

صاحب امتیاز: بنیاد رسالت
مدیر مسئول: محسن پیرهادی
سر‌دبیر: مسعود پیرهادی
نشانی: تهران، خیابان استاد نجات‌اللهی جنوبی خیابان شهید اسماعیل محمدی- بلاک ۱
کد پستی: ۱۵۹۹۹۷۶۱۱تلفن: ۱۰-۸۸۹۱۰۸۰۶
نمابر: ۸۸۹۰۶۷۸۸۹۰۶چاپ: صمیم؛ تلفن: ۴۴۳۳۳۲۲۵

<div><div> </div></div>	<div>روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی واجتماعی صبح ایران</div>
دوشنبه	دوشنبه
۱۰ دی ۱۴۰۳	۲۸ جمادی‌الثانی ۱۴۴۶
۳۰ دسامبر ۲۰۲۴	سال سی و نهم
شماره ۱۱۰۴۱	

چگونه دیپلماسی اقتصادی و برندسازی می‌توانند صادرات را متحول کنند؟

جای خالی تولیدبرندهای جهانی



گروه اقتصادی ادامه از صفحه اول

یکی دیگر از راهبردهای کلیدی در این زمینه بهره‌گیری ازجارجبالان اقتصادی است چراکه فعالان اقتصادی می‌توانند نقش مؤثری درمعرفی محصولات ایرانی، شناسایی فرصت‌های تجاری و جذب سرمایه‌گذاران خارجی ایفا کنند.

چالش‌های توسعه دیپلماسی اقتصادی

یکی ازچالش‌های جدی،محدودیت‌های ناشی از تحریم‌های اقتصادی است که همکاری باشرکت‌های بین‌المللی را دشوار کرده است. همچنین شایان ذکر است تا بگوئیم که کمبود زیرساخت‌های صادراتی از دیگر چالش‌های مطرح می‌باشد. در حقیقت ضعف در حمل و نقل بین‌المللی، در بیمه صادراتی و فرآیندهای گمرکی باعث کاهش رقابت‌پذیری محصولات داخلی در بازارهای جهانی شده است. افزون بر این نبود استراتژی جامع برای استفاده از بازارهای دیپلماسی اقتصادی، ازجمله شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و حضور در رویدادهای تجاری، از دیگر موانع است که به باور کارشناسان و فعالان حوزه اقتصادی می‌بایست برطرف گردد.

برندسازی، ضرورتی برای تقویت صادرات

یکی از ضعف‌های بزرگ در بازاربایی محصولات داخلی، نبود برندسازی قوی و منسجم است. برندسازی به معنای ایجاد هویتی متمایز و معتبر برای محصول است که می‌تواند اعتماد مشتریان را جلب کرده و جایگاه محصولات را در بازارهای جهانی تثبیت کند.

برای مثال، محصولات مانند زعفران، فرش دستباف، و پسته ایران به لحاظ کیفیت در دنیا بی‌نظیر هستند، اما به دلیل نبود یک برند قوی، بسیاری از این محصولات با نام کشورها یا شرکت‌های دیگر وارد بازارهای جهانی می‌شوند. این مسئله نه تنها ارزش افزوده محصولات را کاهش می‌دهد، بلکه جایگاه جمهوری اسلامی ایران را به عنوان تولیدکننده اصلی

معاون راهبردی رئیس‌جمهوری در حاشیه بیست‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی محیط زیست تصریح کرد:

فولاد مبارکه الگوی استفاده از انرژی پاک



در بیست‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی محیط زیست که از ۲۸ آذر تا یکم دی ماه در مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر آفتاب برگزار شد، معاون راهبردی و معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهوری، سخنگوی دولت و مشاور رئیس‌جمهوری در ستونگهی امور همکاری‌های اقتصادی، ضمن بازدید از این نمایشگاه در مصاحبه با خبرنگار فولاد چنین گفتند:

