



کارآفرینان اجتماعی تنها انگیزه سودآوری ندارند

کارآفرینی در مقام رسالت اجتماعی

«کارآفرین اجتماعی» کسی است که با استفاده از مهارت‌های کارآفرینانه، فعالیت‌های عام‌المنفعه اجتماعی انجام می‌دهد، هرچند که با فعالیت‌های خیریه صرف تفاوت ماهوی دارد. اگر هدف و مقصود نهایی کارآفرین، ایجاد ثروت است؛ این تولید ثروت در شکل اجتماعی و تماس انسانی متبلور می‌شود. طبق نظریات کارآفرینی، کارآفرین اجتماعی به دنبال خلق ارزش در ابعاد بزرگ و تحول‌یافته است که بخش قابل توجه یا تمامی جامعه از آن بهره‌مند شوند. به عبارت بهتر، کارآفرین اجتماعی تنها در فعالیت‌های سودآوری مشارکت می‌کند که آن فعالیت‌ها به خلق «بهبود اجتماعی» (Social Improvement) منتهی می‌شود. اینجاست که کارآفرینی در مقام یک رسالت اجتماعی تعریف می‌شود. کارآفرینان اجتماعی موتور محرکه تغییر در جامعه و سازندگان دنیای بهتری هستند.

تقریباً دو دهه از شکل‌گیری مفهوم «کارآفرینی اجتماعی» (Social Entrepreneur) در جهان گذشته است، اما این رویکرد جایگاه خود را به دست آورده و این روزها به‌عنوان یکی از روندهای مؤثر اقتصادی و اجتماعی جهان شناخته می‌شود. یک کارآفرین اجتماعی با استفاده از منابع مالی و مدیریت سرمایه ارزش‌آفرینی می‌کند، اما تفاوت اصلی آن با مفهوم سنتی‌تر کارآفرینی، تشخیص یک مشکل اجتماعی است. بر این اساس، مفهوم کارآفرینی اجتماعی از مفهوم کارآفرینی گسترده‌تر بوده و طیف وسیعی از افراد جامعه را تحت پوشش قرار می‌دهد.

در جست‌وجوی انگیزه اجتماعی و نه سودآوری صرف

قطعا همه ما مثال معروف ماهی و ماهیگیری را در ذهن‌مان داریم. اتفاقی که در روند کارآفرینی اجتماعی رخ می‌دهد، به‌نوعی همان آموزش ماهیگیری است. در مقام مقایسه، کارآفرینان سنتی در حکم تاجران‌ی هستند که از طریق اشتغال‌زایی، بازده و سود بیشتری را به سمت سازمان خود برمی‌گردانند؛ اما رویکرد کارآفرینی اجتماعی، فراتر از یک سازمان عمل کرده و قبل از در نظر گرفتن سود و زیان سرمایه، نگاه گسترده‌تری به جامعه داشته و به دنبال حل مشکلات اساسی است که درنهایت منجر به خلق ارزش می‌شود.

بررسی مشکلات جامعه و پیدا کردن نیازی که نسبت به آن تقاضا وجود دارد، مهمترین دستاورد کارآفرینی اجتماعی است. بر این اساس جامعه امروز ما بیش‌تر از اینکه به کارآفرین نیاز داشته باشد، نیازمند کارآفرین اجتماعی است. درک نیازهای کلان جامعه، درنهایت، منجر به حل مشکلات کلان خواهد شد و در صورت توجه دوستان کارآفرین به نیازهای روز جامعه، می‌توانیم نسبت به بهبود شرایط اقتصادی کشور امیدوار باشیم. کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان ابزاری مؤثر در حل معضلات اجتماعی، از سوی محافل علمی و دانشگاهی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. این فرآیند از طریق خلاقیت و بهره‌برداری فرصت‌ها، در تأمین نیازهای جامعه و شکل دادن به تغییرات اجتماعی تأثیرگذار است و اگر به‌درستی درک و عملی شود، منجر به کاهش فقر، بهبود شرایط زیست‌محیطی جامع و افزایش اشتغال خواهد شد. روند کارآفرینی اجتماعی طی دهه‌های گذشته تغییرات مثبتی را ایجاد کرده و خصوصا در حل مشکلات و چالش‌های کشورهای درحال توسعه نقش قابل‌توجهی داشته است.

کارآفرینی اجتماعی که در مقابل کارآفرینی تجاری سنتی قد علم کرده، توجه بسیاری از محققان را به‌سوی خود جلب کرده است، به‌طوری‌که نقش زیادی را در زمینه حل مشکلات اجتماعی و توسعه اقتصادی برای آن قائل شده‌اند. بر این اساس، این روزها مفهوم کارآفرینی اجتماعی به نهادی قدرتمند تبدیل شده است که نقش مهمی در تحولات اجتماعی و اقتصادی جوامع ایفا خواهد کرد.

اگر بخواهیم به تبیین مفهوم کارآفرینی اجتماعی و کارآفرین اجتماعی بپردازیم، باید این موضوع را از دو جهت موردبررسی قرار دهیم، یکی خصوصیات فردی و دیگری شرایط اجتماعی. قطعاً برخی از خصوصیات فردی مانند شخصیت فرد کارآفرین، خاستگاه خانوادگی و… در تربیت یک کارآفرین اجتماعی تأثیرگذار خواهد بود، اما در این میان، نقش عوامل محیطی را نباید از نظر دور ببریم؛ قطعاً ایجاد فرصت‌های کارآفرینی، شکل‌گیری نهادهای تربیتی و شرایط اقتصادی و اجتماعی نیز در تربیت یک فرد کارآفرین و تبیین درست مفهوم کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار هستند

کارآفرینی اجتماعی؛ نیاز امروز جامعه ایران

ایجاد تغییرات مؤثر در راستای بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی، مهمترین مزیتی است که می‌توان برای فرآیند کارآفرینی اجتماعی در نظر گرفت. اگر توانایی و انگیزه درونی افراد با شرایط آموزشی و محیطی مؤثر بر آنها همراه شود، می‌توانیم انتظار حضور یک کارآفرین اجتماعی را داشته باشیم. بر این اساس، کارآفرین اجتماعی تنها نتیجه خصوصیات درونی افراد یا شرایط محیطی جامعه نیست؛ بلکه این دو عنصر، یعنی روحیه همدلی اجتماعی و شرایط مناسب محیطی، باید در کنار هم قرار بگیرند تا مفهوم کارآفرینی اجتماعی تحقق یابد.

برخلاف کارآفرینان سنتی، آن چیزی که محرک کارآفرینان اجتماعی است، بحث سودآوری نیست. این افراد تحت تأثیر محرک‌های اجتماعی هستند و بنابراین آن چیزی که آنها را روبه‌جلو حرکت می‌دهد، «انگیزه اجتماعی» است. انگیزه‌های اجتماعی که ریشه در ارزش‌های اخلاقی و خیرخواهانه دارند، تنها به سود کوتاه‌مدت اهمیت نمی‌دهند، بلکه به دنبال رقم زدن شرایط خلاقانه‌ای هستند که علاوه بر سودآوری، به نفع جامعه و افراد نیز باشد.

توجه داشته باشید که تقابل کارآفرینی سنتی با کارآفرینی اجتماعی در اینجا به معنای نقض کارآفرینی نیست، چراکه فعالیت‌های کارآفرینی در هر اندازه‌ای که باشند، باید به بازدهی فکر کنند و این امر کاملاً طبیعی است، ضمن اینکه افراد زیادی نیز در این سازمان‌ها ذی‌نفع خواهند شد. نکته مهمی که در اینجا وجود دارد این است که کارآفرینان باید در کنار روند کارآفرینی سنتی، به ارزش‌های کارآفرینی اجتماعی نیز فکر کرده و اثری و سرمایه خود را برای خلق ارزش‌هایی صرف کنند که منجر به رفع نیازهای ضروری جامعه می‌شوند. طبیعتاً در چنین روندی، سودآوری نیز اتفاق خواهد افتاد، زیرا نیاز مقدمه تقاضا بوده و خدماتی که نسبت به آن تقاضا وجود داشته باشد، بازار قابل‌ملاحظه‌ای را ایجاد خواهند کرد.

کارآفرینی اجتماعی مسیری است که زنان می‌توانند در آن نقش فعال‌تری در اجتماع بیابند. البته مفهوم کارآفرینی اجتماعی به این معنا نیست که حتماً توسط زنان و مردان قدرتمند و صاحبان شرکت‌های بزرگ ایجاد شود، چه آن زنی که در روستای کوچک خود، جمعی از زنان و دختران را برای تولید صنایع‌دستی در کنار هم جمع کرده و چه آن زنی که در کلانشهری مثل تهران، کسب‌وکار خانگی خود را راه‌اندازی کرده است، به یک اندازه می‌توانند در رشد کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار باشند؛ کافی است تولیدات خود را مطابق با نیاز جامعه اصلاح کرده و آن چیزی را تولید کنند که هم نیروی کار داشته و هم مورد تقاضای بازار باشد.

رسانه‌های آمریکایی از نقش بزرگ شرکت‌های کوچک در اقتصاد ایران گزارش می‌دهند

رونق کسب و کارهای کوچک در میانه تحریم



ایران از آمریکا خواسته است قبل از اینکه به فکر مذاکره دوباره درباره بازگشت به برجام باشد، به تعهدات قبلی خود در توافق هسته‌ای بایبند باشد. آمریکا مدت‌هاست که از قدرت دلار و دسترسی به سیستم انتقال بین بانکی جهانی به عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف سیاست خارجی در کشورهایی مانند کره شمالی استفاده کرده است. در مورد ایران، دولت ترامپ برای خفه کردن اقتصاد این کشور و وادار کردن مقامات تهران به مذاکره مجدد با آمریکا، سیاست «فشار حداکثری» را به کار گرفته است. با این حال، در برخی از زمینه‌ها، اقتصاد ایران در حال انطباق خود با تحریم‌ها و قطع ارتباط با تجارت بین‌الملل است. به عنوان مثال، پس از آنکه تحریم‌های آمریکا باعث شد شرکت لوازم آرایشی فرانسوی «لوریال» در سال ۲۰۱۸ مذاکرات خرید با شرکت ایرانی «زرسیما نامی رسا» را کنار بگذارد، این شرکت ایرانی پس از تحریم‌ها خط تولید محصولات خود را راه‌اندازی کرد و از آن پس جایگزین نام تجاری «لوریال» در بسیاری از آرایشگاه‌های تهران شده است.

حسن اسکویی، مدیرعامل شرکت «زرسیما نامی رسا» گفت: «تحریم‌ها برای ما ایده مناسبی بود.» این شرکت گفته که با راه‌اندازی خط تولید داخلی حدود ۴۵۰ کارگر را به استخدام درآورده است. شرکت سازنده لوازم خانگی ایرانی «پاکشوما» نیز از جدایی رقبای بسیار بزرگتر کره جنوبی

مانند «آل جی الکترونیکس» و «سامسونگ» به نفع خود استفاده کرده و پس از تحریم‌ها اولین ماشین ظرفشویی تولید داخل به نام «ژوزفین» را تولید کرده است. به گفته مهرداد نیکزاد، مدیر بازاریابی این شرکت ایرانی، فروش ماشین‌های ظرفشویی و ماشین لباسشویی تولیدی این شرکت طی دو سال گذشته ۴۰ و ۵۵ درصد افزایش یافته است و این امر به این شرکت اجازه می‌دهد ۶۰۰ کارگر جدید استخدام کند. در مرکز خرید بزرگ «ایران مال» در تهران هم که در سال ۲۰۱۸ افتتاح شد، برندهای خارجی مانند «آدیداس»، «ننتون» و… با برندهای داخلی جایگزین شده‌اند.

اشتغال‌زایی شرکت‌های کوچک با وجود تحریم

شرکت‌های کوچک و متوسط ایرانی طی دو سال گذشته تولیدات داخلی ایران را رشد داده‌اند. هفته گذشته معاون رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به خبرگزاری ایرنا، گفت که حدود هزار شرکت از این دست، بیش از ۱۷ هزار شغل جدید ایجاد کرده‌اند. طبق گفته این سازمان، شرکت‌های کوچک و متوسط ایرانی حدود ۹۲درصد از بنگاه‌های تولیدی ایران و ۴۵ درصد از مشاغل صنعتی این کشور را تشکیل می‌دهند. طبق آمار دولت، بیکاری ایران در دهه گذشته از ۱۲.۳ درصد به ۹.۵ درصد کاهش یافته است.

دولت ترامپ از تحریم‌ها به عنوان سلاخی برای ایجاد تغییر در ایران، ونزوئلا و روسیه استفاده کرده است. با این حال، با توجه به اینکه این دولت‌ها از اجابت خواسته‌های واشنگتن خودداری می‌کنند، دولت بایدن باید دوباره تمدید این تحریم‌ها تصمیم‌گیری کند. در ماه‌های اخیر ایران در دور زدن تحریم‌های نفتی ایالات متحده هم بهتر عمل کرده است. به دنبال تصمیم ترامپ به خروج از برجام، اکثر شرکت‌های حمل و نقل و خریداران نفت، تجارت با ایران را متوقف کردند؛ پس از آن واشنگتن

محموله‌های نفت خام ایران را تحریم کرد. به گفته بازرگانان، ایران تخفیف‌های عمده و چشمگیری به خریداران نفت خود می‌دهد. طی این مدت مشتریان جدیدی نیز برای نفت خام ایران پیدا شده‌اند، به ویژه اینکه طی ماه‌های گذشته در اثر بحران کرونا بسیاری از اقتصادهای آسیایی از جمله چین عقبگرد داشته‌اند. مایک پمپئو، وزیر خارجه آمریکا ماه گذشته با بیان اینکه این تحریم‌ها علیه ایران موثر بوده، گفت که ایران از بهار سال ۲۰۱۸ تاکنون در اثر تحریم‌ها از درآمد ۷۰ میلیارد دلاری نفتی محروم شده است. وزارت خزانه‌داری آمریکا از اظهارنظر در این باره خودداری کرد. مقامات آمریکایی گفته‌اند که آنها معتقدند اقتصاد ایران صدمات جدی از تحریم‌ها دیده و طی این مدت تنها قادر بوده زنده بماند؛ آنها به کاهش ذخایر ارزی ایران و سقوط ارزش واحد پول اشاره دارند. آنها همچنین می‌گویند که مقامات ایران آمار درستی نمی‌دهند و میزان واقعی خسارت اقتصادی خود ناشی از تحریم‌ها را پنهان می‌کنند. با این حال، اقتصاددانان و موسسات اقتصادی خارجی مانند بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول از آمار دولتی ایران به عنوان منابعی برای تحلیل اقتصاد این کشور استفاده می‌کنند.

از فشار تحریم تا بحران کرونا در اقتصاد ایران

واحد پول ایران از اوایل سال ۲۰۱۸ میلادی ۸۵ درصد کاهش یافته است، در حالی که تورم بیش از ۳۰ درصدی مایحتاج روزمره را برای ایرانیان گران کرده است. طبق گزارش بانک جهانی، فقر داخلی در ایران تشدید شده و درصد مردم زیر خط فقر ایران (با داشتن درآمد ۵.۵ دلار در روز) از ۸ درصد در سال ۲۰۱۱ به بیش از ۱۳ درصد در سال ۲۰۱۹ رسیده است. جواد صالحی اصفهانی، استاد اقتصاد در دانشگاه «پویرجینیاتک» می‌گوید: «افزایش اشتغال الزاماً به درآمد بالاتر تبدیل نمی‌شود. (در ایران) فقر در حال افزایش است و من مطمئن هستم که دولت از این موضوع آگاه و نگران است.» همه‌گیری کرونا هم مزید بر علت شده و برای مثال مرزهای ایران با کشور همسایه عراق را تعطیل کرده و تجارت با چین نیز محدود شده و به این ترتیب، دو مقصد اصلی صادرات ایران را کاهش داده است. طبق آمارهای گمرک ایران، این امر منجر به کاهش ۲۵درصدی صادرات غیرنفتی نسبت به سال قبل شده است.

برخی از تولیدکنندگان بزرگ ایران که متکی به مواد اولیه وارداتی هستند و صادرات ندارند، شرایط سخت‌تری را تجربه کرده‌اند. برای مثال، تولید صنعت بزرگ خودروسازی ایران از ۱.۴ میلیون خودرو در سال ۲۰۱۷ به ۷۷۰ هزار دستگاه در سال ۲۰۱۹ کاهش یافته است. امید غلامی‌فر، بنیانگذار «سرک لند اینیوست» مستقر در سوئد و متخصص سرمایه‌گذاری در ایران معتقد است: «اگرچه بعید است تقاضای خرید خانواده‌ها در مواقع بحرانی به سمت خرید خودروها سرازیر شود، اما تقاضای مصرف محصولات روزمره ثابت مانده است. تقاضای کلی در اقتصاد ایران در شرایط سالمی است و به هر حال باید توسط منابعی تأمین شود.» غلامی فر در چهار شرکت ایرانی تولیدکننده کالاهای مصرفی سرمایه‌گذاری کرده است؛ یک شرکت دارویی، یک خرده‌فروش مواد غذایی، یک شرکت بسته‌بندی صنعتی و یک شرکت مراقبت در منزل. او می‌گوید: «همه شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری کردم از سال ۲۰۱۸ سالانه ۲۵ تا ۳۰ درصد فروش خود را افزایش داده‌اند.»

قیمت خانه در تهران ۳.۵ برابر کشور است

جغرافیای استانی مسکن

نشان می‌دهد. این آمار گویای آن است که اگر میانگین قیمت مسکن در تهران را از آمار بیرون بیاوریم میانگین قیمت مسکن در تهران تقریباً ۳.۵ برابر کل کشور است.

در اختیار تهران نیز بدون احتساب قیمت مناطق ۳، ۲، ۱ و ۶ متوسط قیمت هر متر مربع آپارتمان ۱۹ میلیون و ۸۰۱ هزار تومان است که نشان می‌دهد بدون محاسبه مناطق مذکور، میانگین قیمت هر متر خانه در تهران ۳۳ درصد کاهش می‌یابد.

از طرف دیگر تحولات قیمت مسکن برحسب دلار نشان می‌دهد متوسط قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در شهر تهران در آبان ماه ۱۳۹۹ به میزان ۱۰۵۱ دلار و در هشت ماهه ابتدای سال جاری ۱۰۲۴ دلار بوده که قیمت دلاری مسکن در هشت ماهه ابتدای سال ۱۳۹۹ نسبت به هشت ماهه ابتدای ۱۳۹۸ بالغ بر ۲۰ درصد رشد داشته است. گفتنی است ملک تعیین متوسط قیمت مسکن که توسط بانک مرکزی، وزارت راه و مرکز آمار ایران اعلام می‌شود ثبت در رهگیری در دفاتر املاک است. در گذشته متوسط قیمت تهران در این گزارش‌ها استخراج می‌شد اما بعد از مصوبه دولت در ستاد ملی کرونا مبنی بر لزوم همه معاملات مسکن در سامانه کد رهگیری این امکان به وجود آمد تا قیمت متوسط همه استان‌ها اعلام شود.

در بین مراکز استان‌های کشور کمترین قیمت مسکن به یاسوج با میانگین ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در هر متر مربع و بیشترین قیمت به شهر تهران با ۲۷ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان مربوط می‌شود.

به گزارش ایستنا، براساس معاملات آبان ماه ۱۳۹۹ در بین ۳۰ مرکز استان (بدون محاسبه شهرکرد)، کمترین متوسط بهای یک متر مربع آپارتمان به شهر یاسوج در استان کهگیلویه و بویراحمد با میانگین ۳ میلیون و ۲۰۹ هزار تومان تعلق دارد. در رتبه بعدی ایلام قرار گرفته که میانگین هر متر خانه در این شهر ۴ میلیون و ۵۲ هزار تومان است. بیرجند در خراسان جنوبی با متوسط قیمت هر متر مسکن ۴ میلیون و ۱۹۷ هزار تومان، رتبه سومین شهر ارزان‌قیمت کشور را در اختیار دارد. طبق آماري که وزارت راه و شهرسازی در آبان ماه ۱۳۹۹ ارائه کرده در شهر بجنورد که پنجمین شهر ارزان‌قیمت در بین مراکز استان محسوب می‌شود قیمت مسکن بالا نیست. میانگین هر متر خانه در بجنورد، مرکز استان خراسان شمالی ۴ میلیون و ۵۲۱ هزار تومان است. هر متر خانه در شهر کرمان ۴ میلیون و ۶۵۱ هزار تومان خرید و فروش می‌شود. ساری در استان مازندران با متوسط متري ۵ میلیون و ۴۵۶ هزار تومان، رتبه ششم را از نظر قیمت مسکن در اختیار دارد. خرم آباد واقع در استان لرستان با متوسط هر متر خانه ۵ میلیون و

دریچه

نهاد پژوهشی مجلس بررسی کرد

محورهای تصمیم‌گیری بودجه ۱۴۰۰

فرصت امروز: لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ از ابتدای این هفته در کمیسیون تلفیق بودجه در دست بررسی است و نخستین جلسه رسمی این کمیسیون روز گذشته با حضور محمدباقر نوبخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه و فرهاد دژپسند وزیر اقتصاد برگزار شد.
آنطور که رحیم زارع، سخنگوی این کمیسیون اعلام کرده، کلیات لایحه بودجه سال آینده با احتمال زیاد در روز سه‌شنبه این هفته به رأی گذاشته می‌شود.

اما یکی دو هفته قبل بود که مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی تحلیلی به تبعات تورمی لایحه بودجه سال آینده پرداخت و به نمایندگان توصیه کرد که کلیات لایحه بودجه را رد کنند و آن را برای اصلاحات بیشتر به دولت بازگردانند.
نهاد پژوهشی مجلس حالا در جدیدترین گزارش از سلسله گزارش‌های بررسی بودجه سال ۱۴۰۰ به ارزیابی نکات مهم و محورهای تصمیم‌گیری در بودجه سال آینده پرداخته و نسبت به عدم اصلاحات ساختاری در لایحه بودجه دولت انتقاد کرده است.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، در طول یک سال و نیم گذشته با وجود آنکه پیشنهادهای متعددی در دولت و مجلس برای اصلاح ساختار بودجه و مدیریت کسری بودجه مزمン مطرح شده است، اما متأسفانه لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ مشابه همچون لایاح بودجه سال‌های گذشته بدون اعمال اصلاحات ساختاری تهیه و به مجلس ارائه شده است؛ به‌گونه‌ای که در کنار بیش‌برآوردی‌های قابل توجه در حوزه منابع، رشد فزاینده‌ای نیز در حوزه مصارف دارد. در گزارشی که با همین عنوان در دو سال گذشته و در جریان بررسی لایاح بودجه سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ توسط مرکز پژوهش‌ها منتشر شد، ضمن تبیین دلایل و الزامات اصلاحات ساختاری در بودجه، راهکارهای پرداختی مختلفی (کوتاه‌مدت و بلندمدت) و به مجلس اصلاحات در سمت منابع و مصارف بودجه و مدیریت کسری بودجه دولت ارائه شده بود.

بازوی کارشناسی مجلس در این گزارش با عنوان «بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور؛ نکات مهم و محورهای تصمیم‌گیری»، با توجه به کسری قابل توجه بودجه و پیامدهای تورمی آن برای اقتصاد، پیشنهاد داده است که کلیات لایحه در مجلس رد شود و برای اصلاحات به دولت بازگردانده شود و در صورت عدم انجام اصلاحات موردنظر، مجلس بودجه چنددوازدهم تصویب کند یا همانند تجربه مربوط به بودجه سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ «مجزو دریافت و پرداخت دولت» را برای چند ماه صادر نماید.

به نوشته مرکز پژوهش‌ها، البته توجه به این نکته ضروری است که انجام اصلاحات جهت پوشش کسری قابل توجه بودجه، در عمل به‌معنای آن است که مجلس شریک تهیه بودجه شود. به‌عبارت بهتر در صورت بروز هر مسئله‌ای در سال آینده، مجلس نمی‌تواند به‌طور شایسته از شأن نظارتی خود بر دولت استفاده نماید. به‌خصوص با توجه به اینکه سال آینده تغییر دولت است، احتمال عملکرد نامناسب در حوزه اجرا بیش‌ازپیش خواهد بود.

در این گزارش با اشاره به نامه اخیر مقام معظم رهبری به دولت پیرامون اصلاح نحوه استفاده از منابع حاصل از صادرات نفت، تصریح شده است که با توجه به خطاب نامه و همچنین مسئولیت دولت مبنی‌بر تهیه لایحه بودجه، لازم است دولت اصلاحات موردنیاز را تهیه و (پس از تصویب در هیأت وزیران) به مجلس تقدیم کند.

در گزارش مرکز پژوهش‌ها در صورت اراده مجلس به تصویب کلیات لایحه و اصلاح آن در مجلس، توصیه شده است تا محورهایی چون منابع حاصل از صادرات نفت و گاز، هزینه‌های دستگاه‌های اجرایی به‌خصوص هزینه‌های حقوق و دستمزد کارکنان، کمک به صندوق‌های بازشتگی، سیاست اختصاص ارز ترجیحی به واردات کالاهای اساسی، شیوه انعکاس نرخ ارز در لایحه بودجه، شیوه واگذاری ۹۰ هزار میلیارد تومان سهام دولت، واگذاری ۹۰ هزار میلیارد تومان واگذاری سهام، اموال و دارایی (عمدتا به شکل رد دیون خارج از سقف بودجه (بند «و» تبصره ۲۲)، انتشار و بازپرداخت اوراق بدهی دولتی، شیوه تصمیم‌گیری در مورد نرخ سود، زمان سررسیدی و انتشار اوراق، پیش‌فروش نفت، منابع و مصارف منعکس شده در تبصره ۱۴» تحت عنوان هدفمندی یارانه‌ها، درآمدها و هزینه‌های استانی و بودجه شرکت‌های دولتی، به‌عنوان نکات مهم لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ و محورهای تصمیم‌گیری مورد توجه قرار گیر.

نهاد پژوهشی مجلس در ادامه این گزارش می‌افزاید: در رابطه با انجام اصلاحات در بودجه در سال‌های اخیر مطالعات مفیدی توسط نهادهای پژوهشی کشور انجام شده است که اعمال آنها می‌توانست بودجه سال‌های اخیر و لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ را متفاوت از چارچوب لایحه فعلی قرار دهد. برخی از محورهای اصلی جهت انجام اصلاحات در حوزه منابع لایحه بودجه سال ۱۴۰۰، شامل مواردی چون اصلاح نرخ ارز مبنای محاسبه حقوق ورودی، اصلاح سیاست نرخ ارز ترجیحی، وضع مالیات بر مجموع درآمد (با تمرکز بر اقشار پردرآمد)، حرکت به سمت مالیات بر مجموع ثروت، حذف معافیت مالیات بر سود سپرده‌های بانکی اشخاص حقوقی، حذف معافیت مالیاتی فعالان بزرگ بخش کشاورزی، حذف معافیت مالیات بر ارزش‌افزوده مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، اصلاح معافیت درآمد حاصل از صادرات، اصلاح نظام انگیزشی سازمان امور مالیاتی در راستای مأموریت‌های سال ۱۴۰۰ و وضع عوارض بر تراکنش‌های بانکی، است.

مرکز پژوهش‌ها در جمع‌بندی گزارش خود تصریح کرده است که در صورت عدم اجرای سایر راهکارها، جهت پرهیز از پیامدهای تورمی ناشی از کسری بودجه افزایش نرخ مالیات بر ارزش‌افزوده نیز در دستور قرار گیرد. در این گزارش همچنین درخصوص اصلاحات در حوزه مصارف لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور، به مواردی چون اجرای سیاست پرداخت به ذی‌نفع نهایی به‌منظور شناسایی و تفکیک هزینه‌های اجباری (ضروری) و غیراجباری (قابل تصمیم‌گیری) در بودجه، بازنگری در سیاست افزایش حقوق کارکنان دولت، کنترل هزینه‌های عمومی دولت با استفاده از سازوکار بازنگری هزینه‌ها، مدیریت هزینه در معاملات دولت با بهره‌برداری کامل از سامانه ستاد و اصلاح فرآیند تخصیص اعتبار و ایجاد انضباط در مجوزهای افزایش هزینه خارج از قانون بودجه، اشاره شده است.

