

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

خط و نشان سازمان استاندارد برای خودروسازان

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران تأکید کرد از کنترل کیفی خودروسازان رضایت ندارد و در صورت دریافت گزارش مشتریان درباره استفاده از قطعات...



عملکرد ارزی بانک مرکزی در بوته نقد یک اقتصاددانان

تبعات اقتصاد جزیره‌ای

فرصت امروز: درحالی انتقادها به عملکرد ارزی بانک مرکزی بالا گرفته است که چندی پیش ۶۳ نماینده مجلس در تذکری به رئیس جمهور خواستار برکناری رئیس کل بانک مرکزی شدند و همچنین رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس روز یکشنبه در نشست هیأت نمایندگان اتاق ایران با اشاره به پایان دوره پنج‌ساله ریاست ولی‌الله سیف بر بانک مرکزی، خواستار تغییر و جابه‌جایی او شد و گفت که اگر فردی توان اداره بانک مرکزی را ندارد، بهتر است کنار برود؛ نکته‌ای که حالا سیف در واکنش به گفته محمدرضا پوربراهیمی عنوان کرده که از آن استقبال می‌کند. این درحالی است که یک هفته از جلسه اضطراری ستاد اقتصادی دولت با حضور رئیس‌جمهور و اجرای سیاست ارز تک‌نرخی می‌گذرد و بانک مرکزی نیز تاکنون ۱۱ اطلاعیه درباره سیاست‌های جدید ارزی صادر کرده است. در این میان، تحلیل‌های متفاوتی از آنچه در بازار ارز در طول روزها و هفته‌های اخیر گذشت...

۴

پیشنهادهای کارشناسان برای حل ابرچالش‌های اقتصاد

ساختار اقتصاد ایران چگونه اصلاح می‌شود؟

۲

مدیریت و کسب‌وکار



فیس بوک اطلاعات کاربران

ثبت نام نکرده را هم در اختیار دارد

● ۱۰ توصیه از الکسیس اوهانیان

● بازسازی کسب‌وکار پس از حوادث طبیعی

● توصیه‌هایی برای با انگیزه ماندن کار آفرینان

● افراد جذب شده

● ۸ روش برای ایجاد یک برند با ارزش تر

● ۲۶ راهکار برای بهبود وضعیت در بازاریابی

۸ تا ۱۶



عضو کمیسیون حقوقی و قضایی مجلس

از فیلترینگ تلگرام در اوایل اردیبهشت خبر داد

سایه فیلترینگ بر سر تلگرام

۳

توصیه‌هایی در جهت گذر از بحران نرخ ارز

اولیه، موجب غیرقابل کنترل شدن بهمن انتظارات می‌شود. مزاد تقاضای محدود در بازار کوچک ارز اسکانس تهران، می‌تواند طی چند روز موجب آشفتنگی و جهش ارز در بازار عمده‌فروشی حواله در دویی، عمان، کویت و ترکیه و در پی آن در خرده‌فروشی سلیمانیه و هرات شود.

شایان ذکر است مبادلات سالانه بازار ارز اسکانس تهران، شاید کمتر از ۵درصد حجم مبادلات ارزی کشور باشد - در فرآیند عادی، عمدتاً این بازار حواله دویی است که نرخ ارز اسکانس تهران را علامت می‌دهد. بحران اخیر نیز از دی ماه از بازار حواله دویی شروع شده بود.

این رقم با نرخ دلار ۴۲۰۰۰ ریال معادل ۵۷میلیارد دلار یعنی بیش از نیمی از درآمد ارزی کشور در سال ۹۶ می‌شود. اگر فقط ۲۴۰ تریلیون ریال - ۱۰درصد ۲۴۰۰ تریلیون ریال یا فقط معادل ۱۶درصد کل نقدینگی کشور شد.

برای شناخت و داشتن تصویری از ابعاد بالقوه بهمن بزرگ ارزی توجه شود، فروش گواهینامه‌های سپرده بانرخ ۲۰درصد در بهمن و اسفند سال ۹۶ معادل ۷۷میلیارد دلار ارز بیشتر از نیاز جاری برای خنثی کردن آثار افزایشی آن بر نرخ ارز ضرورت داشت.

دوم- نشانه‌های انتظاراتی بحران ارزی عوامل شکل‌دهنده جهش نرخ ارز ویژگی‌های انتظاراتی دارد. چرا که اولاً تراز ارزی تجاری در شرایط متعادلی است و مشکل احتمالی در منفی بودن تراز سرمایه است. انتظارات افزایش نرخ ارز می‌تواند در شکل دادن افزایش خروج سرمایه مؤثر بوده باشد. ثانیاً به تدریج فعالیت‌های بانکی کشور به جهت عدم تطبیق آن با مقررات نظام بانکی بین‌المللی با مشکلات بیشتری مواجه است. آثار تشدید مشکلات به صورت دشواری بیشتر فعالیت‌های بانکها و موسسات دالی واسطه‌ای ایران در خارج از کشور در شکل افزایش هزینه تبدیل ریال به ارز عینیت یافته است. انتظار بر این است که دشواری‌ها تشدید شود. این تشدیدانتظاری، نشانه‌ای برای شکل‌گیری انتظارات قیمتی بالاتر ارز است. تشدید مقابله با پولشویی، اعمال مالیات بر ارزش افزوده بر کارمزد صرافان و پایش بیشتر مقررات فعالیت‌های صرافان در دویی مصداق بحث اخیر است.

ثالثاً تهدیدات آمریکا و پیش‌بینی خروج احتمالی آمریکا از برجام و در نتیجه دشوارتر شدن جابه‌جایی وجهه ارزی است که با انتظارات افزایش قیمت ارز همراه می‌شود.

شایان ذکر است که برجام یک موفقیت ملی است. به‌رغم دست‌انداختن آن که دور از انتظار نیز نبود، برجام توانست با برداشتن و تعلیق بخشی از تحریم‌های بین‌المللی، با راه‌وردهای صادراتی و برابری نفت، با فراهم کردن امکان دسترسی اقتصاد کشور به ذخایر و درآمدهای ارزی بلوکه شده خود در

ادامه از همین صفحه

در این زمینه، پس از توضیحاتی در مورد نقش انتظارات فعالان اقتصادی در میزان افزایش نرخ ارز، توصیه‌هایی برای مقابله، تخفیف و گذر از بحران در دو دوره زمانی کوتاهمدت و بلندمدت ارائه می‌شود.

اول- ریشه‌های بحران ارزی

بحران اخیر نرخ ارزی، ریشه‌های گسترده متعددی، کوتاهمدت و بلندمدت در زمینه‌های رشد نقدینگی، سرعت گردش نقدینگی، عرضه و تقاضای نقدینگی، عدم تطبیق نظام بانکداری کشور با موازین حاکم بین‌المللی بانکی، رشد پایین تولید، رشد بهره‌وری پایین، تفوق سیاست مالی بر سیاست پولی، عدم توجه به نسبت تورم داخلی به تورم خارجی، عرضه و تقاضای ارز، کنترل تورم داخلی با لنگر اسمی نرخ ارز، مشکلات سیاست خارجی کشور، مشکلات سیاسی داخلی، تحریم‌های آمریکا، تحریم‌های بین‌المللی...

و بالاخره عامل مورد تأکید در این بررسی یعنی انتظارات دارد. توجه خواهد شد که همه عوامل فوق با یکدیگر مرتبط بوده و به درجات متفاوت در شکل‌گیری بحران اخیر نقش داشته‌اند. لیکن در اینجا تحلیل ریشه‌های بلند مدت بحران نرخ ارز و چگونگی اثرگذاری آنها مدنظر نیست و بیشتر به عامل انتظارات پرداخته می‌شود.

در شدت بحران اخیر ارزی، عامل انتظارات در افزایش نرخ ارز تعیین‌کننده بوده است. البته بلافاصله باید خاطر نشان کرد که انتظارات نیز در خلأ شکل نمی‌گیرد. عوامل بنیادی و فنی ذکر شده فوق، خود تعیین‌کننده جهش و شدت انتظارات بوده است.

انتظارات ویژگی انباشتگی دارد. با شروع شکل‌گیری انتظارات، فرآیند درونی آن عامل تشدیدکننده اصلی می‌شود. بدین ترتیب که گروه بزرگی با تحلیل‌ها و تجربیات گذشته به این باور می‌رسند که نرخ ارز افزایش زیادی خواهد یافت. به دنبال آن برای استفاده از سود خرید ارزان فعلی و فروش گران ارز در آینده یا رفع نیازهای آتی ارزی خود اقدام می‌کنند.

این افزایش تقاضا در کنار تقاضای معمول بازار اگر نتواند با افزایش عرضه تأمین شود موجب افزایش قیمت ارز می‌شود. با اولین افزایش قیمت‌ها چرخ سبز چشمک زن!!! برای ورود با هجوم بقیه فعالان و علاقه‌مندان به بازار ارز به جهت استفاده از سود مجدد ارز خریداری شده قبلی احتراز می‌کنند. این فرآیند می‌تواند دور جدیدی از افزایش قیمت ارز را در پی داشته باشد. در اهمیت انتظارات، باید گفت بنا به گفته معروف کینز، واقعیت زائید انتظار است. یا به بیان دیگر واقعیت‌ها را انتظارات شکل می‌دهند. عدم آمدادی برای مقابله با انتظارات در مراحل

به جهت جایگاه و شخصیت خود نمایندگان و مجلس و چه به جهت حفظ اعتبار مقام اول پولی کشور. این پرسش مطرح می‌شود که چنین شیوه اعتراضی به سیاست‌های بانک مرکزی چه رهاورد شخصی و عمومی در بر دارد.

ب- برنامه عملیاتی در بلندمدت: در جهت سامان‌دهی بازار ارز کشور در بلندمدت این نکات توصیه می‌شود:

۱- توصیه می‌شود نرخ ارز در بلندمدت تک‌نرخی و شانور مدیریت شده با رعایت به ویژگی‌های اقتصاد ایران به ویژه به جهت درآمدهای نفتی و صندوق توسعه ملی باشد.

۲- فعالیت ارزی و تجارت خارجی از طریق موسسات مالی واسطه‌ای به شیوه نقدی و حواله، گران‌تر و زمینه‌ساز رانت و فساد است. مسیر اصلی بلندمدت، باید با استفاده از گشایش اعتبار و عملیات مستقیم ارزی از طریق بانک‌های داخلی و خارجی باشد. رشد پایدار اقتصاد مستلزم نظام مالی پیشرفته منطبق با موازین پیشرفته جهانی است.

۳- حل مسائل سیاست خارجی کشور از طریق مذاکرات و تفاهم با همسایگان و کشورهای غربی و نهادهای بین‌المللی راه‌حل مناسب زیادی در این زمینه وجود دارد. مسائل اقتصادی از جمله ارز است.

۴- مشکلات نظام بانکداری ایران به جهت تطبیق با نظام جهانی بانکداری در دستور کار سریع مسئولان اقتصادی و سیاسی باشد. اجرای مقررات بانکی جهانی از جمله مقابله با پولشویی، به منظور ادامه تعلیق تحریم‌ها بانکی و با برداشتن آنها ضروری است. این مشکل هم‌اکنون در بازار حواله دویی عوارض خود را بر نرخ ارز نشان داده است. در جابه‌جایی پولی که قابل ردگیری باشد، به جهت مبادلاتی، کسب درآمد و دریافت و پرداخت مالی باید در صورت پرسش مسئولان ذی‌ربط قابل توضیح و منطبق بر مقررات قانونی کشور ذی‌ربط باشد.

۵- ساختار مالی بانکها به تأیید اکثر کارشناسان بانکی در شرایط نامناسبی است. فعالیت آنها در چارچوب فعلی هزینه سنگینی را در زمینه‌های حقیقی و مالی از جمله بازار ارز به اقتصاد کشور تحمیل کرده است. تسریع در اصلاحات ساختاری بانکها، تذکر جمعی اهل فن است. در این راستا حمایت مجموعه ارکان نظام ضروری است.

۶- تطبیق ترازنامه بانکها با مقررات بال ۲ و بال ۳ به جهت کفایت سرمایه و مقررات تنظیمی، پایش‌های درونی و بیرونی بانکها تسریع شود. این توصیه در ارتباط نزدیک با ضرورت اصلاحات ساختاری بانکها است.

سخن پایانی خواست گسترده مردم و ارکان نظام برای ثبات بازار ارز و مقابله با جهش‌های نرخ ارز است. امید است این حساسیت و توجه بالا همراه با مشارکت عمومی، خود تنظیم‌کننده بازار ارز و ثبات نسبی نرخ ارز شود.

صورتی که این روش بتواند از طریق کاهش پول پایه تا حدودی موجب کاهش نرخ رشد نقدینگی شود، اثر کنترلی بیشتری بر انتظارات افزایش نرخ ارز خواهد داشت. شناخت عمومی مردم نسبت به سکه و ملموس بودن آن پیش فروش آن را آسان‌تر می‌کند. باوجود بازده انتظاری بالای سکه، ظاهراً تاکنون حجم محدودی به فروش رفته است که به سبب درست معرفی نشدن پیش فروش در بهمن ماه بوده است. تأکید باید بر تحویل خود سکه و نه معادل ریالی آن در سررسید باشد.

۸- در کوتاه مدت، فروش گواهینامه ارزی با بازده و سررسیدهای متفاوت قابل توصیه است. در سررسیدپرداخت ارز باید به صورت سپرده ارزی یا نقدی ارزی باشد. در بهمن ماه ۹۶ به جهت ساده نبودن روش تحویل ارز در سر رسید، به رغم بازده انتظاری بالای آن، استقبال پایین بود. اقتصاد ایران بدهی دولتی و ارزی سنگینی ندارد و ریسک نکول گواهینامه‌های ارزی منفی است.

۹- فروش گواهینامه سپرده با بهره ۲۰درصد توصیه‌پذیر نیست. این بازده برای چنین دارایی ریالی با ریسک صفر، علامت ادامه نرخ بهره بالا در نظام مالی کشور است. ملاحظاتی نامناسب زیادی در این روش برای بازار پول و بازار سرمایه به اضافه بخش حقیقی به نظر می‌رسد. موضوع به کرات توسط اهل فن توضیح داده شده است.

۱۰- حضور نیروهای انتظامی و امنیتی برای مقابله با مبادلات ارزی بازار آزاد و برای کاهش نرخ ارز کارساز نیست. اگر مقابله برای طولته‌های احتمالی است، ردپای آن با روش‌های نرم‌افزاری و شنود قانونی، قابل پیگیری است. می‌دانیم جابه‌جایی‌های وجوه کلان در نظام بانکی است و قابل ردگیری است. روش حضور امنیتی فیزیکی موجب سلب اعتماد به توانمندی بانک برای اعمال نرخ ارز مناسب است و فقط موجب افزایش انتظاری و واقعی نرخ ارز می‌شود. به علاوه اعتبار و اعتماد عمومی به مقام پولی لازمه اجرا و تحقق هرگونه سیاست پولی از جمله سیاست ارزی است. این اعتماد سرمایه بزرگی است و نباید برای جمع‌آوری حجم ناچیز از خیابانی هزینه شود.

۱۱- به صلاحها از به کارگیری کلمه روانی که نوعی بیماری نیز هست خودداری شود. به جای آن از کلمه انتظاری یا انتظاراتی استفاده شود. بگویم خریدهای انتظاری موجب افزایش قیمت ارز شد.

۱۲- حمایت و حفظ اعتبار بانک مرکزی و مقامات آن ضامن موفقیت بانک در مقابله با بحران انتظاراتی ارز است. اکنون زمان تعویض مقامات ارزی و اقتصادی کشور نیست. متخصصان شناخته شده اقتصادی و پولی کشور یا در بانک مرکزی هستند یا آن که با بانک مرکزی همکاری نزدیک دارند. در همین راستا برخورد بسیار زنده بعضی از نمایندگان مجلس با رئیس کل بانک مرکزی نادرست بود، چه

در بازار و در نهایت گذر از شرایط فعلی این نکات توصیه می‌شود:

۱- برنامه عملیاتی کوتاهمدت، حتی الامکان باید در راستای سیاست‌های بلندمدت ارزی باشد.

۲- در شرایط فعلی، در کوتاه مدت عملاً - چه بخواهیم و چه نخواهیم - نظام دو نرخ ارز، یعنی نرخ رسمی و نرخ بازار آزاد حاکم می‌شود. برای واردات تجارت خارجی در حد امکانات ارزی، به صورت موقت نظام تخصیص ارز و نرخ رسمی - مبادله‌ای - باوجود همه مفاسد احتمالی آن به کار گرفته شود. در زمان گشایش اعتبار برای واردات پیمان بسیاری مناسب ضروری است. با توجه به تفاوت احتمالی قابل ملاحظه دو نرخ رسمی و آزاد، تضمین‌ها و جرایم برای جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی ضروری است. البته در صورت پوشش کامل نرخ مبادله‌ای برای واردات‌ها و تسایر نیازهای ارزی، بازار آزاد فعلی کوچک‌تر می‌شود. به‌علاوه ضرورت دخالت در نرخ بازار آزاد نیز محدودتر می‌شود.

۳- در کوتاه مدت، برای ارزی‌های حاصل از صادرات، به ویژه در مورد پتروشیمی‌ها و سایر مشتقات نفتی که بالاست باید مشابه سیستم متمرکز وارداتی عمل شود. از این مسیر زمینه قاچاق واردات کالا محدودتر خواهد شد. مناسفانه در این مورد نیز احتمال سوءاستفاده از تفاوت دو نرخ بازار آزاد و رسمی وجود دارد که ضرورت تضمین‌ها و کنترل‌های لازم را ایجاد می‌کند.

۴- همراه با تمرکز خرید و فروش ارز برای تجارت خارجی در سامانه‌های رسمی بانک که اجرای درست آن موجب کاهش قاچاق کالاهای صادراتی و وارداتی است، تشدید مقابله با قاچاق از طریق مجاری نیمه رسمی نیز ضرورت دارد.

۵- با سیاست‌های کنترل ارز حاصل از صادرات و کنترل تخصیص ارز برای واردات حجم مبادلات ارزی در بازار آزاد کوچک خواهد بود. اما باوجود کوچک‌تر شدن حجم مبادلات بازار آزاد، نظر به آثار انتظاراتی نرخ بازار آزاد بر تسایر بازارها، دخالت بانک مرکزی به شیوه متعارف خود برای اثرگذاری بر نرخ ارز این بازار هم ضرورت دارد. موفقیت در نرخ ارز رسمی تعیین‌کننده اصلی نرخ ارز بازار آزاد است.

۶- در حال حاضر برای ارز مسافرتی، دانشجویی، پزشکی، مأموریت و موارد خاص دیگر، بانک مرکزی از گذشته تجربیات و مقررات مناسبی دارد که می‌تواند مورد عمل قرار گیرد. جمع مبلغ این اقلام در تراز پرداخت‌های کشور ناچیز است، شاید سالانه در حد ۵میلیارد دلار، اما در این زمینه، توجه افکار عمومی و حساسیت رسانه‌ها بالا است و در نتیجه سهم بالایی در شکل‌گیری انتظارات نرخ ارز دارد.

۷- در کوتاه مدت، ادامه پیش فروش سکه برای تأمین امنیت خاطر افراد به جهت حفظ قدرت خرید دارایی‌های ریالی آنها - پوشش ریسک کاهش ارزش دارایی‌های ریالی - سیاست مناسبی است. در

خارج از کشور و بالاخره با ارائه تصویر مسالمت‌جویانه از ایران برای همکاری‌های بین‌المللی آتی، مانع سقوط اقتصاد کشور و تشدید بحران‌های آن شود. بدون برجام امروز نرخ ارز احتمالی اقتصاد ایران و تورم مرتبط با آن مواری ارقام جاری بود.

سوم- تنظیم برنامه‌ای برای گذر از بحران ارزی تنظیم برنامه عملیاتی گذر از بحران نرخ ارز مستلزم در اختیار بودن مجموعه اطلاعات زیادی همچون دارایی‌های ارزی و چگونگی دسترسی به آن، دریافت‌ها و پرداخت‌های ارزی تفکیکی روزانه و ماهانه برحسب اعتبارات اسنادی، حواله و اسکانس و نوع ارز، نحوه عملیات بانکها و موسسات مالی کارگزار، حجم مبادلاتی ارزی بازار ارز عمده‌فروشی و خرده‌فروشی به تفکیک نوع ارز، حجم مبادلاتی بازارهای ارزی در رابطه با ریال در داخل و خارج کشور مانند تهران، دویی، عمان، ترکیه... و شیوه عملیاتی آنها، دریافت‌های ارزی، مصارف ارزی کالایی و خدماتی، خروج سرمایه و پس‌اندازی ارزی و عوامل دیگر، نتایج کمی مقابله با بحران‌های ارزی گذشته... و بالاخره تخمین مقادیر انتظاری برای کلیه موارد دانسی آن هم البته به صورت نسبی فقط در دسترس مقامات پولی کشور است.

اطلاعات فوق که بخشی از آن نیز ماهیتا سری است، به همراه بدنه کارشناسی مطلع، ورزیده و دلسوز ۵۸ ساله بانک مرکزی و ۹۰ ساله بانک ملی می‌تواند متضمن تنظیم و اجرای برنامه عملیاتی مقابله با شرایط ارزی اخیر کشور باشد. باید گفت، گزینه بدیل بانک مرکزی برای انجام این مهم وجود ندارد. البته حمایت و همکاری نزدیک تسایر اجزای مرتبط دولت و ارکان نظام تعیین‌کننده و بسیار کارساز است.

شایان ذکر است بخشنامه بانک مرکزی در تاریخ ۲۱ فروردین ۱۳۹۷ در مورد سیاست‌های جدید ارزی کشور به جهت خرید و فروش ارز و تجارت خارجی، پایه شروع برنامه عملیاتی بانک مرکزی برای مقابله با بحران ارزی اخیر است. حال باید دید که در مرحله اجرایی چگونه عمل خواهد شد.

بدیهی است که نکات عنوان شده توسط کارشناسان و اهل‌فلم نیز در پالایش و آرایش برنامه عملیاتی مفید خواهد بود. در همین راستا در این نامه مواردی پیشنهاد می‌شود. البته نگارنده در نامه‌های سسی و دوم و سسی و پنجم به ترتیب تحت عنوان نرخ ارز و سه درس از عملکرد بسته سه گانه بانک مرکزی بعضی از ابعاد مرتبط با برنامه عملیاتی را عنوان داشته است که در اینجا از تکرار همه آنها احتراز می‌شود. جسارتاً توصیه می‌شود ملاحظات عنوان شده در آن نامه‌ها به ویژه در مورد تدابیر سه‌گانه برای مقابله با جهش نرخ ارز مدنظر قرار گیرد.

الف - برنامه عملیاتی در کوتاهمدت، در کوتاه مدت برای مقابله با افزایش نرخ ارز و حصول ثبات نسبی



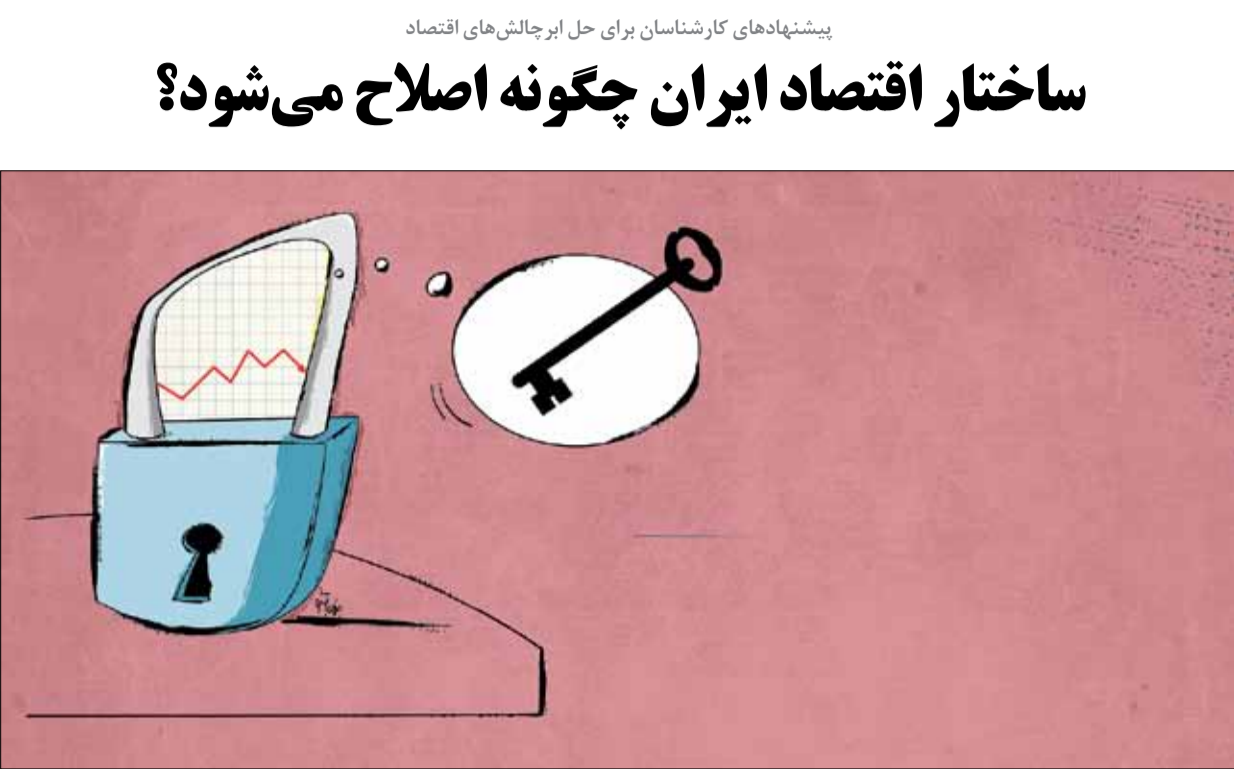
نگاهی به زندگی یک بانوی ایرانی موفق استارت آپی

رئیس ایستگاه اف

استارت‌آپ‌ها آینده جهان را خواهند ساخت و در این رخداد ایرانی‌ها حتماً نقش و سهمی مهم خواهند داشت زیرا در حال حاضر تعدادی از جوانان ایرانی در شرکت‌های مهم استارت‌آپی جهان نقش آفرین هستند و حتی تا رده‌های بالای مدیریتی پیش رفته‌اند؛ افرادی همچون دارا خسروشاهی (از نسل سوم خانواده خسروشاهی، بنیان‌گذاران شرکت مینو در ایران) که حالا مدیریتت او بر مهم‌ترین تاکسی آنلاین جهان را برعهده دارد و رکسانا ورزا، بانوی ایرانی که مدتی است مدیر «ایستگاه اف» بزرگ‌ترین مرکز و پردیس استارت‌آپی جهان در فرانسه شده است، آن هم در دورانی که اماتونل مکرون رئیس‌جمهور فرانسه امیدوار است کشورش با جذب استارت‌آپ‌های خارجی از سراسر جهان بتواند تحولی مهم در اقتصاد و اشتغال این کشور رقم بزند و حتی ویزای اقامتی هم برای مهاجرانی که در این حوزه فعالیت می‌کنند، طراحی کرده است. به گزارش اتاق تهران، رکسانا ورزا در سال ۱۹۸۵ در یک خانواده مهاجر ایرانی در شهر سان‌فرانسیسکو به دنیا آمد و هم‌اکنون ۳۲ ساله است. او در سال ۲۰۱۰ زمانی که ۲۵ ساله بود از سوی سایت معتبر بیزینس اینسایدر در جایگاه ششم لیست ۳۰ زن برتر کمتر از ۳۰ سال جهان در حوزه تکنولوژی قرار گرفت؛ کسی که در یکی از مصاحبه‌هایش وقتی نظرش را درباره تکنولوژی پرسیدند، گفت «همه از تکنولوژی متنفرند، اما

من عاشقانه دوستش دارم». ورزا در خانواده‌ای تحصیل‌کرده متولد شد؛ پدرش فارغ‌التحصیل دانشگاه استنفورد و مادرش معلم زبان بود که پس از پیروزی انقلاب به آمریکا مهاجرت کردند و رکسانا هم در این کشور به دنیا آمد. او در کالیفرنیا به مدرسه رفت و اتفاقاً زبان فرانسه را هم در دوره دبیرستان آموخت و در سال ۲۰۰۶ مدرک زبان و ادبیات فرانسه را از دانشگاه UCLA دریافت کرده سپس در سال ۲۰۰۷ به آژانس سرمایه‌گذاری بین‌المللی فرانسه پیوست و تصمیم به اقامت و تحصیل در فرانسه گرفت. او بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۱ مدارک کارشناسی ارشد خود را در رشته‌های تجارت بین‌الملل و سیاست اقتصاد بین‌الملل دریافت کرد، رشته‌هایی تحصیلی که زمینه‌های آشنایی او با استارت‌آپ‌ها و علاقه‌مندی‌اش را به این نوع شرکت‌ها فراهم کرد، موضوعی که باعث شد در دوران دانشجویی ویلاک techbequette را در حوزه استارت‌آپ‌ها راه‌اندازی کند و به شهرت برسد؛ اتفاقی که زمینه‌ساز این شد که بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۱ سردبیری یک وب‌سایت معتبر در زمینه استارت‌آپ‌ها را به عهده بگیرد. او هم‌اکنون در کنار مدیریت ایستگاه اف، مسئول اجرای پروژه «۱۰۰۰ استارت‌آپی» است. این پروژه یک انکوباتور بسیار بزرگ برای استارت‌آپ‌هاست که به وسیله خاور نیل (سرمایه‌گذار بزرگ تکنولوژی در جهان و صد و سی و سومین ثروتمند جهان در رده‌بندی مجله فوربس) راه‌اندازی شده است. رکسانا ورزا سال گذشته در سفری که به ایران داشت در یک برنامه استارت‌آپ‌ویکند برای راهنمایی دیگران شرکت کرد. او گفت: «ایران خیلی خیلی من را یاد فرانسه پنج سال پیش از نظر استارت‌آپ‌ها می‌اندازد. در حال حاضر همه به ایران علاقه‌مند هستند روزی که به دوستانم گفتم دارم به ایران سفر می‌کنم همه هیجان‌زده شدند و کنجکاو که بودند در ایران چه اتفاقی در حال رخ دادن است. من در حال حاضر برای بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری دنیا روی استارت‌آپ‌ها کار می‌کنم. در تمام روزهایی که در ایران بودم سؤال‌های مشابهی از من پرسیده شده است، اینکه چطور استارت‌آپ‌ها را راه‌اندازی کردم؟ چطور در روزنامه‌ها مطرح شدم؟ چطور یک پروژه بزرگ به اکوسیستم استارت‌آپ‌ها در فرانسه کمک می‌کند؟ و...»

او در ادامه سخنرانی‌اش از حاضران پرسید، هر کسی فکر می‌کند که یک کارآفرین باید عاشق محصولش باشد دستاش را بالا ببرد و در ادامه درحالی که تقریباً دست‌های همه برای لحظه‌ای بالا رفت، گفت: «ادم‌هایی که تغییرات بزرگ ایجاد می‌کنند، کسانی هستند که یک مشکل را می‌بینند و دوست دارند آن مشکل را حل کنند. پس مطمئن شوید که عاشق مشکلی هستید که می‌خواهید حل کنید. هیچ فرمولی برای موفق شدن وجود ندارد ولی نکته مهم بیزینس این است که باید پول دربیورید و روی جامعه تأثیر گذار باشید. البته معمولاً تنها پول درآوردن و معروف شدن کافی نیست اما این هم باز به هدف شما بستگی دارد.» ورزا همچنین در این برنامه همه را به نوآوری و توجه به فرصت و اکوسیستم ایران دعوت کرد و گفت: «دوستان لطفاً بیاورید دیگر دره سیلیکون را کپی نکنیم، فرانسه، انگلستان و... در سال‌های گذشته تلاش کردند کیی کنند ولی به نقطه‌ای نرسیدند، دره سیلیکون به همان‌جا تعلق دارد پس آن را رها کنیم و به اکوسیستم خودمان توجه داشته باشیم. یکی از چیزهایی که من درباره ایران متوجه شدم این است که مهندسان زیادی در ایران زندگی می‌کنند ولی سرمایه‌گذاران کمی در ایران وجود دارند و از طرفی هم کشور ما بازارهای خوبی دارد؛ همه اینها موقعیت‌های بزرگی برای حضور سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند؛ شما به عنوان فعالان استارت‌آپی باید از این همه‌ها استفاده کنید. پیشنهاد من این است که مهم نیست ایده شما از کجا می‌آید، ولی باید کاملاً از درون شما باشد و به آن باور داشته باشید.» او همچنین معتقد است راه‌اندازی ایستگاه اف خیلی زود به نتیجه خواهد رسید. او می‌گوید فرانسه که روزی در جایگاه سوم رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها قرار داشت می‌تواند انگلستان و حتی آمریکا را بگیرد؛ «حضور ترامپ در کاخ سفید، افزایش قیمت‌ها و هزینه‌ها در منطقه سیلیکون ولی و همچنین بزرگ‌ترین انگلستان باعث شده است که بسیاری از شرکت‌های فناوری و استارت‌آپی به دنبال انتقال پایگاه خود به فرانسه باشند، اتفاقی که می‌تواند اکوسیستم این کشور را تغییر دهد.»