محمد جواد ظریف، معاون راهبردی رئیس‌جمهوری: مسیر فولاد مبارکه برای استفاده از انرژی پاک و تجدیدپذیر حرکت در مسیر منافع ملی است

ان‌شاءالله که همه صنایع به سمت اقداماتی بروند که با محیط زیست همراه باشد و با محیط زیست دوستانه برخورد کنند؛ چراکه اگر ما نتوانیم با مشارکت همه مردم، بخش دولتی و بخش خصوصی از وضعیت کنونی خارج شویم، شرایط برای زیست‌فرزندانمان بسیار دشواری می‌شود. قطعاً مسیر فولاد مبارکه و سایر صنایعی که از انرژی پاک و تجدیدپذیر استفاده می‌کنند، حرکت در مسیر منافع ملی و منافع فرزندان این مرزوبوم است.

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهوری در بیست‌ودومین نمایشگاه محیط زیست فولاد مبارکه یکی از صنایع بزرگ کشور است که در حوزه دانش بنیان سرمایه‌گذاری‌های خوبی انجام داده است

حسین افشین، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهوری، به همراه شبنام انصاری معاون رئیس‌جمهوری و رئیس سازمان حفاظت محیط زیست در دومین روز از بیست‌ودومین نمایشگاه محیط زیست از غرفه‌های این نمایشگاه بازدید کردند. معاون علمی فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهوری در جریان بازدید از غرفه فولاد مبارکه، پس از آشنایی با آخرین اقدامات و دستاوردهای این شرکت در حوزه محیط زیست، اعم از جمع‌آوری پساب‌های شهری و صنعتی و بازچرخانی آن‌ها در چرخه صنعت، کاهش

این محصولات تضعیف می‌کند.

مزایای برندسازی برای صادرات محصولات داخلی

نخستین مزیت برندسازی در صادرات محصولات تولید داخل، ایجاد و افزایش ارزش افزوده محصولات است. به بیان دیگر محصولات برندسازی شده به‌طور معمول با قیمت بالاتری به فروش می‌رسند، زیرا مصرف‌کنندگان به کیفیت و اعتبار برند اعتماد دارند. همچنین ایجاد تمایز در بازارهای رقابتی نیز از دیگر مزایای برندسازی است.

در حقیقت در بازارهای جهانی که ملو از محصولات مشابه است، برندسازی می‌تواند به تمایز محصولات داخلی کمک کند. تقویت هویت اقتصاد ملی نیز از دیگر مزیت‌هایی است که از سوی کارشناسان و فعالان اقتصادی مطرح می‌گردد.

مطلوب است تعاون بداریم که برندهای ملی می‌توانند تصویری مثبت از کشور در ذهن مصرف‌کنندگان ایجاد کرده و به

رشد صنعت گردشگری و سرمایه‌گذاری خارجی کمک کند.

اهکارهایی برای تقویت دیپلماسی اقتصادی و برندسازی

برای تقویت دیپلماسی اقتصادی و برندسازی راهکارهایی از سوی کارشناسان این حوزه مطرح می‌گردد که در ادامه به بررسی دقیق‌ترشان خواهیم پرداخت.

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های صادراتی؛ بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل

و بیمه صادراتی برای افزایش رقابت‌پذیری محصولات ایرانی ضروری است.

توسعه راینژی‌های اقتصادی: به منظور تحقق این مهم ضرورت دارد تا نقش فعال‌تری در معرفی فرصت‌های تجاری و جذب سرمایه‌گذاری ایفا کنیم.

آموزش و توسعه مهارت‌های بازاربایی؛ شرکت‌های ایرانی باید با اهمیت برندسازی

و استفاده از ابزارهای مدرن بازاربایی مانند بازاربایی دیجیتال و تجارت الکترونیک، بیش از پیش آشنا شوند.

ایجاد برندهای ملی و بین‌المللی:

دولت باید از تولیدکنندگان حمایت کند تا محصولات خود را تحت یک برند ملی

معتبرمانند ساخت ایران (Made in Iran) به بازارهای جهانی عرضه کند.

