

چرا خام‌فروشی می‌کنیم؟

فریال مستوفی
رئیس مرکز خدمات سرمایه‌گذاری اتاق تهران

چین اولین شریک تجاری ایران در واردات و صادرات است. سطح مبادلات تجاری ایران و چین پس از انقلاب با حجم ۲۰۰ میلیون دلار آغاز شد و ارزش مبادلات ایران و چین رو به فزونی مداوم گذاشت. به‌طوری که در نهایت در سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ به مرز ۵۰ تا ۵۲ میلیارد دلار افزایش یافت. سطح مناسبات تجاری دو کشور، در سال ۲۰۱۵ به‌دلیل افت قیمت نفت و برخی مسائل دیگر، حدود ۲۰ درصد کاهش یافت و با تداوم این روند نزولی، ارزش تجارت ایران و چین در سال ۲۰۱۶ به رقم ۳۲ میلیارد دلار رسید. و در پنج ماه نخست سال ۲۰۱۷، ارزش مبادلات تجاری دو کشور از مرز ۱۵ میلیارد دلار گذشت. اقلام صادراتی ایران بیشتر شامل مواردی از جمله متانول، مواد شیمیایی، زعفران، قیر، پسته، شیرین‌بیان، پوست، کفیوش، خرما، انجیر، مواد شیمیایی و عمدتاً مواد خام معدنی و سنگ آهن است. خام‌فروشی حراج ثروت ملی و آسیب به نسل‌های...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

نوسان محدود بازار ارز به روایت حیدر مستخدمین حسینی

قیمت دلار چقدر جا برای کاهش دارد؟

چند روز پیش بود که خبرگزاری بلومبرگ از ثبات ارزی ایران و تقویت ارزش ریال در یک سال گذشته خبر داد و سیاست‌های اخیر بانک مرکزی را دلیل آن معرفی کرد...

ایران از ۴ آبان در جمع اوراسیایی‌ها

شمارش معکوس برای تجارت با اوراسیایی‌ها

ایران از چهارم آبان‌ماه امسال رسماً عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا می‌شود و ۸۶۲ قلم کالا از ایران بدون تعرفه به پنج کشور عضو این اتحادیه صادر خواهد شد. چرایی شکل‌گیری اتحادیه اوراسیا به حوادث بین‌المللی بازمی‌گردد که پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی رخ داد و جمهوری‌های کوچک منطقه آسیای میانه از منظر اقتصادی ضعیف شدند. پس از این زلزله سیاسی، کشورهای پسا شوروی دست به اصلاحات اقتصادی و ترویج خصوصی‌سازی زدند. نخستین‌بار نورسلطان نظربایف، رئیس‌جمهور قزاقستان در سال ۱۹۹۴ و طی یک سخنرانی در دانشگاه ملی مسکو، ایده تشکیل بلوک اقتصادی منطقه‌ای را به منظور افزایش نرخ تبادل تجارت...

۹۸۷ هزار میلیارد تومان یارانه پنهان به چه کسانی می‌رسد؟

سهم یارانه نقدی از درآمد خانوار ایرانی

مدیریت و کسب‌وکار



پیام تیم کوک در هشتمین سالگرد درگذشت استیو جابز

- آیا نصیحت مشاوران همیشه کارساز است؟
- بهترین ایده‌های کسب و کار را با گوش‌دادن بیابید
- چرا کارکنان محل کارشان را ترک می‌کنند؟
- ۴ چالش بازاریابی خرده‌فروشی‌های آنلاین
- راه‌های جذب مشتری در نمایشگاه‌های کاری
- داستان‌سرایی برای برند به شیوه نایک

روحانی در مراسم تجلیل از مدال آوران المپیادهای علمی:

موضوع نخبگی و نخبگان باید فرآیندمحور دیده و مدیریت شود

رئیس‌جمهور نقش اولیای دانش‌آموزان و محیط خانواده را در رشد و شکوفایی استعدادها و نخبگی دانش‌آموزان حائز اهمیت دانست و گفت نخبگان و مدال آوران المپیادهای جهانی قهرمانانی در زمینه استعداد، آموزش و یادگیری هستند و پاسداشت این قهرمانی‌ها برای کشور حائز اهمیت است.

دکتر حسن روحانی روز یکشنبه در مراسم تجلیل از دانش‌آموزان مدال‌آور المپیادهای علمی جهانی سال ۲۰۱۹ میلادی با اشاره به ضرورت تلاش برای استفاده هرچه بهتر از فرصت‌های زندگی، گفت: بخشی از نخبگی مربوط به هوش و حافظه ذهنی افراد بوده، اما بخش عمده‌ای که این نخبگی را ماندگار و درخشان می‌کند، به تلاش و کوشش فردی وابسته است.

رئیس‌جمهور افزود: با توجه به معیارهای دینی و اسلامی حتی قبل از تولد نیز حالات روحی و روانی و شرایط زندگی اولیا در چگونگی رشد و شکوفایی استعداد فرزندان تأثیرگذار و مهم است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، روحانی با بیان اینکه معتقدم کشف استعدادهای درخشان باید در دوران پیش از مدرسه یعنی از پیش‌دستانی و با حتی دوره‌هایی قبل از آن آغاز شود، خاطرنشان کرد: شکوفایی استعداد در انسان‌ها، همواره یکسان نیست و باید فرآیندمحور دیده و مدیریت شود، یعنی ممکن است فردی استعدادش در دوران دبستان شکوفا بوده و در دوره‌های بعد مانند دبیرستان دچار افت شود؛ از این‌رو باید در راستای حفظ و ماندگاری استعدادها در نخبگان برنامه‌ریزی و تلاش داشته باشیم. رئیس‌جمهور چگونگی محیط زندگی و تحصیل را در رشد استعدادها و تداوم شکوفایی آنها تأثیرگذار دانست و گفت: باید از نخبگان و استعدادهای درخشان کشور تا پایان دوره تحصیل‌شان مراقبت کنیم تا خدای ناکرده غبار ناامیدی بر درخشان‌بودن آنها نیفتد. او با بیان اینکه اساس این رقابت‌ها در علم و دانش بوده و از این‌رو تقدیر از برتری‌ها مهم است، گفت: رقابت سالم، عادلانه و بر مبنای مبانی درست در همه زمینه‌ها موجب تحرک و پیشرفت خواهد بود.

روحانی با اشاره به اینکه باید در مشاغل گوناگون و حساس کشور به دنبال جذب افراد نخبه باشیم، گفت: اگر نخبگان را در زمینه‌های گوناگون جذب کنیم، هزینه‌های اداره کشور پایین آمده و شرایط بهتری در راستای توسعه و پیشرفت ایجاد خواهد شد که امروز خوشبختانه در سیستم جذب از سوی سازمان اداری و استخدامی کشور نسبت به جذب نخبگان اقدامات خوبی صورت گرفته است. رئیس‌جمهور با بیان اینکه استعداد و هوش ذاتی انسان‌ها در زمینه‌های مختلف می‌تواند حرکت رو به توسعه و پیشرفت کشور را تسریع کند، افزود: امروز در دولت شاهد نظرات گوناگون از سوی برخی وزرا در حوزه‌های مختلف هستیم که نشان از آگاهی و جامعیت آنها نسبت به مسائل در بخش‌های گوناگون است.

روحانی ادامه داد: در دوران دفاع مقدس نیز فرماندهان نخبه‌ای بودند که علی‌رغم آنکه در مسائل جنگی تحصیل نکرده بودند، اما عملیات‌ها را به طور خارق‌العاده برنامه‌ریزی می‌کردند و نشان دادند که یک نخبه می‌تواند موجب پیروزی در یک عملیات شود. رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه تلاش دولت بهره‌گیری درست و مناسب از نخبگان در بخش‌های مختلف است، افزود: یکی از اقدامات دولت در این راستا حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان بوده که زمینه بسیار مناسبی برای آینده نخبگان به وجود خواهد آورد. روحانی با اشاره به اینکه امروز کشور در همه بخش‌ها و رشته‌ها نیاز به نخبگان و پرورش استعدادها دارد، تصریح کرد: اگر فردی در علوم انسانی دارای استعداد بوده و حقوقدان لایق و وکیلی مجرب شود، می‌تواند در یک دادگاه بین‌المللی به نفع کشور اقدام کند. همچنین یک هنرمند بااستعداد هم می‌تواند با هنر خود افکار گوناگون را جذب و پرورش دهد؛ مهم این است که چگونه و در چه مسیری از استعدادها استفاده کنیم. رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه نسبت به استفاده از نخبگان در وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی تأکید داریم، گفت: از نخبگان باید در حوزه مشاوره در وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی استفاده شود و طی زمان این افراد می‌توانند حتی بالاترین مقام اجرایی را به دست آورند. روحانی با اشاره به ضرورت آموزش مهارت به دانش‌آموزان، گفت: امروز مهارت‌ها، علوم، دانش و فناوری‌ها به طور مداوم در حال تغییر است و به‌رروز بودن در این عرصه بسیار حائز اهمیت بوده و باید دروس مربوطه در دبیرستان و دانشگاه بر این اساس به‌روز شود. رئیس‌جمهور با بیان اینکه علم، دانش و فناوری، تنها محدود به یک دوره نیست، افزود: درس خواندن و مهارت‌آموزی باید با آخرین تحولات جهانی دنبال شود. روحانی با توصیه به مدال آوران المپیادهای جهانی بر تلاش در زمینه ادامه مسیری که در پیش گرفته‌اند خطاب به آنها گفت: همه دستگاه‌های دولت وظیفه دارند حامی و پشتیبان شما بوده و محیط رشد و شکوفایی را برای شما فراهم کنند. رئیس‌جمهور خاطرنشان کرد: امروز در اقتصاد و فرهنگ دانش‌بنیان شاهد تحولات بسیار خوبی هستیم و دانش‌آموزان بااستعداد و قهرمانان المپیادهای علمی می‌توانند آینده‌سازان خوبی برای کشور باشند.

پیش از سخنان رئیس‌جمهور نیز محسن حاجی‌میرزایی، وزیر آموزش و پرورش گزارشی از چگونگی حضور دانش‌آموزان بااستعداد و نخبگان کشور در المپیادهای علمی و بین‌المللی و برنامه‌های این وزارتخانه برای حمایت و پشتیبانی از آنان ارائه کرد. وزیر آموزش و پرورش با بیان اینکه مدال‌آوران المپیادهای علمی سفیران فرهنگی و علمی کشور هستند، گفت: این قهرمانان شاخص معتبر و نماد برجستهای از این هستند که کشور ما ظرفیت‌های علمی بسیار خوبی را دارا است.

به گفته او، هرچه بتوانیم شناخت دقیق‌تر و کامل‌تری از استعدادهای درخشان و نخبگان داشته و آنها را خوب کشف کرده و در راستای تداوم‌شان تلاش کنیم، دستیابی به اهداف توسعه علمی در کشور میسرتر خواهد بود.

حاجی‌میرزایی ادامه داد: نخبگان و مدال‌آوران المپیادهای علمی، قهرمانانی هستند که به تقویت هویت و افتخار ملی کمک شایانی می‌کنند و این در حالی است که امروز جامعه برای افزایش امید و اعتماد اجتماعی نیاز به تقویت سربلندی در جهان دارد و هرچه رکوردها در رقابت‌های جهانی ارتقا یابد این نیاز بهتر برآورده خواهد شد.

وزیر امور خارجه به سؤال نمایندگان درباره اقدامات اقتصادی دستگاه دیپلماسی پاسخ داد

گزارش اقتصادی ظریف در مجلس

تلاش می‌کنیم.
* وزارت امور خارجه مسئولیت تسهیل را برعهده دارد نه مسئولیت انعقاد و انجام قرارداد را؛ پس اگر موردی است که مسیر ما در این زمینه تعلل کرده، لطفاً به بنده بگویید که قطعاً پیگیری می‌کنم.
* اگر مردم ایراد و اشکالی از روش یک فرد در سفارتخانه‌ای از کشورمان داشته باشند، می‌توانند به شکل مستقیم به بنده ایمیل بزنند و بنده تمامی موارد را شخصاً پیگیری می‌کنم تا این موارد به نتیجه برسند.
* سفرای ما در افغانستان، پاکستان، ترکمنستان، قزاقستان، ارمنستان، آذربایجان و روسیه با استانداران گیلان، مازندران، گلستان، خراسان رضوی، خراسان شمالی، خراسان جنوبی، سیستان و بلوچستان، کرمان و یزد جلساتی را برگزار کرده‌اند و محوریت تحریم‌ها، تحولات ارزی، مالی، بانکی و حمل‌ونقل، ترانزیت و انرژی مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین برنامه‌ریزی برای سایر کشورهای همسایه یعنی ترکیه، عراق، قطر، عمان و کویت هم در حال انجام است.

* ما پایگاه داده‌های خارجی را به سفارتخانه‌ها ابلاغ می‌کنیم و آنها موظفند که به ما اطلاعات را ارائه دهند و ما اطلاعات را در سامانه قرار می‌دهیم، اما پایگاه داخلی را کسی موظف نیست که در اختیار ما بگذارد. ما از دستگاه‌ها و وزارتخانه‌ها درخواست می‌کنیم و هر اطلاعاتی که آنان به ما بدهند، در پایگاه قرار می‌دهیم.

* برنامه اقتصاد مقاومتی بر سه حوزه واردات متشکل از توریسم، سرمایه و تکنولوژی و سه حوزه صادرات متشکل از کالاهای غیرنفتی، خدمات فنی و مهندسی و نیروی انسانی متمرکز است که این موارد موضوعاتی است که به شکل جدی از ابتدای دولت دوازدهم به‌عنوان ابر اولویت خود دنبال کردیم.
* در شرایط بسیار نامساعد بین‌المللی به دلیل وضع تحریم‌های ظالمانه، ایالات متحده و همچنین در شرایطی که در داخل کشور ما وظیفه هماهنگی و تسهیلگری داریم، دستگاه‌های مختلف باید در این زمینه با ما همکاری کنند.
* یکی از بخش‌های موفق وزارت خارجه، بخش دیپلماسی اقتصادی بوده است و معاون مربوطه در این بخش از ابتدای صبح تا آخر شب صرفاً در حال پیگیری است تا مشکلات داخلی برای سرمایه‌گذاری را حل‌وفصل کند.
* بسیاری از مواردی که ما برای دور زدن تحریم‌ها معرفی می‌کنیم، با توجه به ملاحظات که دویستان ما در بخش خصوصی و دولتی دارند، به نتیجه نمی‌رسد اما ما وظیفه خود را به‌درستی انجام می‌دهیم.
* ما نیستیم که در لحظه آخر قرارداد را می‌بندیم بلکه ما صرفاً موظف هستیم که زمینه انعقاد قرارداد را فراهم کنیم تا مسئولان مختلف و بخش خصوصی اقدامات خود را انجام دهند.

* بیشترین توجه ما در عرصه سرمایه‌گذاری به بخش خصوصی است به همین دلیل تعداد زیادی از آنان در سفرهای خارجی ما حضور پیدا می‌کنند تا زمینه را برای همکاری آنان با سایر کشورها فراهم کنیم.
* برنامه ۲۵ ساله همکاری با چین، برنامه‌ای است که به شکل متوازن و با در نظر گرفتن اولویت‌های کشور توسط دستگاه‌های مختلف تدوین و در سفر گذشته بنده به چین ارائه شد و نشان‌دهنده اهمیتی است که ما به روابط با چین می‌دهیم.

* برنامه با روسیه هم به‌خوبی پیش می‌رود، روابط با همسایگانی چون عراق، افغانستان، پاکستان، ترکیه و قطر به‌خوبی و با جدیت دنبال می‌شود، اما برای ملاحظات که این کشورها دارند و برنامه جلوگیری از اینکه گرفتار تحریم‌های ظالمانه آمریکا شوند. ما بیشتر به رسیدن به منافع ملی کشور اهمیت داده و به تبلیغات اهمیت زیادی نمی‌دهیم.

فرصت امروز: محمدجواد ظریف با حضور در جلسه علنی مجلس و در پاسخ به سؤالی که نمایندگان درباره اقدامات وزارت امور خارجه برای بهبود روابط اقتصادی، ارتقای دیپلماسی اقتصادی و ارتقای جایگاه ایران در صحنه جهانی داشتند، نکاتی را یادآور شد و گفت که موضوع اقتصاد، مهم‌ترین اولویت سیاست خارجی دستگاه دیپلماسی است، اما این وزارتخانه تصدیگری را برعهده ندارد. گزیده مهم‌ترین صحبت‌های محمدجواد ظریف در صحن علنی مجلس را در ادامه گزارش می‌خوانید.

* در حال حاضر موضوع اقتصاد، مهم‌ترین اولویت سیاست خارجی ماست و بر این اساس، معاونت اقتصادی را تشکیل دادیم.
* دبیرخانه ستاد هماهنگی روابط اقتصادی مدتی است که تشکیل شده و وظیفه اصلی آن، هماهنگی کارهای مختلف کشور در دستگاه‌های خارجی است. این دبیرخانه هر دو هفته یک‌بار با معاونت وزارتخانه‌های دیگر جلسه‌ای تشکیل می‌دهد و همچنین آنان جلساتی را با سفرای ایران در کشورهای مختلف برگزار می‌کنند که آخرین تحولات اقتصادی را ارائه دهند.

* تاکنون سفرای ما در کشورهای همسایه و همچنین چین و ژاپن در این دبیرخانه حضور یافته‌اند و مباحثی درباره دیپلماسی اقتصادی مطرح شده است.
* ما برای استان‌ها اداره ویژه‌ای تشکیل داده‌ایم تا امکانات استان‌ها برای جذب سرمایه مورد ارزیابی قرار گیرد و در این راستا، تاکنون در معاونت اقتصادی چند جلسه بین استانداران و سفرا تشکیل شده است.

* همچنین یک پایگاه اطلاع‌رسانی در معاونت دیپلماسی تشکیل شده که در آن اطلاعات اقتصادی کشورها در اختیار بخش خصوصی و دولتی قرار می‌گیرد که این امر در ارتقای فعالیت‌های اقتصادی بخش خصوصی تأثیر بسزایی دارد و همچنین ما اطلاعات ایران را در اختیار بخش خصوصی خارجی قرار می‌دهیم.
* اقدام دیگری که در این مورد انجام شد، ورود ایران به اتحادیه اقتصادی اوراسیا است که امکان ویژه‌ای را برای ایران فراهم می‌کند تا بتواند با همسایگان خود ارتباط ویژه‌ای را از حیث اقتصادی و تجاری برقرار کند. با اجرashدن توافق اوراسیا در اواسط آبان ماه قطعاً شاهد تأثیرات بسزای حضور ایران در این اتحادیه خواهیم بود.

* برای ارتقای جایگاه ایران و ایرانی در سطح جهان، ما حمایت از ایرانیان خارج از کشور را وظیفه خود می‌دانیم و هرگونه اقدامی برای جلوگیری از تضییع حقوق آنان انجام می‌دهیم. دو ایرانی مقیم خارج از کشور به شکل غیرقانونی و به درخواست آمریکا در زندان بودند که یک ایرانی آزاد شده است و به دنبال آن هستیم که از طریق گفت‌وگو آزادی فرد دوم را به نتیجه برسانیم.
* وظیفه وزارت امور خارجه بستن قرارداد و جذب سرمایه نیست، صرفاً وظیفه ما تسهیل این اقدامات است و دستگاه‌های ذی‌ربط باید آن را انجام دهند.

* سفرای ما موظف به شناخت سرمایه‌گذاران هستند و باید اطلاعات لازم را در اختیار آنان بگذارند تا سرمایه‌گذاران در ایران حضور یابند، اما مراحل اجرای مقررات داخلی و قوانین که موجب معطلی سرمایه‌گذاران می‌شود، ربطی به وزارت خارجه ندارد.

* ما هر روز افرادی را جهت سرمایه‌گذاری در کشورمان به دستگاه‌های ذی‌ربط معرفی می‌کنیم اما پس از معرفی، دیگر وظیفه ما نیست که اقدامی انجام دهیم و مداخله ما باعث اخلا در سیستم سایر دستگاه‌ها می‌شود و فسادآور است.

* اجرای وظیفه اقتصادی دستگاه دیپلماسی، با مشکلات دیگری به‌ویژه تحریم‌های آمریکا مواجه است و فشار حداکثری آمریکا، مانع تحقق بسیاری از اقداماتی شده که ما در برنامه خود داشتیم، اما کماکان در همه این زمینه‌ها

به بهانه پیوستن ایران به اتحادیه اوراسیا

فصلی نو در تجارت ایران

هشتم مهرماه بود که حسن روحانی برای شرکت در اجلاس اتحادیه اوراسیا راهی ارمنستان شد و فصلی نو در تجارت ایران با کشورهای آسیای میانه شکل گرفت. با توجه به تنوع بازار و منابع موجود در کشورهای عضو این اتحادیه، پیوستن به آن یک فرصت قابل توجه برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند و می‌توان از این طریق، بخشی از اثر تحریم‌ها را جبران کرد. قطعا ورود به اتحادیه اقتصادی اوراسیا و همکاری با این اتحادیه می‌تواند دروازه جدیدی برای اقتصاد ایران باشد که بتواند با سایر اعضا به راحتی روابط اقتصادی برقرار کند و یا روابط خود را توسعه دهد.

پیوستن به این اتحادیه، مزیت‌های اقتصادی بسیاری برای ایران به دنبال دارد از جمله آن می‌توان به تخفیف‌های تعرفه‌ای برای صادرکنندگان ایرانی به کشورهای اتحادیه اقتصادی اوراسیا اشاره کرد. همچنین از آنجا که اتحادیه اوراسیا با کاهش استفاده از دلار، سهم پرداخت‌های تجاری با ارز ملی را به ۷۰درصد افزایش داده، می‌توان به کاهش استفاده از دلار در مبادلات تجاری خوشبین بود که این اتفاق در شرایط کنونی تحریم برای تجار ایرانی امیدوارکننده است. این توافق که بعد از دو سال مذاکره به نتیجه رسید،ه، از هفته اول آبان ۹۸ ماه اجرایی می‌شود. قرار است موافقت‌نامه تمام‌عیار تجارت آزاد با اوراسیا امضا شود و از سه سال دیگر تقریبا تمام کالاها مشمول کاهش تعرفه خواهند شد. براساس این موافقت‌نامه، ایران از اتحادیه اقتصادی اوراسیا امتیازات گمرکی خاصی دریافت کرده و کشورهای این اتحادیه هم این امکان را خواهند داشت تا حجم صادرات خود به ایران را تا ۷۵درصد افزایش دهند. ایران نیز می‌تواند با امتیازاتی که دریافت می‌کند، صادرات کالاهای خود به مقصد پنج کشور اوراسیایی را تا چند برابر افزایش دهد. این امتیازات ۵۰۲ قلم کالاهای مختلف در حوزه‌های مواد غذایی، مواد مصرفی شیمیایی، محصولات ساختمانی، صدور خدمات فنی و مهندسی، محصولات صنعتی و محصولات کشاورزی از سوی اتحادیه اوراسیا و ۳۶۰ قلم کالا در همان موارد مشابه را از سوی ایران شامل می‌شود که در مجموع کل اقلام مشمول در موافقت‌نامه به ۸۶۲ مورد می‌رسد.

از مزایای پیوستن ایران به اتحادیه اقتصادی اوراسییا می‌توان به ایجاد پسل ارتباطی برای اتصال به بازار با بیش از ۱۸۰ میلیون نفر و بازار بالقوه‌ای برای افزایش صادرات کشور اشاره کرد. همچنین تنها روسیه، یعنی بزرگ‌ترین کشور اتحادیه اوراسیا بازاری ۱۴۰میلیون نفری پیش روی تجار ایرانی قرار می‌دهد. تولید ناخالص داخلی منطقه در مجموع ۱.۹ هزار میلیارد دلار است که ۳۰.۲درصد GDP جهان را تشکیل می‌دهد. اگرچه هم‌اکنون تنها پنج کشور عضو این اتحادیه هستند، اما بیش از ۴۰ کشور و سازمان بین‌المللی از جمله چین، هندونزی، کره جنوبی، هند، مصر، عربستان و حتی برخی کشورهای حوزه آمریکای لاتین برای فعالیت در چارچوب این اتحادیه اعلام آمادگی کرده‌اند. پیوستن ایران به اتحادیه اقتصادی اوراسیا منجر به جهش بزرگی در صادرات نفتی و غیرنفتی ایران خواهد شد. عضویت در اتحادیه اقتصادی اوراسیا که چشم‌انداز روشنی پیش روی آن قرار دارد، می‌تواند نقش موثری در عبور ایران از تنگناهای اقتصادی ایفا کند. با توجه به پتانسیل تجاری موجود بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا باید به این مسئله اشاره شود که این اتحادیه قابلیت تبدیل شدن به بازاری بزرگ و مطمئن برای کالاهای صادراتی ایران را دارد. اگرچه هنوز حجم مبادلات میان ایران و کشورهای منطقه مطلوب نیست، اما ظرفیت‌های فراوانی برای رشد آن وجود دارد. عضویت ایران در چنین اتحادیه‌ای می‌تواند دستاوردهای اقتصادی و سیاسی داشته باشد. عضویت ایران در اتحادیه اقتصادی اوراسیا می‌تواند کشورمان را به بازارهای کشورهای عضو این اتحادیه که با اکثر آنها زمینه تاریخی و فرهنگی مشترک دارد و سهم ناچیزی در بازار این کشورها دارد، نزدیک‌تر کند و این موضوع به کشورمان کمک خواهد کرد که از فشار تحریم‌های اقتصادی غرب علیه خود بکاهد و از قرار گرفتن در اتحادیه‌ای که کشور روسیه در آن نقش محوری دارد، بتواند بر وزن و نفوذ منطقه‌ای خود بیفزاید.