آثار در آمدی و تورمی تغییر نرخ ارز



۴ سناریوی ۶: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۷۰۰۰ تومان افزایش یابد، با این فرض که ساختار واردات سال ۱۴۰۰ همانند تعرفه سال ۱۳۹۹ و واردات سال ۱۳۹۶ کشور باشد.

۵ سناریوی ۷: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۱۵۰۰ تومان افزایش یابد، با این فرض که ساختار واردات سالال ۱۴۰۰ همانند واردات سال ۱۳۹۶ کشور لیکن تعرفه‌های وارداتی برای همه کالاها ۵ درصد باشد.

۶ سناریوی ۸: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۷۰۰۰ تومان افزایش یابد، با این فرض که ساختار واردات سالال ۱۴۰۰ همانند واردات سال ۱۳۹۶ کشور لیکن تعرفه‌های وارداتی برای همه کالاها ۵ درصد باشد.

۷ برای ارزیابی آثار این سیاست، دو فرض در نظر گرفته شده است؛ اول اینکه میزان واردات کل سالال ۱۳۹۹ براساس واردات ۷ ماهه سال ۱۳۹۹ برآورد شده و دوم اینکه کالاهای ممنوع سال ۱۳۹۹ در چهار سناریوی اول همچنان ممنوع و در سناریوهای ۸ تا ۸ مجاز به ورود هستند.

تغییرات در آمد دولت در سناریوهای مختلف

به نوشته بازوی کارشناسی وزارت صمت، دو ساختار متفاوت (واردات سالال ۱۳۹۹ و ۱۳۹۶) در سناریوها ذکر شده است. علت انتخاب سال ۱۳۹۹ تداوم وضعیت موجود است، اما انتخاب سالال ۱۳۹۶ با این فرض است که در سال ۱۴۰۰ تحریم‌ها تخفیف یابد و واردات به سال‌های قبل از تحریم بازگردد. به‌منظور برآورد آثار این سیاست از پایگاه‌های آماری گمرک وزارت صمت (ستاد تنظیم بازار و معاونت امور اقتصادی وزارت صنعت، معدن و تجارت) استفاده شده و محاسبات براساس کدهای هشت‌رقمی صورت گرفته و اطلاعات براساس سرجمع‌های آنها ذکر شده است.

براساس برآوردها انتظار می‌رود بدون تغییر نرخ تعرفه‌ها با تغییر نرخ ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۱۵۰۰ تومان (سناریو ۱)، کل درآمد دولت حدود ۳۰۸ هزار میلیارد تومان افزایش یابد. در این وضعیت اگر تعرفه کالاهای وارداتی در سطح ۵ درصد تثبیت شود (سناریو ۳) افزایش درآمد دولت به ۱۰ هزار میلیارد تومان خواهد رسید. در سناریو ۲ و ۴ افزایش نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۷۰۰۰ تومان (فروض مثل سناریو ۱ و ۳) منجر به تغییر در درآمد دولت به ترتیب ۵۴ و ۲۳٫۲ هزار میلیارد تومان خواهد شد. در سناریوهای ۵ تا ۸ ساختار واردات به جای سالال ۱۳۹۹ سال ۱۳۹۶ منظور شده و بقیه فروض نظیر سناریوهای ۱ تا ۴ است. تحت سناریو ۵ و ۷ افزایش درآمد دولت به ترتیب ۶۷٫۵ و ۲۵٫۷ هزار میلیارد تومان شده که نسبت به سنناریو ۱ و ۳ افزایش ۱۱۹ و ۱۵۷ درصد را نشان می‌دهد. در قالب سناریو ۶ و ۸ افزایش درآمد دولت به ترتیب ۱۱۸٫۵ و ۴۶٫۴ هزار میلیارد تومان خواهد شد که نسبت به سناریوهای ۲ و ۴ افزایش ۱۱۹ و ۱۰۰ درصدی را نشان می‌دهد.

تورم وارداتی یکی از پیامدهای اجرای این سیاست است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در قالب سناریوهای هشت‌گانه دامنه افزایش قیمت کالاهای وارداتی بین ۴٫۵ و ۱۳٫۳ درصد (میانگین وزنی) است. به طور مشخص در قالب دو سناریو ۱ و ۳ متوسط (وزنی) افزایش قیمت کالاهای وارداتی به ترتیب ۷٫۲ و ۴٫۸ درصد است که در صورت وجود ساختار واردات سال ۱۳۹۶ (سناریوهای ۵ و ۷) این افزایش‌ها به ترتیب به ۷٫۶ و ۴٫۵ درصد خواهد بود. این نتایج نشان می‌دهد کالاهای مصرفی افزایش کمی (۰٫۸ و ۵٫۸ درصد در سناریو ۱ و ۳) را تجربه خواهد کرد. در این میان انتظار

آیا رشد اقتصادی مثبت تا پایان سال واقعی است یا خوش‌بینانه؟

تخلیه شوک تحریم در سال ۹۹

به گونه‌ای است که کمتر کسی پایان رشد منفی اقتصاد را باور می‌کند، اما باید توجه داشت رشد اقتصادی لزوماً به معنای بهبود فوری وضعیت معیشتی همه طبقات و اقشار جامعه نخواهد بود و شاخص‌های دیگری نیز در این رابطه تعیین‌کننده هستند.

محمدتقی فیاضی، کارشناس اقتصادی درباره ارزیابی اخیر مرکز پژوهش‌ها گفت: «مراکز بین‌المللی ارقام خود را از داخل کشور می‌گیرند و سپس به تحلیل می‌پردازند، با این حال این ارقام می‌توانند تغییر کنند. باید پذیرفت بیشترین شوکی که به اقتصاد ایران وارد شد ناشی از تحریم نفت بود و این شوک به مراتب بیش از شوک کرونا بود».

به گفته وی، «شوکه‌های ناشی از تحریم بعد از دو سال از اقتصاد کشور تخلیه شد و به همین دلیل امسال بعید است در بخش نفت و فروش میعانات گازی همچنان شاخص‌ها منفی باشند. این شرایط برای سال آینده حتی بهبود بیشتری هم خواهد یافت و رشد اقتصادی در سال آینده می‌تواند از امسال شتاب بیشتری بگیرد».

او درباره اینکه بخش زیادی از مردم بازگشت رشد اقتصادی را با توجه به وضعیت معیشتی خود باور نمی‌کنند، گفت: «بهبود چشم‌انداز مردم صرفاً نیاز به رشد اقتصادی ندارد بلکه نرخ تورم و بیکاری هم دو عامل تعیین‌کننده و تاثیرگذار بر وضعیت معیشتی مردم هستند. هم نرخ تورم در ایران بالاست و

فرصت امروز: دولت دوازدهم، نرخ ارز را در لایحه بودجه ۱۴۰۰ تغییر داده است، اما این نرخ چه تاثیری بر نرخ تورم خواهد گذاشت؟ موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با طرح این سوال در مطالعاتی به آثار درآمدی و تورمی تغییر نرخ ارز در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ پرداخته است. به اعتقاد بازوی پژوهشی وزارت صمت، یکی از اینته‌های درآمدزای دولت در قوانین بودجه سنواتی درآمد ناشی از حقوق ورودی و مالیات بر واردات کالاهاست. در این درآمدها مؤلفه‌های نرخ تعرفه نرخ تسعیر ارز مبنای اخذ حقوق گمرکی نرخ مالیات بر ارزش‌افزوده و ارزش واردات تاثیرگذار است. دو مؤلفه نرخ تعرفه و نرخ تسعیر ارز همواره در محافل سیاست‌گذاری مورد بحث هستند. نرخ تعرفه علاوه بر اینکه قبل از شروع سال جدید توسط هیأت وزیران مصوب و اجرایی می‌شود، در هنگام افزایش نرخ ارز به‌منظور کاهش آثار تورمی نیز مورد تعدیل قرار می‌گیرد (نظیر سال ۱۳۹۱). مؤلفه دیگر نرخ تسعیر ارز است که هر چند سال یک بار به جهت فاصله گرفتن آن از نرخ ارز بازار آزاد در معرض تغییر قرار می‌گیرد.

در لایحه بودجه سالال ۱۴۰۰ نرخ ارز مبنای اخذ حقوق ورودی ۴۲۰۰ تومان منظور شده که بر این اساس، رقم مالیات بر واردات (حقوق ورودی) ۲۳٫۶ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است. تغییر نرخ تسعیر ارز مبنای محاسبه حقوق ورودی در شرایطی که دولت با مشکلات عدم تحقق منابع درآمدی مواجه است، یکی از درآمدهای قابل‌انکا در بودجه‌های سالیانه برای افزایش درآمد دولت است. در لایحه بودجه سالال ۱۴۰۰ نرخ ارز ۱۱۵۰۰ تومان در نظر گرفته شده است.

آیا رشد تورم در سال آینده حتمی است؟

لایحه بودجه ۱۴۰۰ هم‌اکنون در کمیسیون تلفیق مجلس در دست بررسی است. در این راستا، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارش خود با عنوان «آثار درآمدی و تورمی تغییر نرخ ارز مبنای حقوق ورودی سال ۱۴۰۰» سعی کرده به این سوال پاسخ دهد که اگر نمایندگان مجلس تصمیم به تغییر نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۱۵۰۰ تومان و یا ۱۷۰۰۰ تومان بگیرند، تبعات اقتصادی این سیاست و آثار درآمدی و تورمی آن چه خواهد بود؟ بازوی پژوهشی وزارت صمت در پاسخ به این پرسش بنیادی، ۸ سناریو را در نظر گرفته و نوشته است:

سناریوی ۱: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۱۵۰۰ تومان افزایش یابد، ساختار واردات سال ۱۴۰۰ همانند تعرفه و واردات سال ۱۳۹۹ کشور باشد.

۲ سناریوی ۲: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۷۰۰۰ تومان افزایش یابد، ساختار واردات سال ۱۴۰۰ همانند تعرفه و واردات سال ۱۳۹۹ کشور باشد.

۳ سناریوی ۳: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۱۵۰۰ تومان افزایش یابد، با این فرض که ساختار واردات سالال ۱۴۰۰ همانند واردات سال ۱۳۹۹ کشور لیکن تعرفه‌های وارداتی برای همه کالاها ۵ درصد باشد.

۴ سناریوی ۴: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۷۰۰۰ تومان افزایش یابد، با این فرض که ساختار واردات سالال ۱۴۰۰ همانند واردات سال ۱۳۹۹ کشور لیکن تعرفه‌های وارداتی برای همه کالاها ۵ درصد باشد.

۵ سناریوی ۵: نرخ تسعیر ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۱۵۰۰ تومان افزایش یابد، با این فرض که ساختار واردات سال ۱۴۰۰ همانند تعرفه سال ۱۳۹۹ و واردات سال ۱۳۹۶ کشور باشد.

با وجود اینکه مرکز پژوهش‌های مجلس از رشد اقتصادی ۰٫۵ درصدی تا پایان امسال خبر می‌دهد، اما برای بخش‌هایی از مردم این رقم باورکردنی نیست. بررسی آمارها نشان می‌دهد رشد اقتصادی سال جاری قبل از هر چیز ناشی از تخلیه فشارهای تحریمی بر فروش نفت کشور بوده است.

به گزارش خبرآنلاین، با اعمال تحریم‌های آمریکا علیه ایران در دو سالال ۹۷ و ۹۸ رشد اقتصادی منفی بر کشور حاکم شد. از میانه سال گذشته به نظر می‌رسید رشد اقتصادی منفی کشور در سال ۹۹ به پایان خود برسد. حتی بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نیز احتمال رشد مثبت اقتصاد ایران برای سال جاری را پیش‌بینی می‌کردند، اما شیوع کرونا سبب شد تا ارزیابی‌ها از رشد اقتصادی ایران نیز تغییر کند. به گونه‌ای که صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی از رشد اقتصادی منفی ۵۰درصدی و نشریه اکونومیست از رشد اقتصادی منفی ۱۲درصد خبر می‌دادند، با این‌حال گزارش اخیر مرکز پژوهش‌ها از رشد اقتصادی نیمه نخست امسال علی‌رغم سردرگمی که آمارهای بانک مرکزی و مرکز آمار با یکدیگر داشتند بر این نکته تاکید داشت که رشد اقتصادی امسال تا پایان سال به ۰٫۵ درصد خواهد رسید.

در مقابل برخی از آمارهای دیگر همچنان از وضعیت بغرنج معیشت خانوار در کشور خبر می‌دهد. افزایش فشارهای اقتصادی در سه سال اخیر

طلا به سمت ارزانی حرکت کرد

سکه عقب نشست

بازار ارز در اولین روز هفته با تمایل به کاهش قیمت آغاز به کار کرد. این مهم به نحوی بوده که نرخ سکه تمام بهار آزادی طرح جدید، نیم سکه، ربع سکه و سکه یک گرمی کاهش داشتند. بر این اساس، در بازار تهران قیمت هر سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۵۰ هزار تومانی قیمت به ۱۱ میلیون و ۹۵۲ هزار تومان رسید. این در حالی است که نرخ سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم بدون هیچ تغییری نسبت به پنجشنبه گذشته همچنان ۱۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در میان خریداران و فروشندگان دست به دست شد.

از سوی دیگر نیم سکه و ربع سکه به ترتیب ۶میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و ۴ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان قیمت خوردند که بر این اساس نیم سکه ۱۵ هزار تومان و ربع سکه ۳۰ هزار تومان ارزان‌تر شدند. همچنین هر سکه یک گرمی نیز در حالی ۲میلیون و ۳۵۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد که این مهم از کاهش قیمت ۱۰ هزار تومانی آن نسبت به روز آخر کاری هفته گذشته خبر می‌دهد. هر گرم طلای ۱۸ عیار در حالی یک میلیون و ۱۵۱ هزار و ۳۰۰ تومان خرید و فروش شد که به معنای کاهش قیمت ۲ هزار و ۶۰۰ تومانی آن است. این در حالی است که هر گرم طلای ۲۴ عیار نیز با کاهش ۳ هزار و ۴۰۰ تومانی قیمت به یک میلیون و ۵۳۵ هزار و ۱۰۰ تومان رسید. نرخ اونس طلا در بازار جهانی هم مانند روز جمعه هزار و ۸۷۹ دلار باقی ماند.

یورو پیشروی کرد

دلار درجا زد

بازار ارز نیز در حالی ششمین روز زمستان را آغاز کرد که تا عصر شنبه قیمت‌ها تغییر چندانی نسبت به روز پنجشنبه نداشتند و می‌توان ادعا کرد که بازار با حداقل نوسان هفته را آغاز کرده است. بر این اساس، در بازار ارز تهران هر دلار آمریکا با افزایش سه تومانی نسبت به آخرین روز کاری هفته گذشته به ۲۵ هزار و ۸۶۵ تومان رسید. این در حالی است که نرخ یورو در بازار کاهش ۱۰۶ تومانی را تجربه کرد و به ۳۱ هزار و ۴۴۸ تومان رسید.

در سوی دیگر بازار پوند انگلیس ۳۴ هزار و ۵۷۶ تومان خرید و فروش شد و نرخ درهم امارات و لیر ترکیه نیز به ترتیب ۷ هزار و ۱۴۵ تومان و ۳ هزار و ۳۰۰ تومان ارزش‌گذاری شدند. این مهم به معنای آن است که قیمت پوند، درهم و لیر ترکیه نسبت به روز پنجشنبه تغییری نداشتند. همچنین هر یوان چین ۳هزار و ۹۸۰ تومان و هر فرانک سوییس ۲۹ هزار و ۶۲۰ تومان خرید و فروش شدند.

آخرین قیمت اوراق مسکن در تهران و شهرستان‌ها

اوراق مسکن چن‌د؟

براساس آخرین قیمت اوراق مسکن، متأهل‌های تهرانی برای این اوراق باید ۲۵ میلیون و ۲۴۸ هزار تومان و مجردهای تهرانی نیز باید ۱۴ میلیون و ۱۲۸ هزار تومان پرداخت کنند.

به گزارش ایسنا، تسه (اوراق) فروردین سال گذشته ۵۳ هزار و ۷۰۰ تومان و تسه اردیبهشت و خرداد سال گذشته نیز حدود ۵۲ هزار تومان قیمت دارند. هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در تیر با قیمت ۵۶ هزار و ۲۰۰تومان، در مرداد با قیمت ۵۱ هزار تومان و در شهریور با قیمت ۵۴ هزار و ۵۹۹ تومان داد و ستد می‌شود. قیمت اوراق مهر، آبان و آذر سال گذشته نیز ۵۴ هزار و ۹۰۰ تومان، ۵۱ هزار و ۷۰۰ تومان و ۵۱ هزار و ۸۰۰ تومان بوده و هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در دی، بهمن و اسفند سال گذشته نیز با قیمت‌های ۵۴ هزار تومان، ۵۳ هزار و ۸۰۰ تومان و ۵۳ هزار تومان داد و ستد می‌شود.

همچنین تسه فروردین، اردیبهشت و خرداد سال جاری به ترتیب ۵۳ هزار و ۵۰۰ تومان، ۵۲ هزار و ۷۰۰ تومان و ۵۲ هزار و ۸۰۰ تومان قیمت دارند. هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن در تیر با قیمت ۵۳ هزار و ۷۰۰ تومان، در مرداد با قیمت ۵۳ هزار و ۴۰۰ تومان و در شهریور با قیمت ۵۳ هزار تومان داد و ستد می‌شود. این اوراق در مهرماه ۵۳ هزار و ۳۰۰ تومان، در آبان ماه ۵۴ هزار و ۵۰۰ تومان و در آذرماه ۵۲ هزار و ۶۰۰ تومان قیمت داشته‌اند. این گزارش نیز براساس قیمت تسه در آذرماه نوشته شده است.

قیمت اوراق برای مجردها و متأهل‌های تهرانی نیز به این ترتیب است: با توجه به اینکه مجردهای ساکن تهران می‌توانند تا ۱۴۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند که شامل ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن و ۴۰ میلیون تومان جعاله می‌شود بنابراین برای دریافت ۱۰۰ میلیون تسهیلات باید ۲۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه این تعداد اوراق با تسه ۵۲ هزار و ۶۰۰ تومانی برابر- ۱۰ میلیون و ۵۲۰ هزار تومان می‌شود که با در نظر گرفتن ۴۰ میلیون تومان وام جعاله که برای آن باید ۸۰ ورق به مبلغ ۴ میلیون و ۲۰۸ هزار تومان خریداری کنند، رقم آن به ۱۴ میلیون و ۷۲۸ هزار تومان می‌رسد.

زوج‌های تهرانی نیز بر همین اساس می‌توانند تا سقف ۲۴۰ میلیون تومان شامل ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن برای هر نفر و ۴۰ میلیون تومان وام جعاله دریافت کنند بنابراین زوجین باید ۴۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه آن ۲۱ میلیون و ۴۰ هزار تومان می‌شود که همراه با ۴ میلیون و ۲۰۸ هزار تومان وام جعاله که برای آن باید ۸۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند، در مجموع باید ۲۵ میلیون و ۲۴۸هزار تومان پرداخت کنند.

همچنین سقف این تسهیلات برای مراکز استان و شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر به ۸۰ میلیون تومان رسیده که برای آن باید ۱۶۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۸ میلیون و ۴۱۶ هزار تومان است. این وام برای سایر مناطق شهری ۶۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است که باید برای آن ۱۲۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۶ میلیون و ۳۱۲ هزار تومان می‌شود.

بخش صنعت بیشترین و بخش آموزش کمترین تأثیرپذیری را از نرخ ارز دارند

اثر گذاری دو گانه نرخ ارز بر قیمت‌ها



خدمت مربوط به شاخص قیمتی تولیدکننده (PPI) است. برای ارزیابی شدت اثر گذاری قیمت‌ها از نرخ ارز برای هر قلم کالا سه شاخص «اثر جمعی»، «بیشترین اثر گذاری» و «رشد قیمت‌ها بعد از شوک ارزی ۹۱-۹۰» محاسبه شده است. همچنین سرعت عکس‌العمل نیز با دو شاخص «اثر همزمان» و «وقفه بیشترین اثر گذاری» اندازه‌گیری شده است. وقفه اثر گذاری نرخ ارز بر روی قیمت‌های بخش کشاورزی و بخش ساخت (صنعت) به ترتیب ۱٫۹۷ و ۲٫۶ است که نسبت به سایر بخش‌ها عکس‌العمل سریع‌تری به تغییرات ارزی نشان می‌دهند در حالی که در بخش حمل و نقل، آموزش و بهداشت و مددکاری اجتماعی این وقفه بیشتر از ۴ دوره است و به ۵٫۲ نیز می‌رسد. بخش صنعت با ضریب اثر جمعی ۰٫۹۳، بیشترین تأثیرپذیری را از نرخ ارز داشته است. به عبارت دیگر، در این بخش قیمت‌ها تقریباً به اندازه رشد نرخ ارز افزایش پیدا می‌کنند. بعد از بخش صنعت، بخش حمل‌ونقل، انبارداری و ارتباطات با ۰٫۷۴، بیشترین تأثیرپذیری را از نرخ ارز دارند. از بین بخش‌های مختلف اقتصادی بخش آموزش با ۰٫۰۳۳ تأثیرپذیری عملاً تأثیر معناداری از نرخ ارز نمی‌پذیرد. بخش‌های هتل و رستوران، بهداشت و مددکاری و سایر فعالیت‌های عمومی، اجتماعی و شخصی بین ۰٫۴۵ تا ۰٫۴۸ درصد از نرخ ارز تأثیر می‌پذیرند و قیمت‌های بخش کشاورزی نیز ۰٫۵۵ درصد از تغییرات نرخ ارز تأثیر می‌پذیرد.

برای آزمون اینکه ویژگی‌های بنگاه‌ها در عکس‌العمل متفاوت قیمت‌ها به شوک ارزی موثر بوده است یا خیر، بنگاه‌ها بر حسب ویژگی مدنظر به دو گروه تقسیم شده و شاخص‌های آنها با یکدیگر مقایسه می‌شود. این بررسی نشان می‌دهد که واردات محوری، بیشتر بودن مصارف ارزی از منابع ارزی و معیار بودن دلار در خریدهای وارداتی در شرکت‌ها باعث افزایش تأثیرپذیری قیمت‌های آن شرکت‌ها از تغییرات ارزی شده و مالکیت دولتی، بزرگ‌تر بودن شرکت‌ها و معیار قرار دادن دلار برای فروش‌های صادراتی اثرپذیری قیمت‌ها از نرخ ارز را کاهش می‌دهد. همچنین بنگاه‌های کوچک‌تر، با محدودیت مالی بالا، تولیدکننده کالای واسطه و بنگاه‌هایی که منابع ارزی آنها بیشتر از مصارف ارزی‌شان است، قیمت‌های‌شان را نسبت رشد نرخ ارز سریع‌تر افزایش می‌دهند.

نگاهی به تلاطم قیمت‌ها در چند سال گذشته

کالا‌های اساسی با وجود تخصیص ارز دولتی که منابع کشور را برای آن حراج کرده‌اند، همچنان پایه‌ای قیمت ارز بالا می‌روند. پیش از شروع گرانی تاریخی دلار در دولت دوازدهم، قیمت هر کیلو گوشت قرمز، حدوداً ۳۵ هزار تومان بود. امروز این نرخ تا ۱۳۰ هزار تومان افزایش پیدا کرده است؛ گوشت بعد در کمتر از سه سال بیش از ۲۷۰ درصد رشد کرده است. این در حالی است که ما در ایران نیاز چندانی به واردات گوشت نداریم و عمده مصرف داخلی توسط دامداران تولید می‌شود. گوشت مشتی از نمونه خروار کالا‌های اساسی است که تأثیر قابل توجهی از افزایش نرخ ارز پذیرفته است.

در روزهای ابتدایی سال ۹۶، هر گوشی تلفن همراه به طور میانگین بین ۳ تا نهایتاً ۶ میلیون تومان بود. امروز قیمت همان گوشی به ۱۵ میلیون تومان رسیده است. بازار لپ‌تاپ و گوشی ارتباط مستقیم با نرخ دلار دارند و هر لحظه که قیمت این اسکناس آمریکایی بالا می‌رود، فروشگاه‌های اینترنتی و غیراینترنتی با همان نسبت کالا‌های خود را گران‌تر می‌فروشند. بررسی‌ها و مقایسه قیمت سابق چند مدل گوشی خاص با قیمت کنونی آنها حکایت از افزایش بیش از ۴۰۰ درصدی قیمت‌ها در این بازار دارد. در حوزه لوازم خانگی، خودرو، مسکن و… هم تقریباً همین روند ادامه دارد. در حالی که نرخ دلار از زمان خروج ترامپ از برجام تاکنون حدوداً ۵ برابر شده است اما مثلاً قیمت خودروی واحد کشور (پراید) در مدت زمانی مشابه بیش از ۶٫۵ برابر قیمت خود در سال ۹۶ رشد یافته است.

از واکنش سری کشاورزی تا زور آزمایی تورم و دلار

بخش کشاورزی یکی از حساس‌ترین حوزه‌های اقتصادی به نرخ دلار است. بر اساس نتایج پژوهش منتشر شده در پژوهشکده پولی و بانکی، به‌طور متوسط بعد از ۲ فصل بیشترین اثر تغییرات نرخ ارز در این بخش ظاهر می‌شود. بخش صنعت نیز ۲٫۶ فصل بعد از تغییرات ارزی، تأثیرپذیری خود از نرخ ارز را نشان می‌دهد و در این میان بیشترین وقفه مربوط به بخش خدمات و البته آموزش است. پس از بخش صنعت، هم باید به بخش حمل و نقل و ارتباطات اشاره کرد که بیشترین تأثیرپذیری از نرخ ارز را برای خود به ثبت رسانده‌اند و این در حالی است که این بخش با وقفه ۴٫۶ فصلی بسیار کندتر از بقیه بخش‌ها نسبت به گرانی ارز واکنش نشان می‌دهد، اما درنهایت در اندازه بسیار بزرگ‌تری گرانی‌ها به بخش حمل و نقل منتقل می‌شود. بخشی که در قسمتی از زنجیره توزیع همه کالا‌ها وجود دارد و می‌تواند گرانی را در تمامی اقتصاد کشور انتشار دهد. گفتنی است این گزارش اطلاعات قیمت ۲۳۶۹ قلم کالا را از ۳۵۵ شرکت (از بورس و فرابورس) محل محاسبه خود قرار داده است. علاوه بر این، پژوهشگران این گزارش اطلاعات ۷۳۴ قلم کالا از شاخص قیمت تولیدکننده را مورد استفاده قرار داده‌اند. همچنین در این مطالعه از قیمت دلار در بازار آزاد به‌عنوان نرخ ارز استفاده شده است.

