برای کسبوکار، باید نوع اثرگذاری و اهداف کسبوکار را مشخص کنید. به عنوان مثال، اگر برند شما محلی است و تنها منطقه‌ای کوچک را برای فروش و رشد در نظر دارد، روی موقعیت‌های محلی برنامه‌ریزی کنید و به دنبال پشتیبان یا حتی اینفلوئنسر در همان محل فعالیت باشید. در مقابل، اگر بازار بزرگ‌تر یا حتی جهانی دارید، باید از موفقیت‌هایی در همان ابعاد برای شبکه‌سازی استفاده کنید. مثلا رویکردهای بین‌المللی.

رشد سریع و زودهنگام

رشد تولید با کمترین منابع و در سریع‌ترین زمان ممکن خواهد بود، اما در کنار آن، مشکلات هم به همان اندازه رشد پیدا می‌کنند. کشف بهترین مسیر برای مقیاس دهی و رشد به بررسی‌های متعدد و میل به تغییر مسیر (پیووت) نیازمند است. در نتیجه، شروع از ابعاد کوچک و سرعت رشد پایین ایراد خاصی ندارد. چنین رویکردی بسیار بهتر از سرعت بیش از حد و سرمایه‌گذاری بدون برنامه خواهد بود. فراموش نکنید مقیاس پذیری برای اکثر کسبوکارها مشکل بزرگی محسوب می‌شود. در نهایت، هر چقدر روی برنامه‌ریزی مقیاس‌دهی زمان اختصاص دهید، رشد آسانی بهینه‌تر خواهد بود. به عنوان نمونه‌ای از استارت‌آپ‌های شکست‌خورده با سرعت رشد درخشان، می‌توان گروهان (Groupon) را مثال زد. آنها از سال ۲۰۰۸ و با هدف تخفیف‌های کوئونی آنلاین وارد رقابت شدند و ایده و اجرای عالی داشتند. گروهان تمرکز بسیار زیادی روی جذب مشتری و نه نگهداری آنها داشت. در نتیجه، وقتی با سرعت زیاد تصمیم به رشد و مقیاس دهی گرفتند، مشکلات قبلی حل نشده بودند و در نهایت پس از چند ماه از عرضه عمومی سهام شرکت در سال ۲۰۱۱، ارزش هر سهم از ۲۰ دلار به ۹ دلار رسید. مشکلات بالا در نگاه اول بسیار واضح و آسان به نظر می‌رسند و با نگاهی به آنها متوجه می‌شویم خود بنیان‌گذاران، مشکلات و منابع اصلی را برای رشد شرکت ایجاد می‌کنند. آنها تصور می‌کنند همه کارها را می‌توان به تنهایی انجام داد. در نهایت، فراموش نکنید اطلاع از تنگناهای احتمالی در مسیر رشد، شما را برای قدم گذاشتن در آن آماده‌تر می‌کند. به علاوه، شانس موفقیت شرکت نیز بیشتر می‌شود. هیچ کسبوکاری، حتی آدیداس، بدون مشکل رشد نمی‌کند و مدیرانی که مشکلات را در ابتدا مشاهده می‌کنند، بخت موفقیت بیشتری در کسبوکار خواهند داشت.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

کلید موفقیت در رقابت، نوآوری است

صندوق حمایتی از جمله صندوق نوآوری و شکوفایی جهت کمک به توسعه اقتصاد دانش‌بنیان، تکمیل زنجیره ایده تا بازار و تجاری‌سازی عنوان کرد: با پیگیری صنوف فعال این بخش و جمع‌بندی مشکلات، آماده بررسی و پیگیری آن در سطح کشور هستیم. وی همچنین با تقدیر از زحمات همه تولیدکنندگان محصولات کنجدی و تشکر از ایده‌های مطرح‌شده در این استارت‌آپ، خواستار اجرایی‌شدن این تفکرات دانش‌محور در راستای تولید با کیفیت‌تر، کم‌هزینه‌تر و سریع‌تر شد. نماینده مردم اردکان با بیان اینکه نزدیک به ۷۰ درصد کنجد مورد نیاز از خارج کشور تأمین می‌شود، گفت: در شش ماهه اول سال ۹۷ بیش از ۲۸ هزار تن کنجد وارد کشور شده که بالغ بر ۴۲ میلیون دلار هزینه شده است که می‌تواند تا از طرف وزارت جهاد کشاورزی برنامه‌ریزی جدی برای افزایش تولید براساس وضعیت آب و هوایی در کشور انجام شود تا وابستگی این صنعت به واردات و تلاطم‌های خسارت‌بار آن، کاهش یابد.



نماینده مردم اردکان با بیان اینکه مهم‌ترین مؤلفه در عرصه تولید، رقابت‌پذیری است، اظهار داشت کلید موفقیت در رقابت، نوآوری است. به گزارش ایسنا، محمدرضا تابش در رویداد ملی استارت‌آپ محصولات کنجدی در اردکان، گفت: تولید محصولات کنجدی، با هویت و فرهنگ فاخر شهرستان اردکان و استان یزد گره خورده است و همه فعالان این عرصه باید در رونق این کسب و کار، فرهنگ غنی دیارمان را پاس بدانند که تاکنون نیز خوشبختانه بدین منوال بوده است. وی تصریح کرد: ارزش‌آفرینی در این هنر صنعت و استفاده از نوآوری برای تولید سبک متنوعی از محصولات کنجدی در سال‌های اخیر مورد توجه جدی‌تری قرار گرفته است که باید از ظرفیت‌های ایجادشده نیز به نحو مطلوب بهره گرفت. نماینده اردکان تأکید کرد: تولید با کیفیت و سنتی این محصول نباید هیچ‌گاه به فراموشی سپرده شود و همه باید تلاش کنیم برند نیک استان و به خصوص شهرستان اردکان، حفظ و ارتقا یابد. عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس با اشاره به تأسیس چند



وزیرت آبی خاکی تسلا آماده است

که این خودرو در واقعیت توانایی تغییر شکل ندارد، ناراحت شده است. آقای ماسک اکنون تصمیم گرفته به استفاده از پیش‌رانه برقی تسلا به این ایده جامه عمل بپوشاند. ایلان ماسک تولید نسخه‌ای که واقعا دوزیست باشد را در نظر دارد. او گفته است که پدیده این کار با دشواری‌هایی همراه خواهد بود. او تولید مدلی را که صرفاً جنبه‌ای نمایشی داشته باشد، محتمل پیش‌بینی کرده است. به اعتقاد آقای ماسک تقاضا برای چنین وسیله نقلیه‌ای زیاد نبوده و بازاریار کوچک‌تر از آن است که تولید انبوه صرفه اقتصادی داشته باشد.