در همین زمینه، حسین مدرس خیابانی، قائم مقام وزیر صمت در امور بازرگانی، جزییاتی تازه از میزان تجارت ترجیحی ایران و اوراسیا اعلام کرده و گفته است: در گام اول هدف ما اجرایی‌کردن تفاهم‌نامه تعرفه تجارت ترجیحی است و در مراحل بعد به دنبال پیوستن به این اتحادیه هستیم.

او در گفت‌وگو با فارس، ادامه داد: موافقت‌نامه موقت ترتیبات منطقه آزاد تجاری بین ایران و اتحادیه اوراسیا از ۵ آبان‌ماه امسال اجرایی می‌شود. این موافقت‌نامه شامل ۸۶۲ قلم کالا است که ۵۰۲ قلم از آن ترجیحات اعطایی اوراسیا به ایران است و ۳۶۰ قلم هم ترجیحات اعطایی ما به اتحادیه اوراسیا است.

به گفته مدرس خیابانی، پس از یک سال اجرای موافقت‌نامه، مذاکرات تجارت آزاد بین ایران و اتحادیه اوراسیا شروع خواهد شد و ظرف سه سال باید موافقت‌نامه تجارت آزاد را مذاکره و امضا کنیم. رئیس سازمان توسعه تجارت ایران نیز گفت: با اجرای موافقت‌نامه ترتیبات تجارت ترجیحی بین ایران و اتحادیه اوراسیا از ۵ آبان، ایران باید ظرف سه سال عضو اتحادیه اوراسیا شود.

حمید زادبوم ادامه داد: موافقت‌نامه موقت ترتیبات منطقه آزاد تجاری اوراسیا در تاریخ ۶خ شهریور امسال توسط سفیر ایران به دبیرخانه اوراسیا تحویل شد، بنابراین ظرف دو ماه از اعلام رسمی ایران به دبیرخانه باید این موافقت‌نامه به مرحله اجرا می‌رسید که بر این اساس موافقت‌نامه ترتیبات تجارت آزاد بین ایران و اتحادیه اوراسیا از ۵ آبان‌ماه ۹۸ اجرایی می‌شود.

به گفته زادبوم، این موافقت‌نامه شامل ۸۶۲ قلم کالا است که ۳۶۰ قلم ترجیحات اعطایی ما به اوراسیا و ۵۰۲ قلم هم ترجیحات اعطایی اوراسیا به ایران است. موافقت‌نامه موقت ترتیبات منطقه آزاد تجاری اوراسیا از ۵ آبان‌ماه ۹۸ به مدت یک سال اجرا می‌شود و بعد از گذشت یک‌سال، مذاکرات تجارت آزاد شروع می‌شود که ظرف سه سال باید منجر به موافقت‌نامه تجارت آزاد بین ایران و اتحادیه اوراسیا شود. همچنین مرتضی میری، عضو کنفدراسیون صادرات ایران معتقد است: ایران از چهارم آبان امسال رسماً عضو اتحادیه اوراسیا می‌شود و ۵۰۲ قلم کالا از ایران بدون تعرفه صادر خواهد شد. وقتی دولت عضو پیمان اوراسیا می‌شود طبیعتاً بقیه کارها را بخش خصوصی باید انجام دهد، اما متأسفانه در زمان پیوستن به این پیمان از بخش خصوصی استفاده نمی‌شود از این روست که عموم هیأت‌هایی که وارد ایران می‌شوند فروشنده هستند.

ایران از ۴ آبان در جمع اوراسیایی‌ها

شمارش معکوس برای تجارت با اوراسیایی‌ها



اقتصادی اوراسیا بیشتر جنبه اقتصادی به خود گرفته، اما نمی‌توان از حاشیه‌های سیاسی ورود ایران به این بازار اقتصادی به سادگی عبور کرد. در حالی که خاورمیانه گرفتار منازعات بی‌شمار شده، اتحادیه اروپا با حاشیه‌های بحران اقتصادی در بیشتر کشورهای عضو و تقلای بریتانیا برای خروج از اتحادیه و موج مهاجرت دست و پا می‌زند و آمریکای ترامپ می‌گوید آنچه بیرون از مرزهای ایالات متحده می‌گذرد به ما ارتباطی ندارد، اهمیت مناطق آسیای مرکزی و قفقاز بیش از پیش به چشم می‌آید. به گفته کارشناسان، پررنگ‌تر شدن این منطقه در رقابت‌های تجاری، همسایگی این منطقه با چین، نقش غیرقابل انکار چین در سازمان همکاری‌های شانگهای، نیاز اروپا به مسیری برای رسیدن به قلب شرق بر اهمیت این منطقه در تحقق اهداف ژئوپلیتیک ایران می‌افزاید.

تعمیق ارتباط‌های تجاری ایران با منطقه اوراسیا به گونه‌ای که نوعی از درهم‌تنیدگی منافع اقتصادی میان ایران و کشورهای عضو این اتحادیه ایجاد بشود، می‌تواند به خودی خود و در یک روند نامحسوس فواید سیاسی هم برای ایران به دنبال داشته باشد. یکی از نقطه ضعف‌های ایران در مراده با کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا، پایین بودن حجم مراوده‌های اقتصادی و تجاری است که به نظر می‌رسد همکاری رسمی و قاعده‌مند ایران با اتحادیه اقتصادی اوراسیا بتواند تا حدودی این عقب‌ماندگی را جبران کند. در حالی که آمریکا تلاش می‌کند با سیاست فشار حداکثری، تهران را منزوی کند و هزینه هرگونه رابطه اقتصادی و تجاری با ایران را بالا ببرد، ایران باید از نقش کلیدی که در شاهراه‌های منطقه‌ای مانند جاده ابریشم و کریدور شمال و جنوب دارد، برای توسعه روابط اقتصادی و سیاسی با کشورهای این منطقه استفاده کند. از سوی دیگر، کارشناسان معتقدند ایران می‌تواند با ابزار عضویت در اتحادیه‌های منطقه‌ای، نوعی از وابستگی متقابل را ایجاد کند که همین مساله در میان‌مدت منجر به کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی ایران خواهد شد. براساس گزارشی که خبرگزاری صداوسیما در خردادماه امسال و در گرماگرم بحث‌ها در مجلس شورای اسلامی پیرامون همکاری رسمی با اتحادیه اقتصادی اوراسیا منتشر کرد، اتحادیه اقتصادی اوراسیا در بازار نفت جهانی، جایگاه قابل توجهی دارد، بنابراین پیوستن ایران به اتحادیه اوراسیا و ایجاد یک سوآپ نفتی مشترک با کشورهای عضو این اتحادیه، می‌تواند در شرایط تحریمی، فروش نفت ایران را تسهیل کند.

پرونده «فرصت امروز» درباره فرصت‌های عضویت ایران در اتحادیه اقتصادی اوراسیا (EAEU) را در ادامه می‌خوانید.

فدراسیون روسیه بیشترین میزان جمعیت، تولید ناخالص داخلی و حجم تجارت با جهان را دارد و بیشترین نرخ تورم متعلق به قزاقستان با ۶درصد و بیشترین نرخ بیکاری نیز مربوط به ارمنستان با ۱۸،۱درصد بوده است. قرقیزستان هم با تورم ۱۵،۵درصدی و تولید ناخالص داخلی ۸،۱ میلیارد دلار، کمترین نرخ تورم و تولید ناخالص داخلی و کشور بلاروس با ۰،۸درصد کمترین نرخ بیکاری را داشته است.

بهبود توسعه پایدار و ارتقای کیفیت سطح زندگی کشورهای عضو، مهمترین دلیل شکل‌گیری اتحادیه اقتصادی اوراسیا بوده است. از ویژگی‌های مهم مدل تجاری این اتحادیه آن است که تعرفه گمرکی در تجارت کالایی بین اعضای اتحادیه صفر است، اما اعضای اتحادیه اقتصادی اوراسیا، تعرفه خارجی مشترکی را برای کالاهایی که از خارج از اتحادیه وارد می‌شود، اعمال می‌کنند.

استفاده از تعرفه‌های تجاری، فرصت‌های سرمایه‌گذاری و تسهیل روابط اقتصادی با کشورهای عضو اتحادیه، خلاصه‌ای از فواید عضویت ایران در اتحادیه اقتصادی اوراسیا است. به گفته اقتصاددانان، تراز تجاری ایران با مجموع کشورهای عضو این اتحادیه منفی است، اما عضویت در این اتحادیه می‌تواند فرآیند صادرات ایران را تسهیل کرده و بازارهای جدیدی برای کالاهای ایرانی فراهم کند. در حالی که بازگشت تحریم‌های آمریکا با قابلیت تنبیه فرامرزی، اقتصاد ایران را تحت تاثیر قرار داده و بر همکاری اقتصادی کشورها با تهران سایه انداخته، میزان کارایی عضویت ایران در اوراسیا در روزگار تحریم باید در گذر زمان و به تجربه مشخص شود، اما به گفته کارشناسان، یکی از اصلی‌ترین مزایای پیوستن ایران به این اتحادیه را بایست در تسهیل رابطه تجاری با روسیه در قالب فرصت‌های بیشتر و بهتر دید.

براساس این گزارشی که خبرگزاری صداوسیما منتشر کرده یکی از مزایای پیوستن به این موافقت‌نامه، تخفیف‌های تعرفه‌ای برای صادرکنندگان به اتحادیه اقتصادی اوراسیا شامل کشورهای روسیه، قرقیزستان، قزاقستان، بلاروس و ارمنستان است. با اجرایی شدن پیوستن ایران به اتحادیه اوراسیا در مرحله نخست، تعرفه ۸۰۰ قلم کالاهای صادراتی ایران به کشورهای عضو این اتحادیه کاهش خواهد یافت و این موفقیت خوبی برای صادرات کالاهای غیرنفتی ایران به این اتحادیه است. جذب سرمایه قابل ملاحظه در مناطق شمالی و جنوبی کشور، بهره‌مندی از بازارهای ترجیحی و بازارهای هدف، استفاده از مسیر ترانزیتی شمال-جنوب برای انتقال غلات به کشورهای روسیه و قزاقستان از دیگر فواید همکاری ایران با اتحادیه اقتصادی اوراسیا است. در حالی که بیشتر نگاه‌ها به آغاز همکاری‌های عملی ایران و اتحادیه

ایران، اوراسیا، تجارت آزاد و دیگران

۱۱ قول ایران و اوراسیا

کشاوری و خدماتی» و «همکاری مشترک در مکانیزم‌های پشتیبانی، تشویق و سرمایه‌گذاری» برخی از برنامه‌های همکاری است که توسط شورای تجاری اتحادیه اقتصادی اوراسیا و اتاق بازرگانی ایران دنبال خواهد شد.

آخرین آمارهای منتشرشده از سوی مرکز تجارت بین‌المللی (ITC) درخصوص وضعیت تجارت ایران با کشورهای اتحادیه اقتصادی اوراسیا، نشان می‌دهد مجموع صادرات ایران به پنج کشور این اتحادیه در سال گذشته میلادی ۹۱۸،۲ میلیون دلار بوده و در مقابل صادرات کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا به ایران در سال ۲۰۱۸ حدود یک میلیارد و ۷۷۵میلیون دلار به ثبت رسیده است. در میان اعضای اتحادیه اقتصادی اوراسیا، ایران بیشترین واردات را از کشور روسیه با رقمی معادل یک میلیارد و ۲۰۷ میلیون دلار و کمترین واردات را از کشور قرقیزستان با رقمی نزدیک به ۱۴ میلیون دلار دارد. بیشترین صادرات ایران به اعضای این اتحادیه در سال گذشته میلادی به روسیه و به ارزش ۵۳۳،۱ میلیون دلار ثبت شده و کمترین میزان صادرات ایران نیز به کشور بلاروس به ارزش ۱۲،۶ میلیون دلار رقم خورده است. براساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی، در سال ۲۰۱۸ حدود ۰،۳درصد از واردات این کشورها از ایران بوده است. در میان کشورهای عضو این اتحادیه نیز سهم ایران در تامین نیاز وارداتی کشور ارمنستان با ۵۵درصد بیش از سایر کشورها بوده و حدود ۴درصد از صادرات کالایی این کشور نیز به ایران بوده است.

همچنین به‌دنبال تفاهم صورت‌گرفته میان پارلمان اقتصاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا «شورای تجاری اتحادیه اقتصادی اوراسیا و اتاق بازرگانی ایران» تاسیس می‌شود. این شورای تجاری یک مجمع هماهنگ‌کننده و مشورتی دائمی برای جامعه تجاری کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا و ایران به حساب می‌آید که بخشی از همکاری‌های تازه دو طرف در قالب آن دنبال خواهد شد. در این چارچوب، مطابق توافقنامه‌ای که در شهر بیشکک، پایتخت قرقیزستان به امضای غلامحسین شافعی، رئیس اتاق ایران و ایربراف، رئیس شورای

حسن روحانی ابتدای مهرماه در حالی راهی ایروان، پایتخت ارمنستان شد که موافقت‌نامه موقت تجارت آزاد میان ایران و اوراسیا از چهارم آبان‌ماه اجرایی خواهد شد.

در چند سال اخیر و با روی کار آمدن دولت یازدهم، بحث‌ها درباره پیوستن ایران به اتحادیه اوراسیا، با سرعت و تمرکز بیشتری دنبال شد. از اواخر سال ۱۳۹۴ بود که مذاکرات فشرده‌ای بین دولت‌های ایران با پنج کشور عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا جهت ایجاد منطقه موقت آزاد تجاری برای یک دوره سه ساله آزمایشی صورت گرفت که سرانجام این موافقت‌نامه در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۷ در شهر آستانه پایتخت قزاقستان توسط وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت ایران امضا و هیات وزیران نیز در ۱۸ آذرماه ۱۳۹۷ این لایحه را به تصویب رساند. مجلس شورای اسلامی هم در انتهای همین سال با تصویب قانونی به پیوستن ایران به این اتحادیه اقتصادی رسمیت داد. به طور خلاصه، سیر زمانی مصوبات و فرآیند پیوستن ایران به اتحادیه اقتصادی اوراسیا تا به امروز به این شرح است:

• اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۷: امضای توافقنامه تجارت ترجیحی ایران با اوراسیا در آستانه قزاقستان

• بهمن‌ماه ۱۳۹۷: تصویب فوریت لایحه موافقت‌نامه تشکیل منطقه آزاد تجاری ایران و اوراسیا در مجلس شورای اسلامی

• خردادماه ۱۳۹۸: تصویب کلیات لایحه موافقت‌نامه موقت تشکیل منطقه آزاد تجاری بین جمهوری اسلامی ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا و کشورهای عضو در مجلس شورای اسلامی

• خردادماه ۱۳۹۸: تصویب موافقت‌نامه تشکیل منطقه آزاد تجاری ایران و اوراسیا

در حال حاضر شورای تجاری اتحادیه اقتصادی اوراسیا و اتاق بازرگانی ایران، بر سر انجام چند اقدام مشترک در قالب شورای تجاری رایزنی‌های فشرده‌ای را پیش می‌برند. براساس گزارش‌های رسیده، «تکحیم روابط تجاری و اقتصادی بلندمدت و سودمند»، «کمک به کشف فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری در مقیاس گسترده صنعتی،

نبود آمار صحیح تولید یکی از چالش‌های جدی بخش کشاورزی است

اعتراض WTO به یارانه پنهان بخش کشاورزی



تبعات منفی در بخش تولید به همراه داشت به طوری‌که در سال زراعی گذشته بسیاری از کشاورزان از تحویل گندم به مراکز دولتی امتناع کردند و همین امر موجب شد پیش‌بینی خرید محقق نشود. رئیس نظام صنفی کشاورزی با اشاره به اینکه خوداتکایی شکر شکست خورد، بیان کرد: سال ۹۶ حدود ۲ میلیون تن شکر در کشور تولید شد که با سیاست‌گذاری نادرست مسئولان شورای اقتصاد، سال گذشته تولید ۵۰ تا ۶۰درصد کاهش یافت که برای تامین شکر مورد نیاز باید ارز قابل توجهی به واردات اختصاص یابد که این امر نوعی بازگشت به عقب است.

وی ادامه داد: با وجود فشارهای تحریم و در شرایطی که باید در بحث اقتصاد مقاومتی متکی به تولید داخل باشیم، اما سیاست نادرست مسئولان موجب شده در بسیاری از محصولات استراتژیک دست‌مان به کشورهای بیگانه دراز باشد که با این وجود معلوم نیست چه بلایی سر امنیت غذایی کشور آید.

به گفته ملک‌زاده، با قانون‌شکنی مسئولان شورای اقتصاد در امر خرید تضمینی محصولات کشاورزی مبنی بر تاخیر در اعلام نرخ یا تعیین نرخ کمتر از تورم بدیهی است که شعار رونق تولید و حمایت از کالاهای ایرانی و سیاست اقتصاد مقاومتی محقق نمی‌شود.

الگوی کشت در سال ۸۸ این امر همچنان در بلاتکلیفی به سر می‌برد که اجرانشدن آن مشکلات زیادی برای تولیدکنندگان و تنظیم بازار محصولات کشاورزی ایجاد کرده است.

تبعات منفی احیای وزارت بازرگانی در ضریب خودکفایی محصولات کشاورزی

محمد شفیع ملک‌زاده، رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع، با اشاره به اینکه عوامل متعددی بر چالش‌های بخش کشاورزی دامن زده است، اظهار داشت: در وهله اول گلايه‌مندی ما از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به عنوان ناظر بر عملکرد دولت است که با وجود نقض قانون خرید تضمینی محصولات کشاورزی طی سال‌های اخیر نتوانستند دولت‌مردان را مکلف به اجرای قانون کنند. وی افزود: احداث وزارت بازرگانی و قانون‌شکنی دولت در بحث خرید تضمینی نشان می‌دهد که هدف نمایندگان رفع مشکلات در کشور نیست.

ملک‌زاده با اشاره به اینکه سیاست‌گذاری نادرست دولت در امر قیمت‌گذاری منجر به ایجاد چالش در بخش کشاورزی شده است، بیان کرد: سال گذشته سیاست‌گذاری نادرست دولت در امر قیمت‌گذاری برخی محصولات استراتژیک همچون گندم و شکر

بخش کشاورزی برای تولیدکنندگان کشور طی سال‌های اخیر بسیار در سایه بی‌تدبیری مسئولان و بی‌توجهی آنها به قانون‌های مصوب بسیار پرچالش بود، به طوری‌که مازاد و کاهش تولید منجر به هدررفت منابع پایه و زحمات کشاورزان شد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، با وجود تاکید مقام معظم رهبری بر تحقق سیاست اقتصاد مقاومتی، تکیه بر تولید داخل، کاهش وابستگی به کشورهای بیگانه و افزایش ضریب خوداتکایی و خودکفایی هشت محصول اساسی شاهدیم که برخی سیاست‌گذاری‌ها و سرپیچی‌ها از اجرای قانون مصوب موجب شده وارداتی‌ها از هر دستاویزی برای تحقق اهداف شوم‌شان استفاده کنند.

بسیاری از مسئولان بر این باورند با وجود آنکه کشورهای توسعه‌یافته اروپا و کانادا یارانه پنهان قابل توجهی به بخش کشاورزی می‌دهند، اما دولت انواع یارانه در بخش کشاورزی را حذف کرده است که این امر در کنار قیمت‌گذاری نادرست خرید تضمینی موجب شد دستاوردهای مهم این بخش تحت‌الشعاع قرار گیرد.

ماجرای تنها به اینجا ختم نمی‌شود چراکه علی‌رغم تصویب قانون

نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرکنندگان نساجی و پوشاک از مصرف سالیانه پوشاک در کشور تا حدود ۸ یا ۸.۵ میلیارد دلار خبر داد. بهرام شهرپاری، نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرکنندگان نساجی و پوشاک در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با بیان اینکه مصرف پوشاک در کشور سالیانه حدود ۸ میلیارد دلار است، گفت: ۵.۵ میلیارد دلار از این میزان در کشور تولید می‌شود و ۲.۵ میلیارد دلار از طریق قاچاق تامین می‌شود.

نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرکنندگان نساجی و پوشاک از مصرف سالیانه پوشاک در کشور تا حدود ۸ یا ۸.۵ میلیارد دلار خبر داد.

بهرام شهرپاری، نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرکنندگان نساجی و پوشاک در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با بیان اینکه مصرف پوشاک در کشور سالیانه حدود ۸ میلیارد دلار است، گفت: ۵.۵ میلیارد دلار از این میزان در کشور تولید می‌شود و ۲.۵ میلیارد دلار از طریق قاچاق تامین می‌شود.

نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرکنندگان نساجی و پوشاک در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با بیان اینکه مصرف پوشاک در کشور سالیانه حدود ۸ میلیارد دلار است، گفت: ۵.۵ میلیارد دلار از این میزان در کشور تولید می‌شود و ۲.۵ میلیارد دلار از طریق قاچاق تامین می‌شود.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشنندگان لوستر گفت قطعات چدنی در صنعت لوستر با نوسانات قیمتی زیادی همراه است. احمد رحمانی، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشنندگان لوستر، بلور و چینی در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره میزان خرید و فروش در بازار لوستر اظهار داشت: قیمت لوستر نسبت به نوسانات بازار، افزایش قیمتی را تجربه نکرده است.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشنندگان لوستر، بلور و چینی ادامه داد: تولیدکنندگان در استفاده از مواد اولیه لوستر از قطعاتی

اخبار

تمایل آلمان برای همکاری با ایران در حوزه صنایع غذایی

مدیر فدراسیون صنایع غذایی و نوشیدنی آلمان در دیدار با معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت کشورمان در نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی آنوگا کلن آلمان با اظهار تمایل این کشور برای همکاری بیشتر با ایران در حوزه صنایع غذایی، از پیشنهادات طرف ایرانی در این زمینه نیز استقبال کرد. به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران در این دیدار از شرکت‌های آلمانی برای حضور در نمایشگاه‌های مواد غذایی ایران و تشکیل‌های مرتبط دعوت کرد. بهمن حسین‌زاده پیشنهاد برگزاری نمایشگاه اختصاصی ماشین‌آلات و تجهیزات صنایع غذایی آلمان در سایت نمایشگاهی ایران را نیز مطرح کرد. اولیور کلش – مدیر فدراسیون صنایع غذایی و نوشیدنی آلمان – نیز با اعلام اینکه این کشور به برخی محصولات غذایی و مواد اولیه ایران نیاز دارد، گفت: در این زمینه می‌توان ارزش افزوده بیشتر برای محصولات ایرانی قائل شد. گفتنی است هیأت ایرانی متشکل از بهمن حسین‌زاده – مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران – حسین پیرمودن – عضو هیات مدیره شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران – مهدی باباکاظمی – سرکنسول ایران در فرانکفورت – و مرتضی دیلان – مدیر بازاریابی و سرمایه‌گذاری و مدیر غرفه جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه جهانی آنوگا ۲۰۱۹ آلمان – حضور یافتند. نمایشگاه مواد غذایی آنوگا معتبرترین نمایشگاه مواد غذایی جهان است که سالانه در شهر کلن با حضور هزاران شرکت‌کننده از سراسر دنیا برگزار می‌شود. غرفه جمهوری اسلامی ایران نیز از ۹ دوره قبل در این نمایشگاه حضور یافته و میزبان شرکت‌های مواد غذایی ایرانی است. طبق اعلام وزارت صنعت، معدن و تجارت، شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران به منظور تسهیل حضور این شرکت‌ها در نمایشگاه آنوگا فعالیت‌های اداری لازم را انجام داده و قرار است در جریان آنوگا جلسات B۲B با هدف عقد قرارداد بین شرکت‌های ایرانی و شرکت‌های خارجی و افزایش صادرات مواد غذایی برگزار شود. نمایشگاه مواد غذایی آنسوگا ۲۰۱۹ از روز ۵ اکتبر همزمان با ۱۳ مهر آغاز به کار کرده و تا ۹ اکتبر یعنی ۱۷ مهرماه ادامه خواهد داشت.

بلاتکلیفی احداث شهرک صنعتی برای صحافان قیمت کاغذ ۲۰درصد کاهش داشته است

رئیس اتحادیه صحافان گفت احداث شهرک صنعتی برای اتحادیه صحافان، هفته آینده تعیین تکلیف می‌شود.

جلیل غفاری رهبر، درباره آخرین وضعیت بازار کاغذ اظهار داشت: احداث شهرک صنعتی برای اتحادیه صحافان، هفته آینده تعیین تکلیف می‌شود، این امر مستلزم جواب نامه از سوی اتاق اصناف است. رئیس اتحادیه صحافان با بیان اینکه قیمت کاغذ ۲۰درصد کاهش یافته است، اظهار داشت: هم‌اکنون روند قیمت کاغذ روند نزولی است و بعید می‌دانم نرخ کاغذ، روند افزایشی به خود بگیرد. غفاری رهبر در پاسخ به این پرسش که بازار کاغذ را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ تصریح کرد: اگر دولت بتواند به وظایف خود همچون ثبت سفارش، مسائل گمرکی، ارزی و بانکی عمل کند مشکلی در تامین کاغذ در بازار نخواهیم داشت. به گفته رئیس اتحادیه صحافان، صادراتی در بازار کاغذ وجود ندارد چراکه ابتدا باید نیاز داخل تامین شود سپس به نیاز خارج بپردازیم. غفاری رهبر در ادامه به وضعیت صنف صحافان در کشور گفت: صحافان در کشور، با مشکلات بسیاری مواجهاند که این امر موجب شده تا سفارشات کاهش پیدا کند. رئیس اتحادیه صحافان یادآوری کرد: کاغذ و مقوا از نمونه محصولاتی به شمار می‌رود که به دلیل دایره گسترده استفاده از آن در عرصه‌ها و حوزه‌های گوناگون و نقش و اهمیت نافذ آن در صنعت چاپ، به عنوان پیش‌نیاز اساسی این حوزه فعالیتی، می‌توان آن را در دایره اقلام و محصولات استراتژیک قرار داد.