از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان می‌دهد که تورم جلوتر از نرخ ارز ایستاده است. به گفته مرکز آمار ایران در سال ۹۷، تورم اعلام‌شده حدود ۲۷ درصد بوده است و در مقابل دلار در همین بازه زمانی ۱۵۸ درصد رشد کرده است. سال بعد اما که سال سخت‌تری برای اقتصاد ایران به شمار می‌رود، نرخ تورم اعلامی توسط بانک مرکزی ۴۱ درصد و افزایش قیمت دلار در طول این سال تنها ۱۵ درصد بوده است. به نظر می‌رسد نرخ تورم با تأخیر خود را به قیمت دلار می‌رساند و طبیعتاً کالا‌ها بعد از طی مسیری طولانی و جای گرفتن در قله قیمتی به‌سختی دوباره (حتی با فرض کاهش قیمت دلار) به مدارهای پیشین قیمتی خود برمی‌گردند؛ در بازارهای مختلف اقتصاد ایران، از یک سو اصل چسبندگی قیمت غیرقابل‌انکار است و از سوی دیگر در شرایط بدون ثبات و تلاطم امروزی، این انتظارات تورمی است که تأثیر خود را بر قیمت کالا‌ها نشان می‌دهد. به طور کلی، نحوه اثر گذاری نرخ ارز بر اقتصاد ایران از آن جهت مهم است که در سال‌های گذشته به واسطه سیاست‌گذاری‌ها در این حوزه شاهد جهش‌های ارزی در اقتصاد ایران بوده‌ایم. قیمت‌ها به عنوان متغیری مطرح هستند که بیشترین تأثیر را از تغییرات نرخ ارز می‌پذیرند و اثرات شوک‌های ارزی را به اقتصاد داخلی منتقل می‌کنند. لذا اینکه قیمت‌ها چگونه تحت تأثیر نرخ ارز قرار می‌گیرد می‌تواند شناخت ما را در خصوص نحوه اثر گذاری شوک ارزی کامل کند. نکته‌ای که در گزارش پژوهشکده پولی و مالی به آن پرداخته شده، این است که همه قیمت‌ها به یک اندازه و در یک بازه زمانی مشخص نسبت به تغییرات نرخ ارز واکنش نشان نمی‌دهند و عکس‌العمل قیمتی محصولات و شرکت‌های مختلف ناشی از شوک ارزی متفاوت است.

عوامل مهم در اثر گذاری تغییرات ارز بر قیمت‌ها

در مطالعه پژوهشکده پولی و بانکی به این مسئله پرداخته شده که چه عواملی می‌تواند تفاوت در عکس‌العمل قیمت‌ها ناشی از تغییرات ارزی را توضیح دهد. به این منظور عکس‌العمل قیمتی به تغییرات ارزی از دو بعد اندازه (یا شدت) عکس‌العمل و سرعت عکس‌العمل مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفته است. در این راستا، از دو پایگاه داده استفاده شده است. اول پایگاه داده قیمت محصولات شرکت‌های بورسی که شامل ۲۳۶۹ قلم کالا که توسط ۳۵۵ شرکت‌های بورسی و فرابورسی در بازه زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۷ انتشار پیدا کرده است و دوم پایگاه داده شامل ۷۳۴ قلم کالا و

فرصت امروز: بخش «صنعت» و پس از آن «حمل‌ونقل» بیشترین اثرپذیری را از تغییرات نرخ ارز دارند و در سوی مقابل، «خدمات» و «آموزش» کمترین تأثیرپذیری را از نوسان‌های بازار ارز به ثبت رسانده‌اند. همچنین در بخش‌های «کشاورزی» و «صنعت» تغییرات قیمتی ناشی از شوک ارزی با کمترین وقفه و سرعت بالاتر انجام می‌شود و قیمت‌های بخش «حمل و نقل»، بیشترین تأثیرپذیری و زیربخش‌های دیگر «خدمات» (به تعدیل می‌شوند.

در پژوهشی که به تازگی در پژوهشکده پولی و بانکی منتشر شده است، این سوال مطرح شده که چه عواملی می‌توانند اثر گذاری دوگانه نرخ ارز بر قیمت‌ها را توضیح دهند؟ در این راستا، واکنش قیمتی به تغییرات ارزی از دو بعد اندازه (یا شدت) عکس‌العمل و سرعت عکس‌العمل مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که محصولات بخش «صنعت» و بعد از آن «حمل و نقل»، بیشترین تأثیرپذیری و زیربخش‌های دیگر «خدمات» (به جز حمل و نقل) کمترین تأثیرپذیری از نرخ ارز را دارند. همچنین در بخش‌های «کشاورزی» و «صنعت» تغییرات قیمتی ناشی از شوک ارزی با کمترین وقفه و سرعت بالاتر انجام می‌شود و قیمت‌های بخش «حمل و نقل»، «آموزش و بهداشت و مددکاری اجتماعی» دیرتر تعدیل می‌شوند. در عین حال، واردات محوری، بیشتر بودن مصارف ارزی از منابع ارزی و استفاده از دلار به عنوان نرخ ارز معیار در خریدهای وارداتی در شرکت‌ها باعث افزایش تأثیرپذیری قیمت‌ها از تغییرات ارزی شده است. از سوی دیگر، مالکیت دولتی، بزرگ‌تر بودن شرکت‌ها و معیار قرار دادن دلار برای فروش‌های صادراتی، اثرپذیری قیمت‌ها از نرخ ارز را کاهش می‌دهد.

کدام کالا بیشترین تأثیرپذیری را از نرخ ارز دارد؟

در سال‌های اخیر شوک‌های افزایش نرخ ارز باعث افزایش قابل توجهی در قیمت‌های داخلی شده و عملکرد سایر ارکان اقتصاد را تحت تأثیر قرار داده است بنابراین بررسی نحوه اثر گذاری نرخ ارز بر قیمت‌ها (گذر نرخ ارز) بسیار مهم است. از آنجا که واکنش قیمت همه محصولات به رشد نرخ ارز یکسان نبوده است، ضروری است که ناهمگنی واکنش قیمت‌های مختلف به تغییرات نرخ ارز در تحلیل‌ها مورد توجه قرار گیرد.

در اثر گذاری نرخ ارز بر قیمت کالا‌ها، تحریم‌ها نیز اثر گذار هستند. تحریم‌ها علاوه بر اثری که بر نرخ ارز می‌گذارند، می‌توانند باعث تغییر در ساختار بازارهای داخلی و انحصاری شدن آنها شده باشند که این مهم خود روی قیمت‌ها اثر گذار است و اصلاح قیمت‌ها بعد از بهبود شرایط را بسیار مشکل می‌کند. در واقع، افزایش نرخ دلار از یک سو به طور مستقیم موجب جهش قیمت کالا‌های وارداتی می‌شود و از سوی دیگر با تأثیر بر نرخ نهاده‌های اولیه تأمین صنایع بزرگ و کوچک، تأثیر بر نرخ حمل و نقل مواد در زنجیره توزیع و تأثیر روانی بر جامعه می‌تواند کالا‌های تولید داخل را هم دچار جهش‌های قیمتی کند. براساس اعلام مدرس خیابانی، سرپرست سابق وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۸۵ درصد مواد اولیه موردنیاز تولید در کشور به واردات وابستگی دارند و این یعنی در اقتصاد ایران وابستگی لاینحلی برای قیمت‌گذاری کالا، به نرخ دلار دیده می‌شود. طبق نتایج گزارش شده که در پژوهشکده پولی و بانکی منتشر شده است، صنعت و حمل‌ونقل بیشترین و خدمات و آموزش کمترین تأثیرپذیری را از نوسان بازار ارز دارند. در این گزارش از داده‌های قیمتی ۲۳۶۹ قلم کالا در بازه زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۷ استفاده شده و عکس‌العمل قیمتی کالا‌ها به تغییرات ارزی از دو بعد شدت و سرعت مورد ارزیابی قرار گرفته است. در واقع، این گزارش به این سوال پاسخ می‌دهد که چه شرکت‌ها و محصولاتی بیشتر و سریع‌تر نسبت به تغییرات نرخ ارز واکنش می‌دهند.

نرخ تورم ماهانه ۹ استان کمتر از ۲ درصد است

تورم ۳۰درصدی در انتهای پاییز

غربی (۲۷٫۲ درصد) است. براساس گزارش مرکز آمار ایران، نرخ تورم کل کشور در آذرماه امسال به ۳۰٫۵ درصد رسید. علاوه بر این نرخ تورم در دهک اول ۲۷٫۹ درصد و در دهک دهم ۳۷٫۲ درصد حس می‌شود که به معنای این است که تورم بر اقشار ضعیف فشار بیشتری را وارد می‌کند. این در حالی است که محدوده تغییرات تورم ۱۲ ماهه در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» بین ۲۵٫۶ درصد برای دهک دهم تا ۲۹٫۵ درصد برای دهک دوم است. همچنین در گروه عمده «کالا‌های غیرخوراکی و خدمات» تورم برای دهک اول ۲۶٫۲ درصد و برای دهک اول ۴۰٫۳ درصد برای دهک دهم است.

ماهیهانه را داشتند. نرخ تورم نقطه به نقطه (تورم آذرماه ۹۹ نسبت به مدت مشابه سال گذشته) برای خانوارهای کشور ۴۴٫۸ درصد است. بیشترین نرخ تورم نقطه به نقطه مربوط به استان کردستان (۵۴٫۲ درصد) و کمترین آن مربوط به استان قم (۴۱٫۲ درصد) است. نرخ تورم نقطه به نقطه پایتخت ۴۱٫۴ درصد بود و از میانگین کشوری ۱۰٫۹ درصد بیشتر بود. نرخ تورم ۱۲ ماهه منتهی به آذرماه ۱۳۹۹ برای خانوارهای کشور به عدد ۳۰٫۵ درصد رسید. بررسی جداول نشان می‌دهد که ۱۷ استان نرخ تورم کمتر از ۱۷درصد داشتند. بیشترین نرخ تورم ۱۲ ماهه مربوط به استان هرمزگان (۳۵٫۳ درصد) و کمترین آن مربوط به استان آذربایجان



بازارگردانی الگوریتمی با بورس چه می‌کند؟

ماجرای الگوریتم‌ها در بازار سرمایه

کارشناسان بازار سرمایه معتقدند با اینکه حجم معاملات انجام شده توسط بازارگردانی که از الگوریتم استفاده می‌کند بالاست، اما برای تغییر شاخص و روند بازار کافی نیست. علاوه بر این، بازارگردان انگیزه‌ای برای ایجاد این اختلال‌ها ندارد، زیرا در این صورت، منابع مالی خود را از دست می‌دهد.

شاخص بورس تهران چند ماهی است از رشدهای پی‌درپی و رویایی خود فاصله گرفته است. دلایل زیادی برای مثبت نشدن بازار سرمایه مطرح می‌شود و در روزهای اخیر، بازارگردانی الگوریتمی به‌عنوان یکی از مقصران این مسئله معرفی می‌شوند. گفته می‌شود از آنجایی که الگوریتم‌ها می‌توانند موقعیت‌های آربیتراژی را سریع‌تر از انسان تشخیص دهند و به رقیبی برای سرمایه‌گذاران خرد تبدیل شده‌اند و از طرف دیگر، این سرعت بالا، بازارگردان را به نوسان‌گیری تبدیل کرده است که با حجم معاملات بالا، روند بازار را دستکاری می‌کند.

در همین زمینه، سعید کرداری کارشناس بازار سرمایه به ایرناپلاس، گفت: «بازارگردانی الگوریتمی نه تنها در روند بازار اختلال ایجاد نمی‌کند بلکه مزایایی را برای بورس به همراه دارد. البته از آنجایی که بازارگردانی الگوریتمی و به‌طور کلی کاربرد الگوریتم‌ها در بورس موضوع جدیدی در ایران است، برخی دیدگاه‌های نادرست نسبت به آن وجود دارد.» به گفته وی، «این تصور وجود دارد که بازارگردان با استفاده از الگوریتم‌ها نوسان‌گیری می‌کند و روند بازار را تغییر می‌دهد. این در حالی است که بازارگردانی الگوریتمی، نقدشوندگی سهم را افزایش می‌دهد و این نقطه قوت بازارگردانی الگوریتمی است.»

این کارشناس بورس با بیان اینکه «حجم معاملات انجام شده با این روش به اندازه‌ای نیست که توان تغییر روند بازار را داشته باشد یا بتواند شاخص را منفی یا مثبت کند»، ادامه داد: «حتی تغییر روند نمادهای شاخص‌ساز نیز نیاز به حجم بالای نقدینگی و تعداد زیاد معاملات دارد، بنابراین تغییر شاخص و روند کلی بازار نیز به سادگی امکان‌پذیر نیست.» کرداری درباره اختلال و دستکاری در بازار به دنبال بازارگردانی الگوریتمی گفت: «از آنجایی که چنین دستکاری‌هایی برای بازارگردان صرفه اقتصادی ندارد، انگیزه‌ای برای ایجاد این اختلالات نیز وجود ندارد. در واقع بازارگردان با قیمت‌های منصفانه خرید و فروش می‌کند و لزومی ندارد که با قیمت‌های پایین‌تر یا بالاتر معاملات خود را انجام دهند.» او با اشاره به اینکه «بازارگردان در بورس‌های جهانی نیز از اختلاف قیمت خرید و فروش سود می‌کند»، افزود: «بنابراین اگر این اختلاف قیمت را بسیار بالاتر یا بسیار پایین‌تر از قیمت واقعی در نظر گیرد، متضرر می‌شود و نقدینگی خود را از دست خواهد داد بنابراین بازارگردانی الگوریتمی نه تنها موجب اختلال در روند بازار نمی‌شود، بلکه براساس تجربه جهانی، کشف قیمت مؤثرتری دارد و اجازه نمی‌دهد قیمت سهم از ارزش واقعی فاصله قابل توجهی بگیرد.» وی درباره مزایای بازارگردانی الگوریتمی نیز گفت: «واکنش الگوریتم‌ها در مقایسه با انسان سریع‌تر است بنابراین می‌تواند در خرید و فروش با سرعت بیشتری عمل کند. دیگر مزیت بازارگردانی الگوریتمی انجام سفارش‌های با حجم بالاست. این در حالی است که نیروی انسانی نمی‌تواند این حجم معاملات را در زمان کوتاهی انجام دهد. سوسمین مزیت مربوط به دسترسی همیشگی به الگوریتم‌های بازارگردانی، بدون نیاز به وقفه و زمان استراحت است.»

کرداری ادامه داد: «زمانی که از الگوریتم‌ها برای بازارگردانی استفاده شود، نوسان بازار کمتر می‌شود زیرا الگوریتم‌ها می‌توانند رقم‌های بسیار پایین و نزدیک به هم را سفارش دهد. این موضوع، نوسان بازار را کاهش و نقدشوندگی بازار را بهبود می‌دهد. به‌عنوان نمونه، نیروی انسانی در عملیات بازارگردانی، سفارش خرید به قیمت فرضی ۱۰۰ تومان و سفارش فروش به قیمت فرضی ۱۱۰ تومان را ثبت می‌کند، اما الگوریتم می‌تواند اختلاف قیمت خریدوفروش را بسیار به یکدیگر نزدیک کند و به‌عنوان نمونه سفارش خرید در قیمت ۱۰۴.۵ تومانی و سفارش فروش با قیمت ۱۰۵.۵ را ثبت کند. در واقع این الگوریتم‌ها هستند که در این سطح دقت و با حجم بسیار بالا، امکان بازارگردانی دارند.»

این کارشناس بازار سرمایه درباره مزیت الگوریتم‌ها نسبت به نیروی انسانی توضیح داد: «از آنجایی که الگوریتم‌ها از هیجان‌ها و احساس‌ها دور هستند، در مقایسه با تصمیم‌گیری انسانی که تحت تأثیر هیجان‌ها و احساس‌ها قرار می‌گیرد، عملکرد بهتری دارند بنابراین با گسترش بازارگردانی الگوریتمی، بازار کمی کمتر تحت تأثیر این موارد قرار خواهد گرفت. در واقع بازارگردانی الگوریتمی، هدفمند است و نفع شخصی در آن دخیل نیست.»



بازارگردانی سهام شناخته شده. در ادامه این روند شرکت کارگزاری توسعه معاملات کیان با ثبت خرید و فروشی در حدود ۶۰۰ میلیارد تومانی رتبه دوم را به خود اختصاص داد. شرکت کارگزاری صبا تامین و شرکت کارگزاری بهگزین نیز هر کدام با ثبت بازارگردانی در محدوده ۲۰۰ میلیارد تومان از دیگر نهادهای مالی فعال در بازارگردانی سهام بودند.

برترین کارگزاری‌های بورس در آخرین ماه پاییز

مطابق با روند همیشگی، درصد بالایی از خرید و فروش‌های صورت گرفته در آذرماه تنها در انحصار چند کارگزاری بوده است، به‌طوری‌که ۶۱درصد از کل دادوستدها به ۱۵کارگزار برتر تعلق داشت. در این میان کارگزاری مفید به تنهایی ۲۵درصد از کل خرید و فروش‌های ثبت شده را در آذرماه به خود اختصاص داد و معاملات این کارگزاری به بیش از ۱۶۵هزار میلیارد تومان رسید. همچنین این کارگزاری بیشترین فعالیت را در حوزه معاملات آنلاین داشته است، به طوری که حدود ۹۹درصد از کل خرید و فروش‌های صورت گرفته در این کارگزاری یعنی معادل ۱۶۴هزار میلیارد تومان به صورت آنلاین بوده است. همچنین کارگزاری مفید بیش از ۳۰درصد از کل معاملات آنلاین در ۱۰۹کارگزاری فعال در بازار را طی ماه گذشته از آن خود کرد.

در ادامه برترین کارگزاری‌ها در این ماه، کارگزاری آگاه قرار گرفت. این کارگزاری در ماه گذشته دادوستد ۸۲هزار میلیارد تومانی را ثبت کرد. سهم این کارگزاری از کل مبادلات به بیش از ۱۲درصد رسید. در ادامه این‌روند دیگر کارگزاری‌های فعال در بازار با اختلاف زیادی از این دو کارگزاری قرار گرفتند، به طوری که کارگزاری مبین سرمایه رتبه سوم را با خرید و فروشی در حدود ۲۵ هزار میلیارد تومانی به خود اختصاص داد. کارگزاری فراپی نیز با ثبت معاملات بیش از ۲۰هزار میلیارد تومانی در رتبه بعدی جای گرفت. کارگزاری بانک پاسارگاد نیز خرید و فروش ۱۶هزار میلیارد تومانی را در کارنامه آذرماه خود ثبت کرد. کارگزاری‌های نهایت‌نگر، حافظ، اقتصاد بیدار، صباتامین، بورس بیمه ایران، بانک تجارت و آینده‌نگر خوارزمی نیز از دیگر کارگزاری‌های فعال در ماه گذشته بودند

بررسی دقیق‌تر عملکرد کارگزاری‌های فعال در بازار سرمایه نشان می‌دهد این نهادهای مالی در آذرماه امسال توانستند ۶۷۵ هزار میلیارد تومان بابت خرید و فروش سهام، اوراق بدهی اوراق مشتقه و واحدهای صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در کارنامه خود ثبت کنند. در این میان بیش از ۵۳۰هزار میلیارد تومان از این رقم یعنی بالغ بر ۷۸درصد از کل دادوستدها در اختیار مبادلات آنلاین بوده است. همچنین ۱۴۱۶هزار میلیارد تومان دیگر نیز حجم معاملات عادی در خرید و فروش سهام در این نهادهای مالی بوده است. بیش از ۲هزار میلیارد تومان دیگر نیز در اختیار خرید و فروش صورت گرفته در بازارگردانی الگوریتمی بوده است. همچنین بررسی عملکرد این کارگزاری‌ها به تفکیک فعالیت در انواع اوراق و بازار نشان می‌دهد که این نهادها مالی در ماه گذشته درآمدی در حدود ۵.۷ هزار میلیارد تومان در خرید و فروش اوراق در بازار بدهی داشته‌اند. همچنین در بخش بازار اوراق مشتقه نیز معاملات این نهادهای مالی به بیش از ۵۴۰میلیارد تومان رسیده است.

در این میان، هم‌راستا با توسعه بازارگردانی در بازار سهام و دستورالعمل جدید سازمان بورس مبنی بر الزام بازارگردان در هر شرکت بورسی و فرابورسی، کارگزاری‌ها نیز در این زمینه فعالیت قابل توجهی داشتند. ضمن اینکه کارگزاری‌های فعال در بازار سرمایه در بخش سرمایه‌گذاری در صندوق‌های قابل معامله نیز خوش درخشیدند، به طوری که ۶۲.۲هزار میلیارد تومان از خرید و فروش کارگزاری‌ها در آذرماه مربوط به معاملات صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس بوده است. در این بین، حدود ۹۶میلیارد تومان از رقم مزبور در زمینه بازارگردانی الگوریتمی در ETFها بوده که تنها از بستر یک کارگزاری صورت گرفته است. بر این اساس، کارگزاری حافظ تنها کارگزاری فعال در زمینه بازارگردانی الگوریتمی صندوق‌های قابل معامله در آذرماه به خود اختصاص داد. البته کارگزاری حافظ در زمینه بازارگردانی در بازار سهام نیز فعالیت قابل توجهی داشت و خرید و فروش بیش از ۷۷۰ میلیارد تومانی را در این زمینه ثبت کرد. به این ترتیب به عنوان فعال‌ترین کارگزاری در زمینه

فرصت امروز: شاخص بورس تهران با کانال یک میلیون و ۴۳۹ هزار واحد به معاملات فصل پاییز پایان داد که در مقایسه با آخرین روز تابستان نشاندهنده بازدهی منفی ۱۲ درصدی است. شاخص بورس در آخرین روز کاری تابستان با کانال یک میلیون و ۵۹۵ هزار واحد به استقبال فصل پاییز رفت و این رقم در روز پایانی فصل پاییز به عدد یک میلیون و ۴۳۹ هزار واحد رسید که بیانگر افت ۱۵۶ هزار واحدی شاخص بورس در سه ماهه فصل پاییز است. شاخص کل هم‌وزن نیز در پایان معاملات تابستان ۴۱۵ هزار و ۹۰۹ واحد بود که این عدد در آخرین روز آذرماه به ۴۴۷ هزار و ۷۲۷ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) از ۲۷۲ هزار و ۵۹۹ واحد به عدد ۲۹۳ هزار و ۱۵۱ واحد رسید.

هرچند بورس تهران در انتهای پاییز از اصلاح سه ماهه خداحافظی کرد و شاخص کل بورس در آذرماه بار دیگر به روند صعودی و مدار رشد بازگشت، اما عملکرد پاییزی بورس در مقایسه با فصل تابستان که شاخص بورس به رکورد ۲ میلیون واحدی رسید، راضی‌کننده نبوده است. در همین حال، عملکرد کارگزاری‌های بازار سرمایه نشان می‌دهد شرکت‌های کارگزاری فعال در حالی آذرماه را با خرید و فروشی بالغ بر ۶۷۵ هزار میلیارد تومان سپری کردند که به این ترتیب پاییزی طلایی در کارنامه این نهادهای مالی ثبت شد، به طوری که این نهادهای مالی با دادوستد حدود ۱۳۰۰هزار میلیارد تومانی در حدود ۶۷۵ هزار میلیارد تومان ثبت کنند که در دوره ۹ماهه ابتدای سال ۹۹ را به ۴۲۶۰ هزار میلیارد تومان رساندند.

عملکرد کارگزاری‌های بورس در آخرین پاییز قرن

همگام با رشد شاخص کل بورس در آذرماه و بازگشت بازار سهام به مدار مثبت، شرکت‌های کارگزاری فعال در بازار سرمایه با رونق چشمگیر معاملات همراه شدند، به طوری که ۱۰۹ کارگزاری فعال بازار سرمایه طی آذرماه توانستند معاملاتی در حدود ۶۷۵ هزار میلیارد تومان ثبت کنند که در مقایسه با عملکرد ماه گذشته (آبان ماه) رشد ۱۸۰درصدی را تجربه کرد. این در حالی است که مقایسه این عملکرد با مدت مشابه سال قبل یعنی آذرماه سال ۹۸ نشان از صعود قابل توجه ۶۸۰درصدی دارد.

در ششمین روز زمستان

شاخص بورس تهران نزولی شد

هرچند آمارها نشان می‌دهد که جریان ورود پول به بورس در آذرماه تقویت شده است اما هنوز روند حرکتی بورس در فصل زمستان مشخص نیست و سوال اغلب سرمایه‌گذاران در این روزهای ابتدایی دی ماه آن است که بورس تا پایان سال و در روزهای سرد زمستان چه روندی را طی خواهد کرد؟ آیا لباس سبز بر تن خواهد کرد یا قرمز خواهد پوشید؟

بنا اینکه بورس تهران در هفته اول زمستان به بازدهی بیش از ۲درصدی رسید، اما روز گذشته (شنبه ۶ دی) شاخص بورس کاهشی شد و بیش از ۲۴ هزار واحد ریخت. شاخص بورس در اولین روز هفته در حالی روندی نزولی داشت که شاخص کل با معیار هم وزن صعود کرد. این در حالی است که شاخص کل فرابورس هم روندی نزولی به خود گرفت.

شاخص کل در روز شنبه ۲۴ هزار و ۳۵۱ واحد افت داشت و در نهایت تا عدد یک میلیون و ۴۲۳ هزار واحد عقب رفت. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۴هزار و ۹۶۹ واحد افزایش به ۴۷۳ هزار و ۴۷۸ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۳ هزار و ۵۳۳ واحد رشد به ۳۰۹ هزار و ۹۲۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۲۲ هزار و ۳۳۳ واحد و شاخص بازار دوم ۲۳ هزار و ۳۰۷ واحد کاهش داشت. در معاملات ششمین روز دی ماه بیش از ۹ میلیارد و ۲۱۲ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۲۳ هزار و ۴۸۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای نماد پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۷۵۵ واحد، فولاد خراسان (فخاس) با ۳۲۷ واحد، پاما (کاما) با ۲۹۵ واحد، پتروشیمی بوعلی سینا (بوعلی) با ۲۸۳ واحد، سرمایه‌گذاری دارویی تامین (تیبیکو) با ۲۲۹ واحد، سرمایه‌گذاری سپیمان تامین (سستتا) با ۱۸۵ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۱۷۴ واحد، پتروشیمی خراسان (خراسان) با ۱۵۱ واحد و پارس خودرو (خپارس) با ۱۴۸



وزارت جهاد کشاورزی
سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شماره ۸۷۱۲۰/۱۱/ک / م

سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان در نظر دارد تعداد «شش/ ۶» پروژه طرح تجهیز و نوسازی اراضی شالیزاری و «شش/ ۶» پروژه احداث شبکه های فرعی آبیاری و زهکشی را از طریق آگهی عمومی و به طریق تنظیم پیمان واگذار نماید. لذا از شرکت های محترم مجاز و توانمند دعوت بعمل میآید تا با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir و شرایط و مشخصات مناقصه مطلع شده و از تاریخ درج آگهی عمومی نوبت براساس تاریخ های اعلام شده جهت دریافت اسناد مناقصه و ارائه پاکات های پیشنهاد قیمت از طریق سامانه ستاد اقدام نمایند. بدیهی است پایان مهلت تعیین شده مندرج در اسناد مناقصه خاتمه دریافت پاکت های پیشنهاد قیمت شرکت کنندگان در سامانه می باشد.

ضمناً یادآوری می گردد که کلیه مراحل برگزاری مناقصه از قبیل دریافت اسناد، ارائه پیشنهادات مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام خواهد شد و شرکت کنندگان در مناقصه ضمن درج تصویر ضمانتنامه در فرآیند ارجاع کار در بستر سامانه ستاد، اصل آن را نیز به شرح مندرج در اسناد مناقصه بصورت فیزیکی به آدرس: رشت بلوار امام خمینی- میدان فرهنگ - خیابان آتش نشان - سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان- ساختمان شهید گل آویر طبقه همکف- اداره امور پیمان و قراردادهای سازمان تحویل نمایند.

موضوع مناقصه: اجرای شش/ ۶ پروژه طرح تجهیز و نوسازی اراضی شالیزاری و شش/ ۶ پروژه احداث شبکه های فرعی آبیاری و زهکشی براساس فهرست بها، آبیاری و زهکشی سال ۱۳۹۹ در سطح استان.