منبع: businessinsider

در فیلم، توانایی حرکت در آب و خشکی توجه اینکه این نسخه خاص از لوتوس و او آن را در سال ۲۰۱۳ از یک جراحی که ر خریداری کرده است. وقتی یک کودک خردسال در آفریقای مز باند در فیلم «چاسوسی که مرا دوست کمه‌ای به زبرد ریایی تبدیل می‌کند. روزی افزوده زمانی که وی متوجه شده بود

زمینه تعامل استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ایران و سنگاپور فراهم شد

در دیدار معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با نماینده ویژه وزیر خارجه سنگاپور و مدیران وزارت صنعت و بازرگانی این کشور به محورهایی 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 کشور 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 موفق با کشورهای



چین و روسیه داشته است، گفت: امسال ۲۸ پروژه کاربردی با چین تعریف شده است. وی ضمن اشاره به طراحی و اجرای پلنفرم همکاری با متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشور از جانب متخصصان و محققان چینی مقیم آمریکا در قالب برنامه‌های چون talent program ۱۰۰ 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 تأسیس شده و حدود ۲ هزار و ۴۰۰ نفر متخصص و فراغ‌التحصیل داخلی در آن مشغول به کار هستند.

کارگاه برندینگ

BRAND

بررسی طرح Brands For Goods و تاثیرات آن
اتحاد برندها برای توسعه و زندگی پایداربه قلم: کریس ورن کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

ریچارد المن یکی از جذاب‌ترین اصطلاح‌های دوران ما را طراحی کرده است: «موکراسی برند». تعریف او از این اصطلاح به ظاهر عجیب و غریب به این ترتیب است: «حساس اصلی من در طراحی این اصطلاح سادگی بسیار بیشتر ترغیب یک برند به سوی عملی خاص در مقایسه با هر فعالیت دیگری بود. برندها همیشه به دنبال بهبود زندگی مشتریان و جلب رضایت‌شان هستند. این امر نیز با بررسی دقیق زندگی و سلیقه مشتریان صورت می‌گیرد.» فعالیت برندهای بزرگ در عرصه مسائل سیاسی از چند سال پیش شدت گرفته است. به این ترتیب آنها تمرکز بیشتری بر روی درخواست‌های مشتریان‌شان در عرصه سیاست دارند. به عنوان مثال، نت‌فلیکس در مورد قانون سسقط چنین در ایالات متحده فعالیت‌های زیادی انجام داد. همچنین برند پاتاگوتیا نیز در تلاش برای جلب توجه اهالی کسب و کار به گروه‌های محیط زیستی در پی کاهش مالیات تجاری و فشار بیشتر بر روی این گروه‌ها برای تامین بودجه است.

هفته گذشته برخی از برندهای مهم در مراسم «SB ۱۹» در دیترویت طرح جالبی را رونمایی کردند. طرح Brands For Goods به عنوان یک جنبش به منظور ایجاد شرایط ساده برای زندگی پایدار شمار هرچه بیشتری از مردم جهان ایجاد شده است. برندهایی نظیر دینتسو آیکیز، پیسی، نشنال جنوگرافیک، نستله، تارگت، SAP، Success Factors، P&G، اس سی جاسون و ویزا در این طرح مشارکت دارند.

کوان ویکون اسکرنینیارز، موسس و مدیرعامل موسسه برندهای پایدار، اظهار نظر جالبی در مورد طرح Brands For Goods دارد: «پژوهش‌ها به خوبی حاکی از تمایل رو به افزایش مردم برای داشتن زندگی پایدار است. همچنین مردم بیش از هر زمان دیگری به یافتن الگوهای شخصی خود برای زندگی تمایل دارند. به طور معمول بسیاری از ما احساس نارضایتی و پوچی در پی ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی وجوه مختلف دنیای پیرامون‌مان داریم. هدف اصلی طرح Brands For Goods کمک به مردم در راستای شناخت توانایی‌های خود برای تاثیرگذاری بر روی مسائل مختلف است. به این ترتیب توانایی مردم برای مقابله با مسائلی نظیر تغییر وضعیت آب و هوایی، حفاظت از منابع طبیعی و تضمین زندگی صلح‌آمیزتر بیشتر می‌شود. در حقیقت این طرح چیزی بیشتر از یک توصیه صرف به مشتریان برندهای بزرگ است. امروزه مشتریان علاقه بیشتری به تعامل با برندهای فعال در عرصه‌های اجتماعی، در تلاش برای ایجاد روابط پایدار با مشتریان و سازگار با حفظ محیط زیست دارند. این امر به دلیل امیدواری مشتریان به تضمین آینده‌ای پایدار و مطمئن در پی فعالیت این برندهاست.»

بدون شک چنین جهت‌گیری‌هایی باید از سوی جامعه و اهالی کسب و کار مورد تشویق قرار گیرد، با این حال چنین رویکردی موجب سه تعهد اساسی برندها می‌شود:

- اعمال ملاحظه‌های مختلف در مورد تولید محصولات و ارائه خدمات به منظور سازگاری با محیط زیست.
- استفاده از شیوه‌های مختلف بازاریابی و برندسازی به منظور توسعه پیام‌شان.

- همکاری برندها با یکدیگر در زمینه بازاریابی به منظور ترغیب مردم به سوی تاثیرگذاری مثبت در مورد مسائل مختلف سیاسی و اجتماعی.

خوشبختانه موسسه برندهای پایدار طرح‌های پژوهشی متنوعی را برای اطلاع‌رسانی به مخاطب‌های هدف خود ترتیب داده است. بر این اساس مهم‌ترین معیارهای زندگی مطلوب از سوی مشتریان به ترتیب «تناسب، سادگی و سلامتی» عنوان شده است. البته برخی دیگر از مشتریان نیز توانایی ارتباط مطلوب با خانواده، جامعه و محیط زیست را مطرح کرده‌اند. نکته جالب اینکه کمترین میزان توجه به معنای زندگی پایدار براساس میزان پول و ثروت عنوان شده است.

مارک پریچارد، رئیس برند P&G، در مورد اتحاد برخی از بزرگترین برندها در طرح Brands For Goods اینگونه اظهار نظر کرده است: «به عنوان یکی از اعضای طرح مورد نظر ما در پی توسعه سبک زندگی و رفتارهای پایدار هستیم. هدف اصلی من ایجاد شرایط مناسب برای مشتریان در پی دنبال خواسته‌های اساسی‌شان در کنار استفاده از محصولات مطلوب است.» بدون تردید پیگیری چنین هدفی از سوی برخی از برندهای بزرگ شرایط مناسبی برای توسعه یک ترند را فراهم می‌کند، اما به راستی سرنوشت این نوع اقدامات برندها چه خواهد بود؟

آیا این طرح تاثیرگذار خواهد بود؟

اینکه برندهای بزرگ در طرح Brands For Goods به دنبال ایجاد و توسعه سبک زندگی تازه‌ای هستند، بسیار هیجان‌انگیز است. هدف اصلی آنها فراهم‌سازی شرایطی بهتر از طریق طرح‌های گوناگون برای تصمیم‌گیری بهتر مردم در زمینه‌های مختلف زندگی است. پرسش مهم در این میان موفقیت برندها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مردم برای تصمیم‌گیری‌های تاثیرگذار است. نگرانی‌ها در مورد سرنوشت مشترک این اقدام با موج ترویج فضیلت‌های اخلاقی در دهه گذشته است. آن موج مشهور بدون کمترین دستاوردی مورد پی‌توجهی مردم قرار گرفت. به هر حال هم مردم در نظرسنجی‌ها پیرامون ضرورت فعالیت پایدار در عرصه‌های مختلف زندگی نظر واحد و مثبتی دارند، با این حال به هنگام عمل بسیاری از آنها به گونه‌ای متفاوت با اظهار نظرشان می‌اندیشند.