ساختار اقتصاد ایران چگونه اصلاح می‌شود؟

پیشنهاد‌های کارشناسان برای حل ابرچالش‌های اقتصاد



حسادت آمریکا از رشد اقتصادی چین

دهن کجی چین به جنگ تجاری

جرقه‌های جنگ تجاری که آغاز شد، همه کشورها شروع کردند به چرتکه انداختن حساب و کتاب اقتصادی‌شان. احتمالاً چون هدف جنگ تجاری که آمریکا می‌خواهد به راه بیندازد، چین است، تنش‌ها باید گریبانگیر این کشور هم باشد. اما در این میان گروهی از کشورها هم محاسبه کردند که اگر چین نتواند صادراتش به آمریکا را ادامه دهد، آنها جایش را بگیرند و این گونه بازار صادراتی خود را گسترش دهند. گروهی دیگر هم نگران شدند که سرریز تولیدات چین که حالا بازار بزرگی مثل آمریکا را از دست داده وارد کشور آنها شود و تولید داخل‌شان را دگرگون کند. اما گزارش‌ها از وضعیت اقتصاد چین در سه ماهه اول سال جاری حاکی از خبری متضاد است. در همین زمینه، سی‌ان‌ان مانی در گزارشی از شروع پر قدرت اقتصاد چین در سال ۲۰۱۸ خبر داده و گفته است دومین اقتصاد بزرگ جهان در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸ به میزان ۶٫۸ درصد رشد کرده است. بر اساس گزارش سی‌ان‌ان مانی، اقتصاد چین به رغم تنش‌های تجاری با آمریکا، سه ماهه اول ۲۰۱۸ را با قدرت هرچه تمام‌تر آغاز کرده و در سه‌ماهه نخست سال جاری میلادی رشدی ۶٫۸ درصدی را ثبت کرده است.

ترس از جنگ تجاری بین ایالات متحده و چین از آغاز سال جدید افزایش یافته است، هر دو کشور اعلام کرده‌اند که قصد دارند تعرفه‌های واردات را افزایش دهند. اما به نظر می‌رسد تهدیدها تاکنون تأثیر بری فعالیت‌های اقتصادی این کشور نگذاشته است. به‌طوری که نرخ رشد اقتصادی چین در سه‌ماهه نسبت به مدت مشابه سال قبل هم رشد داشته است. دولت چین ماه گذشته اعلام کرد رشد اقتصادی این کشور در پاییز گذشته ۶٫۵ درصد بوده است. اما چنین رشد اقتصادی حتماً حسادت کشورهای توسعه‌یافته مانند ایالات متحده را برمی‌انگیزد. با این حال، این رشد مقداری کمتر از رشد ۶٫۹ درصدی سال ۲۰۱۷ چین گزارش شده است. البته مسائل اتقاق افکاره می‌تواند برای چین در سال بعد مشکل‌ساز شود، به‌خصوص زمانی که از کاهش تجارت با ایالات متحده خواهد دید، شرایط را برای اقتصاد چین سخت‌تر می‌کند. سی‌ان‌بی‌سی هم در گزارشی دیگر به وضعیت اقتصادی چین پرداخته و گزارش داده است که اکثر سهام‌های آسیا ریزش داشته‌اند، اما چین با رشد اقتصادی مواجه شده است.

بزرگ‌ترین بلوک تجاری در قاره سیاه آفریقایی‌ها متحد می‌شوند

منطقه آزاد تجاری قاره آفریقا (AfCFTA) توسط ۴۴ کشور آفریقایی به امضا رسید. البته هنوز ۱۰ عضو دیگر اتحادیه آفریقا این قرارداد را امضا نکرده‌اند. این بلوک ۵۵ عضو اتحادیه آفریقا، بزرگ‌ترین بلوک در جهان است. طبق این گزارش، با امضای این توافق‌نامه توسط رهبران آفریقا پیش‌بینی می‌شود تجارت در بین آفریقایی‌ها افزایش یابد. اگر این توافق‌نامه موفقیت‌آمیز باشد، از زمان تشکیل سازمان تجارت جهانی در سال ۱۹۹۵، بزرگ‌ترین توافق‌نامه تجاری خواهد بود. سی‌ان‌ان گزارشی درباره توافق‌نامه جدید آفریقا منتشر کرده است؛ توافق‌نامه‌ای که قرار است تجارت در آفریقا را توسعه دهد. طبق گزارش‌ها آفریقا فقیرترین قاره مسکونی دنیاست و احتمالاً برای رشد و توسعه باید توسط خود و به کمک کشورهای عضو توسعه پیدا کند. منطقه آزاد تجاری قاره آفریقا توانایی آوردن ۱٫۲ میلیارد نفر در این بازار را دارد. با کاهش موانع تجارت، مانند از بین بردن عوارض واردات و موانع غیرتعرفه‌ای، کشورهای آفریقایی امیدوارند تا کسب‌وکار درون قاره‌ای رونق پیدا کنند.

AfCFTA می‌تواند تجارت بین کشورهای آفریقایی را بهبود بخشد که در سال ۲۰۱۶ تنها ۱۰ درصد اعلام شده بوده است. البته گویا کشورهای قوی‌تر خیلی تمایلی به پیوستن به این منطقه ندارند. در نتیجه هنوز به این توافق‌نامه نپیوسته است. این کشور یکی از بزرگ‌ترین اقتصادهای آفریقا و پرجمعیت‌ترین کشور این قاره محسوب می‌شود. بوهاری، رئیس‌جمهور نیجریه در توییت خود نوشت: ما با چیزی که به تولیدکنندگان و کارفرمایان محلی آسیب می‌زند، موافقت نخواهیم کرد. علاوه بر نیجریه، آفریقایی جنوبی، یکی دیگر از بزرگ‌ترین اقتصادهای آفریقا هم این توافق‌نامه را امضا نکرده است. اما رامافوسا، رئیس‌جمهور این کشور اعلام کرده است که پس از انجام پروسه‌های لازم قانونی با توافق‌نامه موافقت خواهد کرد. کارشناسان معتقدند موانع بی‌شماری در قاره آفریقا وجود دارد و تنها را برای رسیدن به توسعه واقعی در آینده، تقویت روابط تجاری و صنعتی است. ایده این توافق‌نامه تجاری در سراسر قاره آفریقا طی چند دهه کار انجام شده است. اما در چند سال گذشته، توسط رهبران آفریقای و ماجرای پان-آفریقایی سرعت گرفته است. این روند از دهه ۷۰ شروع شده است. اما سال ۲۰۱۲ کشورهای آفریقایی تصمیم به روند تسریع آن گرفتند و حالا هم منطقه تجارت آزاد قاره آفریقا را ایجاد کرده‌اند. در سایه این توافق، ۲۳ کشور عضو هم تعهد خود را به سفر هوایی تحت یک چارچوب قانونی مشترک امضا کردند.

محیط‌زیست آغاز کنیم. معتقد شش دهک درآمدی ما اوضاع‌شان بسیار نامناسب است و اگر برای حفظ محیط‌زیست خواهیم قیمت بنزین را واقعی کنیم همه این افراد را زیر خط فقر فرستاده‌ایم. پس باید به درجه اهمیت چالش‌ها نسبت به اولویت‌بندی آنها اقدام کنیم تا بتوانیم درمان را آغاز کنیم. شاید بهترین کار این است که دولت با مردم شفاف باشد و بگوید که اولویت اصلی کشور چیست.

پازوکسی: اینکه غیرممکن است، خودتان گفتید که دولت‌ها با توجه به ماهیت ساختاری و نیازشان به رأی نمی‌توانند اصلاحات اساسی را در دستور کار قرار دهند.

شقایقی: شاید اگر دولت به این نتیجه برسد که نیازی به رأی دوره بعد ندارد بشود مشکل را حل و اصلاح ساختاری کرد.

پازوکسی: اصلاح ساختاری یعنی چه؟ **شقایقی:** یعنی بعد از تشخیص اولویت و شفاف بودن، کار اصلاح را آغاز کنیم.

پازوکسی: خوب، شما چطور می‌خواهید مقابل رانت‌خواران و فراریان مالیاتی بایستید. **شقایقی:** ۱۲۸ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی است که دولت درآمدهای مالیات ناهاصل داخلی کمتر از ۱۰ درصد است. در کشورهای توسعه‌یافته این رقم بین ۱۵ و بالاتر از ۲۰ درصد است. حالا چه کسانی مالیات نمی‌دهند. مسکن خالی و سپرده بانکی و مجموع درآمد و ثروت هم مالیات نمی‌دهد.

پازوکسی: چرا؟ سال‌هاست این بحث در دولت‌ها مطرح است اما به نتیجه نمی‌رسد.

پازوکسی: برای اینکه دولت به تنهایی کاری نمی‌تواند انجام دهد، مجموعه حکومت باید وارد عمل شود. مجلس، شورای نگهبان، قوه قضاییه و همه ارکان نظام باید به این نتیجه برسند. **شقایقی:** من در این حوزه با شما توافق دارم، اصلاحات ساختاری از دست دولت خارج است و باید مجموعه حکومت دست به جراحی عمیق بزنند. هیچ دولتی در این وقت و مجال نمی‌تواند اصلاحات را انجام دهد.

پازوکسی: اگر اصلاحات اقتصادی در اقتصاد ایران صورت بگیرد در سال‌های آتی با مشکلات و معضلات بالاتری روبه‌رو می‌شویم پس باید نظام اصلاح برداریم. آقای دکتر ما باید از کجا اصلاحات را آغاز کنیم. این طور که متوجه شدم می‌گویید که باید از فساد شروع کنیم، اما ممکن است فرد دیگری نظرش این باشد که از

می‌بینید که دولت‌ها برای نیاز به رأی تن به مسکن می‌دهند نه جراحی و اصلاح عمیق اقتصادی. از این منظر همه دولت‌ها در شکل‌گیری این فضا دخیل هستند.

پازوکسی: نقش همه یکسان نیست. **شقایقی:** درست است. نقش دولت‌ها در برخی دوره‌ها بیشتر و در برخی دوره‌ها کمتر بوده است.

پازوکسی: باید دید چه تصمیماتی ما را به اینجا رساند. مشکل می‌زنم، موسسات غیر متشکل پولی به چه دلیل شکل گرفتند و به چالش اقتصاد ایران تبدیل شدند؟ چون به هر فرد بی‌صلاحیتی مجوز تأسیس بانک دادیم، درحالی‌که هیچ کجای دنیا چنین اتفاقی نمی‌افتد. در دوره‌ای دیدیم بانک مرکزی صندوقدار دولت تبدیل شده بود، البته من به دولت فعلی هم نقد دارم اما اگر آن طرز تفکر اصلاح نشود ممکن است دوباره بتواند اقتصاد ایران را در معرض خطر قرار دهد. من هم نگران چالش‌های اقتصاد ایران هستم و حرف شما را قبول دارم، اما نکته مهم همان دیدگاه پوپولیستی است که زمینه را برای ایجاد چنین فضایی فراهم کرد. گزارش‌هایی وجود دارد که نشان می‌دهد ۴۰ درصد کسانی که از کمیته امداد مستمری می‌گیرند، نیازمند نیستند. این بدان معنی است که سیستم بسیار مشکل دارد.

شقایقی: باز هم تأکید دارم اولین کاری که هر کشوری باید انجام دهد شناخت دقیق چالش‌هاست. درحالی‌که ما به هنوز نسبت به دردهایمان شناخت کافی نداریم. من همه اعداد شما را قبول دارم اما از کجا معلوم که این اعداد دقیق باشند.

پازوکسی: این اعداد در سازمان برنامه وجود دارد. **شقایقی:** وضعیت ما چندان عادی نیست. مثلاً بانک مرکزی وضعیت بانک‌ها را به درستی و کامل اطلاع ندارد.

پازوکسی: بالاخره بحران واقعی است. **شقایقی:** مشکل ما اتفاقاً این است که هنوز به جمع‌بندی درباره اینکه اولویت اصلی کشور و بحران مهم ایران چیست نرسیده‌ایم. هر وقت ما به این نتیجه رسیدیم آن وقت می‌توانیم اولین گام را برای اصلاح برداریم. آقای دکتر ما باید از کجا اصلاحات را آغاز کنیم. این طور که متوجه شدم می‌گویید که باید از فساد شروع کنیم، اما ممکن است فرد دیگری نظرش این باشد که از

ایران بدهی است. هر روز هم به این بدهی‌ها اضافه می‌شود و انتشار اوراق بدهی نیز سبب افزایش میزان بدهی‌ها خواهد شد.

نکته این است که بدهی صرفاً بد نیست، اما دولت بدهکار بد حساب برای اقتصاد ایران است که مشکل‌ساز است. بحران آب نیز ابرچالش دیگر اقتصاد ایران است که در کنار بحران محیط‌زیست اقتصاد را تهدید می‌کند. همچنین ۲۷ درصد جامعه ایران زیر خط فقر زندگی می‌کنند و این عدد بالایی است. این اقتصاد با این وضعیت نمی‌تواند رشد کند و نیاز به اصلاح ساختاری دارد.

پازوکسی: با شما موافقم که بدون جراحی اقتصاد و اصلاح ساختاری نمی‌توان کاری از پیش برد اما لازمه اتخاذ این تصمیم سخت چیست؟ اگر امروز مشکلات اقتصاد ایران حاد شده به این دلیل است که برخی با اتخاذ سیاست‌های پوپولیستی چنین وضعیتی را ایجاد کردند. دولت اسبق متأسفانه ایران را به عقب برد و اگر آقای روحانی به شدت درست عمل کنند و در سال ۱۴۰۰، بتواند کشور را به پایان دوره اصلاحات به لحاظ شاخص‌های اقتصادی بازگرداند، باید به وی مدال مدیریت اعطا شود. شما نمی‌توانید چالش‌های اقتصاد ایران را فهرست کنید اما به دلایل شکل‌گیری این مزیت اشاره‌ای نکنید چرا که اگر تفکر حاکم بر اقتصاد ایران اصلاح نشود فهرست کردن چالش‌ها هیچ دردی را از اقتصاد درمان نمی‌کند.

شقایقی: اتفاقاً شناخت واقعی چالش‌ها یا حتی ابرچالش‌ها و اولویت‌بندی آنها ضرورت اول برای حل بحران‌های کشور است، در غیر این صورت نمی‌توان کاری از پیش برد. **پازوکسی:** اصلاً به فرض چالش‌ها را شناختیم و حل کردیم، چه تضمینی هست که دوباره با روی کار آمدن یک تفکر پوپولیستی دچار آن نشویم؟

شقایقی: آنچه می‌گویید تا حدی درست است اما درست‌تر این است که همه دولت‌ها به نوعی در شکل‌گیری این مشکلات نقش داشته‌اند. بالاخره دولت‌ها نیاز به رأی دارند. من معتقدم عمر مفید دولت‌ها در ایران به جای چهار سال دو سال است. شش ماه اول که عملاً به تعیین کابینه می‌گذرد، شش ماه از چهار سال هم که تعطیلات است و شش ماه پایانی دولت‌ها نیز عملاً کسی کار نمی‌کند. پس

تومان مطالبات معوق دارند به همین میزان وام‌های استمهال شده‌ای داریم که ممکن است به سرنوشت مطالبات معوق دچار نشوند. بدهی دولت به سیستم بانکی نیز بین ۱۶۰ تا ۱۷۰ هزار میلیارد تومان است. در یک کلام باید بگویم تصویر شفافی از نظام بانکی وجود ندارد.

بحران بعدی، حجم نقدینگی است که در حدود ۱۵۰۰ هزار میلیارد تومان است، از سوی دیگر حجم سپرده‌های مردم در بانک‌ها به ۱۴۰۰ هزار میلیارد تومان می‌رسد. این یک بهم‌تن است که روزی اقتصاد ایران را پودر خواهد کرد چراکه دولت به‌مراتب از نظام بانکی ایران کوچکتر است. منظور من بوجه دل نیست بلکه ماهیت دولت است که در نهایت در حدود ۴۰۰ هزار میلیارد تومان درآمد و هزینه دارد ولی نظام بانکی ما سرجمع سالانه ۱۵۰۰ هزار میلیارد تومان را می‌چرخاند و در نتیجه این بهم‌تن مدام بزرگ‌تر می‌شود. به هر حال مدام سودی معادل سالانه ۱۵ تا ۲۰ درصد به حجم سپرده‌های مردم در بانک‌ها اضافه می‌شود که خود می‌تواند تهدیدی برای اقتصاد کشور باشد.

یکی دیگر از چالش‌های مهم اقتصاد ایران، صندوق‌های کمک دولت به صندوق‌های بازنشستگی حدود ۴۰ هزار میلیارد تومان بود. امسال در قانون بودجه امسال ۵۳ هزار میلیارد تومان کمک دولت به صندوق بازنشستگی ما یعنی لشکری و کشوری است. همین نشان می‌دهد این سرعت در حال افزایش است و اگر با همین شیوه و روش کمک دولت به صندوق‌های بازنشستگی ادامه

یابد در چشم‌انداز ۱۴۰۴، برابر ۵۰درصد بودجه دولت باید صرف کمک به دو صندوق بازنشستگی شود. متأسفانه شهرداری‌ها هم همین مسیر را طی می‌کنند.

از سوی دیگر بحران بیکاری را نمی‌توانیم نادیده بگیریم. بیکاری جوانان می‌تواند هم تهدیدی برای اقتصاد ایران باشد و هم فرصت، اما ما غالباً از زاویه تهدید به مسئله بیکاری جوانان و جمعیت همراه آنها نگاه کرده‌ایم. در عین حال دولت ایران ۷۰۰هزار میلیارد تومان بدهی دارد، در نتیجه یکی دیگر از چالش‌های مهم دولت بدهی‌های دولتی است. با توجه به میزان تولید ناخالص داخلی ایران می‌توان چنین نتیجه گرفت که حدود ۶۰درصد تولید ناخالص داخلی

سال ۹۷ سال سختی است. خیلی‌ها این نکته را در سخنرانی‌ها و تحلیل‌هایشان اعلام کرده‌اند. اما سؤال اینجاست که آیا در این سال سخت، اهداف برنامه ششم تحقق پیدا خواهد کرد؟ اصلاً مشکل اصلی اقتصاد امروز ایران چیست؟ اصلاحات اقتصادی از کجا باید آغاز شود؟ از مبارزه با فساد یا مقابله با سیاست‌های پوپولیستی؟ در این مسیر آیا بازنشستگان در اولویت هستند یا جوانان تحصیل‌کرده بیکار؟ اینها سوالاتی است که خبرآنلاین با وحید شقایقی شهری و مهدی پازوکسی، دو اقتصاددان شناخته‌شده در میان گذاشت. در این میان، هر دو به اهمیت اصلاحات از جمله کلید بخورد و راه بر بازگشت پوپولیست‌ها بسته شود. در مقابل، وحید شقایقی شهری معتقد بود که شناخت ابعاد چالش‌هاست که می‌تواند اولویت‌بندی را در پی داشته باشد و تا زمانی که اولویت‌بندی دقیقی در این حوزه صورت نگیرد، کاری از پیش نمی‌رود.

در پایان، هر دو اقتصاددان موافق بودند که اصلاحات اقتصادی از توان دولت‌ها خارج است و مجموعه حکومت لازم است در این زمینه دست به کار شود. در ادامه گزارش، مشروع مناظره وحید شقایقی شهری و مهدی پازوکسی در خبرآنلاین را می‌خوانید.

لوازم دستیابی به رشد اقتصادی و اهداف

پیش‌بینی شده سال ۹۷ **شقایقی:** پیش‌بینی وضعیت اقتصادی ایران در سال جاری بدون توجه به چالش‌های این اقتصاد و مشکلاتی که در سال‌های گذشته ایجاد شده اما امکان حل نیافته، ممکن نخواهد بود، البته اگر شما درباره چالش‌های اصلی اقتصاد ایران از کارشناسان اقتصاد نیز سؤال کنید می‌بینید که تفاهمی بر سر تعداد چالش‌ها و ماهیت آنها وجود ندارد اما اصل مسئله این است که باید بپرسیم تکلیف چالش‌های اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۷ چه خواهد شد چراکه بدون حل این معضلات و مشکلات نمی‌توانیم به توسعه در کشور امیدوار باشیم.

یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، چالش نظام بانکی است چراکه وضعیت بانکداری ایران دائماً در حال بدتر شدن است. بررسی‌ها هم نشان می‌دهد بین ۶۰ تا ۷۰درصد منابع بانکی ایران بلوکه شده است. از سوی دیگر بیش از ۱۰۰هزار میلیارد

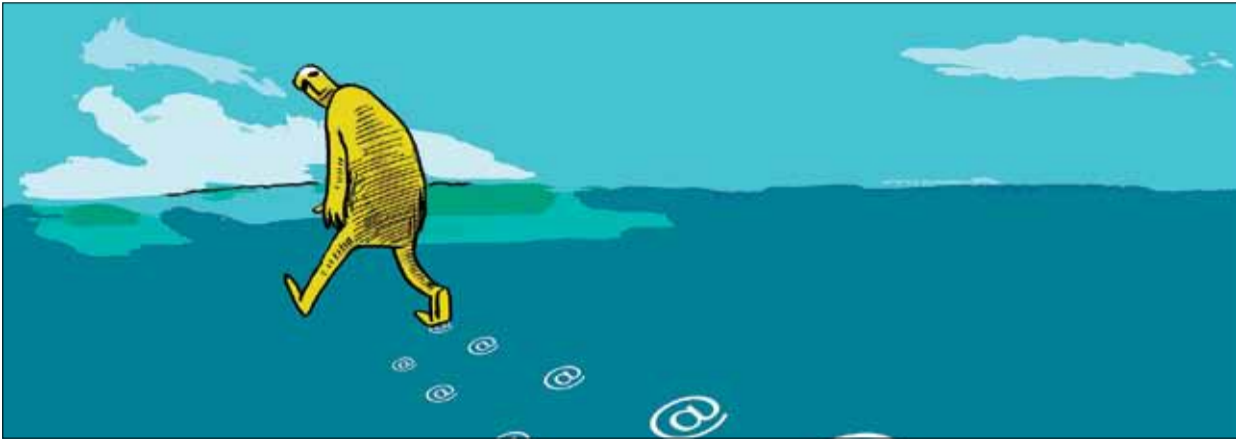
بازار

افزایش ۱۰ درصدی قیمت‌ها
بازار موبایل در شوک نوسانات ارزی

مشاهدات از بازار گوشی‌های تلفن همراه نشان می‌دهد فروشندگان به بهانه افزایش قیمت دلار در هفته‌های گذشته، قیمت برندهای مختلف گوشی تلفن همراه را ۱۰ تا ۱۵ درصد افزایش داده‌اند، این در حالی است که با توجه به تأمین دلار ۴۲۰۰ تومانی برای واردکنندگان، هیچ‌کس حق افزایش قیمت را ندارد. به گزارش ایسنا، جدا از طرح رجیستری که البته هنوز به صورت کامل اجرایی نشده است، مسئله مهم دیگری که بازار موبایل را دستخوش تغییراتی کرده است، مربوط به نوسانات ارز و قیمت دلار می‌شود. معمولاً بعد از نوسانات ارزی بازارهای وارداتی خیلی سریع تأثیر می‌پذیرند و این تأثیر را در قالب افزایش قیمت نشان می‌دهند؛ هرچند کالاهای موجود در بازار برای پیش از افزایش قیمت دلار است و اجناس جدید هنوز ثبت سفارش نشده‌اند، اما با این حال اجناس موجود در بازار به ویژه اجناس وارداتی با افزایش قیمت روبه‌رو می‌شوند. قیمت دلار در حدود ۱۰ روز پیش با جهش بی‌سابقه‌ای روبه‌رو شد و از مرز ۶۰۰۰ تومان عبور کرد که با تصمیم دولت، نرخ آن ۴۲۰۰ تومان و تک‌رقمی اعلام شد، اما همان افزایش قیمت مقطعی کافی بود تا عده‌ای سودجو افزایش قیمت‌ها را در بازار اعمال کنند و به بهانه دلار اجناس وارداتی یا غیروارداتی را گران‌تر بفروشند. این در حالی است که مسئولان مربوطه اظهار کرده‌اند که هرگونه افزایش قیمت به بهانه بالا رفتن قیمت ارز پذیرفتنی و قابل توجیه نیست، اما مشاهدات قیمت‌ها در بازار گوشی‌های تلفن همراه نشان می‌دهد که بعضی از برندها از جمله سامسونگ، ال جی و هوآوی با افزایش قیمت ۱۰ تا ۱۵ درصدی همراه شده‌اند. گوشی‌های موبایل سامسونگ نیز از حدود ۵۰۰ هزار تومان در بازار موجود هستند و تا بیش از ۴ میلیون تومان هم مدل‌هایی دارند که به فروش می‌رسد. مدلی از گوشی سامسونگ که یک میلیون تومان قیمت داشت به حدود یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان رسیده است. گوشی موبایل ال جی از دیگر برندهای شناخته‌شده بازار است که از حدود ۶۰۰ هزار تومان در بازار قیمت دارد و تا حدود ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان مدل‌هایی برای فروش دارد. گوشی هوآوی نیز رنج قیمتی از ۷۰۰ هزار تومان تا ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در بازار دارد. این برند هم با تغییر قیمت همراه شده است و به‌طور نمونه مدلی از آن که یک میلیون تومان قیمت داشته به یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسیده است. گوشی آچ تی سی نیز رنج قیمتی از ۶۰۰ هزار تومان تا بیش از ۲ میلیون تومان در بازار موبایل دارد که با درصد کمتری افزایش قیمت پیدا کرده است. در حال حاضر گوشی اپل که یکی از برندهای پرطرفدار در بازار موبایل است، رنج قیمتی از یک میلیون و ۵۰۰ هزار تا بیش از ۶ میلیون تومان دارد و بررسی‌ها نشان می‌دهد که این برند افزایش قیمت چندانی پیدا نکرده است. در این میان در زمینه رجیستری و تأثیر آن در بازار باید یادآور شد که زمستان گذشته سرانجام پس از کش و قوس‌های فراوان طرح رجیستری یا همان سامانه شناسه‌دار کردن گوشی‌های تلفن همراه در برنامه مشترک از سوی وزارت ارتباطات، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و وزارت صنعت، معدن و تجارت اجرایی شد؛ طرحی که دست‌کم از شروع آن تا اجرا دو سال زمان برد. در واقع این طرح قرار بود زودتر از اینها به مرحله اجرا برسد اما آمدان‌نشدن بسترها و الزامات فنی آن سبب شد که اجرای آن به تأخیر بیفتد. براساس آنچه ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز اعلام کرده است گوشی‌های تلفن همراه از جمله کالاهایی است که بیشترین حجم قاچاق را به خود اختصاص داده است و آمارها حاکی از آن است که بیش از ۹۰ درصد گوشی‌های موبایل در بازار قاچاق هستند. در مقطعی که رجیستری اجرا شد برخی نشانه‌ها حاکی از آن بود که برخی از گوشی‌های موبایل بین ۱۰ تا ۲۰ درصد افزایش قیمت پیدا کرده‌اند، اما این موضوع مورد تأیید مسئولان قرار نگرفت.

عضو کمیسیون حقوقی و قضایی مجلس از فیلترینگ تلگرام در اوایل اردیبهشت خبر داد

سایه فیلترینگ بر سر تلگرام



فرصت امروز: گمانه‌زنی‌ها درباره فیلترینگ تلگرام بالا گرفته است. از یک سو، مسئولان هر بار از زمان‌سنجی برای فیلترینگ تلگرام خبر می‌دهند و از سوی دیگر، موسس تلگرام چندی پیش در توییتهای غیرقابل فیلتر بودن این پیام‌رسان در آینده‌ای نزدیک خبر داده است. اما همه‌چیز از صحبت‌های علاءالدین بروجردی، رئیس کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی در ابتدای امسال شروع شد که گفت ممکن است تعداد مشترکین سروش ۳ میلیون باشد و تعداد مشترکین تلگرام ۴۰ میلیون نفر، اما این تعداد سرریز می‌شوند و وقتی تلگرام از مدار خارج شد، مردم به یک سامانه ملی روی می‌آورند. او این را هم گفت که در رابطه با نگرانی‌هایی که رسانه‌های بیگانه بیشتر به آن دامن می‌زنند که سامانه‌های داخلی ایمن نیست یا مسائلی از این دست، به لحاظ بسترسازی فنی و سالم‌بودن محیط آن، کار گسترده‌ای دارد صورت می‌گیرد.

همچنین سیدابولحسن فیروزآبادی، دبیر شورای عالی فضای مجازی در آخرین اظهار نظر خود با بیان اینکه شهروندان حق دارند از هر پیام‌رسانی استفاده کنند، به شرط اینکه تابع قوانین کشور باشد، گفت: فعلاً تصمیمی در رابطه با انسداد تلگرام اتخاذ نشده، اما هر آن ممکن است شرایطی برای انسداد تلگرام پیش بیاید. در عین حال، ابوالفضل ابوترابی در توضیح جلسه روز سه‌شنبه فراکسیون نمایندگان ولایی با دبیر شورای عالی فضای مجازی از فیلترینگ تلگرام در اوایل اردیبهشت خبر داد و گفت: اگر اینستاگرام و واتس‌آپ نیز قوانین کشور را نپذیرند به مرور بسته خواهند شد.

این در حالی است که با افزایش حساسیت‌ها نسبت به فعالیت تلگرام در ایران و همچنین فیلتر شدن آن در روسیه، پاول دوروف، موسس تلگرام با انتشار توییتی به این مسئله واکنش نشان داد و از غیرقابل فیلتر شدن تلگرام با استفاده از فناوری بلاک‌چین خبر داد؛ نوعی فناوری که به گفته موسس تلگرام باعث می‌شود این پیام‌رسان همیشه از دسترس فیلترینگ دور بماند؛ موضوعی که البته پاول دوروف در اواخر دی‌ماه وعده آن را داده بود، اما عملی نشد. اما او حالا در توییت تازه‌اش

ادامه دهد ولی تلگرام این موضوع را نپذیرفت. اگر در ادامه راه، تلگرام یا بقیه پیام‌رسان‌های خارجی حاضر به پایبندی به قوانین ما باشند، می‌توانند فعالیت‌شان را ادامه دهند. بر این اساس طبق شنیده‌ها در آینده نزدیک و احتمالاً اوایل اردیبهشت تمامی پیام‌رسان‌های خارجی و در وهله اول تلگرام در صورت عدم پذیرش قوانین کشورمان بسته می‌شوند.

این عضو کمیسیون حقوقی و قضایی مجلس با تأکید بر اینکه بنایی بر فیلتر وجود ندارد، اظهار کرد: ما نمی‌خواهیم آزادی‌چهرمی همچون اینستاگرام را از راه گزارش وزارت ارتباطات درخصوص رفع فیلتر توییت به مرکز ملی اطلاعات خبر داد.

تلگرام اوایل اردیبهشت بسته می‌شود؟ اما ابوالفضل ابوترابی در توضیح جلسه روز سه‌شنبه فراکسیون نمایندگان ولایی با حضور دبیر شورای عالی فضای مجازی، رعایت قوانین کشورمان است. به همین دلیل برنامه زمان‌بندی وجود دارد تا بعد از تلگرام سایر پیام‌رسان‌ها همچون اینستاگرام و واتس‌آپ در صورت عدم پایبندی به قوانین ایران به مرور زمان بسته شوند.