زمان انتشار آگهی نوبت اول: روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷

زمان انتشار آگهی نوبت دوم: روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۸

زمان دریافت اوراق و اسناد مناقصه: از روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۸ لغایت روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۳ می باشد.

زمان تحویل پاکت های پیشنهاد قیمت: از روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۳ لغایت روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۴ ساعت ۱۴/۳۰ می باشد.

زمان گشایش پاکت های پیشنهاد قیمت شرکت کنندگان: از روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۷ ساعت ۹ صبح در مکان سالن شورای سازمان می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۱۰/۷

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۰/۸

سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان

تولید بیش از یک میلیون تن تخم مرغ در کشور

واردات ۲ میلیون تن نهاده دامی تا پایان سال

مدیرکل پشتیبانی امور دام تهران گفت سالیانه ۱۷ تا ۱۸ میلیون نهاده دامی در کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد که ۴ تا ۵ میلیون تن این میزان در داخل و مابقی با واردات تامین می‌شود. رضا سالمی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه کیفیت تخم مرغ تنظیم بازار با بازار آزاد تفاوتی ندارد، اظهار کرد: با وجود آنکه تولیدکنندگان بخشی از تخم مرغ تولیدی را برای تنظیم بازار و بخش دیگر را خارج از شبکه عرضه می‌کنند، بدین ترتیب تفاوتی در کیفیت وجود ندارد و وزارت صمت برای برخورد با متخلفان در حال پیگیری این موضوع است. وی با اشاره به اینکه کیفیت تخم مرغ مربوط با پوسته است، افزود: تخم مرغ برمیانی شکل ظاهری و پوسته خارجی گرید a.b.c می‌شود و به طور کلی هر چقدر سن گله بالاتر رود، پوسته شکننده‌تر است و بیان چنین اظهاراتی می‌تواند عامل کیفیت پایین تخم مرغ تنظیم بازار باشد در غیر این صورت از لحاظ مواد غذایی تفاوتی ندارد. سالمی با اشاره به اینکه مشکل اساسی تخم مرغ در بحث شبکه توزیع است، بیان کرد: افزایش یا کاهش قیمت هر کالایی تحت تاثیر سه عامل تامین، توزیع و نظارت است که خوشبختانه در بحث تامین تخم مرغ مشکلی نداریم و مشکلات به توزیع و نظارت باز می‌گردد. این مقام مسئول تولید سالیانه تخم مرغ را بیش از یک میلیون تن اعلام کرد و گفت: در شرایط پیک مصرف سالیانه ۹۴۰ تا ۹۵۰ هزار تن تخم مرغ در داخل استفاده می‌شود که با این وجود ۵۰ هزار تن مازاد بر نیاز کشور است. سالمی با بیان اینکه مشکلات عرضه منجر به التهاب قیمت تخم مرغ در بازار شده است، افزود: در حال حاضر نقص‌های درب مرغداری تا بازار مصرف منجر به افزایش قیمت تخم مرغ در بازار شده است، در حالی که قیمت تخم مرغ درب مرغداری کیلویی ۱۲ هزار تومان معادل شانه‌ای ۲۴ هزار تومان و برای مصرف‌کننده ۱۴ هزار و ۵۰۰ معادل هر شانه ۲۹ هزار تومان باید باشد که متاسفانه به دلیل تعدد زنجیره‌ها بالاتر از این قیمت است که با همکاری وزارت صمت بارانداز کلی در نظر گرفتیم که مرکز عرضه عمده‌فروشی به سردخانه تهرانپارس منتقل شود. به گفته وی، تولیدکنندگان داخل و خارج استان با نرخ مصوب تخم مرغ را در اختیار شبکه‌های توزیع می‌گذارند که طی چند روز آینده پیش‌بینی می‌شود که بازار تخم مرغ به تعادل برسد. سالمی در توصیه‌ای به افراد گفت: از خانوارها در بحث تخم مرغ تقاضا داریم که همانند مرغ به میزان نیاز و در صورت لزوم اقدام به خرید شانه‌ای تخم مرغ کنند تا بازار متعادل شود.

کشت گندم تا ۱۵ دی ادامه دارد

ضرورت تامین کود سرک موردنیاز

نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران از استمرار کشت گندم تا ۱۵ دی خبر داد و گفت سطح زیر کشت گندم به بیش از ۶ میلیون هکتار می‌رسد. علیقلی ایمانی، نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه سطح زیرکشت گندم تا ۱۵ دی ادامه دارد، اظهار کرد: امسال سطح زیرکشت گندم به بیش از ۶ میلیون هکتار می‌رسد. او افزود: سطح سبز مزارع در تمامی استان‌ها جز سیستان و بلوچستان و بوشهر به علت شرایط مساعد بارندگی مناسب بوده است. ایمانی از استمرار خوداتکایی گندم خبر داد و گفت: اگر اتفاق خاصی در تولید گندم رخ ندهد، در تامین نیاز کشور مشکلی نخواهیم داشت. نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران ادامه داد: با توجه به بحث گرانی نهاده، وزارت جهاد کشاورزی با بانک مرکزی، کشاورز کارت را تعریف کردند که با این وجود مقداری نقدینگی در اختیار کشاورزان قرار گرفت و درخصوص کود سرک نیاز است که قبل از آغاز مصرف، کود اوره موردنیاز کشاورزان تامین شود تا کشاورزان به موقع استفاده کنند و همانند نوشدارو بعد از مرگ سهراب نشود. این مقام مسئول با تاکید بر استفاده متناوب کود سرک یا اوره در زراعت گندم گفت: کود سرک یا اوره برای زراعت گندم باید به موقع تامین شود تا به برداشت مناسب و خوبی در آینده برسیم. او درباره آخرین جزئیات پیگیری اصلاح قیمت خرید تضمینی بیان کرد: با وجود آنکه بنیاد ملی گندمکاران عضوی از شورای قیمت‌گذاری است، هم‌اکنون در حال آنالیز هزینه‌های تولید هستیم که وزیر جهاد کشاورزی پیگیر این موضوع است و از طرفی قانونگذار الزام کرده که در سال زراعی ۱۴۰۰_۹۹ این قانون باید اجرا شود. ایمانی افزود: نرخ خرید تضمینی گندم برمبنای آیین‌هایی که قانونگذار در قانون خرید تضمینی اعلام کرده باید اصلاح شود چراکه با توجه به افزایش قیمت پذر، کود، سم و حمل و نقل و سایر خدمات هزینه‌های تولید بالا رفته است. نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران در پایان تصریح کرد: نرخ پیشنهادی بنیاد ملی گندمکاران برای خرید تضمینی هر کیلو گندم ۵ تا ۵ هزار و ۵۰۰ تومان است و چنانچه اعضا نپذیرند، با رأی‌گیری و نظر اکثریت نرخ نهایی تعیین می‌شود.

مصرف لبنیات ۲۰ درصد کاهش یافت

گرانی مجدد محصولات لبنی تخلف است

مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های لبنی گفت بنابر آمار تولید کارخانه‌های لبنی، سرانه مصرف نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۵ تا ۲۰ درصد کاهش یافته است. علی احسان ظفری در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه کره مشمول قیمت‌گذاری نیست، اظهار کرد: با حذف ارز دولتی و واردات کره با ارز نیما، دیگر کره حیوانی مشمول قیمت‌گذاری سازمان حمایت نیست و برمبنای قیمت تمام شده کالا عرضه می‌شود. او در واکنش به افزایش قیمت برخی محصولات لبنی افزود: درخصوص محصولات لبنی مصوبه افزایش قیمت نداشت‌ه‌ایم و هرگونه گرانی به تخلف واحدهای لبنی بازمی‌گردد. ظفری با اشاره به اینکه در تولید کره خودکفا هستیم، بیان کرد: با کاهش مصرف لبنیات و سرازیر شدن شیرهای تولیدی به سمت کارخانه‌های شیرخشک و همچنین گرفته شدن چربی آن، مشکلی در تامین کره موردنیاز نداریم. مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های لبنی ادامه داد: با گرانی‌های اخیر، نبود تناسب میان درآمد و هزینه‌های خانوار مصرف محصولات لبنی به طور چشمگیری کاهش یافته است. ظفری در پایان با اشاره به اینکه سرانه مصرف لبنیات با دیگر کشورهای قابل قیاس نیست، تصریح کرد: بنابر آمار تولید کارخانه‌های لبنی، سرانه مصرف لبنیات در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۱۵ تا ۲۰ درصد کاهش یافته است.

۳۴۰۰ رجیستری لغو شد و پولش برنمی‌گردد

سفرهای جنجالی آیفون ۱۲!



معاون فنی گمرک ایران با تاکید بر اینکه ادعای مطرح شده درباره هموار شدن راه قاچاق موبایل با شیوه‌نامه رجیستری غیرحضورى را قویا تکذیب می‌کنم و به هیچ عنوان این موضوع سندیت ندارد، گفت: پیش از اینکه بخشنامه ابلاغ شود کلیه فرآیند رجیستری غیرحضورى موبایل به صورت غیررسمی به اطلاع انجمن واردکنندگان موبایل رسید و حتی از آن استقبال کردند.

ا رونقی گفت: البته حساسیتی که این انجمن به خرج می‌دهد طبیعی است، چرا که مقادیر زیادی گوشی موبایل اکنون در گمرک مانده و واردکنندگان تجاری ماه‌ها در انتظار تخصیص و تامین ارز هستند، مصوبات ستاد هماهنگی اقتصادی نیز در راستای تریخص این کالا از محل «ارز متقاضی» کمکی به واردکنندگان تجاری این کالا نکرده، از این رو با توجه به تسهیلاتی که درخصوص واردات گوشی موبایل همراه مسافر از سوی گمرک برای مسافران اعمال شده، طبیعی است که واردکنندگان به صورت تجاری، تصور کنند راه برای ورود غیرقانونی گوشی‌های موبایل از این طریق فراهم شده است در صورتی که اینطور نیست.

رعایت پروتکل‌های بهداشتی در جریان شیوع بیماری کووید-۱۹، با اعلام گزارش گمرک ایران به ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز روبه از اول دی ماه تغییر کرد. مدت کوتاهی از ابلاغ و اجرایی شدن بخشنامه رجیستری غیرحضورى نگذشته که انجمن واردکنندگان موبایل مدعی شده این اقدام دولت موجب پهن شدن فرش قرمز برای قاچاق موبایل شده است؛ به طوری که امیر اسحاقی – دبیر انجمن واردکنندگان موبایل – گفته که «خلأهای قانونی در شیوه جدید رجیستر موبایل مسافری، راه قاچاقچیان را هموار کرده و از بعد از آن خرید و فروش پاسپورت به قدری زیاد شده که قیمت آن از ۵ میلیون به ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و در نهایت در شب گذشته به ۲۰۰ هزار تومان رسیده است.»

اما در رابطه با حواشی ایجادشده پیرامون رجیستری غیرحضورى موبایل و ابعاد مختلف واردات گوشی مسافری، موضوع در گفت و گو با مهرداد جمال ارونقی – معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران – مورد بررسی قرار گرفت و وی به طور مفصل شرایط موجود را تشریح کرد.

مدعیان قاچاق رجیستری از بخشنامه باخیر و از آن استقبال کرده بودند

معاون فنی گمرک ایران با اعلام اینکه هرگونه تخلفی در ثبت رجیستری به لغو آن، برخورد با خاطیان و عدم برگشت وجه واریزی منتهی می‌شود و در چند روز گذشته ۳۴۰۰ مورد حذف شده است، ابعاد قابل تأملی از جریان واردات گوشی همراه مسافر و به ویژه در مدت اخیر درباره ورود حجم بالایی از آیفون ۱۲ را مطرح کرد و گفت که موضوع در حال بررسی است و در هفته جاری تصمیم‌گیری می‌شود.

به گزارش ایسنا، از اول دی امسال و براساس پیشنهاد گمرک و تصمیم ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز رجیستری گوشی تلفن همراه بار دیگر به صورت غیرحضورى در مبادی ورودی گمرک در دستور کار قرار گرفت. این در حالی است که حدود دو ماه قبل از آن و از ۱۲ مهرماه با تصمیم این ستاد هرگونه ثبت غیرحضورى تلفن همراه و بعد از خروج از گمرکات اجرایی (مبادی ورودی) توسط مسافران ممنوع اعلام و باید اظهار و ثبت تلفن همراه مسافران فقط در محل مبادی ورودی و پس از احراز هویت دقیق و تشخیص غیرتجاری بودن و طی تشریفات گمرکی در لحظه ورود به کشور انجام می‌شد، ولی با توجه به تبعات اجرایی آن به ویژه عدم

بهره‌مندی از خدمات گمرک و ترخیص، دولت تصمیم گرفت تا با حذف این

فرآیند، امکان ورود و ترخیص موبایل‌ها را برای مسافران آسان‌تر

کند. اما این تصمیم با واکنش برخی از فعالان حوزه تجارت و صنعت مواجه شد. به گفته برخی از این افراد، حذف فرآیند ترخیص موبایل‌ها می‌تواند به افزایش قاچاق و کاهش درآمد دولت منجر شود.

در هفته گذشته تب #واکسن_بخرید داغ شد و برخی‌ها روی این مطالبه عمومی و برحق مردم موج‌سواری کردند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، یک هفته‌ای است که این موضوع کم و بیش به چشم‌مان خورده است و همچنان ادامه دارد، مطالبه بحثی که از طرفی برخی اهل علم و متخصصان یا حتی مردم عادى مطرح می‌شود که نگران جان خود و عزیزان‌شان هستند.

#واکسن_ بخرید تب داغی که راه افتاده است و افراد را تشویق به یک مطالبه ملی می‌کند، اما جالب است بدانید که این هشتگ زند‌ها و تحریک‌ها برای خرید واکسن پشت پرده‌هایی دارد و رسانه‌های فارسی زبان از لندن و واشنگتن #واکسن_بخرید را کارزار توییتری کاربران ایرانی معرفی کردند و اینجا بود که برای خیلی‌ها روشن شد، ماجرا فراتر از یک خواست و مطالبه عمومی است و این رسانه‌ها سعی دارند تا با سوءاستفاده، مطالبه تامین واکسن کرونا و سلامت مردم را سیاسی کنند. این بار برخی‌ها در آن سبوی مرزها هدایت یک عملیات ضدایرانی را با اسم رمز «واکسن بخرید» به دست گرفتند هرچند همیشه تیرشان به سنگ می‌خورد اما غرض‌ورزی‌ها حتی در اطلاع‌رسانی‌های ساده شبکه فارسی زبان در لندن به وضوح روشن است، در شرایطی که شیوع نوع جهش‌یافته ویروس کرونا در انگلیس این کشور را با وضع برگنج و نگران‌کننده‌ای مواجه کرده، رسانه متعلق به دولت و بنگاه سخن‌پراکنی ملکه انگلیس برای اعلام آمار مرگ و میر کرونا در ایران از تصویر

قبرستان و برای اعلام خبر مرگ و میر کرونا در انگلیس از تصویر مردم خندان این کشور استفاده می‌کند.

در نهایت پس از چند روز تب داغ #واکسن_بخرید، وزیر بهداشت خبرهای خوشی از تامین واکسن کرونا داد و اعلام کرد که برای ۱۰ درصد جمعیت کشور از طریق کوواکس سازمان جهانی بهداشت واکسن خریده‌ایم. نمکی گفت: با چانه‌زنی ۸ میلیون دز سهمیه را به ۱۶ میلیون دز رسانده و واکسن کرونا را پیش‌خرید کرده‌ایم و مشکل نقل و انتقال پول حل و سید واکسن‌های ایران از کوواکس تضمین شده است.

وزیر بهداشت درباره دست‌های پشت پرده آن سوی مرزها و زخم‌هایی که در دوران کرونا به ایران زده شد، گفت: در شرایطی که بیماران اروپایی در چمن بیمارستان بستری می‌شدند، در هیچ نقطه‌ای از کشور بیماری پشت درب بیمارستان نماند و این #واکسن_بخرید زخمی جدید از خنجر کهنه و آشنا برای ماست و ما این خنجر از پشت خوردن‌ها را امروز تجربه نکرده‌ایم؛ بلکه روزهای نخست شیوع کرونا بسیار خنجر خوردیم، اما هرگز نظام سلامت را به سیاست پیوند ن‌زدیم و نمی‌زنیم. نکته اصلی ماجرا اینجاست؛ عامل این زخم جدید همین مدعیان حقوق بشر و مردم ایران هستند، آنها خودشان راه را بر ما می‌بندند و بعد مانند دایه مهربان‌تر از مادر وسط میدان می‌آیند و خود را حامی مردم معرفی می‌کنند.

مشکل پرداخت پول واکسن کرونا از کجا آب می‌خورد؟

کمى به عقب برمی‌گردیم، اواسط مهرماه بود که مسئولان وزارت

اعلام میزان و مشخصات محموله‌های یادشده به تفکیک مشخصات کامل واردکنندگان و مقدار و زمان ترخیص کالا به صورت مستمر به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان غذا و دارو اقدام شود. همچنین گمرکات اجرایی کشور موظف به رعایت مواردی شامل اخذ تاییدیه کیفیت و ایمنی سازمان غذا و دارو از واردکننده درخواست محموله‌های وارداتی، ترخیص کالای مذکور در صورت تامین ارز آن صرفاً از محل ارز متقاضی یا تهاتیر با صادرات، اخذ و ارسال تعهد کتبی از واردکنندگان کالای مذکور مبنی بر عرضه کل کالای ترخیصی با محوریت سازمان غذا و دارو جهت تامین پارچه موردنیاز تولیدکنندگان ماسک و همچنین اخذ و ارسال نسخه‌ای از تعهد کتبی

جزئیات ترخیص مواد اولیه تولید ماسک با دستور وزیر صمت

واردکننده مبنی بر مراجعه به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان جهت ارائه اسناد و مدارک لازم برای تعیین قیمت مصوب و ثبت اطلاعات مربوطه در سامانه جامع تجارت هستند. از پارچه ملت بلون (Melt blown) به عنوان فیلتر در ساختار ماسک سه لایه استفاده می‌شود.

گفتنی است که براساس اعلام وزارت صمت در حال حاضر ظرفیت تولید روزانه ۲۰ میلیون عدد ماسک در کشور وجود دارد. همچنین با توجه به افزایش حجم تولیدات داخلی و ذخیره‌سازی مناسب در زمینه تولید انواع ماسک، اخیرا حداکثر قیمت مصرف‌کننده انواع ماسک سه لایه پزشکی استاندارد مورد تایید سازمان غذا و دارو از ۱۳۰۰ به ۱۰۰۰ تومان کاهش یافت.

اخبار

خودروهای لوکس از قیمت‌گذاری دستوری خارج شدند

مشاور شورای رقابت گفت خودروهای لوکس با رشد تولید ۵۰درصد از قیمت‌گذاری دستوری خارج شدند.

سید مصطفی صفاری، مشاور شورای رقابت در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص خارج شدن قیمت برخی از خودروها از قیمت‌گذاری دستوری، گفت: خودروها برای قیمت‌گذاری به ۲ دسته تبدیل شده‌اند که شامل خودروهای اقتصادی یا همان پرتیراژ و خودروهای لوکس می‌شود.

مشاور شورای رقابت گفت: خودروهای لوکس به خودروهایی گفته می‌شود که رشد قیمتی بیش از ۵۰ درصدی دارند. در شورای رقابت تصمیم گرفته شد که خودروهای لوکس با رشد تولید ۵۰ درصد از قیمت‌گذاری دستوری خارج شوند، به طور مثال اگر ۲۰۷ رشد بالای ۵۰ درصد داشته باشد، از قیمت‌گذاری دستوری خارج خواهد شد. صفاری تشریح کرد: خودروی تارا نیز جزو خودروهای لوکس به شمار می‌آید، این بدان معناست که قیمت این خودرو را خودروساز مشخص خواهد کرد و از قیمت‌گذاری دستوری خارج خواهد شد. مشاور شورای رقابت درخصوص قیمت‌گذاری خودرو در بورس کالا، گفت: باید بستری را فراهم کنیم که قیمت خودرو به صورت شفاف تعیین شود و میزان عرضه و تقاضا برابر باشد، بـا توجه به اینکه بورس، بازاری شفاف است، در نتیجه رانت و فساد در آن وجود ندارد.

صفاری با تاکید بر اینکه بورس کالا محلی برای کشف قیمت برندهای پرتیراژ تولیدکننده‌های خودرو است، گفت: این کشف قیمت با قیمت‌های منصفانه شورای رقابت یکسان نیست. تا زمانی که تولید افزایش پیدا نکنند، این اختلاف قیمت وجود دارد.

مشاور شورای رقابت با بیان اینکه برای حل این مسئله می‌توانیم جـلسـوی واردات خودرو را باز بگذاریم یـا کیفیت تولید داخلی را افزایش دهیم، ادامه داد: با بستن سایت‌هایی که در قیمت‌گذاری نادرست دخالت دارند، می‌توانیم ترمز افزایش قیمت خودرو را بکشیم. ما باید خودروساز را موظف کنیم حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد تولید هفتگی خود را در بازار بورس کالا عرضه کنند.

خودروسازان به انتهای بازی «پانزی» رسیده‌اند

هفتمین پیش‌فروش خودرو از سوی دو خودروساز بزرگ در آذرماه برگزار و اسامی برندگان آن به تازگی اعلام شد.

این پیش‌فروش‌ها که از اردیبهشت تا آذرماه انجام شده تفاوتی با ثبت‌نام‌های قبلی ایران‌خودرو در سال‌های گذشته دارد و سعی شده با انجام قرعه‌کشی و لحاظ کردن کد ملی و اعمال برخی فیلترها مانند اینکه متقاضی هیچ خودرویی به نام خود و اعضای خانواده‌اش نباشد، ظرف سه سال گذشته در ثبت‌نام‌های فروش خودرو شرکت نکرده باشد و تازه بعد از آن این افراد در قرعه‌کشی شرکت می‌کنند تا شانس ۵درصدی خود را بیازمایند. عده‌ای معتقدند که ثبت‌نام به این روش تنها سوءمدیریت مدیران این خودروسازها را به گردن شانس می‌اندازد و از هجـمه انتقادات می‌کاهد. در این باره به سراغ دو کارشناس خودور رفتیم که دیدگاه‌های متضادی درباره سوءمدیریت خودروسازان داشتند، اما هر دو معتقد بودند این روش ثبت‌نام خودرو دیری نمی‌پاید و در درازمدت موفق نخواهد بود.

راهی جز آزادسازی قیمت‌ها نیست

امیرحسـن کاکایی، عضـو هیأت علمی گروه مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت و یکی از منتقدان سرسخت قیمت‌گذاری دستوری درباره اینکه پیش‌فروش خودرو ایجاد رانت نمی‌کند به قدس‌آنلاین، گفت: اصل قضیه غلط است و ربطی به شیوه فروش ندارد ایراد از قیمت‌گذاری دستوری نشأت می‌گیرد. قیمت‌گذاری دولت از قیمت تمام شده پایین‌تر است و این در ذاتش رانت است. وی افزود: البته قبلا همین‌طوری قرعه‌کشی می‌کردند الاـن با یکسری ضوابط قرعه‌کشی می‌کنند. اصل ماجرا توزیع رانت است که با قرعه‌کشی به روش فعلی سعی می‌کنند در این رانت، عدالت را رعایت کنند. شما شناسن را امتحان می‌کنی و این نوعی لاتاری است. درحقیقت در توزیع رانت یکی از بهترین روش‌های عادلانه و البته ظلم باسویه است.

کاکایی با اشاره به اینکه اگر قیمت نزدیک بازار انجام بدهند و تولید بالا برود هر کس که نیاز دارد وارد بازار می‌شود، تصریح کرد: مگر خودروسازها محلی برای توزیع رانت است؟ مثل این است که دارویی که در بازار گران و کم است را با قیمت ارزان و محدود به مردم بدهید خود به خود همه دوست دارند از این دارو استفاده کنند.

وی در ادامه اظهار کرد: مسئولین به جای رفع موانع تولید دائم رانت ایجاد می‌کنند و به خودروساز ضرر می‌زنند. البته این ضرر از جیب خودروساز نمی‌رود بلکه از جیب سهامداران بخش خصوصی، چه اشخاص حقیقی و چه نهادهایی که مردم در آن سهام دارند مانند تامین اجتماعی و صندوق بازنشستگی خرج می‌شود. این سوال باید پرسیده شود که دولت! چرا این رانت را از جیب ملت برداشت می‌کنی؟

این استاد دانشگاه با بیان اینکه این رانت‌دهی غلط از یک فلسفه غلط مدیریت بازار نشأت می‌گیرد، گفت: دو سال و نیم است که یک عده برای اینکه قیمت در بازار خودرو بالا نرود قیمت خودرو را در کارخانه به شکل دستوری پایین نگه داشتند در حالی که نه بازار کنترل شده و هم به خودروساز ضرر وارد شده است. براساس برآورد شخص خود من بالغ بر ۱۰۰هزار میلیارد تومان در این مدت از جیب خودروساز به جیب کسانی که از خودروسازها خرید کردند رفته است؛ این رقم معادل سه برابر یارانه نقدی ۶۰ میلیون جمعیت ایران در یک سال است.

وی ادامه داد: حالا فکر کنید ۱۰۰هزارمیلیارد تومان رانت به جای توزیع در جیب خودروساز ماند، در انتها چه کسی سود می‌کند؟ سهامداران. آخرش هم این است که دولت مالیاتش را می‌گیرد. این در حالی است که با قیمت‌گذاری دستوری در دو سال گذشته این رقم پول را از بخش شفاف به بخش خاکستری اقتصاد بردیم. وقتی این پول دست مردم می‌رسد دیگر نمی‌دانیم چه اتفاقی برایش می‌افتد مالیاتی هم که بابت آن نمی‌دهند.



هزینه می‌کند و پس از محاسبه قیمت تمام شده، درصدی نیز به عنوان سود باید اضافه شود تا کارخانه بتواند به تولید ادامه دهد. مگر قیمت‌ها محبوس بود که بخواهد آزاد شود. میرخانی رشتنی در ادامه با اشاره به

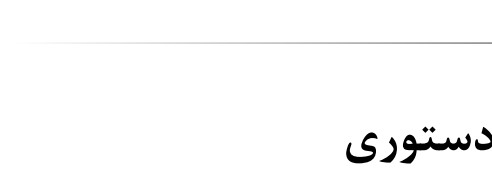
اینکه نزدیک به ۸ سال است که دولت به خاطر حفظ منافع مصرف‌کننده، خودروسازها را سر کوب مالی می‌کند، می‌گوید: این در حالی است که این کار هیچ منفعتی برای مصرف‌کننده ندارد و موجب ضرر تولیدکننده نیز می‌شود. به طوری که شرکت‌های خودروسازی در حال حاضر حدود ۷۰ تا ۸۰ هزار میلیارد تومان بدهی دارند.

طرح خودرویی وزیر صمت ناقص است

اما حسن کریمی سنجری، کارشناس خودرو در پاسخ به این پرسش به «تعادل» می‌گوید: در شرایط کنونی امکان عملی شدن این طرح وجود دارد، اما وزیر صمت خودروهایی را به عنوان خودروهای کم‌تیراژ معرفی کرده که عملا تولید نمی‌شوند. طبق گفته وزیر صمت ایران خودرو می‌تواند خودروهایی مانند هایما، سوزوکی و... را با قیمت بالا به فروش برساند در صورتی که این خودروها تقریبا دیگر تولید نمی‌شوند یا بسیار کم‌تیراژ هستند. به گفته این کارشناس خودرویی، اغلب خودروهایی که شرکت‌های خودروساز تولید می‌کنند، خودروهایی هستند که در لیست آزادسازی قیمت قرار ندارند. سنجری، طرح ارائه شده از سوی وزیر را یک پازل ناقص می‌داند که برخی از قطعات آن وجود ندارد. به گفته او، این طرح در صورتی امکان عملی شدن دارد که با یک برنامه مشخص این پازل تکمیل شود. یعنی باید سایر خودروهای پرتیراژ نیز به مرور به این لیست اضافه شود. سنجری این نکته را هم اضافه می‌کند که این طرح نه برای صنعت خودرو افزایش نقدینگی به همراه دارد و نه کمکی به متعادل شدن بازار می‌کند. در واقع این طرح تأثیری در شرایط بازار خودرو ندارد.