برای مشتریان مشاهده اقدام برندها برای ایجاد زندگی بهتر و آنچه تاثیرگذاری بر روی محیط اطراف نامیده می‌شود، جذاب‌تر است. این امر به معنای ضرورت اقدام برندها در وهله نخست برای جلب اعتماد و ترغیب مردم به پیروی از پیشنهاد‌های‌شان است. بنابراین شاید زمان تضمین مردم به پایان رسیده باشد. اکنون در برندها نیازمند فعالیت و ساماندهی اقداماتی مهم به منظور موفقیت در زمینه جلب اعتماد مردم هستند. در غیر این صورت سرنوشت اتحاد برندهای مختلف برای ایجاد زندگی پایدار یا پیگیری هر هدف دیگری با شکست همراه خواهد شد. دلیل آن نیز واضح است: بسیاری از مردم دیگر به حرف برندها، بدون مشاهده عملی از سوی‌شان، اعتماد نخواهند کرد.

منبع: brandingstrategyinsider



می‌کنید که در سراسر متن اصلی شما دیده می‌شود. تمامی عنوان‌های فرعی نیز باید از قوانین عنوان اصلی پیروی کنند؛ این بدان معناست که منطق اصلی متن را به همراه داشته باشد و خواننده را به خواندن بخش بعدی ترغیب کند.

در ادامه توصیه‌های بیشتری برای نوشتن یک عنوان موثر ارائه شده است:

- اطلاعاتی که مشخصا به موضوعی می‌پردازد، قانع‌کننده‌تر از کلی‌نویسی است. بنابراین تلاش کنید تا آمار دقیقی را ارائه دهید. برای مثال، به جای اینکه بنویسید «شوینده‌های ما، لباس‌ها را تمیزتر می‌کند» بنویسید «شوینده‌های ما، لباس‌ها را تا ۵۶ درصد تمیزتر می‌شوید.»

- در عنوان‌هایی که از علامت نقل قول (") استفاده شده، میزان فراخوانی تا ۲۸ درصد افزایش می‌یابد. شاید به خاطر اینکه توجه بیشتری را جلب می‌کند و یا اینکه معتبرتر به نظر می‌رسد.

- اگر برای یک بازار محلی تبلیغ می‌کنید، اسم شهر را نیز در عنوان خود به کار ببرید. اگر به مردم نشان دهید که درباره موضوع مهمی مربوط به شهر آنها حرف می‌زنید، توجه آنها را جلب خواهید کرد.

- یا توجه به سلیقه و نفع خواننده بنویسید. این یکی از اولین و مهم‌ترین مواردی است که یک بازاریاب باید به آن توجه کند. به خواننده، دلیلی را ارائه دهید که به ادامه مطلب نیز نگاهی بیندازد. این مورد، بدیهی به نظر می‌رسد، اما بارها و بارها زیر پا گذاشته شده است.

- چیزی که ارزش خبری داشته باشد را به آنها ارائه دهید. اگر چیز جدیدی مثل محصول جدید یا تغییر و تحول در محصولات قدیمی، در محتوای اصی متن قرار دارد، پس حتما در عنوان نیز به آن اشاره کنید.

- کنجکاوی طبیعی مردم را به کار بگیرید. این بدان معنا نیست که صرفا کنجکاوی مردم را در عنوان تحریک کنید. کنجکاوی می‌تواند قدرت زیادی داشته باشد، اما اگر با سلايق شخصی و یا اخبار ترکیب شود، شاید عنوانی را نوشته‌اید که به نظر خودتان کاملا تیزهوشانه است، اما به دلیل پیچیده‌بودن، توجه خواننده را به خود جلب نمی‌کند.

- مثبت باشید. تا حد امکان تلاش کنید که از نوشتن عنوان‌های تیره و تار و منفی پرهیز کنید. اگر ناچار به یک اشاره منفی هستید، پس عنوان خود را به یک زاویه مثبت به پایان برسانید.

- یک راه حل ساده و سریع را ارائه دهید. عنوان‌هایی که در آن راه حل‌های ساده و آسان، به افرادی ارائه می‌شود که ممکن است با همان مشکل موردنظر شما مواجه باشند، می‌تواند تاثیر زیادی را به همراه داشته باشد.

۱. یک کلیشه را برای هدف خود بازنویسی کنید. استفاده از یک کلیشه در عنوان‌ها می‌تواند تاثیر بسزایی داشته باشد، چراکه برای خواننده شما آشناست.
۲. مولفه‌ای از تنش را به آن اضافه کنید. این روش در حالتی اتفاق می‌افتد که بخش‌هایی از عنوان در تناقض با یکدیگر باشند.
۳. سوال‌هایی را مطرح کنید که مردم بخواهند به آنها پاسخ دهند. علاوه بر عنوان اصلی، احتمالا از سرفصل یا عنوان فرعی نیز استفاده

بازار پررقابت امروزی ایجاد می‌کند که به گفته‌های یوجین شوارتز، متخصص در زمینه آگهی‌های تبلیغاتی توجه کنیم؛ او چشم‌انداز جالبی را درباره یک عنوان خوب مطرح کرده است. شوارتز گفته است که برخلاف چیزی که بسیاری از ما تصور می‌کنیم، «تیتیر فروش نمی‌کند.» هدف از تیتیر یا عنوان، این نیست؛ بلکه عنوان باید توجه را جلب کند. برای مثال، زمانی که مردم در حال چک‌کردن ایمیل‌های خود هستند، شما تنها ۱۰ ثانیه در اختیار دارید تا توجه آنها را جلب کنید.

مردم در این ۱۰ ثانیه تصمیم می‌گیرند که مطلب را بخوانند و یا اینکه آن را حذف کنند. هدف از عنوان این است که مردم را به خواندن ادامه مطلب ترغیب کند. عنوان، محصول را نمی‌فروشد، نقطه نظری را تایید یا تکذیب نمی‌کند، از شرایطی دفاع یا به آن حمله نمی‌کند و یا اینکه اطلاعاتی را درباره توزیع‌کننده در اختیار شما قرار نمی‌دهد. تنها باید کاری کند که مردم به خواندن پاراگراف بعدی تمایل داشته باشند.

اگر با ایمیل سروکار دارید، تنها می‌توانید روی یک سوم دامنه توجه افراد حساب کنید؛ بنابراین اهمیت ماجرا در این بخش بیشتر می‌شود؛ تیتیر یا موضوع شما باید به گونه‌ای طراحی شود که توجه مخاطب هدف را جلب کرده و او را به خواندن متن اصلی ایمیل دعوت کند. طول یک عنوان خوب چقدر است؟ هیچ طول استاندارد برای آن در نظر گرفته نشده است، اما به طور قطع می‌توان گفت که طول آن باید به قدری باشد که مانع خواننده برای حذف ایمیل شود. همانطور که یوجین شوارتز می‌گوید: «عنوان، خط اول را می‌فروشد. خط اول، خط دوم را می‌فروشد. خط سوم را می‌فروشد و این روند ادامه دارد.»