ابوترابی در عین حال با اشاره به افزایش ظرفیت پیام‌رسان‌های داخلی گفت: از دی‌ماه تاکنون ظرفیت پیام‌رسان‌های داخلی ۱۰ برابر افزایش پیدا کرده، پنج پیام‌رسان داخلی یعنی گپ، بله، اپتا،

این عضو هیأت‌رئیس فراکسیون ولایی ادامه داد: در دنیا، فضای مجازی براساس قوانین کشورها اداره می‌شود و حتماً باید مجوز بگیرند. بسیاری از کشورها همچون کره‌جنوبی، مالزی، روسیه، انگلیس و فرانسه با فضای مجازی مخرب برخورد کرده‌اند.

او با اشاره به احضار مدیر فیس‌بوک به کناره آمریکا گفت: دنیا اجازه نمی‌دهد که فضای مجازی پله و رها باشد. ما نیز طبق تجربه دنیا بر این موضوع تأکید داریم که باید فضای مجازی در کشورمان حساب‌شده با مجوز و تحت قوانین جمهوری اسلامی باشد.

ابوترابی تأکید کرد: بر این اساس اگر پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی حاضر به رعایت قوانین ایران باشند، می‌توانند فعالیت داشته باشند بر همین اساس حدود چهار پیام‌رسان خارجی برای فعالیت منطبق با قوانین کشورمان اعلام آمادگی کرده‌اند.

وی یادآور شد: بارها به تلگرام پیشنهاد دادیم که فعالیتش را ذیل قوانین ایران

یادداشت

مدیریت‌ها چگونه بهینه می‌شود؟

ابراهیم بهادرانی
مشاور عالی رئیس اتاق تهران

عده‌ای تصور می‌کنند اقتصاد بدون نفت یعنی اینکه نفت را از اقتصاد باید کنار گذاشت. حال آنکه برای اقتصاد با مشخصات اقتصاد ایران باید از پتانسیل نفت برای ایجاد ارزش افزوده، در بخش‌های دیگر سرمایه‌گذاری و راه انداختن بقیه بخش‌ها استفاده کرد. بهترین راه این است که جای صادر کردن نفت خام و بعد وارد کردن محصولات آن به کشور، همانگونه که در بخش پتروشیمی و صنایع مربوطه اقدام شده است، نفت خام را در صنایع بالادستی و پایین‌دستی به کار گرفت و با ایجاد ارزش افزوده برای کشور، هم وابستگی به نفت را کاهش داد و هم آن را پایه‌ای برای رشد سایر بخش‌ها قرار داد. یعنی به جای صدور نفت خام باید سرمایه‌گذاری و ایجاد ارزش افزوده کرده و تا حد امکان کالاهای نهایی را صادر کرد.

سوال این است که چگونه این سیاست‌ها تغییر می‌کند؟ یک راه آن سهیم کردن کارگران در سهام شرکت‌هاست. یکی از آثار مثبت این راه‌حل این است که این احساس در کارگر به وجود می‌آید که این مال متعلق به او هم هست تا او هم به بهترین نحو ممکن با آن برخورد کند. مسئله بعدی نوع مدیریت ماست. نوع مدیریتی که در حال حاضر اعمال می‌شود همین نتیجه را خواهد داشت. ما از پتانسیل‌ها و امکانات خود استفاده بهینه نمی‌کنیم، مثلاً در ترکیه ۱۴۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی و در ایران ۴۰ میلیارد دلار می‌شود. این تفاوت به نوع مدیریت ما برمی‌گردد، وقتی نوع مدیریت و سیاست‌گذاری ما به گونه‌ای است که سرمایه افرادی که می‌خواهند به ایران بیایند امنیت ندارد و سیاست‌گذاری‌های مان برای او نوسان ایجاد می‌کند.

از سویی فضای کسب‌وکار در کشور ما در بین ۱۸۰ کشور دنیا در رده ۱۴۰-۱۳۰ قرار دارد. طبیعی است که سرمایه‌گذاران به ایران نمی‌آیند. مرحوم دکتر فرهنگ، رئیس اسبق انجمن اقتصاددانان ایران همیشه می‌گفتند که «سرمایه‌گذار مانند کبوتر است، هر کجا دانه ببیند می‌نشیند و با کوچک‌ترین صدا به پرواز درمی‌آید». واقعاً هم همین است. اگر ما بخواهیم از امکانات کشور به درستی استفاده کنیم باید ابتدا کلیه امور را سامان بدهیم.

با تعرفه‌های جدید آسیاتک بی نهایت داندل‌لود کن...

رهایی از محدودیت ترافیک

۱۵۴۴
asiatech.ir

اینترنِت یک، آسیاتک

دارای مجوز FCP به شماره ۱۹-۹۴-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

آگهی تجدید مناقصه عمومی

شهرداری تاکستان در نظر دارد به استناد بند ۱ مصوبه شماره ۲۹ شورای اسلامی شهر به شماره نامه ۹۶/۵۱۵ مورخه ۹۶/۱/۲۴ اجرای پروژه مشروحه ذیل را از طریق تجدید مناقصه عمومی به صورت دو مرحله‌ای به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

- ۱- موضوع مناقصه: پروژه پیاده‌روسازی خیابان امام شهر تاکستان با برآورد اولیه ۱۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال مبنای برآورد فهرست بهاء ابنیه، تاسیسات برقی و آبیاری تحت فشار سال ۱۳۹۶
- ۲- شرایط متقاضی: ارائه رتبه معتبر و مورد تأیید با صلاحیت در رشته ابنیه: تاسیسات برقی و آبیاری تحت فشار و امکانات و تجهیزات و ماشین‌آلات مربوط به اجرای پروژه (حداقل رتبه ۴ در رشته ابنیه، تاسیسات برقی و آبیاری تحت فشار)
- ۳- مبلغ و نوع سپرده در مناقصه: مبلغ ۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت ضمانت‌نامه بانکی و یا واریز به حساب شماره ۰۱۰۶۰۵۹۴۵۸۰۰۹
- ۴- مهلت دریافت اسناد مناقصه: از پنج‌شنبه مورخه ۹۷/۰۱/۳۰
- ۵- مهلت تحویل اسناد مناقصه: حداکثر تا ساعت ۱۴/۳۰ روز چهارشنبه مورخ ۹۷/۰۲/۱۹
- ۶- تاریخ بازگشایی پاکت: روز پنجشنبه مورخ ۹۷/۰۲/۲۰ ساعت ۱۰/۳۰ در دفتر شهردار تاکستان
- ۷- هزینه نشر آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
- ۸- برندگان اول و دوم و سوم مناقصه هر گاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.
- ۹- محل دریافت اسناد مناقصه: تاکستان خیابان امام خمینی شهرداری تاکستان واحد قراردادهای شماره تلفن ۰۲۸-۳۵۲۳-۲۰۱
- ۱۰- سایر اطلاعات مربوط به مناقصه در اسناد مناقصه درج گردیده است.
- ۱۱- شهرداری دررد یا قبول پیشنهادات مختار است.

روابط عمومی شهرداری تاکستان
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱/۲۳

عملکرد ارزی بانک مرکزی در بوته نقد یک اقتصاددان

تبعات اقتصاد جزیره‌ای



فرصت امروز: در حالی انتقادها به عملکرد ارزی بانک مرکزی بالا گرفته است که چندی پیش ۶۳ نماینده مجلس در تذکری به رئیس‌جمهور خواستار برکناری رئیس کل بانک مرکزی شدند و همچنین رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس روز یکشنبه در نشست هیأت نمایندگان اتاق ایران با اشاره به پایان دوره پنج‌ساله ریاست ولی‌الله سیف بر بانک مرکزی، خواستار تغییر و جابه‌جایی او شد و گفت که اگر فردی توان اداره بانک مرکزی را ندارد، بهتر است کنار برود؛ نکته‌ای که حالا سیف در واکنش به گفته محمدرضا پورابراهیمی عنوان کرده که از آن استقبال می‌کند.

این در حالی است که یک هفته از جلسه اضطراری ستاد اقتصادی دولت با حضور رئیس‌جمهور و اجرای سیاست ارز تک‌نرخ می‌گذرد و بانک مرکزی نیز تاکنون ۱۱ اطلاعیه درباره سیاست‌های جدید ارزی صادر کرده است. در این میان، تحلیل‌های متفاوتی از آنچه در بازار ارز در طول روزها و هفته‌های اخیر گذشت، صورت گرفته و برخی معتقدند که سیاست‌های جدید ارزی دولت مستقیماً در سطوح بالا اتخاذ شده و سیاستگذار پولی به دلیل نتیجه‌نگرفتن از نسخه‌های پیشین برای ساماندهی بازار ارز، مجبور شده کار تخصصی خود را به نهادهای سیاسی، امنیتی و انتظامی بسپارد تا بازار از این طریق ساماندهی شود. چنانچه رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس با اشاره به توضیحات مقامات بانک مرکزی در جلسه روز دوشنبه این کمیسیون گفته است که «نان اطلاع دقیقی از برنامه‌های دولت برای مدیریت بازار ارز ندارند و تصمیم اصلی در این زمینه در نهاد ریاست‌جمهوری گرفته می‌شود».

حالا رئیس کل بانک مرکزی درخصوص اظهارنظر رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس مبنی بر تغییر وی از سوی رئیس‌جمهور گفته است که شخصاً از پیشنهاد آقای پورابراهیمی استقبال می‌کند.

ولی‌الله سیف در گفت‌وگو با مهر، درباره اظهارنظر رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی مبنی بر تغییر وی توسط دولت، گفت: شخصاً از پیشنهاد آقای پورابراهیمی استقبال می‌کنم و از اینکه جناب آقای رئیس‌جمهور، فرد شایسته‌ای را برای اداره بانک مرکزی انتخاب و منصوب کنند،

استقبال می‌کنم؛ البته این حق طبیعی و اختیار قانونی ایشان است، اما از وی سوال می‌کنم شما که اقتصاد خوانده و کارشناس اقتصادی هستید، آیا معنا و مفهوم استقلال بانک مرکزی با این‌گونه اظهارنظرها و درخواست‌ها سازگار است؟

پست‌ترین نوع سرمایه‌گذاری برای رشد اقتصادی

اما جدا از عملکرد ارزی بانک مرکزی، نکته‌ای که بسیاری از اقتصاددانان درباره آن اتفاق نظر دارند، خلأ یک سیاست روشن اقتصادی از سوی دولت است که در رأس این سیاست اقتصادی، سیاست ارزی ایستاده است. در همین زمینه، حیدر مستخدمین‌حسینی معتقد است که دولت متأسفانه در حوزه اقتصادی به‌صورت جزیره‌ای عمل می‌کند و یک برنامه مدونی که بتواند تضمین‌کننده اشتغال و افزایش تولید ناخالص داخلی باشد، وجود ندارد.

او در گفت‌وگو با ایلنا، با اشاره به التهاب اخیر بازار ارز و با بیان اینکه بخش عمده‌ای از دلارها نزد مردم است، گفت: هم‌اکنون بخش عمده‌ای از دلارها نزد مردم است که هیچ‌کدام در چرخه اقتصادی نیست و علت آن، این است که دولت یک برنامه منسجم در حوزه اقتصادی ندارد. این منابع به سمت خرید

سکه و طلا رفته است که یکی از پست‌ترین نوع سرمایه‌گذاری برای رفاه جامعه و رشد اقتصادی کشور است.

مستخدمین‌حسینی ادامه داد: اگر سابقه چند سال اخیر را نگاه کنیم، می‌بینیم که هر سال از میزان سرمایه‌گذاری‌ها کاسته شده و یکی از دلایل اصلی این کاهش سرمایه‌گذاری‌ها نداشتن یک سیاست روشن اقتصادی است که در رأس این سیاست اقتصادی سیاست ارزی را می‌توان عنوان کرد. این اقتصاددان افزود: اگر وضعیت ارز از یک سیاست پائین‌برخوردار نباشد و تصمیم‌گیرندگان اقتصادی به یک باور جمعی برسند که نرخ ارز یک نرخ دستکاری‌شده است آن زمان تصمیم خود را می‌گیرند که نرخ ارز دستخوش دستکاری نهاد دولت است و آن زمان برای اعمال سرمایه‌گذاری‌شان در کشور تردید به خرج می‌دهند.

وی گفت: دولت روحانی از روزی که روی کار آمد نوید و مزده یکسان‌سازی نرخ ارز را داد و بانک مرکزی هم مرتب اعلام می‌کرد که تا سه یا شش ماه آینده و یا حتی تا یک سال آینده این اتفاق می‌افتد، اما این ماجرا ادامه پیدا کرد و هنوز هم با وجود اعلام معاون اول رئیس‌جمهور ارز تک‌نرخ‌نشده است و بازار مقاومت می‌کند.

هرج و مرج ارزی دور از انتظار نبود

به گفته مستخدمین‌حسینی، زمانی که حوزه تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری متغیرهای اقتصادی و سرمایه‌گذاری چنین تصویر روشنی را به جامعه نمی‌دهد این انتظار می‌رود که با یک هرج و مرج ارزی مواجه شویم. این اثر می‌توانست برای حوزه‌های دیگر نیز تأثیرگذار باشد. او ادامه داد: تیم اقتصادی دولت یازدهم در ابتدا به اشتباه وضعیت را خروج از رکود قلمداد می‌کرد این در حالی است که در سطح اجتماعی و جامعه به گونه دیگری این موضوع مطرح شد. ما هنوز به وضعیت سال ۹۰ دست پیدا نکرده‌ایم و این موضوع را نمی‌توان عنوان کرد که ما به خروج از رکود دست یافته‌ایم، زیرا رکود همچنان وجود دارد و یکی از معضلاتی است که باید برای آن فکری اساسی کرد. وی با اشاره به بحث نوسانات عجیب نرخ ارز نیز افزود: افزایش بهای دلار نیز به این امر دامن زده؛ به گونه‌ای که امروز سرمایه‌گذاری‌ها و پس‌اندازهای جامعه به سمت و سوی خرید ارز خارجی یا حتی طلا و سکه به عنوان یک پس‌انداز حرکت می‌کند.

این اقتصاددان با بیان اینکه سیاست‌های کنونی، دارایی‌ها را حبس کرده است، گفت: سیاست‌های کنونی به سوی سرمایه‌گذاری و رفاه جامعه حرکت نمی‌کند و وجوه و منابع

جامعه برای ایجاد اشتغال و رشد تولید و بحث افزایش صادرات غیرنفتی سوق پیدا نمی‌کند و به سمت دارایی‌هایی حرکت می‌کند که هیچ‌گونه بازدهی نداشته و تنها حبس شده‌اند. وی با اشاره به خروج سرمایه در سال ۹۶ افزود: اخیراً صندوق بین‌المللی پول این نرخ را حدود ۲۷ میلیارد دلار اعلام کرده و رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس هم این موضوع را به گونه دیگری عنوان کرده است.

نرخ ارز همیشه باید از چارچوب علم اقتصاد تبعیت کند

این اقتصاددان با تأکید بر اینکه نرخ ارز همیشه باید از چارچوب علم اقتصاد تبعیت کند، افزود: دولت ساز و کار علم اقتصاد ما را در کجا می‌تواند ببیند؟ آیا در چارچوب یک کشور توسعه‌یافته می‌بندد یا در چارچوب یک کشور توسعه‌نیافته؟ دولت کدام مکانیزم درست را برای پیشبرد کانون‌های اقتصادی کشور در نظر دارد؟ در علم اقتصاد گفته می‌شود سیاست‌های بانک مرکزی باید از چارچوب علم اقتصاد تبعیت کند. وی تصریح کرد: امروز شاهد آنیم که سیاست‌های بانک مرکزی که یکی از آن سیاست‌ها سیاست ارزی است برهم‌زننده ثبات اقتصادی و تعادلی است که در اقتصاد وجود دارد و به‌جای آنکه نقش آرام‌کننده و تعدیل‌کننده به ارز را بدهد عکس آن عمل می‌کند. مستخدمین‌حسینی گفت: سیاست‌های پولی از تعیین نرخ سود بانکی تا انتشار گواهی سپرده، برای سال ۹۷ به سمت زیاندهی بیشتر بوده و بار سنگینی را به همراه داشته است.

نرخ سود بانکی ۱۵ درصدی را مردم پذیرفته‌اند

وی ادامه داد: نرخ سود بانکی ۱۵ درصدی را مردم پذیرفته‌اند، اما با انتشار گواهی سپرده حدود ۴۸۰ هزار میلیارد تومان جابه‌جایی در میزان سپرده‌ها رقم خورد که هزینه بالایی را برای همه بانک‌ها به همراه داشت، در حال حاضر سیاست بسیار غلطی پیش گرفته شده که اقتصاد را به بحران نزدیک کرده است و این مسئولیت را به بانک مرکزی می‌دهد که برهم‌زننده تعادل به جای تعادل‌بخشی باشد. این اقتصاددان در پایان گفت: تا زمانی که دولت نگاهش را تغییر ندهد تیم اقتصادی با این ترکیب نمی‌تواند ادامه دهد. بانک مرکزی و وزارت اقتصاد و مشاوران اقتصادی دولت فاقد این بینش هستند تا مشکلات اقتصادی را حل کنند.

نرخنامه

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۷۳۹,۱۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۷۰,۶۰۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۷۸۴,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۸۵۶,۰۰۰	▼
نیم سکه	۹۱۱,۰۰۰	▲
ربع سکه	۵۸۰,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۳۵۷,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (بوسان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۲۰۰	
یورو اروپا	۵,۱۶۵	
پوند انگلیس	۷,۸۰۰	
درهم امارات	۱,۴۹۰	

بانک‌نامه

بانک مرکزی اعلام کرد

فعالیت موسسه خاتم‌الانبیاء قائمشهر در سراسر کشور غیرقانونی است

بانک مرکزی اعلام کرد موسسه قرض‌الحسنه خاتم‌الانبیاء قائمشهر هیچ‌گونه مجوزی از بانک مرکزی ندارد و فعالیت آن در سراسر کشور غیرقانونی است.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، پیرو اطلاعیه‌های سال گذشته درباره اعلام فعالیت غیرقانونی موسسه قرض‌الحسنه خاتم‌الانبیاء قائمشهر، براساس اطلاعات واصله متأسفانه این موسسه کماکان با عنوان صندوق قرض‌الحسنه خاتم‌الانبیاء قائمشهر به فعالیت ادامه می‌دهد.

بدین‌وسیله ضمن تأکید مجدد بر فعالیت غیرقانونی تمامی واحدها و شعب منتسب به موسسه (صندوق) قرض‌الحسنه خاتم‌الانبیاء قائمشهر به شماره ثبت ۵۶ در سراسر کشور، به اطلاع هموطنان گرامی می‌رساند این موسسه (صندوق) به صورت غیرقانونی اقدام به صدور و انتشار برگه گواهی سپرده سرمایه‌گذاری، برگه گواهی بازپرداخت وجوه و ضمانتنامه بانکی همراه با درج عبارت جعلی «تحت نظارت بانک مرکزی» کرده است که این اوراق فاقد هرگونه اعتبار و وجاهت قانونی بوده و مغایر با قوانین و مقررات است.

آگهی مجدد ارزیابی کیفی مناقصه عمومی

دومرحله ای شماره ۹۶/۰۸۰/۴۴۵ نوبت اول

خدمات مشاوره مربوط به ارتقاء و بهینه سازی سیستم کنترل توربین های ورکسپور تلمبه خانه گوره الف

شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران در نظر دارد انجام پروژه فوق را طبق شرح کار تدوین شده پس از ارزیابی کیفی از طریق مناقصه به شرکت مشاور واجد شرایط واگذار نماید.

نام و نشانی مناقصه گزار و تلفنهای تماسی: شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران تلفن پاسخگویی: ۰۷۴-۳۲۲۲۰۵۵۲ و ۰۷۴-۳۱۹۱۲۴۷۲۰

شرح مختصر خدمات: شرح کار شامل: خدمات مشاوره مربوط به ارتقاء و بهینه سازی سیستم کنترل توربین های ورکسپور تلمبه خانه گوره الف

نوع مناقصه: عمومی دومرحله ای

محل اجرای خدمات ومدت انجام خدمات: محل انجام پروژه در منطقه گچساران(تلمبه خانه گوره) و مدت اجرای قرارداد از تاریخ ابلاغ شروع به کار توسط کارفرما ۶ ماه می باشد.

حداقل امتیاز ارزیابی کیفی جهت شرکت در مناقصه ارزیابی کیفی ۷۰ امتیاز

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ضمانت نامه بانکی شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ ۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

چگونگی دریافت استعلام ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه: مناقصه گران می توانند حداکثر ظرف مدت ۱۴ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم با مراجعه به نشانی اینترنتی زیرپوشه ارزیابی کیفی مناقصه مذکور را دریافت و طی زمان تعیین شده نسبت به تحویل فرم ارزیابی کیفی تکمیل شده به همراه مستندات مربوطه به آدرس ذیل اقدام نمایند. ضمناً پوشه اسناد مناقصه نیز از طریق همین آدرس (پس از ارسال دعوتنامه شرکت در مناقصه به نشانی /نمابر ارائه شده توسط مشاورین) قابل دریافت خواهد بود.

WWW.GSOGPC.NISOC.IR

محل و زمان تحویل استعلام ارزیابی کیفی: آخرین مهلت ارائه استعلام ارزیابی کیفی و مستندات مربوطه روز چهارشنبه تاریخ ۹۷/۲/۲۶ تا ساعت ۱۴ بعداز ظهر به دفتر دبیر هیات انتخاب مشاور واقع در اتاق ۷ امور حقوقی و قراردادهای شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران میباشد. ضمناً ارائه فرم ارزیابی و پیوستهای مربوطه در پاکت مهر و موم شده الزامی است.

صندوق پستی: ۱۹۱ کد ۷۵۸۱۸۷۳۸۴۹ تلفن پاسخگویی: ۰۷۴-۳۱۹۱۲۴۷۲۰ و نمابر: ۰۷۴-۳۲۲۲۰۲۱۷

شرایط مناقصه گران متقاضی:

-دارا بودن رتبه مشاوره متناسب با موضوع پروژه فوق از معاونت برنامه ریزی ریاست جمهوری، اعتبار صلاحیت مشاور از سامانه ساجات استعلام خواهد شد.

-داشتن سابقه کار مفید و مرتبط با خدمات موضوع مشاوره

-تهیه تضمین انجام تعهدات (در صورت برنده شدن) به میزان ۱۰ درصد بار مالی پیمان براساس نرخ پیشنهادی

-ارائه فرم ارزیابی تکمیل شده به همراه با مدارک برابر اصل شده مشروحه ذیل:

تصویر مدارک ثبتی شرکت و آخرین تغییرات مربوط به صاحبان مجاز امضا.

فهرست سوابق کاری معتبر و مرتبط با موضوع مشاوره (با ذکر مبلغ پیمانهای منعقد به همراه تصویر پیمانهای مربوطه)

- تصویر مصدق رتبه بندی پشت و رو و کد اقتصادی و شناسه ملی

-تأکید می گردد ارائه مدارک مزبور هیچگونه حقی را جهت شرکت در مناقصه ایجاد نخواهد کرد، ضمناً گشایش پاکت مالی مناقصه گران منوط به کمال بودن فرم ارزیابی کیفی و مدارک الصاقی و همچنین کسب امتیاز لازم در ارزیابی کیفی می باشد.

- زمان برگزاری جلسه توجیهی پیش از اعلام نرخ، زمان تحویل و گشایش پاکت فنی و مالی متعاقباً به مناقصه گرانی که امتیاز لازم در ارزیابی کیفی را کسب نموده باشد، اعلام خواهد شد.

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۲۶۲

امور حقوقی و قراردادهای شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران

تلفن: ۰۷۴-۳۲۲۲۰۲۱۷
تلفن انتشار نوبت دوم: ۰۷۴-۳۲۲۲۰۲۱۷

آگهی مناقصه عمومی

شهرداری سرپل ذهاب

شهرداری سرپل ذهاب در نظر دارد به استناد مصوبه شماره ۱۱/ش اس مورخ ۹۶/۱۱/۸ شورای اسلامی شهر، نسبت به خرید تجهیزات یک دستگاه کارخانه سنگ شکن جهت تولید مصالح و ماسه با اعتبار ۸/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و با شرایط مندرج در اسناد مناقصه از شرکتهای واجد شرایط اقدام نماید. لذا از کلیه شرکتهای واجد شرایط دعوت بعمل می آید جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم به مدت ۱۰ روز کاری به واحد امور قراردادهای شهرداری سرپل ذهاب یا سایت شهرداری سرپل ذهاب به آدرس **www.sh-sarpolezahab.ir** (سامانه شهروندی) مراجعه نمایند و پیشنهاد کتبی خود را طبق مشخصات مندرج در فرم شرایط و اسناد مناقصه به همراه مبلغ ۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال سپرده شرکت در مناقصه بصورت ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه به حساب ۳۱۰۰۰۰۱۸۹۵۰۰۶ نزد بانک ملی شعبه مرکزی سرپل ذهاب به نام شهرداری در پاکت لاک مهر شده پس از ثبت دبیرخانه، تحویل حراست شهرداری نموده و رسید دریافت دارند.

بدیهی است شرکت در مناقصه از تاریخ نشر آگهی نوبت دوم به مدت ۱۰ روز کاری می باشد، شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است و به پیشنهادهای مخدوش، ناخوانا، دارای قلم خوردگی و لاک گرفتگی ترتیب اثر داده نخواهد شد. در صورت انصراف برندگان اول تا سوم مناقصه سپرده آنها به سود شهرداری ضبط می گردد.

آدرس: سرپل ذهاب، بلوار راه کربلا، خیابان شهید فاتح فر

شماره تماس: ۰۸۳۴۲۲۲۴۴۲

صابر حیدری - شهردار سرپل ذهاب

بین‌الملل



پوند به بالاترین سطح از زمان برگزیت رسید
عملکرد پرنوسان بورس‌های آسیا

هر چند پس از انتشار آمار اقتصادی چین بورس‌های آسیایی عملکردی پرنوسان داشتند، اما به دلیل تغییر تمرکز سرمایه‌گذاران از سوریه به سمت صورت‌های مالی شرکت‌ها، زیان‌ها محدود بود. به گزارش ایسنا به نقل از رویترز، همان گونه که انتظار می‌رفت بورس‌های اروپایی پس از روند صعودی شبانه‌وال استریت در سطح بالاتر بازگشایی شدند و شاخص «فوتسی ۱۰۰» انگلیس ۰.۱۵ درصد، شاخص «دکس» آلمان ۰.۳ درصد و شاخص «کک» فرانسه ۰.۳ درصد افزایش یافتند. تغییرات دلار اندک بود و پس از آن که مشخص شد حمله آمریکا، انگلیس و فرانسه به سوریه تداوم نخواهد داشت تمایل سرمایه‌گذاران به دارایی‌های امن‌تر نظیر اوراق قرضه ۱۰ ساله وزارت خزانه‌داری کاهش یافت. آمارهای رسمی منتشر شده از اقتصاد چین نیز نشان داد که اقتصاد این کشور در سه ماهه نخست امسال رشدی ۶.۸ درصدی داشته است که مشابه آمار سه‌ماهه چهارم سال قبل است. با این حال آمار جداگانه دیگری نشان داد که تولید صنعتی این کشور در ماه مارس پایین‌تر از انتظارات بوده و سرمایه‌گذاری در دارایی‌های ثابت کند شده است و این امر باعث کندتر شدن رشد بازارها شد. رابرت سایارمن، کارشناس اقتصادی ارشد بازارهای مالی آسیا به جز ژاپن در موسسه «امورا» گفت: اینجا دو داستان متفاوت داریم؛ یکی رویکرد عقب‌نشینی و یکی پیشروی، هر چند که اقتصاد چین به سرعت در حال متوازن‌تر شدن است و فاکتورهای رشد متنوع می‌شوند اما کاهش رشد در بخش‌هایی چون صنعت، سرمایه و مصرف از بخش‌های قدیمی‌تر اقتصادی چین هستند باعث کاهش تولیدات ماه مارس شده‌اند. شاخص بورس‌های منطقه آسیا-اقیانوسیه به جز ژاپن ۰.۱۵ درصد کاهش یافت، شاخص «کسی» کره جنوبی ۰.۱۵ درصد کاهش یافت و شاخص «هانگ سینگ» هنگ کنگ نسبتاً بدون تغییر باقی ماند. در چین شاخص «شانگهای کمپوزیت» ۰.۲۵ درصد کاهش یافت، شاخص «تیک کی» ۰.۲۲۵ بورس توکیو تغییری نکرد و بورس استرالیا به کمک افزایش در نمادهای معدنی، ۰.۳ درصد افزایش یافت. در معاملات دوشنبه، شاخص «داوجونز اینداستریال» ۰.۸۷ درصد و شاخص «اس‌اند‌پی ۵۰۰» ۰.۸ درصد افزایش یافتند که بیشترین افزایش‌ها در نمادهای تکنولوژی و بخش بهداشت و درمان بود. طبق نظرشنجی بنیاد «تامسون رویترز» انتظار می‌رود شرکت‌های اس‌اند‌پی ۵۰۰ در گزارش خود سودآوری ۱۸۶ درصدی را برای سه ماهه نخست سال اعلام کنند که بیشترین میزان سودآوری هفت سال اخیر محسوب می‌شود. شاخص دلار در برابر سیدی از ارزی مهم جهان نسبتاً بدون تغییر و در سطح ۸۹.۱۴۵ واحدی باقی ماند و پیرو در سطح ۱.۲۳۸۲ دلاری و هر دلار در سطح ۱۰۷۰.۵۵ ین باقی ماندند. با انتظار افزایش نرخ بهره توسط بانک مرکزی انگلیس در ماه مه، پوند به بالاترین سطح از زمان برگزیت رسید و هر پوند رقم ۱.۴۳۵۵ دلاری را به ثبت رساند. بسازده اوراق قرضه ۱۰ ساله وزارت خزانه‌داری آمریکا نیز پس از ثبت رکورد ۲.۸۶۵ درصد در نهایت به ۲.۸۳۴ درصد رسید.

اصلاح قیمت سهام برای جذب تقاضا

تقویت ۱۶ واحدی شاخص کل بورس



معامله‌گران بورس تهران روز سه‌شنبه شاهد حمایت حقوقی‌ها از سهام شرکت‌های پیشرو بودند، اما اصلاح قیمت‌های بازار منجر به جذابیت تقاضا به‌ویژه در گروه پالایشی‌ها، فلزات اساسی و معدنی‌ها شد. به گزارش فارس، شاخص کل قیمت و بازده نقدی بورس اوراق بهادار تهران (تدبیکس) در پایان معاملات روز گذشته با افزایش ۱۶ واحدی روی رقم ۹۵ هزار و ۵۲۲ واحد ایستاد. شاخص کل هم وزن اما با افزایش ۲۶ واحدی عدد ۱۶ هزار و ۶۹۱ واحد را به نمایش گذاشت. شاخص سهام آزاد شناور نیز با افزایش ۹۱ واحدی به رقم ۱۰۱ هزار و ۵۲۶ واحد دست یافت. شاخص بازار اول اما در حالی با افزایش ۱۴۴ واحدی به رقم ۶۷ هزار و ۵۶۳ واحد دست یافت که شاخص بازار دوم با کاهش ۶۵۶ واحدی عدد ۲۰۴ هزار و ۹۳۴ واحد را به نمایش گذاشت. روز سه‌شنبه همچنین شاخص کل فرابورس (آیفکس) نیز با افزایش دو واحدی روی رقم یک‌هزار و ۵۶ واحد ایستاد. بر اساس این گزارش، معاملات سهام

در نماد معاملاتی گل‌گهر با ۳۹ واحد، پتروشیمی پردیس با ۳۰ واحد و فولاد مبارکه با ۲۸ واحد افزایش بیشترین تأثیر مثبت را بر برآورد شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند. در مقابل، معاملات سهام در نماد معاملاتی شرکت‌های صنایع پتروشیمی جم با ۶۶ واحد، همراه اول با ۳۴ واحد و صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۱۲ واحد کاهش بیشترین تأثیر منفی را در محاسبه این نماگر به دوش کشیدند.

ارزش کل معاملات بورس تهران در حالی بیش از ۱۳۷ میلیارد تومان نمایش داده شد که ناشی از دست به دست شدن بیش از ۵۲۳ میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۳۸ هزار و ۱۵۹ نوبت داد و ستد بود.