قیمت لاستیک تک‌نرخی است؛ گران نخرید!

لاستیک خودروهای سواری را حل نکرده و باعث چند نرخی شدن آن شده و اکنون دلالتان آن را بالاتر از نرخ مصوب به فروش می‌رسانند. لاستیک هم به نرخ دولتی هم به نرخ آزاد یکی از فروشندگان لاستیک گفت: دو نرخ برای لاستیک سواری وجود دارد و آن را هم به نرخ دولتی هم به نرخ آزاد می‌توانیم بفروشیم. افرادی که نیاز به لاستیک فوری داشته باشند، می‌توانند با پرداخت ۵۰۰ هزار تومان مبلغ اضافه هم‌اکنون لاستیک را دریافت کنند و افرادی که عجله ندارند، مدارک خود را با ما تحویل می‌دهند و پس از آن ما برای‌شان ثبت نام می‌کنیم. او ادامه داد: لاستیک دولتی بعد از یک ماه و نیم دیگر به دست مشتری می‌رسد. طبق اعلام سامانه همه فروشنده‌ها باید لاستیک را به نرخ مصوب عرضه کنند و این دو نرخی بودن در اصل نباید وجود داشته باشد و تمام نرخ‌ها هم برای لاستیک خودرو سواری و هم سنگین یکی است.



نرخ صادراتی تعیین خواهد شد. شرط سوم: شورای رقابت پیشنهاد می‌کند در ازای صادرات خودرو و قطعات، امکان واردات خودرو برای شرکت‌های خودروسازی فراهم شود. این شرط در قالب پیشنهاد ارائه شده است. شرط چهارم: قیمت خودروهایی که به صورت CKD مونتاژ می‌شوند براساس نرخ ارز و ارزش قطعات CKD تعیین خواهد شد. شرط پنجم: دولت به هیچ عنوان حق دخالت در قیمت‌گذاری خودرو را نخواهد داشت و سایر مراجع نیز باید شرایط و ضوابط اعلام شده از سوی شورای رقابت را اجرا کنند.



در گفت‌وگو با «تعادل» می‌گویند که امکان عملیاتی شدن آزادسازی قیمت‌ها وجود دارد، اما طرح وزارت صمت یک پازل ناقص است و باید سایر خودروهای پرتیراژ به مرور به این لیست اضافه شوند.

بررسی طرح خودرویی وزارت صمت

بحث آزادسازی قیمت خودرو، خیلی وقت‌است که مطرح می‌شود،اما باروی کار آمدن علیرضا رزم حسینی این موضوع گویا جدی‌تر از قبل در حال پیگیری است. برهمین اساس، اخیرا نیز طرحی با همراهی وزارت صنعت و سازمان گسترش پیشنهاد شده تا در جلسه سران قوا مورد بررسی و تصویب قرار گیرد. براساس پیشنهاد مطرح شده قیمت‌گذاری ۴۵ درصد خودروهای داخلی کم‌تیراژ آزاد می‌شود و خودروسازان خودشان قیمت تعیین می‌کنند. همچنین قرار است قیمت ۵۵ درصد خودروها نیز توسط شورای رقابت مشخص شود. از سوی دیگر، وزیر صمت اخیر از یک بسته جهش تولید خودرو در ستاد هماهنگی اقتصادی دولت رونمایی کرد که محور اصلی این بسته افزایش تولید و رقابتی کردن صنعت خودرو عنوان شده است. برمبنای این بسته، قیمت دست‌کم ۱۰ مدل خودرو تولید داخل کم‌تیراژ و گرانیقیمت آزاد می‌شود، اما سوآلی که در اینجا قابل طرح است اینکه آیا آزادسازی قیمت‌ها در شرایط کنونی قابل تحقق است یا خیر.

در همین رابطه، داوود میرخانی رشتی، مدیرعامل اسبق ایران خودرو در گفت‌وگو با «تعادل» می‌گوید: نکته‌ای که وجود دارد این است که در هیچ شرایطی تولیدکننده نباید متضرر شود. به توجـه به این موضوع که قیمت مواد اولیه مانند «فولاد، پتروشیمی، آلومینیوم و سایر مواد اولیه » هر روز در حال افزایش است، بنابراین خودروساز نباید ضرر کند. چون در حال حاضر شرکت‌های خودروسازی زبان انباشته بالایی دارند. او با بیان اینکه

اصلا آزادسازی قیمت‌ها معنایی ندارد، می‌گوید: خودروساز برای تولید

وزارت صمت با مخالفت عرضه خودرو در بورس، در طرح خودرویی پیشنهادی خود به دنبال این است که قیمت‌گذاری خودروهای کم‌تیراژ که ۴۵درصد محصولات خودروسازان را شامل می‌شود آزاد شود.

به گزارش راه امروز، وزارت صمت با مخالفت عرضه خودرو در بورس، در طرح خودرویی پیشنهادی خود به دنبال این است که قیمت‌گذاری خودروهای کم‌تیراژ که ۴۵ درصد محصولات خودروسازان را شامل می‌شود آزاد شود و قیمت‌گذاری خودروهای پرتیراژ یعنی ۵۵ درصد محصولات دستوری بماند. حالا اگر شورای هماهنگی سران قوا، طرح پیشنهادی وزارت صمت را تصویب کند، مسیر برای آزادسازی قیمت خودرو هموار می‌شود و این محصولات توسط خود خودروسازان قیمت‌گذاری خواهد شد. البته برخی موافق این طرح و برخی مخالف هستند. برخی معتقدند از آنجایی که واردات خودرو ممنوع است و تیراژ مونتاژ خودروهای مشابه در کشور بسیار پایین است، بنابراین با توجه به عدم وجود رقابت در بازار خودرو که بارها هم مورد اشاره خود وزیر صمت قرار گرفته، آزادسازی قیمت این محصول در شرایط کنونی اقدام قابل قبولی نیست و در این بازار انحصاری، آزادسازی قیمت‌ها می‌تواند خود تبدیل به چالش بزرگ دیگری در این بازار شود. البته وزیر صمت وعده داده که با افزایش تیراژ خودروسازان و عرضه کافی محصول به بازار، زمینه برای جلوگیری از رشد بی‌رویه قیمت‌ها فراهم خواهد شد، اما برخی هم در این رابطه می‌گویند، اگر قرار باشد پیش‌زمینه آزادسازی قیمت‌گذاری خودرو صرفا افزایش تیراژ تولید باشد، باید تاکید شود در بازار انحصاری که رقیب واقعی چه از سوی بخش خصوصی و چه از طرف شرکت‌های خارجی وجود ندارد، بهانه افزایش تیراژ برای آزادسازی قیمت قابل اتکا نیست و تنها زمینه را برای گرانی فراهم می‌کند. در این میان برخی از کارشناسان خودرویی

چند سالی است که برای سر و سامان دادن به بازار لاستیک خودروهای سواری و سنگین، سامانه‌ای را طراحی کردند؛ سامانه‌ای که قرار بود مشکل خرید و فروش لاستیک خودروها را رفع کند و دیگر بحث چند نرخی بودن این کالا از بین برود. به گزارش تین نیوز به نقل از باشگاه خبرنگاران جوان، رانندگان خودروهای سنگین از ۲ سال پیش برای خرید لاستیک دولتی با مشکلاتی دست و پنجه نرم کردند، تا اینکه این سامانه به طور رسمی راه‌اندازی شد و از آن به بعد تمام رانندگان برای خرید لاستیک باید به این سامانه مراجعه کنند. حسن روحانی رئیس جمهور کشورمان در تاریخ۱۳۹۹/۰۹/۱۳از این سامانه به طور رسمی افتتاح کرد. سامانه جامع تجارت، سامانه‌ای که قرار است با افتتاح آن مشکل لاستیک خودروهای سواری و سنگین حل شود. بعد از آن اسلامی وزیر راه و شهرسازی در رابطه با رفع مشکل لاستیک و قطعات یدکی ناوگان سنگین و اعلام یک خبر خوب



شورای رقابت در بیانیه‌ای، شرایط آزادسازی قیمت خودرو و خروج خودروهای پرتیراژ از قیمت‌گذاری دستوری را اعلام کرد. این موضوع به طور همزمان در دستور کار شورای رقابت و شورای عالی سران سه قوه قرار دارد و شورای رقابت نیز موافقت مشروط خود با آزادسازی قیمت خودرو را اعلام کرده است.

علاوه بر آن شورای رقابت اعلام کرد در صورت تحقق جهش تولید در شرکت‌های خودروسازی، بازنگری سه ماهه قیمت خودروهای پرتیراژ دیگر انجام نخواهد شد و قیمت این خودروها نیز آزاد می‌شود.

کسب و کارهای فناورانه ایرانی سرمایه دریافت می کنند

نشست ۸ کشور اسلامی عضو شبکه تبادل فناوری برگزار شد و براساس آن این کشورها با یکدیگر یک شبکه تجارت و تبادل فناوری ایجاد می کنند. میلاد صدرخانو، رئیس مرکز توسعه تجارت فناوری گفت: پنجمین نشست شورای عالی شبکه تبادل فناوری گروه DA۸ یا همان ۸ کشور در حال توسعه اسلامی برگزار شد. با وجود آنکه این نشست به واسطه همه گیری ویروس کووید- ۱۹ به صورت مجازی برگزار شد، اما با استقبال اعضا و کشورهای عضو روبه روشد.

وی ادامه داد: از ایران نیز دبیر شبکه فن بازار به عنوان نماینده در این نشست حضور یافت. دبیرخانه این شبکه در تهران قرار دارد.



دریچه

چشم اندازی بر روندهای اخیر مهاجرت جهانی

محمدامین مولا پژوهشگر رصدخانه مهاجرت ایران

اگرچه مهاجرت پدیده تازه‌ای نیست، اما به نظر می‌رسد به منزله بخشی از فرآیند ادغام جهانی در حال شتاب گرفتن است. در این راستا الگوهای جهان گستر مهاجرت را می‌توان بازتابی از پیوندهای در حال تغییر اقتصادی، سیاسی و فرهنگی بین کشورها در نظر گرفت. استیون کاسلز و مارک میلر در بررسی روند مهاجرت‌های جهانی، چهار گرایش را شناسایی کرده‌اند که به اعتقاد آنها، الگوهای مهاجرت را در سال‌های آتی تعریف خواهند کرد. این چهار گرایش عبارتند از: شتاب گرفتن، تنوع یافتن، جهانی شدن، زنانه شدن. جهانی که به تازگی بزرگ‌ترین حرکت مردم را در طول تاریخ بشر تجربه کرده است، اکنون به دلیل شیوع ویروس کرونا در یک بحران ناگهانی فاجعه‌بار قرار گرفته و تقریباً تمامی روندهای مشاهده شده در جریان مهاجرت‌های بین‌المللی را متوقف کرده است، اما می‌توان پیش‌بینی کرد که با از بین رفتن این همه‌گیری، تمام روندهای مشاهده شده در گذشته به حالت قبل برگردند و یا حتی تشدید شوند.

همه‌گیری ویروس کرونا در زمانی رخ داده است که جهان با انبوهی از چالش‌های جهانی دست به گریبان است که بر تحرک انسان نیز تأثیر می‌گذارد. از جمله این چالش‌ها می‌توان به تغییر اقلیم، تخریب محیط زیست، رشد جمعیت، فقر، قطعی، درگیری مسلحانه و آوارگی اجباری اشاره کرد. ویروس کرونا این چالش‌های جهانی را تشدید کرده و همزمانی این چالش‌ها با ویروس کرونا بسیاری از مهاجران را در وضعیتی شکننده‌تری نسبت به گذشته قرار داده است. در این نوشتار به صورت آماری و مختصر ضمن بررسی نحوه پدیدار شدن این چهار گرایش، عوامل مؤثر بر تشدید آنها را نیز مورد بررسی قرار می‌دهیم.

شتاب گرفتن مهاجرت

در حال حاضر تعداد بیشتری از مردم در مقایسه با گذشته در حال حرکت و جابه‌جایی هستند و پیش‌بینی می‌شود که این روند در آینده نیز ادامه یابد. تعداد مهاجران بین‌المللی و افرادی که در کشوری غیر از محل تولد خود زندگی می‌کنند، در سال ۲۰۱۹ به ۲۷۲ میلیون نفر رسیده است که در مقایسه با سال ۲۰۱۰ میلادی ۵۱ میلیون یا ۲۴ درصد افزایش داشته است. همچنین متناسب با افزایش جمعیت جهان، درصد مهاجران به نسبت جمعیت با افزایش همراه بوده و از ۲/۸ درصد در سال ۱۹۹۰ به ۳/۵ درصد در سال ۲۰۱۷ رسیده است. از طرفی به دلیل اینکه پدیده مهاجرت به شدت تحت تأثیر عوامل کلان اجتماعی، اقتصادی و محیطی قرار دارد، پیش‌بینی می‌شود که این پدیده تحت تأثیر چهار کلان روند تغییرات زیست محیطی و حوادث شدید آب و هوایی، ناپایداری و درگیری‌های ژئوپلیتیکی، کهنسالی جمعیت و تغییرات فناورانه و تغییر ماهیت مشاغل تشدید شود. طبق پیش‌بینی سازمان ملل تا سال ۲۰۵۰ میلادی تعداد مهاجران جهان به عدد ۳۴۳ میلیون نفر خواهد رسید که این عدد در مقایسه با سال ۲۰۱۹ با افزایشی ۲۶ درصدی همراه خواهد بود.

تنوع یافتن مهاجرت

برخلاف گذشته که شکل خاصی از مهاجرت، مثل مهاجرت برای کار یا پناهندگی، برجستگی بیشتری داشتند، در حال حاضر اکثر کشورها پذیرای انواع و اقسام مهاجران هستند. به عنوان یک نتیجه از مهاجرت گسترده، ترکیب نژادی و قومی جوامع مدرن در چند دهه گذشته به واسطه مهاجرت به طور چشمگیری تغییر کرده است. این مهاجران از ملیت‌ها، جوامع و اقوام آمده‌اند و رنگ، فرهنگ، مذهب و نوع پوشش‌های متفاوتی را دنبال می‌کنند.

جهانی شدن مهاجرت

مهاجرت پدیده‌ای جهان شمول است که تقریباً همه‌کشورهای دنیا از کشورهای توسعه‌یافته گرفته تا کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته نیز با آن درگیر هستند. اگرچه بیشتر این مهاجرت‌ها از کشورهای کمتر توسعه‌یافته به سمت کشورهای توسعه‌یافته و با دلایل اقتصادی اتفاق می‌افتند، اما این پدیده صرفاً مختص کشورهای کمتر توسعه‌یافته نیست.

به معنای دیگر مهاجرت، ماهیت جهانی بیشتری پیدا کرده است و در حال حاضر



طرح بزرگ ا

تردید نسبت به خرید این دسته از خودروها طی سخنرانی اخیر خود اعلام کرده است که به افزایش چشمگیر شارژ شدن باتری‌ها منته جایگاه‌های تسلا استفاده نمایند، با این حال بر مشارکت لازم انجام شود و یا رانندگان خودرو

به قلم: نورا مانتنی / خبرنگار – مترجم: امیر آل‌علسی: در رابطه با خودروهای بنزینی تولیدشده از سوی برندهای مختلف، سوخت‌رسانی هیچ‌گاه مشکلی نبوده است. علت این امر به این خاطر است که تمامی برندها می‌توانند از هر جایگاهی استفاده کنند، با این حال این مسئله برای خودروهای برقی کاملاً متفاوت است. برای مثال جایگاه‌های شارژ تسلا، برای هیچ یک از برندهای دیگر کاربرد ندارد. این مسئله خود یکی از دلایل

پوشش صنایع نساجی و چرم دانش‌بنیان شد

شرکتی دانش‌بنیان با تولید سالیانه یکصد نوع رنگ، بازار داخلی این صنعت را تامین کرد و بخشی از تولیدات خود را به کشورهای همسایه هم ارسال کرده است.

شرکت الوان ثابت، از سال ۶۱ تاکنون به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده رنگ و مواد شیمیایی در خاورمیانه با هدف پوشش صنایع نساجی و چرم فعالیت می‌کند. محصولات این شرکت در چهار گروه رنگ‌های نساجی اسیدی- مستقیم، راکتیو و پیگمنت تولید می‌شود.

این مجموعه فناوری سالیانه بیش از یکصد نوع رنگ اسیدی دیسپرس، مستقیم، ری‌اکتیو، خمیر پیگمنت، دیسپرس مستقیم و مواد تعاونی نساجی را برای مشتریان داخلی و برخی کشورهای همسایه تامین می‌کند.

به گفته محمد آقاوهاب‌زاده، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، در حال حاضر کیفیت

محصولات این شرکت تا سطح استانداردهای بین‌المللی ارتقا یافته است. وی افزود: رنگ‌های نساجی، چرم، رنگ‌های شوینده، رنگ‌های کاغذ، رنگ‌های پیگمنت، رنگ‌های کود و سسم و رنگ‌های مشتقات نفتی و بنزین

از جمله تولیدات شرکت است. به گفته وی، در کشور ایران صنایع نساجی از دیرباز به دلیل اهمیت مصرف و کاربرد وسیع آن مورد توجه قرار دارد. بیشتر کارخانجات نساجی و رنگرزی کشور ایران با توجه به نبود رنگ نساجی، رنگ

خود را از خارج از کشور تهیه می‌کردند.

این فعال فناوری ادامه داد: ما در تلاشیم تا محصولاتی با کیفیت ارائه کنیم، قیمت تمام شده برای کارخانجات نساجی را کاهش دهیم، زمان تامین رنگ مورد مصرف را کم کنیم، خدمات پس از فروش ارائه کنیم و خروج ارز از کشور را به حداقل برسانیم.

آقاوهاب‌زاده همچنین بیان کرد: کارخانجات چرم در کشور ایران، رنگ مورد نیاز خود را از خارج کشور تهیه می‌کردند که این امر باعث بروز مشکلاتی برای آنها شده بود. از این رو شرکت الوان ثابت در اوایل دهه ۶۰ به عنوان بزرگ‌ترین سنتزکننده رنگ

و مواد شیمیایی در خاورمیانه برای تامین رنگ‌های چرم چه به صورت پوششی و چه به صورت نفوذی برای کارخانجات صنایع چرم تاسیس شد و نیازهای این صنعت را تامین کرد.



جذب استعدادها

علاوه بر چهار روند ذکرشده در جریان مهاجرت‌های بین‌المللی که کاسلز و میلر به آن اشاره کردند، می‌توان جریان تقریباً نوظهوری در مهاجرت‌های بین‌المللی را مشاهده نمود که این جریان مربوط به جذب و استخدام استعدادهای برتر بین‌المللی است.

در این میان دانش‌جویان بین‌المللی به دلیل آشنایی با فرهنگ و زبان جامعه مقصد، برخورداری از دانش روز و به رسمیت شناخته شدن مدرک تحصیلی‌شان در اولویت جذب در کشورهای توسعه‌یافته‌تر قرار دارند.

طی دهه گذشته برنامه‌های توسعه کارآفرینی در حوزه‌های نوآورانه و فناورانه و همچنین اعطای ویزاهای استارت‌آپی و نوآوری همگی با هدف جذب نیروی متخصص تحصیلکرده و خصوصاً دانش‌جویان بین‌المللی صورت گرفته است.

همانطور که گفته شد علی‌رغم سختگیرانه‌تر شدن سیاست‌های مهاجرتی و اعمال محدودیت‌های بیشتر بر این سیاست‌ها، پیش‌بینی می‌شود که طی دهه‌های آتی شمار مهاجران در جهان افزایش یابد و روندهای ذکرشده به دلایل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و جمعیتی تشدید شوند، اما این مهاجران ماهر و تحصیلکرده از هر نژاد، قوم و ملیتی که باشند در اولویت جذب سیستم‌های مهاجرتی دنیا قرار خواهند گرفت.

کارکنان فیس‌بوک رفتار این شرکت در دعوای حقوقی با اپل را به

«ویروس» تشبیه کردند

می‌خواهیم انجام یک کار بد را با پنهان شدن پشت مردم با یک پیام دلسوزانه توجیه کنیم.» کارمند دیگری نوشته است: «چه پیامی انتخاب کنیم که خودخواهی ما را کمتر نشان بدهد؟» یکی دیگر از کارکنان فیس‌بوک به مدیران ارشد این شبکه

اجتماعی پیشنهاد داده که با تقلید از آمازون و سرویس اشتراک «پرایم» آن که تخفیف‌های جذاب را ارائه می‌کند، ثبت نام در قابلیت‌های ردیابی این شرکت را برای کاربران جذاب‌تر کنند. لوی در پاسخ به انتقادات کارکنان گفته است که مشکل فیس‌بوک با اپل به ملل کسب و کار این شرکت مربوط نمی‌شود، بلکه اپل می‌خواهد با این متقاعدکردن کاربران اینگونه عمل می‌کند. آنها می‌توانند جهت دهی اینترنت را تعیین کنند.» وی مدعی است که اقدامات محدودکننده اپل تنها به تبلیغات شخصی‌سازی شده ختم نخواهد شد. برخی از چهره‌های مشهور دنیای تکنولوژی از جمله «آدام موسری»، مؤسس اینستاگرام نیز به این سیاست اپل واکنش نشان داده و از فیس‌بوک طرفداری کرده‌اند. او معتقدند است این سیاست بر تمام پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین به ویژه کسب‌وکارهای کوچک تأثیر منفی خواهد گذاشت.

برخی کارکنان فیس‌بوک رفتار این شرکت در دعوای حقوقی با اپل بر سر حریم خصوصی را به رفتار یک «ویروس» تشبیه کرده و آن را «خودخواهانه» توصیف کرده‌اند. به گزارش دیجیاتو، اپل قصد دارد در به‌روزرسانی آیفند iOS ۱۴ ردیابی

کاربران توسط شرکت‌ها را سخت‌تر کند. فیس‌بوک به این سیاست واکنش منفی نشان داد و اپل را به گمراه کردن کاربران در مورد ناکامی‌های خود در زمینه حریم خصوصی، اولویت دادن به برنامه‌های اختصاصی و مهاجرت از «محصولات سخت‌افزاری نوآورانه به نرم‌افزارها و رسانه‌های مبتنی بر داده» متهم کرد.

اپل در پاسخ به اتهامات فیس‌بوک اعلام کرد که کاربران باید از اینکه چه زمانی قرار است اطلاعات خصوصی آنها جمع‌آوری شده و در اپ‌ها و سایت‌های دیگر به اشتراک گذاشته شود، آگاه باشند و باید اجازه خروج از آنها (opt-out) را داشته باشند. حال برخی از کارکنان فیس‌بوک

نسبت به واکنش این شبکه اجتماعی به دعوای لفظی با اپل واکنش داده‌اند. یکی از مهندسين فیس‌بوک در نامه‌ای به «دن لوی» (Dan Levy)، نایب رئیس واحد تبلیغات و محصولات کسب‌وکاری فیس‌بوک گفته است: «به نظر می‌رسد



مشوق‌های مالی هوآوی برای افزایش استقبال توسعه‌دهندگان از اپ گالری

هوآوی ابزاری برای ارائه پروموشن در اپ گالری معرفی و کیت تبلیغاتی این فروشگاه اپلیکیشن را بهینه کرده است تا توسعه‌دهندگان بیشتری را به آن جذب کند. به گزارش زومیت، هوآوی قصد دارد با روش‌های مختلف توسعه‌دهندگان را به فعالیت در اپ گالری ترغیب کند. یکی از جدیدترین اقدامات این شرکت ارائه مشوق‌های مالی به کسب‌وکارهای آنلاین و توسعه‌دهندگان اپلیکیشن است. این شرکت ابزاری برای پروموشن عرضه و کیت تبلیغاتی اپ گالری را بهینه کرده است و در ازای فعالیت در این فروشگاه اپلیکیشن، سود بیشتری به توسعه‌دهندگان و کسب‌وکارهای الکترونیکی پیشنهاد می‌دهد.

یادداشت



امید به درمان بیماری‌های ژنتیکی افزایش یافت و سلول‌های بنیادی محققان را در مسیر تازه قرار داد

ترمیم بافت‌های استخوانی، درمان بیماری‌ها و ضایعات عصبی، ضایعات نخاعی، ترمیم سوختگی‌ها و ضایعه‌های پوستی، ترمیم لوزالمعده و ترشح انسولین، درمان پارکینسون، حفظ باروری، درمان بیماری‌های خودایمنی و مشکلات ژنتیکی تنها برخی از کاربردهای فناوری سلول‌های بنیادی است.

تبدیل سلول‌های بنیادی به سلول‌های جنسی بارور

در سال‌های اخیر تلاش‌های گسترده‌ای برای تبدیل سلول‌های بنیادی به سلول‌های جنسی بارور در شرایط آزمایشگاهی با شناسایی رده‌های مختلف سلول‌های بنیادی جنسی و کاشت پیوند آنها از یک حیوان با انسان به حیوان یا انسان دیگر انجام شده است. با پیشرفت فناوری سلول‌های بنیادی و پزشکی، روش‌های پیشرفته گوناگونی در این حوزه به دست آمده است.

شرکت‌های دانش‌بنیان کشورمان نیز در حوزه فناوری‌های این حوزه گام گذاشته‌اند و به دستاوردهای قابل توجهی رسیده‌اند. بخش قابل توجهی از این فرآیند و تحقق باروری به تجهیزات دانش‌بنیان حوزه باروری بستگی دارد که بخش قابل توجهی از این تجهیزات، تا پیش از این وارداتی و در انحصار چند کشور بود، اما با تلاش شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی علاوه بر پیشرفت در حوزه سلول‌های بنیادی و ناباروری، تجهیزات این حوزه نیز ایران‌ساخت شده است.

وسایل و مواد مصرفی مورد استفاده در مراکز درمان ناباروری اکثراً وارداتی بوده و بیش از ۵۰ درصد هزینه‌های درمان را شامل می‌شود. بومی‌سازی دانش تولید این مواد علاوه بر قطع وابستگی به خارج و صرفه‌جویی ارزی، امکان صادرات آن به کشورهای منطقه و همسایگان ایران و ارزآوری بالای آن، موجب تثبیت اقتدار علمی و تقویت بنیان‌های اقتصاد مقاومتی مدنظر مقام معظم رهبری نیز خواهد شد.

همچنین دسترسی آسان و به موقع و مداوم به این وسایل و مواد و نیز قیمت مناسب و کیفیت بالای آنها نسبت به مشابه خارجی موجب کاهش چشمگیر هزینه‌ها و ارتقای کیفیت درمان به سود بیماران خواهد شد. شرکت راون سازه علاوه بر تولید این تجهیزات، در حال پژوهش بر روی تولید محیط‌های کشت موردنیاز مراکز توسعه و فناوری‌های سلول‌های بنیادی است.

ستاد توسعه فناوری علوم و فناوری‌های سلول‌های بنیادی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز با حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالان فنآور این حوزه، مسیر را برای پیشرفت کشور در حوزه سلول‌های بنیادی و ناباروری هموار می‌کند.

نخبگان مشارکت کنند تا نقشه راه توسعه فناوری اطلاعات در کشور تهیه شود

نفر از نخبگان و متخصصان فناوری اطلاعات کشور انجام و بیش از ۳ هزار و ۴۰۰ پرسشنامه در ۲۱ حوزه فناوریانه تکمیل شد و به زودی نتایج آن در اختیار خبرگان و متخصصان حوزه آی‌تی کشور قرار خواهد گرفت.