هدف شما این است که مخاطب شما به خواندن ادامه دهد. به یاد داشته باشید که احتمالا خواننده‌های شما هنوز برای پذیرش برخی ایده‌ها آمادگی ندارند، مگر اینکه از قبل برای آن آماده شده باشند. شما می‌توانید در میانه مطلب، به نکاتی اشاره کنید که شاید خواننده یا خواندن کنید و در پاراگراف اول نیز به دینامیک مسائل مطرح‌شده در تیتیر بپردازید، پس می‌توانید خواننده را برای خرید ترغیب کنید.

روش‌های دیگری نیز برای ایجاد یک عنوان پویا وجود دارد که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

۱. یک کلیشه را برای هدف خود بازنویسی کنید. استفاده از یک کلیشه در عنوان‌ها می‌تواند تاثیر بسزایی داشته باشد، چراکه برای خواننده شما آشناست.

۲. مولفه‌ای از تنش را به آن اضافه کنید. این روش در حالتی اتفاق می‌افتد که بخش‌هایی از عنوان در تناقض با یکدیگر باشند.

۳. سوال‌هایی را مطرح کنید که مردم بخواهند به آنها پاسخ دهند. علاوه بر عنوان اصلی، احتمالا از سرفصل یا عنوان فرعی نیز استفاده

بازار پررقابت امروزی ایجاد می‌کند که به گفته‌های یوجین شوارتز، متخصص در زمینه آگهی‌های تبلیغاتی توجه کنیم؛ او چشم‌انداز جالبی را درباره یک عنوان خوب مطرح کرده است. شوارتز گفته است که برخلاف چیزی که بسیاری از ما تصور می‌کنیم، «تیتیر فروش نمی‌کند.» هدف از تیتیر یا عنوان، این نیست؛ بلکه عنوان باید توجه را جلب کند. برای مثال، زمانی که مردم در حال چک‌کردن ایمیل‌های خود هستند، شما تنها ۱۰ ثانیه در اختیار دارید تا توجه آنها را جلب کنید.

مردم در این ۱۰ ثانیه تصمیم می‌گیرند که مطلب را بخوانند و یا اینکه آن را حذف کنند. هدف از عنوان این است که مردم را به خواندن ادامه مطلب ترغیب کند. عنوان، محصول را نمی‌فروشد، نقطه نظری را تایید یا تکذیب نمی‌کند، از شرایطی دفاع یا به آن حمله نمی‌کند و یا اینکه اطلاعاتی را درباره توزیع‌کننده در اختیار شما قرار نمی‌دهد. تنها باید کاری کند که مردم به خواندن پاراگراف بعدی تمایل داشته باشند.

اگر با ایمیل سروکار دارید، تنها می‌توانید روی یک سوم دامنه توجه افراد حساب کنید؛ بنابراین اهمیت ماجرا در این بخش بیشتر می‌شود؛ تیتیر یا موضوع شما باید به گونه‌ای طراحی شود که توجه مخاطب هدف را جلب کرده و او را به خواندن متن اصلی ایمیل دعوت کند. طول یک عنوان خوب چقدر است؟ هیچ طول استاندارد برای آن در نظر گرفته نشده است، اما به طور قطع می‌توان گفت که طول آن باید به قدری باشد که مانع خواننده برای حذف ایمیل شود. همانطور که یوجین شوارتز می‌گوید: «عنوان، خط اول را می‌فروشد. خط اول، خط دوم را می‌فروشد. خط سوم را می‌فروشد و این روند ادامه دارد.» هدف شما این است که مخاطب شما به خواندن ادامه دهد. به یاد داشته باشید که احتمالا خواننده‌های شما هنوز برای پذیرش برخی ایده‌ها آمادگی ندارند، مگر اینکه از قبل برای آن آماده شده باشند. شما می‌توانید در میانه مطلب، به نکاتی اشاره کنید که شاید خواننده یا خواندن کنید و در پاراگراف اول نیز به دینامیک مسائل مطرح‌شده در تیتیر بپردازید، پس می‌توانید خواننده را برای خرید ترغیب کنید.

روش‌های دیگری نیز برای ایجاد یک عنوان پویا وجود دارد که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

۱. یک کلیشه را برای هدف خود بازنویسی کنید. استفاده از یک کلیشه در عنوان‌ها می‌تواند تاثیر بسزایی داشته باشد، چراکه برای خواننده شما آشناست.

۲. مولفه‌ای از تنش را به آن اضافه کنید. این روش در حالتی اتفاق می‌افتد که بخش‌هایی از عنوان در تناقض با یکدیگر باشند.

۳. سوال‌هایی را مطرح کنید که مردم بخواهند به آنها پاسخ دهند. علاوه بر عنوان اصلی، احتمالا از سرفصل یا عنوان فرعی نیز استفاده

ایستگاه بازاریابی

بررسی راهکار طراحی استراتژی بازاریابی با کمترین تاثیر منفی
آزمایش استراتژی های شرکت مان در شبکه های اجتماعی بدون خدشه به برند

نوشته: انجمن کارآفرینان جوان
 ترجمه: علی آل علی

شبکه های اجتماعی امروزه بر عرصه بازاریابی سلطه یافته اند، البته شرکت ها و مدیران کمپین های بازاریابی همیشه کارشناس های حرفه ای حوزه شبکه های اجتماعی نیستند، یک شرکت کوچک و محلی شاید نیازمند آزمایش چندین استراتژی بازاریابی در شبکه های اجتماعی به منظور یافتن الگوی مناسب باشد. بدون تردید این امر خطرهای زیادی را به همراه دارد. به طور عمده، چالش اصلی خدشه به برندمان پس از آزمایش استراتژی های مختلف است، به همین دلیل مقاله کنونی از سوی انجمن کارآفرینان جوان با همراهی برخی از موفق تری کارآفرینان ششان نوشته شده است. هدف اصلی بررسی شیوه های آزمایش استراتژی شرکت ها در شبکه های اجتماعی بدون خدشه به برند است. پرسش اصلی نیز به شرح ذیل است: راهکار یک کسب و کار کوچک برای آزمایش استراتژی های مختلف در شبکه های اجتماعی بدون خدشه به برندش کدام است؟ در ادامه پاسخ هر کدام شش کارآفرین منتخب انجمن کارآفرینان جوان را بررسی خواهیم کرد.

۱. امور را شخصی نکنید

رایان مگدیز (موسسه بازاریابی تستیک)

تعریف درست از برندمان به منظور فهم چگونگی پرهیز از ضربه به برندمان اهمیت دارد. به راستی مخاطب هدف اصلی برند ما چه کسانی هستند؟ لحن و نحوه انتخاب واژگان کوتاه در تعامل با مشتریان چگونه است؟ پس از پاسخگویی به پرسش هایی از این قبیل آمادگی ما برای بررسی ماهیت برندمان افزایش خواهد یافت، نکته مهم در اینجا استفاده از پاسخ های مان به پرسش های فوق در زمینه فعالیت بازاریابی و تبلیغاتی در شبکه های اجتماعی است. بسیاری از برندها با توجه به سلیقه خود اقدام به تولید محتوا در شبکه های اجتماعی می کنند، این امر به طور کامل اشتباه است. به عنوان یک برند سر و کار ما با مسائل شخصی نیست، بنابراین انتخاب های مان نیز نباید به صورت شخصی صورت گیرد. هر گونه فعالیت ما باید مطابق با هویت مرکزی برندمان صورت گیرد. در نهایت، اگر امور براساس برنامه مان پیش نرفت، نباید حالت تدافعی به خود بگیریم. حالت تدافعی موجب تشویق تصمیم گیری های شخصی می شود.