طی این معاملات، نماد معاملاتی شرکت‌های صنایع لاستیکی سپهند، سرمایه‌گذاری ملی ایران، مدیریت صنعت شسوینده توسعه صنایع بهشهر، واسپاری ملت، پلی‌اکرین ایران، هنکل پاک‌وش، موتورسازان تراکتورسازی ایران و صنعتی بهشهر از سوی ناظر بازار

بیش از ۶ میلیون سهم به ارزش بیش از ۳ میلیارد تومان کد به کد شد. بر اساس این گزارش، بورس تهران در حالی ۲۸ میلیارد تومان کد به کد شد. بر اساس این گزارش، بورس تهران در حالی ۲۸ میلیارد تومان کد به کد شد. بر اساس این گزارش، بورس تهران در حالی ۲۸ میلیارد تومان کد به کد شد.

بورس کالا



عضو کمیسیون اقتصادی مجلس عنوان کرد
بورس کالا سکوی توسعه کسب‌وکار در سال ۹۷

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس همزمان با برگزاری دومین روز از نمایشگاه بورس، بانک و بیمه در گفت‌وگو با «کالاخبر»، عنوان کرد: بورس کالا در سال حمایت از کالای ایرانی و با توجه به ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کالاها می‌تواند به عنوان یک سکوی توسعه کسب و کار و رونق تولید ایرانی باشد.

به گزارش سنا، حسن حسینی‌شاهرودی افزود: مروری بر اثرات بورس کالا بر بازار کالای کشور به وضوح نشان می‌دهد این بورس یک نهاد ملی است. به گفته این نماینده مجلس، ایجاد شفافیت، نظم، پخشیدن به عرضه و معامله محصولات، حذف رانت‌های کلان از مبادله کالاها، فاصله‌گرفتن از قیمت‌گذاری دستوری و ایجاد رقابت و کوتاه‌شدن دست واسطه‌ها از جمله مزایای بورس کالا برای اقتصاد کشور بوده که در چند سال اخیر با طراحی ابزارهای مالی نوین نیز بورس کالا در مسیر بورس‌های توسعه‌یافته دنیا قدم برداشته است.

این عضو کمیسیون اقتصادی مجلس در ادامه اظهار داشت: نباید اعتمادسازی میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در بستر بورس کالا را دست‌کم گرفت. اینکه هر روز شمار زیادی عرضه‌کننده و خریدار در بورس کالا بدون وجود دغدغه از عدم تعهد طرفین و با قیمتی شفاف و رقابتی به معامله می‌پردازند، نوعی حمایت از کالای ایرانی به شمار می‌رود.

به گفته شاهرودی، البته اینکه هیچ بازاری کامل نیست و حتماً جای رشد و ارائه خدمات ویژه‌تر برای فعالان صنایع وجود دارد شکی نیست، اما موضوع اینجاست که طی سال‌های گذشته بورس کالا از رشد قابل قبولی برخوردار بوده و در سال حمایت از کالای ایرانی نیز می‌تواند به ابزار مهم دولت در راستای تحقق برنامه‌ها مبدل شود.

این نماینده مجلس ادامه داد: در بورس کالا تمامی گروه‌های تولیدکننده می‌توانند مشارکت داشته باشند و برای آنها معنی وجود ندارد تا محصول خود را در این بازار عرضه کنند؛ مشروط بر اینکه کالای تولیدی آنها استانداردهای مناسب جهت پذیرش و عرضه در بورس را داشته باشد.

این عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با بیان اینکه حمایت از کالای ایرانی باید از خود دولت آغاز شود، عنوان کرد: در سال حمایت از کالای ایرانی، تمام شرکت‌های دولتی باید موظف شوند تولیدات خود را از طریق بورس کالا عرضه کنند که امیدواریم این امر در سال جدید محقق شود تا این شرکت‌ها مواد اولیه مصرفی را از طریق بورس تهیه کرده و تولیدات خود را نیز از طریق بورس عرضه کنند.

تجدید آگهی مناقصه همراه با ارزیابی کیفی به صورت یک مرحله‌ای (به روش نیمه فشرده) نوبت دوم

شرح مختصر کار: **شرکت ملی حفاری ایران** به نشانی اهواز- بلوار پاسداران بالاتر از میدان فرودگاه در نظر دارد قطعات یدکی کاتر پیلاژ مورد نیاز خود را از شرکتهای واجد صلاحیت و از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای (به روش نیمه فشرده) با شرایط ذیل تأمین نماید:

ردیف	شماره مناقصه / شماره تقاضا	شماره ثبت در پایگاه ملی مناقصات	موضوع مناقصه	برآورد اولیه (یورو)	مبلغ ضمانتنامه
1	Tender No.:FP/96/061	۳/۱۵۷/۸۸۸	قطعات یدکی کاتر پیلاژ	۶/۰۰۰/۰۰۰	۱۵۰/۳۲۲

الف) ارزیابی کیفی مناقصه‌گران: این ارزیابی وفق آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات و براساس کار برگ های استعلام ارزیابی کیفی موجود در اسناد مناقصه صورت می پذیرد. حداقل امتیاز کیفی قابل قبول برابر ۶۰ می باشد.

ب) تهیه اسناد مناقصه:

خرید اسناد مناقصه‌گران شرکت در فرآیند ارجاع کار می بایست مبلغ ۵۱۰٫۰۰۰ ریال به شماره ۴۰۲۰۴۹۱۰۰۰۴۰۱۱۱۴۴ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان تمرکز وجوه درآمد شرکت ملی حفاری ایران واریز و اصل فیش واریزی را ارائه نمایند.

دریافت اسناد کلیه اشخاص حقیقی یا حقوقی متقاضی شرکت در فرآیند ارجاع کار می توانند از تاریخ انتشار آگهی مناقصه نوبت دوم لغایت ۱۰ روز بعد، می بایست ضمن ارسال تقاضای رسمی و با مراجعه حضوری به آدرس اهواز- بلوار پاسداران- بالاتر از میدان فرودگاه - شرکت ملی حفاری ایران- ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول- سالن ۱۱۳- اداره تدارکات خارجی کالا اسناد مناقصه را دریافت نمایند.

نکته مهم:

فقط اشخاص حقیقی یا حقوقی که در مهلت مقرر مندرج در این آگهی و طبق شرح فوق نسبت به خرید و دریافت اسناد مناقصه اقدام و در مناقصه شرکت می کنند به عنوان مناقصه گر شناخته می شوند.

ج) تحویل استعلام های ارزیابی کیفی: مناقصه‌گران می بایست حداکثر ظرف ۱۴ روز پس از آخرین روز مهلت دریافت اسناد مناقصه، نسبت به تحویل استعلام (کار برگ) های ارزیابی کیفی شامل مستندات و مدارک لازم (به صورت های مکتوب و کپی نرم افزاری بر روی لوح فشرده) به آدرس: اهواز- فلکه فرودگاه- شرکت ملی حفاری ایران- ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول- پارت B- اتاق ۱۰۷- دبیرخانه کمیسیون مناقصات اقدام نمایند.

د) تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار:

نوع تضمین: الف- ضمانت نامه بانکی و یا ضمانت نامه های صادره از مؤسسات اعتباری غیر بانکی که دارای مجوز فعالیت از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هستند.

ب- اصل فیش واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۲۷۶۶۳۶ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

مدت اعتبار تضمین: این مدت (به همراه مدت اعتبار پیشنهاد مناقصه گران)، ۹۰ روز می باشد و برای یک بار در سقف اعتبار اولیه قابل تمدید خواهد بود.

کاتال خبری شرکت ملی حفاری ایران: @nfdc_pr
WWW.NIDC.IR

شماره مجوز: ۱۸۴ ۱۳۹۷
روزنامه فرصت امروز

اطلاعیه
سازمان ملی استاندارد ایران

استاندارد ملی ایران به شماره ۷۳۰۶ تحت عنوان کنسرولوبیا سبزیباگوشته ای یاسویا - ویژگی‌ها و روش های آزمون برمبنای مصوبات نود و یکمین اجلاس شورای عالی استاندارد مورخ ۱۳۷۳/۹/۸ مشمول مقررات استاندارد اجباری می باشد.

الزامات قانونی:

لذا کلیه تولید کنندگان و واردکنندگان این فرآورده سه ماه از تاریخ انتشار آگهی مهلت خواهند داشت تا نسبت به رعایت استاندارد مذکور اقدام لازم را به عمل آورند. کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی ذیربط می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر در مرکز به سازمان ملی استاندارد ایران و در استانه‌ها به ادارات کل استاندارد مراجعه نمایند.

دفتر روابط عمومی و ارتباطات بین الملل
م الف ۱۶۴

آگهی

به استناد رونوشت سند شماره ۱۷۱۴۹ مورخ ۹۶/۱۰/۰۹ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۸۸ هندیجان، آقای بهرام مهدی فرزند حسن تمامی ۴ دانگ شناور باری فایبرگلاس به شماره ثبت ۲۰۷۹۶ بندر خرمشهر را به آقای مبارک شعبانی فرزند عیدان شناسنامه شماره ۸۶۳ صادره از ماهشهر (دو دانگ) و خانم معصومه دروگری زاده فرزند عبدالنبی شناسنامه شماره ۵۹۴ صادره از آبادان (دو دانگ) انتقال قطعی داده است.

مراتب به موجب ماده ۳ قانون اصلاح قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م الف ۱۹



مدیرعامل فولاد مبارکه مطرح کرد
**تأمین نیاز داخل و به بار نشستن توسعه‌ها
 بزرگ‌ترین دستاوردهای سال ۹۶**

در سال ۱۳۹۷ که از سوی مقام معظم رهبری به عنوان سال حمایت از کالای ایرانی نام نهاده شده است، گروه فولاد مبارکه همانند سال‌های قبل که در تحقق راهبردهای ایسان پیشقدم بوده است، امسال نیز با تلاش بیشتر در این مسیر گام برخواهد داشت؛ چراکه حمایت از تولید داخل موضوعی فردی و سازمانی نیست، بلکه فرآیندی ملی است. فولاد مبارکه تولیدکننده ورق موردنیاز بسیاری از صنایع کشور است که در پایین‌دست این شرکت، تولیدکننده قطعات و لوازم بی‌شماری هستند و در گذشته باید این اقلام از خارج از کشور وارد می‌شد. این مطلب را دکتر بهرام سبجانی در گردهمایی مدیریت و کارکنان فولاد مبارکه گفت و با تشکر از تلاش همه‌جانبه کارکنان گروه فولاد مبارکه در دستیابی به اهداف سال ۱۳۹۶ افزود: سال گذشته از هر جهت برای گروه فولاد مبارکه پرخیز و برکت و افتخارآمیز بود.

وی افزود: یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای فولاد مبارکه در سال گذشته رسیدن به توانایی تأمین بازار داخل و در عین حال ارزآوری مناسب برای کشور بود. دیگر اینکه در سال گذشته طرح‌های توسعه فولاد مبارکه از جمله گندله‌سازی سنگان و توسعه مجتمع فولاد سبا یکی پس از دیگری به بار نشستند و گروه فولاد مبارکه را در تولید گندله موردنیاز خود و تولید هرچه بیشتر ورق‌های فولادی و پاسخوگی بیشتر به نیاز بازار توانمندتر ساختند و به‌طور کلی مسیر دستیابی به تولید ۸۶ میلیون تن پیش‌بینی شده برای سال ۹۶ را هموارتر کردند. مدیرعامل فولاد مبارکه دستیابی به رکوردهای متوالی در اکثر نواحی زیرمجموعه شرکت را در طول سال گذشته، نشانه پویایی و شادابی نیروی انسانی گروه دانست و ضمن قدردانی از آنها تصریح کرد:

رئیس میز عراق در سازمان توسعه تجارت گفت دولت عراق پیش از این اعلام کرده که در سال جاری برای ۶۳ قلم کالا افزایش تعرفه یا ممنوعیت وارداتی لحاظ خواهد کرد.

ابراهیم رضازاده در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که با توجه به اتفاقاتی که در سال‌های اخیر در زمینه صادرات به عراق رخ داده در سال جاری امنیت تجارت با این کشور چگونه ارزیابی می‌شود؟ اظهار کرد: هر کشور برای حمایت از صنایع داخلی خود اقداماتی انجام می‌دهد در این میان هرچه سطح پیشرفتگی کشورها کمتر باشد این موانع و مشکلات بیشتر می‌شود، اما در کشورهای توسعه‌یافته موانع تعرفه‌ای به مراتب کمتر از کشورهای در حال توسعه است.

رایزن بازرگانی سابق ایران در عراق با بیان اینکه در کنار سود مناسب تجارت با عراق مشکلات خاص خود را هم دارد، گفت: پیش‌بینی نمی‌شود سهولت بیشتری در این بازار ایجاد شود و مشکلات یک شبه حل شود. از سوی دیگر ممکن است موانع جدیدی هم در

این بازار ایجاد شود، اما به هر حال این بازار جذابیت‌های خاص خود را دارد و تجار سعی دارند سهم خود را با چنگ و دندان در بازار عراق حفظ کنند.

رضازاده ادامه داد: مسئولان نیز در تمام مذاکرات سیاسی خود با عراق در اولین گام بحث موانع صادرکنندگان را مورد توجه قرار می‌دهند، اما به هر صورت باید توجه داشت که در بازار عراق جذابیت و سختی در کنار یکدیگر وجود دارد و معمولاً ریسک و بازده در یک بازار رابطه‌ای مستقیم دارند.

وی افزود: ممکن است گاه تجار هزینه‌های خود را کمی دیرتر دریافت کنند یا بخشی از مطالبات آنها سوخت شود. از سوی دیگر ممکن است گاه در این کشور اعتصاب شود یا شاهد اتفاقاتی مانند توقف کالاهای صادراتی در مرزها باشیم، اما به هر حال این موارد را می‌توان جزء لاینفک بازار عراق دانست.

رضازاده در ادامه صحبت‌های خود در پاسخ به سوالاتی مبنی بر نقش عربستان سعودی در کاهش حجم روابط تجاری ایران و عراق گفت: عربستان سعودی اگر می‌توانست در بازار عراق کاری انجام

افزایش تعرفه و ممنوعیت عراقی‌ها برای خرید ۶۳ کالای ایرانی



دهد این کار را برای خودش می‌کرد. اکنون حجم صادرات عربستان به عراق کمتر از یک میلیارد دلار شده است، در حالی که در هیچ برهه‌ای پس از سقوط صدام شاهد چنین ارقامی در صادرات عربستان سعودی به عراق نبوده‌ایم. رئیس میز عراق در سازمان توسعه تجارت ادامه داد: به هر حال بعید به نظر می‌رسد که عربستان سعودی بتواند به راحتی جایگاه ایران را در عراق کسب کند، زیرا بیش از ۹۰ درصد از مبادلات ما با عراق به لحاظ تقسیم‌بندی به بخش خصوصی مربوط می‌شود و بخش خصوصی که با ایران کار می‌کند به خوبی می‌داند که شرایط چگونه است و منفعت در تجارت با کدام کشورها وجود دارد.

وی افزود: قطعاً اگر تجارت با عربستان سعودی برای تجار عراقی منفعت داشت تا به حال آنها به سراغ بازار عربستان سعودی رفته بودند، اما نمی‌توان یک‌شبه تاجر عراقی را به مسیر دیگری منحرف کرد.

رایزن بازرگانی سابق ایران در عراق همچنین اظهار کرد: البته ممکن

است براساس وعده‌هایی که عربستان می‌دهد بخشی از واردات عراق به سمت عربستان سعودی سوق داده شود، به عنوان مثال این احتمال وجود دارد که بازار روغن نباتی تا حدی به سمت عربستان سوق پیدا کند، اما باید به این نکته نیز توجه داشت که اکنون بیشترین واردات آمپوه عراق از عربستان و ترکیه است اما عراق برای واردات این بخش ۱۰۰ درصد تعرفه اضافی هم وضع کرده است.

به گزارش ایسنا، آمارهای گمرکی ماه‌های دی و بهمن گویای این است که عراق از دومین بازار عمده وارداتی ایران به رتبه سوم نزول کرده است. این اتفاق در شرایطی رخ می‌دهد که در سال گذشته تجار در کار با این کشور مشکلاتی را تجربه کردند. به عنوان مثال گاه تعرفه صادرات آمپوه افزایش ۱۰۰ درصدی پیدا کرد و گاه شاهد رشد ۵۰ درصدی صادرات لبنیات به عراق بودیم. بر همین اساس در این مدت بیم آن می‌رفت که بازار عراق از دست برود؛ موضوعی که شاید آمارهای گمرکی هم به نوعی آن را تأیید کند.



تجارت در ایران و ترکیه چه تفاوتی دارد؟

کشور ترکیه در همسایگی ایران در سال‌های گذشته در شرایطی صادرات خود را به ۱۳۴ میلیارد دلار رسانده که ایران همچنان در دستیابی به صادرات ۵۰ میلیارد دلاری ناکام مانده است.

به گزارش ایسنا، براساس اهداف از پیش تعیین‌شده برای کشورها مشخص می‌شود که هر برهه زمانی باید صادرات خود را به چه میزان برسانند. اکنون برای ایران هم اعداد و ارقام متعددی در نظر گرفته می‌شود، اما معمولاً هر ساله در دسترسی به این اهداف مشکلات متعددی ایجاد شده و برنامه‌های تدوین‌شده صادراتی عملیاتی نمی‌شوند.

این در حالی است که ترکیه در این سال‌ها صادرات خود را به رقمی حدود سه برابر ایران رسانده است. بررسی صادرات ایران و ترکیه گویای نکاتی خاص است. در سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵ صادرات ایران به ۱۵۴ تا ۱۵۸ کشور انجام شده، اما در سال ۲۰۱۶ این عدد تنها ۱۲۸ کشور بوده است. بر همین اساس صادرات ایران از ۸۸۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ به ۴۸۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده و این رقم در سال ۲۰۱۵ پایین‌ترین حد خود در پنج‌سال گذشته را تجربه کرده و به ۴۱۴ میلیارد دلار رسیده است.

بازارهای صادراتی ایران و ترکیه کدامند؟
 از سوی دیگر نزدیک به ۸۶ درصد صادرات ایران به ۱۰ کشور آسیایی و آسیایی-اروپایی بوده و سهم کشورهای اروپایی بسیار کم و در حد ۴۲ درصد بوده است. در سال ۲۰۱۶ چین، هند و ترکیه واردکننده ۵۷۷۱۱ درصد محصولات ایران بوده‌اند، اما اگر همین وضعیت را در مورد کشور ترکیه بررسی کنیم متوجه خواهیم شد که با وجود کاهش که در پنج سال اخیر صورت گرفته تعداد مقاصد صادراتی این کشور از ۱۵۲ بازار در سال ۲۰۱۲ به ۱۴۳ کشور در سال ۲۰۱۶ رسیده و حداقل مقاصد صادراتی ترکیه از نظر تعداد بیش از ایران بوده است.

از سوی دیگر ارزش صادرات ترکیه در این سال‌ها از ۱۳۴۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ به ۱۳۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده است و البته در برخی مقاطع ارزش صادرات این کشور تا ۱۴۴ میلیارد دلار نیز پیش رفته است. نکته



دیگر آنکه پراکندگی کشورهای مقصد صادراتی ترکیه وسیع‌تر از ایران است و از سوی دیگر سهم کشورها از واردات محصولات ترکیه متوازن محسوب می‌شود؛ به‌طوری که ۱۰ کشور اول مقاصد صادراتی این کشور ۵۷۷۲ درصد از واردات ترکیه را به خود اختصاص می‌دهد.

در سال ۲۰۱۶ میلادی آلمان، انگلستان و آمریکا سه کشور اول واردکننده ترکیه بوده‌اند که سهمی معادل ۲۸۲ درصد از صادرات ترکیه را به خود اختصاص داده‌اند.

کالاهای عمده صادراتی

اما نکته مهم‌تر به بحث اقلام صادراتی مربوط می‌شود. بررسی اقلام صادراتی ایران در سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ میلادی گویای آن است که بخش قابل توجهی از صادرات ما به مواردی مانند سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی، محصولات حاصل از نظیر آنها، مواد قیری، موم‌های معدنی، مواد پلاستیکی، مواد شیمیایی آلی، سنگ فلزات، آهن و فولاد، میوه، آجیل، پوست مرکبات، مس، نمک، گوگرد، مواد گچ‌بری، آهک و سیمان، انواع کودها و مواد معدنی ترکیبات آلی و معدنی، فلزات قیمتی و فلزات کمیاب مربوط می‌شود. این در حالی است که صادرات ترکیه به مواردی مانند وسایل نقلیه و لوازم جانبی آنها، ماشین‌آلات و تجهیزات مکانیکی، راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار، قطعات جانبی، مروارید طبیعی یا پرورشی، سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی، فلزات قیمتی، انواع پوشاک، ماشین‌آلات و تجهیزات الکتریکی، آهن و فولاد، مواد پلاستیکی، محصولات آهن و فولادی، میوه و آجیل و پوست مرکبات مربوط می‌شود.

اقتصاد ایران و ترکیه براساس شاخص‌های جهانی در بررسی‌های صورت‌گرفته بین‌المللی نیز برای این دو کشور در بخش‌های مختلف رتبه‌هایی را در نظر گرفته‌اند به عنوان مثال در زمینه توانمندسازی تجاری در سال ۲۰۱۶ ایران از هفت امتیاز تنها ۳۱۶ درصد را به خود اختصاص داده و از میان ۱۳۶ کشور رتبه ۱۳۲ را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که ترکیه با امتیاز ۴۵۲ رتبه ۵۹ جدول را به خود اختصاص داده است. از سوی دیگر در زمینه دسترسی به بازارهای خارجی ایران با امتیاز ۱۸ آخرین رتبه جدول را به خود اختصاص داده است، در حالی که ترکیه با امتیاز ۳۹۱ در جایگاه ۸۸ این جدول قرار می‌گیرد.

ایران ۶ میلیارد دلار غذا در سال ۹۶ صادر کرد

۴۱ هزار تن به ارزش ۲ میلیارد و ۱۰۶ میلیون دلار و ۴۹ درصدی به لحاظ وزنی و ۳۵ درصدی به لحاظ ارزشی از صادرات این محصولات داشته است. وی در ادامه روند صادرات محصولات کشاورزی و غذایی به عراق به عنوان بزرگ‌ترین مقصد صادراتی کشور در سال ۹۶ نسبت به دوره مشابه سال قبل را کاهش اعلام کرد و گفت: کاهش ۹ درصدی وزنی و ۵۵ درصدی ارزشی صادرات محصولات کشاورزی و غذایی به عراق در سال ۹۶ را می‌توان به اعمال محدودیت‌های این کشور برای صادرات برخی از محصولات کشاورزی و غذایی ایران نسبت داد، از این رو مسئولین این حوزه باید با توجه به روابط مثبت سیاسی کشورمان با عراق توجه بیشتری بر رفع موانع صادراتی به این کشور داشته باشند.

رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی تهران در ادامه افزود: صادرات محصولات غذایی و کشاورزی در سال ۹۶ در حالی که کشورهایی چون عراق، امارات، ویتنام، ترکمنستان، اسپانیا و تایلند کاهش یافته است که صادرات این گروه از محصولات غیرنفی طی این دوره به کشورهایی چون افغانستان، پاکستان، هنگ‌کنگ، آلمان، ترکیه، روسیه و هند افزایش یافته است.

وی صادرات صنایع غذایی کشور در سال ۹۶ را یک میلیون و ۹۴۱ هزار تن به ارزش بیش از ۲ میلیارد و ۸۲۴ میلیون دلار اعلام کرد که نسبت به مدت مشابه سال قبل بیش از ۱۷ درصد به لحاظ وزنی افزایش و حدود ۱۰۷ درصد به لحاظ ارزشی کاهش یافته است.

که می‌تواند زنگ خطری برای صادرات این محصول مهم که با وجود این میزان کاهش در صادرات، همچنان عمده‌ترین قلم صادراتی در میان محصولات کشاورزی و غذایی محسوب می‌شود، باشد. وی در ادامه با بیان اینکه صادرات زعفران در سال ۹۶ بیش از ۲۳۶ تن به ارزش ۲۲۵ میلیون دلار بوده است، رشد صادرات ۵۵ درصدی وزنی و ۵۶ درصدی ارزشی این محصول نسبت به مدت مشابه سال قبل را بسیار چشمگیر دانست و گفت: این میزان صادرات در ۱۰ سال گذشته بی‌سابقه بوده است. زرگران روند صادراتی محصول خرما در سال ۹۶ نسبت به مدت مشابه سال قبل را نیز افزایشی اعلام کرد و گفت: صادرات خرما طی این دوره حدود ۲۵۳ هزار تن به ارزش بیش از ۲۵۰ میلیون دلار بوده است. دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران صادرات سیب در سال گذشته را ۶۰۴ هزار تن به ارزش ۲۵۶ میلیون دلار عنوان و تأکید کرد: این میزان صادرات رشد ۷۱ درصدی به لحاظ وزنی و ۱۳۲ درصدی به لحاظ ارزشی را برای این محصول رقم زده است؛ به گونه‌ای که میزان صادرات این محصول طی ۱۰ سال گذشته بی‌سابقه بوده است. زرگران مقاصد عمده صادراتی محصولات کشاورزی و غذایی کشور در سال ۹۶ را سه کشور عراق، افغانستان و امارات برشمرد و اظهار داشت: بیش از نیمی از ارزش صادرات محصولات این گروه به این سه کشور تعلق داشته است. بازار عراق بزرگ‌ترین بازار صادراتی محصولات کشاورزی و غذایی کشورمان در سال ۹۶ بوده است؛ به‌طوری که با صادرات ۳ میلیون

دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران گفت صادرات کل محصولات کشاورزی و غذایی در سال گذشته حدود ۶ میلیون و ۱۳۰ هزار تن به ارزش ۵ میلیارد و ۹۳۰ میلیون دلار بوده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۵ درصد به لحاظ وزنی و ۴ درصد به لحاظ ارزشی رشد دارد.

به گزارش تسنیم، کاوه زرگران سهم صادرات محصولات کشاورزی و غذایی از کل صادرات غیرنفی کشور در سال ۹۶ را ۱۲ درصد اعلام کرد و گفت: با توجه به آمار منتشرشده گمرک از تجارت محصولات کشاورزی و غذایی، صادرات کل محصولات کشاورزی و غذایی در سال گذشته حدود ۶ میلیون و ۱۳۰ هزار تن به ارزش ۵ میلیارد و ۹۳۰ میلیون دلار بوده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۵ درصد به لحاظ وزنی و ۴ درصد به لحاظ ارزشی افزایش داشته است. زرگران اقلام مهم صادراتی کشاورزی و غذایی کشور در سال گذشته را پسته، لبنیات، شیرینی و شکلات، زعفران، سیب، خرما و رب گوجه فرنگی برشمرد و خاطر نشان کرد: این اقلام با ارزش صادراتی حدود ۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلاری بیش از ۵۹ درصد از ارزش صادرات محصولات کشاورزی و غذایی سال ۹۶ را به خود اختصاص داده‌اند.

رئیس کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی اتاق بازرگانی تهران صادرات پسته در سال گذشته را ۱۳۰ هزار تن به ارزش بیش از یک میلیارد و ۱۷۵ میلیون دلار عنوان کرد و گفت: صادرات این محصول نسبت به سال ۹۵، ۷ هزار تن به لحاظ وزنی و بیش از ۹۶ میلیون دلار به لحاظ ارزشی کاهش یافته است

پیشرفت روزافزون، بازدهی و افزایش سود شرکت‌ها یاد کرد و با اشاره به اهمیت سلامت و ایمنی کارکنان گفت: در چهار اصل ماشین، منابع پولی و دارایی، نیروی انسانی و مواد اولیه باید دائماً بهره‌وری ارتقا یابد و این یک اصل مهم در همه دنیاست که همواره مدنظر قرار داده شده است. او در ادامه تولید ورق‌های کیفی و باارزش افزوده بالا در خطوط تولید شرکت را مورد تأکید قرار داد و گفت: وقتی یک کارخانه، تولید ورق‌های کیفی را در دستور کار خود قرار می‌دهد، به‌طور طبیعی در همه زمینه‌ها از جمله دانش فنی کارکنان، بهره‌ورسانی تجهیزات و در نهایت تولید ورق‌های جدید و باارزش افزوده بالا نیز توانمندی خود را افزایش داده است که این موارد هم از دیگر رموز بقای هر سازمان است.

مدیرعامل گروه فولاد مبارکه در ادامه از بهره‌مندی رتبه‌های کنسارتو ۵ میلیون تنی سنگان، پایان نصب و راه‌اندازی واحد فولادسازی فولاد سفیددشت و اجرایی شدن قراردادهای خط تولید بیلت و ورق نورد سرد این شرکت، آغاز احداث خط نورد گرم شهید خرازی و توسعه فولاد هرمزگان به عنوان بزرگ‌ترین طرح‌های توسعه فولاد مبارکه برای حفظ سهم ۵۰ درصدی در تولید فولاد کشور نام برد. دکتر سبجانی در بخش پایانی سخنان خود با بیان اینکه گروه فولاد مبارکه در سال ۱۳۹۶ با رشد ۱۵ درصدی نسبت به سال ۹۵، توانست ۸ میلیون و ۶۹۰ هزار و ۴۷۱ تن فولاد و انواع محصولات سرد و گرم خود را از طریق ریل و جاده به مقصد مشتریان ارسال کند، دستیابی به تولید ۹۴ میلیون تن فولاد را هدف پیش روی فولاد مبارکه اعلام و اظهار امیدواری کرد با همت و تلاش مدیریت و کارکنان در سال جاری به این هدف بزرگ نیز دست یابیم.



سامانه جامع تجارت جایگزین ثبت‌نار می‌شود
واردات خودرو ضابطه‌مندتر می‌شود

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو از حذف سامانه ثبت‌نار همزمان با راه‌اندازی سامانه جامع تجارت از هفته آینده خبر داد و گفت انجمن در تلاش برای به تعویق انداختن زمان اجرایی شدن این طرح تا بهبود نهایی است.

مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با بیان این خبر افزود: در جلسه مشترک این انجمن با مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام شد که بر اساس پیش‌بینی‌ها، مقرر شده این سامانه از هفته آینده راه‌اندازی و اجرایی شود. به گزارش عصر خودرو، وی با بیان این‌که این سامانه از این پس تنها در سایز کالاها از جمله پوشاک اجرایی شده بود، تصریح کرد: با راه‌اندازی این سامانه از این پس تنها واردکنندگانی مجاز به ثبت سفارش خودرو خواهند بود که VIN خودرو را در اختیار داشته باشند.

دادفر در پاسخ به امکان اجرایی شدن این طرح نیز اظهار کرد: از زمان سفارش‌گذاری تا زمان حمل خودرو که حدود دو زمان نیاز است، امکان ارائه VIN NUMBER وجود دارد هرچند که نوع تولیدات یا یکدیگر متفاوت است اما خودروهایی که به صورت مستقیم از کارخانه دریافت نمی‌شوند نیز این شماره را در اختیار دارند که به نظر می‌رسد مشکلی در این زمینه وجود نخواهد داشت.

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با اشاره به حذف سامانه ثبت‌نار با اجرایی شدن سامانه جامع تجارت ادامه داد: هرچند در صورت اجرایی صحیح، این رویکرد به نفع اقتصاد کشور خواهد بود و به نفع واردکنندگان است که به درستی مشغول به فعالیت هستند، اما به‌طور قطع چالش‌هایی در اجرای آن وجود خواهد داشت که به مرور زمان بهبود خواهد یافت.

وی رصد کالا، مشخص شدن سره از ناسره و مشخص شدن تاجران خوشنام را از مزایای اجرای این طرح اعلام و تصریح کرد: با اجرایی شدن این سامانه از این پس امکان ثبت سفارش آزاد وجود نخواهد داشت و تنها زمانی امکان ثبت سفارش وجود دارد که حتماً خریدی انجام شده باشد.

به گفته دادفر، ارتباط حساب بانکی با واردات، ارتباط بین پرداخت مالیات با واردات، کسب درآمد با واردات میسر و از ثبت سفارش تا تکمیل فرآیند رسمی با این سامانه مشخص خواهد شد، همچنین ارتباط با سازمان ملی استاندارد و تأییدیه اولیه این سازمان با محصول وارداتی و همچنین ارتباط بین گمرکی و نحوه ترخیص کالا از دیگر مواردی است که در این سامانه به صورت کامل مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

پژو در ایران می‌ماند؟

اسفندماه ۹۵ بود که ایران خودرو و پژو برسر تولید خودروهای مشترک به توافق رسیدند و از همان زمان مقرر شد خودروهای پسابرجامی یکی پس از دیگری به بازار عرضه شوند، اما از آن روز تاکنون تنها یک خودرو از این قرارداد به سرانجام رسیده است، این درحالی است که این روزها زمزمه‌های لغو ادامه همکاری ایران و پژو به گوش می‌رسد.