اجرای دور دوم این طرح هم قرار است با دعوت از نخبگان و فعالان این حوزه انجام شود. شرکت‌های دانش‌بنیان، افراد فعال، نخبگان و دیگر افراد ذی‌ربط و ذی‌نفع در این حوزه هم دعوت هستند تا در اجرای فاز دوم آن همکاری و مشارکت کنند. علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به آدرس اینترنتی <http://ictc.isti.ir>/مراجعه کنند.

با مشارکت نخبگان، نقشه راه توسعه فناوری اطلاعات در کشور تهیه می‌شود. این کار به ارائه تصویری دقیق از جایگاه این فناوری‌ها کمک می‌کند. ترسیم نقشه راه توسعه فناوری اطلاعات در کشور هدفی است که توسط سازمان فناوری اطلاعات ایران برای دستیابی به تصویری دقیق از جایگاه این فناوری‌ها در کشور اجرایی می‌شود. این هدف با همکاری ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مشارکت حداکثری نخبگان عملیاتی خواهد شد.

دور نخست طرح آینده‌پژوهی فناوری اطلاعات با حضور بیش از یک هزار و ۷۵۰



ایلان ماسک

نمایند. اگرچه این اقدام می‌تواند طرحی فوق‌العاده باشد، با این‌حال برخی از برندها باید خروجی باتری‌های خود را با کابل‌های تسلا هماهنگ سازند. درواقع این موضوع می‌تواند باعث شکل‌گیری یک استاندارد جهانی شود. این امر درست مطابق آن چیزی است که در شارژرهای گوشی‌های هوشمند، شاهد آن هستیم. حال باید دید که این طرح با استقبال کدام برندها همراه خواهد بود.

محسوب می‌شود، با این‌حال ایلان ماسک هم‌زمان با اجرای طرح شبکه سوپرشارژ که جر می‌شود، برندهای دیگر نیز می‌توانند از ای این دسترسی لازم است تا در هزینه‌ها، های دیگر، هزینه شارژ بالاتری را پرداخت

دختر ولادیمیر پوتین در حال توسعه نسخه روسی تیک تاک است

بنیاد به وسیله دختر ولادیمیر پوتین به نام «کاترینا تیخونوا» است. طبق گفته مدیرعامل گازپروم به نام «الکساندر ژاروف»، توسعه نسخه روسی تیک تاک به خوبی پیش می‌رود. ژاروف همچنین مشارکت بنیاد

Innopraktika در توسعه این اپ را تایید کرده. گازپروم یک سرویس به نام «Ya Molodets» را خریداری کرده و از پروژه نرم‌افزاری آن برای سرعت بخشیدن به توسعه سرویس جدید اشتراک ویدئو خود استفاده می‌کند. ژاروف از انتشار رسمی نسخه روسی تیک تاک تا دو سال آینده خبر داده و این برنامه همانند تیک تاک از ویدئوهای کوتاه به صورت عمودی پشتیبانی خواهد کرد. در حالی که به تازگی خبر مربوط به این برنامه منتشر شده، مدیرعامل گازپروم به توسعه آن از مدت‌ها قبل اشاره کرده است. توسعه این برنامه از یک سال پیش آغاز شده و توسعه‌دهندگان

در حال مدرن‌سازی و افزودن ابزارها به آن هستند. باید منتظر ماند و دید تا دو سال آینده برنامه‌ای مشابه با تیک تاک هنوز مورد استقبال کاربران قرار می‌گیرد یا خیر.

تیک تاک محبوبیت بالایی در جهان دارد و همین موضوع توجه توسعه‌دهندگان در کشورهای مختلف مانند روسیه را در پی داشته. در آینده باید منتظر عرضه نسخه روسی تیک تاک باشیم که در توسعه آن بنیاد تحت

مدیریت دختر ولادیمیر پوتین هم نقش دارد. به گزارش دیجیاتو، تیک تاک هنوز با استقبال بالایی از سوی کاربران مواجه می‌شود و همچنین درآمد مناسبی دارد. همین استقبال باعث شده توسعه‌دهندگان از آن ایده بگیرند و به دنبال ارائه برنامه‌های مشابه آن باشند. جدیدترین تلاش در این زمینه مربوط به نسخه روسی تیک تاک می‌شود. طبق گزارشی‌های اخیر، این کشور برای ارائه چنین اپلیکیشنی برنامه‌ریزی کرده است. یکی از رسانه‌های برتر روسیه که توسط غول انرژی دولتی این کشور یعنی «گازپروم» مدیریت می‌شود، یک اپ برای اشتراک ویدئوهای کوتاه ارائه خواهد کرد.

نحوه عملکرد و همچنین ویژگی‌های این برنامه مشابه با تیک تاک خواهد بود. علاوه بر گازپروم، یک سازمان روسی به نام بنیاد «Innopraktika» هم در توسعه این اپ روسی نقش خواهد داشت. یکی از موارد جالب، مدیریت این



کارنامه آبان ماه کارگزاری‌ها

بازار بدهی داشته‌اند. همچنین در بخش بازار اوراق مشتقه نیز معاملات این نهادهای مالی به بیش از ۶۰۰ میلیارد تومان رسیده است. در همین راستا حدود ۳۶۵ هزار میلیارد تومان از خرید و فروش کارگزاری‌ها در

ماه گذشته مربوط به معاملات صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس بوده است. در این میان ۵۰ میلیارد تومان از رقم مزبور به خرید و فروش در زمینه بازارگردانی الگوریتمی در ETF ها تعلق داشته که توسط کارگزاری حافظ صورت گرفت. البته کارگزاری حافظ در زمینه بازارگردانی در بازار سهام فعالیت قابل توجهی داشت. به طوری که حجم خرید و فروش سهام برای بازارگردانی توسط کارگزاری حافظ به ۲۶۵ میلیارد تومان رسید. باید عنوان داشت که شرکت کارگزاری توسعه معاملات کیان فعال‌ترین کارگزاری در بخش بازارگردانی

سهام طی آبان ماه بود. در این راستا حجم معاملات صورت گرفته در زمینه بازارگردانی توسط این کارگزاری به بیش از ۴۳۰ میلیارد تومان رسید.



کارگاه برندینگ

توقف سرمایه گذاری تبلیغاتی یونیلیور در شبکه‌های اجتماعی

 	به قلم: پیتر آدامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات	
	ترجمه:علی آل علی	

شرکت یونیلیور در تازه‌ترین اقدامش دست به توقف سرمایه‌گذاری در تبلیغات شبکه‌های اجتماعی زده است. استراتژی تازه یونیلیور شامل توقف همکاری تبلیغاتی با توئیتر، فیس‌بوک و همچنین اینستاگرام است. بدون تردید چنین تصمیمی در دنیای دیجیتال همراه با سطح بالای اتکای برندها به تبلیغات عجیب به نظر می‌رسد. نکته اساسی مدنظر مدیران ارشد یونیلیور ضرورت توجه به شفافیت شبکه‌های اجتماعی، امنیت حریم خصوصی کاربران و دریافت گزارش‌های دقیق‌تر نسبت به نحوه گردآوری اطلاعات کاربران از سوی پلتفرم‌های اجتماعی است.

فیس‌بوک در طول سال‌های اخیر اتهامات بسیار زیادی در زمینه سوءاستفاده از داده‌های کاربران را تجربه کرده است. همین امر یونیلیور را نسبت به صحت ادعاهای این شبکه اجتماعی در خصوص فعالیت شفاف مردم ساخته است. براساس گزارش تیم مدیریت ارشد یونیلیور، این برند از آغاز ژانویه ۲۰۲۱ برای چند ماه فعالیت تبلیغاتی در توئیتر، فیس‌بوک و اینستاگرام نخواهد داشت. بی‌شک اگر این اقدام از سوی دیگر برندهای بزرگ دنیا نیز دنبال شود، شبکه‌های اجتماعی با بحران مالی گسترده‌ای مواجه خواهند شد.

یونیلیور در طول دوران فعالیتش به عنوان یک شرکت همسو با مشتریان شناخته شده است. مدیران ارشد این برند هیچ ترسی نسبت به حمایت از حقوق و منافع مشتریان‌شان ندارند. اقدام تازه یونیلیور نیز درست در همین راستا قابل ارزیابی است. با این حساب شاید شبکه‌های اجتماعی نیاز به رعایت استانداردهای امنیتی بالاتر و توجه بیشتر به عملکرد شفاف داشته باشند.

منبع: marketingdive.com

کوچ بزرگ نیکون

 	به قلم: تیم نویسندگان سایت ranzware	
	مترجم:امیر آل علی	

در صنعت تولید دوربین‌های عکاسی، دو برند ژاپنی کنون و نیکون به عنوان غول‌های اصلی شناخته می‌شوند، با این حال در چند سال اخیر، کنون به مراتب بهتر ظاهر شده است. در این راستا شیوع وپروس کرونا، مشکلات این برند را چند برابر کرده است. به همین خاطر مدیران آن تصمیم گرفته‌اند که خطوط تولید خود را به تایلند منتقل نمایند. این امر به معنای پایان کار برای کارخانه اصلی این شرکت در منطقه توهو‌کو است، با این حال هنوز مشخص نیست که آیا شاهد تعدیل نیرو گسترده نیز خواهیم بود؟ درواقع مدیران نیکون فعلا از ارائه توضیحات بیشتر، خودداری کرده و باید دید که سال آینده، اوضاع برای این برند باسابقه چگونه پیش خواهد رفت. درواقع این اقدام در این صنعت، کاملا بی‌سابقه محسوب می‌شود. به همین خاطر نیز نظرات منفی بسیاری پیرامون آن شکل گرفته و این امر می‌تواند باعث شود تا میزان فروش آنها نیز کاهش پیدا کند.

منبع: ranzware.com

سیلیکون ولی در مرز نابودی

 	به قلم: کاترین بندلی نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب و کار	
	مترجم:امیر آل علی	

سیلیکون ولی نام منطقه‌ای در کالیفرنیا است که دفتر اصلی بسیاری از برندهای مطرح حوزه تکنولوژی است. در این راستا تنها کافی است بدانید که ابربرندهایی نظیر اپل، فیس‌بوک و نتفلیکس در این منطقه حضور دارند، با این حال طی یک سال گذشته، اتفاقی رخ داده که باعث شده است تا بسیاری از تحلیلگران، سناریو پایان کار این منطقه را مطرح نمایند. در این رابطه شروع ماجرا خروج جنجالی دو برند مطرح تسلا و اوراکل است. در این رابطه سوال مهم این است که چه دلیلی باعث این اتفاق نادر شده است. درواقع قوانین کالیفرنیا، مهمترین دلیل این موضوع است. درواقع این ایالت که پرجمعیت‌ترین نیز محسوب می‌شود، بالاترین میزان مالیات بر درآمد را دارد. این امر در حالی است که در تگزاس ابدا چنین موردی وجود ندارد. در این راستا فردی نظیر ایلان ماسک، با رفتن به این ایالت، صرفه‌جویی قابل توجهی را انجام داده است. با این حال این موضوع تنها دلیل نبوده و شیوع وپروس کرونا که افراد را به سمت دورکاری سوق داده، باعث شده است تا مناطق کم‌جمعیت‌تر، مورد توجه قرار گیرد. در این راستا با توجه به این امر که بسیاری از برندها از برنامه خود برای تداوم دورکاری حتی پس از پایان پاندمی کرونا خبر داده‌اند، دیگر مکان فعالیت، اهمیت کمتری را پیدا خواهد کرد. در کنار این موضوع هزینه‌های بالای مسکن در کالیفرنیا از دیگر عواملی است که بدون شک در رضایت کارمندان، تاثیر منفی را به همراه دارد. این امر در حالی است که در تگزاس، این هزینه در حدود ۷۰ درصد کمتر است. این اقدامات باعث شده تا تردی جدید شکل گیرد و در حال حاضر بسیاری از برندها و خصوصا استارت‌آپ‌ها، تگزاس را جایگزین سیلیکون ولی بدانند. در این راستا لقب جدید این ایالت به سیلیکون هیلز تغییر پیدا کرده است. بدون شک اگر سیاست‌ها تغییری پیدا نکند، حتی ممکن است تا ۵ سال آینده دیگر سیلیکون ولی به عنوان مهد ابربرندهای حوزه تکنولوژی شناخته نشود.

منبع: wsj.com



چگونه سایت بهتری داشته باشیم؟

طراحی سایت بهتر با نکات طلایی



این امر شاید در نگاه نخست جذابیت‌های بسیار زیادی داشته باشد، اما در زمینه طراحی سایت باید ایده موردنظر را اندکی تعدیل کرد. یکی از نکات مهم در زمینه طراحی هر سایتی توجه به المان‌های مینیمال است بنابراین نباید به دنبال طراحی بیش از اندازه شلوغ سایت رفت.

ضرورت طراحی ساده سایت

سایت‌های ساده همیشه بیانگر کم‌کاری طرح‌های‌شان نیستند. امروزه کاربران واکنش بسیار بهتری در قبال سایت‌های ساده نشان می‌دهند. این امر موجب بدل شدن طراحی ساده و مینیمال سایت به ترندی مهم و جهانی شده است. طراحی ساده سایت از نظر مدیریت سئو نیز دارای اهمیت است. امروزه رتبه‌بندی سایت‌ها براساس نظرات کاربران در موردشان تعیین می‌شود. از آنجایی که کاربران علاقه بیشتری به سایت‌های دارای طراحی ساده و کاربردی دارند، چنین سایت‌هایی همیشه در رتبه‌های ناگوار در زمینه مدیریت سایت می‌گیرند.

پرهیز از اقدام فوری برای طراحی سایت

طراحی سایت نیز مانند هر اقدام دیگری نیازمند برنامه‌ریزی دقیق است. اگر برندها نسبت به طراحی سایت بدون برنامه اقدام نمایند، نتیجه نهایی کار فاجعه‌آمیز خواهد بود. ایراد برخی از برندها اعتماد بیش از اندازه به مهارت‌های‌شان در زمینه طراحی سایت است. این امر اغلب اوقات موجب بروز اشتباهات ناگوار در زمینه مدیریت سایت می‌شود.

همکاری با طرح‌های حرفه‌ای سایت و ارزیابی سایت رقبای اصلی برند بهترین استراتژی‌ها برای موفقیت در زمینه رونمایی از سایت رسمی برند است. این امر شاید نیازمند صرف زمان زیادی باشد، اما در عوض کیفیت سایت نهایی برند را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

منبع: noobpreneur.com

سایت و توجه به سرعت بارگذاری صفحات امری طبیعی خواهد بود. اگر کسب و کار شما نیز در زمینه طراحی سایت با سرعت بارگذاری صفحات بالا مشکل دارد، باید به دنبال راهکاری متفاوت نسبت به شیوه رایج طراحی سایت اقدام نماید. بهترین توصیه در این میان تلاش برای رعایت استانداردهای اساسی در زمینه طراحی سایت است. اگر کسب و کارها موفق به رعایت این نکات شوند، بخش قابل توجهی از مشکلات‌شان حل خواهد شد.

توجه به مطلب اصلی سایت

هنگام مراجعه کاربران به یک سایت محتوایی که ابتدا به نظرشان می‌رسد دارای اهمیت بسیار زیادی است. چنین محتوایی شامل مطالب برجسته در صفحه نخست با تیتراهای بزرگ است. وقتی کاربران با چنین محتوایی مواجه می‌شوند، باید انگیزه کافی برای ادامه حضور در سایت را پیدا نمایند. متأسفانه بسیاری از سایت‌ها در زمینه انتخاب محتوای اصلی عملکرد نامناسبی دارند. این امر مشکلات زیادی از نظر حفظ کاربران در سایت رقم می‌زند. اگر کسب و کار شما دارای ارتباط مناسبی با افراد تاثیرگذار و کارشناس‌های حرفه‌ای است، دعوت از آنها برای نگارش مطلب در سایت رسمی و سپس قرار دادن محتوای موردنظر به عنوان مطلب اصلی ایده جذابی خواهد بود.

ارائه گزینه‌های کمتر

براساس قانون «هیک» افراد هرچه گزینه‌های بیشتری در دسترس داشته باشند، فرآیند طولانی‌تری برای تصمیم‌گیری نیاز خواهند داشت. اگر بازاریاب‌ها و کارشناس‌های برند در زمینه طراحی سایت رسمی این نکته را مدنظر قرار دهند، تعامل با مخاطب هدف بسیار ساده‌تر خواهد شد. بازاریاب‌ها همیشه با ارائه گزینه‌های متعدد به مشتریان سر و کار دارند.

تمامی پست‌های شما باید با هشتگ‌های مناسب همراه باشد تا افرادی که بیشترین تمایل را به حوزه شما دارند، سریعاً جذب شوند.

۲-همکاری با اینفلوئنسرها

اینفلوئنسرها در صدر توجه کاربران قرار داشته و به همین خاطر همکاری با آنها، سرعت رشد شما را به مراتب افزایش خواهد داد، با این حال فراموش نکنید که برای همکاری خود، سناریوسازی داشته باشید. درواقع بدترین نوع همکاری، تبلیغ مستقیم خواهد بود. برای مثال امروزه بسیاری از برندها با همکاری اینفلوئنسرها، چالش‌هایی را برگزار می‌کنند که برای انجام آن، خرید برند شما شرط اصلی خواهد بود. در نهایت توجه داشته باشید که شما با تنوع بالایی از اینفلوئنسرها مواجه هستید که در حوزه‌های مختلف فعالیت دارند. در این راستا بهتر است که مواردی را پیدا کنید که ارتباط لازم را دارند. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که اگرچه شبکه‌های اجتماعی بستریابی رایگان هستند، با این حال این امر به معنای عدم اختصاص بودجه نبوده و لازم است تا برای موفقیت خود، هزینه نمایید.

۳-استفاده از سایت

درج آیدی اینستاگرام شرکت در صفحه رسمی باعث خواهد شد تا شانس جذب مخاطبان بیشتری را داشته باشید. در این راستا فراموش نکنید که حتی در کارت ویزیت، بسته‌بندی محصولات و حتی تبلیغات خود نیز این مورد را ذکر کرده و با این اقدام، رشد خود را گسترش دهید. همچنین از تمامی کارمندان بخواهید که در صفحات خود، حداقل در یک

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

طراحی سایت مناسب یکی از نکات ضروری برای رونمایی از سایت یا برند است. بسیاری از برندها در زمینه طراحی سایت بیش از دیگر نکات به فکر تولید محتوای جذاب هستند. همین امر در بلندمدت موجب بی‌توجهی به قالب سایت می‌شود. اگر یک برند نسبت به قالب سایتش توجه لازم را نداشتته باشد، به سرعت با مشکلات عمیقی مواجه خواهد شد. امروزه توصیه‌های بسیار زیادی در زمینه چگونگی طراحی سایت و قالبش وجود دارد. شاید این امر در نگاه نخست کار را برای بازاریاب‌ها و برندها ساده سازد، اما در عمل همین تکرر منابع و توصیه‌های موجود ایجاد مشکل می‌کند. امروزه بازاریاب‌ها و طرح‌های سایت نیاز مبرمی به نکات حرفه‌ای و آزمایش شده در زمینه طراحی سایت و قالبش دارند. اگر این امر مدنظر بازاریابی قرار نگیرد، با مشکلات عمده‌ای نظر کاهش ترافیک سایت مواجه خواهند شد. خوشبختانه برخی از بازاریاب‌های حرفه‌ای اقدام به ارائه برخی از توصیه‌های حرفه‌ای در زمینه طراحی سایت کرده‌اند. مقاله کنونی براساس گردآوری برخی از نکات طلایی در زمینه طراحی سایت نگاشته شده است. مزیت اصلی مقاله کنونی گردآوری برخی از ایده‌ها و نکات مطمئن است.

ضرورت توجه به سرعت بارگذاری سایت

طراحی سایت باید با نگاه دقیق به بخش‌های مختلف صورت گیرد. امروزه یکی از نیازهای کسب و کارها طراحی سایت مربوط به سرعت بارگذاری هر صفحه است. بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را ندارند بنابراین مشاهده ناکامی کسب و کارها در زمینه طراحی مناسب

 	به قلم: گریس کریستوف کارشناس بازاریابی شبکه‌های اجتماعی	
	مترجم:امیر آل علی	

اگر بخواهیم از سه شبکه اجتماعی مهم حال حاضر جهان نام ببریم، بدون شک اینستاگرام یکی از آنها خواهد بود. همین امر باعث شده است تا شاهد فعالیت برندها و افراد مطرح بسیاری باشیم. در این راستا اگرچه راهکارهای مختلفی برای موفقیت در استفاده تجاری از آن وجود دارد،

با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که سریع‌ترین آنها کدامند؟ علت اهمیت این موارد به این خاطر است که در کوتاه‌ترین زمان می‌توان خود را وارد رقابت با سایر برندهای مشابه کرد. در ادامه ۵ مورد از سریع‌ترین راهکارها برای افزایش دنبال‌کنندگان اینستاگرام را بررسی خواهیم کرد.

۱-تداوم در فعالیت‌ها

نخستین نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که فعالیت‌های خود را با تداوم خوبی همراه سازید. در این راستا ضروری است تا از زمان شروع، هیچ‌گاه فعالیت خود را به تاخیر نینداخته و برطبق یک نظم زمانی، جلو بروید. برای این امر که بتوانید تعداد محتوای کافی داشته باشید، توصیه می‌شود که به اقدامات خود تنوع بخشیده و ظرفیت‌ها را شناسایی نمایید. برای مثال برای یک برند حوزه تکنولوژی ممکن است به بیش از ۵ پست در روز نیاز باشد، با این حال برای یک صنعت دیگر، این امر ممکن است به ۲ عدد نیز کاهش پیدا کند. همچنین فراموش نکنید که

ایستگاه بازاریابی

محتوای ویدئویی موفق با ۳ قانون طلایی

به قلم: ویکتور بلاسکو کارشناس تولید محتوا

مترجم: امیر آل علی

امروزه محتوای ویدئویی در صدر علایق افراد قرار گرفته است. تحت این شرایط بسیار مهم است که عملکرد بسیار خوبی را داشته باشید. اگر چه همواره تکنیک‌ها و راهکارهای مختلفی معرفی می‌شود، با این حال آیا از ۳ قانون طلایی آن آگاهی دارید؟ بدون شک اگر موارد اساسی را مورد توجه قرار ندهید، موارد فرعی هیچ نتیجه‌ای را به همراه نخواهد داشت. در ادامه این سه قانون را بررسی خواهیم کرد.

۱- برنامه‌ریزی

اگرچه به نظر ساده می‌رسد، با این حال بسیاری از افراد سناریو دقیقی را تنظیم نکرده و برنامه‌ریزی‌های لازم را ندارند. تحت این شرایط طبیعی است که بالاترین حد نتایج را نیز به دست نیاورند. در این راستا فراموش نکنید که شما باید چندین نمونه موفق را مورد بررسی قرار دهید تا ایده‌های خوبی را داشته باشید. درواقع هرگونه تحقیقات، در این مرحله باید انجام شود.

۲- اصل اختصار را رعایت نمایید

در زمینه تولید محتوا بسیار مهم است که موارد مختصر باشند. در این راستا این احتمال وجود دارد که در رابطه با برخی از محتواها، نیاز به درج اطلاعات بیشتری وجود داشته باشد. تحت این شرایط توصیه می‌شود که آنها را به چند قسمت تبدیل نمایید. این نکته را فراموش نکنید که تلاش شما برای مختصرسازی، نباید باعث لطمه واردشدن به سه بخش اصلی یک ویدئو شود که شامل شروع، بحث اصلی و پایان است. ضعف در هر یک از این سه بخش، نتیجه‌ای فاجعه‌بار را به همراه خواهد داشت.

۳- فراخوان عمل را به بخش پایانی اضافه نمایید

از دیگر نکاتی که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید فراخوان عمل را جدی بگیرید. درواقع بدترین حالت این است که مخاطب صرفاً بازدیدکننده اقدامات شما باشد. به همین خاطر توصیه می‌شود که حتماً از آنها در پایان ویدئو بخواهید که واکنشی را داشته باشند. برای مثال نظرسنجی، یکی از رایج‌ترین این اقدامات است.

به عنوان نکته پایانی توصیه می‌شود که به فکر بهتر دیده شدن خود نیز باشید. برای مثال تلاش برای باز نشر محتوا توسط صفحات دیگر، از جمله ساده‌ترین این اقدامات محسوب می‌شود. درواقع شما نباید اجازه دهید که یک محتوای ارزشمند، با شانس دیده شدن محدودی همراه باشد. همچنین فراموش نکنید که امروزه با توجه به افزایش کیفیت دوربین گوشی‌های هوشمند و تنوع نرم‌افزارهای ویرایش، اقدام در این زمینه برای هر برندی امکان‌پذیر خواهد بود.

منبع: allbusiness.com

افزایش شدید تمایل مشتریان برای خرید از کسب و کارهای کوچک

به قلم: تایانا واک موریس کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی‌العلی

کسب و کارهای کوچک در طول یک سال اخیر شرایط دشواری را تجربه کرده‌اند. اغلب بازارهای محلی دیگر عرصه‌ای مناسب برای فعالیت تعداد معدودی از کسب و کارهای کوچک نیست. امروزه شمار بالایی از کسب و کارهای کوچک در هر بازار محلی وجود دارد بنابراین سطح رقابت در این حوزه به طور چشمگیری افزایش یافته است. همین نکته بحران اقتصادی ناشی از کرونا را بدل به تهدیدی جدی برای کسب و کارهای کوچک می‌کند. خبر خوش برای کارآفرینان و مدیران کسب و کارهای کوچک استقبال شدید مشتریان از برندهای‌شان است. براساس گزارش موسسه کام کست بیزینس، میزان استقبال مشتریان از کسب و کارهای کوچک در طول یک ماه اخیر ۴۶ درصد افزایش داشته است.

مشتریان در دو ماه پایانی سال خرید از کسب و کارهای کوچک را به هر گزینه دیگری ترجیح داده‌اند. نکته جالب اینکه نزدیک به نیمی از چنین مشتریانی برای تکرار خریدهای‌شان اعلام آمادگی کرده‌اند بنابراین کسب و کارهای کوچک در روزهای منتهی به سال جدید میلادی وضعیت مطلوبی را تجربه خواهند کرد. بدون تردید این امر به معنای امکان رهایی از وضعیت ناگوار ناشی از کرونا نیست، اما دست‌کم آنها را از ورشکستگی احتمالی نجات خواهد داد.

یکی از نکات مهم در گزارش موسسه کام کست بیزینس افزایش بی‌اعتمادی مشتریان نسبت به خرده‌فروشی‌های بزرگ است. این امر در کنار عدم تمایل مشتریان برای پرداخت هزینه ارسال سفارشات موجب بهبود وضعیت کسب و کارهای کوچک شده است. با این حساب اگر کسب و کارهای کوچک بر روی کاهش هزینه ارسال سفارشات سرمایه‌گذاری نمایند، شانس بالایی برای رقابت موثر با خرده‌فروشی‌ها و به طور کلی برندهای بزرگ خواهند داشت.

منبع: retaildive.com



هر برندی قرار گیرد.

۴. افزایش اعتبار برند

استفاده از طرح‌های گرافیکی مناسب به مثابه گواهی بر اعتبار برندهاست. بسیاری از کسب و کارها به طور مداوم در زمینه استفاده از طرح‌های گرافیکی عملکرد ناامیدکننده‌ای از خود نشان می‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی پیش روی کسب و کارها قرار می‌دهد. اگر یک برند نسبت به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکل مواجه است، باید به دنبال ایجاد تغییرات اساسی در نحوه تولید محتوا باشد.