۲. پژوهش و مطالعه درباره رقابت مان

توراث دی هونت (شرکت سن دیگو مونتگ)

بدون تردید جستجوی اطلاعات در مورد رقبا مان در عرصه کسب و کار بسیار ساده خواهد بود. با بررسی نحوه فعالیت آنها در شبکه های اجتماعی اطلاعات مفیدی در زمینه الگوها و استراتژی های رقبا به دست می آوریم. همچنین آشنایی ما با سلیقه مشتریان کسب و کارمان نیز افزایش خواهد یافت، این امر اطلاعات لازم برای تدوین استراتژی مورد نظر برندمان را فراهم خواهد کرد. همچنین تا حد زیادی نیازمان از امتحان استراتژی های ناموفق رفع می شود، چراکه عدم موفقیت برندهای رقیب در استفاده از یک الگوی کلان بازاریابی آنلاین می تواند به معنای ناسازگاری آن با ماهیت کسب و کار ما باشد. در بسیاری از مواقع امتحان یک الگوی کلان بازاریابی در شبکه های اجتماعی باید به صورت محدود انجام شود. به این ترتیب ما فرصت کافی برای بررسی دقیق تر مسائل را خواهیم داشت. این امر به بهبود وضعیت اعتماد به نفس برندمان کمک می کند. همچنین خطرهای ناشی از آزمایش استراتژی بازاریابی را نیز کاهش می دهد.

۳. امتحان آزمایش دو مرحله ای بر روی مشتریان کابل و بیگزینز (برند کیتکا)

بهترین راهکار برای شرکت های کوچک به منظور توسعه استراتژی مبتنی بر شبکه های اجتماعی اجرای آزمایش دو مرحله ای بر روی مشتریان فعلی شان است. هدف اصلی در اینجا کسب شناخت دقیق از سلیقه مشتریان برندمان است. این مشتریان به طور معمول اهمیت بیشتری برای ما، در مقایسه با سایر افراد، قائل هستند. به همین خاطر تمرکز بر روی آنها نتیجه دقیق تری به همراه خواهد داشت. با این کار اطلاعات مورد نیاز برندمان برای تدوین یک استراتژی کلان تر فراهم می شود.

۴. عدم ترس از امتحان چیزهای تازه

کریستین نیل (موسسه مارکون برندز)

زیبایی شبکه های اجتماعی مربوط به امکان آزمایش امور مختلف در آن است. بدترین نتیجه فعالیت نامناسب در شبکه های اجتماعی به عنوان یک برند عدم توجه کاربران به ما در فضای این پلتفرم ها ست، بنابراین نباید بیش از اندازه نسبت به کاهش میزان فروش مان نگران باشیم. همچنین عادت کاربران شبکه های اجتماعی فراموشی سریع کمپین های بد در صورت مواجهه با عملکرد مناسب از سوی همان برند است. به این ترتیب همیشه امکان جبران عملکرد نامناسب ما وجود دارد. درست به همین خاطر توصیه اصلی من به برندها تلاش برای آزمایش امور مختلف در فضای شبکه های اجتماعی است. این امر هزینه های بسیار کمتری در مقایسه با پیگیری آن اهداف در فضای واقعی زندگی دارد. بازم تاکید می کنم، امکان فراموشی سریع کمپین های ناموفق در شبکه های اجتماعی فرصتی طلایی برای پیگیری و آزمایش استراتژی های مختلف خواهد بود، بنابراین باید ترس های موجود را کنار گذاشت.

۵. استفاده از نظرسنجی ها برای فهم مخاطب

برایان دریسکول (موسسه Think)

نظرسنجی همیشه یکی از راهکارهای مناسب برای جمع آوری اطلاعات در مورد موضوعات مختلف است. بسته به دامنه شرکت کنندگان اعتبار نظرسنجی ها افزایش می یابد. خوشبختانه برای یک شرکت کوچک نیاز به تهیه جامعه آماری بسیار زیاد نیست. به این ترتیب استفاده از نظرسنجی های جذاب برای فهم بهتر مخاطب الگوی مناسبی خواهد بود. بدون تردید هر کسب و کاری علاقه مند به شناخت بهینه مخاطبش است، اینکه مخاطب از ما چه می خواهد، کلید دستیابی به محصول یا استراتژی جذاب برای وی است. متأسفانه بسیاری از برندها براساس سلیقه شخصی شان به این دست مسائل پاسخ می دهند. این امر موجب شکست برندها در جلب توجه مخاطب می شود، بنابراین بهترین گزینه برای ما جهت گیری به سوی استفاده از نتایج نظرسنجی های مختلف است. نکته مهم به هنگام نظرسنجی از مخاطب هدف مان توجه به گوناگونی آنهاست، بنابراین جامعه آماری ما باید تا حد امکان این نوع تنوع را پوشش دهد. منبع: allbusiness



از ترند پنجشنبه بازگشت به گذشته چه می دانیم؟ (۲)

راهکارهای استفاده از ترند TBT در بازارهای دیجیتال

این ترتیب برندمان از زاویه دوربین آنها به تصویر کشیده می شود. به طور معمول کاربران شبکه های اجتماعی این نوع از تصاویر را بیشتر دوست دارند.

۳. مشتریان

شاید هیچ راهکار بهتری برای جلب نظر مشتریان به مانند نمایش محتوای مربوط به مشتریان قبلی مان نباشد. به این ترتیب برخی از برندها از تصاویر و ویدئوهای قدیمی مشتریان شان به منظور جذب بیشتر کاربران در پلتفرم های اجتماعی بهره می برند.

نکته مهم در خصوص استفاده از سوزه مشتریان توجه به سال های بسیار قبل است. همچنین در تصاویر ما مشتریان باید حضور کاملا مشهودی داشته باشند، به هر حال ایده مطوف به مشتریان برندمان بدون حضور آنها هیچ معنایی نخواهد داشت. به طور معمول حضور مشتریان در فروشگاه ما با بازدیدشان از خط تولید ایده جذابی خواهد بود.

۴. محصولات یا خدمات

محصولات و خدمات برندمان یکی از بهترین سوزه ها برای جلب توجه مخاطب در تکنیک TBT است. به عنوان مثال، محصولات شما در طول سال های متمادی چگونه متحول شده اند؟ آیا تصویر، بروشور یا هر محتوای دیگری از آنها دارید؟ در صورتی که پاسخ تان مثبت است، استفاده از آنها برای خلق پست های جذاب و هیجان انگیز در شبکه های اجتماعی بسیار تاثیر گذار خواهد بود.

در زمینه استفاده از محصولات باید ترس از امتحان ایده های تازه را کنار گذاشت. به ویژه از محصولات مان دارای سابقه طولانی نیستند. به عنوان مثال گوشی های هوشمند یکی از این حوزه ها هستند. در این مورد باید به دنبال نسل قبلی محصولات مان برویم، بدون تردید گوشی های هوشمند به یکبار پدیدار نشده است. پیش از آنها گوشی های ساده وجود داشت. به این ترتیب یافتن تصاویر قدیمی از مردم در حال استفاده از گوشی های قدیمی در اندازه های بسیار بزرگ کار چندان دشواری نخواهد بود. آیا شما در زمینه تناسب اندام فعالیت دارید؟ بدون تردید یافتن تصاویر قدیمی در این حوزه بسیار دشوار خواهد بود، با این حال مراجعه به تمرین های عجیب و غریب مردم در دهه های قبلی برای یافتن تناسب اندام جالب خواهد بود. این نوع تمرین ها امروزه به هیچ وجه قابل مشاهده در سبک ورزش حرفه ای نیست.