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی: حضور فعال در نمایشگاه‌های جهانی و رویدادهای تجاری می‌تواند به معرفی محصولات ایرانی و تقویت برندهای ملی کمک کند.

تقش بخش خصوصی در برندسازی و دیپلماسی اقتصادی

بخش خصوصی به عنوان موتور محرک اقتصاد هر کشور، نقش کلیدی در پیشبرد برندسازی و دیپلماسی اقتصادی ایفا می‌کند. رانقصدادهای پیشرفته همکاری نزدیک میان دولت و بخش خصوصی، یکی از عوامل اصلی موفقیت در صادرات و تقویت حضور در بازارهای جهانی است. در کشورمان نیز، شرکت‌های خصوصی می‌توانند با بهره‌گیری از دانش، نوآوری و منابع خود نقش مهمی در معرفی محصولات ایرانی و تقویت جایگاه آن‌ها در بازارهای

<div><div> </div></div>	<div>روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی واجتماعی صبح ایران</div>
دوشنبه	دوشنبه
۱۰ دی ۱۴۰۳	۲۸ جمادی‌الثانی ۱۴۴۶
۳۰ دسامبر ۲۰۲۴	سال سی و نهم
شماره ۱۱۰۴۱	

چگونه دیپلماسی اقتصادی و برندسازی می‌توانند صادرات را متحول کنند؟

رقابتی تقویت کند. بر همین اساس است که به حضور بخش خصوصی در این فرآیند تاکید بسیاری می‌شود.

سختن پایانی

در دنیای امروز، دستیابی به بازارهای جهانی و تقویت جایگاه اقتصادی کشورها دیگر به تولیدمحصولات با کیفیت محدود نمی‌شود، بلکه نیازمند استفاده از ابزارهای نوین مانند دیپلماسی اقتصادی و برندسازی است. جمهوری اسلامی ایران، با وجود ظرفیت‌های عظیم در تولیدات کشاورزی، صنعتی، معدنی و فرهنگی، نتوانسته سهمی شایسته از تجارت جهانی را به خود اختصاص دهد.

این امر نشان می‌دهد که علاوه بر توجه به تولید، باید بر فرآیندهایی که ارزش افزوده ایجاد می‌کنند و حضور مؤثر در بازارهای جهانی را تضمین می‌کنند، تمرکز بیشتری داشت. دیپلماسی اقتصادی به عنوان یکی از این ابزارها، نقش کلیدی در ایجاد فرصت‌های تجاری، کاهش موانع صادراتی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی دارد. در عین حال، برندسازی نیز ابزاری حیاتی برای افزایش ارزش افزوده محصولات، ایجاد تمایز در بازارهای رقابتی و جلب اعتماد مصرف‌کنندگان جهانی است.

در این میان، نقش بخش خصوصی به عنوان موتور محرک اقتصاد، غیرقابل انکار است. شرکت‌های خصوصی، با بهره‌گیری از نوآوری، دانش بازار و توانایی‌های خود، می‌توانند در برندسازی محصولات ایرانی و پیشبرد دیپلماسی اقتصادی نقشی اساسی ایفا کنند.

دولت نیز باید با ایجاد تسهیلات صادراتی، حمایت از حضور شرکت‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی و تقویت زیربنای اقتصادی، زمینه را برای حضور مؤثرتر محصولات ایرانی در بازارهای جهانی فراهم کند. اگر بتوانیم از ظرفیت‌های دیپلماسی اقتصادی و برندسازی به‌طور کامل بهره‌برداری کنیم، نه تنها سهم خود را در تجارت جهانی افزایش خواهیم داد، بلکه زمینه‌ساز توسعه پایدار اقتصادی، رشد اشتغال و ارتقای جایگاه بین‌المللی کشور نیز خواهیم شد.