به گزارش خودروکار، طی روزهای اخیر با برهم ریختن اوضاع سیاسی سوریه توسط سه کشور اروپایی و آمریکایی و ارتباط فرانسه به عنوان شریک تجاری ایران با این موضوع سیاسی، نگرانی‌هایی برای ادامه همکاری‌های ایران و فرانسه برای برخی مسئولان ایرانی داشته است؛ تا جایی که یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز خواستار تعلیق همه روابط تجاری با فرانسه به ویژه قرارداد پژو شده است.

در همین رابطه محمدمهدی زاهدی، رئیس کمیسیون آموزش مجلس شورای اسلامی در توییتش نوشته است که «روابط با فرانسه باید تعلیق شود. دولت‌مردان در انتخاب شرکای تجاری تجدیدنظر کنند. پاریس همواره در طول سال‌های گذشته مقابل مردم ایران بوده است. قرارداد مشکوک پژو را سریعاً لغو کنید».

حال این پرسش مطرح است که روابط سیاسی کشورهای طرف قرارداد با ایران تا چه میزان بر آینده صناعی همچون خودرو اثر خواهد داشت و آینده این صنعت را تا چه میزان تهدید می‌کند؟ از طرفی دیگر در صورت لغو این قرارداد، ایران تا چه میزان در صنعت خودرو متحمل ضررهای بین‌المللی خواهد شد؟ چراکه در مدت اخیر زیرساخت‌های تولید خودروهای مشترک ایران و پژو تا حدی فراهم شده بود و حال در صورت لغو قراردادهای تجاری ایران و فرانسه، آیا سایر کشورهای سرمایه‌گذاران برای پا پیش گذاشتن و عقد قراردادهای جدید بی‌اعتماد نخواهند شد؟

فرید زاده، کارشناس صنعت خودرو در همین زمینه می‌گوید: «ورود هر تنش سیاسی به حوزه اقتصاد منجر به فرار سرمایه داخلی و خارجی می‌شود».

او می‌افزاید: «ممکن است تصمیمات سیاسی بر اقتصاد سایه افکند، اما اقتصاد و کشور برای جذب سرمایه خارجی نیازمند آرامش سیاسی است».

روز گذشته گمرک ایران زوایای تازه‌ای از ورود خودروهای متعلق به شرکت‌های غیرنماینده (گری‌مارکت‌ها) به بازار وارداتی‌ها را منتشر کرد.

به گزارش کارپرس، طبق دستورالعمل واردات خودرو که دی‌ماه سال گذشته از سوی هیات دولت مصوب و وزارت صنعت، معدن و تجارت آن را ابلاغ کرد، فعالیت شرکت‌های غیررسمی پس از گذشت حدود یکسال از منع فعالیت بار دیگر از سر گرفته شد. در این بین شرکت‌های مذکور همراه با بازگشایی سایت ثبت‌سفارش اقدام به ثبت محصولات وارداتی خود کردند، حال آنکه دو ماه بعد از آن، هیات دولت بار دیگر فعالیت این دست از واردکنندگان را ممنوع کرد. حال این سؤال مطرح بود که با اعلام ممنوعیت واردات خودرو از سوی شرکت‌های غیررسمی، خودروهای ثبت‌سفارش شده از سوی آنها که از دی‌ماه تا اسفند سال گذشته صورت گرفته چه تکلیفی خواهند داشت؟

در این زمینه گمرک جمهوری اسلامی با انتشار ابلاغیه‌ای به گمرکات کشور به تشریح فعالیت شرکت‌های غیررسمی از زمان شروع ثبت‌سفارش تا توقف آن پرداخته است. در این ابلاغیه با تأکید دوباره بر حذف گری‌مارکت‌ها یا شرکت‌های غیررسمی از فعالیت در بازار وارداتی‌ها، فایلی با ارائه ثبت‌سفارش‌های صادره از تاریخ ۱۰/۱۰/۹۶ تا ۹۶/۲۴/۱۲ برای گری‌مارکت‌ها منتشر شده است. گمرک با انتشار این فایل عنوان کرده که این ثبت‌سفارش‌ها برای اشخاص

سهم ۲۷ درصدی گری‌مارکت‌ها در واردات خودرو



حقیقی و حقوقی غیرنمایندهی با رعایت کامل مقررات و صرفاً در مهلت اعتبار اولیه ثبت‌سفارش که قابل تمدید نیز نخواهد بود، دارای اعتبار است. به این ترتیب با توجه به ابلاغیه گمرک مشخص می‌شود که شرکت‌های مذکور با توجه به مهلت در نظر گرفته شده در ثبت‌سفارش قادر خواهند بود محصولات خود را بدون مانع وارد کنند، حال آنکه طبق ابلاغیه گمرک مهلت اعتبار اولیه ثبت‌سفارش آنها قابل تمدید نیست. طبق مقررات جاری ثبت‌سفارش اولیه قابل تمدید است و در عین حال شرکت‌های غیررسمی قادر به تمدید ثبت‌سفارش خود نخواهند بود. اما در بند دیگر از ابلاغیه گمرک تأکید شده ترخیص این خودروها مستلزم ارائه قرارداد خدمات پس از فروش یا نمایندگی رسمی و تأیید VIN

حقیقی و حقوقی غیرنمایندهی با رعایت کامل مقررات و صرفاً در مهلت اعتبار اولیه ثبت‌سفارش که قابل تمدید نیز نخواهد بود، دارای اعتبار است. به این ترتیب با توجه به ابلاغیه گمرک مشخص می‌شود که شرکت‌های مذکور با توجه به مهلت در نظر گرفته شده در ثبت‌سفارش قادر خواهند بود محصولات خود را بدون مانع وارد کنند، حال آنکه طبق ابلاغیه گمرک مهلت اعتبار اولیه ثبت‌سفارش آنها قابل تمدید نیست. طبق مقررات جاری ثبت‌سفارش اولیه قابل تمدید است و در عین حال شرکت‌های غیررسمی قادر به تمدید ثبت‌سفارش خود نخواهند بود. اما در بند دیگر از ابلاغیه گمرک تأکید شده ترخیص این خودروها مستلزم ارائه قرارداد خدمات پس از فروش یا نمایندگی رسمی و تأیید VIN

قرارداد خدمات پس از فروش با نمایندگی‌ها رسمی است. با توجه به مواردی که گمرک در ترخیص خودروهای متعلق به شرکت‌های گری‌مارکت مدنظر قرار داده با توجه به استثنائاتی که گفته شد، ورود خودروهای ثبت‌سفارش شده توسط غیرنماینده‌ها بلامانع است.

سهم ۲۷ درصدی گری‌مارکت‌ها

یکشنبه گذشته مدیرکل مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت از ثبت‌سفارش برای واردات ۸۰ هزار خودروی خارجی اقدام به ثبت نام کرده بود که پس از دی‌ماه و به دنبال ابلاغ مصوبه هیات‌وزیران ثبت‌سفارش خودروها به روال عادی ادامه داشته و حتی نسبت به مدت مشابه سال قبل بیشتر هم بوده است. وی حتی عنوان کرده که در سه ماه پایانی سال گذشته تقریباً به اندازه تمام سال ۱۳۹۵ خودرو ثبت‌سفارش شده است.

طبق فایلی که گمرک از ثبت‌سفارش خودرو از تاریخ ۱۰/۱۰/۹۶ تا ۹۶/۱۲/۲۴ توسط شرکت‌های غیرنماینده‌ی منتشر کرده، این شرکت‌ها در مجموع برای ۲۱ هزار و ۸۰۰ دستگاه خودرو به ارزش ۳/۳ میلیارد دلار اقدام به ثبت‌سفارش کرده‌اند. حال با توجه به اظهارات علی‌آبادی که عنوان کرده در سه ماه آخر سال برای واردات ۸۰ هزار دستگاه خودرو ثبت‌سفارش صورت گرفته، سهم غیرنماینده‌ها از این میزان ۲۷ درصد ارزیابی می‌شود.

که امکان ورود به بازار خودروی ایران را ندارد و در عوض باید روی رشد بازار خود در اروپا و سایر مناطق تمرکز کند. هرچند سخنگوی این شرکت اعلام کرد این تصمیم در پی سخنرانی دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا در خصوص تغییر سیاست در قبال ایران اتخاذ نشده است اما خروج وی از بازار ایران بعد از اظهارات ترامپ در مورد برجام صورت گرفت. در هر صورت آنچه مشخص است به‌نظر می‌رسد برخی شرکت‌هایی که اقدام به ثبت‌سفارش محصولات کرده‌اند که هم اینک مجوز نمایندگی آنها از سوی مرکز اصناف باطل شده، امکان ورود خودروهای ثبت‌سفارشی را نخواهند داشت چراکه طبق ابلاغیه گمرک، ترخیص خودروهای اشخاص حقیقی و حقوقی غیرنماینده‌ی مستلزم ارائه

حقیقی و حقوقی غیرنمایندهی با رعایت کامل مقررات و صرفاً در مهلت اعتبار اولیه ثبت‌سفارش که قابل تمدید نیز نخواهد بود، دارای اعتبار است. به این ترتیب با توجه به ابلاغیه گمرک مشخص می‌شود که شرکت‌های مذکور با توجه به مهلت در نظر گرفته شده در ثبت‌سفارش قادر خواهند بود محصولات خود را بدون مانع وارد کنند، حال آنکه طبق ابلاغیه گمرک مهلت اعتبار اولیه ثبت‌سفارش آنها قابل تمدید نیست. طبق مقررات جاری ثبت‌سفارش اولیه قابل تمدید است و در عین حال شرکت‌های غیررسمی قادر به تمدید ثبت‌سفارش خود نخواهند بود. اما در بند دیگر از ابلاغیه گمرک تأکید شده ترخیص این خودروها مستلزم ارائه قرارداد خدمات پس از فروش یا نمایندگی رسمی و تأیید VIN

خط و نشان سازمان استاندارد برای خودروسازان

برابر محصول تولیدی خود مسئولیت دارند؛ بنابراین در صورت گزارش تخلف و اعلام شکایت از سوی مشتریان، با خودروسازان متخلف برخورد می‌شود. رئیس سازمان ملی استاندارد ایران یادآوری کرد: کنترل تک‌تک قطعات یک خودرو از سوی مسئولان استاندارد در هیچ جای جهان مرسوم نیست؛ ما مجموعه یک خودرو را کنترل می‌کنیم که به درستی کار می‌کند یا خیر. به گفته وی، اگر قرار بود همه قطعات خودروها استاندارد باشد، آنگاه قیمت خودروها به‌طور چشمگیری افزایش می‌یافت. پیروزبختم برخی کرد: کنترل کیفیت در کارخانه‌های

مشمول استاندارد اجباری است و کنترل می‌شود، اما خودروسازان باید مطابق رویکرد نوین استانداردسازی بر استاندارد بودن سایر قطعات نظارت کنند و در صورت استفاده از قطعات غیراستاندارد، با خودروساز برخورد می‌شود. پیروزبختم یادآوری کرد: برخی خودروسازان از قطعات باکیفیت استفاده و رضایت مشتریان را جلب کرده‌اند، اما در برخی خودروها برای کاهش قیمت تمام شده، از قطعات بی‌کیفیت استفاده شده است. وی تصریح کرد: سازمان ملی استاندارد قادر به کنترل همه قطعات خودرویی نیست و خودروسازان در

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران تأکید کرد از کنترل کیفی خودروسازان رضایت ندارد و در صورت دریافت گزارش مشتریان درباره استفاده از قطعات بی‌کیفیت و غیراستاندارد با متخلف برخورد می‌شود. به گزارش کارپرس، نیره پیروزبختم افزود: مطابق مصوبه شورای سیاست‌گذاری خودرو، واحدهای خودروسازی باید از قطعات استاندارد در تولید و مونتاژ خودروها استفاده کنند. به گفته این مسئول، در صورت محقق نشدن این امر خودروسازان مسئولند و باید پاسخگو باشند. وی بیان کرد: برخی قطعات

شرط اعطای طرح ترافیک به خبرنگاران اعلام شد

معرفی‌نامه: خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و عکاسان خبری باید از سوی مؤسسه مطبوعاتی محل اشتغال ایشان (روزنامه، خبرگزاری و...) در قالب نامه‌ای به عنوان سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران تنظیم و در آن مشخصات فرد متقاضی، شماره خودرو و زمینه کاری وی درج شود. در صورتی که متقاضیان نتوانند از یک مؤسسه خبری معرفی‌نامه ارائه کنند، معرفی‌نامه شکل‌های صنفی مجاز خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و عکاسان نیز قابل قبول است. معرفی‌نامه‌ها الزاماً می‌بایست با امضای بالاترین مقام مسئول نهاد صادرکننده آن ارائه شود و مسئولیت محتوای آنها با مؤسسه مطبوعاتی یا تشکل صنفی امضاکننده است.

ب) مدرک دال بر اشتغال مستمر به کار خبری: منظور از مدرک دال بر اشتغال مستمر به کار خبری نیز می‌تواند خبرنگاری است؛ اعم از اینکه فرد متقاضی توسط مؤسسه محل اشتغال خود بیمه تأمین

خبرگزاری یا پایگاه خبری اشتغال داشته باشند و مدرکی دال بر اشتغال مستمر به مشاغل مذکور در این آیین‌نامه ارائه دهند. همچنین خودروی متقاضیان دریافت این مجوزها الزاماً باید پلاک شهر تهران داشته باشد. متقاضیان دریافت این مجوزها باید مدارک خود را در سامانه my.tehran.ir وارد کردند، مدارک مورد نیاز را نیز بارگذاری کنند و نیازی به مراجعه حضوری به دفاتر خدمات شهرداری ندارند. در صورت بروز هر گونه اشتباه، امکان حذف مدارک ناقص یا دارای اشکال و جایگزینی مدارک صحیح در سامانه وجود دارد.

برای دریافت طرح ترافیک خبرنگاری در سال ۱۳۹۷ برخلاف سنوات گذشته، کارت خبرنگاری مبنای تخصیص مجوزها نیست، بلکه متقاضیان می‌بایست وفق آیین‌نامه، مدارک زیر ارائه کنند:

ثبت سفارش ۶ هزار دستگاه خودرو در زمان بسته بودن سایت

رئیس کل گمرک تعداد خودروهای ثبت سفارش شده در زمان بسته بودن سایت خودرو را بیش از ۶ هزار دستگاه عنوان کرد و گفت این اقدام در سایت ثبت سفارش سازمان توسعه تجارت انجام شده است.

به گزارش ایران خبر، فرود عسگری گفت: بنابر شرایط موجود همه مواردی که گمرک درباره ترخیص خودروهای وارداتی انجام داده طبق قانون و وفق مقررات بوده و هیچ خدش‌های بر آن وارد نیست و این موضوع را در حوزه وزارت صنعت، معدن و تجارت باید پیگیری کرد.

وی درباره ترخیص تعدادی خودروی وارداتی از گمرک در زمان بسته بودن سایت ثبت سفارش اظهار داشت: همه کالاهایی که وارد می‌شود و باید از گمرک ترخیص شود طبق ۸ مقررات صادرات و واردات باید دارای ثبت سفارش معتبر باشد.

عسگری با بیان اینکه در حال حاضر بین گمرک و سامانه ثبت سفارش که متعلق به توسعه تجارت است ارتباط الکترونیک وجود دارد، گفت: زمانی که شما می‌خواهید کالایی را اظهار کنید از جمله خودرو باید کد ۸ رقمی را وارد بکس کنید تا سیستم به شما اجازه دهد مراحل بعدی را انجام دهید، اگر ثبت سفارش توسط سیستم فراخوانده نشود عملاً چیزی به‌عنوان اظهار نداریم. وی ادامه داد: گمرک ثبت سفارش را دارد، صاحب کالا اظهار و حقوق ورودی خود را پرداخت و مجوزهای استاندارد، ضوابط فنی ورود خودرو و پروانه را دریافت کرده است.

نرخ‌های جدید تاکسی و اتوبوس در کمیسیون حمل و نقل بررسی شد

رئیس کمیسیون حمل و نقل و ترافیک شورای شهر تهران گفت اعضای کمیسیون روز سه‌شنبه نرخ‌های پیشنهادی جهت کرایه تاکسی، اتوبوس و مینی‌بوس در سال ۹۷ را بررسی کردند.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، محمد علیخانی، رئیس کمیسیون حمل و نقل و ترافیک شورای شهر تهران با اشاره به نرخ‌های پیشنهادی معاونت حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران برای افزایش قیمت کرایه تاکسی، اتوبوس و مینی‌بوس در سال ۹۷ اظهار کرد: اعضای کمیسیون حمل و نقل سه‌شنبه نرخ‌های پیشنهادی را بررسی کردند و بعد از تأیید جهت رأی‌گیری به صحن شورا خواهند فرستاد.

گفتنی است در صورت رأی مثبت اکثریت اعضای شورای شهر، نرخ‌های مصوب باید به فرمانداری تهران ارسال شود و در صورت موافقت فرمانداری به اجرا گذشته خواهند شد.

فناوری «سخن گفتن خودرو با خودرو» اقدام جدید شرکت خودروسازی تویوتا

شرکت خودروسازی ژاپنی تویوتا قصد دارد از سال ۲۰۲۱ خودروهای سخنگو را روانه بازارهای آمریکا کند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، شرکت خودروسازی ژاپنی تویوتا اعلام کرد از سال ۲۰۲۱ فروش خودروهای سخنگو با قابلیت سخن گفتن با خودروهای دیگر را در آمریکا آغاز خواهد کرد. شرکت تویوتا با اعلام این خبر گفت امیدوار است شرکت‌های خودروسازی دیگر هم همین رویه را دنبال کنند و برای کاهش میزان تصادفات رانندگی، خودروهای خود را به این فناوری مجهز کنند.

شرکت تویوتا نخستین بار از فناوری «سخن گفتن خودرو با خودرو» در اواخر سال ۲۰۱۵ در ژاپن استفاده کرد. تا امروز، بیش از ۱۰۰ هزار خودروی تویوتا و لکسوس به این فناوری مجهز شده و در اختیار مشتریان قرار گرفته‌اند. در سال ۲۰۱۷ هم شرکت فولکس‌واگن اعلام کرد قصد دارد خودروهای خود را اروپا را به این فناوری مجهز کند.

در سال ۲۰۱۷، شرکت جنرال‌موتورز-که بزرگ‌ترین تولیدکننده خودرو در جهان است - فناوری «سخن گفتن خودرو با خودرو» را روی خودروهای کادیلک سیتی‌اس‌آر ارائه و آن را به بازار عرضه کرد. خودروهای سخنگو که در یک دهه گذشته به‌وسیله خودروسازان آمریکایی در پروژه‌های مختلف آزمایش شده‌اند، از ارتباطاتی با برد کوتاه برای انتقال داده‌ها تا ۳۰۰ متر استفاده و اطلاعاتی از جمله مکان، مسیر حرکت و سرعت را به خودروهای اطراف منتقل می‌کنند. در واقع قرار دادن این اطلاعات در اختیار خودروهای اطراف می‌تواند باعث کاهش میزان تصادفات رانندگی به‌خصوص در تقاطع‌ها و چهارراه‌ها شود. «داده‌های ترافیک آمریکا» سال گذشته میلادی اعلام کرد این فناوری می‌تواند برای هر خودروی جدید بین ۱۳۵ تا ۳۰۰ دلار هزینه داشته باشد که در طول یک سال هزینه آن ۵ میلیارد دلار خواهد بود، اما در کل از وقوع بیش از ۶۰۰ هزار تصادفات رانندگی در طول یک سال جلوگیری می‌کند؛ تصادفاتی که هر ساله ۷۱ میلیارد دلار خسارت به بار می‌آورد.

برنامه ار تقای مهارت‌ها و توانمندی‌های کار آفرینانه برگزار می‌شود

بسته ارتقای مهارت‌های کاری و توانمندی‌های کارآفرینانه با محوریت بازاریابی و فروش برگزار می‌شود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در راستای مهارت‌آموزی و توان‌افزایی مستعدان‌برتر در عرصه‌های اشتغال‌زایی و کارآفرینی، بنیاد نخبگان استان کرمانشاه با همکاری مرکز رشد دانشگاه رازی و صندوق نوآوری و شکوفایی کشور، «بسته ارتقای مهارت‌های کاری و توانمندی‌های کارآفرینانه» را برگزار می‌کند. این بسته آموزشی، مجموعه‌ای از دوره‌های آموزشی کاربردی است که جهت آشنایی با فضای کسب‌وکار و ملزومات راه‌اندازی کسب‌وکار برای دانشجویان طراحی شده است. این بسته شامل چهار عنوان آموزشی «ارتقای توانمندی شخصی و کار تیمی»، «روش‌تن طرح کسب‌وکار و ایجاد مدل کسب‌وکار»، «ارتباطات و اصول مذاکره»، «بازاریابی و فروش»، در قالب ۳۲ ساعت است.



نگاه

ایجاد شرکت‌های دانش بنیان؛ حرکتی منطقی و اشتغال‌زا

چگونگی موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان از نگاه رؤسای پارک‌های علم‌وفناوری

است نوآوری و پایش مداوم از ضروریات انطباق با استانداردهای جهانی دانش‌بنیان بودن است.

وی اظهار می‌کند: حمایت‌ها باید رویکرد توانمندسازی داشته باشند تا طرح و ایده بتواند در بازه زمانی مناسب به محصول و خدمتی دانش‌بنیان که نیاز بازار داخلی و خارجی است، تبدیل شود. علاوه بر آن، حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان نیز باید با جدیت دنبال شود و صاحبان آن با مقتضیات بازار و قواعد حاکم بر آن آشنا شوند و آموزش‌های لازم را ببینند. این شرکت‌ها تنها زمانی می‌توانند به موفقیت برسند که علاوه بر بعد فنی، حداقل اصول اولیه مدیریت بازار را بدانند.

وی می‌افزاید: باید دانست توسعه بازار مهم‌ترین حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان است، چراکه ضریب شکست این شرکت‌ها را تعدیل می‌کند. رئیس پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان اضافه می‌کند: توانمندسازی حوزه‌های نوآوری و R&D در صنعت و بخش کشاورزی یکی دیگر از الزامات امروز کشور برای رسیدن به توسعه‌یافتگی است. می‌توان برای تقویت این واحدها از توان موجود در شرکت‌های دانش‌بنیان استفاده کرد تا این شرکت‌ها پل ارتباطی بین دانش و صنعت باشند. از سوی دیگر، بسیاری از اختراعات را می‌توان به سمت تقویت واحدهای نوآوری و R&D جهت‌دهی کرد به شرط اینکه با تولید محصولی مقیاس‌پذیر، بازار محور بوده و قابلیت حصول ارزش‌افزوده اقتصادی و اجتماعی را نیز داشته باشند، نه اینکه منجر به تولید کالای لوکسی شوند که هیچ بازار منطقی‌ای ندارد.

اشتراک‌گذاری داشته‌ها، از رموز موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان است

همچنین محمود رضا شاکرمی، رئیس پارک علم و فناوری استان لرستان با اشاره به لزوم انسجام در حوزه فناوری، می‌گوید: اصولاً نمی‌توان با تفکر جزیره‌ای در حوزه‌های علمی و فناوری عملکرد مثبتی داشت.

وی با بیان اینکه یکی دیگر از ملزومات پیشرفت، ایجاد انسجام و تعامل بین شرکت‌های بزرگ دانش‌بنیان است، ادامه می‌دهد: موزای کاری و اختلاط فعالیت‌ها یکی از آسیب‌های جدی است، بنابراین یکی از راه‌هایی که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه کشور باشد، هماهنگ‌کردن فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان است. هم‌افزایی و تعامل این شرکت‌ها با یکدیگر، هم پتانسیل موجود را افزایش می‌دهد و شرکت‌ها می‌توانند از امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری خود را به اشتراک بگذارند تا در هزینه و زمان نیز صرفه‌جویی شود.

شاکرمی با بیان اینکه بدون بازار، حلقه فناوری ناقص است، می‌افزاید: مادامی که محصول تولیدشده در بازار موفق نشود، نمی‌توان ادعا داشت که مسیر به‌طور کامل طی شده است.

تشکیل هسته پژوهشی گام اول برای ایجاد شرکت دانش‌بنیان است

علی معتمدزادگان، رئیس پارک علم و فناوری استان مازندران نیز با تأکید بر ایجاد هسته و گروه پژوهشی، یادآور می‌شود: یکی از مزایای هسته‌های پژوهشی، تشکیل شرکت‌های دانش‌بنیان است. به‌عبارت دیگر، فرد با حضور در هسته پژوهشی تا حدودی با فضای عملیاتی علم آشنا می‌شود و مهارت‌های فردی خود را در حوزه‌های اقتصاد و بازار افزایش می‌دهد؛ در نتیجه می‌تواند در آینده شرکت دانش‌بنیان هم تأسیس شود.

وی خاطر‌نشان می‌کند: اگر چند پروژه کلان توسط هسته‌های پژوهشی و با شرکت‌های دانش‌بنیان به ثمر برسد، قطعاً رغبت دانشگاه و صنعت به برقراری ارتباط منطقی و نظام‌مند با یکدیگر افزایش می‌یابد اما پیش از آن، دانشگاه نباید انتظار داشته باشد صنعت، ازمایشگاه‌های دانشکده‌ها را تجهیز یا برای افزایش امکانات دانشگاه هزینه کند، چراکه صنعت، دید اقتصادی دارد و مادامی که اقدامی توجیه اقتصادی نداشته باشد، آن را انجام نخواهد داد.

زاکربرگ تأیید کرد

فیس‌بوک اطلاعات کاربران ثبت نام نکرده را هم در اختیار دارد

اگر تصور می‌کنید کار هوشمندانه‌ای کرده‌اید که هرگز در فیس‌بوک ثبت نام نکرده‌اید و به این ترتیب هیچ اطلاعاتی از شما در این شبکه اجتماعی وجود ندارد، این خبر برایتان چندان خوشایند نخواهد بود.

به گزارش دیجیاتو، در پی رسوایی اخیر فیس‌بوک به واسطه کمپانی کمبریج آنالیتیک‌ا که منجر به لو رفتن اطلاعات بیش از ۸۷ میلیون کاربر این شبکه اجتماعی شد، مارک زاکربرگ در مقابل اعضای کنگره حاضر شد و به برخی سؤالات نمایندگان پاسخ داد. مدیرعامل این شبکه اجتماعی اظهار کرده که فیس‌بوک حتی کاربران اینترنت را که هرگز در این شبکه اجتماعی ثبت‌نام نکرده‌اند، ردیابی می‌کند. این اظهارات زاکربرگ پس از آن اعلام شد که در جلسه پرسش و پاسخ، «بن لوخان» یکی از نمایندگان از زاکربرگ در این مورد سؤال کرد. مدیرعامل شبکه اجتماعی مذکور نیز این گونه اعلام کرد که هدف از انجام این کار دلایل امنیتی است. با این حال کاربران ثبت‌نام نکرده، در واقع نمی‌دانند که چه اطلاعاتی از آنها در فیس‌بوک ثبت شده است. این موضوع



ستاری در نمایشگاه بورس:

تا زمانی که بازاریسازی را با استارت‌آپ‌های خدماتی توسعه ندهیم، به نتیجه نمی‌رسیم

ستاری همچنین اظهار کرد: هم‌اکنون استارت‌آپ‌هایی در کشور شکل گرفته‌اند که هفته‌ای ۱۰درصد رشد را تجربه می‌کنند و خدمات شفاف و ارزان در دسترس قرار می‌دهند.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور تصریح کرد: باید قبول کرد که مردم پشت خدمات شفاف و قابل رقابت خواهند ایستاد و تا زمانی که بازاریسازی را با استارت‌آپ‌های خدماتی توسعه ندهیم، به نتیجه نمی‌رسیم.

ستاری با بیان اینکه مغزها را نمی‌توان محدود کرد، افزود: البته نرم‌افزار به خودی خود هیچ ارزشی ندارد و این نیروی انسانی جوان و خلاق است که به آن معنا می‌دهد و کسب وکارها را توسعه می‌دهد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با تأکید بر لزوم تغییر نوع نگاه و تفکر در این حوزه، تصریح کرد: امروز، پایه اقتصاد دانش‌بنیان این است که بپذیریم پول اشخاص نه در جیب آنها، بلکه در مغز آنهاست.

معاون علمی‌وفناوری رئیس‌جمهور با اشاره به جلوگیری از کار استارت‌آپ‌ها و حمله به دفتر تعدادی از آنها معتقد است در برابر پیشرفت علم نمی‌توان ایستاد.

به گزارش ایسنا، سورنا ستاری در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه با بیسان اینکه مغزها را نمی‌توان محدود کرد، گفت: البته نرم‌افزار به خودی خود هیچ ارزشی ندارد و این نیروی انسانی جوان و خلاق است که به آن معنا می‌دهد و کسب وکارها را توسعه می‌دهد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه استارت‌آپ‌ها از طریق سرمایه‌گذاری خطرپذیر ارتقا خواهند یافت، گفت: دلیل استقبال و حمایت مردم از استارت‌آپ‌های خدماتی، فعالیت شفاف، بی‌واسطه، ارزان و رقابتی آنهاست.

ستاری افزود: امروز نسل جدیدی از

کارآفرینان در کشور توسعه پیدا کرده که با گذشته قابل مقایسه نیست. این در حالی است که امسال شرکت‌هایی با ارزش حدود یک

میلیارد دلار داریم که جذب بورس می‌شوند.



افزایش ارزش برند از طریق
بازاریابی مثبت یا برنده - برنده(۲)

می‌توانید پنج برند را نام ببرید که بدون آنها قادر به ادامه زندگی نباشید؟
هدف بازاریابی مثبت تاثیرگذاری بر مشتریان به روشی معنادار است، الهام‌بخش احساساتی مانند اعتماد به نفس و امید است، بازاریابی برنده - برنده یا مثبت این قدرت را دارد که منجر به تغییرات فردی و اجتماعی شود و در همین حین وفاداری به برند را ترویج می‌دهد.

به عنوان بازاریابان دیجیتالی، ضروری است با این مفهوم آشنا باشید و آن را در کار کردهای بازاریابی آنلاین خود به کار بگیرید. در شماره قبل تعدادی از فاکتورهای کلیدی لازم برای ایجاد بازاریابی مثبت یا برنده - برنده در برندسازی اینترنتی معرفی شد و اکنون ادامه بحث در پی می‌آید.

برای حفظ ارزش برند سعی کنید مخاطبان تان را به خنده بیندازید

قدرت شادی نباید توسط بازاریابان نادیده گرفته شود. تعجبی ندارد که پیام‌های مثبت و شاد معمولا به واکنشی مثبت از جانب مشتریان منجر می‌شود. اگر شما بتوانید باعث خندیدن مشتریان تان شوید یا احساسی الهام‌بخش و شورانگیز به آنها بدهید، برند شما برای آنها الهام‌بخش و احساس برانگیز خواهد بود. با استفاده از به کارگیری بازاریابی مثبت یا برد - برد به مردم کمک کنید احساسات مثبتی را تجربه کنند به این صورت مردم برای به اشتراک‌گذاری احساسات خود آن محصول را خریداری می‌کنند.

با تضمین اعتماد و حمایت ارزش برند را ارتقا دهید

در عصر دیجیتال مردم روز به روز اعتماد خود را به برندها از دست می‌دهند. در سال ۲۰۱۶، امنیت آنلاین از نفوذ در پایگاه داده‌های ایمیل گرفته تا ویروس‌ها و خیرهایی از مشکلات متداول در پرداخت‌های آنلاین، دچار اختلال شدند. در حالی که هرکسی ممکن است هک شود، تمام تلاش‌تان را بکنید تا از مشتریان تان حمایت کنید و اجازه بدهید که بدانند شما تمام بررسی‌های امنیتی لازم را انجام می‌دهید.

به علاوه، با توجه به فعالیت خود باید مواد و مطالب مورد درخواست کاربران را مرتبا در وبسایت خود به نمایش بگذارید و این پیوستگی در ارائه و آپلود مطلب را حفظ کنید. از پیوندوهای شناخته شده و قابل اعتماد استفاده کنید، اظهار رضایت مشتریان تان را به نمایش بگذارید و اطلاعات مخاطبان تان را دسته‌بندی کنید، بگذارید مرورگرها بفهمند که شما شرکتی مشروع هستید که حضور آنلاین و اینترنتی خود را جدی گرفته‌اید.