با اندکی تامل و جستجو برای پیشینه های جذاب امکان استفاده از الگوی هشتگ TBT در کمپین های بازاریابی وجود دارد. بدون تردید هیچ کسب و کاری فاقد تاریخچه نیست. اگر چه شاید نقش ما در آن تاریخچه بسیار کم رنگ یا نزدیک به هیچ باشد.

۵. تبلیغات

محتوای قدیمی تبلیغاتی یکی از بهترین نمونه ها برای الگوی هشتگ TBT محسوب می شود. دلیل اصلی این امر وجود احساس نوستالژیک در اغلب تبلیغات قدیمی است. به این ترتیب مخاطب به هنگام مشاهده پست برندمان با احساسات عمیقی مواجه خواهد شد. کمپین های متمرکز بر روی هشتگ TBT با استفاده از پوسترهای دیجیتال یا فیزیکی امکان جلب توجه مخاطب را دارند. به عنوان مثال، اکتان رسمی ارتش ایالات متحده در اینستاگرام جندی پیش به مناسبت سالگرد تأسیس اش از پوستر سال ۱۹۱۷ خود رونمایی کرد. در آن پوستر طرحی از آبراهام لینکلن با جمله معروف «من شما را برای ارتش ایالات متحده می خواهم» درج شده است.

استفاده از تبلیغاتی قدیمی برندمان در مجلات یا شبکه های تلویزیونی نیز

به قلم: تونی توران بازاریاب محتوایی و خبرنگار

ترجمه: علی آل علی

ایده های استفاده از هشتگ TBT

اکنون که با ماهیت و چستی هشتگ TBT به خوبی آشنا شده ایم، نوبت به استفاده از آن در کمپین برندمان در شبکه های اجتماعی است، اما چگونه باید این کار را انجام داد؟

اگر برند شما دارای سابقه و تاریخچه غنی است، مشکل چندان نخواهد داشت. اگر هم در زمینه مدیریت اکتان یک برند تازه کار فعالیت دارید، بازم مشکل چندان در پیش نخواهد داشت. در حقیقت هدف اصلی من در این بخش بیان برخی از ایده های جذاب برای استفاده از هشتگ TBT است.

۱. دفتر اصلی برندمان

مکان اصلی فعالیت برند ما نقطه شروع بسیار عالی برای استفاده از هشتگ TBT محسوب می شود. شاید شما در طول سال های فعالیت برندتان تغییراتی در ساختار آن نیز ایجاد کرده باشید. به این ترتیب ساختار مرکزی یک برند اغلب ایده های جذاب برای نمایش تاریخچه آن است. بسیاری از برندها با سابقه طرح های اصلی ساختار شان در زمان احداث را به اشتراک می گذارند. این امر کاربران را نسبت به آنها کنجکاو تر می کند.

نکته جالب در مورد ایده موقعیت مکانی ساختار برندمان امکان توسعه ساده اش است. به این ترتیب به جای ساختار اصلی شرکت به مواردی نظیر شهر، ایالت یا حتی کشور شروع کسب و کارتان فکر کنید. اطلاع از محل شروع کسب و کار برندهای بزرگ و جهانی همیشه برای مردم هیجان انگیز است. به ویژه اگر از سوی خود برندها طرح شود.

اگر برند شما هیچ ساختار فیزیکی ندارد (برندهای فعال در زمینه آنلاین)، همچنان امکان استفاده از هشتگ TBT براساس موقعیت مکانی را خواهید داشت. به هر حال سایت ها نیز کار خود را از یک جا شروع کرده اند. نمونه مطلوب در این زمینه نحوه یادآوری نخستین صفحه جستجوی گوگل در اینستاگرام است. تیم بازاریابی گوگل با انتشار چند تصویر از ظاهر اصلی سایت شان در روزهای نخست توجه قابل ملاحظه ای را به خود جلب کرد.

۲. کارمندان

کارمندان بدنه اصلی هر کسب و کاری را شکل می دهند، بنابراین چرا با انتشار تصاویر قدیمی از آنها اندکی هیجان خلق نکنیم؟ تصاویر مورد نظر می تواند شامل روزهای نخست فعالیت برخی از کارمندان یا حتی مصاحبه های کاری کارمندان فعلی باشد. البته در مورد کارمندان فعلی باید افرادی با سابقه بیش از ۱۰ سال کار را انتخاب کرد، چراکه فقط چنین بازه زمانی با ماهیت هشتگ TBT سازگاری دارد. برخی از برندهای بزرگ مانند ولز فارگو از هشتگ TBT برای انتشار تصاویر مربوط به نخستین کارمندان شان استفاده می کنند. در مورد ولز فارگو، یکی از پست های این برند مربوط به کارمندان دهه ۶۰ بانک آنها و طراحی نوآورانه لباس های کارمندان شان است.

استفاده از تصاویر قدیمی یکی از بهترین ایده ها برای ایجاد ظاهری انسانی برای برندمان است. به این ترتیب مخاطب احساس راحتی بیشتری با ما خواهد داشت. این امر تاثیر گذاری بسیار بالایی دارد. مانند نوعی اعلام اینکه در پشت ظاهر حرفه ای و گاهی خشک برندمان افراد گوناگون با ایده های مختلف وجود دارد. گاهی اوقات استفاده از تصاویر و ویدئوهای کارمندان نیز مفید خواهد بود. به

معرفی برترین استارت آپ‌های خدمات آموزشی



از سراسر دنیا دارد. به‌عنوان مثال کاربران می‌توانند زبان اسپانیایی را به کمک زبان انگلیسی یاد بگیرند؛ یعنی لغات و عبارات‌های اسپانیایی همراه با تلفظ و معنای آنها به زبان انگلیسی به کاربر نشان داده می‌شود.

دولینگو یکی از پرطرفدارترین روش‌های آنلاین آموزش زبان بوده و پرانلودترین اپلیکیشن آموزشی آیتونز و گوگل پلی است. اپلیکیشن iOS این استارت‌آپ در سال ۲۰۱۳ به‌عنوان اپلیکیشن برتر سال از سوی اپل انتخاب شد.

هدف دولینگو این است که آموزش زبان را به‌صورت رایگان برای تمام مردم دنیا فراهم کند و با روشی شبیه به بازی، زبان‌های مختلف را آموزش می‌دهد. نتیجه تحقیقات دانشگاه نیویورک نشان می‌دهد ۳۴ ساعت آموزش دولینگو معادل یک ترم آموزش زبان در دانشگاه است.

استارت‌آپ دولینگو در سال ۲۰۱۸ حدود ۴۰ میلیون دلار درآمد داشت و ارزش آن به ۷۰۰ میلیون دلار رسید و درآمد آن از طریق پخش آگهی و خدمات پولی تأمین می‌شود.