خرید توافقی گوجه فرنگی به ۲۴۰هزار تن رسید

مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران با اشاره به اینکه میزان خرید گوجه فرنگی به ۲۴۰ هزار تن رسیده است، گفت ۱۵۰ هزار تن از این میزان به شکل حمایتی و مابقی توافقی خریداری شده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حسین شیرزاد اظهار داشت: از ۲۴۰ هزار تن نزدیک به ۱۵۰ هزار تن گوجه فرنگی به شکل حمایتی و ۹۰ هزار تن به شکل توافقی از کشاورزان خریداری شده است؛ در حالی که میزان گوجه فرنگی خریداری‌شده به وسیله تعاون روستایی از کشاورزان در طول ۶۰ سال گذشته فقط ۳۰ هزار تن بوده است. مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران گفت: خوشبختانه امسال ۲۴۰ هزار تن گوجه فرنگی به ازای هر کیلوگرم با قیمت متوسط ۹۵۰تومان در قالب توافقی و حمایتی از کشاورزان خریداری شده که یک رکورد بزرگی در طول تاریخ فعالیت این سازمان محسوب می‌شود. وی اضافه کرد: سال گذشته به دلیل کاهش سطح زیرکشت و مسائلی که در زمینه تولید گوجه فرنگی وجود داشت قیمت این محصول افزایش قابل توجهی پیدا کرد. به گفته شیرزاد، این موضوع سیگنال‌های اشتباهی به تولیدکنندگان داد که امسال هم می‌توانند همچنان با کشت گوجه فرنگی و حتی افزایش سطح زیرکشت با افزایش قیمتی رو به رو شوند. وی گفت: متأسفانه اقتصاد ایران از منحنی‌های تار عنکبوتی پیروی می‌کند یعنی با همین سیگنال‌هایی که داده می‌شود کشور یک سال با افزایش و سال بعد با کاهش تولید به خصوص در بحث سبزی و صیفی مواجه می‌شود. معاون وزیر جهاد کشاورزی افزود: ایران همواره به دلیل تنوع آب و هوایی جزو ۱۰ کشور دنیا در زمینه تولید رب گوجه فرنگی، فروش و صادرات این محصول است. وی ادامه داد: جمهوری اسلامی ایران با تولید کم و بیش ۷ میلیون تن گوجه فرنگی در سال همواره بین رتبه‌های خوب دنیا قرار دارد. شیرزاد گفت: به طور کلی از مرداد امسال با افزایش تناژ بالای تولید گوجه فرنگی در کشور و به تبع کاهش قیمت این محصول، وزارت جهاد کشاورزی با دستور مقام عالی وزارت دستورالعمل خرید توافقی محصول گوجه فرنگی را به قیمت هر کیلوگرم ۱۱۵۰ تومان صادر و به استان‌های سطح کشور ابلاغ کرده است.



قطعه‌سازان موتورسیکلت امروز لوازم آشپز خانه و وسایل ورزشی تولید می‌کنند!

نایبرئیس سندیکای قطعه‌سازان موتورسیکلت کشور اعلام می‌کند که قطعه‌سازان موتورسیکلت از روی ناچاری به تولید محصولات دیگری مانند تولید برخی از لوازم خانگی مثل آئینه و سینی روی آورده و تغییر خط تولید داده و لوازم آشپزخانه و وسایل ورزشی تولید می‌کنند.

حبیب‌الله محمودان در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: وضعیت قطعه‌سازان موتورسیکلت بسیار بحرانی است؛ در دو سال گذشته کارخانجات موتورسیکلت، قطعه‌ای را از قطعه‌سازان ایران تهیه نکرده‌اند و موتورسیکلت‌ها به صورت CKD کامل به کشور وارد شده و برخلاف تمام سیاست‌ها و موازن، بازار موتورسیکلت تبدیل به ویت‌ترین محصولات خارجی شده است.

وی گفت: قطعه‌سازان موتورسیکلت ناچار شده‌اند راهکارهای مختلفی را برای حفظ بقا انجام دهند، مثلا محصولات جدیدی را تولید می‌کنند یا قطعاتی را که قبلا از چین وارد می‌شد مانند آئینه و لوازم خانگی تولید می‌کنند. قطعه‌سازان موتورسیکلت از روی ناچاری به تولید محصولات دیگری مانند تولید برخی از لوازم خانگی مثل آئینه و سینی روی آورده و تغییر خط تولید داده و لوازم آشپزخانه و وسایل ورزشی تولید می‌کنند. نایبرئیس سندیکای قطعه‌سازان موتورسیکلت کشور افزود: البته ما برخی از قطعات موتورسیکلت که به تیراژ صنعتی می‌رسد را برای خدمات پس از فروش تولید می‌کنیم.

محمودان گفت: مهم‌ترین معضل قطعه‌سازان موتورسیکلت، نبود یک استراتژی مدون است؛ استراتژی می‌تواند همه ما را برای حرکت هماهنگ کند. قطعه‌سازی می‌تواند موتور محر که موتورسیکلت‌سازی کشور باشد، بنابراین شاید بهتر است این استراتژی را ما قطعه‌سازان تدوین کنیم. قرار است نسخه‌ای از این استراتژی را به وزارت صمت تقدیم نمایم تا بر آن اساس حرکت کنیم. نایبرئیس سندیکای قطعه‌سازان موتورسیکلت کشور افزود: مشکل ما نبود دیدگاه صنعتی در پیکره موتورسیکلت‌سازان کشور است که به مونتاژ عادت کرده‌اند و هیچ‌گاه قطعه‌سازان موتورسیکلت را به رسمیت نمی‌شناسند. مشکل اصلی ما عدم باور موتورسیکلت‌سازان به توان قطعه‌سازان داخلی است، آنها به واردات و مونتاژ عادت کرده‌اند.

محمودان گفت: هیچ کارخانه موتورسیکلت‌سازی را سراغ نداریم که به ما مراجعه و درخواست قطعه برای تولیدات جدید خود داشته باشد و قطعا اگر تقاضا وجود داشته باشد کار ما شتاب می‌گیرد.

نایبرئیس سندیکای قطعه‌سازان موتورسیکلت کشور گفت: البته ما قطعه‌سازان در حال حاضر موتور نمی‌سازیم اما چند نوع موتورسیکلت جدید حدود ۴۰درصد ساخت داخل شده است. مدت‌ها است تمام سوپاها که قطعه حساسی در موتور است ایرانی شده است. ما پیستون‌سازی تبریز و گلیپانگ را داریم اما برای تولید پیستون باید سفارش و تقاضا وجود داشته باشد.

محمودان درخصوص مشکلات تولید قطعه‌سازان موتورسیکلت گفت: ازجمله مشکلات ما این است که دیدگاه تجاری فعالان اقتصادی قوی‌تر از دیدگاه صنعتی است، درحالی‌که ما به افراد تجاری نیاز چندانی نداریم و در کارخانجات به افرادی نیاز داریم که دانش خوبی در صنعت داشته باشند. ما در ایران فروشندگان نمایشگاهی را داریم اما پیکره صنعتی خوبی به خصوص در صنعت موتورسیکلت‌سازی نداریم.

بازگشت به کار حدود ۵۰ هزار نفر در صنعت قطعه‌سازی

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان گفت داخلی‌سازی قطعات خودرویی با برپایی میزهای تعمیق ساخت داخل در وزارت صنعت آغاز شد و بر این اساس تاکنون ۴۰ تا ۵۰ هزار نفر از نیروهای تعدیل‌شده صنعت قطعه‌سازی به سر کار خود بازگشتند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایرنا، «ارش محبی‌نژاد» افزود: روند بازگشت نیروها از اوایل امسال و تزریق حدود ۴ هزار میلیارد تومان نقدینگی به صنعت قطعه‌سازی آغاز شد که در ماه‌های گذشته و با برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل جانی تازه گرفته است. چهاردهم بهمن پارسال «فرشاد قمیعی» معاون وقت امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت در نشست تخصصی کمیته خودرو از تخصیص ۴ هزار میلیارد تومان به ایران خودرو و سایپا خبر داد.

محوریت بانک مرکزی، ۱۱ هزار میلیارد تومان در دو بخش ریالی و ارزی پرداخت شود که شامل ۴ هزار میلیارد تومان و ۸۴۴ میلیون یورو بود که تاکنون بخش عمده مبلغ ۴ هزار میلیارد تومان نقدینگی ریالی پرداخت شده، اما پرداخت ارزی انجام نشده است.

به گفته محبی‌نژاد، تاکنون حتی یک یورو از مبلغ ۸۴۴ میلیون یوروی وعده داده شده به قطعه‌سازان، با وجود ابلاغ بانک مرکزی به بانک‌های عامل و تمدید شش ماهه مهلت دریافت آن، عملیاتی نشده است که این مساله به دلیل نبود ارز و همچنین مشخص نبودن نحوه بازپرداخت آن توسط قطعه‌سازان و خودروسازان است.

نقدینگی، مهمترین محدودیت برنامه‌های داخلی‌سازی

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان اضافه کرد: کمبود نقدینگی مهمترین مشکل اجرای برنامه‌های تعمیق ساخت داخل قطعات خودرویی است که باید توسط بانک مرکزی و وزارت امور اقتصادی و دارایی با همکاری وزارت صنعت حل شود و در غیر این صورت، میزهای تعمیق ساخت داخل بی‌ثمر می‌مانند.

به گفته وی، مشکل اصلی جذب سرمایه‌گذاری در این حوزه است و به همین دلیل از وزیر صنعت درخواست شد با ارائه بسته‌های تشویقی، سرمایه‌گذاران و سرمایه‌های مردمی را برای حضور در این بخش جذب کند. محبی‌نژاد گفت: قطعه‌سازان منابع محدودی برای سرمایه‌گذاری دارند، اما کفاف برنامه‌هایی مانند تعمیق داخلی‌سازی قطعات را نمی‌دهد و در این زمینه باید از سوی دولت حمایت شده، خودروسازان در این طرح‌ها مشارکت کنند یا پول‌های سرگردان مردمی به سمت این صنعت جذب شود.

وی درخصوص ۱۲ قطعه‌ای که با برگزاری میز نخست تعمیق داخلی‌سازی اکنون به تولید انبوه رسیده‌اند، گفت: عمده آنها قطعات هایتک (High Tech) و شامل قطعات الکتریکی، الکترونیکی و قطعات خاص قوای محرکه و همگی وارداتی بودند.

این مقام کلیدی پیش‌بینی کرد با برگزاری میز پنجم تا پایان امسال، عمده قطعات کلیدی که انباشت خودروهای ناقص در کف کارخانجات خودروسازی را به دنبال داشتند داخلی‌سازی شده و شاهد تجاری‌شدن خودروها باشیم.

بررسی همکاری با روسیه در خودروسازی



یک کارشناس حوزه خودرو درخصوص همکاری با روسیه گفت

همکاری با روسیه در خودروسازی مربوط به شرکت لادا می‌شود که احتمال آن بعید است اما در صورت انجام این کار، یک حسن اساسی وجود دارد.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، فرید زاوه، کارشناس حوزه خودرو ابتدا در رابطه با احتمال همکاری با روس‌ها اظهار داشت: موضوع همکاری ایران با روسیه در زمینه ساخت خودرو مربوط به برند لادا می‌شود. لادا زیرشاخه رنو است و اعتقاد بر این است، محصولی که با تندر ۹۰ اشتراک دارد را بتوان از طریق این شرکت به ایران آورد. به هر شکل این خودروسازی نیز زیرمجموعه رنو است و اگر خودروساز فرانسوی بخواهد محدودیت‌های خود را اعمال کند تفاوتی در این قضیه ایجاد نخواهد شد. حداقل حسن این همکاری می‌تواند تامین کامپوننت‌های تندر ۹۰ باشد تا تولید این خودرو مجددا شروع شود. به طور کلی احتمال ورود خودروهای جدید و فعالیت با روسیه بسیار بالا نیست و حتی خودروسازان چینی نیز از همکاری با ایران ترس دارند. این نکته را نیز باید گفت که روسیه مملو از شرکت‌های خودروسازی بود اما در حال حاضر هیچ‌کدام به صورت مستقل فعالیت نمی‌کنند.

آینده چینی‌های باقی‌مانده در ایران

وی درباره آینده شرکت‌های چینی در بازار ایران گفت: از میان شرکت‌های چینی که در بازار ایران ماندند می‌توان به چری، جک و هایما اشاره کرد.

سایر شرکتهای چینی از فعالیت در ایران ترس دارند و مشخص نیست که برندهای ذکرشده نیز تا چه زمانی در ایران به فعالیت بپردازند. به هر صورت می‌توان گفت خودروهای تولیدشده در ایران کاملا CKD بودند و ساخت داخلی نداشتند در نتیجه تکنولوژی خاصی به ایران وارد نمی‌کردند. اصولا هر آنچه که در زمینه خودرو نیاز به یادگیری داشتند را ما باید تاکنون فرا می‌گرفتیم. اگر نتوانستیم بسیاری از موارد را در صنعت خودروسازی یاد بگیریم به ناکارآمدی، عدم اقتصادی بودن و ... مربوط می‌شود. اگر شرکتی به سبب عرضه، ارزهای مختلف نداشته باشد، از نوسانات بازار به شدت آسیب خواهد دید.

هندی‌ها شریک ایران می‌شوند؟

زاوه دربارۀ همکاری با هند نیز اظهار داشت: در هند مجموعه تاتا و ماهیندرا معاملات پایه دلار هستند. بیشتر ارزی که توسط شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد دلار است و از این بابت شرایطی مانند شرکت‌های چینی در ایران دارند. از طرفی دیگر هندی‌ها به شدت محافظه‌کارتر از

روزانه بیش از ۵۵۰ هزار خودرو وارد تهران می‌شود

ورودی و خروجی شهر تهران در ۳۳ سامانه دوربین‌های پلاک‌خوان قبل از آغاز مرحله دوم طرح کاهش آلودگی هوا در آبان سال ۹۷ بود که گزارش و امکان ثبت تخلف خودروهایی که به‌صورت روزانه وارد تهران می‌شوند و خودروهایی که معاینه فنی ندارند را به ما می‌دهد.

وی افزود: شهرداری تهران چند سالی است که در صدد تجهیز مبادی ورودی تهران به سامانه‌های پلاک‌خوانی است که این پروژه در همان راستاست. تخمینی که از تعداد خودروهای ورودی به شهر تهران داریم بیش از ۵۵۰ هزار خودرو در شبانه‌روز است و اطلاعات این ترددها جهت برنامه‌ریزی‌های حوزه حمل‌ونقل در شهر تهران از اهمیت بالایی برخوردار است. جاهد گفت: ما در شرکت کنترل ترافیک تهران با زحمت مضاعفی پیش از شروع مرحله دوم طرح کاهش در سال ۹۷ این ورودی و خروجی‌های تهران را به سامانه‌های پلاک خوان تجهیز کردیم. تجهیز معابر ورودی و خروجی شهر تهران به این سامانه‌ها علاوه بر تولید اطلاعات ذکرشده در واقع راهکاری بود برای اینکه ما خودروهای فاقد معاینه فنی واردشده به تهران را شناسایی کنیم تا پس از اطلاع‌رسانی و اعمال قانون، مجبور شوند برای تردد در تهران معاینه فنی دریافت کنند.

مدیرعامل شرکت کنترل ترافیک تهران اضافه کرد: از ابتدای تیرماه سال ۹۸ طرح زوج یا فرد جای خود را به طرح کنترل آلودگی هوا (زوج یا فرد سابق) داده و منطقهش تغییر کرده است. در طرح کنترل آلودگی هوا تردد نوبتی خودروها دیگر ملاک نیست. ازآنجایی‌که خروجی‌های

فشار قیمت‌گذاری دستوری و مشکلات ساختاری اقتصاد بر صنعت خودرو

پوست‌اندازی صنعت خودرو و اصلاح مشکلات ساختاری تلقی کنند، اما برخی دیگر به بیده تردید به این تغییر و تحولات نگر بسته و تأکید می‌کنند با این شیوه عزل و نصب مدیران خودروساز نمی‌توان امیدی به توقیف در واگذاری باقیمانده سهام دولت در دو خودروساز بزرگ کشور تا پایان سال آینده، توقف تولید خودروهای پرتیراژ بر بستر پلنفرم‌های قدیمی و خروجی صنعت خودرو از بن‌بست کنونی را داشت. گفت‌وگوی عصرخودرو با فرید زاوه، کارشناس صنعت خودرو در مورد وقایع اخیر و چشم‌انداز تحولات صنعت خودرو را می‌خوانید.

طی چند مدت اخیر تحولاتی در زمینه تولید و عرضه خودرو مانند توقف تولید برخی خودروها یا چشم‌انداز مذاکرات سیاسی رخ داده است، به نظر شما آیا می‌توان این تغییرات پیش‌درآمدی برای پوست‌اندازی و اصلاح ساختار این صنعت قلمداد کرد؟

تغییر و تحولات سیاسی و اقتصادی اخیر و اتفاقی که در مدیریت ایران‌خودرو رخ داده بیاتر آن است که گرچه دولت اعلام می‌کند که خواستار واگذاری سهام و خصوصی‌سازی سهام دولتی شرکت‌های خودروسازی تا پایان سال آینده برای افزایش بازدهی و بهره‌وری در این صنعت است، بیشتر از یک ایده و حرف نبوده و به نظر نمی‌رسد پوست‌اندازی و اصلاح ساختار این صنعت قلمداد کرد؟

تغییر و تحولات سیاسی و اقتصادی اخیر و اتفاقی که در مدیریت

زنجیره مشکلات صنعت خودرو از افت کیفیت تا رشد هزینه تمام‌شده و قیمت و عرضه انحصاری گرفته تا تولید بر بستر پلنفرم‌های قدیمی و فاقد قدرت رقابت‌پذیری در بازارهای هدف صادراتی و حتی بازار داخلی همچنان پابرجاست، اما کارشناسان دیدگاه‌های متفاوتی در مورد مشکلات ساختاری صنعت خودرو و سازوکارهای خروج از بحران دارند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، درحالی‌که برخی ضعف ساختاری اقتصاد کشور را منشأ این مشکلات و ضعف صنعت خودرو و سایر بنگاه‌های صنعتی قلمداد می‌کنند برخی دیگرش دخالت دولت در صنعت و قیمت‌گذاری دستوری را منشأ مشکلاتی می‌دانند که عرضه چندنرخ‌ی و مفاسد ناشی از آن پیامدهای بعدی این دخالت محسوب می‌شود. به اعتقاد این طیف از کارشناسان دخالت دولت و قیمت‌گذاری دستوری ستاد تنظیم بازار یا شورای رقابت منشأ اصلی رشد هزینه تمام‌شده تولید و زیاندهی شرکت‌های خودروسازی است و هزینه این زیان به شیوه مقابله با تورم از جیب سهامدارانی پرداخت می‌شود که مدیران دولتی بر صندلی مدیریت این شرکت‌ها منصوب شده‌اند. گره خوردن مشکلات داخلی با تنگناهای خارجی ناشی از اعمال تحریم‌های اقتصادی و عدم تعامل با شرکای خارجی شرایطی را رقم زده که صنایع خودروسازی کشور حتی از برقراری ارتباط کاری و مالی مناسب با قطعه‌سازان داخلی نیز بازمانده‌اند. تغییر و تحولات اخیر مدیریتی در صنعت خودرو موجب شده تا برخی این تحولات را منشأ



استارت‌آپ‌ها ورود نوآوری به جامعه را معنادار کردند

رئیس مرکز توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، گفت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی، زمینه ورود نوآوری به جامعه را فراهم و تسهیل کردند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اسماعیل قادری‌فر رئیس مرکز توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری درباره تعداد استارت‌آپ‌های فعال ایرانی، بیان کرد: در حال حاضر بیش از ۶ هزار و ۲۰۰ استارت‌آپ ایرانی در زیست‌بوم نوآوری و فناوری مشغول فعالیت هستند. وی افزود: این استارت‌آپ‌ها نقش بی‌نظیری در تغییر و تحولات اقتصادی و اجتماعی کشور دارند و بخش بزرگی از آینده اقتصاد کشور در گرو توسعه فعالیت این استارت‌آپ‌ها است.



دریچه

چرا محتوا «پادشاه» است و بازاریابی محتوا «بحثِ روز»؟

نویسنده: نازنین توکلی: در دنیایی که رسانه‌های اجتماعی همه‌گیر شدند، هر کسی می‌تواند در رسانه‌های اجتماعی تولید محتوا کند و به پیام‌های دیگران واکنش نشان دهد. کافی است یک تلفن همراه هوشمند داشته باشید تا به‌راحتی پستی بنویسید و آن را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. یا مطلب بلاگی بنویسید، پادکست ضبط کنید و ویدئو بسازید و آن را در همه‌جای این کره خاکی به نمایش بگذارید.

بدون شک پایه و اساس همه رسانه‌های اجتماعی محتوا است. محتوا جزو جدایی‌ناپذیر رسانه‌های اجتماعی است. لحظه‌ای Facebook، Twitter، LinkedIn، و Snapchat را بدون محتوا تصور کنید؟ صفحاتی خالی که هیچ‌کس از آنها بازدید نخواهد کرد.

حتی رسانه‌های تبلیغاتی که بابت فعالیت‌شان پول دریافت می‌کنند برای ادامه کارشان به تولید محتوا نیاز دارند. آن هم محتوایی از جنس تبلیغات.

پیش از آنکه انواع مختلفی از رسانه‌ها یا به عرصه وجود بگذارند و محتوای خود را با روش‌های جدید، پیچیده و البته خلاقانه در معرض دید همگان قرار دهند، تولید و بازاریابی محتوا اهمیت چندانی نداشت. امروزه با همه‌گیر شدن تلفن‌های هوشمند و روی کار آمدن رسانه‌های شخصی، اجتماعی و تبلیغاتی تدوین استراتژی محتوا برای کسب‌وکارها یک اصل مهم محسوب می‌شود.

محتوا تنها مختص بازاریابان نیست. به فعالیت‌های سازمانی توجه کنید. محتوا در سرتاسر بخش‌های سازمان از جمله خدمات به مشتری، فروش، بازاریابی، توسعه محصول و بخش‌های عملیاتی ایجاد می‌شود.

برند و کارکنان کسب‌وکارهای بزرگ انعکاس‌دهنده محتوای آن کسب‌وکار هستند. تاجایی‌که کارکنان هر شرکت می‌توانند صدای برند آن باشند.

به‌علاوه سازمان‌ها می‌توانند در بسیاری از فعالیت‌های خود از جمله هدایت تماس‌های تلفنی در مراکز تماس، فروش از طریق شبکه‌های اجتماعی تا افزایش کانال‌های دیجیتال مؤثر از تولید و انتشار محتوا کمک بگیرند. سازمان‌های هوشمند این قابلیت را در کل سازمان انتشار می‌دهند. زیرا موجب صرفه‌جویی در پول، توانمندسازی کارمندان، تفکر رهبری و ... می‌شود.

امروزه شاهد افزایش فرهنگ تولید محتوا هستیم و بازاریابی محتوا بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است.

دلایل مختلفی برای این امر وجود دارد که در ادامه به مهم‌ترین آنها اشاره می‌کنیم:

۱. تولید و توزیع محتوا ارزان است:

کافی است مهارت‌های تولید و توزیع محتوا را بیاموزید. در این حوزه با صفرتومان هم می‌توان خیلی کارها انجام داد. مثلاً ساختن وبلاگ شخصی، ساختن صفحه اینستاگرام یا دیگر شبکه‌های اجتماعی. از اینستاگرام می‌شود میلیون‌ها تومان درآمدزایی کرد. همه چیز به مهارت‌ها و توانمندی‌های‌تان بستگی دارد.

۲. تولید و توزیع محتوا جذاب است:

خلاقیت در آن نقش اساسی دارد. می‌توان افراد با سلیقه‌های مختلف را درگیر کرد. یکی را با متنی ساده ولی جذاب یکی را با عکسی خاص و حرفه‌ای و دیگری را با ویدئویی کاربردی و ...

۳. با محتوا کل جهان را پوشش دهید:

محدودیت شما همه کره زمین است. وقتی بتوانید مطلب، عکس یا ویدئو تولید کنید دیگر محدودیت فیزیکی ندارید. می‌توانید آن را در سرتاسر کره زمین پخش کنید.

۴. تولید و توزیع محتوا تعاملی است:

فقط شما گوینده نیستید. تولید و انتشار محتوا می‌تواند به صورت تعاملی باشد. مثلاً در سایت یا شبکه اجتماعی در قالب یک پست پیمای را منتشر می‌کنید که خواننده به آن واکنش نشان می‌دهد یا در پست‌تان از مخاطب‌تان می‌خواهید کاری را انجام بدهد تا نتیجه خاصی را دریافت کند. در نتیجه افراد ناخودآگاه درگیر یک موضوع می‌شوند و تعامل بین افراد اتفاق می‌افتد.