فکر کنید چگونه می‌توانید اعتماد به برندتان را بسازید، یا چگونه می‌توانید زمانی که در شرایط ریسکی هستید به مشتریان تان قوت قلب بدهید. **اهمیت بالای ارتباطات در افزایش ارزش برند** با پلت‌فرم‌هایی مانند (Facebook ، Twitter)، مصرف به سرعت در حال رشد است که منجر می‌شود شرکت‌ها مجبور باشند از طریق شبکه‌های اجتماعی با مشتریان‌شان در ارتباط باشند تا همچنان بتوانند به کار خود ادامه دهند.

مشتریان ابتدا واکنش‌های خود را در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهند. با استفاده از بازاریابی دهان به دهان و از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌توانید هرآنچه که می‌خواهید مشتریان تان در مورد شما بدانند را به آنها بگویید. حتی یک ابر جسام الهام بخش تجاری هم نمی‌تواند به برند شما وجهه‌ای بدهد که نسبت به افرادی که متاسفانه نادیده گرفته شده‌اند، پاسخگو هستید. اما با پاسخگویی مستقیم به نظرات مشتریان به آنها احساس خاص بودن می‌دهید، تعاملات اجتماعی باعث می‌شود به عنوان شرکتی شناخته شوید که به مشتریانش توجه می‌کند.

شما می‌توانید با انجام این نکات ارزش برندتان را بهبود بخشید

شرکت‌ها و مشتریان مدام در حال امتیازدهی و امتیاز گرفتن از هم هستند. شرکت‌های کمی وجود دارند که به واقع به مشتریان‌شان بها می‌دهند و به آنها توجه می‌کنند و با کم کردن ضایعات سعی می‌کنند تا جای ممکن محصولات را ارزان‌تر به دست مشتریان برسانند. نهایتا شرکت‌هایی که برای به‌کارگیری بازاریابی مثبت یا برد - برد در ساختار عملیاتی خود زمان صرف می‌کنند از رشدی عمیق که مبتنی بر ارتباط با مشتریان است لذت خواهند برد. اما مهم‌تر از آن، آنها مسئولیت شکل‌دهی به ارزش‌های فرهنگی خود و مشتریان را قبول می‌کنند. مشخصا، اداره کردن این همه قدرت کار خطرناکی است و شرکت‌ها ممکن است دچار اشتباه شوند. اما بازاریابی برد - برد به عنوان محرکی قوی برای شرکت‌ها باقی می‌ماند تا از خود بپرسند «امروز با چه کسانی می‌توانم ارتباط برقرار کنم؟» و به این صورت روز به روز بر ارزش برند خود می‌افزایند.

منبع: belovedmarketing

۸ روش برای ایجاد یک برند با ارزش‌تر



بصری و تجسمی زندگی می‌کنیم که در آن، چشمان‌مان به سرعت به تغییرات هنرمندانه و زیبا واکنش نشان می‌دهد. از این رو، به بررسی و تنظیم طراحی و سبک محصولات و تبلیغات خود ادامه دهید، به طوری که برندتان احساس «به روز بودن» را القا کند. این کار برای برندهایی با زمان انتظار (زمان بین تصمیم‌گیری برای تولید یک کالا به خصوص و آغاز تولید آن) طولانی، دشوار بوده، اما شدنی است - اما همین هم نسبی است و احتمال دارد رقبای شما با همان مسائل لجستیکی که شما مواجه شده‌اید، روبه‌رو شوند. شما می‌توانید با بررسی مداوم جذابیت و تقاضا برای چیزی که ارائه می‌دهید، برندتان را به بخش‌های جدیدی معرفی کنید- نظیر کاری که شرکت Heineken انجام داد؛ آنها برای جلب توجه مصرف‌کننده‌های جوان‌تر، قسمت بالای (گردن) بطری‌های نوشیدنی خود را درازتر کردند- و بدین طریق توانستند در برابر فشاری که برای قیمت‌گذاری پایین‌تر- به دلیل هم رده بودن با محصولات رقیب و تکراری- وجود داشت، مقاومت کنند.

۸- خسته‌کننده و ملال‌آور نباشید: روش‌های بسیار ساده‌ای را برای جالب‌تر کردن زندگی پیدا کنید. مردم احساس می‌کنند زمان کافی برای انجام کارهای دلخواه‌شان را ندارند، اما هم‌زمان توسط عادات، روحیات، انتظارات و هر چیزی که فناوری امکان اتصالش را برای‌شان فراهم می‌کند، محدود می‌شوند. چیزهایی ساده نظیر برنامه‌های تلفن همراه -all-you-can-eat (نمونه‌هایی که با یک‌بار پرداخت، می‌توان به صورت نامحدود از آنها خورد) مصرف‌کنندگان را قادر می‌سازد همانطور که می‌خواهند عمل کنند، در عین حال که از انجام چنین کاری ارزش بیشتری می‌برند. همه این ابتکارات، اگر موفقیت‌آمیز باشد، با هم همخوانی دارند. راز موفق بودن این ابتکارات، در آن است که آنها را در کنار هویت و شخصیتی که مورد توجه مردم بوده و در واقع قهرمان‌شان است، به بازار عرضه کنید.

منبع: brandingstrategyinsider

که مشتری از تعامل با برند یا شرکت شما به دست می‌آورد) نقش مهم‌تری را ایفا می‌کنند، اصطکاک و حساسیتی را که باعث کاهش فروش یا پراکنده کردن مصرف‌کننده‌ها به سمت جایی دیگر می‌شود متوقف می‌کند. به گفته مک‌کینزی، «دیجیتال‌سازی، به طور پیوسته در حال تبدیل شدن به مسیر اصلی برای سفر مشتری است. سرانه استفاده از ابزارهای دیجیتالی، سالانه با افزایش ۲۰ درصدی مواجه می‌شود، زیرا مصرف‌کنندگان آنلاین بیشتری به سمت ابزارهای دیجیتالی تغییر مسیر داده و مصرف‌کنندگان جوان‌تر دیجیتال‌گرا نیز به صفوف خریداران می‌پیوندند... [اما] از طرفی، حضور پررنگ ابزارهای دیجیتال قبل از خرید، شانس مواجه شدن یک مصرف‌کننده با یک رقیب (و از دست رفتن وی) در امتداد بزرگراه دیجیتال را افزایش می‌دهد.»

۶- شخصی‌سازی و محلی‌سازی کنید: با بازگشت برندها به محدوده مدنظر مردم و ظهور حس فردگرایی (individualism)، حتی بزرگ‌ترین برندهای دنیا نیز قادر خواهند بود راه‌هایی برای ایجاد فوریت بیشتر برای مصرف‌کنندگان پیدا کنند. این موضوع به تکنولوژی بالایی نیاز ندارد. برچسب‌های Coke شرکت کوکاکولا که بسیار ساده و موثر نام‌گذاری شده بود (به جای لوگوی کوکاکولا، روی هر بطری نام کوچک فرد مدنظر تان حک می‌شد)، بخشی از کمپین تبلیغاتی بسیار موفق اشتراک‌گذاری یک کوکاکولای (Share a Coke) این شرکت بود که نشان داد چگونه افزایش حس تعامل با انسان‌ها (High-touch) می‌تواند باعث دگرگونی احساس مالکیت آنها شود. تولیدکننده‌های جهانی نوشیدنی همچنین دریافتند ارائه محصولات خوشایند و بی‌رقیب که در دوزخ بازارها و ذائقه‌های به‌خصوصی باشد، شمارش معکوس را برای بسیاری از رقبای کوچک آنها به جریان خواهد انداخت. گاهی اوقات بزرگ‌ترین کاری که می‌توانید به عنوان یک برند جهانی در یک بازار خاص انجام دهید، یک اقدام کوچک است.

۷- زیبایی و برازندگی: مد هرگز نمی‌خواهد، ما در یک دنیای بسیار

برندهای فعال در زمینه‌هایی مانند فست‌فود و نوشیدنی بدون الکل، باید مستقیما به تاثیرات و مخاطرات اجتماعی حوزه فعالیت خود که می‌تواند در تغییر، زیاد صحبت می‌کنیم. با این وجود، برندهای جهانی در سال ۲۰۱۴، با افزایش ۱۲ درصدی ارزش خود مواجه شدند. اینکه این برندها چه کرده‌اند که به چنین موفقیتی دست یافته‌اند، برای همه افراد مستول در حوزه برند، درس‌های زیادی را به دنبال دارد. اگر بخشی از وظیفه شما ایجاد تقاضا توسط مشتری است، در اینجا هشت کاری که می‌توانید به منظور حفظ اعتبار، متوقف کردن مسیر نزولی و ایجاد حداکثر رونق اقتصادی و اولویت مصرف‌کنندگان انجام دهید، برای‌تان ارائه شده است.

۱- بخشی از یک صنف در حال رشد باشید: به گفته شرکت تحقیقاتی Millward Brown، ۱۰ برند برتر پوشاک در سال گذشته حدود ۲۹ درصد رشد داشته‌اند. اگر شما در این بخش یا سایر بخش‌های سریعا در حال رشد، صاحب برند هستید، این یک اعلان واضح برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌ای است که علاقه‌مندی به آن، به وضوح افزایش یافته است. اگر هم در یکی از دسته‌های در حال رشد برندی ندارید، آیا راه‌هایی وجود ندارد که از طریق اکتساب، شراکت، اخذ امتیاز (بروانه) و یا برندسازی مشارکتی بتوانید به طور طبیعی (و به سرعت) برند خود را به چنین صنف‌هایی گسترش دهید؟

۲- بخشی از یک اقتصاد احیا شده باشید: اگر برند شما در میان مناطق مختلفی گسترش یافته است، منطقی است که بر مناطقی از جهان تمرکز کنید که در آنجا رشد اقتصادی ذاتی با افزایش اعتماد مصرف‌کننده مواجه شده است. برای سوار شدن بر این موج، از طریق توافق‌نامه نمایندگی یا کار با افراد و شرکت‌های تثبیت شده در آن مناطق - برای افزایش محدوده سهام‌شان-، روش‌هایی را به منظور به دست آوردن جایگاه خود پیدا کنید. همچنین برای تحقق آرزوهای برجسته، طرح‌های پاداش (تشویقی) تعریف کنید.

۳. مقابله با مسائل اجتماعی: تعدادی از بخش‌ها در حال مبارزه با مسائل اعتباری (اعتبار برند) هستند.

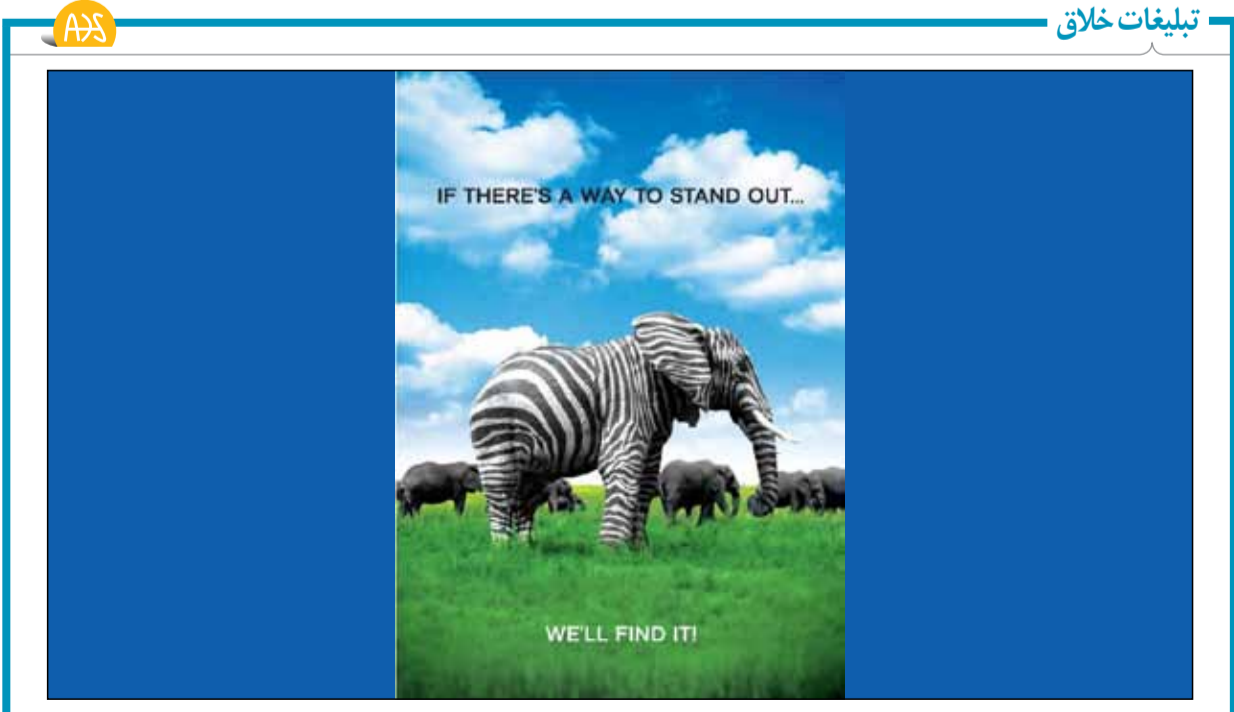
منظور ایفای صحیح نقش خویش و نیز درباره مشکلات موجود در زمینه رقابت در بازارهای بزرگ و سریعا در حال تغییر، زیاد صحبت می‌کنیم. با این وجود، برندهای جهانی در سال ۲۰۱۴، با افزایش ۱۲ درصدی ارزش خود مواجه شدند. اینکه این برندها چه کرده‌اند که به چنین موفقیتی دست یافته‌اند، برای همه افراد مستول در حوزه برند، درس‌های زیادی را به دنبال دارد. اگر بخشی از وظیفه شما ایجاد تقاضا توسط مشتری است، در اینجا هشت کاری که می‌توانید به منظور حفظ اعتبار، متوقف کردن مسیر نزولی و ایجاد حداکثر رونق اقتصادی و اولویت مصرف‌کنندگان انجام دهید، برای‌تان ارائه شده است.

۱- بخشی از یک صنف در حال رشد باشید: به گفته شرکت تحقیقاتی Millward Brown، ۱۰ برند برتر پوشاک در سال گذشته حدود ۲۹ درصد رشد داشته‌اند. اگر شما در این بخش یا سایر بخش‌های سریعا در حال رشد، صاحب برند هستید، این یک اعلان واضح برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌ای است که علاقه‌مندی به آن، به وضوح افزایش یافته است. اگر هم در یکی از دسته‌های در حال رشد برندی ندارید، آیا راه‌هایی وجود ندارد که از طریق اکتساب، شراکت، اخذ امتیاز (بروانه) و یا برندسازی مشارکتی بتوانید به طور طبیعی (و به سرعت) برند خود را به چنین صنف‌هایی گسترش دهید؟

۲- بخشی از یک اقتصاد احیا شده باشید: اگر برند شما در میان مناطق مختلفی گسترش یافته است، منطقی است که بر مناطقی از جهان تمرکز کنید که در آنجا رشد اقتصادی ذاتی با افزایش اعتماد مصرف‌کننده مواجه شده است. برای سوار شدن بر این موج، از طریق توافق‌نامه نمایندگی یا کار با افراد و شرکت‌های تثبیت شده در آن مناطق - برای افزایش محدوده سهام‌شان-، روش‌هایی را به منظور به دست آوردن جایگاه خود پیدا کنید. همچنین برای تحقق آرزوهای برجسته، طرح‌های پاداش (تشویقی) تعریف کنید.

۳. مقابله با مسائل اجتماعی: تعدادی از بخش‌ها در حال مبارزه با مسائل اعتباری (اعتبار برند) هستند.

تبلیغات خلاق



مدرسه تبلیغات



واقعییت تبلیغات(۵)

افراد جذب شده

به قلم راسر ریوز

همه ما این داستان را شنیده‌ایم: مردی پس از ورود به مغازه‌ای کوچک و روستایی با صدها کیسه نمک مواجه می‌شود. به صاحب فروشگاه گفت: «می‌بینم که نمک می‌فروشید.» صاحب فروشگاه گفت: «نه، نمک نمی‌فروشم.»

اما مشتاقانه اضافه کرد: «اما ممکن است آن فروشنده نمک بفروشد!» مطالبی که در مورد نفوذ آموختیم، به قدرت فروش فروشنده ما اشاره‌ای نداشتند. می‌توانیم افراد زیادی را تحت تاثیر قرار دهیم، اما هیچ فروشی نداشته باشیم. ممکن است فردی اطلاعات زیادی را به اشتراک بگذارد و حرف‌هایی بزند، ممکن است آواز بخواند و برقصد. ممکن است به دلیل کارهای عجیبش، مردم حرف‌های او را به یاد بیاورند، اما ممکن است چیزی که می‌گوید، آنها را به خرید ترغیب نکند. ممکن است یک شرکت، طرح خود را با یک پیام قوی فقط در ذهن افراد کاری وارد کند و ثروتمند شود. برعکس، ممکن است یک شرکت طرح خود را با یک پیام بد در ذهن همه تثبیت کرده و ورشکسته شود.

آیا داستان شما تاثیر گذار است؟

آیا افراد را جذب محصول تان می‌کند؟

زمانی که نمودار قبلی خود و میله‌ها را بار دیگر و با این دیدگاه که آیا این ۷۸ کمپین قوی هستند یا ضعیف، ترسیم می‌کنیم، با یک تفاوت شگفت‌انگیز مواجه می‌شویم. دوباره، یک نمودار با پیامدهای بسیار در اختیار داریم:



در اینجا خط افقی نشان دهنده متوسط تعداد افراد جذب شده در طبقه‌بندی یک محصول توسط یک طرح است. شرکت‌های بالای خط، داستان‌های قوی‌تری دارند که باعث جذب مشتریان بیشتری می‌شود و شرکت‌های زیر خط، داستان‌های ضعیف‌تری دارند که در واقع، بسیاری از آنها هیچ مشتری را جذب نمی‌کنند. این نمودار، اگر نام برندها را نشان دهیم، باعث برگزاری جلسات فوری در اتاق‌های ریاست در سراسر منطقه خواهد شد. زیرا در اینجا با اعداد و ارقام ساده، تفاوت قابل توجه قدرت خرید تبلیغات تبلیغ کنندگان مختلف، فاش شده است. باز هم، درس‌های بی‌شماری:

داستان موردی شماره ۱:

دو سال پیش، یک تبلیغ کننده طرح بزرگی داشت. از میان ۱۰۰ نفری که طرح او را به یاد می‌آوردند، ۲۰ درصد به محصول او جذب شده بودند. سپس، او کمپین خود را تغییر داد. امروزه، او داستانی دارد که تنها ۱۰ درصد افراد را جذب می‌کند. پیام تبلیغاتی او نیچی از تاثیر پیام قبلی را دارد و هنوز از آن بی اطلاع است، زیرا برنامه‌ای برای ارزیابی نفوذ در اختیار ندارد.

داستان موردی شماره ۲

یک تبلیغ کننده که سالانه ۴ میلیون دلار هزینه می‌کند، داستانی با جذب مشتری بالا دارد. او ۱۸ درصد از افرادی که آن را در ذهن خود ثبت کرده‌اند، جذب می‌کند. طرح او هنوز در جعبه‌ای کوچک و در تبلیغات او نهفته است. موردی که در عنوان و تصاویر ارائه می‌شوند، هیچ سودی ندارد. چنانچه شرکت از این موارد مطلع شود، مطمئن طرح خود را جراحی خواهد کرد!

داستان موردی شماره ۳

در این نمودار، با تبلیغ کنندهای مواجه می‌شویم که سالانه ۷ میلیون دلار هزینه می‌کند. کمپین او هنوز موفق به جذب مشتری نشده است! این استثنا است، ممکن است تصور کنید که تبلیغ، حداقل نام برند را در معرض دید عموم قرار می‌دهد و این کار برخی از افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

اما در حقیقت اینگونه نیست، وقتی افرادی که تبلیغ را به یاد نمی‌آورند مورد بررسی قرار می‌دهیم، می‌بینیم که آنها به اندازه افرادی که تبلیغ را به خاطر دارند از محصول استفاده می‌کنند. این داستان‌ها ارزش بازخوانی را دارند. ما خلاصه‌ای از آنها را در اختیار شما قرار دادیم، بنابراین هر کدام از آنها در چند کلمه ارائه شده‌اند. اما امکان دارد شما نیز همین اشتباهات را در کمپین تبلیغاتی که در حال نوشتن آن هستید، یا امروزه آن اداره می‌کنید و یا برای آینده برنامه‌ریزی می‌کنید، مرتکب شوید زیرا این داستان‌ها موردی و استثنا نیستند؛ اینها نمونه‌هایی از صدها موردی است که هر ساله، توسط تبلیغ کنندگان حرفه‌ای، دوباره تکرار می‌شوند.

ممکن است بدون هیچ اطلاعی به داستانی غیر موثر روی آورید. ممکن است نسخه قوی خود را کتمان کرده و آن را پشت ابزای خاص و بی فایده پنهان کنید.

ممکن است طرحی را اجرا کنید که هیچ مشتری جدیدی را جذب نکند یا به عبارت دیگر یک کمپین کاملا بیپهوه را اداره کنید. یا حتی بدتر، ممکن است کمپینی را اداره کنید که مشتریان را دور کند! کمپینی که وقتی به مصرف کننده معرفی می‌شود، فروش شما را کاهش می‌دهد.

حالا تصویر واقعیت در تبلیغات واضح‌تر می‌شود و ما با فعالیت‌های داخلی برخی از کمپین‌های بسیار مشهور آشنا می‌شویم. می‌بینیم که مردم همه جا درباره یک کمپین جدید صحبت می‌کنند؛ مشتری راضی و آژانس سرشار از غرور و افتخار است. اما هنوز هم احتمال دارد که کمپین، چیزی بیشتر از یک حرکت زیبا اما خالی نباشد. در واقع، ممکن است حتی مشتریان را دور کند. می‌بینیم که باید به افراد تحت تاثیر قرار گرفته، افراد ترغیب شده را نیز اضافه کنیم. بوج و توخالی بودن برخی از تحسین‌برانگیزترین کمپین‌های آمریکا مشخص شده است. شاید در ظاهر زیبا بودند، اما محتوا و هدف فروش نداشتند. دیگر کمپین‌ها که کمتر مورد توجه حرفه قرار گرفتند، شاهکارهای فوق‌العاده‌ای از ترغیب و فروشنده‌ی هستند.

منبع: کتاب Reality In Advertising



آیا تضمینی برای استراتژی‌های بازاریابی بلندمدت وجود دارد

سؤال این است که آیا می‌توان با استفاده از مجموعه‌ای از استراتژی‌ها، رویکردها و تغییرات، بازاریابی تضمین‌شده‌ای داشته باشید که کمتر در معرض تهدیدات آتی قرار بگیرد؟ از آنجا که آینده کاملا غیرقابل پیش‌بینی است، آیا اصولا ضمانتی وجود دارد؟

انواع تهدیدها

بباید مصونیت آتی را با مرور انواع مسائلی که رویکردهای فعلی بازاریابی ما را تهدید می‌کنند، مورد بررسی قرار دهیم:

۱- رقابت

رقابت مستقیم همیشه یک تهدید جدی محسوب می‌شود. اگر یک بازاریاب زیرک، با ارزیابی مدل کسب‌وکار شما متوجه شود که می‌تواند رویکرد مؤثرتری در پیش بگیرد (مثل قیمت‌گذاری پایین‌تر یا کانال‌های توزیع بهتر)، آنها می‌توانند به‌سرعت بخش عظیمی از سهم بازار شما را از آن خود کنند.

۲- تکنولوژی مصرف‌کننده

تکنولوژی جدیدی که در دست مشتریان شما قرار می‌گیرد، ممکن است کانال انتخابی شما را منسوخ کند. به همه صنایعی فکر کنید که با ظهور اینترنت، به پایان راه خود رسیدند: آژانس‌های مسافرتی، دانشنامه‌ها، کتابفروشی‌ها و به‌زودی تلویزیون‌های کابلی.

۳- تکنولوژی تجاری

این فقط تکنولوژی مصرف‌کنندگان نیست که تهدیدی برای شما محسوب می‌شود. اگر یک رقیب (یا صنایع مختلف) از تکنولوژی تولید یا توزیع بهتری بهره‌مند شوند، می‌توانند کارایی و جذابیت برند شما را کاهش دهند. در این صورت استراتژی‌های قدیمی بازاریابی شما جوابگو بازار نیست.

۴- تغییر ترجیحات مصرف‌کننده

می‌دانیم که علت شکست ۴۲ درصد از شرکت‌ها، عدم نیاز بازار به محصولات عرضه شده آنها است. ولی داستان همیشه این‌طور شروع نمی‌شود. اگر مصرف‌کنندگان ناگهان احساس کنند که تمایل و علاقه‌ای به محصولات شما ندارند، حتی بهترین کمپین بازاریابی هم نمی‌تواند مشکل را حل کند.

بهترین استراتژی‌هایی که به آینده بازاریابی امنیت می‌بخشند

بدیهی است که ما می‌خواهیم شرکت‌مان را در برابر این تهدیدها محافظت کنیم. اما بهترین راهی که پیش رو داریم چیست؟

۱- از تکنولوژی‌هایی استفاده کنید که می‌توانید با آنها رشد کنید

در مرحله اول، زمانی که می‌خواهید زیرساخت‌های فناوری شرکت را بسازید یا استراتژی خاصی را برای بازاریابی انتخاب کنید، با اطمینان گزینه‌ای را انتخاب کنید که به مدت طولانی با شما خواهد بود و می‌تواند آن را در طول زمان ارتقا دهید. به‌سختی می‌توان پیش‌بینی کرد که استراتژی‌ها و محصولات تکنولوژی تا چه مدت دوام خواهند داشت و چه زمانی از بین می‌روند. اما اگر روی محصولاتی متمرکز شوید که احتمال رشد بالایی دارند و به‌راحتی قابل اصلاح و ارتقا هستند، شانس بیشتری برای حفظ آن خواهید داشت.

۲- خودتان را به هیچ استراتژی خاصی وابسته نکنید

در هیچ‌یک از بخش‌های کسب‌وکار، به استراتژی‌های ثابت وابسته نشوید. اصلا مشخص نیست پروسه‌ای که امروز به شما خوب جواب می‌دهد، فردا هم کارایی داشته باشد. بنابراین همیشه برای تغییرات ملموس و جدی آماده‌باشید. تجربه تای کیول از شرکت OnDeck مثال خوبی در این زمینه است. او برای شرکتی کار می‌کرد که مدیرعاملش در طول یک سال مجبور شد پنج بار برنامه‌های اصلی تولید را تغییر دهد.

۳- روی تقویت برند متمرکز شوید

به‌جای اینکه روی برنامه‌های انفرادی متمرکز شوید، ارتباطات برند خود را گسترش دهید و تقویت کنید. اگر مصرف‌کنندگان با برند شما احساس نزدیکی کنند، برای مدتی طولانی کنار شما خواهند ماند، حتی اگر شرکت رقیب پیشنهاد بهتری به آنها ارائه یا کمپین مدرن‌تری برگزار کند.

۴- سلسله‌مراتب بازاریابی را متعطف نگه دارید
در داخل سازمان، تلاش کنید سلسله‌مراتب انعطاف‌پذیری داشته باشید و حتی اگر ممکن است، این طبقه‌بندی‌ها را کنار بگذارید. سلسله‌مراتب سازمانی سخت و راکد، مانع از نوآوری‌های بازاریابی می‌شود. این سیستم صرفا مسئولیت زیادی را به رهبران تحمیل و فرآیند تصمیم‌گیری و تغییرات تیم را سخت می‌کند. اگر می‌خواهید همیشه واکنش هوشمندانه‌ای به تغییرات داشته باشید، به حرکت سریع همه اعضا و ایده‌های همه سطوح سازمان نیاز دارید.

۵- از تنوع ایده‌ها استقبال کنید

تنوع، مزیت بسیار مهمی برای کسب‌وکار به شمار می‌رود. تحقیقات نشان می‌دهد شرکت‌هایی که از تنوع قومی و نژادی بیشتری بین کارمندان‌شان برخوردارند، به نتایجی ۳۵ درصد بالاتر از سطح متوسط دست پیدا می‌کنند. این آمار برای تنوع جنسیتی به ۱۵ درصد می‌رسد. این تنوع، در جلسات کاری شما به گفتارهای مفیدتر و ایده‌های خلاقانه‌تر منجر می‌شود و حل مشکلات بازاریابی را تسریع می‌کند. از طرف دیگر حضور کارمندان مختلف، کسب‌وکار شما را از هم‌اندیشی‌های کورکورانه، که تهدیدی جدی برای پتانسیل‌های شرکت است، محافظت می‌کند.

منبع: forbes/zoomit

بازاریابی محتوا چگونه می‌تواند باعث بهبود برنامه جامع بازاریابی دیجیتال شود



نوشته روپرت روز

بنیانگذار مؤسسه آموزشی و مشاوره‌ای تولید محتوا
مترجم: مهتاب‌مندی

اگر با کارهای مجموعه من آشنا باشید، احتمالا می‌دانید که ما در مؤسسه بازاریابی محتوا، اهمیت زیادی برای برنامه‌ریزی مستند و دقیق قائل هستیم. ما هر ساله در تحقیقات مان به همین نتیجه می‌رسیم که آنچه بازاریابی موفق محتوا را از مدل ناموفق آن متمایز می‌کند، داشتن یک برنامه دقیق و مستند است.

در تحقیق به عمل آمده در سال ۲۰۱۸ در مورد معاملات بین کسب‌وکارها (B2B)، مشخص شد که ۶۲ درصد از موفق‌ترین بازاریاب‌های محتوا دارای یک استراتژی مکتوب هستند، در حالی که ۱۶ درصدی که کمترین میزان موفقیت را گزارش داده بودند، هیچ راهبرد معین و دقیقی نداشتند.

یکی از چیزهایی که باید دائما بر آن تأکید کنیم این نکته است که بازاریابی محتوا نمی‌تواند جایگزین یک استراتژی بازاریابی جامع شود. بسیاری از مطالبی که بر ضد بازاریابی محتوا منتشر می‌شوند، با این پیش فرض غلط نوشته شده‌اند که بازاریابی محتوا قرار است جایگزین سایر فعالیت‌های بازاریابی کسب‌وکار شود. این موضوع کاملا غلط است و روش‌های کلاسیک بازاریابی نظیر تبلیغات، روابط عمومی، بازاریابی تلفنی و سایر روش‌ها باید به موازات بازاریابی محتوا به کار گرفته شوند.

بازاریابی محتوا همیشه باید به عنوان جزئی از برنامه جامع بازاریابی در نظر گرفته شود و در واقع فرصتی است برای بهبود عملکرد سایر روش‌های بازاریابی. برای بسیاری از کسب‌وکارها، بازاریابی محتوا تنها بخش کوچکی از برنامه جامع بازاریابی است که به کمک سایر روش‌های بازاریابی می‌آید. برای بعضی شرکت‌ها هم ممکن است بازاریابی محتوا بخش اصلی برنامه بازاریابی باشد. هر کسب‌وکاری باید تعیین کند که چه بخشی از برنامه جامع بازاریابی‌اش را به بازاریابی محتوا اختصاص خواهد داد.

البته جالب توجه است که بدانیم بعد از بررسی نتایج کار با این شرکت‌ها، به نتایج جالبی رسیدیم: ۹۶ درصد شرکت‌ها (در واقع همه شرکت‌های مورد بررسی به جز یکی از آنها) اذعان کردند که بخش‌های مختلف شرکت با هم تعامل کافی ندارند و در هماهنگی و اجرای یک برنامه بازاریابی دیجیتال که تمام محصولات و روش‌های ارتباطی و تمام مناطق کاری و بخش‌های اداری را پوشش دهد با مشکلات زیادی مواجهند.

۸۵ درصد شرکت‌های B2B و ۶۰ درصد شرکت‌های فروش از بازاریابی دیجیتال ناامید شده بودند، به این

دلیل که با وجود اختصاص دادن زمان زیادی به کار در فضای دیجیتال، فاقد یک برنامه عمل جامع بوده و بخش‌های مختلف شرکت نه تنها در هماهنگی نبوده، بلکه در بعضی موارد با هم رقابت داشتند!