اعتبار برندها همیشه نقش مستقیمی بر روی میزان استقبال مشتریان ایفا می‌کند. این امر شاید در نگاه نخست چندان مهم نباشد، اما در عمل موفقیت مداوم برندهای بزرگ را ناشی می‌شود. برندهایی نظیر نایک حتی در صورت تولید محتوایی با کیفیت پایین نیز از بازدید پرشمار مشتریان بهره خواهند برد. اگر یک برند در تلاش برای افزایش اعتبار کسب و کارش است، باید به طراحی المان‌های گرافیکی به مثابه یک آزمون مهم نگاه کند. در غیر این صورت شانسسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

۵. افزایش میزان فروش برند

هر کسب و کاری در تلاش برای افزایش فروش و سود نهایی‌اش است. این امر همیشه آسان نیست بنابراین برندها باید به دنبال راهکاری ساده و تاثیرگذاری بر روی جلب نظر مخاطب هدف باشند. بسیاری از برندها در عمل استراتژی‌های مناسبی را برای افزایش فروش دنبال نمی‌کنند. استفاده از المان‌های بصری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. یکی از تکنیک‌های جذاب در زمینه بازاریابی تاثیرگذاری غیرمستقیم بر روی مشتریان است. این امر شامل معرفی محصولات به صورت غیرمستقیم به مشتریان و تلاش برای جلب نظرشان است. نکته جالب اینکه در چنین شیوه‌ای دیگر خبری از واکنش منفی مشتریان به محتوای تبلیغاتی نخواهد بود.

استفاده از طرح‌های گرافیکی برای بازاریابی در طول یک دهه اخیر به طور مداوم افزایش یافته است. این امر با توجه به توسعه ابزارهای در دسترس بازاریاب‌ها موجب ظهور انتظارات بالایی در میان مشتریان شده است، با این حساب اگر یک برند در زمینه بازاریابی از طرح‌های جذاب برای تعامل با مخاطب هدف استفاده نکند، در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی آنها را نخواهد یافت.

منبع: smallbusinessbonfire.com

۲. ارائه مفاهیم بصری

برخی از پیام‌های بازاریابی در قالب متن به سختی منتقل می‌شود. همین امر موجب بروز چالش‌های ارتباطی میان برندها و مشتریان می‌شود. ایراد برخی از بازاریاب‌ها تلاش برای معرفی تمام بخش‌های کسب و کار از طریق محتوای متنی است. گاهی اوقات یک تصویر یا طرح گرافیکی هزاران جمله را در خود جای می‌دهد بنابراین برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف باید نسبت به کاربست چنین شیوه‌هایی نیز توجه نمود.

استفاده از انواع اینفوگرافی در زمینه بازاریابی دارای اهمیت است. برخی از برندها به طور مداوم در این زمینه عملکرد موثقی از خود نشان می‌دهند. ریشه این امر به برداشت مناسب از سلیقه و انتظارات مشتریان برمی‌گردد. درست به همین خاطر برندهای بزرگ همیشه رابطه مناسبی با مشتریان‌شان دارند. اگر کسب و کار شما نیز در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و انتقال برخی از مفاهیم پیچیده به آنهاست، باید از چنین الگویی استفاده نماید.

۳. بیان بهتر داستان برند

امروزه هر برندی دارای داستان منحصر به فرد خودش است. این امر به تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک شایانی می‌کند. برخی از برندها برای بیان داستان‌شان به طور مداوم از شیوه‌های سنتی استفاده می‌کنند. اگرچه شیوه‌های سنتی داستان‌سرایی جذابیت بسیار زیادی دارد، اما به احتمال زیادی موردپسند مخاطب هدف قرار نخواهد گرفت. درست به همین خاطر برندها باید به دنبال استفاده از شیوه‌های مکمل در این مسیر باشند. چنین شیوه‌هایی شانس تاثیرگذاری کسب و کارها بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

استفاده از المان‌های گرافیکی همیشه ایده جذابی محسوب می‌شود بنابراین باید توانایی تولید طرح‌های گرافیکی از سوی برندگان را توسعه دهیم. این امر شاید در نگاه نخست چندان ساده نباشد، اما در عمل فرصت بهینه‌ای پیش روی کسب و کار شما به منظور توسعه هرچه بهتر قرار خواهد داد. داستان‌های جذاب همیشه نظر مخاطب هدف را جلب می‌کند بنابراین برندها باید نسبت به استفاده از شیوه‌های داستان‌سرایی با استفاده از المان‌های بصری توجه ویژه‌ای نشان دهند. کاربران در شبکه‌های اجتماعی توجه ویژه‌ای به محتوای بصری دارند. این امر موجب افزایش بازدید محتواى بازاریابی یک برند از سوی مخاطب هدف خواهد شد بنابراین طراحی المان‌های گرافیکی برای بیان داستان باید در دستور کار

فروش تلفنی موفق با ۶ قانون ساده

۲-تعداد افراد کافی داشته باشید

یکی از رایج‌ترین اتفاقات این است که پس از جلب توجه و تبدیل افراد به مشتری، پیگیری‌های لازم بسیار سخت است. برای مثال در صف انتظار قرار گرفتن و یا پاسخگویی با تاخیر، بدون شک زمینه نارضایتی را به همراه خواهد داشت. به همین خاطر ضروری است تا برای افزایش سرعت پاسخگویی خود فکری کرده و چندین پل ارتباطی را داشته باشید. درواقع نباید تصور کنید که فروش تلفنی تنها به استراتژی تماس سرد خلاصه می‌شود.

۳-از رفتارهای رباتی فاصله بگیرید

یکی از بدترین استراتژی‌ها این است که افراد سعی می‌کنند تا یک متن را از قبل آماده کرده و آن را بدون توقف برای مخاطب ارائه دهند. این امر در حالی است که چنین اقدامی را یک فایل ضبط شده نیز می‌تواند انجام دهد. درواقع رمز اصلی، تحریک احساسات افراد است که برای آن لازم است تا رفتاری به دور از ربات‌ها داشته باشید. در این راستا هر مکالمه نیاز به روش‌های خاص خود داشته و لازم است تا نسبت به فردی که قصد تماس با آن را دارید، از قبل اطلاعاتی را به دست آورید. در این راستا آشنایی با اصول روانشناسی و تیپ‌های مختلف شخصیتی، می‌تواند شانس موفقیت شما را افزایش دهد.

۴-تا حد امکان مختصر باشید

درواقع شما نباید از یک تماس انتظار بیش از حدی را داشته باشید. این احتمال را در نظر بگیرید که افراد ممکن است در شرایط یک مکالمه طولانی نباشند و لازم است تا زمانی برای فکر کردن را به آنها بدهید. در این راستا توصیه می‌شود که مکالمات خود را در حد ۱ دقیقه قرار داده و

به قلم: اوسمان علی کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی‌العلی

طرح‌های گرافیکی در زمینه ارتباطات دیجیتال دارای اهمیت بسیاری زیادی هستند. امروزه بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف به طور مداوم در تلاش برای طراحی جلوه‌های بصری چشم‌نواز هستند. اغلب کاربران در شبکه‌های اجتماعی نسبت به محتوای بصری واکنش بسیار خوبی نشان می‌دهند. همین امر انگیزه بازاریاب‌ها برای استفاده از جلوه‌های بصری و طرح‌های گرافیکی را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. بدون تردید طراحی برنامه و استراتژی بازاریابی در عرصه دیجیتال دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها در تلاش برای تائی گذاری بر روی مخاطب هدف نسبت به اهمیت طرح‌های گرافیکی تردید دارند. این امر اغلب به دلیل عدم مهارت کافی اعضای یک شرکت برای طراحی نمونه‌های گرافیکی صورت می‌گیرد. همچنین هزینه این حوزه نیز برای برخی از کسب و کارها غیرضروری لحاظ می‌شود. در ادامه به بررسی برخی از مزیت‌های طرح‌های گرافیکی در استراتژی بازاریابی دیجیتال خواهیم پرداخت.

۱. امکان نمایش کسب و کار به مشتریان

امروزه شمار بالایی از برندها در عرصه کسب و کار فعالیت دارند، اما اغلب‌شان مورد شناخت دقیق مشتریان قرار نمی‌گیرند. این امر یک مشکل جهانی در مورد فعالیت بازاریابی برندها محسوب می‌شود. اگر مشتریان نسبت به فعالیت یک برند در بازار اطلاع دقیق نداشته باشند، علاقه‌ای برای تعامل با آن نیز نشان نخواهند داد. برندها باید از تمام توان‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و معرفی کسب و کارشان استفاده نمایند. یکی از راهکارهای مناسب در این میان طراحی المان‌های گرافیکی برای ایجاد تمایز میان کسب و کارمان و رقباست. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما در عمل تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی وضعیت برندها در فضای آنلاین دارد. هویت هر برند بستگی به کمپین‌های بازاریابی و نحوه رفتارش در محیط کسب‌وکار دارد. برخی از برندها همیشه در حال امتحان شیوه‌های تازه برای بازاریابی و تبلیغات هستند. این امر موجب سردرگمی مخاطب هدف می‌شود. استفاده از المان‌های گرافیکی جذاب و تلاش برای تداوم در زمینه استفاده از آنها ایده بسیار مناسبی خواهد بود. امروزه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در عمل از چنین راهکارهایی استفاده می‌کنند.

به قلم: دورا نورلینگ کارشناس حوزه بازاریابی

مترجم: امیر آل‌علی

فروش از طریق تماس تلفنی یکی از شیوه‌های بسیار محبوب و کارآمد محسوب می‌شود. اگرچه بسیاری از برندها از این بخش نتایج فوق‌العاده‌ای را به دست می‌آورند، با این حال بسیاری دیگر عملکرد فاجعه‌آمیزی را داشته و این امر ممکن است باعث شود تا نسبت به موثر بودن این شیوه، دچار تردید شوند. این امر در حالی است که هر برندی با کمی تغییر در شیوه‌های خود می‌تواند نتایج متفاوتی را رقم بزند. در این راستا ابتدا قصد نداریم تا از موارد سخت صحبت کنیم. درواقع این ۶ قانون می‌تواند توسط هر برندی با حتی پایین‌ترین سطح امکانات نیز مورد استفاده قرار گیرد.

۱-از سوال کردن غافل نشوید

بیش از هر چیزی شما باید در تلاش برای ایجاد یک ارتباط دوطرفه باشید. در این راستا توصیه می‌شود که مخاطب را با موضوع درگیر نمایید که در این رابطه سوال کردن یک راهکار بسیار خوب خواهد بود. در کنار این موضوع نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که ممکن است افراد بخواهند شیوه ارتباطی متفاوتی را داشته باشند. برای مثال ممکن است آنها ترجیح دهند که این مکالمه به صورت یک تماس تصویری باشد تا امکان مشاهده محصولات نیز مهیا شود. تحت این شرایط شما باید از چنین قابلیت‌هایی برخوردار باشید. درواقع با توجه به جدید بودن این امر، بدون شک جذابیت بالایی را برای مخاطب به همراه خواهد داشت. به همین خاطر حتی می‌توانید خود شما چنین پیشنهادهایی را ارائه دهید.



سرمایه‌گذاری اپل بر روی خودروهای بدون راننده

به قلم: استفن نلیس، نوریهکو شیروزو، پاول لیبرت کارشناس و خبرنگار حوزه کسب و کار - ترجمه: علی آلی

برند اپل در تازه‌ترین اقدامش به سوی سرمایه‌گذاری بر روی خودروهای بدون راننده رفته است. هدف اصلی اپل رونمایی از نخستین محصول نهایی‌اش در این حوزه در سال ۲۰۲۴ است. با این حساب سازنده گوشی‌های محبوب آیفون به زودی وارد عرصه تولید خودروهای هوشمند نیز خواهد شد. طراحی خودروهای اپل براساس فناوری‌های تازه در زمینه شارژ خودکار باتری خواهد بود. فناوری موردنظر از مدت‌ها پیش برای آیفون در دست بررسی است.

پروژه اپل برای تولید خودروهای بدون راننده تحت عنوان «پروژه تایتان» شناخته می‌شود. این پروژه از سال ۲۰۱۴ به طور رسمی شروع شد. هدف اصلی اپل در آن زمان ارزیابی شرایط و بسترهای مناسب برای طراحی خودروهای هوشمند بود. تمرکز اصلی اپل در طول سال‌های اخیر طراحی نرم‌افزارهای مورد نیاز برای چنین خودروهایی بوده است، با این حال در طول ماه‌های اخیر مرحله تولید خودروها را نیز خودش برعهده گرفته است. اگرچه هنوز برای تعیین زمان دقیق عرضه خودروهای هوشمند اپل زود است، اما مدیران ارشد این برند قول سال ۲۰۲۴ را داده‌اند.

اپل در سال ۲۰۱۹ حدود ۱۹۰ کارمند پروژه تایتان را اخراج کرد. این خبر در ابتدا کارشناس‌ها را به سوی ارزیابی پروژه موردنظر در قالب شکست‌خورده پیش برد، با این حال در طول یک سال گذشته انگیزه اپل برای طراحی و ساخت خودروهای بدون سرنشین کم نشده است. برخی از منابع آگاه که مایل به فاش شدن نام‌شان نیستند، در مورد پروژه تایتان بر روی رقابت اپل با آلفابت و دیگر توسعه‌دهندگان خودروهای بدون سرنشین تاکید دارند.

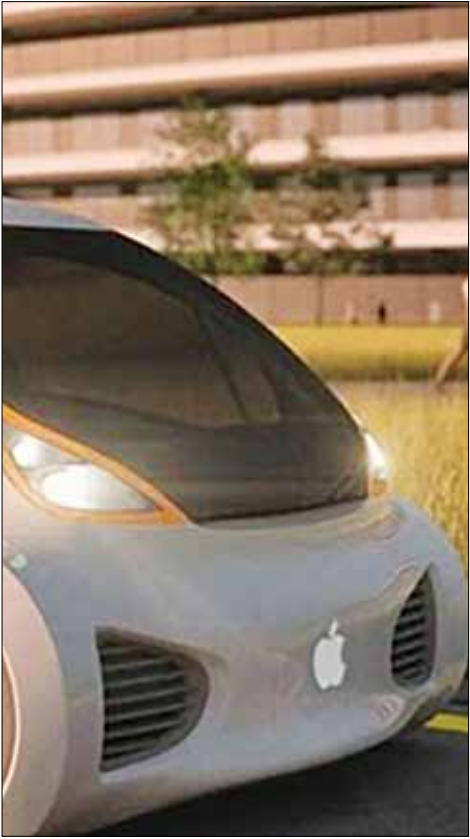
تیم توسعه و تحقیقات اپل در طول چند سال گذشته بر روی نسل جدیدی از باتری‌های هوشمند کار کرده است. مزیت اصلی نسل جدید باتری‌های اپل کاهش هزینه‌های مربوط به تولید و همچنین نگهداری شارژ به مراتب بیشتر در مقایسه با نسل کنونی است. بسیاری از کاربران محصولات هوشمند اپل به طور مداوم نسبت به ضعف باتری‌های این برند شکایت داشته‌اند. اکنون با رونمایی رسمی از پروژه تایتان و دستاوردهای آن زمان پیشبرد جسورانه نسل بعدی باتری‌ها نیز فرا رسیده است. تلاش برای طراحی خودروهای بدون راننده بیانگر اهمیت این بازار در آینده نزدیک است. این بازار جذاب حتی اپل با صدها میلیون دلار سود خاص در سال را نیز به خود جلب کرده است. اپلان ماسک یکی از کارآفرینان پیشرو در زمینه طراحی خودروهای هوشمند از مدت‌ها قبل نسبت به ارزش این بازار در آستانه ظهور اظهارنظر کرده بود. یکی از رقبای اصلی اپل در مسیر تولید خودروی هوشمند و بدون سرنشین برند تسلا و شخص اپلان ماسک است.

بی‌تردید مشاهده پروژه‌ای به جز گوشی‌های هوشمند از سوی اپل تعجب‌برانگیز است. بسیاری از مشتریان اپل در طول ماه‌های اخیر گمانه‌زنی‌ها در این رابطه را باور نکرده‌اند. بدون شک اکنون اغلب مشتریان اپل غافلگیری شدید را تجربه می‌کنند.

بی‌تردید اپل در زمینه تولید خودروهای هوشمندش نیاز به خط تولید مجهزی خواهد داشت. ادعای منابع آگاه در مورد نحوه تولید خودروهای اپل متفاوت است. یکی از دلایل این امر طی مراحل اولیه پروژه تایتان برای عملیاتی شدن است. بر این اساس هنوز تصمیم قطعی در مورد ایجاد خط تولید انحصاری اپل یا همکاری با یک خوروساز گرفته نشده است.

استراتژی اپل در زمینه تولید خودروهای بدون راننده هرچه باشد، بیانگر عصر تازه‌ای در زمینه فعالیت این برند است. بازار خودروهای بدون راننده به اندازه‌ای سودآور و جذاب است که حتی بزرگترین برند حوزه تولید گوشی‌های هوشمند را نیز به خود جلب کرده است.

منبع: reuters.com



چگونه مانند حرفه‌ای‌ها سخنرانی کنیم؟

مشابه نویسنده‌ها مواجه می‌شوند. این امر موجب ناتوانی برای ادامه بحث با دقت و تمرکز کافی خواهد شد. به هر حال هیچ‌کس توانایی حفظ خونسردی در هنگام ترک سالن از سوی مخاطب هدف را ندارد.

ویژگی اصلی داستان‌های موفق امکان همراه ساختن مداوم مخاطب هدف است. این امر با بیان نکات جذاب و ایجاد اندکی هیجان در فرآیند خطی داستان صورت می‌گیرد بنابراین در مورد سخنرانی نیز باید از همین ایده پیروی کرد. در غیر این صورت کسب و کارها شانس کمی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت. بیان برخی از نکات جذاب و خراج از محور کلی بحث برای افزایش انگیزه و هیجان در مخاطب هدف ضروری خواهد بود. اگر یک سخنرانی پس از چند دقیقه نخست قابل پیش‌بینی دقیق باشد، دیگر جذابیتی برای مخاطب هدف نخواهد داشت بنابراین باید دست‌کم اندکی از عناصر غافلگیرکننده سود ببریم.

۴. بیان داستان در ۳ بخش

اغلب سخنرانی‌ها فرآیند مشابهی را دنبال می‌کنند. این فرآیند شامل موارد ذیل است:

- معرفی کسب و کار و جایگاه سخنران
- بیان حوزه تخصصی فعالیت شرکت



- بیان تفاوت ایده یا محصول شرکت با نمونه‌های مشابه
 - بیان چرایی خرید محصول یا سروس موردنظر از سوی مشتریان
- اغلب سخنرانی‌های بزرگ و متن‌های حرفه‌ای در قالبی ۳ بخشی طراحی می‌شود. این امر در مورد داستان‌نویسی مدرن نیز صحت دارد. بر این اساس باید ۳ بخش شامل شروع، بیان مطلب و جمع‌بندی را مدنظر قرار داد. برخی از سخنرانی‌ها فقط شامل بیان مطلب هستند. این امر موجب ورود ناگهانی مخاطب هدف به موضوع بحث و سپس خروج ناگهانی‌تر می‌شود. بسیاری از کارآفرینان در عمل تمایلی برای بیان مقدمه یا جمع‌بندی در پایان کار ندارند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. اگر مخاطب هدف هر کدام از بخش‌های مذکور را متوجه نشود، برداشت صحیحی از سخنرانی نخواهد داشت.

امروزه بسیاری از مردم نسبت به سخنرانی‌ها در عرصه کسب و کار نگاه منفی دارند. دلیل این امر اغلب در ارتباط با تجربه‌های نامناسب گذشته تحلیل می‌شود. بنابراین اگر یک کسب و کار در تلاش برای ایجاد تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است، باید مهارت‌های بیان داستان از سوی سخنران‌ها را تقویت نماید. این امر در دامنه وظایف مدیران ارشد شرکت قرار خواهد داشت.

۵. خاص بودن همیشه هدف نهایی نیست

سخنران‌ها اغلب در تلاش برای بیان نکات و پیام‌شان در قالب‌های خاص هستند. اگرچه این امر جذابیت‌های بسیار زیادی برای مخاطب هدف دارد، اما در عمل برای پیشبرد طرح سخنرانی کافی نیست. بسیاری از کارآفرینان در طول زمان نیاز به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف، به جای بیان متفاوت مسئله، دارند. بسیاری از داستان‌های مشهور و زیبا در سراسر دنیا دارای قالب‌های متفاوت نیستند. نکته مهم چپنش درست اجزای اصلی داستان و تلاش برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. اگر این امر مورد توجه نویسنده یا سخنران قرار گیرد، دیگر نیازی به دستکاری بیش از اندازه ساختار کلی نیست.

امروزه بیشتر از شیوه چپنش متفاوت نکات در سخنرانی ماهیت ایده‌ها نظر مخاطب هدف را جلب می‌کند. این امر در عمل باید برای مخاطب هدف همراه با جذابیت زیادی باشد. ایراد کار اغلب ناشی از ناتوانی هر سخنران برای بیان درست و به موقع مطلب است. اگر در طول سخنرانی یک نکته را فراموش کنید، دیگر شانس برای بازگشت به عقب نخواهید داشت. بسیاری از سخنران‌ها با ایجاد ساختار بیان نکات به صورت متفاوت در عمل برخی از پیام‌های اصلی را فراموش می‌کنند. اگر در میانه کار قصد بازگشت به عقب را نداشته باشید، شانس بسیار اندکی برای تاثیرگذاری و جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت. شاید هم رشته کلی کلام از دست‌مان در برود. در این صورت دیگر مخاطب کمترین توجهی به سخنرانی ما نخواهد داشت.

۶. نیازی به حفظ کلمه به کلمه سخنرانی نیست

تلاش برای حفظ تمام بخش‌های سخنرانی یکی از عادت‌های قدیمی در میان کارآفرینان محسوب می‌شود. این امر مشکلات بسیار زیادی برای سخنران‌ها به همراه می‌آورد. بدون تردید حفظ دقیق یک متن به صورت کلمه به کلمه دشواری‌های زیادی دارد. این امر اغلب اوقات موجب ناتوانی کارآفرینان برای بیان درست مطلب در برابر جمعیت می‌شود. اگر سخنران‌ها به جای حفظ کلمه به کلمه متن در تلاش برای فهم ایده‌ها و محورهای اصلی باشند، نتیجه نهایی بسیار بهتر خواهد شد.

مخاطب هدف آگاهی نسبت به متن از پیش تعیین شده سخنرانی‌ها ندارد. بنابراین اگر اندکی تفاوت در بیان شما وجود داشته باشد، جای تعجب نخواهد بود. این امر خاصیت ذهن انسان است بنابراین نباید در مواجهه با آن دچار فشار روحی شوید. مهمترین مسئله در این میان بیان نکات به صورت دقیق است. اگر این امر موجب توجه کارآفرینان قرار داشته باشد، فرآیند بیان مطلب به شدت ساده خواهد شد.

۷. سخنرانی از عمق وجودمان

بسیاری از سخنرانی‌ها فاقد شور و هیجان کافی است. گویی کارآفرین

موردنظر به اجبار پشت میکروفون قرار دارد. این امر انگیزه مخاطب هدف برای توجه به نکات و پیام‌های اصلی یک سخنرانی را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. مفهوم سخنرانی از عمق وجود به تلاش برای ایجاد اندکی اعتماد به نفس در سخنران و همچنین بیان نکات به صورت جذاب است. اگر در فرآیند بیان نکات از زبان بدن یا دیگر ترکیب‌های چهره برای تاثیرگذاری مناسب استفاده نکنیم، در عمل شانس کمی برای تاثیرگذاری عمیق بر روی مخاطب هدف خواهیم داشت.

امروزه بسیاری از سخنران‌ها برای بیان مطالب بارها و بارها تمرین می‌کنند. سخنرانی برای کارمندان شرکت شروع مناسبی برای غلبه بر ترس از جمعیت است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کارآفرینان دارد. اگر بدون تمرین قبلی در سالن مراسم حاضر شویم، شاید ترس از جمعیت در عمل توان بیان حتی یک کلمه را نیز از ما سلب کند. در این صورت شاید یک فاجعه تمام عیار در زمینه بیان سخنرانی پدید آید.

۸. استفاده از تصاویر جذاب

استفاده از جلوه‌های بصری برای بیان سخنرانی دارای اهمیت است. برخی از نکات در قالب تصویر امکان انتقال بسیار بهتری دارد. این امر در مورد اغلب سخنرانی‌ها صحت دارد. اگر یک سخنرانی در مورد موضوعی انتزاعی باشد، استفاده از تصاویر ضروری خواهد بود. یکی از مثال‌های مناسب در این میان مربوط به تلاش برای بیان نکات تخصصی در عرصه کسب و کار است. بدون تردید مخاطب هدف آگاهی از نکات تخصصی عرصه کسب و کار یک برند ندارد. بنابراین سخنران باید مفاهیم تخصصی را به زبانی ساده تبدیل نماید. در غیر این صورت شانس کمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند.

همه ما نسبت به سطح تاثیرگذاری تصاویر آگاهی داریم. گاهی اوقات یک تصویر به اندازه هزاران کلمه تاثیرگذاری دارد بنابراین باید در فرآیند بیان نکات در سخنرانی نسبت به تاثیرگذاری تصاویر نیز دقت نماییم. نمایش فیلم در فرآیند سخنرانی امر رایجی نیست، با این حال هیچ محدودیتی پیش روی سخنران‌ها وجود ندارد. اگر در میانه بحث قصد نمایش یک ویدئو را دارید، باید آن را در قالبی کوتاه تهیه کنید. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت.

استفاده از توصیه عکاس‌های حرفه‌ای برای طراحی هرچه بهتر تصاویر یکی از نکات ضروری خواهد بود. بدون تردید کارآفرینان و سخنران‌ها دارای مهارت تخصصی در زمینه ثبت یا ویرایش عکس نیستند بنابراین شاید در فرآیند اجرای سخنرانی با مشکل نمایش تصاویر بی کیفیت مواجه شوند.

۹. تاکید بر روی نکات مهم

هر سخنرانی دارای برخی از نکات مهم است. این نکات از هر سخنرانی به سخنرانی دیگر متفاوت است. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای بیان مسائل به صورت جذاب و تاثیرگذار است. اگر نقاط حساس سخنرانی بدون تسلط کافی بیان شود، کمترین تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ایجاد نخواهد شد. بسیاری از اوقات سخنران‌ها نکات کلیدی را در پایان بحث بیان می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی از نظر نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و ساماندهی سخنرانی به همراه خواهد داشت.

تعیین نکات اصلی پیش از بیان مطالب دارای اهمیت بالایی است. اگر این امر مدنظر مخاطب هدف قرار نداشته باشد، در نهایت با مشکلات بسیار زیادی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه خواهیم شد. ریزش مخاطب در صورت بیان نکات اساسی در پایان بحث امری طبیعی خواهد بود. بسیاری از کاربران حوصله گوش دادن به سخنرانی‌ها به صورت طولانی مدت را ندارند. بنابراین در صورت عدم شنیدن نکات کلیدی در طول بحث نسبت به گوش دادن تا پایان کار بی‌انگیزه خواهند شد. استیو جابز همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شیوه خاص خود را داشت. این شیوه شامل بیان نکات کلیدی در هر بخش از سخنرانی بود. نتیجه این امر جذب مخاطب هدف به بحث بود. استیو جابز همیشه مخاطب هدف را تا پایان سخنرانی در کنار خود داشت. این امر کمک بسیار زیادی به کارآفرینان برای بیان هرچه بهتر مطلب می‌کند. همچنین اعتماد به نفس قابل ملاحظه‌ای نیز در سخنران ایجاد می‌کند.