۵. محتوا برای تحلیل خلق شده است:

همه‌چیز در نمودارها و تحلیل‌های عددی قابل مشاهده است. برای تولید محتوا این قابلیت وجود دارد که پس از انتشار یک پست متنی داده‌های آماری زیادی را از آن استخراج کنید و مورد تجزیه و تحلیل قرار دهید. حتی می‌توانید تشخیص دهید که چند درصد از افراد این مطلب را باز کردند. آن را تا آخر مطالعه کردند یا بلافاصله پس از باز کردن صفحه را بستند. این آمار و ارقام اطلاعات خوبی را در مورد رفتار کاربر ارائه می‌دهد که به شما به عنوان بازاریاب محتوا کمک می‌کند بتوانند استراتژی محتوا را به درستی تدوین کنید و تصمیم‌گیری بهتری داشته باشند.

منبع: modirinfo



پیام تیم کوک در هشتمین سالگرد درگذشت استیو جابز

هشتمین سالگرد درگذشت استیو جابز است و تیم کوک سالگرد او را مثل همیشه با پست و تصویری از او در توییترش زنده و گرمی نگه داشته است.

به گزارش زومیت، دیروز هشتمین سالگرد درگذشت استیو جابز بود. او اسطوره دنیای فناوری بود و روند زندگی و موفقیت‌های او می‌تواند برای هر فردی الهام‌بخش باشد. طبق هر سال، تیم کوک سالگرد استیو جابز را با پست و تصویری از او در توییترش زنده و گرمی نگه می‌دارد. تیم کوک در تویییت خود جمله الهام‌بخشی از استیو جابز را نقل و تصویری از او را روبه‌روی یکی از معروف‌ترین فروشگاه‌های اپل منتشر کرده است. در این تویییت آمده است:

این نقل‌قول یکی از به‌یادماندنی‌ترین سخنان استیو جابز است که او درباره ارزشمندترین و دوست‌داشتنی‌ترین داشته‌های زندگی می‌گوید: ارزشمندترین دارایی من در زندگی هیچ هزینه‌ای ندارد؛ چراکه کاملاً واضح است که ارزشمندترین سرمایه همه ما انسان‌ها زمان است.

استیو جابز در اکتبر ۲۰۱۱ و پس از یک دهه مبارزه با سرطان پانکراس، در ۵۶ سالگی در پالوآلتو، کالیفرنیا درگذشت. تیم کوک همیشه درباره میراث او در اپل صحبت کرده است. او در سخنرانی آغاز سال تحصیلی در دانشگاه استنفورد درباره اولین‌باری که متوجه بیماری جابز شد، گفت: آخرین نصیحت و توصیه من به شما این است. ۱۴ سال قبل استیو جابز همین‌جا برای شما سخنرانی کرد و به شما گفت «زمان شما محدود است؛ بنابراین، زندگی خود را با تلاش برای زندگی‌کردن به‌جای دیگران هدر ندهید.» من این جمله را این‌گونه تکمیل می‌کنم مربیان و استادان، شما را اینه مهارت‌های مختلف مه‌جز می‌کنند، ولی نمی‌توانند شما را آماده کنند. وقتی استیو مریض شد، همیشه ایمان داشتیم که او بهبود پیدا می‌کند. نه‌تنها مطمئن بودم سلامتی‌اش بهبود پیدا می‌کند، بلکه به خودم می‌گفتم بی‌شک پس از فوت‌کردن من هم سال‌ها او اپل را مدیریت خواهد کرد.

همچنین، اپل با زنده نگه‌داشتن وب‌سایت به یاد استیو سعی می‌کند خاطرات مردم از استیو جابز را به‌اشتراک بگذارد. تاکنون بیش از یک‌میلیون نفر از سراسر جهان خاطرات و نظرات و احساسات خود را درباره استیو به‌اشتراک گذاشته‌اند. وجه مشترک همه آنها با هم، از دوستان شخصی تا همکاران و صاحبان محصولات اپل در این است که چگونه همه این افراد تحت‌تأثیر اشتیاق و خلاقیت او قرار گرفته‌اند.

افزایش قدرت پیش‌بینی وقوع سیلاب با کمک استارت‌آپ‌ها

وزیر راه و شهرسازی از امضای تفاهنامه همکاری سازمان هواشناسی با شرکت‌های دانش‌بنیان برای تولید نرم‌افزارهای پرقدرت پیش‌بینی وقوع سیلاب خبر داد. به گزارش خبرنگار مهر، محمد اسلامی صبح روز گذشته در

مراسم امضای تفاهنامه همکاری وزارت راه و شهرسازی و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اظهار داشت: یکی از سیاست‌های اصلی وزارت راه، توجه به ظرفیت‌های داخل است. در شرایط کنونی که تحریم‌های ظالمانه، جاری است و هر روز هم تحریم‌های جدیدتری با لحن تهدیدآمیز علیه ایران وضع می‌شود، توجه به ظرفیت‌های داخل اهمیت بیشتری می‌یابد. وی افزود: از این رو با استفاده از شرکت‌های دانش‌بنیان، محصولات جدیدی تولید می‌کنیم که محصول تفاهنامه سازمان هواشناسی و سازمان راهداری با شرکت‌های دانش‌بنیان و حمایت از این شرکت‌ها را سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است.

وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: در گذشته همه دستگاه‌های هواشناسی، وارداتی بود اما امروز برای تجهیز و ارتقای قدرت پیش‌بینی هواشناسی، از

تولیدات داخل استفاده می‌کنیم. به گفته اسلامی، در بخش جاده‌ای نیز شاهد امضای تفاهنامه میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان راهداری هستیم به خصوص اینکه حمل و نقل هم در اقتصاد و

هم در زندگی مردم تأثیر بالایی دارد. وی خاطرنشان کرد: با استفاده از فناوری‌های نوین می‌توانیم به افزایش بهره‌وری حمل و نقل جاده‌ای، هوشمندسازی ناوگان، مصرف کمتر سوخت و پیمایش بیشتر، افزایش بهره‌وری، توسعه، نوسازی ناوگان و در نهایت کاهش قیمت تمام‌شده کالا اقدام کنیم. وزیر راه و شهرسازی تأکید کرد: بنابراین از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه شهرسازی و ساخت شهرهای هوشمند، افزایش تولید مسکن و تعیین مسائل مهم بخش مسکن و تصمیم‌سازی درخصوص آن، کمک گرفته‌ایم؛ ضمن اینکه

بخشی از اراضی شهر جدید پردیس به پارک علم و فناوری پردیس تعلق می‌گیرد تا دانش‌آموختگان، فناوران و پژوهشگران ما بتوانند در این محیط به خلق دانش فناورانه بپردازند.



تعداد پارک‌های علم و فناوری به ۴۳ عدد افزایش یافته است

نایب‌رئیس فراکسیون مستقلین ولایی مجلس شورای اسلامی با اشاره به حضور وزیر علوم و تحقیقات در جلسه دیروز فراکسیون گفت تعداد پارک‌های علم و فناوری از ۳۳ عدد در سال ۹۱ به ۴۳

عدد در سال ۹۷ افزایش یافته است. به گزارش خانه ملت، غلامعلی جعفرزاده ایمن‌آبادی در تشریح نشست روز یکشنبه فراکسیون مستقلین ولایی مجلس شورای اسلامی با حضور «منصور غلامی» وزیر علوم، تحقیقات و فناوری، اظهار داشت: در آستانه بازگشایی دانشگاه‌ها نشست دیروز برگزار و در آن گزارش‌هایی شامل روزآمد کردن دروس و سرفصل آموزشی به منظور رفع نیازهای اساسی، تصمیم تشکیل گروه مهارت‌افزایی و اشتغال‌پذیری در ساختار مصوب دفتر برنامه‌ریزی آموزش عالی و جلب موافقت سازمان برنامه و بودجه به منظور تخصیص بودجه موردنیاز برای پشتیبانی از طرح‌ها بود. وی بیان کرد: اضافه‌کردن پیوست اشتغال‌پذیری به شاخصه‌های

بازنگری و تدوین برنامه‌ریزی درسی، ارسال بسته پیشنهادی به دانشگاه‌ها در قالب مجموعه اقداماتی برای صیانت و تقویت از ارزش‌های دینی و فرهنگی با تأکید بر موضوع پوشش و عفاف، برگزاری سه رویداد استارت‌آپ کارآفرینی اجتماعی با هدف گسترش فرهنگ کارآفرینی با گستره اجرایی همه استان‌های کشور از جمله گزارش‌های ارائه‌شده بود. نماینده رشت در مجلس شورای اسلامی، ادامه داد:

ارتقا به مرتبه شانزدهم تولید علم جهان در سال ۲۰۱۷ و کسب مقام اول در سال ۲۰۱۸ در میان ۵۲ کشور اسلامی، افزایش تعداد پارک‌های علم و فناوری از ۳۳ عدد در سال ۹۱ به ۴۳ عدد در سال ۹۷، بازنگری و تدوین مجدد آیین‌نامه تأسیس پارک علم و فناوری، قرار گرفتن نام ۱۸ دانشگاه برتر کشور در نظام رتبه‌بندی تایمز در سال ۲۰۱۸ و ۴۰ دانشگاه در سال ۲۰۱۹ از جمله دستاوردهای وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بوده است.





کارگاه آموزشی تجاری سازی در تهران برگزار می شود

کارگاه آموزشی تجاری سازی با حضور همکاران طرح شهید احمدی روشن در محل بنیاد نخبگان استان تهران برگزار می شود. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، بنیاد نخبگان استان تهران با هدف ارتقای سطح توانمندی مستعدان برتر در تجاری سازی و همچنین با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و نوآوری در رشد و توسعه اقتصادی، کارگاه آموزشی تجاری سازی را با هدف آشنایی افراد با تیم های صاحب ایده و محصولات فناوری محور با مفاهیم تجاری سازی و فرایندهای مرتبط با آن برگزار می کند. در این کارگاه اصول اصلی تجاری سازی در قالب سرفصل هایی مانند: آشنایی با فرایند تجاری سازی و اهمیت آن، چرخه عمر محصولات، آشنایی با استراتژی های تأمین مالی و مدیریت استراتژیک محصول، آشنایی با امکان سنجی و تحلیل سود و زیان، ارزیابی و تحلیل عملکرد محصول در بازار، آشنایی با مدل توسعه یک محصول جدید، مدل سازی بازار و محصول و ... ارائه می شود.

یادداشت



تحقق رویای رنگین نوآوری

می شوند. با نوآوری خود ایده ها را پرورش می دهند تا محصول یا خدمتی جدید روانه بازار شود. اینجا نوآوری ابزار تحقق آرزوها است. مسیری جدید در رفع نیازها پیش رو قرار دارد؛ مسیری که اشتغال زایی می کند و نیروی جوان تحصیل کرده در آن به کار می آیند. کارخانه های نوآوری محیطی خلاق، پویا و یکپارچه دارند. محیطی برای رشد و توسعه فعالیت استارت آپها.

با این اندیشه، بزرگترین کارخانه نوآوری خاورمیانه ساخته شد. آن هم در ایران. کارخانه نوآوری آزادی. در فضایی به وسعت ۱۸ هزار و ۵۰۰ متر مربع با ۳ هزار و ۵۰۰ کارآفرین. محلی که ۱۰ شتاب دهنده تخصصی می گوشتند تا استارت آپها را رشد دهند.

ارائه خدمات تخصصی به استارت آپها، هم افزایی و فرهنگ سازی برای داشتن اقتصادی بر پایه دانش و فناوری موضوعاتی است که در کارخانه نوآوری دنبال می شود. در اینجا در فضاهای کار اشتراکی تیم ها نو می بینند و نو می سازند. استارت آپها با گرفتن مشاوره های تخصصی وجود منورها، مربیان، سرمایه گذاران و حامیان خود در این مراکز قوی می شوند. جان می گیرند. تمام نیازهای تیم های نوآور پاسخ داده می شود تا پس از آن مستقل اندیشه خود را تحقق دهند؛ اندیشه ای که خلاقیت و نوآوری را به جامعه تزریق می کند.

پس اینجا را باید سازنده شرکت های دانش بنیان بدانیم. کسب و کارها را رونق می دهد تا جوانان با امید بیشتری به فعالیتهای نوآورانه خود ادامه دهند و اینگونه رویای رنگین نوآوری محقق می شود. در کارخانه های نوآوری استارت آپها پرواز را به خاطر می سپارند و اوج می گیرند. بر فراز قله های نوآوری.

مشهد، فارس، مازندران، گلستان، اردبیل و یزد نیز به زودی صاحب کارخانه نوآوری می شوند تا روح نوآوری در کارخانه های متروکه دمیده شود و جوانان خلاق راهبری کنند و راور و وابسته نباشیم.



اعتبارسنجی، رانت را متوقف می کند

که هر یک از آنها اطلاعات مربوط به شرکت ها و بنگاه های اقتصادی را رصد کرده و نتایج بررسی های خود را ارائه می کنند، در نهایت مرکز با اعتبارسنجی این نتایج، وضعیت شرکت ها را مشخص می کند. فرهادی

افزافه کرد: در رتبه بندی، همه شرکت ها و بنگاه ها باید رصد شوند و این قاعده شامل حال دولتی ها، تعاونی ها و بخش خصوصی می شود و همه کسانی که بنگاه خود را ثبت کرده اند، باید این فرآیند را طی کنند. وی با بیان اینکه رتبه بندی در ایران براساس تجربه موفق دیگر کشورها برنامه ریزی شده است، گفت: ما در این چارچوب، فعالیت های مالی، وضعیت صلاحیتی مدیریتی و مسئولیت های اجتماعی شرکت ها را ارزیابی می کنیم و در نهایت اعتبار آنها را مشخص می کنیم. رئیس مرکز ملی رتبه بندی اتاق بازرگانی ایران در پاسخ به اینکه آیا شرکت ها الزام قانونی دارند



که شاخص رتبه بندی را کسب کنند؟ اظهار داشت: الزام قانونی در این زمینه وجود ندارد اما برخی سیاست های تشویقی یا تنبیهی در این حوزه امکان اجرایی شدن دارند.

رئیس مرکز ملی رتبه بندی اتاق بازرگانی ایران معتقد است همانطور که بسیاری از کشورهای توسعه یافته با استفاده از شیوه های رتبه بندی و اعتبارسنجی، راه را بر فساد و رانت در اقتصاد خود بسته اند، ایران نیز باید از همین تجربه استفاده کرده و به تمام بنگاه های اقتصادی براساس اعتبارشان، رتبه بدهد. امین الله فرهادی در گفت و گو با ایسنا، اظهار داشت: نخستین موسسه رتبه بندی جهان در سال ۱۸۲۰ کار خود را آغاز کرد و با وجود آنکه ۲۰۰ سال از آن زمان می گذرد، متأسفانه این موضوع در ایران به طور کامل درک نشده است.

به گفته وی، اتاق بازرگانی ایران حدود ۱۰ سال قبل، موضوع رتبه بندی را مطرح کرد و سپس در قوانینی که سال ۹۱ تصویب شد، به این موضوع در ایران به شکلی جدی تر توجه شد. از سال ۹۶ و با توجه به مشخص شدن ابعاد جدیدی از رانت و فساد در اقتصاد، اهمیت رتبه بندی دوچندان شد. رئیس مرکز ملی رتبه بندی اتاق بازرگانی ایران درباره چگونگی عملکرد این مرکز توضیح داد: امروز ۱۶ موسسه رتبه بندی در این مرکز فعال هستند



معضل زباله را با استفاده از یافته های علمی حل کنیم

واردات کالاهای خارجی تأمین می شود، خاطرنشان کرد: از دیگر موارد مطرح شده در این نشست، موضوع استفاده از تجربیات موفق کشورهای توسعه یافته برای کاهش زباله از طریق تفکیک از مبدأ بود.

وی ادامه داد: وقتی که پسماند از مبدأ تفکیک شود وزن و حجم زباله کاهش پیدا می کند که این خود یک مزیت است، بخش دیگر که قبلاً کمتر شاهد اجرای آن بودیم استفاده از ظرفیت شرکت های دانش بنیان است، این شرکت ها جوان، خلاق و دارای نوآوری هستند. لذا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این بخش مطالعات خوبی انجام داده است و از طرفی شرکت های موفق نیز در این حوزه وجود دارد.

حسین زادگان با بیان اینکه در آینده نزدیک از استارت آپها و شرکت های دانش بنیان برای ورود به این روند دعوت خواهیم کرد، یادآور شد: با استفاده از آخرین یافته های علمی آنها و روش هایی که می تواند فرآیند حل معضل زباله را تسریع بخشد بهره گیری خواهد شد.

استاندار مازندران گفت با استفاده از آخرین یافته های علمی شرکت های دانش بنیان می توان، فرآیند حل معضل زباله را تسریع بخشید.

به گزارش خبرگزاری مهر، احمد حسین زادگان با بیان اینکه وزارت کشور منابع مالی «ایجاد تاسیسات منطقه ای تبدیل پسماند به مواد و انرژی» در استان های شمالی را از محل عوارض تولید کالاهای آلانده و وارداتی برای تسریع در ساماندهی پسماند در نظر گرفته است، یادآور شد: شرکت های دانش بنیان، پسماند استان های شمالی را به انرژی و مواد تبدیل می کنند.

وی افزود: هم در سطح کشور و هم در استان های شمالی مشکلات پسماند وجود دارد، لذا رئیس جمهور محترم و شخص وزیر کشور این موضوع را مورد توجه قرار دادند و هیات دولت نیز طرحی را با هدف استفاده از ظرفیت پسماندها تصویب کرد. استاندار مازندران با بیان اینکه منابع مالی این طرح از محل عوارض



چگونه داستان تاثیر گذاری برای برنمدان خلق کنیم؟

داستان سرائی برای برند به شیوه نایک

ترجمه: علی آل علی

به قلم: زروم کُنلِن (کارشناس برندسازی)

توسعه برند نیازمند تمرکز و استفاده از ابزارهای کاربردی است. خوشبختانه در عصر کنونی ابزارهای بسیار زیادی برای توسعه برند در اختیار کارآفرینان وجود دارد، با این حال هیچ کدام از آنها جای ایده پردازی خلاق را نخواهد گرفت. کلید موفقیت اغلب برندها در عرصه کسب و کار استفاده از ایده های خلاق و جذاب است. این امر به خوبی در زمینه داستان سرائی نمود پیدا می کند. امروزه داستان سرائی یکی از بخش های مهم برندسازی محسوب می شود. تمام ویژگی های یک برند در قالب داستانی جذاب و هیجان انگیز به مخاطب ارائه می شود. به عنوان مثال، برند نایک را در نظر بگیرید. داستان این برند در جمله ساده «فقط انجامش بده» خلاصه می شود. نایک با انتخاب این شعار و داستان سرائی براساس آن موفق به افزایش ۴۰ درصدی فروش خود در بازه زمانی یک ساله شد. توجه به تجربه موفق نایک به خوبی نقش و اهمیت داستان سرائی دقیق در سرنوشت برندها را مشخص می کند. نکته جالب در مورد کمپین «فقط انجامش بده» طراحی آن در سال ۱۹۸۶ است. وقتی یک شعار و محور داستانی کشش بالایی داشته باشد، حتی پس از سه دهه نیز امکان ادامه استفاده از آن فراهم خواهد بود. هدف اصلی من در این مقاله بررسی پنج نکته مهم در زمینه داستان سرائی برای برند براساس تجربه نایک است. در ادامه به بررسی هر کدام از آنها خواهیم پرداخت.

گام نخست: اهمیت احساسات در داستان

نخستین و مهم ترین المان یک داستان موفق توانایی آن در جلب نظر مخاطب در سطح احساسی است. همه ما شنیدن داستان های جذاب را دوست داریم، با این حال کمتر به مفهوم جذابیت آن فکر می کنیم. بسیاری از مردم در پاسخ به پرسش از چیستی جذابیت یک داستان دشواری زیادی خواهند داشت. از نقطه نظر فنی یک داستان جذاب براساس سطح تعامل احساسی اش با مخاطب مشخص می شود. دلیل اصلی شکست بسیاری از فیلم ها و نمایشنامه ها نیز همین فقدان تعامل احساسی با مخاطب است، بنابراین برای موفقیت در عرصه کسب و کار باید تعامل احساسی و نزدیک با مخاطب را مدنظر داشته باشیم. این امر در زمینه داستان سرائی بستگی به شناخت دقیق ما از مخاطب و سرهم بندی داستان مان به شیوه تاثیر گذار دارد. اشکال اصلی نویسندگان در تدوین داستان برندشان تمرکز بیش از حد بر سیر داستانی ماجرا و تلاش کمتر برای شناخت مخاطب هدف است. وقتی ما شناخت درستی از مخاطب هدف داشته باشیم، فرآیند داستان سرائی با سهولت بیشتری انجام خواهد شد.

گام دوم: یکدلی با مخاطب

بی تردید بسیاری از رمان ها در طول تاریخ برچسب «به درد نخور» را کسب کرده اند. این امر به دلیل نارضایتی مخاطب از مطالعه چنین آثاری است. در زمینه کسب و کار نیز داستان های برندها همیشه با تیز برنده نقد مخاطب مواجه می شود. مخاطب هیچ گونه تعارفی با دیگران ندارد. به همین خاطر در زمینه نقد داستان های کسب و کار بسیار بی رحم و جدی عمل می کند. یک داستان موفق برای جلب نظر مخاطب باید در فرآیند بیان سیر وقایع در زمینه ایجاد یکدلی با مخاطب نیز موفق عمل کند. این امر به خوبی در داستان های موفق دنیا مشاهده می شود. در مورد برند نایک، تاکید آن بر روی یک احساس مشترک در میان تمام ورزشکارها موجب ایجاد یکدلی شد. همه ما در زمان تصمیم گیری برای فعالیت ورزشی با احساس تنبلی و بی سرانجامی فعالیت مان مواجه شده ایم. در این میان داستان نایک با تاکید صرف بر انجام کار موردنظر ما را به سوی موفقیت فرا می خواند.

اگر مخاطب با داستان یک برند احساس یکدلی و همراهی نکند، هیچ گاه امکان توسعه برند فراهم نمی شود. در بسیاری از مواقع فرآیند برندسازی شرکت ها به همین خاطر با مشکلات عمده ای مواجه شده است. انتخاب موضوعی رایج در میان مخاطب و پردازش آن به شیوه جذاب کلید موفقیت در این بخش خواهد بود.

گام سوم: واکاوی المان های هیجان انگیز

یک داستان موفق همیشه نظر و سلیقه مخاطب را ارزیابی می کند. بدون توجه به سلیقه مخاطب امکان نگارش داستان های جذاب وجود ندارد. در عرصه کسب و کار این ارزیابی نظر مخاطب باید بسیار دقیق تر صورت گیرد. به این ترتیب فرصت شناخت بهتر مشتریان فراهم می شود. آیا تا به حال نسبت به نکته جذاب داستان نایک فکر کرده اید؟ بی تردید پاسخ های زیادی برای این پرسش وجود دارد. پاسخ من اما براساس نکته موردنظر در این بخش است. داستان نایک به خوبی مسیر هیجان انگیزی را برای مخاطب ترسیم می کند. بی تردید گام نهادن در مسیر فعالیت بدنی و ورزش هیجان های خاص خود را دارد. استراتژی نایک برای همکاری تبلیغاتی با قهرمان های ورزشی به خوبی بر هیجان داستان موردنظر می افزاید. به این ترتیب نایک فرصت کافی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب را خواهد داشت.

گام چهارم: استفاده از نکات رازآمیز

داستان های موفق همیشه مقداری رمز و راز همراه دارند. این امر ذهن مخاطب را برای یافتن آن رمز و رازها درگیر می سازد. هرچه مقدار معماهای درونی و رمزی یک داستان بیشتر باشد، بر جذابیت آن افزوده خواهد شد. درست به همین خاطر داستان های پلیسی و جنایی مانند شلوک هولمز به خوبی مطابق میل مخاطب جهانی می افتد. یکی از نکات مهم در زمینه استفاده از نکات رازآمیز امکان حل آن از سوی مخاطب است. اگر نکته رازآمیز ما حل ناشدنی باقی بماند، جذابیتش در نگاه مخاطب از بین خواهد رفت. به همین خاطر نباید ماجرا و خطر داستان را بیش از حد دشوار ساخت. احساس رضایت مخاطب از حل چالش ها و معماهای یک داستان موجب ایجاد احساس رضایت در وی خواهد شد. به این ترتیب تاثیر گذاری داستان ما بر روی مخاطب دوچندان می شود.

گام پنجم: همدان پنداری با مخاطب

همدان پنداری با مخاطب از نقطه نظر روانشناختی اهمیت ویژه ای دارد. داستان های بزرگ و جذاب همیشه به احساسات عمیق مخاطب دسترسی پیدا می کنند. به این ترتیب انگیزه مخاطب برای پیگیری سیر خطی داستان افزایش می یابد. بدون نزدیکی به مخاطب امکان فهم نقطه نظر و سلیقه وی وجود ندارد. البته این امر به معنای انحراف از جریان اصلی ماجرا نیست. ایده اصلی ما همچنان باید جذاب و بدیع باشد. تکنیک های مورد بحث در این مقاله تاثیر انکارناپذیری بر روی سرنوشت یک برند دارد. امروزه برندسازی بدون داستان سرائی جذاب امکان پذیر نیست. نگاهی کوتاه به نحوه عملکرد برندهای بزرگ نیز به خوبی این امر را ثابت می کند.

منبع: brandingstrategyinsider



۲. اهمیت هدیه های کاربردی

محصولات ارگانیک فعالیت داریم، نوشیدنی ها باید از میوه های ارگانیک تهیه شده باشند. به این ترتیب میزان تاثیر گذاری برند ما بر روی مخاطب افزایش چشمگیری خواهد یافت.