۵۶ درصد (۱۷ شرکت از ۳۰ شرکت) معتقد بودند که شرکت آنها فاقد یک برنامه راهبردی و جامع برای بازاریابی دیجیتال است و برای استفاده از بخش روابط عمومی، پوشش‌های رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، جذب مشتری‌های پیشگام، یا بسترهای محتوا محور اصلا برنامه مشخصی وجود ندارد. این موضوع می‌تواند سه دلیل عمده داشته باشد:

* شرکت‌های مورد بررسی از لحاظ ساختاری و عملیاتی، مجزا بوده و هنوز به یک «سازمان» تبدیل نشده بودند و ایده ایجاد یک برنامه راهبردی جامع در مراحل اولیه شکل‌گیری بود.
* این شرکت‌ها هیچ‌گاه یک رویکرد جامع نداشته و از چگونگی طراحی چنین رویکردی بی‌اطلاع‌اند.
* ترکیبی از دلیل اول و دوم.

تجربه شخصی من هم نتایج این تحقیق را تأیید می‌کند. شرکت اسمارت اینسایت (Smart Insight) در یکی از حوزه‌های اخیرش به این نتیجه رسیده که تنها ۳۴ درصد بازاریاب‌ها معتقدند که شرکت‌شان دارای یک برنامه جامع بازاریابی است. تقریبا نیمی از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی اعلام کردند که آنها بدون در دست داشتن یک برنامه عمل جامع، در حال انجام بازاریابی دیجیتال هستند.

تحقیق دیگری (البته متعلق به چندسال قبل) که توسط مارکتو (Marketo) انجام شده نشان می‌دهد که بیش از یک سوم بازاریاب‌ها هیچ برنامه بازاریابی مکتوبی ندارند. یکی از علل ناامیدی از کارآمدی بازاریابی محتوا ممکن است این باشد که بازاریاب‌های محتوا، راهبردهای کلی بازاریابی دیجیتال را به درستی نفهمیده‌اند. بنابراین کسی که این راهبردها را درک کند، از فرصت رهبری سایرین برخوردار خواهد شد.

بازاریابی محتوا: مهم‌ترین بخش برنامه بازاریابی دیجیتال

نکته جالبی که اخیرا متوجه آن شده‌ام این است که بازاریابی محتوا می‌تواند سایر فعالیت‌های بازاریابی دیجیتال را تسریع کند. گروه‌های بازاریابی به نحو فزاینده‌ای عملیات خود را به سمت بازاریابی دیجیتال سوق می‌دهند و تولید محتوا به عنوان سسوخ‌ت لازم برای این عملیات تلقی می‌شود.

در کسب‌وکارهای B2B، استراتژی جذب مشتری‌های پیشگام حول محور تعاملاتی صورت می‌گیرد که در درازمدت باعث ایجاد اعتماد می‌شوند. رسانه‌های تبلیغاتی دیجیتال، بیشتر از توجه بر روش‌های افزایش فروش کوتاه مدت، روش‌های مدیریتی متفاوت و خلقانه را ترویج می‌کنند. بازاریابی B2B بیش از حد بر پیام‌رسانی به گروه هدف متمرکز شده است، در حالی که بخش روابط عمومی، گروه‌های تحلیل روابط بازار بیشتر بر ایجاد تمایز رقابتی از طریق کانال‌های دیجیتال متمرکز هستند.

در تجارت B2B امروز بازاریابی دیجیتال بر استفاده از تجارب حاصل از باخورددهای محتوایی و ارتقای کیفیت و حوزه تأثیر محتوا متمرکز شده است. رسانه‌های تبلیغاتی دیجیتال، با استفاده از فرصت‌های منطقه‌ای و برندسازی از طریق تولید محتوا می‌توانند باعث شوند که تبلیغات دیجیتال دارای اعتبار بیشتری شوند.

در زمینه راهبردهای بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی، توجه به الگوهای جستجوی کلیدواژه‌ها و سرمایه‌گذاری در صفحات پربازدید این شبکه‌ها می‌تواند باعث کارآمدی بیشتر فعالیت‌های بازاریابی شود.

به طور خلاصه می‌توان گفت که یک برنامه صحیح تولید محتوا باید جزئی از یک استراتژی منسجم بازاریابی باشد. اگر بتوانیم یک رویکرد منظم و صحیح نسبت به بازاریابی محتوا داشته باشیم، در واقع هسته مرکزی یک برنامه جامعه بازاریابی را شکل داده‌ایم.
منبع: contentmarketinginstitute

ایستگاه بازاریابی

۲۶ راهکار برای بهبود وضعیت در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (۱)

مترجم: امیرآل‌علی

در حال حاضر میلیون‌ها کاربر از سراسر جهان در شبکه‌های اجتماعی مختلف حضور دارند که این موضوع باعث می‌شود تا فضا برای فعالیت برندها مهیا باشد. در واقع این یک واقعیت است که در حال حاضر هیچ یک از روش‌های تبلیغاتی به اندازه شبکه‌های اجتماعی احتمال دیده شدن را افزایش نمی‌دهند و این خود از مزیت‌های اصلی آن در کنار رایگان بودن است. اگرچه برخی هنوز براین باور هستند که تبلیغات از طریق تلویزیون برترین روش محسوب می‌شود. با این حال تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد که افراد به طور متوسط روزانه حداقل دو ساعت را در شبکه‌های اجتماعی خود می‌گذرانند. این درحالی است که احتمال دارد برای چند روز حتی سراغی از تلویزیون خود نگیرند. با این حال این موضوع به معنای کنار گذاشتن سایر روش‌های موجود نیست و تنها به این اشاره دارد که لازم است توجه ویژه‌ای به این بخش شود. به همین خاطر و در همین راستا در ادامه به بررسی ۲۶ راهکار ساده و در عین حال کاربردی برای این موضوع خواهیم پرداخت.

۱- صدا را نیز مدنظر قرار دهید

قبل از پرداختن به این بخش لازم است این نکته ذکر شود که بازاریابی شبکه‌های اجتماعی می‌تواند با هدف برندسازی و معرفی برند یا فروش محصول یا هدایت کاربران به وب‌سایت صورت پذیرد. با این حال توصیه می‌شود تنها یک هدف را در این زمینه دنبال کرده و از تمامی امکانات موجود در آن استفاده کنید. به همین خاطر هم است که باید در ابتدای کار از میان گزینه‌های موجود بهترین رسانه را با توجه به بازار هدف خود انتخاب کنید. برای مثال ممکن است فیس‌بوک در یک منطقه از بیشترین تعداد کاربران برخوردار باشد و این در حالی است که در جایی دیگر این جایگاه در اختیار شبکه اجتماعی ملاک شما برای انتخاب در وهله اول باید سلیقه بازار هدف و نیاز شما باشد. در این زمینه بسیاری از روابط بازار صرفا به ارسال تصویر و ارائه توضیحات در رابطه با محصول خود یا هر آن چیزی که قصد به اشتراک گذاشتن آن را با مخاطبان دارند، می‌پردازند. با این حال برای بیشترین میزان از تأثیرگذاری ضروری است تا همه حواس مخاطب را به خود جلب کنید. بدون تردید گوش دادن رسانه‌های تبلیغاتی دیجیتال، با استفاده از فرصت‌های منطقه‌ای و برندسازی از طریق تولید محتوا می‌توانند باعث شوند که تبلیغات دیجیتال دارای اعتبار بیشتری شوند.

۲- فعالیت مداوم در سایت خود داشته باشید
همواره مشاهده شده است که برخی از برندها در سایت رسمی خود فعالیت نامنظم و بدون هدفی خاص را دارند. همین امر هم باعث می‌شود تا تعداد مراجعه‌کنندگان به صورت روزانه کاهش پیدا کند. توجه داشته باشید که همواره نمی‌توانید با تکیه بر شبکه اجتماعی خود تمامی نیازهای‌تان را برطرف کنید، به همین خاطر وجود سایتی قوی جهت پشتیبانی و بهبود ضعف‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی امری بسیار مهم محسوب می‌شود. برای مثال در اینستاگرام امکان ارسال ویدئوهای طولانی وجود ندارد و این باعث می‌شود امکان نقد و بررسی محصول تنها به صورت بیانی میسر باشد. با این حال این امر یک واقعیت غیرقابل انکار است که افراد تنها هنگامی اعتماد لازم را به دست خواهند آورد که با چشم خود کارایی محصول را مشاهده کنند. به همین خاطر در صورتی که شما از سایتی قدرتمند برخوردار باشید، این اطمینان را می‌توانید در خود تقویت کنید که ضروری قدرتمند را در شبکه‌های اجتماعی تجربه خواهید کرد.

۳- گذشته را با آینده ترکیب کنید

اگرچه در راستای کسب موفقیت لازم است نگاهی رو به جلو داشته باشید، با این حال رها کردن گذشته نیز سیاستی درست نخواهد بود. در واقع این امر بسیار محتمل است که برخی از افراد با محصولی قدیمی از شرکت شما خاطراتی را داشته باشند و این امر که شما دیگر به آن نپردازید می‌تواند زمینه نارضایتی را به همراه داشته باشد، به همین خاطر از تلفیق گذشته خود با اقدامات آتی واهم‌ای نداشته و با برنامه‌ریزی درست در این رابطه اقداماتی را صورت دهید. برای مثال شرکت اپل در صفحه رسمی خود در اینستاگرام در زمان‌های متعدد از محصولی پرفروش پستی را ارسال می‌کند که خاطرات را برای آن دسته از افرادی که استفاده از آن را تجربه کرده‌اند زنده کرده و به نوعی گذشته پربار خود را نیز یادآور می‌شوند.

ادامه دارد ...

منبع: socialmediaexaminer

بازاریابی خلاق



کلید

۳۰

بازسازی کسب و کار پس از حوادث طبیعی

به قلم جنیفر پست
 نویسنده مستقل بیزینس نیوز دیلی
 مترجم: سعیده کریمی

فقط در سال ۲۰۱۷، در کالیفرنیا چند مورد آتش‌سوزی، در مکزیک چند زمین لرزه و در پورتوریکو، کاراییب و ایالات متحده چندین توفان سهمگین رخ داد. تمامی این حوادث طبیعی خسارات زیادی بر مردم و اجتماع تحمیل کرده‌اند. اطمینان از سلامت خود و عزیزان پس از بروز حوادث طبیعی اولویت ردیف اول است، اما برای صاحبان کسب و کار اطمینان از بازسازی کسب و کارشان پس از یک حادثه طبیعی اولویت بعدی است. متخصصین صنعت راهکارهای زیر را در مورد راه‌اندازی مجدد کسب و کار پس از یک حادثه طبیعی پیشنهاد می‌کنند.

۱- با کارمندان، مشتریان و سهامداران ارتباط برقرار کنید

دیوید روستنکو، مدیرعامل و بنیانگذار ویلی خاطر نشان می‌سازد که برقراری ارتباط اولیه و در میان گذاشتن آنچه اتفاق افتاده است از اقدامات کلیدی است. روستنکو می‌گوید: «وقتی کسب و کارتان با حادثه طبیعی آسیب می‌بیند اولویت‌بندی امور سخت می‌شود. همین که سروسامان پیدا کردید و توانستید برنامه‌ای برای خود بریزید، ضروری است که در اسرع وقت و با شفافیت با مشتریان موجود و مشتریانی که آنلاین شما را جست‌وجو می‌کنند ارتباط برقرار کنید.» وی یادآوری می‌کند که اولین قدم بهتر است به روزرسانی وب سایت یا وبلاگ‌تان باشد. طاق، حمایت و همدلی مشتریان‌تان وقتی متوجه شوند یکی از کسب و کارهای کوچک مورد علاقه‌شان آسیب دیده است، بیشتر خواهد شد.

توماس فیلیپس نایب رئیس راهبرد شرکت و مدیر ارشد اطلاعات در شرکت لیزر فیش، عنوان می‌کند که استفاده از وب‌سایت، شبکه‌های رسانه جمعی و ارسال پیام برای دسترسی به کارمندان، مشتریان، شرکا و فروشندگان از اهمیت بالایی برخوردار است.

۲- با شرکت بیمه‌تان تماس بگیرید

فیلیپس پیشنهاد می‌دهد که وقتی از امنیت کارمندان‌تان با خبر شدید، به بررسی خسارت بپردازید. با شرکت بیمه‌تان تماس بگیرید و ادعای خسارت کنید. بهتر است گهگاه قرارداد بیمه‌تان را بررسی کنید تا مطمئن شوید پوشش مناسب برای انواع حوادث ناگوار را در برمی‌گیرد. فیلیپس اضافه می‌کند ممکن است در هنگام حوادث غیرمترقبه آشوبگران وارد محیط کاری شما شوند یا خرابکاران آسیبی برسانند. اگر حال کسی تجهیزات کامپیوتری شما را سرقت کند اسناد و مدارک شما از جمله اطلاعات شخصی قابل شناسایی شما را در برگیرد و اطلاعات رمزگذاری نشده باشد، ممکن است برای آگاه ساختن مشتریان به الزامات قانونی نیاز داشته باشید.

برای اطمینان خاطر، داده‌های مشتریان را رمزگذاری کنید، اسناد کاغذی را دیجیتالی کنید و تمامی اطلاعات مهم را در یک سیستم اسناد مدیریت مبتنی بر رایانش ابری نگهداری کنید.

۳- از حضور آنلاین خود برای کمک به جامعه بهره بگیرید

بعد از بروز یک حادثه طبیعی مردم به دنبال راه‌هایی برای کمک کردن هستند، اما همه این افراد نمی‌توانند در محل حادثه حضور یابند. فیلیپس می‌گوید: «مکانی فراهم کنید تا این افراد با اهداف کمک یا خرید از فروشگاه یا کسب و کار شما حمایت کنند. مردم همیشه به دنبال راه‌هایی هستند تا به بازسازی‌ها کمک کنند و حمایت از یک کسب و کار محلی راه خوبی برای حمایت از مجموعه در حال بازسازی است.»

وی می‌گوید: «برای رسیدن به این هدف اطمینان حاصل کنید که فروشگاه آنلاین‌تان با محصولات جدید به روزرسانی شده است. با این کار نه تنها به فروش خود ادامه می‌دهید، بلکه آگاهی مردم از تلاش‌های‌تان برای بازیابی جایگاه پیشین را گسترش داده‌اید.»

۴- داده‌های کپی پشتیبان (بک آپ) را بررسی کنید

فیلیپس عنوان می‌کند که شما می‌بایست از قبل یک کپی پشتیبان از داده‌های مهم خود تهیه و این کپی را ذخیره کنید تا جای آن امن باشد؛ اطلاعات حیاتی چون: مجوزهای تجاری، قراردادهای مهم، اسناد قانونی، اظهارنامه‌های مالیاتی، صورت حساب های مالی و دیگر اسناد تجاری مهم. پس از سانحه مطمئن شوید که از طریق سیستم‌هایی که بعد از این استفاده می‌کنید به مدارک پایگانی شده دسترسی داشته باشید.

فیلیپس در ادامه می‌افزاید که طرح استمرار کسب و کارتان باید شما را برای موقعیت‌های اضطراری آماده کند؛ موقعیت‌هایی چون از دست دادن یا در دسترس نبودن سیستم های اطلاعاتی (آی‌تی)، افراد کلیدی یا تسهیلات شخص ثالث. اطمینان یابید که پرسنل به طرح استمرار از طریق تلفن‌های همراه بلافاصله بعد از حادثه دسترسی پیدا کنند.

منبع: businessnewsdaily

۱۰ توصیه از الکسیس اوهانیان



اوهانیان نیز تنها به انجام یک کار بسنده نکرده و تا به الان اقدامات متعددی را صورت داده است. در نهایت شما به وضعیت ایده‌آل خود در میان این جست‌وجو‌ها دست پیدا کرده‌اید کرد. در این رابطه تنها دیگران مقصر نبوده و ممکن است سطح پایین مهارتی افراد باعث بروز مشکلات شود. به همین خاطر ضروری است تا فعالیت خود را در جایی کوچک‌تر ادامه داده و با بهبود خود بار دیگر به موقعیت فعلی بازگردید. تحت این شرایط می‌توانید به پیشرفت در کار امیدوار باشید.

۷- تشکیل خانواده مانع پیشرفت شما نخواهد شد

وی همواره تأکید کرده است که ازدواج با قهرمان شماره یک تنیس جهان، بهترین تصمیم زندگی او بوده و باعث شده است تا با انگیزه‌های مضاعف اقدامات خود را پیگیری کند. همچنین وی به تازگی صاحب فرزند شده است و آن را هدیه خداوند به زندگی خود می‌داند. در همین راستا وی توصیه می‌کند که کارآفرینان در کنار تمرکز روی موفقیت در کار خود، زندگی شخصی مناسبی را نیز ایجاد کنند و این دو را امری جدا از یکدیگر تصور نکنند.

۸- از رها کردن موقعیت فعلی خود واهمه نداشته باشید

تحت بسیاری از شرایط ممکن است شما در شرایط مطلوب برای ادامه کار خود قرار نداشته باشید. تحت این شرایط لازم است صداقت کافی را با خود داشته و در صورتی که افق‌های روشنی را در آینده حس نمی‌کنید، اقدام به تغییر کار خود کنید. آقای افسردگی موفق شدند با کمک این شبکه بهبود یابند که در این رابطه یافتن دوست‌های جدید و گفت‌وگو با آنها نقش محوری را ایفا کرده است. به همین خاطر از شبکه‌های اجتماعی می‌توان برای انجام کارهای مهم نیز استفاده‌های سودمندی داشت.

۱۰- در جایی متوقف نشوید

الکسیس اوهانیان همواره در سخنرانی‌های خود از طرح‌های آینده‌اش سخن می‌گوید. در واقع وی عقیده دارد که هیچ گاه نباید برای خود جایگاه خاصی را متصور شد. علت اصلی آن هم این است که در هر حوزه‌ای از کسب و کار شما با رقبایی مواجه خواهید بود که توقف شما بدون شک باعث ایجاد فضا برای اقدامات بیشتر آنها می‌شود. به همین خاطر همواره اهدافی را برای خود متصور شوید و در مسیر خود توقف نداشته باشید.

منبع: www.entrepreneur

داشته و توانست کتاب معروف خود با عنوان «چگونه قرن ۲۱ به جای مدیریت ساخته خواهد شد» را به چاپ برساند.

۶- از انجام کارهای جدید ترسی نداشته باشید

بدون شک انجام کاری تکراری نمی‌تواند برای شما موفقیت بسیاری را به همراه داشته باشد. به همین خاطر بسیار ضروری است تا شهادت انجام کارهای جدید را در خود تقویت کنید. وی در شرایطی اقدام به نویسندگی کرد که به عنوان کارآفرینی موفق مطرح شده و ضرورتی برای انجام کاری جدید وجود نداشته است. در واقع در صورتی که وی نمی‌توانست در زمینه نویسندگی موفقیتی را کسب کند، این احتمال وجود داشت که شایستگی‌های وی زیر سوال برود. با این حال وی همواره شهادت انجام کارهای جدید را

شد به ثروتی میلیونی دست پیدا کند. این امر در حالی بود که اطرافیان وی رویاهای او را باور نداشتند و بابت این بلندپروازی حتی مورد تمسخر نیز قرار می‌گرفته است. جالب است بدانید وی بلافاصله بعد از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه ویرجینیا ردیت را تاسیس کرد. با رشد چشمگیر آن توانست شروعی چشمگیر را در مسیر کسب ثروت تجربه کند.

۴- ایده اولیه خود را به سادگی رها نکنید

برای بسیاری از افراد نخستین اقدامات همواره جنبه کسب تجربه داشته و آن را چندان جدی تلقی نمی‌کنند. همین امر هم باعث می‌شود تا زمان زیادی را از دست بدهید و مسیر موفقیت آنها بیش از حد طولانی شود. به عقیده موسس شبکه اجتماعی ردیت، همواره باید به اندیشه‌های خام خود بها داده و شرایط را برای بهبود آن فراهم آورد. جالب است بدانید که او تنها با یک ایده که در نهایت موفق شد آن را عملی سازد، توانست به این سطح از موفقیت دست پیدا کند.

۵- شروعی ساده داشته باشید

ردیت تنها در مدت کمتر از سه هفته طراحی شد. اگرچه

شده بود ثروتی میلیونی دست پیدا کند. این امر در حالی بود که اطرافیان وی رویاهای او را باور نداشتند و بابت این بلندپروازی حتی مورد تمسخر نیز قرار می‌گرفته است. جالب است بدانید وی بلافاصله بعد از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه ویرجینیا ردیت را تاسیس کرد. با رشد چشمگیر آن توانست شروعی چشمگیر را در مسیر کسب ثروت تجربه کند.

۴- ایده اولیه خود را به سادگی رها نکنید

برای بسیاری از افراد نخستین اقدامات همواره جنبه کسب تجربه داشته و آن را چندان جدی تلقی نمی‌کنند. همین امر هم باعث می‌شود تا زمان زیادی را از دست بدهید و مسیر موفقیت آنها بیش از حد طولانی شود. به عقیده موسس شبکه اجتماعی ردیت، همواره باید به اندیشه‌های خام خود بها داده و شرایط را برای بهبود آن فراهم آورد. جالب است بدانید که او تنها با یک ایده که در نهایت موفق شد آن را عملی سازد، توانست به این سطح از موفقیت دست پیدا کند.

۵- شروعی ساده داشته باشید

ردیت تنها در مدت کمتر از سه هفته طراحی شد. اگرچه



کارآفرینی

توصیه‌هایی برای با انگیزه ماندن کارآفرینان

بسیاری از کارآفرینان با اشتیاق و هیجان زیادی کارشان را شروع می‌کنند، اما پس از مدتی همین کسب و کار به مهم‌ترین عامل خستگی و اضطراب آنها تبدیل می‌شود. راه‌اندازی یک کسب و کار، عملیاتی سخت و فرسایشی است. از یک طرف هزینه‌های اولیه تا حدودی مرعوب‌کننده است و از طرف دیگر ساعات طولانی کار و اتفاقات غیرمنتظره، فشار مضاعفی به کارآفرین وارد می‌کند. اگر می‌خواهید در دنیای کسب و کار دوام بیاورید، باید انگیزه‌های کلیدی خود را ببایید و دانما آنها را یادآوری کنید. عمل کردن به این حرف، از آنچه به نظر می‌رسد سخت‌تر است. چگونه می‌توانید در میان چالش‌های متوالی و بی‌پایان، انگیزه‌های خود را حفظ کنید؟

به صدای درونی خود گوش دهید

اغلب کارآفرینان سعی می‌کنند دنباله‌رو راه‌های مشهور و باب روز باشند یا روشی را در پیش بگیرند که فکر می‌کنند سریع‌ترین راه رسیدن به موفقیت است، اما در نهایت افرادی می‌توانند محصول ویژه‌ای خلق کنند که نمی‌توانند راه خودشان را بروند. به‌عنوان مثال آلبرت پریشاید، شرکت املاک و مستغلات The Mortgage Guys را بر اساس افکار شبانه خود تأسیس کرد. او یک لوگو طراحی کرد و برای تأسیس شرکت، مجوز گرفت. سپس با همسرش فروشگاه‌های را که بالای منزل والدینش قرار داشت اجاره کرد و مشغول کار شد. از سال ۲۰۰۵ تا به امروز، کسب و کار او بیش از یک میلیارد دلار وام مسکونی واگذار کرده و بیش از ۲۴۰۰ معامله ملک انجام داده است. در حال حاضر ۳۰ کارمند در این شرکت فعالیت می‌کنند. اگر صدای درونی شما، می‌گوید وقت آن رسیده است که دست به اقدام بزنید و رؤیای خود را پیگیری کنید، حتما این کار را انجام دهید.

اهداف مشخصی داشته باشید

پیش از اینکه دست به هر اقدامی بزنید، با صدای بلند بگویید چه می‌خواهید. شاید فکر کنید کار ساده‌ای نیست، ولی تعیین اهداف خاصی و نشانگرها، نه تنها به شما کمک می‌کند از نقطه A به نقطه B برسید، بلکه باعث می‌شود دقیقاً پیشرفت خود را احساس کنید. امپراتوری‌ها یک‌شبه ساخته نمی‌شوند، بلکه ریشه در اقدامات کوچک و متناوبی دارند که در طول راه صورت می‌گیرد.

با افراد پرتوان معاشرت کنید

هیچ‌کسی کنار افراد کوتاه‌فکر و منفی‌نگر، پیشرفت نمی‌کند. اگر می‌خواهید چشم‌انداز خود را تا پایان راه حفظ کنید، باید با افرادی در ارتباط باشید که شما را به سمت بهترین نسخه خودتان سوق می‌دهند. هر کسی که در اطراف شماست (همکار، هم‌بنیان‌گذار، مربی، شریک، کارمند) باید نیروی مثبتی باشد که شما را یک گام به هدف نزدیک‌تر می‌کند.

راهی برای کاهش استرس بیابید

متأسفانه ما نمی‌توانیم به‌طور کامل از استرس خلاصی بیابیم، اما راه‌هایی وجود دارد که به ما کمک می‌کند نگرانی‌ها و اضطراب خودمان را مدیریت کنیم. به خاطر داشته باشید که کار، نباید زندگی شما را به تحلیل برود. باید پذیرید که کار، یک عنصر کلیدی معیشت است و از آن استقبال کنید. در غیر این صورت کار به یک عامل استرس‌زای دائمی تبدیل می‌شود. کارآفرینانی که شکست می‌خورند، غالباً افرادی هستند که در میانه راه، بر استرس خود غالب نمی‌شوند. آنها به‌جای اینکه راه‌هایی برای تمرکز دوباره روی انرژی مثبت و افزایش بهره‌موری بیابند، اجازه می‌دهند استرس تلم وجودشان را در برگیرد و آن‌ها را غرق کند.

به یاد بیاورید که چرا در این راه قدم گذاشته‌اید بعضی روزها، فکر می‌کنید اشتباه بزرگی کرده‌اید که کسب و کار خودتان را راه انداخته‌اید. شک و تردید درونی، پدیده‌ای طبیعی است، اما تداوم آن به یکی از عوارض جانبی کارآفرینی تبدیل می‌شود. پریشانی‌ها می‌گویند: شما به کاری که انجام می‌دهید شک می‌کنید. مثلاً به خودتان می‌گویید: «باید شغل سابقم را ادامه می‌دادم و ریسک بیشتری نمی‌پذیرفتم.» اما وقتی چنین افکاری به ذهن‌تان می‌رسد، با آنها مبارزه کنید. هرگز رؤیای خود را رها نکنید، زیرا هیچ چیز در زندگی به این اندازه ارزش ندارد که کاری را که دوست دارید، انجام بدهید.

یکی از تکنیک‌هایی که به شما کمک می‌کند چشم‌اندازتان را حفظ کنید، این است که در میانه راه کمی مکث کنید، به خودتان یادآوری کنید که کار را از چه نقطه‌ای شروع کردید و می‌خواستید چه چیزی خلق کنید. این لحظات باعث می‌شود به یاد بیاورید که در مسیری طولانی‌تر و مهم‌تر پیش می‌روید.

شما به همین دلیل شرکت خودتان را تأسیس کرده‌اید. می‌خواستید کاری را که دوست دارید انجام دهید. بسیاری از کارآفرینان، کارشان را با شور و هیجان شروع می‌کنند، اما پس از مدتی این اشتیاق به عامل اصلی تنش و استرس زندگی آنها تبدیل می‌شود. شما نمی‌خواهید در این گروه جای بگیرید!

بهترین راه برای حفظ انگیزه‌های بلندمدت، این است که دائماً به خودتان یادآوری کنید چرا این کار را انجام می‌دهید و راه‌های جدیدی برای لذت بردن از آن بیابید. هیچ پاداشی بزرگ‌تر از این نیست که آن‌طور زندگی کنید که عاشقش هستید.

انقلاب گازرسانی در استان خراسان رضوی

مشهد - صابرابراهیم بای- بهره مندی از سوخت گاز و دغدغه تمام شدن کسپول گاز مایع در حین پخت و پز یا اتمام نفت بخاری در سرمای شدید زمستان از جمله مشکلات نبود گازرسانی به مناطق مختلف به خصوص روستاهای خراسان رضوی بود. اما در دولت تدبیر و امید به لطف حمایت های وزیر محترم نفت و مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران به ارتقای ضریب نفوذ گاز در مناطق روستایی این استان توجه ویژه شده است. ارتقای شاخص گازرسانی و بهره مندی مناطق محروم و کم برخوردار از این نعمت الهی از برنامه های مهم دولت تدبیر و امید بود که با شتاب بسیار مطلوبی دنبال شد. مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی در همین باره به خبرنگار ما گفت: یکی از هدفگذاریهای مهم ابتدای سال ۹۶، گازرسانی هر ۱۲ ساعت به یک روستا بود که با موفقیت انجام شد. سیدحمید فانی افزود: هم اکنون در خراسان رضوی ضریب گاز شهری ۹۹.۹ و روستایی ۸۳ درصد است. پارسال گازرسانی به ۳۶۵ روستا و شهر همت آباد در شهرستان فیروزه با حضور معاون اول رئیس جمهوری به بهره برداری رسید و کلنگ گازرسانی به ۳۶۵ روستا و یک شهر دیگر در خراسان رضوی به زمین زده شد. وی ادامه داد: با بهره برداری از این طرحها ۵۳ هزار و ۶۱۹ خانوار از مزایای شبکه گازرسانی بهره مند شدند و با بهره برداری از طرحهای در دست اجرا نیز ۴۵ هزار و ۳۶۱ خانوار دیگر به شبکه گازرسانی دسترسی می یابند. مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی ادامه داد: اعتبار هزینه شده برای روستاهای بهره برداری شده دو هزار و ۲۴۱ میلیارد و ۱۰۰ میلیون ریال و اعتبار منظور شده برای روستاهای در دست اجرا سه هزار و ۲۱۶ میلیارد و ۹۵۳ میلیون ریال است.

لزوم همکاری بیشتر سازمان نظام مهندسی ساختمان و شرکت آبفای قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز- در دیدار مهندس "باقر خلوتی" رئیس سازمان نظام مهندسی ساختمان استان قزوین با مهندس "گزارب بیربنندی" مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قزوین بر لزوم همکاری بیشتر تاکید شد. به گزارش روابط عمومی شرکت آبفای استان قزوین در این دیدار موضوعاتی نظیر نصب مخازن در ورودی ساختمان های بلند مرتبه جهت تامین فشار طبقات فوقانی، ساخت و سازهای غیرمجاز، ایمنی تاسیسات آب در ساختمان ها و مواردی دیگر مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در این دیدار مهندس بیربنندی با بیان این که نظارت در شرکت آب و فاضلاب استان را به طور کامل است افزود: نظارت این شرکت به طور کامل آموزش دیده اند و در بخش استانداردها در بخش ساخت مخازن و شبکه و صرفه جویی ها در بخش انرژی به طور کامل مد نظر این شرکت و همکاران قرار دارد.



برگزاری جلسه تبیین تغییرات در نحوه ارائه خدمات بیمه روستائیان و مدیریت هزینه مدیران ستادی و شهرستانی بیمه سلامت گلستان با مدیر کل استان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- جلسه ای با حضور مدیر کل، معاونین و روسای ادارات ستادی و شهرستانی در محل سالن اجتماعات اداره کل برگزار گردید. در این جلسه که با موضوع تغییرات در نحوه ارائه خدمات بیمه روستائیان و مدیریت هزینه برگزار گردید، مدیر کل بیمه سلامت گلستان گفت: با عنایت به ضرورت اجرای بند الف تبصره ۱۷ قانون بودجه سال ۹۷ کشور مقرر گردید به منظور رعایت عدالت در سلامت و پایداری منابع در راستای مدیریت هزینه در سال ۹۷، ارائه بسته خدمات بیمه پایه برای بیمه شدگان صندوق روستائیان از طریق نظام ارجاع و پزشک خانواده و در مراکز دولتی خواهد بود. دکتر سید محمد حسینی افزود: مراجعه کلیه بیمه شدگان صندوق روستایی فقط به مراکز دانشگاهی مجاز بوده و هزینه های تشخیصی درمانی آنها در بخش های غیر دولتی در تعهد این اداره کل نمی باشد. وی تاکید کرد: اطلاع رسانی در این خصوص به کلیه پزشکان و موسسات درمانی طرف قرار داد صورت گرفته است. همچنین مدیر کل بیمه سلامت گلستان خواستار همکاری روسای حوزه شهرستانی در امر مدیریت هزینه و کنترل منابع گردید.