<div><div> </div></div>	<div>روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی واجتماعی صبح ایران</div>
دوشنبه	دوشنبه
۱۰ دی ۱۴۰۳	۲۸ جمادی‌الثانی ۱۴۴۶
۳۰ دسامبر ۲۰۲۴	سال سی و نهم
شماره ۱۱۰۴۱	

شاه‌بیت

مباد کز درمی‌خانه روی برتابی
تو تاب توبه نداری به اشتباه مرو

<div><div> </div></div>	<div>روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی واجتماعی صبح ایران</div>
دوشنبه	دوشنبه
۱۰ دی ۱۴۰۳	۲۸ جمادی‌الثانی ۱۴۴۶
۳۰ دسامبر ۲۰۲۴	سال سی و نهم
شماره ۱۱۰۴۱	

نکته

شهادت حاج قاسم آغاز دوران دشوار گذار به نظم‌پسا آمریکایی بود معمار سخت‌افزار مقاومت

گروه فرهنگی

وقتی خبر شهادت حاج قاسم سلیمانی را شنیدیم بسیاری از ما در حقیقت صدای ورق خوردن تاریخ را شنیده بودیم. اشتباه نمی‌کردیم: سال‌های پس از شهادت سردار نشان داد که اوضاع و زمانه چقدر با زمانه پیش از شهادت سردار متفاوت است. شهادت حاج قاسم سلیمانی اولین واکنش نظم‌کننده و مستقربره آغاز دوران گذار به نظم جدید بود. کار ویژه سردار در منطقه به هیچ وجه محدود به مبارزه با گروه‌های تکفیری و نابودی داعش نبود؛ سردار مستقیماً با برقراری نظم آمریکایی و صهیونیستی در منطقه مبارزه می‌کرد، بی‌جهت نبود که انتقام سردار در زبان رهبرانقلاب، اخراج آمریکا از منطقه اعلام شد و این ترجمه‌ای از نابودی اسرائیل است. پایگاه آمریکا در غرب آسیا التاجی و عین‌الأسد نیست، تل‌آویو و حیفاست و تا قدس در سیطره آل صهیون باشد آمریکا در منطقه پایگاه که هیچ، رسماً ایالت دارد. سردار وقتی ترورش شد که هنوز جهان دو اتفاق بزرگ را به چشم ندیده بود: حمله روسیه به اوکراین و حمله حماس به اسرائیل. هر دو این حملات در ظاهر آفندی اما در واقع پدافندی بود. دفاع در برابر نظامی که برای حفظ سیطره خود، باید قدرت‌های معارضش را محدود کند. این تحدید از ره پیشروی ناتو در شمال اروپا و پیشروی اسرائیل در غرب آسیا ممکن بود. به جز این نگاه تمدنی، ابزاری برای تحلیل چرایی ترور سردار دل‌ها و نحوه مواجهه اسرائیل با حماس و حزب‌الله پس از طوفان الاقصی نداریم. نه حماس یک شبه تصمیم گرفت عملیات شبه‌انتحاری طوفان الاقصی را عملی کند و نه اسرائیل ده‌فقطا به این نتیجه رسید که حماس از حزب‌الله یا آنچه نتانیائو آن را محور شرارت ایران می‌خواند و ما سال‌هاست آن را به نام محور مقاومت می‌شناسیم باید نابود شود؛ همان‌طور که حمله به اوکراین حاصل تحرکات چندساله ارتش این کشور در مرزهای روسیه بود. روند شهرک‌سازی‌های رژیم اشغالگر هدفی جز ازاله فلسطین نداشت و این هدف نه با حاج قاسم ممکن بود و نه با نصرالله و هنیه و سنوار. این ترورها در حقیقت با هدف فلج کردن حماس، حزب‌الله و نیروی قدس سیاه پاسداران انجام شد. این سازمان‌ها البته با شهادت فرماندهانشان آسیب دیدند اما نابود نشدند. گذشته از این نقش‌ها در غرب آسیا در حال دست به دست شدن است. نتانیائو گفت نقش سردار ما را سید مقاومت به دست گرفته بود و اکنون، آیا به نظر نمی‌رسد نقش سید شهید را سید دیگری در ریمین ایفا می‌کند؟ باغبان اگر کشته شود، درخت‌ها نمی‌میرند.