۴. اهمیت ارائه های چند رسانه ای

استفاده از تلویزیون های متعدد در غرفه یکی از الزام های حضور موفق در همایش ها محسوب می شود. این امر امکان ارائه مطالب به صورت چندرسانه ای را خواهد داد. به این ترتیب توان تاثیر گذاری برند ما افزایش چشمگیری خواهد یافت. امروزه مردم بیش از هر زمان دیگری به محتوای بصری توجه نشان می دهند. به همین خاطر برندها باید به سوی استفاده از المان های بصری در ارائه ها، کمپین های بازاریابی و تبلیغاتی بروند. در غیر این صورت از جریان اصلی کسب و کار جا خواهند ماند.

گاهی اوقات در همایش ها مردم حوصله صحبت با افراد حاضر در غرفه را ندارند، با این حال در حال تردد نشان به محتوای تلویزیون ها جلب خواهد شد. این امر فرصت مناسبی برای انتقال محتوای بصری و پیام برندمان به صورت خلاصه فراهم می کند.

صرف نظر از جلوه های بصری، فرمت صوتی نیز نقش مهمی در جلب نظر مخاطب بازی می کند. ذهن همه ما نسبت به صداهای مختلف حساس است، بنابراین بازی با صداها امکان جلب توجه مخاطب را فراهم می سازد. این امر نیازمند استفاده از اسپیکر و باندهای مناسب است. به این ترتیب توان تاثیر گذاری برند ما بر روی مخاطب افزایش چشمگیری خواهد یافت.

۵. ارتباط با مخاطب در شبکه های اجتماعی

یکی از بزرگترین اشتباهات برندها عدم توجه کافی به نقش شبکه های اجتماعی است. امروزه شبکه های اجتماعی در تمام وجوه زندگی ما تاثیر دارد. به این ترتیب باید در حوزه بازاریابی و مدیریت همایش های کاری نیز از آن به بهترین شکل استفاده کرد. تیموتی کارتر از سایت SmallBizTrends.com

توصیه های جالبی در این زمینه دارد. به عقیده وی گزارش روزانه از اتفاقات نمایشگاه و تهیه تصویر و ویدئوی جذاب از آن نقش مهمی در جلب تعامل کاربران در شبکه های اجتماعی خواهد داشت. به این ترتیب برند ما فرصت کافی برای باز کردن سر صحبت با مخاطب را می یابد. این امر دارای ارزش بسیار زیادی است. به هر حال برندها باید با مخاطب صحبت کنند. در غیر این صورت امکان تبدیل آنها به مشتریان برندمان وجود نخواهد داشت.

امروزه بازاریابی در شبکه های اجتماعی بسیار ساده شده است. دیگر نیازی به تهیه بودجه های کلان برای موفقیت در این عرصه نیست، بنابراین باید برنامه ای دقیق برای حضور در این فضا داشته باشیم. به طور کلی هر جایی که مشتریان بالقوه ما حاضر هستند، ما نیز باید حضور فعالی داشته باشیم. این امر کلید موفقیت ما در حوزه کسب و کار خواهد بود.

منبع: noobpreneur

تکنیک های جذب بازدید کننده به غرفه نمایشگاهی برنمدان

راه های جذب مشتری در نمایشگاه های کاری



به قلم: جنتا سیپراس نویسنده مستقل و کارشناس کسب و کار

ترجمه: امیر آل علی

حضور موفق در همایش های کاری و نمایشگاه های بزرگ همیشه تاثیر انکارناپذیری بر شرایط برندها دارد. این فضا فرصت عالی برای مواجهه با مشتریان تازه و افراد علاقه مند به کسب و کارمان است. امروزه رقبای بسیار زیادی در هر حوزه تخصصی کسب و کار وجود دارد. به همین خاطر ایجاد تمایز میان برنمدان و آنها حیاتی خواهد بود. حضور موفق در همایش های کاری و رویدادهای مهم به خوبی این هدف را محقق خواهد کرد. دستاورد نهایی برندهای موفق از همایش های کاری جلب اعتماد مخاطب و تبدیل آنها به مشتریان وفادار است.

بدون تردید بازدیدکنندگان از حضور در همایش ها اهداف خاصی دارند. آنها در بهترین حالت به دنبال یافتن برندهای مختلف هستند، بنابراین هدف اصلی ما باید نمایش جلوه ای جذاب از برنمدان برای آنها باشد. فقط در این صورت امکان دستیابی به موفقیت وجود خواهد داشت. در غیر این صورت برند ما درجا خواهد زد.

نکته مهم درخصوص برگزاری همایش های کاری حضور شمار بالایی از برندهای رقیب در چنین فضایی است. در همایش ها معمولاً کنار غرفه هر برند شمار بالایی از غرفه های رقیب نیز وجود دارد. به این ترتیب جلب نظر مخاطب در چنین فضای شلوغی به هیچ وجه کار ساده ای نخواهد بود. بی شک تمام برندهای حاضر در یک همایش با برنامه و دست پر برای جلب نظر مخاطب آمده اند، بنابراین ما کار دشواری برای غلبه بر رقبا خواهیم داشت. به راستی چگونه امکان غلبه بر رقبا و جلب اعتماد مشتریان وجود دارد؟

کشاندن مخاطب به سوی غرفه برنمدان در نگاه نخست کار دشواری به نظر می رسد. نکته مهم در اینجا داشتن برنامه ای منسجم برای جلب نظر مخاطب است. به این ترتیب امکان افزایش سود برنمدان از طریق جلب مشتری تازه و وفادار فراهم خواهد شد. در این مقاله به بررسی برخی از بهترین راه های جذب مشتری در نمایشگاه های کار مختلف پرداختیم.

۱. استفاده هوشمندانه از نورهای جانبی

استفاده خلاقانه از نورهای جانبی ایده ساده و تاثیر گذاری محسوب می شود. در یک مراسم ما با ده ها یا صدها برند دیگر در رقابت هستیم. نکته مهم در این میان ساختار مشابه تمام غرفه ها است. به این ترتیب از نظر ساختاری هیچ تفاوتی میان غرفه برندها نخواهد بود. نکته مهم در اینجا نوع طراحی غرفه از سوی ماست. به این ترتیب باید نهایت دقت را در این زمینه به خرج داد. استفاده از ترکیب نورهای جذاب و چشم نواز نقش مهمی در جلب نظر مخاطب بازی می کند. از نقطه نظر روانشناسی رنگ ها نگاه انسان همیشه به طیف رنگ های جذاب و هیجان انگیز حساسیت دارد، بنابراین تلاش اصلی ما باید استفاده از رنگ هایی متفاوت از ترکیب عادی مراسم باشد. به این ترتیب حتی در میان خیل عظیمی از غرفه ها نیز امکان جلب نظر مخاطب فراهم می شود.

برندها به طور معمول در مراسم های مختلف هدیه های مختلفی به بازدیدکنندگان می دهند. این امر در راستای ماندگاری بیشتر نام برندها در ذهن مخاطب صورت می گیرد. نکته مهم در اینجا انتخاب هدیه های کاربردی است. به این ترتیب امکان تاثیر گذاری بر روی مخاطب فراهم خواهد شد.

بدون شک بسیاری از برندها امکان تهیه هدیه های بسیار گران قیمت را ندارند. تمرکز اصلی من نیز در اینجا بر روی هدیه های بیش از حد گران نیست، بنابراین باید به سراغ هدیه هایی با قیمت اندک اما تاثیر گذار بود. در حوزه بازاریابی و مدیریت مراسم های تجاری اختصاص بودجه بیشتر همیشه به معنای دستیابی به موفقیت نیست، بنابراین باید تمام جوانب را به هنگام انتخاب هدیه موردنظر برنمدان مدنظر داشته باشیم. بهترین شیوه برای انتخاب هدیه ها توجه به نیاز مخاطب در مراسم است. پاسخ مناسب به این مسئله ما را در راستای کمک به مخاطب از رقبا جلو می اندازد. به برخی از هدیه های ذیل توجه کنید:

- بطری های آب معدنی
- گوشی های دارای وایرلس برای گوش دادن به پادکست های مختلف در غرفه برنمدان
- پاوربانک
- ظرف غذای مخصوص
- کیف لوازم شخصی
- کوله پشتی

بدون تردید هر کدام از المان های فوق ساده به نظر می رسد. نکته مهم نیز همین سادگی آنهاست. این موارد در عین سادگی در اغلب موارد موردنیاز مخاطب نیز هست، بنابراین با انتخاب هوشمندانه امکان جلب توجه مخاطب با هدیه های کوچک فراهم می شود. توصیه من در اینجا درج لوگوی برنمدان بر روی تمام هدیه هاست. به این ترتیب مخاطب با هر بار استفاده از آن به یاد ما خواهد افتاد.

۳. ارائه بسته های خوراکی

بدون شک همه ما در طول بازدید از یک مکان یا همایش تمایل به داشتن خوراکی های مختلف داریم. این امر نوعی عادت رایج در میان مردم محسوب می شود. وظیفه اصلی ما به عنوان یک برند استفاده مناسب از این عادت رایج در راستای توسعه نام برنمدان خواهد بود. بازدیدکنندگان در بسیاری از موارد نیازمند یک المان جذاب برای مراجعه به غرفه ها هستند. انواع خوراکی خوشمزه این امکان را به خوبی فراهم می کند. نکته مهم در اینجا عدم انحراف از هدف اصلی غرفه مان است. این امر به معنای پایبندی به معرفی محصولات تازه و دستاوردهای جدید برنمدان است. ارائه خوراکی های خوشمزه به صورت رایگان نیز در کنار این امر صورت خواهد گرفت. به این ترتیب برند ما موفق به جلب نظر شمار بالایی از بازدیدکنندگان خواهد شد.

نکته حیاتی در مورد ارائه نوشیدنی و خوراکی های جانبی ارتباط آنها با کسب و کارمان است. به عنوان مثال، اگر ما در زمینه تولید

ایستگاه بازاریابی



سازگاری با محیط زیست به شیوه دیزل و کوکاکولا

همکاری کوکاکولا و دیزل در کمپین لباس‌های بازیافتی

به قلم: دیانا کریسته کارشناس تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

برند دیزل یکی از غول‌های بزرگ عرصه تولید پوشاک محسوب می‌شود. اخیراً برند دیزل با همکاری کوکاکولا اقدام به توسعه کمپینی تحت عنوان تولید لباس از مواد بازیافتی کرده‌اند. هدف اصلی از این کمپین حفاظت از محیط زیست و نمایش امکان تولید پوشاک کاربردی و زیبا از مواد بازیافتی است. محصولات این کمپین نیز به طور کامل از طریق اینترنت به فروش خواهد رسید. به این ترتیب امکان ثبت سفارش برای دامنه وسیعی از مشتریان فراهم خواهد بود. براساس ادعای سایت رسمی کوکاکولا این کمپین به زودی به مرحله اجرایی خواهد رسید. فروش آنلاین این محصولات ابتدا به صورت انحصاری در سایت رسمی دیزل و سپس در فروشگاه‌های مختلف صورت خواهد گرفت. نکته جالب در مورد این فروشگاه ماهیت رمزی آن است. به این ترتیب دسترسی به آن برای همه کاربران امکان‌پذیر نیست. به منظور بارگذاری صفحه فروشگاه بازیافتی دیزل و کوکاکولا کاربران باید لوگوی جهانی بازیافت (مندرج بر روی اغلب محصولات) را از طریق دوربین گوشی‌شان اسکن کنند. به این ترتیب به صورت خودکار به صفحه فروشگاه هدایت خواهند شد. این طرح با هدف جلب توجه مشتریان به محصولات دارای امکان بازیافت صورت گرفته است. به این ترتیب مشتریان فرصت کافی برای آشنایی با دامنه وسیع محصولات دارای قابلیت بازیافت را خواهند داشت.

بدون تردید حضور کوکاکولا در یک کمپین مربوط به حوزه پوشاک عجیب به نظر می‌رسد. تحلیل این موضوع با فعالیت گسترده کوکاکولا در زمین جلوگیری از آلودگی محیط زیست امکان‌پذیر خواهد بود. در طول دو دهه اخیر کوکاکولا سرمایه‌گذاری عظیمی بر روی جایگزینی بطری‌های پلاستیکی با مواد سازگاری با محیط زیست کرده است. همین امر موجب افزایش شهرت این برند در مقیاس جهانی شده است. امروزه مشتریان علاوه بر دریافت محصولات باکیفیت نسبت به سازگاری آنها با محیط زیست نیز حساس هستند. به همین خاطر تمام برندها باید به سوی تولید محصولات سازگار با محیط زیست حرکت کنند. در این میان کوکاکولا و دیزل در پی بازیافت پلاستیک و کتان مورد استفاده در محصولات‌شان هستند. این امر هم قیمت نهایی محصولات آنها را کاهش می‌دهد و هم انگیزه دوچندانی در مشتریان برای توجه به محصولات دیگر این دو برند ایجاد خواهد کرد.

به زودی خط تولید مشترک دیزل با همکاری کوکاکولا برای تولید لباس‌های بازیافتی راه‌اندازی خواهد شد. جالب اینکه بسیاری از فروشگاه‌های آنلاین و فیزیکی از همین حالا اقدام به پیش‌خرید این محصولات کرده‌اند. به این ترتیب دیزل و کوکاکولا مشکلی در راستای فروش محصولات‌شان نخواهند داشت. رونمایی رسمی از محصولات تازه دیزل با همکاری کوکاکولا در هفته مد پاریس و سپس ایتالیا صورت خواهد گرفت. بدون تردید موفقیت دیزل در فروش محصولات تازه‌اش انقلابی تمام‌عیار در صنعت پوشاک ایجاد خواهد کرد. این امر از نقطه نظر کاهش قیمت کلی تولید پوشاک دارای اهمیت است. به این ترتیب کشورهایی با اقتصاد ضعیف‌تر نیز امکان بهره‌مندی از محصولات برندهای بزرگ را خواهند داشت. این امر به معنای گسترش هرچه بیشتر بازار فروش برندهای بزرگ در عرصه پوشاک خواهد بود.

منبع: marketingdive



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

۴ چالش بازاریابی خرده‌فروشی‌های آنلاین



ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت به عنوان خرده‌فروشی آنلاین به هیچ‌وجه ساده نیست. امروزه چالش‌های زیادی پیش روی خرده‌فروشی‌های آنلاین قرار دارد. از افزایش انتظارات مشتریان گرفته تا مشکلات نمایش کیفیت محصولات به صورت غیرحضور، همگی نیازمند خلاقیت و توجه بیشتری از سوی بازاریاب‌ها و صاحبان این کسب و کارهاست.

براساس گزارش موسسه کانتر در سال ۲۰۱۸ صنعت خرده‌فروشی آنلاین رشد ۴۰ درصدی را تجربه کرد. این امر به معنای ۹۶ درصد رشد بیشتر فروشگاه‌های آنلاین در مقایسه با سوپرمارکت‌های فیزیکی است. فقط در استرالیا در طول یک سال گذشته سه چهارم مردم تجربه خرید آنلاین را داشته‌اند. این امر به معنای افزایش اعتماد مشتریان به فروشگاه‌های آنلاین است. به هر حال وقتی خبری از ملاقات رو در رو نیست، باید ایده‌های مناسبی برای فعالیت در حوزه کسب و کار داشته باشیم. براساس آمار رسمی انجمن خرده‌فروشی آنلاین استرالیا بهترین زمان از نظر مشتریان برای خرید آنلاین بعد از ظهر است. بر این اساس ۳۲ درصد از مشتریان استرالایی بین ساعت ۷ عصر تا ۱۰ شب اقدام به خرید آنلاین می‌کنند. این درصد بین ساعت ۲ تا ۵ بعدازظهر ۲۱ درصد است نکته جالب در این خصوص تمایل جهانی مشتریان به پیروی از این الگوست. به این ترتیب مشتریان در سراسر جهان انگیزه بیشتری برای خرید عصرگاهی دارند. صرف نظر از زمان مورد علاقه مشتریان برای خرید، اهمیت خرید مطمئن و امن بسیار زیاد است. امروزه مشتریان نسبت به سرعت اطلاعات‌شان بسیار حساس هستند، با این حساب برند ما باید ایده ویژه‌ای برای حفاظت از اطلاعات مشتریان و مقابله با حملات سایبری داشته باشد. ویژگی اصلی دنیای خرده‌فروشی آنلاین هزینه گراف بازاریابی اعتماد مشتریان پس از بروز بحران‌های امنیتی و سرقت اطلاعات است. نمونه عینی این امر برند فیس‌بوک است. آنها پس از رسوایی درز اطلاعات‌شان هنوز هم در زمینه بازاریابی اعتماد کاربران دچار مشکل هستند.

یکی دیگر از نکات مهم در زمینه مدیریت فروشگاه‌های آنلاین نحوه سرویس‌دهی به مشتریان است. امروزه خدمت‌رسانی ما باید ۲۴ ساعته باشد. در غیر این صورت میزان ناراضی مشتریان به شدت افزایش خواهد یافت. در این میان استفاده از خدمات هوش مصنوعی اهمیت زیادی دارد. به این ترتیب ما با خرج هزینه کمتر امکان سرویس‌دهی بیشتر به مشتریان را خواهیم داشت. شاید تا همین چند سال پیش استفاده از فناوری هوش مصنوعی دشوار به نظر می‌رسید، با این حال اکنون بهره‌گیری از آن بدل به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر شده است. امروزه ما باید آماده استفاده از هر نوع فناوری تازه‌ای برای بهبود سطح کیفی فعالیت برندمان باشیم. در غیر این صورت به سرعت از دنیای کسب و کار حذف خواهیم شد. هدف اصلی در این مقاله بررسی چهار چالش بازاریابی اصلی خرده‌فروشی‌های آنلاین و مدیریت کسب و کار است. در انتخاب چالش‌ها مهم‌ترین‌شان مدنظر قرار گرفته است. به این ترتیب با پرداختن به آنها امکان موفقیت در حوزه کسب و کار فراهم خواهد شد.

۱. ضرورت استفاده از ابزارهای دارای هوش مصنوعی

حوزه خرده‌فروشی آنلاین حتی برای کوچکترین برندها نیز ضرورت ایجاد نمایی جهانی را ایجاد می‌کند. نکته مهم در اینجا تفاوت میان شیوه خرید آنلاین و آفلاین است. بی‌تردید بسیاری از ما به خرید آفلاین عادت داریم. به همین خاطر عادت به شیوه خرید آنلاین دشوار به نظر می‌رسد. خرده‌فروشی‌های آنلاین چاره‌ای جز تقویت این دیدگاه در میان مشتریان ندارند. در غیر این صورت در عمل با ناتوانی در زمینه کسب سود مناسب مواجه خواهند شد. بی‌تردید بازاریابی برای فروشگاه‌های آنلاین شرایط خاصی دارد. به همین خاطر باید نهایت دقت را در اجرای کمپین‌های بازاریابی صرف کرد. فهم شیوه انتخاب محصولات، تصمیم‌گیری در مورد خرید و در نهایت ثبت سفارش از سوی مشتریان اهمیت ویژه‌ای برای طراحی کمپین‌های موفق دارد. به

بررسی چالش‌های اصلی بازاریابی برای فروشگاه‌های آنلاین

این ترتیب ما امکان نزدیکی بیشتر به مشتریان و در نتیجه تاثیرگذاری مطلوب بر روی آنها را خواهیم داشت.

گردآوری اطلاعات پیرامون مشتریان کار چندان ساده‌ای نیست. به ویژه اینکه در طول سال‌های اخیر حجم کاری شرکت‌ها نیز به شدت افزایش یافته است، بنابراین باید برنامه‌ای ویژه برای مدیریت این بخش از کسب و کار داشت. خوشبختانه پیشرفت تکنولوژی کمک شایانی به کارآفرینان در زمینه توسعه کسب و کار کرده است. به این ترتیب اکنون امکان استفاده از سیستم‌های یکپارچه و هوشمند برای گردآوری و تحلیل اطلاعات پیرامون مشتریان وجود دارد.

بسیای از فروشگاه‌های آنلاین در بازه‌های زمانی مشخص اقدام به برگزاری جشنواره‌های تخفیف سراسری می‌کنند. این امر با هدف ترغیب مشتریان به خرید بیشتر صورت می‌گیرد. به این ترتیب برندها فرصت بهره‌مندی از سود بیشتر در مقیاس وسیع را خواهند داشت. نکته مهم درخصوص برگزاری این کمپین‌ها فهم زمان مناسب برای انجام‌شان است. به راستی چه نکاتی موجب تصمیم‌گیری یک فروشگاه آنلاین مبنی بر برگزاری جشنواره تخفیف در زمانی خاص می‌شود؟ این امر در مورد خرده‌فروشی‌های بزرگ از طریق تحلیل هوشمند داده‌ها روی می‌دهد. این فرایند شامل گردآوری داده‌های کاربردی پیرامون مشتریان و تبدیل آنها به اطلاعات کاربردی است. به این ترتیب برندها از میزان انگیزه و تمایل مشتریان برای خرید در هر مقطع زمانی مطلع می‌شوند.

به طور کلی، امروزه استفاده از سیستم‌های دارای هوش مصنوعی برای هر برندی ضروری است. رقابت در عرصه کسب و کار بدون توجه به این نکات تقریباً غیرممکن به نظر می‌رسد. به هر حال تحلیل حجم وسیعی از داده‌ها از توانایی نیروی انسانی خارج است. به همین خاطر باید به فکر استفاده از نیروی کمکی نیز بود.

۲. فقدان خریدهای متوالی

یکی از اهداف اصلی خرده‌فروشی‌ها تبدیل مشتریان مقطعی به مشتریان ثابت و وفادار است. امروزه سود اصلی برندها از سوی مشتریان وفادار به دست می‌آید. این امر به معنای ضرورت برنامه‌ریزی دقیق برای ترغیب مشتریان به سوی خرید متوالی است. نکته مهم در اینجا چرایی اهمیت خریدهای متوالی مشتریان است. پاسخ این امر در کاهش هزینه‌های تبلیغاتی و بازاریابی برندها نهفته است. به این ترتیب خرده‌فروشی ما دیگر نیازی به صرف هزینه‌های گزاف برای به دست آوردن مشتری تازه نخواهد داشت. نکته مهم در اینجا نحوه ترغیب مشتریان به سوی خرید بیشتر است. متأسفانه پاسخگویی به این چالش چندان ساده نیست.

به عنوان راهکار نخست ایجاد باشگاه ویژه مشتریان را مدنظر داشته باشید. این باشگاه ویژه مشتریان ثابت فروشگاه خواهد بود. به این ترتیب آنها فرصت بهره‌مندی از خدمات مختلف در زمینه تخفیف‌های گسترده و مشاوره‌های دقیق را خواهند داشت. بی‌تردید این امور در فرایند تصمیم‌گیری مشتریان برای خرید دوباره از فروشگاه ما تاثیر خواهد داشت. نکته مهم در اینجا ارائه تخفیف‌های ویژه برای مشتریان ثابت است. این امر نوعی احساس خاص‌بودن را در آنها تقویت می‌کند. تکنیک دوم مربوط به بازاریابی ایمیلی است. در این فرایند هدف اصلی جلب نظر مشتریان برندمان برای تکرار خرید است. پیشنهاد من ارائه خدمات متنوع و دقیق در زمینه بهره‌مندی مشتریان از نکات کلیدی در مورد هر محصول است. این امر تصمیم‌گیری مشتریان را بهینه خواهد کرد. وقتی مشتریان به منابع اطلاعاتی وسیعی دسترسی داشته باشند، احتمال تقویت انگیزه‌شان برای تکرار خرید افزایش خواهد یافت. ارائه اطلاعات کاربردی از طریق ایمیل گزینه بسیار مطلوبی است. امروزه اغلب مردم به طور مداوم ایمیل‌شان را چک می‌کنند. نکته مهم عدم ارسال شمار بیش از حد ایمیل در روز است. در غیر این صورت برند ما به لیست سیاه کاربران خواهد رفت.

۳. چالش طراحی نامناسب سایت و تصاویر بی‌کیفیت

جلوه‌های بصری در خرید آنلاین مشتریان حرف اول را می‌زند.

بی‌شک هیچ کس علاقه‌ای به خرید از خرده‌فروشی دارای سایت ناهماهنگ و شلخته ندارد. به همین خاطر اغلب فروشگاه‌های آنلاین دارای طراحی سایت زیبا و چشم‌نواز هستند. این امر تاثیر مستقیمی بر روی تصمیم‌گیری مشتریان برای خرید خواهد داشت. براساس پژوهش موسسه بازاریابی مارکتینگ سیگنالز بر روی مشتریان آمریکایی ۱۶ درصد از آنها مشاهده طراحی سایت نامناسب و تصاویر بی‌کیفیت را عامل اصلی صرف نظر از خرید آنلاین دانسته‌اند.

بی‌تردید اختصاص زمان مناسب برای طراحی قالب سایت جذاب بی‌فایده نخواهد بود. این امر بر جذابیت کلی خرده‌فروشی ما خواهد افزود. به علاوه در زمینه استفاده از تصاویر باکیفیت نیز باید به یک نکته حیاتی توجه داشت. در دنیای آنلاین شرایط خرده‌فروشی فیزیکی حکمفرما نیست. یک خرده‌فروشی آنلاین امکان نمایش واقعی محصول به مشتری را ندارند. به همین خاطر فرمت تصویر و ویدئو مهم‌ترین پل ارتباطی میان آنها خواهد بود. اگر تصویر محصولات ما بی‌کیفیت باشد، انگیزه مشتریان برای خرید کاهش چشمگیری می‌یابد. جالب اینکه شاید مشتریان از خرید محصول سایت ما صرف نظر کرده و همان محصول را از سایتی دیگر خریداری کنند. این امر به طور معمول به دلیل تصاویر بی‌کیفیت سایت‌ها روی می‌دهد. امروزه انگیزه مشتری برای خرید بستگی به میزان موفقیت ما در ترغیب وی دارد، بنابراین باید تمام تلاش‌مان را در این مسیر انجام دهیم. در غیر این صورت شانس‌مان برای کسب موفقیت به شدت کاهش خواهد یافت.