دولینگو در سال ۲۰۰۹ توسط وان آن، پروفسور علوم کامپیوتر دانشگاه کارگی ملون (سازنده reCAPTCHA) و یکی از دانشجویان او به نام سورین هگر بنیان‌گذاری شد. وان در مورد هدف خود از راه‌اندازی دولینگو می‌گوید:

می‌خواستم برای مردم فرصتی را فراهم کنم تا فارغ از سرمایه خود، شانس برابر برای دسترسی به آموزش زبان داشته باشند.

۶- استارت‌آپ یودمی (Udemy)

یودمی در سال ۲۰۱۰ و با هدف دموکراتیزه کردن آموزش بنیان‌گذاری شد. یودمی یک مارک‌پلیس (پلتفرمی که فروشندگان کالاهای مختلف می‌توانند به‌صورت آنلاین محصولات خود را بفروشند) آنلاین است که هر شخصی می‌تواند ویدئوی آموزشی خود را در آن آپلود کند و بفروشد. اغلب کلاس‌های آموزشی یودمی بین ۲۰ تا ۱۰۰ دلار قیمت دارند و مهارت‌های کاربردی مانند نحوه توسعه اپلیکیشن‌های iOS یا نحوه کار با نرم‌افزار اکسل را آموزش می‌دهند. کسانی که ویدئوهای آموزشی باکیفیت تولید می‌کنند، می‌توانند آنها را در یودمی بارگذاری کرده و درآمد خوبی کسب کنند.

یودمی علاوه بر حق کمیسیون که از فروش هر ویدئو دریافت می‌کند، تبدیل به پلتفرم خوبی برای تهیه ویدئوی آموزشی اختصاصی شرکت‌های بزرگ شده است. شرکت‌های بزرگی مانند گلدمن ساکس مشتری یودمی هستند و این موضوع پلتفرم یودمی را از سایر سایت‌های آموزشی متمایز کرده است.

تحصیلات دانشگاهی هیچ موقع ارزش و اعتبار خود را از دست نمی‌دهند، باین‌حال استارت‌آپ‌های آموزشی، خلاهای آموزشی را پر کرده‌اند و دوره‌های آموزشی متنوعی ارائه می‌دهند. این استارت‌آپ‌ها نقش مهمی در آماده‌سازی مردم برای جذب شدن به دنیای کار دارند و مطمئناً اهمیت آنها در آینده افزایش پیدا خواهد کرد.

منبع: zoomit

لیندا یکی دیگر از پلتفرم‌های آموزشی آنلاین است که در حوزه آموزش کسب‌وکار، نرم‌افزار، تکنولوژی، مهارت‌های خلاقانه، بازاریابی و... فعالیت می‌کند. عضویت در وب‌سایت لیندا در چندین سطح و از پایه تا پیشرفته است و محتوای آموزشی آن به زبان‌های انگلیسی، آلمانی، فرانسه و اسپانیایی ارائه می‌شود.

سایت آموزش آنلاین لیندا در سال ۱۹۹۵ توسط لیندا وینمان و همسر وی یعنی بروس هوبن راه‌اندازی شد و دوره‌های آنلاین خود را در سال ۲۰۰۲ ارائه داد. این استارت‌آپ تا سال ۲۰۰۴ حدود ۱۰۰ دوره آموزشی داشت و اولین سرمایه خود را در سال ۲۰۱۳ به مبلغ ۱۰۳ میلیون دلار دریافت کرد. شرکت لینکدین در سال ۲۰۱۵ با پرداخت ۱.۵ میلیارد دلار استارت‌آپ لیندا را خریداری کرد و نام آن در سال ۲۰۱۷ به لینکدین لرنینگ (LinkedIn Learning) تغییر کرد.

لینکدین با خرید لیندا، خدمات مکملی را به کاربران شبکه اجتماعی خود ارائه می‌دهد تا بتوانند مهارت‌های شخصی خود را توسعه دهند. در قسمت بالایی وب‌سایت لیندا نوشته شده که لینکدین لرنینگ شامل تمامی دوره‌های آموزشی لیندا به اضافه داده‌های لینکدین است تا آموزشی شخصی‌سازی‌شده را برای کاربران خود فراهم کند.

۴- استارت‌آپ کدکادمی (Codecademy)

برنامه‌نویسی یکی از مهارت‌های اصلی برای استفاده در مشاغل مرتبط با تکنولوژی است و استارت‌آپ کدکادمی به میلیون‌ها فرد علاقه‌مند به یادگیری در سراسر دنیا کمک می‌کند مهارت‌های لازم برای موفقیت در دنیای دیجیتال را با سرگرمی و به‌صورت رایگان یاد بگیرند. استارت‌آپ کدکادمی در سال ۲۰۱۱ توسط زک سیمز در نیویورک بنیان‌گذاری شد. روش‌های آموزشی کدکادمی متفاوت از سایر وب‌سایت‌های آموزشی بوده و متناسب با نیازهای آموزشی قرن ۲۱ طراحی شده است. کدکادمی دوره‌های آموزشی مانند اچ‌تی‌ام‌ال/سی‌اس‌اس، جاوا اسکریپت/جی‌کوئری، پایتون، روبی، پی‌اچ‌پی و... را از طریق پلتفرم وب و موبایل خود ارائه می‌دهد. البته این وب‌سایت دوره آموزش پی‌اچ‌پی را به‌دلیل عدم استقبال کاربران از وب‌سایت حذف کرد، این دوره شاید هنوز در نسخه قدیمی وب‌سایت موجود باشد اما از فهرست دوره‌های آموزشی حذف شده است. دوره‌های آموزش برنامه‌نویسی این وب‌سایت محیط برنامه‌نویسی واقعی را برای کاربر فراهم می‌کند و اصول ابتدایی برنامه‌نویسی را با ارائه مثال‌های کاربردی و تمرین‌های مرتبط آموزش می‌دهند. کاربران می‌توانند تمرین‌های ارائه‌شده در هر دوره را در محیط واقعی برنامه‌نویسی انجام دهند و با اجرا کردن کدهای خود، نتیجه کار و درست یا اشتباه بودن قطعه کدی که نوشته‌اند را مشاهده کنند.

۵- استارت‌آپ دولینگو (Duolingo)

دولینگو یکی از استارت‌آپ‌های فعال در زمینه آموزش زبان بوده و هم‌وب‌سایت و هم اپلیکیشن موبایل آن رایگان است. دولینگو ۸۵ زبان مختلف را به ۲۴ زبان آموزش می‌دهد و بیش از ۳۰۰ میلیون کاربر

مؤسسه Georgia در سال ۲۰۱۴ همکاری خود را با یوداسیتی آغاز کرد تا بزرگ‌ترین دوره آنلاین مربوط به علوم داده را برگزار کند. مدرک کارشناسی ارشد این دوره تنها ۷هزار دلار هزینه دارد و برای افرادی مناسب است که به‌دلیل بالا بودن شهریه دانشگاه نمی‌توانند تحصیلات تکمیلی خود را ادامه دهند. مدرک نانو یوداسیتی مدرک معتبری است و بسیاری از دارندگان این مدرک در شرکت‌های معتبری مانند گوگل، AT&T و ادوبی کار می‌کنند.