خبر

بیماران بیمارستان اندونزی غزه در آستانه مرگ

وزارت بهداشت نوار غزه هشدار داد در حالی که رژیم اشغالگر مدیریت بیمارستان «کمال عدوان» را بازداشت کرده، شمارش معکوس برای مرگ بیماران و مجروحانی که به اجبار آنها را از این بیمارستان به بیمارستان اندونزی غزه منتقل کرده‌اند، آغاز شده است. به گزارش تسنیم، وزارت بهداشت نوار غزه تاکید کرد: «شمارش معکوس برای مرگ بیماران و مجروحان بیمارستان اندونزی غزه آغاز شده و این بیمارستان از نزدیک شرب، برق، پوشش مناسب برای بیماران، غذا و نیازمندیها و ضروری ترین ملزومات مددکاری بیماران رنج می‌برد. اضافه بر این رژیم اشغالگر اقدام به بازداشت بسیاری از افراد کادر درمان این بیمارستانها کرده تا مانع ادامه کوچکترین فعالیت این بیمارستان شود.» وزارت بهداشت غزه تاکید کرد که بیماران بیمارستان اندونزی شب‌هولناکی را گذرانده و در اوضاع بسیار حاد به سر می‌برند؛ زیرا رژیم صهیونیستی تمام زیرساخت‌های بیمارستانها و بخش درمان نوار غزه را نابود کرده است. این وزارت همچنین گزارش داد که نظامیان صهیونیستی دیروز جمعه «حسام ابو سفیه» مدیر بیمارستان «کمال عدوان» را به همراه دههائز کارکنان درمان بازداشت کردند. در این رابطه سازمان جهانی بهداشت اعلام کرد که حملات هدفمند نظامیان صهیونیست علیه بیمارستان «کمال عدوان» «منجر به خروج این بیمارستان از دایره خدمات رسانی به بیماران شده و گزارش‌ها تایید می‌کنند که بخش‌های مهمی از بیمارستان دچار آتش سوزی شده و به‌طور کامل نابود شده‌اند.

شهردار شاهرود عنوان کرد:

بهره‌برداری مهمترین پروژه‌های تاثیر گذار در توسعه شهری



بهره‌برداری از مجموعه ورزشی و تفریحی شهرک دانشگاه تا پایان سال

شهردار شاهرود مجموعه ورزشی و تفریحی شهرک دانشگاه را یکی دیگر از پروژه‌های مهم عمرانی سطح شهر شاهرود مطرح کرد و گفت: این مجموعه با احداث زمین‌های فوتبال با چمن مصنوعی، زمین‌های والیبال، اسبکت، بسکتبال، آمفی تئاتر، روضاب با ظرفیت ۳۵۰ نفر، غرفه و رختکن سرویس‌دهنده و نصب لاینچ‌های زیبا محیط ورزشی و تفریحگاهی مناسبی برای شهروندان شهرک نوثرود دانشگاه به حساب خواهد آمد.

مهندس احمدی یادآور شد: این پارک از فضای سبزیبایی برخوردار خواهد بود که در راستای آبیاری تحت فشار با احداث منبع ذخیره آب در سال‌های قبل مشکل آبیاری در این بخش را نخواهد داشت. مشروح گفتگوی مهندس احمدی شهردار شاهرود با شهروندان درباره پروژه ستاره شرق و گذاری شهرک‌های کوتر و فذک، پروژه‌های سرمایه‌گذاری و... در کانال‌اتنیای شهرداری به‌آدرس / https://shahrdarishahrood.com/ کانال تلگرام شهرداری به آدرس / t.me/simayeh.shahrood و صفحه اینستاگرام شهرداری شاهرود به آدرس / https://instagram.com/shahrdari.shahrood قابل مشاهده می‌باشد.

جواد عابدینی - خبرنگار رسالت شاهرود شهردار شاهرود ابراز داشت: مردم شاهرود بهترین قضاوت‌کنندگان عملکرد شهرداری هستند.