هر تصمیمی که برای طراحی جلوه‌های بصری سایت‌مان می‌گیریم، باید اولویت سلیقه مشتریان را در نظر داشته باشیم. در غیر این صورت ما با چالش‌های زیادی مواجه خواهیم شد. یکی از بدترین نکات در مورد سایت‌های فروش آنلاین اجازه تبلیغات به برندهای مختلف است. این امر موجب دل‌سردی مشتریان از ما خواهد شد. توصیه من در اینجا عدم همکاری تبلیغاتی یا انتخاب بسیار دقیق طرف قراردادمان است. در غیر این صورت شمار بازدیدکنندگان خرده‌فروشی ما به تدریج کاهش خواهد یافت.

۴. ناتوانی در زمینه برقراری ارتباط با مشتریان

فعالیت در صنعت خرده‌فروشی نیازمند سطح بالایی از توانایی ارتباطی است. این امر نه فقط در مورد مشتریان بلکه سهامدارها، شرکای تجاری و تولیدکنندگان مختلف محصولات نیز صادق است. در دنیای کسب و کار امور همیشه براساس برنامه ما پیش نمی‌رود. به همین خاطر باید اتفاق‌های خاص را جزئی از فرایند کسب و کار دانست. این امر به ما در زمینه ایجاد انعطاف‌پذیری بیشتر در برنامه‌های‌مان کمک خواهد کرد. در عصر ارتباطات نحوه تعامل ما با مشتریان اهمیت ویژه‌ای دارد. استفاده از آخرین دستاوردهای تکنولوژی در این زمینه گزینه کاملاً منطقی محسوب می‌شود. به این ترتیب ما فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه‌ای متفاوت را خواهیم داشت. به طور کلی هرچه ما در زمینه فاصله‌گیری از شیوه‌های سنتی تعامل با مشتریان موفق عمل کنیم، انگیزه مشتریان برای واکنش به فعالیت‌های ما بیشتر خواهد شد. نکته مهم در زمینه ارتباط با مشتریان تلاش برای جلب اعتماد آنهاست. بدون اعتماد مشتریان ما در هیچ فعالیت جانی موفق نخواهیم بود.

جمع‌بندی

بدون تردید عرصه خرده‌فروشی آنلاین یکی از ترندهای جذاب در عرصه کسب و کار محسوب می‌شود. این عرصه رشد بسیار سریعی داشته است. به همین خاطر هجوم بسیاری از کارآفرینان به این حوزه جای تعجب ندارد. وقتی بسیاری از برندها در یک عرصه فعالیت دارند، رقابت شدید حکمفرما خواهد بود. به این ترتیب ما باید ایده‌های تازه‌ای برای جلب نظر مشتریان ارائه کنیم. توجه به راهکارهای این مقاله برای مقابله با برخی از چالش‌های پیش رو اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. به این ترتیب ما فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه‌ای متفاوت را به دست می‌آوریم.

منبع: autopilohtq

۵ شخصیتی که با کنار گذاشتن نصیحت مشاوران خود به موفقیت چشمگیر دست پیدا کردند

آیا نصیحت مشاوران همیشه کارساز است؟



ارتباطات به عنوان نماینده فروش در یک شرکت معمولی مشغول به کار بود، با این حال هیچ‌گاه از طراحی شلوار زنانه رضایت نداشت. همین امر نیز باعث شد تا وی ایده خود را برای برندهای فعال در این زمینه مطرح کند، با این حال تمامی آنها ایده او را کاملاً غیرکاربردی تلقی می کردند. در این رابطه حتی دوستان وی نیز توصیه می کردند که او به کار خود در زمینه فروش ادامه داده و این تفکرات بیهوده را کنار بگذارد، با این‌ حال وی به علت عقیده‌ای که به بهتر بودن طرح‌های خود داشت، در نهایت برندی را با نام اسپنکس ایجاد کرد که در مدت‌زمانی کوتاه، به محبوبیت جهانی دست پیدا کرد. درواقع ایده او تولید شلوارهایی بود که ضمن لاغرتر نشان دادن افراد، راحتی بیشتری را نیز دارد، وی با این اقدام خود عنوان جوان ترین میلیاردر زن خودساخته جهان را نیز به دست آورد. در این رابطه او عنوان کرده است که اشتباه بزرگ بسیاری از افراد این است که انتظار یک ایده خوب را از فردی عادی ندارند، با این حال این امر نباید به سدی برای عدم پیگیری رویای تان تبدیل شود. به همین خاطر اگر به یک ایده باور دارید، حتی اگر همگان نیز با شما مخالف هستند، خودتان در این زمینه گام برداشته و منتظر کمک سایرین نباشید.

۵-دیوید نیلمن

دیوید نیلمن(موسس شرکت هواپیمایی وست جت، جت بلو و آژول برزیلین) بنا به گفته‌های خود او بدترین شاگرد کلاس در دوران تحصیل بوده و همین امر باعث اخراج او شد. حتی در زمینه کاری نیز وی با مشکلاتی جدی مواجه بوده است. برای مثال در سال ۲۰۰۷، کلیه پروازها به علت توفان یخ، با تاخیری چند ساعته همراه شد که اعتراض تمامی مشتریان را به همراه داشت. این امر در حالی بود که سایر برندها، به علت پیش‌بینی‌ها و آمادگی لازم برای چنین شرایطی، با مشکلی جدی مواجه نشدند. همین امر نیز باعث شد تا وی مجبور به استعفا از مدیریت شرکت جت بلو شود. اگرچه توصیه همکاران، اطرافیان و دوستان وی این بوده است که به علت فاجعه‌ای که به بار آورده است به سراغ شغل دیگری بود، با این حال او مصرانه سومین برند خود را در همین زمینه ایجاد کرد که با موفقیت زیادی تا به امروز همراه بوده است. درواقع وی عنوان کرده است که یک تجربه بسیار مهم را به دست آورده و می خواهد برای تمامی مشکلات، تنها به دنبال راه حل باشد و از آنها فرار نکند. همین امر شروع تصمیمات فوق‌العاده او بود. برای مثال اگرچه شرکت آژول برزیلین، به نسبت دو برند دیگر فعال در این کشور، قیمت مناسب‌تری را داشت و این امر به یک مزیت رقابتی بزرگ تبدیل شده بود، با این حال دور بودن فروگاه سائوپائولو با خود شهر باعث می شد تا مسافران مجبور به پرداخت هزینه بالایی برای تاکسی شوند. وی برای رفع این مشکل، اتوبوس‌های مخصوصی را در فرودگاه قرار داد تا با قیمتی به مراتب کمتر مسافران را به سطح شهر برسانند، با این حال تمامی افراد حاضر در شرکت با این ایده مخالف بوده و آن را خارج از محدوده عملکردی شرکت تصور می کردند، با این حال وی تمامی توصیه‌ها در این زمینه را کنار گذاشته و ایده خود را به مرحله اجرا درآورد که با موفقیتی فوق‌العاده همراه بود.

منبع: inc

تنها زمانی اتفاق خواهد افتاد که اولویت اول شما کسب ثروت نباشد. درواقع آقای ایلان ماسک با به فروش رساندن ماشین خود، نشان داده است که هدفی مهم‌تر از مادیات را دارد.

۲-والت دیزنی

بدون شک جایگاه امروز انیمیشن، مدیون فردی به نام والت دیزنی است. این امر در حالی است که او تا قبل از تاسیس برند خود، همواره توسط روزنامه‌ها مورد بی‌اعتنایی قرار می گرفت. درواقع آنها آقای دیزنی را فردی فاقد تخیل می‌دانستند. حتی نخستین استودیو انیمیشن‌سازی او به نام Laugh-O-Gram نیز به سرعت با ورشکستگی مواجه شد. با این حال شروع موفقیت وی را باید پس از طراحی شخصیتی به نام اسوالد دانست. با این حال به علت عدم توجه تعیین حقوق مالکیت، این اثر به سادگی از دسترس وی خارج شد. علت این امر به این خاطر بود که تهیه‌کننده این انیمیشن به نام جالز مینتر، برای عدم پرداخت دستمزد آقای والت دیزنی، نام وی را به طور کامل از این پروژه خط زد. همین امر نیز باعث شد تا خانواده وی به شدت مخالف ادامه فعالیت او باشند. اگرچه او همواره از خانواده خود به عنوان مشاورانی دلسوز یاد کرده است، با این حال او با کنار گذاشتن توصیه‌های آنها، موفق شد تا شرکت دیزنی را به بزرگترین برند در زمینه تولید انیمیشن در جهان تبدیل کند که تا به امروز این جایگاه را حفظ کرده است. همین امر نیز باعث شد تا وی در سال ۱۹۳۸ با تولید انیمیشنی به نام گل‌ها و درخت‌ها، برنده جایزه اسکار شده و به سودی معادل ۸ میلیون دلار دست پیدا کند که در آن زمان یک رکورد جدید محسوب می شد. این امر در حالی است که وی همواره عنوان کرده است که در هیچ کار دیگری عملاً نمی‌توانست به هیچ گونه موفقیتی دست پیدا کند. به همین خاطر وی همواره توصیه می‌کند که توصیه‌های مخالف با باورهای خود را باید نادیده بگیرد.

۳-ریچارد برانسون

مالکیت بیش از ۴۰۰ شرکت، عنوانی استثنایی است که ریچارد برانسون موفق به کسب آن شده است. وی اگرچه به علت نوعی بیماری به نام معلولیت آموزشی، مجبور به ترک مدرسه شد و اطرافیان نیز آینده‌ای درخشان را برای او متصور نمی شدند، بسا این حال آقای برانسون با تاسیس مجموعه شرکت های ویرجین، اکنون به ثروت و شهرتی مثال‌زدنی دست پیدا کرده است. وی در این رابطه عنوان کرده است که کنار گذاشتن نصیحت‌های مشاوران، بهترین اقدامی بوده است که او در طول زندگی خود انجام داده و بدون آن موفق نمی شد تا حتی یک شرکت را نیز تاسیس کند. درواقع وی از روش کار بسیار متفاوتی برخوردار بوده است که از قدرت درک مشاوران او کاملاً خارج بوده است. در این رابطه آقای برانسون عقیده دارد که حتی اطرافیان نیز می‌توانند به عنوان مشاوران افراد تلقی شوند، با این حال توصیه‌های آنها نباید شما را از آنچه که به آن باور دارید، دور سازد.

۴-سارا بلکلی

در زمینه مد و پوشاک، خانوم بلکلی یک شخصیت کاملاً شناخته‌شده محسوب می شود. وی موسس برند اسپنکس است که در زمینه پوشاک زنانه فعالیت دارد. وی اگرچه پس از پایان تحصیلات خود در رشته

به قلم: لری کیم کارآفرین

مترجم: امیر آل علی

تقریباً تمامی کارآفرین‌ها، تصمیمات خود را با توجه به نصیحت‌های مشاوران خود انجام می دهند. این‌ امر اگرچه اقدامی هوشمندانه محسوب می شود، با این حال در برخی از شرایط، تنها باید به باور قلبی خود ایمان داشته باشید. اگرچه این امر کمی عجیب به نظر می رسد، با این حال واقعیت این است که کارآفرین‌ها به علت باوری که به اهداف خود دارند، می‌توانند تصمیماتی را اتخاذ کنند که مشاوران به علت این امر که صرفاً براساس عقل تصمیم می گیرند، از رسیدن به آنها بی‌بهره خواهند بود. به همین خاطر در این مقاله به بررسی پنج شخصیتی خواهیم پرداخت که با کنار گذاشتن نصیحت مشاوران خود، موفق شدند تا شرکت خود را از نابودی نجات داده و به موفقیتی چشمگیر دست پیدا کنند.

۱-ایلان ماسک

ایلان ماسک را باید یکی از نوابغ حال حاضر تلقی کرد. میزان موفقیت وی به حدی بوده است که گفته می شود که شخصیت مرد آهنی، از وی الگوبرداری شده است. در حال حاضر نیز وی یکی از ۱۰ فرد تاثیرگذار در جهان معرفی می شود. اگرچه دو شرکت اصلی وی به نام‌های تسلا و اسپیس ایکس، امروزه به عنوان دو ابر برند در سطح جهان معرفی می شوند، با این حال وی برای رساندن دو شرکت خود به جایگاه فوق‌العاده حال حاضر، تصمیمات بسیار حیاتی‌ای را اتخاذ کرده است. برای مثال در سال ۲۰۰۶ پس از چندین شکست در زمینه پرتاب موشک، همه چیز عملاً برای این شرکت از دست رفته تلقی می شد. همچنین شرکت خودروسازی تسلا نیز با مشکلاتی جدی مواجه بود. تحت این شرایط مشاوران آقای تسلا همگی بر این باور بودند که تنها راه نجات، فروش کامل دو شرکت است، با این حال وی با نادیده‌گرفتن تمامی این توصیه‌ها، به علت باوری که به آینده خوب دو برند خود داشت، تقاضای چندین وام را کرد و راه خود را ادامه داد. در این رابطه ایلان ماسک عنوان کرده است که او حتی ماشین خود را برای تامین بودجه لازم، به فروش رسانده است. اگرچه حتی تحلیلگران نیز به این اقدام وی خوشبین نبودند، با این حال وی طی مدت زمانی کوتاه، شگفتی‌ساز شد. وی در این رابطه عنوان کرده است که او اعتقاد داشته که با از بین رفتن تسلا، آینده ماشین‌های برقی به طور کلی نابود می‌شود. با توجه به این امر که همه جهان در آینده به چنین ماشین‌هایی نیاز خواهد داشت به همین خاطر تصمیم گرفت تا به صورتی که می شود، برند خود را سرپا نگه دارد. در رابطه با اسپیس ایکس نیز آقای ماسک چنین باوری را داشته و آینده آن را بسیار درخشان دانسته است. به همین خاطر نیز وی توصیه می کند که هیچ چیز نباید بالاتر از باور قلبی شما باشد. درواقع مشاوران تنها به دنبال تصمیم‌گیری براساس عقل و منطق هستند، با این حال آنها نمی‌توانند رویای شما را مشاهده کنند. به همین خاطر نباید نظر آنها را تنها راه موجود تلقی کرده و در صورتی که به آینده باور دارید، ضروری است تا توصیه‌ها را به صورت کامل نادیده بگیرید، با این حال تمامی این موارد

بهترین ایده‌های کسب و کار را

با گوش دادن بیابید

افرادی که به ایده‌های خوبی دست پیدا می‌کنند، کاملاً به مردمی که در اطراف‌شان قرار دارند، گوش فرا می‌دهند. متأسفانه در دنیایی سرشار از اتفاقات، به سختی می‌توان دهان را بست و گوش فرا داد، اما تجربه ثابت کرده است که بهترین نتایج همیشه توسط کسانی به دست می‌آید که شنونده خوبی باشند.

منظور از خوب گوش‌کردن این نیست که صبر داشته باشید تا زمان حرف زدن شما فرا برسد بلکه منظور این است که زمانی که شخص دیگری در حال صحبت‌کردن است، به صحبت‌ها و حرف‌هایش گوش کنید و به دنبال کلمات مفیدی که از دهانش بیرون می‌آید باشید. Jim Breyer یکی از مدیران شاخص فیس‌بوک است که راز رسیدن به موفقیت مارک زاکربرگ را در خوب گوش‌کردنش می‌داند. او می‌گوید: «کارآفرین‌های زیادی به شرکت فیس‌بوک می‌آیند تا از ایده‌ها و سرویس‌هایی که می‌توانند به فیس‌بوک بدهند، صحبت کنند و زاکربرگ به تمام صحبت‌های آنها به خوبی گوش می‌دهد.»

«جوانان از شنیدن نصیحت خسته هستند» این عبارتی است که بدون آنکه فواید نصیحت‌کردن و خوب گوش‌دادن در نظر گرفته شود، به یک باور تبدیل شده است. نصیحت‌کردن، تجربه‌ای است که یک شخص در طول مدت زندگی‌اش به دست آورده است. یک جوان زیرک مثل زاکربرگ به پندهای افراد قابل اعتماد و فرهیخته گوش می‌کند تا بتواند با استفاده از آنها، بهترین فرصت‌ها را برای خودش خلق کند.

از ایده‌های جدید استقبال کنید

اگر در جلسه‌های کاری که با کارکنان‌تان می‌گذارید همیشه شما حرف بزنید، فرصت گوش‌کردن به مشکلات و راه حل‌ها را از دیدگاه دیگران، از خود می‌گیرید. با این کار دیدگاه‌تان هرگز وسعت پیدا نمی‌کند.

به تازگی ایلان ماسک از صحبت‌هایی که یک کودک کلاس پنجمی در تویتر گفته بود، به یک ایده عالی دست پیدا کرده است. او هم مانند مارک یک شنونده خوب است و به جای اینکه به سن پسر بچه نگاه کند از ایده او استفاده کرد.

برای اینکه درک بیشتری داشته باشید گوش دهید، نه

برای پاسخ دادن

جلساتی که برای همفکری ایده‌یابی تشکیل می‌شود، نباید نمایشی باشد. بلکه دلیل برگزاری این گونه جلسات باید علاقه شما به شنیدن صحبت‌های کارمندان‌تان باشد. صحبتی که کارمند شما می‌کند، فقط یک بار اتفاق می‌افتد، پس به دقت به صحبت‌های او گوش فرا دهید. کارمندان به خوبی درک می‌کنند که شما واقعا علاقه‌مند به شنیدن صحبت‌های‌شان هستید یا خیر.

منبع: INC/ucan

چرا کارکنان محل کارشان را ترک

می‌کنند؟

مترجم: نازنین توکلی

چرا کارکنان شغل و محل کارشان را ترک می‌کنند؟

دلایل ریشه‌ای و عمیقی برای این مساله وجود دارد که بسیاری از آنها ناشی از خلاها، کاستی‌ها و اشتباهات رهبری در سازمان است. بعضی از این اشتباهات رایج که باعث می‌شود کارکنان محل کارشان را ترک کنند، عبارت است از: تعیین اهداف متناقض، قرار دادن کارکنان در نقش‌های اشتباه، عدم ایجاد محیط امن روانی و....

درک این رفتارها و رویکردها و اینکه چگونه بر تیم‌تان تأثیر می‌گذارند، به شما کمک می‌کند تا افرادی که در معرض خطر رهاکردن کارشان هستند را شناسایی کنید. بعد از آن می‌توانید تغییرات قابل ملاحظه‌ای ایجاد و کارمندان دلسرد و بی‌انگیزه را به ماندن ترغیب کنید.

در ادامه پنج مورد از اشتباهات رهبران کسب‌وکار که سبب بی‌انگیزگی در کارمندان می‌شود و راهکارهای غلبه بر آن را مرور می‌کنیم:

اشتباه اول: تعیین اهداف متناقض

راهکار: همه انتظاراتی که از تیم‌تان دارید را بنویسید. اگر هم‌پوشانی یا مغایرتی در انتظارات‌تان وجود دارد، قبل از به اشتراک‌گذاری آنها تغییرات لازم را اعمال کنید.

اشتباه دوم: اتلاف منابع

راهکار: به تیم‌تان کمک کنید، فهرستی از مهم‌ترین تا کم‌اهمیت‌ترین وظایف‌شان را تهیه کنند. قبل از تخصیص وظایف بیشتر به آنها بررسی کنید چه کارهای انجام‌نشده‌ای همچنان در فهرست وظایف‌شان باقی است. به آنها فضایی اختصاص دهید تا پروژه‌های اولویت‌دار را به پایان برسانند.

اشتباه سوم: تخصیص وظایف خسته‌کننده

راهکار: از کارمندان‌تان درباره علاقه‌مندی‌های‌شان بپرسید. بعد از آن وظایفی را به آنها بسپارید که به آن علاقه‌مندند و به رشدشان کمک می‌کند.

اشتباه چهارم: نبودن فرهنگ صحیح

راهکار: به تیم‌تان نشان دهید که برای شنیدن ایده‌های جدیدشان مشتاقید. در جلسات تیم‌تان بیشتر سوال بپرسید قبل از آنکه پاسخی بدهید. همه نقطه نظرات را بشنوید و این درک را ایجاد کنید که چیزی به نام پاسخ اشتباه وجود ندارد.

اشتباه پنجم: ایجاد فضای کاری بیش از حد مطمئن

راهکار: بسا ارائه بازخوردهای مثبت و منفی منظم به کارکنان در آنها حساسیت‌های سالم ایجاد کند. این بازخوردها می‌تواند به کارکنان مفاهیم مفید و هدفمندی را القا کند که به آینده کاری‌شان کمک می‌کند.

منبع: hbr/modirinfo

اخبار

رئیس هیئت دو میدانی استان قم:

دوره داوری درجه ۳ دو و میدانی به میزبانی قم برگزار شد

قم- خبرنگار فرصت امروز: رئیس هیئت دو میدانی استان قم گفت: دوره داوری درجه ۳ دو و میدانی به میزبانی قم با حضور ۲۵ نفر برگزار شد. علی رضایی با اشاره به برگزاری این دوره عنوان کرد: دوره داوری درجه ۳ دو و میدانی به میزبانی قم با حضور ۲۵ نفر برگزار شد. رئیس هیئت دو میدانی استان قم افزود:در این دوره آموزشی شرکت کنندگان از استان قم، کرمان و تهران حضور یافتند. وی اظهار کرد:دوره آموزشی داوری درجه ۳ از روز چهارشنبه ۱۰مهرماه آغاز شد و جمعه ۱۲ مهرماه نیز به اتمام رسید. رضایی خاطرنشان کرد:این دوره در بخش آقایان به مدت ۲۴ سال است که برگزار نشده بود و آخرین دوره در سال ۷۴ برگزار شده است. رضایی

بیان کرد:هدف از برگزاری این دوره از داوری درجه ۳ انتخاب نفرات برتر برای مسابقات داخلی و در سطح فدراسیون است تا بتوانند مسابقات را قضاوت کنند. وی گفت:بعد از این دوره نیز، ثبت نام برای ارتقای دوره داوری برای درجه ۲ می رسدو افرادی که بتوانند با موفقیت دوره داوری درجه ۳را پشت سر بگذارند وارد این دوره می شوند.

رئیس هیئت دو میدانی استان قم افزود:با پیگیری های لازم دوره ارتقای دوره داوری برای درجه ۲ در سال جاری برگزار خواهد شد. وی عنوان کرد:همچنین در حال تدارک دوره مربی گری در بخش آقایان و بانوان در قم هستیم که این دوره نیز امسال به سرانجام می رسد. رضایی خاطرنشان کرد:آموزش یکی از برنامه های مهم هیئت دو و میدانی است و در تلاشیم در جهت آموزش بهترین عملکرد را داشته باشیم.

وی بیان کرد:سال گذشته در قهرمانی در یک رده سنی توانستیم قهرمان ایران شویم و افتخار قهرمانی را از آن خود کنیم. رئیس هیئت دو میدانی استان قم گفت:سال قبل در جهت برگزاری دوره های آموزشی فعالیت زیادی نداشته‌یم.امال در بخش قهرمانی و مربی گری در تلاشیم مسمر ثمر باشیم. وی همچنین یادآور شد: ابوالقاسم اکرمی ریاست اسبق دو میدانی مدرس کلاس دوره داوری درجه ۳ دو و میدانی را بر عهده داشت و دوره با تلاش خلم فخر نائب رئیس تیم و آقای عباسی مسئول دفتر بر گزار شد.

سرپرست روابط عمومی شرکت گاز مازندران عنوان کرد:

رعایت نکات ایمنی در مصرف گاز ضامن سلامتی

ساری – دهقان : سرپرست روابط عمومی شرکت گاز مازندران در جمع مدیران اماکن گردشگری عنوان کرد: مسمومیت با گاز مونوکسیدکربن یکی از بزرگترین تهدیدات جانی مسافران است. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، اکبر علوی صحنی "به بی توجهی و نادیده گرفتن نکات ایمنی در سفر و محل اسکان توسط بعضی از مسافران اشاره کرد و گفت: با وجود رشد استفاده از شبکه های اجتماعی و بالا رفتن سطح دانش مردم ، پیش بینی ما این است که موارد مسمومیت با گاز مونوکسیدکربن کاهش پیدا کند. ولیکن گاها در عمل عکس آنرا شاهدیم، اگر چه در سال گذشته به نسبت سالهای قبل،تلفات کمتری داشتیم.امیدواریم با فرهنگ سازی و رعایت نکات ایمنی دیگر شاهد هیچ حادثه ناگوار گاز گرفتگی نباشیم. وی در خصوص لزوم رعایت نکات ایمنی استفاده از وسایل گازسوز با تغییر فصل و شروع سردی هوا اعلام کرد: نکات ایمنی استفاده از وسایل گاز سوز بسیار ساده و بی هزینه می باشد و با صرف زمان کوتاهی جهت چک نمودن آن، آسایش را به اطرافیان و خانواده خود فراهم می نمایند. صحنی افزود: قبل از استفاده از وسیله گازسوز بخاری از باز بودن مسیر دودکش ها اطمینان حاصل نمایند.