دوره‌های آموزشی آنلاین یوداسیتی بسیار کاربردی هستند و مهارت‌های مورد نیاز برای ورود به صنعت را به متقاضیان آموزش می‌دهند. این استارت‌آپ در سال ۲۰۱۱ توسط دیوید استیونس، مایک سوکولسکی و سباستین ترون در کالیفرنیا آمریکا بنیان‌گذاری شد. داستان راه‌اندازی استارت‌آپ به زمانی بازمی‌گردد که ترون و استیونس، استادان دانشگاه علوم کامپیوتر استنفورد قصد داشتند دوره‌ای به نام «معرفی هوش مصنوعی» را به‌صورت آنلاین برای همه برگزار کنند. بیش از ۱۶ هزار نفر از بیش از ۱۹۰ کشور برای شرکت در این دوره ثبت‌نام کردند و همین موضوع باعث شکل‌گیری وب‌سایت آموزشی یوداسیتی شد.

دوره‌های آموزشی فرانت‌اند، دوره‌های آموزش حرفه‌ای توسعه وب، دوره‌های برنامه‌نویسی فول‌استک، تحلیل داده، یادگیری ماشین، برنامه‌نویسی اندروید و iOS و... از جمله دوره‌های پرطرفدار این استارت‌آپ هستند.

۲- استارت‌آپ کورسرا (Coursera)

کورسرا یکی دیگر از پلتفرم‌های آنلاین آموزشی یونیکورن است که توسط استادان دانشگاه استنفورد یعنی اندرو آن‌جی و دلفنی کولر در سال ۲۰۱۲ بنیان‌گذاری شد. کورسرا با دانشگاه‌ها و سایر سازمان‌ها در زمینه برگزاری دوره‌های آموزشی رایگان و غیررایگان حوزه مهندسی، علوم انسانی، پزشکی، زیست‌شناسی، ریاضیات، علوم کامپیوتر، بازاریابی دیجیتال و علوم داده همکاری می‌کند. صدها دانشگاه برتر دنیا با کورسرا همکاری کرده و دوره‌های آموزشی مختلفی را در پلتفرم برگزار می‌کنند. دانشگاه‌های پرینستون، استنفورد، میشیگان و پنسیلوانیا اولین دانشگاه‌هایی بودند که محتوای آموزشی خود را در کورسرا ارائه دادند. دوره‌های کورسرا معمولاً بین چهار تا ۱۰ هفته طول می‌کشند و شامل کوئیز، تمرین‌های هفتگی، تمرین‌های مشارکتی و گاهی اوقات امتحان نهایی هستند. هر دوره در کورسرا توسط مربیان و اساتید برتر از بهترین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی جهان تدریس می‌شود؛ این دوره‌ها شامل سخنرانی‌های ویدئویی ضبط‌شده، تکالیف نمره‌دار و انجمن‌های گفت‌وگو برای پرسش و پاسخ هستند.

کورسرا در سال ۲۰۱۷ اولین دوره کارشناسی ارشد خود را در رشته نوآوری و کارآفرینی (OMIE) از دانشگاه HEC پاریس و رشته حسابداری (iMSA) از دانشگاه ایلینوی ارائه داد و اکنون دوره‌های کارشناسی ارشد جدیدی به نام علوم داده و مدیریت کسب‌وکار از دانشگاه ایلینوی را نیز ارائه داده است.

۳- استارت‌آپ لیندا (Lynda)

استارت‌آپ‌های فعال در حوزه آموزش، مهارت‌های مختلفی از برنامه‌نویسی و بازاریابی گرفته تا زبان‌های مختلف دنیا را آموزش می‌دهند و شخص را برای ورود به دنیای کار آماده می‌کنند.

تا همین چند سال گذشته، کتاب‌ها تنها منبع آموزش بودند که فرد می‌توانست با پرداخت هزینه‌ای اندک آنها را تهیه کند و در کنار کلاس‌های آموزشی و دانشگاهی، با مطالعه آنها مهارت خود را افزایش دهد، اما همه‌گیر شدن دوره‌های آموزشی آنلاین و استارت‌آپ‌های فعال در این زمینه، دنیای آموزش را نیز متحول کرده؛ به این صورت که برای یادگرفتن یک مهارت جدید دیگر نیازی به جست‌وجو در آموزشگاه‌های مختلف، پرداخت هزینه سنگین و رفت‌وآمد به آن‌سوی شهر نیست.

پلتفرم‌های آنلاین، امکان آموزش با کیفیت بالا از سوی بهترین و حرفه‌ای‌ترین اساتید را برای مردم سرتاسر جهان فراهم می‌کنند. بسیاری از این دوره‌های آموزشی رایگان بوده و بسیاری دیگر با پرداخت هزینه‌ای کمتر از دوره‌های حضوری قابل مشاهده هستند. نکته مثبت دیگر دوره‌های آموزشی آنلاین این است که فرد می‌تواند هر زمانی از شبانه‌روز ویدئوهای آموزشی را بارها و بارها مشاهده کرده و همچنین از طریق پنل‌های مخصوص با اساتید و سایر دانشجویان ارتباط برقرار کند.

امروزه حتی بسیاری از دانشگاه‌ها با برگزاری دوره‌های ارشد آموزش الکترونیکی امکان حضور در کلاس‌های درس مجازی را برای دانشجویان فراهم می‌کنند. در این دوره‌ها دیگر نیازی نیست دانشجویان برای شرکت در یک کلاس درس در ساعت مشخص، در دانشگاه حضور داشته باشند و تنها با یک سیستم کامپیوتری و اتصال اینترنت می‌توانند در کلاس درس مجازی شرکت کنند.

دوره‌های حضوری معمولاً بعد از اتمام دوره، مدرکی ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد شخص چند ساعت آموزش دیده است. بسیاری از دوره‌های آموزشی آنلاین نیز در پایان دوره مدرکی ارائه می‌دهند که از سوی شرکت‌های بزرگی مانند گوگل به رسمیت شناخته می‌شود، بنابراین دوره‌های آموزشی از نظر اعتبار، مشکلی ندارند. همچنین تعدادی از این استارت‌آپ‌ها ارزشی بیش از یک میلیارد دلار دارند و یونیکورن شده‌اند؛ این یعنی سرمایه‌گذاران نیز به موفقیت و محبوبیت استارت‌آپ‌های آموزشی اطمینان دارند. در ادامه به معرفی تعدادی از استارت‌آپ‌های موفق و فعال در زمینه آموزش می‌پردازیم.

۱- استارت‌آپ یوداسیتی (Udacity)

یوداسیتی استارت‌آپی یونیکورن در حوزه آموزش است که دوره‌های آنلاین حرفه‌ای را ارائه می‌دهد. تفاوت یوداسیتی با سایر سایت‌های آموزشی این است که بعد از شرکت در یک دوره، مدرک اینترنتی نانو ارائه می‌دهد. مدرک اینترنتی نانو (nanodegree)، مدرکی است که در پایان دوره‌های آموزشی یوداسیتی به دانش‌آموختگان ارائه می‌شود. این طرح ابداع یوداسیتی است که معمولاً بین ۶ تا ۱۲ ماه طول می‌کشد و طی آن مهارت‌های پایه‌ای برنامه‌نویسی که هر برنامه‌نویس یا تحلیلگر داده نیاز دارد را به او آموزش می‌دهد.