سومین سالگرد دومین دوره مدیریت خود در شهرداری شاهرود در گفتگو با مردم گفت: مردم شاهرود بهترین قضاوت‌کنندگان عملکرد ما در شهرداری می‌باشند.

به گزارش روابط عمومی و امور بین‌الملل شهرداری شاهرود مهندس احمدی شهردار شاهرود به مناسبت سومین سالگرد دومین دوره مدیریت خود در شهرداری شاهرود در گفتگو با مردم به تشریح مهمترین اقدامات و برنامه‌های انجام‌شده در طول سه سال گذشته و سوالات مطرح‌شده توسط شهروندان در کانال‌های دوسویبه ارتباطی شهرداری شاهرود پرداخت.

شهردار شاهرود در این گفتگو به سوالات شهروندان شاهرودی در خصوص اولین تقاطع سه سطحی غیرمهرم سطح استان سمنان، پارکینگ طبقاتی خیابان تهران، پروژه‌های سرمایه‌گذاری تفریحی شهر شاهرود، پروژه ستاره شرق، حل مشکل ترافیک هسته مرکزی شهر شاهرود، تحویل شهرک‌های کوتر و فذک به شهرداری شاهرود و ... با مردم گفتگو کرد.

در ابتدای این گفتگو مهندس احمدی شهردار شاهرود با تاکید بر اینکه مردم شاهرود لایق بهترین‌ها هستند، گفت: مردم شاهرود، مردم مابحبت و قدرشناس هستند و در مقابل خوبی‌های شهروندان شاهرودی حریفی برای گفتن نمی‌ماند.

وی اظهار کرد: افتخار این را دارم که در سال سوم از دوره دوم خدمت‌گزاری به مردم عزیز شاهرود با سخگوی سوالات و درخواست‌های آنان باشم چراکه مردم شاهرود بهترین قضاوت‌کنندگان عملکرد ما در شهرداری می‌باشند.

افتتاح اولین تقاطع سه سطحی استان سمنان توسط شهرداری شاهرود در میدان ولایت شاهرود

شهردار شاهرود در تشریح مهمترین پروژه‌های عمرانی سطح شهر شاهرود، با اشاره به تقاطع سه سطحی غیرمهرم سطح میدان ولایت شاهرود گفت: این پروژه یک پروژه مهندسی ارزشمند و جزو پروژه‌های مهم و تاثیرگذار توسط شهرداری ترافیکی شاهرود بوده که به لحاظ حجم عملیات بزرگترین پروژه احداث شده در استان سمنان محسوب می‌شود.

یک مقام مسئول در هلدینگ پتروپالایش اصفهان: پالایشگاه اصفهان پروانه کاربرد علامت استاندارد اجباری بنزین را دریافت کرد

به گزارش خبرنگار اوج‌رسانه، روابط عمومی وبین‌الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان، حسینیعلی نجفی نجف آبادی با اشاره به اینکه در ۲۲ آذر ماه امسال پالایشگاه نفت اصفهان موفق به کسب استاندارد اجباری ایران در زمینه بنزین تولیدی شرکت‌شد. افزود: پالایشگاه اصفهان دومین پالایشگاه در سطح کشور است که موفق شد این استاندارد اجباری را با تلاش همه کارکنان و مدیران شرکت به دست آورد. وی اظهار داشت: برای دریافت این استاندارد ملی مراحل بسیاری طی شد و هم‌اکنون پالایشگاه اصفهان از جمله پالایشگاه‌های است که مجوز کاربرد نشان استاندارد ملی بر روی بنزین تولیدی را دارد که تا پیش از بر کیفیت محصول تولیدی است. وی بیان داشت: علامت استاندارد بنزین ایران ISIRI-۴۹۰۴ یکی از معتبرترین استانداردها است که پارامترهای کیفی بسیاری از سوی اداره استاندارد همراه بروی این محصول بررسی و نظارت می‌شود.