برگزاری مانور تخلیه اضطراری در ساختمان مرکزی شرکت گاز استان ایلام

ایلام- هدی منصوری: همزمان با روز ایمنی و آتش نشانی مانور تخلیه اضطراری ساختمان مرکزی شرکت گاز استان ایلام برگزار شد. طبق سناریوی مانورهای تخلیه اضطراری و بدون اطلاع قبلی به کارکنان مجموعه، اژپز تخلیه اضطراری ساختمان مرکزی شرکت گاز استان ایلام به صدا درآمد و کارکنان ساختمان را ترک نمودند.این مانور به همت واحد HSE و با مشارکت واحدهای منابع انسانی ،حراست و روابط عمومی برای اولی بار در شرکت گاز استان ایلام اجرا گردید و کارکنان نسبت به تخلیه ساختمان اقدام و در نقاط ایمن (master point) تعیین شده استقرار یافتند.

عباس شمس الهییی مدیر عامل شرکت گاز استان ایلام که خود نیز در جمع کارکنان در نقاط ایمن حضور داشت ضمن تقدیر و تشکر از کارکنان بابت توجه به صدای اژپز هشدار و تخلیه اتاق های محل کار ،اجرای مانور بدون هماهنگی را جهت بالا بردن آمادگی و آگاهی پرسنل برای مقابله با شرایط اضطراری را ضروری و با اهمیت دانست در پایان مراسم پیام وزیر محترم نفت به مناسبت روز ایمنی و آتش نشانی برای کارکنان قرائت گردید و سپس اعضای کمیته بحران جهت ارزیابی مانور و شناسایی نقاط قوت و ضعف مانور تشکیل جلسه دادند.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی گلستان:

مرکز جامع سرطان گنبدکاووس ساخته می‌شود

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: رئیس دانشگاه علوم پزشکی گلستان با اشاره به اختصاص یک دستگاه شتاب‌دهنده خطی مخصوص بیماران سرطانی به استان گفت: مرکز جامع سرطان گنبدکاووس با مشارکت یکی از خیران این شهرستان در حال ساخت است.عبدالرضا فاضل در نشست خبری با اشاره به نقش خیران سلامت در گسترش خدمات بهداشتی و درمانی اظهارداشت: انجمن خیران سلامت در تمامی شهرستان‌ها راه‌اندازی شده و با توجه به بضاعتی که از نظر اقتصادی وجود دارد در حال کار هستندوی گفت: مرکز جامع سلامت در علی‌آبادکنول، مرکز دیابلیز در بندرگز، مرکز جامع کلاله و غیره با کمک خیران در حال ساخت است. رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان با اشاره به جذب نیروهای متخصص در مراکز درمانی و بیمارستانی بیان داشت: سال گذشته ۷۳ پزشک تمام وقت برای کادر درمانی بیمارستان‌ها جذب کردیم که بیشتر از هر سال دیگری بودوی درباره اتفاق اخیر در استان که سبب مرگ یک مادر باردار در بندرگز شده بود، افزود: این بیمار یک مورد نادر بود که همزمان با بارداری یک بارداری خارج از رحمی هم داشت، تمامی اقدامات پزشکی لازم برای این بیمار انجام شد اما متأسفانه پس از دو بار عمل جراحی این مادر باردار درگذشت. این ششمین مرگ مادر باردار در استان از ابتدای امسال بودفاضل درباره امکانات موردنیاز بیماران سرطانی در استان نیز گفت: یک دستگاه رادیوتراپی در بیمارستان ۵ آذر گرگان همپوشان شده بود. وی افزود: این دستگاه در بخش دولتی است و با همکار یک دستگاه باید به مراجعه‌کنندگان زیادی خدمات دهیم. این دستگاه با توجه به استفاده بیش از حدی که از آن می‌شود گاهی اوقات نیاز به سرویس دارد. آخرین بار این دستگاه حدود دو ماه خراب بود که دوباره راه‌اندازی شد. در این فاصله با مرکز رادیوتراپی مشهد هماهنگ کردیم تا بیماران سرطانی استان که نیاز به خدمات دارند به این مرکز مراجعه کنند. در عین حال هزینه سکونت و خدمات این بیماران را نیز دانشگاه علوم پزشکی استان تقبل کرده است.وی ادامه داد: با پیگیری‌هایی که از وزارت بهداشت داشتیم قرار شد یک دستگاه شتاب‌دهنده خطی به قیمت ۱۸ میلیارد تومان به رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان درباره ساخت مرکز سرطان گنبدکاووس منتسب و ایجاد این فضا حدود ۸ میلیارد تومان هزینه دارد.رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان درباره ساخت مرکز سرطان گنبدکاووس نیز گفت: این مرکز بدون مجوز و در جایی که مناسب بود، در حال ساخت بود که همین مسئله سبب توقف پروژه شد. با برخی خیران نیز رایزنی‌هایی داشتیم و در نهایت قرار شد یکی از خیران گنبدی این مرکز را در دو طبقه احداث کند و دانشگاه نیز وظیفه تجهیز آن را برعهده خواهد داشت.وی با اشاره به علت فغال نبودن مرکز جراحی قلب سلیم در بیمارستان صیادشیرازی گرگان اظهارداشت: احداث یک ساختمان راحت‌ترین کار است اما پیدا کردن جراح فوق تخصص کار راحتی نیست و هنوز توانستیم برای این مرکز جراح فوق تخصص پیدا کنیم.فاضل درباره نبود سی‌تی‌اسکن در بیمارستان‌های گنبدکاووس و کلاله نیز گفت: مشکل این بیمارستان‌ها حل شده و دو دستگاه سی‌تی‌اسکن هر کدام به قیمت ۴۲۰ هزار دلار خریداری و به این بیمارستان‌ها اختصاص داده شده است. برای راه‌اندازی این دستگاه‌ها نیز ۲۵۰ میلیون تومان اعتبار نیاز داریم.

معاون توسعه مدیریت و منابع شهرداری سمنان بیان کرد :

طلب ۸۰۰ میلیارد ریالی شهرداری از دستگاههای اجرایی سمنان

سمنان - حسین بامحمدی : معاون توسعه مدیریت و منابع شهرداری سمنان از طلب ۸۰۰ میلیارد ریالی ثبت شده شهرداری سمنان در سامانه‌های سداد وزارت اقتصاد و دارایی از دستگاههای اجرایی سمنان خبر داد و بیان داشت: با تلاش همکاران واحد وصول مطالبات دولتی شهرداری تا پایان فصل جاری و تکمیل اسناد جدید میزان مطالبات ثبت شده بالغ بر ۱۲۰۰ میلیارد ریال خواهد شد.
مهمبر گرانمهر اظهار کرد: رشد سریع جمعیت شهری و پراکندگی نقاط جمعیتی شهر به همراه واکزاری برخی از وظایف دولت به شهرداری ها، نیازهای مالی شهرداری از افزایش چشمگیری برخوردار شده که بخشی از این نیازها را از طریق ارزش افزوده و عوارض محلی تامین می شود.گرانمهر ضمن اشاره به تکیه شهرداری‌ها بر درآمد حاصل از ساخت وساز به‌طور عام و حصول درآمد از فروش تراکم مجاز و تغییر کاربری به‌طور خاص ، گفت : بدلیل شرایط اقتصادی ، درآمد شهرداری از این محل نوسانی بوده و درآمد پایدار نمی باشد و در صورتی که دستگاه های بهداشتار حداقل از طریق تسهیلات و کمک های پیش بینی شده دولت از طریق بند "واو" تبصره ۵ بودجه سال ۹۸ کشور بپردازند می توان شاهد افزایش چشمگیر رشد فعالیتهای عمرانی و اجتماعی در سطح شهر بود.
وی مزایا طلب فعلی شهرداری از دستگاههای اجرایی را ۸۰۰ میلیارد ریال اعلام کرد و گفت : با وجود تاکید مقام های ارشد استان برخی از ارگان های اجرایی اقدامی نسبت به پرداخت این طلب از خود نشان نمی دهند و موجب محدود شدن توان مالی شهرداری برای ارائه خدمات شهری می شود.
معاون توسعه مدیریت و منابع شهرداری سمنان در ادامه ضمن تشکر از شهروندان در خصوص مشارکت در پرداخت عوارض های ساختمانی و نوسازی، خودرو و صغنی بیان داشت شاید سهم مشارکت مردمی در پرداخت عوارض نسبت به بودجه شهرداری ناچیز باشد ولی پشتوانه و قوت قلبی در سنجش رضایت مردمی از روند اجرای امور شهرداری می باشد.
عمده بهداشتاری دستگاه ها و سازمانهای دولتی نیز مربوط به عدم پرداخت عوارض احداث بنا و پایان کار در زمان ساخت و بهره برداری می باشد

اهواز- ششبنم قاجانود: ۱۱ پروژه انتقال و فوق توزیع شرکت برق منطقه ای خوزستان در استان کهگیلویه و بویراحمد با حضور وزیر نیرو افتتاح یا عملیات اجرایی آنها آغاز شد.
مدیرعامل این شرکت در آیین افتتاح پست ۲۳۰ کیلو ولت ساران گفت: با حضور وزیر نیرو ۱۱ پروژه زیرساختی این شرکت با اعتباری بالغ بر ۲ هزار میلیارد ریال در استان کهگیلویه و بویراحمد افتتاح یا عملیات اجرایی آنها شروع شده است.
محمود دشت بزرگ اظهار کرد: بازدید از شروع بکار خط و پست برق بهمنی، شروع عملیات اجرایی پست و خط درکوه، افتتاح فاز اول پست چرام و شروع عملیات اجرایی فاز دوم این پست و خط، افتتاح پست های ساران، دنا و مختار و شروع عملیات اجرایی خط دوجنبدان - چناراشاهیجان پروژه های متعلق به این شرکت بوده که با حضور وزیر نیرو افتتاح یا کلنگ زنی شدند. وی تصریح کرد: افتتاح این پروژه ها و بهره برداری از پروژه هایی که کلنگ زنی شد ۲۸۷ مگاوات آمپر به



ظرفیت پست ها و ۱۶۷ کیلومتر مدار به طول شبکه این استان اضافه می شود.
مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان بیان کرد: ۲۰ پروژه برای توسعه شبکه انتقال و فوق توزیع برق استان کهگیلویه و بویراحمد تا اقی ۱۴۰۳ برنامه ریزی شده که با بهره برداری از آنها ۶۲ درصد ظرفیت

شهردار بندر بوشهر خبر داد: آغاز فعالیت سامانه «منام» در شهرداری بندر بوشهر



است و شهرهای مختلف می کوشند تا با استفاده از روشهای مختلفی مانند نظرسنجی در سطح شهر، ارائه راه های ارتباطی جهت دریافت پیشنهاد شهروندان و با ارائه سامانه های نرم افزاری جهت ثبت درخواست شهروندان، پیشنهادات آنها را در این روند موثر کنند.
با توجه به افزایش وسعت شهرها و معابر، افزایش حساسیت روز افزون در انتخاب نام معابر، افزایش هزینه های سازمانی و افزایش روزافزون اطلاعات و اهمیت مدیریت آنها، لزوم بهینه سازی و ساده سازی روند های

شهردار سمنان خواستار شد :

مشارکت و همراهی اصناف در باز آفرینی بازار سمنان



استفاده از تجارب بازاریفرینی بازار در دیگر شهرها به ویژه تهران را در این زمینه بسیار مهم برشمرد و از اصناف مستقر در بازار در خواست نمود با شهرداری سمنان و اداره میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی ،

در نیروگاه شهید رجایی قزوین انجام شد

بازسازی و ساخت تعدادی از تجهیزات مربوط به واحدهای ۲۵۰ مگاواتی



رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک:

۳۶ نفر در اراک قربانی حوادث مختلف شدند



جایگاه سوخت از دیگر خدمات این سازمان در یک سال اخیر است.
آتش‌پاد دوم آقازبارتی افزود: زمان طلایی حضور آتش‌نشانان در محل حادثه سه تا پنج دقیقه‌است که نیروهای این سازمان در کمتر از چهار دقیقه‌با توجه به روان بودن ترافیک و باز بودن معابر، در صحنه حاضر می‌شوند وی تصریح کرد: خرید ۲ دستگاه خودرو سیزو ۵۲ برای عبور در بافت فرسوده و معابر باریک و همچنین تجهیزات اطفاء، امداد و نجات و پنج دستگاه موتور پشپرو از جمله وسایل مورد نیاز سازمان است که به ناوگان آتشنشانی اراک افزوده شده است.
وی اظهار داشت: برای جلوگیری از هرگونه تلفات باید ساختمان های نوساز بلندمرتبه خود اقدام به ایمن سازی کنند، زیرا بلندترین نردبان آتشنشانی اراک ۶۸ متری است که با توجه به محدودیت امکان استقرار در همه محله ها نیست.
رئیس سازمان آتشنشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک گفت: تا ۱۲۰ تا ۵۰۰ میلیون ریال قیمت هر دست لباس آتش‌نشانان است که بعد از ۱۲ سال و ۳۰ دست لباس برای آنان تامین شده است.

پست ها و ۶۰ درصد به طول خطوط استان اضافه می شود.
دشت بزرگ با بیان اینکه ارزش سرمایه گذاری پروژه های مصوب بیش از ۱۲ هزار میلیارد ریال است، تصریح کرد: امیدواریم که با همکاری وزارت و کمک استانداری از منابع عمومی، این پروژه ها تامین اعتبار شوند. وی در بخش دیگری از صحبت های خود به عبور موفقیت آمیز از پیک برق تابستان ۹۸ اشاره کرد و افزود: روند ۲۰ ساله مصرف رشدی ۶۰۴ درصدی را نشان می دهد اما در سال گذشته این رشد متوقف و به منفی ۲۸ درصد رسید.
مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: امسال نیز موفق شدیم که تورم پیک را مهار کنیم و اجازه عبور آن را از سال قبل ندهیم که این موهون تعامل و همکاری مجموعه برق، استانداری ها و مردم بوده است.
مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان صرفه جویی های صورت گرفته را معادل ایجاد یک نیروگاه هزار مگاواتی اعلام و اضافه کرد: با مدیریت مصرف انجام شده هزار میلیارد تومان صرفه جویی شده است.

شهردار بندر بوشهر خبر داد: آغاز فعالیت سامانه «منام» در شهرداری بندر بوشهر

زمانبر و هزینه بر نامگذاری خیابان ها و معابر شهری روز به روز اهمیت بیشتری به خود می گیرد که این مهم می تواند با استفاده از سامانه های کامپیوتری و سیستم های اطلاعات جغرافیایی (GIS)محقق شود.
بر همین اساس با توجه به دستور و تأکید شهردار بندر بوشهر ، سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری بوشهر جهت تسهیل در امر مدیریت نامگذاری معابر شهری اقدام به راه اندازی سامانه مدیریت نامگذاری معابر اماکن شهری در پایگاه اطلاع رسانی شهرداری بندر بوشهر نموده است. سامانه مدیریت نامگذاری معابر و اماکن شهری "منام" با در بر گرفتن تمامی معابر یک شهر و ارائه داشبورد مدیریتی، گزارشات آماری، کارتابل اداری جهت سازمان های مختلف، جست و جوهایی پیشرفته، بانک اطلاعاتی معابر و اماکن شهر، بانک اطلاعات ویژگی های توصیفی معابر، دایره المعارف هوشمند نام گذاری، بایگانی صورجلسات و مصوبات کمیسیون نامگذاری معابر، ایجاد زمینه مشارکت شهروندان و دیگر امکانات نرم افزاری، راه حلی جامع و یکپارچه را جهت مدیران شهری، ارائه نموده است

همراهی و مشارکت داشته باشند تا این مشارکت منجر به رونق اقتصاد بازار، افزایش اعتماد و مشارکت آنان در آبادانی و توسعه پایدار شهر شود
شهردار سمنان در ادامه به مهمترین برنامه های شهرداری سمنان در بازاریفرینی بازار اشاره کرد و گفت : کف سازی ، بهسازی دیواره های بازار ، بدنه سازی و ساماندهی نر آب زیر بازار از اقدامات اولیه ای است که بزودی آغاز خواهد شد.
وی همچنین افزود: در اطراف بازار پارکینگ های متعدد پیش بینی شده و فعالیتهای اجرایی پهنه شرقی در ضلع شرقی مسجد امام (ره) نیز بزودی آغاز خواهد شد.
ناظم رضوی در پایان نیز به طرح پیاده راه نمودن خیابان امام (ره) اشاره نمود و بیان داشت که در نیمه دوم ماه جاری عملیات اجرایی آن از سمت چهارراه مازندان آغاز خواهد شد.

که دچار اشکال شده بود، پس از انجام فعالیت های جوشکاری و تراشکاری در بخش های مربوط به «لستم و کیچ های بالا و پایین» آن، بازسازی و آماده ی کار نمودند.
ساخت «سپرتیور» هوی کنترل کمپرسور، بخش دیگری از این فعالیت ها بود که از سوسی کارکنان متخصص کارگاه بخار به انجام رسید.
در بخش دیگری از فعالیت های این کارگاه، «براکت» کمپرسور هوی کنترل کمپرسور خانه شماره ۱ و ۲، که دچار اشکال شده بود نیز با انجام عملیات جوشکاری و تراشکاری، آماده بهره برداری شد.

آتش یاد دوم آقازبارتی افزود: بهره گیری از لوله خشک، مخزن آب ویژه آتش نشانی، تجهیز آسانسورها به ژنراتور برق در مواقع بحرانی در ساختمانی های بلند ضروری است. وی تصریح کرد: ایمنی در برخی صنف از جمله پاساژهای اراک پایین است و تاکنون سه بار اخطار دریافت کرده اند. وی اظهار داشت: نایمنی پاساژ طلا اراک در دستور کار شورای تامین استان قرار گرفته است و با وجود بازدید و اخطارها، ساکنان این واحد تجاری علاقه ای به ایمن سازی ندارند.
رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک گفت: وزارت کشور مجوز استخدام چهار هزار ۵۰۰ نفر را از سازمان امور اداری و استخدامی اخذ کرده است که ۱۲۵ نفر سهیمه آتش نشانی استان مرکزی است که از این تعداد سهمیه برای اراک ۹۰ نفر و برای ساوه ۲۵ نفر پیش بینی شده است.
رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک گفت: در یکی دو سال آینده ۸۰ نفر از نیروهای آتش نشانی اراک بازتستشته خواهند شد که با وجود جذب این ۹۰ نفر، باز هم مشکل کمبود نیرو در این مجموعه احساس خواهد شد. آتش یاد دوم آقازبارتی افزود: روزانه ۷۰۰ تا یک هزار و ۵۰۰ دستگاه خودرو تانکر مواد سوختنی و سمی از کمربندی اراک به محورهایی ارتباطی تردد دارند که واژگون شدن و ایجاد حریق می تواند جبران ناپذیر باشد. وی اظهار داشت: شهروندان می توانند در صورت توقف و پارک این تانکرها، راهنمایی و رانندگی را مطلع کنند تا نسبت به خروج از محدوده شده اقدام لازم صورت گیرد.

مدیرعامل آبیای هرمزگان در تشریح دلایل بالازدگی فاضلاب در معابر شهر:

هدایت روان آب های سطحی به شبکه فاضلاب شهری ممنوع است

اختلال در فرایند تصفیه و تمحیل خسارتی قابل توجه به این شرکت می شود. وی در توضیح بیشتر دلایل فرونشث و با بالازدگی فاضلاب در برخی معابر شهر، تصریح کرد : با توجه به اینکه شبکه جمع اوری فاضلاب شهر بندرعباس به صورت مجزا طراحی شده است و نه مختلط، در نتیجه تا برداشتند شدن درب منهول های فاضلاب و ورود روان آب های سطحی به این شبکه، لوله های بتنی که دارای عمر طولانی و فرسودگی هستند، جلوگیری حجم زیاد آب های سطحی نبوده که این مسئله سبب انسداد و شکستگی لوله های بتنی و بالازدگی فاضلاب و یا سرریز شدن درپچه های منهول می شود.
قصمی همچنین اعلام کرد:

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل آبیای هرمزگان گفت: برداشتن درب منهول های فاضلاب در مواقع بارندگی توسط کارکنان شهرداری و یا برخی شهروندان و هدایت غیر اصولی روان ها به شبکه فاضلاب شهری به دلیل فقدان شبکه جمع آوری آب های سطحی ممنوع بوده و این مسئله سبب انسداد شبکه و بالازدگی فاضلاب می شود.
قصمی افزود: در مواقع بارندگی و آب گرفتگی معابر، هدایت غیر اصولی روان آب های سطحی به همراه شن، ماسه، گل ولای و زباله به درون شبکه فاضلاب فاضلاب شهری ازطریق برداشتن درب منهول های فاضلاب سبب انسداد شبکه و بالازدگی فاضلاب، ایجاد

لینکدین؛ ابزاری قدرتمند در موفقیت شغلی که باید روی آن سرمایه گذاری کرد



هنگامی که شما از طریق برقراری ارتباط و داشتن مکالمات با افراد شبکه خود در لینکدین طرفدارانی اتخاذ کرده‌اید، این افراد به رشد کسب و کار شما کمک خواهند کرد؛ به همین سادگی. برای مشارکت در لینکدین تلاش کنید. سؤالاتی که مایل به پرسش از آنها هستید را بپرسید و نظراتی که می‌توانید را از خود به اشتراک بگذارید که به این وسیله با اعضای شبکه گفت‌وگو داشته باشید. در یک پست اخیر که در مورد مدیریت ایمیل در لینکدین به اشتراک گذاشتم، از شبکه‌ام پرسیدم که چگونه ایمیل خود را مدیریت می‌کنند. این پست دو یا سه لایک گرفت، اما چندین نظر خوب نیز دریافت کرد. این گفت‌وگوها نه‌تنها در شبکه شما، بلکه همچنین در شبکه‌های کسانی که نظر می‌دهند نیز قابل مشاهده است. در مکالمات دیگر که از یک به‌روز رسانی استاتوس آغاز شد، من چندین هفته بعد پاسخ‌های کاربران لینکدین را دریافت کردم. پست‌های دارای مشارکت طول عمر بیشتری دارند. داشتن یک ذهنیت ارتباطی در لینکدین شما را از دیگران متمایز می‌کند. آغاز به گفت‌وگو دیگران را تشویق می‌کند که درگیر شوند و درب را برای گسترش شبکه با افرادی که قبلاً ملاقات نکرده‌اید، باز می‌کند.

منبع: LinkedIn/ucan

جمع‌آوری افراد، یک مهارت بسیار ارزشمند است و مهارتی است که با داشتن آن به عنوان یک تأثیرگذار شناخته خواهید شد. اتصالات خود را خوب نشان دهید. ارتقا، اذعان و تبریکات را به طور عمومی برگزار کنید. در دنیای شفاف و اینترنتی امروزه، دشوار نیست که در مورد کسی چیزهای زیادی یاد بگیریم و راهی پیدا کنیم که آنها را تشویق کنیم. این نوع فعالیت‌ها ارزش عظیمی برای دیگران ایجاد می‌کنند و در نتیجه شما در کسب و کار خود به موفقیت خواهید رسید. **۵ – ذهنیت روابطی داشته باشید** این نکته مهم‌ترین است. اگر با رویکرد ارتباطی وارد لینکدین نشوید، هیچ یک از نکات دیگر برای شما جواب نخواهند داد. اعضای لینکدین به دنبال ساخت و توسعه شبکه‌های خود هستند و این امر نیاز به ایجاد روابط دارد. شما بدون شناخت افراد شبکه خود نمی‌توانید چگونگی اتصال به دیگران را یاد بگیرید. اگر روابط عمیق‌تر با افرادی که در شبکه شما قرار دارند ایجاد کنید، از اینکه چقدر آنها در صد کمک به تقویت دید و نفوذ شما هستند، شگفت‌زده خواهید شد. رهبری در مکالمات اتفاق می‌افتد مانند بسیاری از چیزهای خوب دیگر مثل ایجاد اعتماد، دوست داشتن و نفوذ.

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه خانم سپیده محمدی وکالتا از آقای اسمعیل نوری طبق وکالت شماره ۷۰۴۰۲-۹۷/۱۱/۱۸ دفترخانه ۲۹۳ تهران و تفویض وکالت شماره ۷۱۷۵۷-۹۸/۵/۳ با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده طی شماره ۲۲۸۱۳-۹۷/۱۱/۲۱ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۲۹۳ تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۲۳۰۲۱۰۸۸-۹۷/۱۱/۲۳ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان واقع در سمت جنوب شرق طبقه سوم به مساحت ۹۹/۲۴ متر مربع که مقدار ۳/۲۵ متر مربع آن بالکن است قطعه هشتم تفکیکی به شماره ۴۴۲۵۳ فرعی از ۱۲۶ اصلی مفروز و مجزی شده از ۱۸۰۹۳ و ۱۳۱۶۲ فرعی از اصلی مذکور بخش ۱۱ تهران بانضمام پارکینگ قطعه ۸ تفکیکی به مساحت ۱۱ متر مربع واقع در غرب همکف و شمال پارکینگ ۷ و یک باب انباری به مساحت ۴/۹۵ متر مربع قطعه ۱۳ تفکیکی واقع در شرق زیرزمین ذیل ثبت ۲۹۷۰۳۲ صفحه ۴۰ دفتر ۸۴۸ و به شماره چاپی ۰۱۴۱۹۵۲ به نام آقای اسمعیل نوری ثبت و صادر گردید بعلت اسباب کشی مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی آن را از این منطقه نموده اند. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار (همین روزنامه) آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم و یا وجود سند مالکیت آن نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را کتبا به ضمیمه اصل سند مالکیت به این واحد ثبتی تسلیم نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد. بدیهی است اصل سند مالکیت پس از ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد و به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. در صورت عدم وصول اعتراض ظرف مهلت مقرر قانونی، سند مالکیت المثنی پلاک مذکور صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۶۲۸۴ م الف

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک کن – سیدسعید ناصری

شناسه آگهی ۶۱۸۷۴۴

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم سمیه براتی وکالتا بموجب وکالتنامه شماره ۱۷۳۶۱۷ مورخ ۹۵/۱۱/۰۹ دفترخانه ۲۲۲ تهران به وکالت از طرف آقای روح اله شیرزادی مالک ۴۵ متر مربع مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین واقع در بخش ۷ تهران ذیل دفتر الکترونیکی ۱۳۹۶۲۰۳۰۱۵۴۰۰۹۰۸ الف ۹۵ به نام روح اله شیرزادی ثبت و صادر و تسلیم شده است با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۳۰۴۰۱ مورخ ۱۳۹۸/۰۴/۰۲ توسط دفترخانه ۶۷۷ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت جا به جانی / نامعلوم مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

۱۶۲۹۰ م الف

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران – غلامرضا غضنفری

شناسه آگهی ۶۱۹۵۸۴

چه چیزی در پنج سال آینده اتفاق می‌افتد.