حضور مدیر کل کتابخانه های عمومی استان گلستان در سامد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- مدیر کل کتابخانه های عمومی استان گلستان سه شنبه ۲۸ فروردین نود و هفت با حضور درسامد به سوالات مردمی پاسخ می دهد. به گزارش روابط عمومی اداره کل کتابخانه های عمومی گلستان: در راستای پاسخگویی به پرسشی های مردمی و در جهت تحقق سیاستهای دولت تدبیر و امید، مدیران استانی به حضور در سامد استان به صورت هفتگی در سه شنبه هر هفته پاسخگویی مردم در حوزه خود هستند. مدیر کل کتابخانه های عمومی استان گلستان در این رابطه گفت: سه شنبه ۲۸ فروردین باحضور درسامد به همراه دو نفر از کارشناسان ستادی پاسخگویی پرسش ها و سوالات مردم خواهیم بود. قولنامه در ادامه افزود: پاسخ گویی به پرسشها به شکل تلفنی درسامد انجام خواهد گرفت. گفتنی است مردم شریف گلستان در روز سه شنبه مورخ از ساعت ۹ الی ۱۱ و نیم از طریق تماس با شماره تلفن ۱۱۱ می توانند به طرح مطالبات و پرسش های خود در حوزه کتابخانه بپردازند.

آبرسانی به ۵ روستای شهرستان پلدختر

۱۵ روستای زیر ۲۰ خانوار شهرستان فاقد آب شرب است

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- رئیس آبفای پلدختر به کاهش سطح آبهای زیرزمینی این شهرستان اشاره کرد و گفت: در شهرستان پلدختر ۱۵ روستای زیر ۲۰ خانوار فاقد آب است که به صورت سیار و با تانکر آبرسانی به آنها انجام می شود. مرضی کابیدی اظهار داشت: ۲۵۰ روستا در شهرستان پلدختر وجود دارد که ۱۲۶ روستا از نظر آبرسانی زیر پوشش شبکه آب و فاضلاب روستایی است و آبرسانی به آنها انجام گرفته است و برخی روستاها نیز مثل روستای طایلی علیا از آب چشمه ای که جهاد و آبفای برای آنها بهسازی کردند استفاده می کنند اما تحت پوشش آبفای نیامدند. وی با اشاره به اینکه در شهرستان پلدختر ۱۵ روستا فاقد آب است که به صورت سیار و با تانکر آبرسانی به آنها انجام می گیرد افزود: طرح آبرسانی روستای دادگلاب با ۹۵ درصد پیشرفت فیزیکی به زودی به بهره برداری می رسد که با بهره برداری از آن ۳۰ خانوار با ۱۲۰ نفر جمعیت از نعمت آب سالم برخوردار می شوند و برای این پروژه تاکنون ۲۰۰ میلیون تومان هزینه شده است. رئیس آبفای پلدختر عنوان کرد: پروژه آبرسانی کورشوراب پروژه ای مشترک بین شهرستان پلدختر و دوره محلی است که با بهره برداری از آن ۱۰ روستا از آب سالم برخوردار می شوند که شش روستای شهرستان پلدختر از جمله کورشوراب، هیلگه کالیاب، هیگه باغ فیروز و زخاب و چم پاریک و مشهدی گجروهیگه ابراهیم است که نزدیک دو میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان برای این پروژه هزینه خواهد شد. وی بیان کرد: بیش از ۹۵ درصد از جمعیت روستای پلدختر از آب سالم برخوردار هستند که ما تلاش می کنیم این میزان افزایش پیدا کند ولی به طور یقین در سال ۹۷ تنش آبی در شهرستان پلدختر وجود دارد چون سطح آبهای زیر زمینی خیلی کاهش پیدا کرده است ما تلاش می کنیم به صورت نوبت بندی و با تانکر آبرسانی انجام دهیم که مشکلی پیش نمی آید چون آب چیزی نیست که بخواهیم جایگزین آن را داشته باشیم.

در طرح سلامت نوروزی ۹۷ صورت گرفت

انجام ۸۹ بازدید از داروخانه ها و واحدهای سطح عرضه مواد غذایی سطح استان بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی بوشهر گفت: در طرح سلامت نوروزی ۹۷، از واحدهای سطح عرضه، کارگاه تولید مواد غذایی و داروخانه های استان بوشهر ۸۹ مورد بازدید صورت گرفت. به گزارش روابط عمومی معاونت غذا و دارو، دکتر یحیی رضایی افزود: در طول ویژه سلامت نوروزی نظارت بر داروخانه های استان، واحدهای تولیدی مواد غذایی و سطح عرضه محصولات آرایشی و بهداشتی در دستور کار بوده که توسط کارشناسان دارویی و مواد غذایی این معاونت و کارشناسان شبکه بهداشت و درمان شهرستان های تابعه انجام شده است. وی تصریح کرد: از این تعداد بازدیدها ۴۹ مورد بازدید از داروخانه های روزانه و شبانه روزی سطح استان و ۴۰ مورد مربوط به واحدهای تولیدی مواد غذایی و سطح عرضه مواد آرایشی و بهداشتی بوده است. دکتر یحیی رضایی یادآور شد: بیش از ۷۰۰ مورد پاسخگویی تلفنی به سوالات دارویی نیز از جمله فعالیت های این معاونت بوده است.

گیلانی ها در سال گذشته بیش از ۶ میلیارد مترمکعب گاز مصرف کردند

رشت- مهناز نوبری - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان از مصرف ۶ میلیارد و دوست میلیون مترمکعب گاز در سال گذشته در استان خبر داد. وی با اعلام این خبر افزود: مجموع مصرف گاز در سال ۹۶ نسبت به مدت مشابه سال قبل تنها ۵ درصد افزایش داشته است و این در حالیست که در سال گذشته بیش از ۵۰ هزار مشترک جدید گاز در استان جذب شده است. مهندس اکبر ادامه داد: مصرف گاز در بخش خانگی با وجود افزایش ۵ درصدی تعداد مشترکین بیش از ۱۶۶ میلیون مترمکعب کاهش داشته که این مهم نشان از نهادینه شدن فرهنگ بهینه و آئین گاز طبیعی در سراسر استان دارد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در ادامه افزود: با توجه به صرفه جویی های صورت گرفته توسط مشترکین فهمیم گیلانی، شرکت گاز استان گیلان توانست در سال گذشته بالغ بر ۵۰۰ میلیون مترمکعب گاز بیشتر به بخش های صنعتی و نیروگاهی استان تزریق نماید و این حمایت از صنایع استان نقش مهمی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی ایفا نموده است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در ادامه گفت: حدود ۴۹ درصد از مجموع مصرف گاز در استان در سال ۹۶ متعلق به بخش نیروگاهی می باشد و بخش های خانگی با ۳۲ درصد، صنعتی با ۱۰ درصد، حمل و نقل با ۵ درصد و تجاری با ۴ درصد در رده های بعدی مصرف گاز قرار دارند.

معاون عمرانی استاندار: شهرداران ضوابط و مقررات شهرداری را به صورت شفاف به مردم اطلاع رسانی کنند

استاندار آذربایجان شرقی: تفاوت شهرداری ها با دستگاه های دیگر این است که شهرداری ها از درآمدهای خود باید هزینه کنند

باید هنر دخل و خرج را داشته باشند و بتوانند این شرایط سخت را مدیریت کنند. معاون عمرانی استاندار آذربایجان شرقی هم در این نشست با بیان اینکه مسئولیت بخش عمده ای از امور مردم به عهده شهرداری هاست، گفت: هیچ بهانه ای برای کم کاری قابل قبول نیست. محمدصادق پورمهدی افزود: شهرداران باید در اداره امور اصل شفافیت را رعایت کنند و ضوابط و مقررات شهرداری را نیز به صورت شفاف به مردم اطلاع رسانی کنند. وی با تأکید بر دقت عمل شهرداران در هزینه کرد اعتبارات، گفت: نحوه هزینه اعتبارات در قضاوت مردم نسبت به عملکرد شهرداری ها تأثیر مستقیم دارد. پورمهدی همچنین شهرداران استان را به شنیدن حرف های مردم، تقویت امور حقوقی شهرداری ها و استفاده از ظرفیت رویداد تریز ۲۰۱۸ در ارائه توانمندی ها و ظرفیت های شهرداری تحت مدیریت خود توصیه کرد. در این نشست تعدادی از شهرداران استان نیز به بیان مسائل، مشکلات و موضوعات مختلف مربوط به امور شهری پرداختند.



سؤال برود، وی با بیان اینکه شهرداری ها را از خود می دانیم، گفت: هرچه شهرهای ما آبادتر و مردم ما راضی تر باشند مایه افتخار است و بر این اساس نسبت به حمایت از شهرداران احساس مسئولیت می کنیم. خدابخش همچنین با اشاره به شرایط مالی سخت کشور، گفت: تفاوت شهرداری ها با دستگاه های دیگر این است که شهرداری ها از درآمدهای خود باید هزینه کنند. بنابراین شهرداران

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان:

اگر مردم مصرف آب را مدیریت نکنند با مشکل تامین آب در تابستان مواجه می شویم

نمود، در چندسال اخیر به دلیل وقوع خشکسالی های متوالی حدود ۸۰ فقره چاه متفرقه و ده حلقه چاههای فلمن از دسترس خارج شدند در حالیکه همه ساله با افزایش روز افزون جمعیت شهر اصفهان نیاز آب شرب در اصفهان افزایش می یابد. با این وجود با توجه به کاهش قابل توجه آورد سد زاینده رود و نیز خشک شدن چاههای فلمن و متفرقه در حال حاضر حداکثر ۷۵۰ لیتر در ثانیه منابع جدید محلی در مدار بهره برداری قرار دارد همچنین حفر ۷۰ فقره چاه در سطح استان در دستور کار می باشد که انتظار می رود بادرمدار قرار گرفتن چاههای جدید بتوان حداقل یک مترمکعب در ثانیه به منبع تامین آب شرب در فصل تابستان افزود. البته سناریوهای لازم در خصوص تامین آب اصفهان در صورت کاهش منابع آبی سد زاینده رود نیز تدوین شده تا در مواقع ضروری اجرا شود. مهندس امینی نصب شیرهای فشار شکن را در اصفهان یکی از راههای توزیع عادلانه آب برشمرد و خاطر نشان ساخت: شرکت آبفا استان بمنظور توزیع عادلانه آب در اصفهان اقدام به نصب شیرهای فشار شکن در مناطق مختلف نمود تا آب شرب با فشار یکسان در میان مشترکین توزیع شود همچنین شرکت آبفا استان اصفهان با توجه به اینکه نصب شیر آلات کهنه می تواند حداقل ۳۰ درصد مصرف آب را کاهش دهد در صدد توزیع انبوه شیر آلات کم مصرف میان مردم است.

وی استفاده از ظرفیت رسانه ها را در ترویج مصرف بهینه آب بسیار حائز اهمیت خواند و بیان داشت: شرکت آبفا استان اصفهان بمنظور ترغیب آحاد مردم به مصرف بهینه آب از ظرفیت رسانه ملی و دیگر رسانه و شبکه های اجتماعی استفاده می کند بعنوان مثال پنج سال متوالی ست که برنامه رادیوی جاری حیات از مرکز صدای اصفهان با هدف ترویج مصرف بهینه آب تولید و پخش می شود.



جدی در دسترسی پایدار به آب شرب مواجه نشوند باید مصرف شان را مدیریت کنند اظهار داشت: هم اکنون بیش از ۴ میلیون و ۷۰ هزار نفر در ۵۶ شهر و ۳۰۰ روستا تحت پوشش طرح آبرسانی اصفهان بزرگ قرار دارند. بنابراین اگر این تعداد روزانه مصرف خود را مدیریت کنند بگونه ای که آب کمتری نسبت گذشته مصرف کنند مسلمانها با مشکل کم آبی در فصل تابستان مواجه نمی شوند اما اگر بخواهند همان شیوه مصرف را که در سنوات گذشته داشتند دنبال کنند قطعاً با مشکل کم آبی در فصل تابستان روبرو می شوند. پس توصیه می شود مردم به راهکارهای مصرف بهینه آب که از سوی شرکت آبفا استان اصفهان در قالب توزیع بروشور در میادین و اماکن برتردد شهر و برنامه هایی که در قالب فیلم های مستند، انیمیشن، موشن گرافی، زیر نویس تهیه گزارش ها از مرکز صدا و سیما به سماع و نظر مردم می رسد توجه کنند. مدیرعامل شرکت آبفا استان اصفهان به کاهش دبی منابع محلی و از دسترس خارج شدن ۸۰ فقره چاه متفرقه و ده حلقه چاه فلمن که با دبی بیش از ۶ هزار لیتر در ثانیه نقش قابل توجهی در تامین آب شرب مردم در فصل تابستان داشتند اشاره کرد و تصریح

اصفهان با اشاره به وضعیت منابع آب شرب در اصفهان گفت: در سال گذشته میزان بارش در حوضه آبریز زاینده رود حدود ۱۲۰۰ میلیمتر بوده که این رقم در سال آبی جاری با احتساب بارندگی های اخیر به ۴۷۷ میلیمتر رسیده است که این رقم بیانگر این مسئله است در سال آبی جاری میزان بارندگی در حوضه آبریز زاینده رود، یک سوم بارش های در سال گذشته در این حوضه بوده است. همچنین در سال گذشته آورد سد زاینده رود حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون مترمکعب بوده که این رقم هم اکنون به ۳۶۰ میلیون مترمکعب کاهش یافته است. مهندس هاشم امینی با اشاره نقش میزان آورد آب در سد زاینده رود در تامین پایدار آب شرب مشترکین گفت: در حال حاضر آب شرب بیش از ۶ میلیون نفر از مردم استان اصفهان و استانهای همجوار از سد زاینده رود تامین می شود در حالیکه میزان آورد سد زاینده رود در سال آبی جاری، یک چهارم میزان آورد آب در سال گذشته می باشد. این حجم از آورد سد زاینده رود علاوه بر رفع نیاز آبی برای مصارف شرب به منظور تامین مصارف کشاورزی و صنعت هم لحاظ می شود. وی به تخصیص آب در حوضه آبریز زاینده رود پرداخت و اعلام کرد: تا بهمن ماه سال گذشته بمنظور توزیع عادلانه آب در حوضه آبریز زاینده رود ۲۰ درصد سهم تخصیص در صنعت و ۱۰ درصد سهم شرب کاهش یافت اما گمانه زنی ها بر این است که اگر بارندگی های قابل توجهی از ماههای باقی مانده از فصل بارش صورت نگیرد احتمال کاهش تخصیص ۲۵ درصدی در بخش صنعت و ۱۵ درصدی در بخش شرب می رود چرا که آبی وجود ندارد که میان بهره برداران به میزان کافی توزیع شود. مهندس امینی با بیان اینکه مردم اگر می خواهند درنیم فصل اول سال جاری با چالش

برگزاری جلسه هماهنگی شرکت های آبفا روستایی، شهری و آب منطقه ای مازندران

مشکلات آب آشامیدنی و دغدغه های این شرکت ضمن قدردانی از شرکت آب منطقه ای در تدوین طرح جامع آب آشامیدنی استان خواستار بررسی مجدد طرح جامع آب شهرهای گروه الف به ویژه برای روستاهای مسیر خط انتقال شد. در ادامه مهندس محمدزاده معاون مهندسی و توسعه ضمن ارائه گزارش و پیشنهاداتی اظهار داشت: ۱۲۲ روستا با جمعیتی حدود یکصد هزار نفر در مسیر خط انتقال آبرسانی از سد اتریز به شهرهای گروه الف قرار دارند که ضروری است در طرح آبی، تامین آب پایدار برای این روستاها انجام شود.



سه شرکت و نیز مشاور طرح حضور داشتند. در این نشست ابتدا مهندس بابازاده معاون نظارت بر بهره برداری شرکت با اشاره به

ساری - دهقان - نشست مشترک شرکتهای آبفا روستایی شهری و آب منطقه ای در خصوص نحوه بهره مندی روستاهای شهرستان بابل در مسیر خط انتقال آب آشامیدنی شبکه شهرهای گروه الف از سد البرز و نیز بررسی مشکلات خطوط انتقال در سالن جلسات آبفا مازندران برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل اداره روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب روستایی مازندران: در این نشست معاونین نظارت بر بهره برداری ومهندسی و توسعه شرکتهای آبفا و آبفا، نماینده شرکت آب منطقه ای، مدیران مناطق و مدیران ستادی به همراه کارشناسان

بهره برداری از خطوط فیبر نوری خوزستان



اهواز - شبنم قجواند- مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: عملیات احداث خطوط فیبر نوری خوزستان به پایان رسید و مورد بهره برداری قرار گرفت. محمود دشت بزرگ بیان کرد: عملیات احداث خطوط فیبر نوری خوزستان شامل تامین تجهیزات، نصب و تست کشی به طول ۱۳۰ کیلومتر بوده است. وی ادامه داد: انتقال اطلاعات جهت ثبت اطلاعات نواحی، مانیتورینگ شبکه انتقال و فوق توزیع و نیاز اطلاعاتی بازار و راه اندازی سیستم های حفاظتی، برقراری

مدیر جدید بهره برداری شرکت گاز استان آذربایجان شرقی معارفه شد



مدیریت بهره برداری از حوزه های مهم ارائه خدمات به مردم بوده و بهبود شاخص های اجرایی این بخش منجر به ارتقای رضایتمندی مشترکین خواهد بود. توحیدی با اشاره به اولویت های اجرایی مدیریت بهره برداری افزود: بهره برداری از پروژه های گازرسانی روستاهای در دست اجرا، بازسازی و مقاوم سازی شبکه های گازرسانی، ارتقای حوزه خدمات مشترکین از طریق بروزرسانی و بکارگیری سامانه های نرم افزاری و ... از مهمترین اولویت های کاری این مدیریت می باشد.

۱،۴ میلیون تن کالای غیرنفتی از بندر شهید باهنر صادر شد



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - مدیر اداره بندر و دریاوردی شهید باهنر از صادرات بیش از یک میلیون و ۴۰۰ هزار تن کالای غیرنفتی طی یکسال گذشته از طریق این بندر به خارج از کشور خبر داد. حمیدرضا محمدحسینی با تشریح کارنامه سال ۹۶ بندر شهید باهنر اظهار داشت: سال گذشته بیش از یک میلیون و ۴۰۰ هزار تن کالای غیرنفتی از بندر شهید باهنر صادر شد که در مجموع بیش از آن، ۱۷ درصد افزایش داشته است. وی عمده کالاهای صادر شده از بندر شهید باهنر را شامل محموله هایی همچون گوگرد، میوه و تره بار، مصالح ساختمانی

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۲۹ فروردین ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۴۳ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع - نشر گستر امروز
آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۸۱
امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

درنگ

غول نرم‌افزاری آلمان به روند دیجیتالی شدن عربستان شتاب می‌بخشد

کمپانی SAP که یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های نرم‌افزاری اروپا محسوب می‌شود، در پی گسترش سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار خود در عربستان است. به گزارش دیجیتالی، سال گذشته «محمد بن سلمان»، شاهزاده سعودی از طرح Vision ۲۰۳۰ برای ایجاد تحول عمیق در اقتصاد و کاهش وابستگی به نفت پرده برداشت که شامل تمرکز بر فناوری‌های مدرن، محاسبات ابری و شبکه‌های AI مراکز داده است.

روبات‌ها در اروپا حقوق قانونی می‌گیرند؟

عده‌ای از کارشناسان علم روباتیک و هوش مصنوعی به اتحادیه اروپا اطلاع دادند که بهتر است در وضعیت حقوقی روبات‌ها تجدیدنظر انجام دهند، چرا که اعطای کردن حقوق انسانی به روبات‌ها عملی نبوده و ممکن است قوانین حقوق بشر را نقض کند.

به گزارش دیجیتالی، پیش از این اتحادیه اروپا اعلام کرده بود که قصد دارد به روبات‌های پیشرفته خودمختار، حقوق قانونی مشابه انسان‌ها اعطا کند و آنها را «اشخاص الکترونیک» بنامد. اکنون بیش از ۱۵۰ کارشناس علم روباتیک و هوش مصنوعی با ارسال نامه‌ای سرگشاده به اتحادیه اروپا اعلام کردند که مخالف این اتفاق هستند، زیرا از نظر آنها اعطای حقوق قانونی به روبات‌ها نامناسب و غیرعملی است.

از نظر آنها، پیشنهاد پذیرفته شده توسط پارلمان اروپا اشتباه است، زیرا بر اساس درک نامناسب از رمان‌ها و فیلم‌های علمی-تخیلی بوده و همچنین متاثر از رونمایی‌های هیجان‌انگیز برخی شرکت‌ها بوده است.

این ۱۵۰ کارشناس در بخشی از نامه خود بیان کرده‌اند که از لحاظ قانونی و اخلاقی، ایجاد شخصیت قانونی برای یک روبات نامناسب و ممکن است قوانین حقوق بشر را نقض کند. آنها باور دارند که اتحادیه اروپا بهتر است قوانینی برای روبات‌ها و هوش مصنوعی وضع کند که ضمن حفظ نواوری، تأثیرات اجتماعی، روانشناسانه و اخلاقی در جامعه را نیز در نظر بگیرد. چشم‌انداز اتحادیه اروپا بر این مطلب تأکید دارد که روبات‌ها باید به انسان‌ها خدمت کرده و نباید آسیبی به افراد یا جامعه وارد سازند. کارشناسان این چشم‌انداز را در واقع تلاشی برای آماده ساختن شرایط ورود به عصر جدیدی از هوش مصنوعی می‌دانند.

پیشرفت تکنولوژی هوش مصنوعی در شرایط عجیبی به سر می‌برد، چرا که با افزایش هوشمندی روبات‌ها، هر روز نگرانی‌ها در زمینه غلبه هوش مصنوعی بر انسان بیشتر می‌شود. برای مثال کمپانی OpenAI جدیدا اعلام کرده که قصد دارد راهی برای توسعه سیستم‌های خودمختار بسیار پیشرفته پیدا کند؛ سیستم‌هایی که بتوانند ذهن انسان را پشت سر گذاشته و عملکردی فرا بشری از خود نشان بدهند.

در مقابل سردمداران تکنولوژی که ایلان ماسک نیز در میان آنها حضور دارد، مخالف این موضوع هستند و می‌گویند «هوش مصنوعی می‌تواند به ایجاد روبات‌های دیکتاتوری منجر شود که بشریت را برای همیشه زیر یوغ خود درآورند». حال باید دید اتحادیه اروپا چه عکس‌العملی به نامه سرگشاده کارشناسان می‌گیرد و آیا در اعطای حقوق قانونی به روبات‌ها تجدیدنظر می‌کند یا خیر.



بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۹۴۴ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

در زمینه فروش محصولات و خدمات آنلاین کسب‌وکاری را مدیریت می‌کنم. چگونه می‌توانم بازدیدکنندگان گذری را به استفاده از خدمات سایت ترغیب کنم؟

جذب بازدیدکنندگان گذری

پاسخ کارشناس: نخستین مسئله‌ای که در این زمینه به شما توصیه می‌کنیم، انعکاس دیدگاه سایر کاربران درباره کیفیت محصولات و خدمات در سایت و قرار دادن آن در معرض دید مشتریان گذری است. این دیدگاه‌ها در صورت مثبت‌بودن برای شما مشتری جلب می‌کند و حتی اگر منفی باشد، باز هم در میان کسانی که شناختی از کسب‌وکار شما ندارند، اعتمادسازی می‌کند. پس تلاش کنید بستری تعاملی در وب‌سایت خود به وجود آورید و نظریه‌های افراد مختلف را

دریافت کنید. نکته دوم ارائه خدمات رایگان مثل امکان دانلود رایگان نسخه‌های صوتی، ویدئو، کتاب و... است که کاربران را برای مدت زمان بیشتری در سایت شما نگاه می‌دارد. اگر محتوای ارزشمند و رایگان ارائه دهید، آمار بازدیدکنندگان سایت شما به شکل قابل توجهی افزایش پیدا می‌کند. در ادامه پیشنهاد می‌کنیم از قرار دادن تبلیغات در قسمت بالای سایت خودداری کنید، چون این امر باعث کاهش رتبه سایت شما می‌شود و بازدیدکنندگان گذری را دلزده می‌کند. اگر طراحی سایت شما کاربرپسند و جذاب

مدرسه مدیریت

راهاندازی باشگاه مشتریان

اولین گام در راهاندازی باشگاه مشتریان وفادار، جمع‌آوری اطلاعات اولیه و برنامه‌ریزی برای پیاده‌سازی باشگاه مشتریان است. اولین کاری که باید انجام دهید، جمع‌آوری داده‌ها درباره عادات‌های خرید مشتریان فعلی خود است. اولین گام مشخص کردن ۲۰ درصد سودآورترین مشتریان است که طبق آمار، ۸۰ درصد از سود شما را تشکیل می‌دهند. اگر در کسب‌وکارتان از سیستم CRM استفاده می‌کنید، کار آسانی در پیش خواهید داشت. پس از اینکه پروفایلی از مشتریان مورد علاقه خود را ایجاد کردید، باید یک برنامه مناسب برای نیازهای آنها ایجاد کنید. بهتر است از یک سیستم ساده و اصولی استفاده کنید. به محض اینکه مشتری به حد مشخصی از خرید می‌رسد، ارزش‌ها و مزایایی را که توسط شما تعریف شده است، دریافت می‌کند. هر چه سیستم ساده‌تر و درک آن راحت‌تر باشد، عملکرد بهتری در پی خواهد داشت. شما باید توجه زیادی به آنچه مشتری در ازای وفاداری به کسب‌وکار شما

کسب می‌کنند، داشته باشید. باشگاه مشتریانی که ارزش واقعی را به مشتریان ارائه نمی‌دهد، نمی‌تواند مشتریان را به سمت خود جذب کرده و موجب وفاداری آنها شود. همچنین می‌توانید با دیگر شرکت‌ها همکاری (Co-Branding) کنید. به مشتریان خود یک باشگاه مشترک را پیشنهاد دهید که به آنها اجازه می‌دهد از مزایای دیگر کسب‌وکارها نیز بهره‌مند شوند. البته این کار نیازمند هماهنگی اولیه و پیاده‌سازی است، اما نتیجه برای مشتریان شما عالی خواهد بود. به‌طور طبیعی، در مشارکت با شرکت‌هایی که محصول شما را تکمیل می‌کنند، مزایا و ارزش‌های مشخصی وجود دارد. آگاه‌سازی مشتریان از مزایا و ارزش‌های باشگاه مشتریان؛ آگاهی مشتریان از وجود باشگاه مشتریان وفادار و شناخت آنها از ارزش‌ها و مزایایی که برایشان فراهم می‌کند، مبنایی برای موفقیت باشگاه مشتریان است. برای این کار اجرای صحیح یک کمپین تبلیغات و رسانه در این راستا

منبع: hormond

مسیر موفقیت

اگر تمام ثروت خود را از دست دهید، چه خواهید کرد؟

مترجم: امیرآل‌علی

همواره مقالات متعددی در رابطه با این موضوع به چاپ رسیده است که چگونه موفقیت را برای خود به ارمغان آورید. با این حال تا کنون فکر کرده‌اید که اگر بنا به هر دلیلی تمام ثروت و موقعیت ایده‌آل خود را از دست بدهید چه خواهید کرد؟

در واقع این امر از جمله سوال‌های چالشی است که در این مقاله قصد داریم به پاسخ برخی از مطرح‌ترین کارآفرینان جهان به این سوال بپردازیم.

مارک کوپان

وی فارغ‌التحصیل دانشگاه انیدیانو و مالک تیم دالاس ماوریکس، شرکت HDNet و چند شرکت دیگر است. وی در پاسخ به این سوال جوابی را مطرح کرد که موجب حیرت همگان شده است. در واقع او ترجیح می‌دهد در صورت از دست دادن تمام ثروت و موقعیت خود به نحوی که خواهد کاملاً از صفر شروع کردند، درست مانند زمانی که در ۱۲ سالگی با فروش کیس‌های زباله نخستین اقدامات تجاری خود را صورت داد، این‌بار نیز اقدامی مشابه ولی با سازماندهی بهتر را صورت دهد. در واقع وی عقیده دارد که هیچ شغلی از جایگاه اجتماعی افراد نخواهد کاست و به همین خاطر بهتر است در کار خود شروعی ساده داشته باشید. وی در این رابطه نمایندگی فروش یک برند را برای خود مناسب می‌داند. با این حال وی تأکید دارد که این امر تنها شروع کار خواهد بود و قرار نیست همواره در نخستین کار خود ثابت بمانید.

۲- بیل گیتس

بیل گیتس را می‌توان یک کارآفرین، بازرگان، سرمایه‌دار، نیکوکار، صاحب برند مطرح مایکروسافت و تصاحبگر اصلی عنوان ثروتمندترین فرد جهان طی ۱۰ سال گذشته دانست. وی عقیده دارد که با از دست دادن تمامی ثروت و موقعیت فعلی خود تمایل دارد در زمینه هوش مصنوعی فعالیت کند. در واقع وی نقش این امر را در آینده بسیار مهم و جوی دانسته و به همین خاطر عقیده دارد که کار در این بخش می‌تواند حاوی تجربه‌های فوق‌العاده و همچنین موفقیتی حتی بیشتر از وضعیت فعلی خود را به همراه داشته باشد.

۳- وارن بافت

موفق‌ترین سرمایه‌گذار قرن اخیر و مالک شرکت برکشایر هاتوی در پاسخ به این سوال اظهار داشته است که وی از کار سرمایه‌گذاری از همان سنین جوانی و حتی در آینده نیز لذت خواهد برد و به همین خاطر تفاوتی ندارد که موقعیت برای او چگونه باشد. وی همواره این مسیر را انتخاب خواهد کرد. وی همچنین توصیه می‌کند که افراد در صورتی که در کار خود توانسته‌اند تا به موفقیت دست پیدا کنند بهتر است انتخاب‌های بعدی آنها نیز اقدامی در همان حوزه باشد تا احتمال موفقیت آنها به مراتب افزایش پیدا کرده و همواره در مسیری قرار داشته باشند که به آن تمایل دارند.

۴- باربارا کورکوران

خانم کورکوران سرمایه‌دار، سرمایه‌گذار، نویسنده، مشاور و مجری برنامه تلویزیونی Shark Tank است. در این برنامه افراد مختلف در مقابل پنج نفر از کارآفرینان موفق که خانم باربارا نیز از جمله آنهاست به مطرح کردن ایده‌های خود پرداخته و هر یک از دورها در صورتی که با طرحی موافق باشند با سایرین برای همکاری با ایده‌پرداز رقابت می‌کنند. در واقع داران در این برنامه خود سرمایه‌گذاران ایده‌های منتخب نیز محسوب می‌شوند. جالب است بدانید که وی ۲۲ شغل را قبل از یافتن کار مورد علاقه خود امتحان کرده و در نهایت توانست با همکاری دوست خود زمینه کاری مناسب را بیابد. وی از جمله موهبت‌های زندگی خود را مشکل نارسا خوانی خود خصوصاً در دوران کودکی می‌داند که باعث شده تا خلاقیت وی به سرعت شکوفا شده و رشد مناسبی را تجربه کند. وی در پاسخ به این سوال عقیده دارد که بهترین اقدام در این شرایط انجام کار پیشخدمتی است. در واقع او عقیده دارد که تحت این شرایط ترجیح می‌دهد تا زندگی دیگری را آغاز کند و داستانی جدید را برای خود شکل دهد. وی در رابطه با انتخاب خود نیز بیان کرده که در کار پیش خدمتی شما در قلمرو خود قرار دارید و خلاقیت شما در ارتباط با افراد حرف اول را خواهد زد که باعث می‌شود همواره این حس را در خود داشته باشید که کاری جدید را انجام می‌دهید.

۵- ریچارد برانسون

وی بنیانگذار گروه شرکت‌های ویرجین است که عنوان بیش از ۴۰۰ شرکت در سراسر دنیا را از آن خود کرده است. وی که همواره با انجام کارهای متفاوت شهرت دارد در رابطه با این موضوع عقیده دارد که وقوع چنین اتفاقی در نهایت باعث خواهد شد او به دفترچه خود که در آن تمامی ایده‌ها را یادداشت می‌کند مراجعه کرده و بهترین مورد را که تا کنون آن را به مرحله عمل نرسانده است، انجام خواهد داد. به همین خاطر وی عقیده دارد که مکتوب کردن ایده‌ها می‌تواند به شما در چنین شرایطی کمک بسیاری کند.

منبع: entrepreneur