به عنوان مثال، شبکه هوشمند من شامل افرادی می‌شود که در جامعه من به لحاظ جغرافیایی زندگی و کار می‌کنند. افرادی که در صنعت من (بازاریابی رسانه‌های دیجیتال و اجتماعی) کار می‌کنند، افرادی که با آنها به مدرسه رفتن و یا در گذشته کار کرده‌ام و کسانی که در «بازار هدف» کسب و کار من هستند (مشاوران مالی، متخصصان و شرکت‌ها).

شبکه مرتبط و متنوع درب و فرصت‌هایی را که هرگز تصور نمی‌کردید به روی شما باز می‌کنند.

در حال حاضر، شما نمی‌توانید به‌روز رسانی‌های وضعیت لینکدین خود را به مخاطب خاصی ارسال کنید، اما امید من این است که در آینده نزدیک اتفاق می‌افتد.

تا آن زمان در مورد آنچه به اشتراک می‌گذارید، حساس باشید و اطمینان حاصل کنید که محتوای موردنظر برای مخاطبان متنوع است. این یک هنر محسوب می‌شود که بتوانید محتوای جهانی را به اشتراک بگذارید که مورد علاقه مخاطبان همیشگی شما و همچنین کل شبکه شما باشد.

۲ – مداوم ارزش اضافه کنید

من نمی‌توانم به شما بگویم که چند مشتری جدید به کسب و کار من وارد شده‌اند و به من گفته‌اند «من در لینکدین شما را می‌بینم». اگر می‌خواهید در لینکدین به چشم بیایید و در یادها بمانید، باید به صورت مداوم فعال باشید و همیشه باید ارزشی اضافه کنید.

اضافه کردن ارزش بدین معنا است که شما فقط بهترین و مناسب‌ترین مطالب را با شبکه خود به اشتراک می‌گذارید. محتوایی به اشتراک بگذارید که می‌تواند به اعضای شبکه‌تان در باهوش‌تر شدن، حل مشکل، داشتن احساس بهتر و یا دستاورد بیشتر در زندگی کمک کند. بدیهی است که موضوع‌هایی برای اشتراک در این مورد وجود دارد، اما مهم است که هر چند وقت یک بار محتوای خاص صنعت خود را نیز به اشتراک بگذارید. به این ترتیب، شما می‌توانید خود را به عنوان یک مقام در صنعت خود نشان دهید.

اگر محتوای ارزشمند و آموزشی خود را از وبلاگ‌تان منتشر می‌کنید و در لینکدین به اشتراک می‌گذارید از اعتماد و نفوذی که می‌توانید در شبکه خود بسازید، تعجب خواهید کرد.

اگر واقعاً می‌خواهید به عنوان یک مقام و کارشناس مورد توجه قرار بگیرید باید بینش خود را منتشر کنید.

به نهایت چهره‌ای که می‌خواهید از خود در لینکدین نشان دهید باید به عنوان یک فرد تأثیرگذار باشد نه به عنوان یک بازارباز. شما می‌خواهید به اعضای شبکه خود در زندگی شخصی یا حرفه‌ای‌شان کمک کنید.

۴ – به دیگران متصل شوید

به عنوان یک مشاور مالی، من یاد گرفتم که کمک به اعضای شبکه‌ام سریع‌ترین راه رشد شبکه و کسب و کارم است. این امر بسیار پیش از لینکدین بود. من مجبور بودم شبکه‌ام را به صورت دستی برنامه‌ریزی کنم و هیچ ایده‌ای از ارتباطات درجه ۲ یا ۳ خودم نداشتم.

بدانید که لینکدین یک طرح باورنکردنی از شبکه‌ای گسترده فراتر از آنچه تا به حال به آن دسترسی داشته‌اید در اختیار شما گذاشته است. اگر تنها فعالیتی که در لینکدین بر آن متمرکز شدید، جذب دیگران در شبکه خود و متصل کردن آنها است، مزایای شما ده برابر خواهد بود. مشکل این است که اکثر مردم در این زمینه از شبکه‌ها متمرکز نیستند زیرا آنها مشغول تلاش برای فروش محصولات خود هستند. شبکه خود را برای فرصت‌هایی به منظور ارتقای مخاطبین و ارتباطات مرتبط با آن از طریق معرفی و ارجاع، تجزیه و تحلیل کنید. آیا می‌توانید افرادی را در شبکه لینکدین خود شناسایی کنید که به طور مشترک از ارتباط با یکدیگر بهره می‌برند؟ آیا می‌توانید ملاقات و یا رویدادهای گروهی در شبکه خود برگزار کنید؟

استفانی سامونز، مدیر خبره برنامه‌ریزی مالی و مدیر ثروت در دالاس تگزاس روش استفاده از پروفایل لینکدین را به منظور رشد، پیشرفت کسب و کار و ایجاد شبکه‌ای از افراد مؤثر براساس تجربیات خود با ما به اشتراک می‌گذارد.

لینکدین با بیش از ۲۷۷ میلیون کاربر، بزرگ‌ترین شبکه حرفه‌ای آنلاین در جهان است. ۴۰ درصد از کاربران حداقل یک‌بار در روز آن را چک می‌کنند.

آیا شما لینکدین را به عنوان یک سایت مهم برای صرف وقت خود می‌بینید؟

برای اینکه لینکدین برای شما کارساز باشد، باید وقت خود را صرف ایجاد نفوذ و روابط کنید.

در ادامه پنج نکته که می‌تواند به شما در موفقیت با لینکدین کمک کند را معرفی خواهیم کرد.

این راهنمای‌ها براساس تجربیات شخصی من است و منجر به فرصت‌های فوق‌العاده‌ای برای رشد کسب و کارم در طول زمان شده‌اند. پیاده‌سازی این پنج نکته می‌تواند به شما برای دستاوردهای بیشتر در کسب و کارتان کمک کند.

۵ نکته برای موفقیت در لینکدین

۱ – بنیاد قوی ایجاد کنید

نیازی به گفتن نیست که پروفایل لینکدین شما به طور پیش‌فرض پروفایل حرفه‌ای‌تان است. اگر یک مشتری بالقوه نام شما را به صورت آنلاین جست‌وجو کند، معمولاً پروفایل لینکدین شما در بالای نتایج جست‌وجو قرار می‌گیرد.

چه نوع تصویری می‌خواهید ایجاد کنید؟

پروفایل لینکدین شما همچنین در خود لینکدین، شما را دنبال می‌کند. هر زمان که شما در نظر دادن، اشتراک‌گذاری یا بحث گروهی مشارکت داشته باشید، سرفصل‌ها و خلاصه‌ای از متن شما در آن قرار خواهند گرفت.

همین امر در به‌روزرسانی استاتوس لینکدین صدق می‌کند. آیا شما حرفه‌ای به نظر می‌رسید؟

برای ساخت یک بنیاد قوی در لینکدین، باید پروفایل خود را خوب بسازید.

مشخصات خود را کامل کنید، تصویر حرفه‌ای داشته باشید، مطمئن شوید که متن پروفایل به خوبی نوشته شده است، فایل‌های رسانه‌ای غنی را به نمایش بگذارید که بینش شما را نشان می‌دهد و لینک‌هایی را قرار دهید که با آن می‌توان شما را آنلاین پیدا کرد.

عملکرد بهبود پروفایل لینکدین خود را به عنوان کاری که فقط یک بار باید انجام دهید مشاهده نکنید. این باید یک فعالیت مداوم باشد. با سرمایه‌گذاری در این دارایی حرفه‌ای دیجیتال، شما اولین و بهترین تأثیر را بر دیگران در داخل و خارج از لینکدین ایجاد می‌کنید.

۲ – یک شبکه هوشمند بسازید

من معتقدم که ساخت یک شبکه باکیفیت مهم است، اما شما نباید اتصالات خود را محدود کنید. من مایلم با هر کسی در لینکدین ارتباط داشته باشم تا زمانی که منطقی باشد. یک دعوت شخصی ارسال می‌شود و شخص مشخصات حرفه‌ای دارد (که شامل یک تصویر می‌شود).

بزرگ در آن کاملاً قابل قبول است. بسته به محتوایی که در دنیا به اشتراک گذاشته‌اید، شما تعیین می‌کنید که چه کسی به شبکه شما جذب شود. یک شبکه هوشمند به این معنا است که شما با افرادی ارتباط برقرار می‌کنید که از دیدگاه شخصی یا حرفه‌ای منطقی باشد. شما ممکن است امروز به همه این ارتباطات نیازی نداشته باشید، اما در پنج سال دیگر چطور؟ در حال حاضر در شبکه خود سرمایه‌گذاری کنید که در زمانی دیگر بنیاد خوبی داشته باشید. شما هرگز نمی‌دانید

نشانه‌های نیاز شرکت به مدیرانی جدید

چه زمانی تغییر مدیریت ضروری است

به قلم: جان آدس کارفرین و نویسنده

مترجم:امیر آل علی

بسیاری از افراد تصور می کنند که رسیدن به صندلی مدیریت، نقطه پایان بوده و دیگر هیچ تغییری در این رابطه اتفاق نخواهد افتاد. این امر در حالی است که شرکت ها از انواع سرمایه‌گذاران و هیأت مدیره برخوردار بوده و عملکرد نامناسب شما می تواند به سادگی زمینه اخراج را فراهم آورد. در این رابطه توجه داشته باشید که شرکت ها حتی برای بهتر شدن نیز ممکن است تغییر مدیریت را در دستور کار قرار دهند. به همین خاطر این امر صرفا در زمانی اتفاق نخواهد افتاد که مشکلی جدی وجود داشته باشد. تحت این شرایط بسیار مهم است که برنامه‌ریزی درستی برای ارتقای همیشگی داشته باشید، با این حال آگاهی از رایج ترین معیارها و نشانه هایی که باعث می شود تا افراد هیأت مدیره و سرمایه‌گذاران به فکر جایگزینی باشند، باعث خواهد شد تا مدیران دقیقاً بدانند که چه کارهایی را برای عدم وقوع چنین اتفاقاتی باید انجام دهند. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۴ مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-عملکرد اقتصادی قابل توجیهی وجود ندارد

این امر که در تلاش برای ایجاد یک رابطه خوب با افراد هیأت مدیره و سرمایه‌گذاران نباشید، دلیلی برای حمایت از شما را به وجود نخواهد آورد. این امر باعث خواهد شد تا کوچک ترین اختلافات، کاملاً به ضرر شما تبدیل شود. به همین خاطر مهم ترین اقدام این است که ارتباط خوب خود با این افراد را حفظ کرده و بتوانید اعتماد آنها را جلب کنید. با این حال توصیه می شود که قبل از اختصاص بودجه برای هر اقدامی، دلیل آن را برای تمامی افراد شرح دهید. برای مثال برخی از اقدامات ممکن است در راستای ارتقای جایگاه شرکت در آینده باشد. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا نتایج آن حتی برای یک سال، قابل مشاهده نباشد. تحت این شرایط اگر دلیل اقدام خود را از مدت ها قبل توضیح نداده باشید، با اعتراض هایی مواجه خواهید شد. درواقع اگر یک مدیر در کار خود صداقت و شفافیت مالی را ندارد، بدون شک گزینه ای مناسب برای شرکت نبوده و کنار گذاشتن آن اقدامی درست محسوب می شود. در نهایت ضروری است تا شرایط را برای کارمندان خود نیز شرح دهید. درواقع افراد تا زمانی که دلیل یک کار را به خوبی ندانند، نهایت تلاش خود را برای آن انجام نخواهند داد. همچنین فراموش نکنید که سرمایه‌گذاران و افراد هیأت مدیره، برای جمع‌آوری اطلاعات ممکن است از برخی از کارمندان شما سوال کنند. به همین خاطر عدم جلب رضایت آنها نیز می تواند مشکل‌ساز باشد.

۲-از متخصصان بهترین استفاده ممکن نمی شود

در هر شرکتی، افرادی وجود دارند که وجود آنها برای شرکت کاملاً حیاتی بوده و دارای ارزش بالاتری نسبت به سایرین هستند. این امر درست به مانند یک تیم ورزشی است که در آن برخی از بازیکنان، افراد اصلی تیم محسوب می‌شوند. بدون شک عدم استفاده درست از آنها، خود نشانه ای از مناسب نبودن مدیریت محسوب می شود. بدون شک نظر این دسته از افراد برای هیأت مدیره و سرمایه‌گذارها بسیار مهم بوده و می‌تواند مدیر شرکت را عوض کند. به همین خاطر بسیار مهم است که از این دسته از افراد در بهترین جایگاه ممکن، استفاده کنید. این امر تنها زمانی اتفاق خواهد افتاد که برای اعطای پست و مشخص کردن وظایف، مشورت کافی را با هر یک از آنها داشته باشید. در نهایت فراموش نکنید که با گذشت زمان، نیازهای جدیدی نیز شکل خواهد گرفت. به همین خاطر بسیار مهم است که به وضعیت کارمندان خصوصاً افراد کلیدی شرکت، توجه داشته و امکان مطرح کردن خواسته های آنها به سادگی وجود داشته باشد.

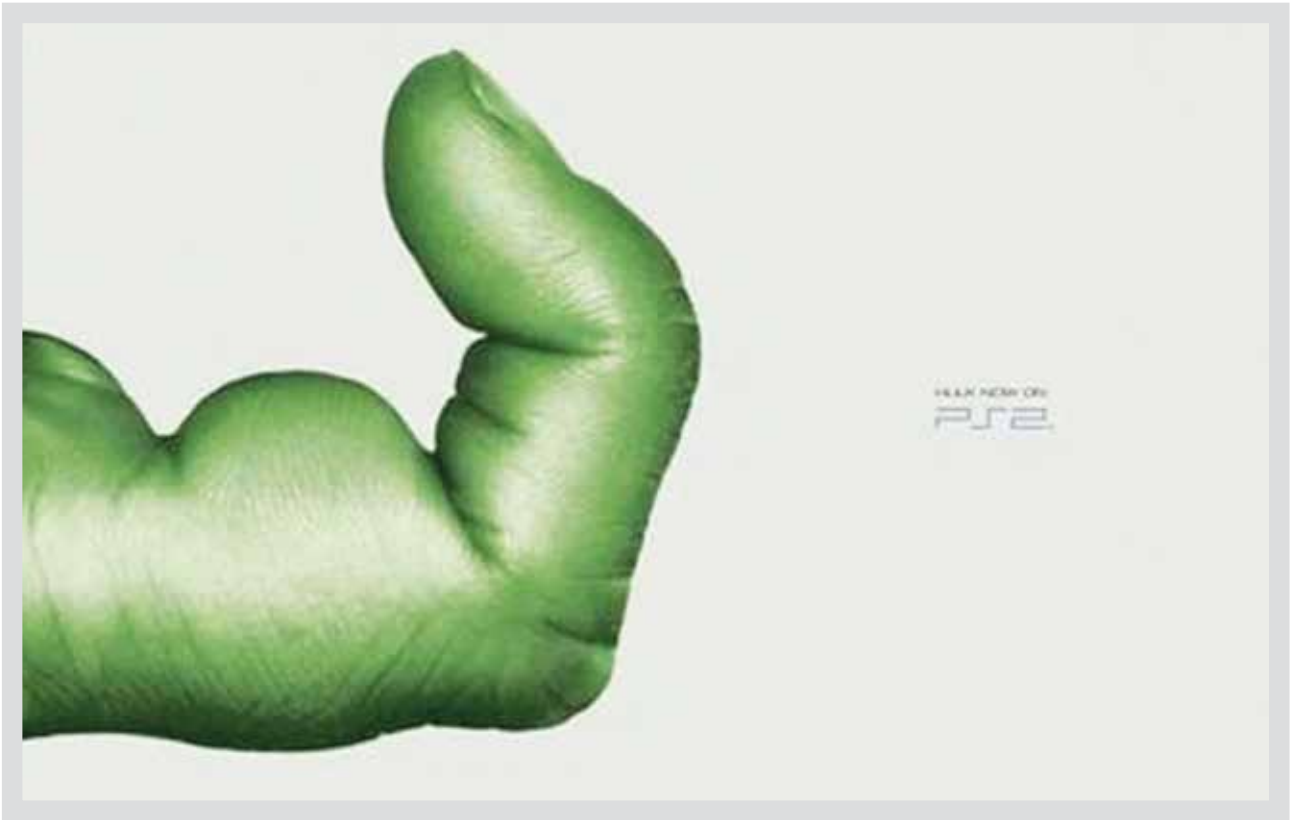
۳-ریسک‌پذیری کارمندان نابود شده است

امروزه نوآوری و وجود تفکر خلاق در بین کارمندان، برای هر شرکتی بسیار مهم شده است. درواقع اگر بتوان برگ برنده اصلی هر شرکت را در یک مورد خلاصه کرد، بدون شک نوآوری و خلاقیت بهترین گزینه ها محسوب می شوند. با نگاهی به میزان تمایل کارمندان به ریسک‌کردن، می توان قضاوتی را نسبت به توان مدیر شرکت داشت. به خاطر داشته باشید که اگرچه در هر شرکتی یک فرهنگ سازمانی مکتوب وجود دارد، با این حال فرهنگ های نانوشته، معمولاً آن چیزی است که به صورت جدی در شرکت به اجرا گذاشته می شود. به همین خاطر ممکن است خلاقیت یکی از اصول معرفی شود، با این حال عملکرد مدیریت به نحوی است که نوعی ترس از شکست در تمامی کارمندان شکل گرفته و این امر بدون شک امکان رشد حداکثری را نابود خواهد ساخت. به همین خاطر بسیار مهم است که افراد تیم شرکت را به سمت ریسک‌کردن سوق داده و نسبت به شکست های آنها، واکنش خوبی را داشته باشید، با این حال برای کاهش احتمال خطا و شکست، ضروری است تا عملکرد آنها را مورد بررسی قرار داده و حتی دوره های آموزشی نیز برگزار کنید تا افراد آمادگی لازم برای هر اقدامی را داشته و به خوبی با اصول ریسک کردن آشنا باشند. درواقع بسیاری از ریسک ها، کاملاً بی‌فایده بوده و در صورتی که با مدیریت ریسک، آشنایی نداشته باشید، بدون شک موفقیتی در این زمینه به دست نخواهد آمد.

۴-تقاضایی برای کمک در بین افراد وجود ندارد

ساکت بودن کارمندان، یک نشانه بسیار خطرناک محسوب می شود. این امر اگرچه در نگاه اول ممکن است به معنای عدم وجود مشکل تلقی شود، با این حال توجه داشته باشید که کمک خواستن تنها در رابطه با مشکلات نبوده و در زمینه انجام بهتر و سریع تر کارها نیز است. بدون شک مفهوم تیم تنها زمانی شکل خواهد گرفت که کارمندان با یکدیگر تعامل کافی را داشته و کمک‌رسان یکدیگر باشند. به همین خاطر عدم وجود این امر به این معنا خواهد بود که شما موفق نشده اید تا تیمی هماهنگ و مناسب را شکل دهید. همچنین اگر تقاضای کمک از شما وجود نداشته باشد، دو پیام مهم را به همراه خواهد داشت. نخست آنکه افراد تصور نمی کنند که شما تمایل و یا توانایی لازم برای کمک کردن به آنها را داشته باشید و دیگری آنکه افراد نهایت تلاش خود را انجام نمی‌دهند و به همین خاطر با هیچ مشکلی مواجه نشده و یا آنها را پنهان می کنند. بدون شک تمامی این موارد برای یک شرکت، کاملاً آسیب‌رسان خواهد بود.

منبع: inc



موفقیت و ۵۰ اقدام ضروری (۷)

چگونه به فردی موفق تبدیل شویم

۳۸-تنها در صناعی سرمایه‌گذاری کنید که آنها را می شناسید

ایسن امر یکی از مهم ترین توصیه هایی است که وارن بافت(موفق ترین سرمایه‌گذار قرن اخیر) به همگان کرده است. به همین خاطر شما نیز تنها باید در زمینه ای فعالیت کنید که آن را به خوبی می شناسید، با این حال نباید به سطح آگاهی های فعلی خود نیز اکتفا کنید. درواقع این امر نباید به بهانه ای برای عدم آشنا شدن و کسب مهارت در سایر زمینه ها تبدیل شود.

۳۹-راحتی را برای چند سال شروع فعالیت خود فراموش کنید

یک فرد موفق، برای چند سال به نحوی کار می کند که سایرین حتی نزدیک به آن سطح نیز قرار ندارند، با این حال پس از گذشتن از این مرحله بسیار سخت به مانند فردی زندگی می کنند که بسیاری از افراد از آن بی بهره هستند. به همین خاطر ضروری است تا این باور را در خود شکل دهید که موفقیت، با استراحت و پرداختن به تفریحات به دست نخواهد آمد، با این حال برنامه‌ریزی های شما باید به نحوی باشد که تحت فشار بودن، بیش از حد طولانی نشود.

۴۰-چندین منبع در آمدی برای خود داشته باشید

درآمد اکثر افراد در جهان، تنها از یک طریق تامین می شود. این امر بدون شک با ریسک بالایی همراه بوده و زمینه رشد را از شما خواهد گرفت. درواقع اگر پول کافی را در اختیار نداشته باشید، پیشرفت و گسترش محدوده عملکردی عملاً غیرممکن خواهد بود. به همین خاطر ضروری است تا منابع در آمدی خود

به قلم: پنج‌امین هاردی روانشناس

مترجم:امیر آل علی

در مطالب پیشین به ۳۵ اقدام ضروری برای موفقیت اشاره کردیم و حال آنها را ادامه می‌دهیم.

۳۶-شادبودن را تمرین کنید

به این امر باور داشته باشید که هیچ فردی، به مانند دیگری نبوده و الگوی زندگی یکسان، بهبوده ترین تصمیم ممکن خواهد بود. در این رابطه لازم است تا براساس علایق و نیازهای خود یک سبک زندگی را انتخاب کنید. در ایسن رابطه فراموش نکنید که شما تنها در رقابت با گذشته خود هستید. همچنین این امر که به فردی شاد تر تبدیل شوید، یکی از اهداف مهم شما خواهد بود. به همین خاطر ضروری است تا برای افزایش شادی در زندگی خود، برنامه‌ریزی کنید. بدون شک شادبودن، همه‌چیز را به نفع شما تغییر خواهد داد.

۳۷-نگرش خود نسبت به پول را تغییر دهید

برای بسیاری از افراد، پول به عنوان هدف اصلی محسوب می شود. این امر در حالی است که اگر اولویت اصلی شما مادیات باشد، در هیچ کاری رشد لازم را نخواهید داشت، به همین خاطر ضروری استت تا هدف اصلی شما، امری ارزشمندتر باشد. بدون شک با این انتخاب؛ کسب ثروت نیز امری طبیعی خواهد بود. در نهایت این امر که به دنبال افزایش هوش مالی خود باشید، بدون شک تغییرات مثبتی را در زندگی خود تجربه خواهید کرد.



را تا حد امکان متنوع سازید. این امر اگرچه در ابتدا کمی سخت به نظر می رسد، با این حال با یک برنامه‌ریزی درست کاملاً ممکن خواهد بود. برای مثال در صورتی که در زمینه نوازندگی یک ساز مهارت دارید، می توانید با کمک شبکه های اجتماعی، مشتریان قابل توجهی را برای خود پیدا کنید. با این حال راز موفقیت در این زمینه، به میزان خلاقیت و کیفیت کار شما بستگی خواهد داشت. با این اقدام حتی ممکن است به رشدی فراتر از شغل اصلی خود نیز دست پیدا کنید.

۴۱-اقدامات خود را پیگیری کنید

بسیاری از افراد پس از انجام اقدامی، به‌ه طور کامل پرونده آن را بسته و دیگر به سراغ آن نمی روند. این امر در حالی است که شما باید هر اقدام خود را مورد ارزیابی قرار داده و نتایج آن را تحلیل کنید. در غیر این صورت متوجه بسیاری از اشتباهات موجود نخواهید شد که خود به معنای تکرار مجدد آنها است.

۴۲-لیست کارهای روزانه خود را تا حد امکان خلاصه کنید

این امر که در برنامه روزانه خود بیش از سه اقدام اصلی را داشته باشید، شانس انجام آن کاهشی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. با بررسی برنامه روزانه خود، پی به موارد غیرضروری بسیاری خواهید برد. در نهایت کوچک‌کردن اقدامات بزرگ به چندین فعالیت کوچک، شانس انجام آن را به شکلی معجزه‌آسا افزایش خواهد داد.

ادامه دارد ...

منبع: SUCCESS

شوق زیارت

یاربگر کسالی باشیم که در
حسرت زیارت مانده اند

کمک به زیارت اربعین از طریق

#*۲*۵*۵*۰۲۵*۰۸۸۷۷*

۱۱۲۵-۰۰۰۰۰-۹۹۷۹-۶۰۳۷