۱۰. اختصاص زمان برای تمرین متن

تمرین متن سخنرانی دارای اهمیت بسیار زیادی است. شاید در این راستا باید به یک مرحله قبل‌تر نیز اشاره کرد. امروزه بسیاری از توصیه‌های سخنرانی در سایت‌ها وجود دارد. یادگیری نکات موردنظر برای بهبود کیفیت سخنرانی کافی نیست. افراد در عمل نیاز به تمرین برای سخنرانی بهتر نیز دارند. ایده‌های مربوط به نحوه سخنرانی همیشه در سایت‌ها و دوره‌های آموزشی تکرار می‌شود. بیان سخنران در تلاش برای بهبود کیفیت ارائه مطالبش است، باید در عمل نیز تکنیک‌های موردنظر را رعایت نماید. تمرین مداوم همیشه نتیجه‌بخش است.

برخی از سخنران‌ها برای بیان متن سخنرانی زمان مناسب را در نظر نمی‌گیرند. اگر کارآفرینان در مسیر رسیدن به سالن همایش اقدام به تمرین متن نماید، به احتمال فراوان بخشی از ایده‌ها و نکات را در طول سخنرانی فراموش خواهند کرد. بیان درست مطالب باید از مدت‌های قبل مدنظر سخنران‌ها قرار گیرد. تمرین و تکرار مداوم رمز موفقیت در عرصه کسب و کار است.

اگر شما در زمینه تمرین و تکرار یک مهارت بیش از اندازه بی‌نظم هستید، باید یک برنامه دقیق و قاعده‌مند را در پیش گیرید. این برنامه شامل اختصاص زمان، هرچند کوتاه، برای تمرین در طول روز است. اگر این نکته مورد بی‌توجهی قرار گیرد، شانس کمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند. امروزه بسیاری از سخنران‌های حرفه‌ای ساعت‌های طولانی برای تمرین مهارت‌های تازه وقت می‌گذارند. اگر شما به اندازه کافی تمرین سخنرانی نمی‌کنید، نباید انتظار تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را داشته باشید.

۱۱. استفاده از زبان محاوره‌ای

سخنرانی با لحن بیش از اندازه رسمی ایده جذابی نیست. مخاطب هدف علاقه‌ای به شنیدن سخنرانی‌های رسمی و غالباً بی‌روح ندارد بنابراین با استفاده از زبان محاوره‌ای وضعیت تعامل و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اندکی بهبود خواهد یافت. هنگامی که استیو جابز در تلاش برای معرفی آیفپد به مخاطب هدف بود، بسیاری از مخاطب‌ها به سادگی با وی همراه می‌شدند. دلیل این امر لحن ساده و خودمانی استیو جابز بود.

مسئله اساسی در زمینه استفاده از لحن مناسب مربوط به ایجاد تمایز میان صمیمیت و بی‌ادبی است. سخنرانی ما باید در تمام بخش‌ها همراه با احترام باشد.

منبع: bloghubspot.com

اخبار

عادی انگاری در مورد ویروس کرونا نباید داشته باشیم

نگران جهش ویروس صورت گرفته در انگلیس هستیم



خصوص جهش ویروس در انگلیس است که منتظر نظر رسمی وزارت بهداشت هستیم. طرح شهید سلیمانی در قم به خوبی در حال انجام است و در این طرح ما به دنبال ویروس میرویم و نگاهتگاه با ۵۰ تخت برای افرادی که نمی توانند در منازل قرنطینه شوند، آماده است.

از ابتدای سال جاری تا پایان آذرماه

بیش از ۸ میلیارد کیلووات ساعت انرژی در نیروگاه شهید رجایی تولید شد

قزوین - **خبرنگار فرصت امروز:** بیش از ۸ میلیارد کیلو وات ساعت انرژی الکتریکی خالص در ۹ ماهه امسال از سوی واحدهای سیزده گانه نیروگاه شهید رجایی، تولید و به شبکه سراسری تحویل شد.به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، جواد دوستی معاون مهندسی و برنامه ریزی با اشاره به میزان تولید برق واحدهای نیروگاه در ۹ ماهه سال ۹۹ گفت: از ابتدای فروردین امسال تا پایان آذرماه، ۸ میلیارد و ۷۰۶ میلیون و ۴۶۲ هزار کیلووات ساعت انرژی الکتریکی خالص در واحدهای سیزده گانه نیروگاه، تولید و به شبکه سراسری تحویل شده است. دوستی افزود: از این میزان انرژی، ۴ میلیارد و ۱۲۰ میلیون و ۴۹۳ هزار کیلووات ساعت در واحدهای نیروگاه سیکل ترکیبی و ۴ میلیارد و ۵۸۵ میلیون و ۹۶۹ هزار کیلووات ساعت در واحدهای نیروگاه بخار تولید شده است. معاون مهندسی و برنامه ریزی بیان داشت: در بازه زمانی ۹ ماهه امسال، از این میزان انرژی، ۵۵،۲ درصد، سهم تولید واحدهای بخاری و ۴۴،۸ درصد هم سهم تولید واحدهای سیکل ترکیبی بوده است. معاونت مهندسی و برنامه ریزی نیروگاه، هرساله با پایان فصل گرما و در پی آن، کاهش تقاضای مصرف برق در کشور، اقدام به تدوین برنامه تعمیرات واحدهای سیزده گانه می نماید. برنامه های تعمیرات واحدها که برای کسب آمادگی تولید برق پایدار در طول سال، به ویژه فصل بر مصرف تابستان عملیاتی می شود، از ابتدای مهر هرسال، آغاز و تا پایان اردیبهشت سال بعد از آن ادامه می یابد. نیروگاه شهید رجایی با دارا بودن ۱۳ واحد بخاری و سیکل ترکیبی، از آمادگی بالا برای تولید برق پایدار و مطمئن در پیک تابستان امسال برخوردار است.

تقدیر وزیر نیرو از مدیرعامل و کارکنان شرکت توزیع برق گیلان

رشت - **خبرنگار فرصت امروز:** دکتر رضا اردکانیان وزیر نیرو با ارسال لوح تقدیری از مدیرعامل و کارکنان توزیع برق گیلان تشکر و قدر دانی بعمل آورد. این تقدیر نامه در راستای مشارکت و تلاش های دکتر هنرمند مدیرعامل و کارکنان شرکت توزیع برق گیلان، در راستای تحقق اهداف پوشش "هر هفته _الف _ب _ایران" در نیمه دوم سال ۱۳۹۸ و نظر به استسمرار این حرکت شتابان و پر برکت در سال ۱۳۹۹ صادر شده است. این لوح تقدیر توسط دکتر ارسلان زارع استاندار

گیلان به نیابت از وزیر نیرو در حاشیه افتتاح پروژه های هفته سی و سوم پوشش هر هفته الف ب ایران که در استان گیلان به اجرا درآمد، به دکتر هنرمند مدیرعامل توزیع برق گیلان اهداء شد.

پاداش مشترکینی که در کاهش مصرف برق تابستان ۹۹ خوزستان همکاری داشته اند پرداخت شد

اهواز - **شبنم قجاولند:** مدیر دفتر خدمات مشترکین و وصول درآمد شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: به مشترکینی که در کاهش مصرف برق در پیک بار تابستان ۹۹ با این شرکت همکاری کرده بودند، ۳۹۲ میلیارد ریال پاداش پرداخت شد. کیومرث زمانی بیان کرد: ۱۶ مشترک برق منطقه ای خوزستان در برنامه های پاسخگویی بار تابستان ۱۳۹۹ که منجر به عبور موفق آمیز از پیک بار تابستان گرم و طاقت فرسا شده بود، همکاری داشته اند که به ۱۳ مشترک صنعتی پاداش همکاری بر اساس دستورالعمل ها پرداخت شد. وی با بیان اینکه میزان پاداش همکاری پرداخت شده به مشترکین این شرکت نسبت به سال قبل ۵۰ درصد رشد داشته است، افزود: برای برخی از این مشترکین پاداش پرداخت شده به نحوی بوده که علاوه بر تسویه کامل مبالغ صورتحساب برق مصرفی دوره مهرماه مشترک، مابقی پاداش در دوره های بعدی اعمال می گردد. مدیر دفتر خدمات مشترکین و وصول درآمد شرکت برق منطقه ای خوزستان ادامه داد: بر این اساس برخی از مشترکین همکار در نیمه دوم سال، چندین ماه با هزینه رایگان برق مصرفی، تولید محصول خواهندکرد. زمانی تصریح کرد: مشترکینی که در سال جاری حاضر به امضای توافق نامه همکاری در پیک بار سال ۹۹ شده بودند نسبت به سال قبل از آن، از نظر تعداد ۱۰۰ درصد و از نظر دیدماند، ۱۶۰ درصد رشد داشته است. وی با قدردانی از همکاری های انجام شده ا سوی مشترکین در این طرح، تاکید کرد: برای تابستان ۱۴۰۰ نیز از این مشترکین و سایر مشترکین شرکت تقاضا می کنیم که همکاری لازم در جهت کاهش بار خود به منظور عبور موفقیت آمیز از پیک بار داشته باشند.

بر اساس دستورالعمل ها پرداخت شد. وی با بیان اینکه میزان پاداش همکاری پرداخت شده به مشترکین این شرکت نسبت به سال قبل ۵۰ درصد رشد داشته است، افزود: برای برخی از این مشترکین پاداش پرداخت شده به نحوی بوده که علاوه بر تسویه کامل مبالغ صورتحساب برق مصرفی دوره مهرماه مشترک، مابقی پاداش در دوره های بعدی اعمال می گردد. مدیر دفتر خدمات مشترکین و وصول درآمد شرکت برق منطقه ای خوزستان ادامه داد: بر این اساس برخی از مشترکین همکار در نیمه دوم سال، چندین ماه با هزینه رایگان برق مصرفی، تولید محصول خواهندکرد. زمانی تصریح کرد: مشترکینی که در سال جاری حاضر به امضای توافق نامه همکاری در پیک بار سال ۹۹ شده بودند نسبت به سال قبل از آن، از نظر تعداد ۱۰۰ درصد و از نظر دیدماند، ۱۶۰ درصد رشد داشته است. وی با قدردانی از همکاری های انجام شده ا سوی مشترکین در این طرح، تاکید کرد: برای تابستان ۱۴۰۰ نیز از این مشترکین و سایر مشترکین شرکت تقاضا می کنیم که همکاری لازم در جهت کاهش بار خود به منظور عبور موفقیت آمیز از پیک بار داشته باشند.

تقدیر وزیر نیرو از دکتر یخکشی به واسطه تحقق اهداف پوشش ##هر هفته الف –ب ایران

ساری -**دهقان:** رضا اردکانیان وزیر نیرو با اهدای لوح تقدیری به دکتر محمدپاراهیم یخکشی مدیرعامل و رئیس هیأت مدیره شرکت آب منطقه ای مازندران به واسطه نقش آفرینی موثر در تحقق اهداف پوشش ##هر هفته الف-ب ایران در نیمه دوم سال ۹۸ و نظر به استمرار این حرکت پربرکت در سال ۹۹ از مشارکت و نقش ارزشمند ایشان در این پوشش قدردانی نمود. همچنین ایشان با اهدای لوح تقدیری به سایر مدیران صنعت آب و برق استان مازندران نیز از تلاش های انجام شده در جهت پیشبرد این پوشش تجلیل نمودند.

نشت یابی بیش از ۱۳۵۶۷ کیلومتر از خطوط گازرسانی استان بوشهر

بوشهر - **خبرنگار فرصت امروز:** "رئیس بازرسی فنی شرکت گاز استان بوشهر از نشت یابی ۱۳۵۶۷ کیلومتر از خطوط گازرسانی این استان در ۹ ماه سال جاری خبر داد." به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر، مهندس رضوان گفت: با توجه به گسترده گی شبکه گازرسانی در استان و اهمیت کنترول این شبکه به منظور جلوگیری از وقوع نشتی و اتلاف سسرمایه حیاتی گاز ، نشت یابی خطوط لوله از اهمیت بالایی برخوردار است. رئیس بازرسی فنی شرکت گاز استان بوشهر گفت: در سال ۹۹ اقدامات قابل قبولی در بحث نشت یابی انجام داده ایم که به روز رسانی سامانه جهت پایش کیلومتر و بررسی عملکرد نشت یاب ها و همچنین حذف گزارشات کاغذی و دستی و امکان پیگیری ها به صورت نرم افزاری از جمله مهمترین اقدامات می باشند. وی گفت: با هدف کاهش گاز های هدر رفته، جلوگیری از بروز حادثه جانی و مالی ناشی از نشت گاز در استان، نشت یابی های زمینی و هوایی به صورت مستمر در حال انجام می باشند. رضوان گفت: از ابتدای سال جاری تا کنون قریب به ۱۷۰۰۰ مورد از نشتی های زمینی و هوایی و نشت یابی ایستگاه های (CGS و TBS,MS,MRS,CGS-TBS) شناسایی و اقدام به رفع آنها شده است. وی در ادامه بیان داشت: عوامل متعددی از قبیل خوردگی های خارجی و داخلی ، تغییر بستر خاک ، حوادث غیر مترقبه و ... اغلب منجر به ایجاد نشتی های جزئی با وسع در خطوط لوله می گردد که این امر لزوم بازرسی های مستمر و نشت یابی این خطوط را ضروری می سازد. وی در ادامه تصریح کرد: به دلیل حساسیت موضوع نشت یابی خطوط تغذیه و شبکه توزیع گاز هر سال برنامه ریزی مدونی تدوین می شود و برای سال ۱۴۰۰ هم با هدف کاهش زمان در جهت رفع نشتی ها قسمت دوم سامانه نشت یابی را به بهره برداری خواهیم رساند. وی گفت: راه اندازی قسمت دوم سامانه نشت یابی که مربوط به بهره برداری می باشد را در دستور کار خود قرار داده ایم تا با راه اندازی این سامانه این امکان را بوجود آورده که با کشف نشتی همزمان به تعمیر کنندگان مربوط اعلام شده و نشتی به صورت آنلاین روی موبایل تعمیر کنندگان ارسال گردد.

روند اجرای طرحهای گازرسانی شهرستان مینودشت و نگین شهر

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز:** سرپرست شرکت گازاستان گلستان وهیئت همراه روند اجرای پروژه های گازرسانی شهرستان مینودشت و نگین شهر را مورد بازدید قرار دادند.مهندس علی طالبی به منظور بازدید از اجرای عملیات گازرسانی به برخی از پروژه های شهرستان مینودشت ونگین شهر از نزدیک روند پیشرفت این پروژه ها را بررسی کرد. در بازدیدهای انجام شده سرپرست شرکت گازاستان گلستان با حضور در شهرستان مینودشت از شبکه گازعبوری از رودخانه الفجر که در زمان سیل استان آسیب دیده بود وهمچنین روند اجرای پروژه تغییر مسیر خط گاز منطقه ده ناعلاج مینودشت بازدید کرده و رهنمودهای لازم در خصوص تسریع در اجرای این طرح ها ارائه نمودند. در ادامه نیز مهندس طالبی از روند اجرای شبکه گازعبوری از بستر رودخانه ازمحل احداث پل جدید روستای حاجی نبی نگین شهر که بر اثرسیل سال ۹۸ و ۹۹ تخریب شده بازدید بعمل آورد و ضمن ارزیابی نحوه انجام کار، دستورات لازم نیز صادر کردند.

تقدیر وزیر نیرو از دست اندر کاران اجرای «پوشش هر هفته _الف _ب _ایران»



بوده و هست و وزارت نیرو به عنوان یک هماهنگ کننده و سختگو ایفا ی نقش میکند . در ادامه این جلسه ازدست اندر کاران پوشش هر هفته _الف _ب_ایران از جمله مهندس یوسف عرفانی نسب مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی بواسطه نقش آفرینی موثر در تحقق اهداف این پوشش با اهداء لوح سپاس و تندیس قدردانی شد. در این جلسه که در استان مرکزی در محل استانداری و با حضور معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری در محل استانداری مرکزی بر گزار شد، مهندس فرخی معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری گفت:

توسط وزیر نیرو:

از دست اندرکاران و فعالان پوشش هر هفته _الف _ب _ایران قدردانی شد



مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان و دیگر مدیران عامل حاضر در جلسه اهداء کرد. در بخشی از لوح تقدیر اهدایی رضا

اهواز – **شبنم قجاولند:** وزیر نیرو از دست اندرکاران و فعالان پوشش ##هر هفته _الف _ب_ایران در سطح کشور به صورت همزمان

از طریق ویدئو کنفرانس تجلیل و قدردانی کرد. مراسم تقدیر از دست اندر کاران پوشش ##هر هفته _الف _ب_ایران در خوزستان

در سالن جلسات استانداری با حضور استاندار خوزستان، معاون عمرانی، مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان و مدیران سایر سازمان ها و شرکت های فعال در این پوشش در استان برگزار شد. در ابتدای این جلسه وزیر نیرو از استانداران، مدیران عامل و کارکنان شرکت های دخیل در برگزاری این پوشش قدردانی و بر استسمرار این راه و تأمین آب و برق شهروندان تأکید کرد. در ادامه استاندار خوزستان به نیابت از وزیر نیرو، تندیس و لوح تقدیر را به

آذربایجان شرقی - **فلاح:** معاون توسعه و بهره‌برداری فاضلاب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گفت: ۲۰۰ میلیارد تومان برای اجرای مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تبریز هزینه شده است که ارزش آن در زمان فعلی بیش از ۶۰۰ میلیارد تومان است. عباسی، با بیان اینکه مدول دوم این تصفیه خانه در زمینی به وسعت ۳۵ هکتار در منطقه قراملک اجرا می شود، افزود: در صورت تخصیص ۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار فاز مایع آن در خرداد ماه سال آینده به بهره برداری می رسد. وی با اشاره به اینکه فاز اول تصفیه خانه تبریز ۶۰۰ هزار نفر را پوشش می دهد، اظهار داشت: فاز دوم این تصفیه خانه نیز یک میلیون نفر از جمعیت این کلاتشهر را پوشش خواهد داد. معاون توسعه و بهره‌برداری فاضلاب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گفت: با بهره برداری از این تصفیه خانه شاخص های زیست محیطی استان تا ۸۰ درصد ارتقا می یابد.



اعمال محدودیت مصرف و یا قطع گاز، روند تولید آنها دچار اختلال نگردد. وی در خصوص مکاتبات بعمل آمده با اداره کل راهداری استان برای باز ملدن راه های دسترسی به ایستگاه های تقلیل فشار گاز در زمان بارش برف اظهار داشت: علیرغم سرمای شدید هوا، تنها سه نیروگاه و یکی از کارخانه های سیمان در استان شامل محدودیت مصرف می باشند و گازرسانی به سایر صنایع و بخش های تجاری بدون محدودیت در حال انجام است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در همین راستا افزود: بنا به مصوبه استانداری گیلان، تمامی صنایع استان موظف به داشتن سسخت دوم هستند تا در صورت

با تصمیم تعدادی از اعضا شورای اسلامی شهر تبریز؛

طرح تحقیق و تفحص از عملکرد سازمان قطار شهری تبریز کلید خورد

با سلام و احترام، با عنایت به سوالی که از عملکرد سازمان قطار شهری بعمل آمد پاسخگویی مدیر سازمان قطار شهری آنطور که باید و شاید قانع کننده به نظر نمی رسد. لذا تعدادی از اعضا شورای اسلامی شهر تبریز بر حسب ماده ۲۴ آیین کار شورای اسلامی شهر تبریز مصوب پنجم آذرماه سالل ۹۶ در خواست تحقیق و تفحص داریم. خواهشمند است دستور فرمایید بر اساس مقررات اقدامات لازم قانونی بعمل آید.

تاکید سرپرست شرکت گاز استان گلستان :

هم استانیهای محترم در مصرف گاز صرفه جویی کنند

نماید ر پوشیدن لباس های گرم زمستانه ، تنظیم دمای محیط با پیچ تنظیم بخاری، کم کردن حداقل یک درجه از دمای محیط، نصب پرده های ضخیم و بلند، مسدود کردن روزنه های ورود هوای سرد با در نظر گرفتن هوای مورد نیاز برای سوخت وسایل گازسوز، تنظیم دمای اتاق درحد استاندارد بین ۱۸ تا ۲۱ سانتیگراد و خاموش کردن وسایل گرمایشی در هنگام خروج از محل کار عنوان نمود. طالبی تصریح کرد: از موارد دیگری که در زمینه صرفه جویی مصرف گاز بسیار موثر است کم کردن درجه موتورخانه ها و آبگرمکن های مخزنی، تنظیم درجه حرارت ۵۰ درجه ای برای منازلی که از سیستم گرمایشی مرکزی استفاده می کنند، بستن شیر شوفاژ اتاق هایی که

پوشش ##هر هفته _الف _ب_ایران وزارت نیرو الگویی موفق برای ارائه دستوردهای دولت است. وی با بیان اشاره به اینکه کشور از لحاظ تحریم های ظالمانه دشمن به ویژه از بعد اقتصادی ،شرایط سختی را تحمل می کندافزود: مجموعه وزارت نیرو در استان مرکزی با تلاش ،همدلی ،هماهنگی و انسجام با تمام شرایط حاکم بر کشور نقش مهمی در خنثی کردن توطئه ها علیه کشور ایفا کرده است. معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری مرکزی نگه داشتن شبکه توزیع آب و برق و جلب رضایت مشترکین را امری دشوار عنوان کرد و افزود: پوشش ##هر هفته _الف _ب_ایران می تواند با یک برنامه ریزی منسجم به عنوان الگویی موفق برای سایر دستگاه های اجرایی جهت ارائه دستوردهای دولت تبدیل شده و امید را به مردم تزریق کند. فرخی ضمن قدرانی از مجموعه خدم و بزرگ وزارت نیرو گفت: رسانه ها نیز نقش مهمی در اطلاع رسانی طرح های وزارت نیرو برای عبور از پیک فرهنگ سازی وپیشبرد اهداف عالیه دولت دارند. همچنین دراین مراسم از کتاب "دلگرمی ها و همراهی ها" رونمایی و از دست اندرکاران تالیف این کتاب که با مشارکت ۱۳ استان کشور(از جمله استان مرکزی) تهیه شده و استانداران این استانها قدردانی شد.

اردکانیان وزیر نیرو به محمود دشت بزرگ مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان اهد است: بواسطه نقش آفرینی موثر جنابعالی در تحقق اهداف پوشش "##هر هفته _الف _ب_ایران" در نیمه دوم سال ۹۸ و نظر به استسمرار این حرکت شتابان و پربرکت در سال ۱۳۹۹، از مشارکت و نقش ارزشمندتان در این پوشش قدردانی می نماید. رونمایی از کتاب "دلگرمی ها و همراهی ها" که به موضوع پوشش ##هر هفته _الف _ب_ایران می پردازد یکی دیگر از محورهای برنامه امروز بوده است. بر اساس این گزارش، از بهمن سال گذشته تاکنون پروژه های شرکت برق منطقه ای خوزستان در سه پوشش ##هر هفته _الف _ب_ایران، به صورت رسمی با حضور مقامات ارشد کشوری افتتاح و مورد بهره برداری قرار گرفته است.

در صورت تخصیص ۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار و تا خرداد ۱۴۰۰؛

فاز مایع مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تبریز به بهره برداری می رسد

و یادآوری کرد: فاضلاب مشترکان از طریق شبکه فاضلاب جمع آوری و به ۱۱ تصفیه خانه استان منتقل می شود. معاون توسعه و بهره‌برداری فاضلاب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با اشاره به اینکه میانگین جمعیت تحت پوشش فاضلاب شهری کشور ۵۰ درصد است، گفت: درصد برخورداری جمعیت شهری استان در این زمینه ۱۸ درصد از میانگین کشوری بالاتر است. وی، افزود: در روستاها ۷ هزار و ۳۰۰ نفر در قالب یک هزار و ۵۰۰ مشترک در ۳ روستا زیر پوشش شبکه فاضلاب استان قرار دارد که این تعداد یک درصد از جمعیت استان را شامل می شود. مدول دوم تصفیه خانه تبریز در کنار مدول اول در شمالغرب این شهر ایجاد و با بهره برداری از این طرح امکان انتقال ۱۲۰ میلیون مترمکعب فاضلاب تصفیه شده شهر تبریز توسط ۲ مدول به درازپاچه ارومیه ممکن می شود.

معاون توسعه و بهره‌برداری فاضلاب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با اشاره به اینکه میانگین جمعیت تحت پوشش فاضلاب شهری کشور ۵۰ درصد است، گفت: درصد برخورداری جمعیت شهری استان در این زمینه ۱۸ درصد از میانگین کشوری بالاتر است. وی، افزود: در روستاها ۷ هزار و ۳۰۰ نفر در قالب یک هزار و ۵۰۰ مشترک در ۳ روستا زیر پوشش شبکه فاضلاب استان قرار دارد که این تعداد یک درصد از جمعیت استان را شامل می شود. مدول دوم تصفیه خانه تبریز در کنار مدول اول در شمالغرب این شهر ایجاد و با بهره برداری از این طرح امکان انتقال ۱۲۰ میلیون مترمکعب فاضلاب تصفیه شده شهر تبریز توسط ۲ مدول به درازپاچه ارومیه ممکن می شود.

معاون توسعه و بهره‌برداری فاضلاب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با اشاره به اینکه میانگین جمعیت تحت پوشش فاضلاب شهری کشور ۵۰ درصد است، گفت: درصد برخورداری جمعیت شهری استان در این زمینه ۱۸ درصد از میانگین کشوری بالاتر است. وی، افزود: در روستاها ۷ هزار و ۳۰۰ نفر در قالب یک هزار و ۵۰۰ مشترک در ۳ روستا زیر پوشش شبکه فاضلاب استان قرار دارد که این تعداد یک درصد از جمعیت استان را شامل می شود. مدول دوم تصفیه خانه تبریز در کنار مدول اول در شمالغرب این شهر ایجاد و با بهره برداری از این طرح امکان انتقال ۱۲۰ میلیون مترمکعب فاضلاب تصفیه شده شهر تبریز توسط ۲ مدول به درازپاچه ارومیه ممکن می شود.

شرکت گاز استان گیلان با آمادگی کامل به سراغ زمستان می رود

بسیج در زمینه مدیریت بحران در استان گفت: باید همانند سال های گذشته مکاتبات لازم با سپاه برای استفاده از خودروهای دودیفراستیل و استفاده از نیروهای بسیجی برای رفع قطعی های موردی صورت پذیرد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان اظهار داشت: لازم است کلیه پرسنل شرکت با آمادگی و هوشیاری کامل و نیز در اختیار داشتن سیستم های ارتباطی و سایر تجهیزات آماده مواجهه با بحران باشند. وی در خاتمه گفت: ما شرایط دشوار بسیاری را در سال های گذشته تجربه نموده ایم و با توفیق الهی و با همت همه شما همکاران تلاشگر، از این زمستان نیز به سلامت عبور می کنیم. در ادامه این جلسه اعضای کمیته مدیریت بحران گزارشی از وضعیت آمادگی تجهیزات و کارکنان برای مقابله با شرایط جوی پیش رو ارائه کردند. همچنین در این جلسه تمامی رؤسای ادارات گاز شهرستان ها از طریق ویدئو کنفرانس حضور داشته و گزارشی از وضعیت شهرستان حوزه استحفاظی خود ارائه و آمادگی نیروهای تحت امر جهت مواجهه با شرایط بحرانی را اعلام کردند.



مورد استفاده قرار نمی گیرند و همچنین بسته نگه‌داشتن در اطلاق های خالی و خاموش کردن بخاری موجود در آن است.ایشان در ادامه از کلیه مدارس ،دانشگاهها ،بانکها و کلیه مراکز خدماتی تقاضا داشت در ایام تعطیل ،وسایل گرمایشی ساختمان خود را خاموش نمایند، در غیر این صورت برابر دستورالعمل مدیریت بحران استان، گاز آنها قطع خواهد شد. سرپرست شرکت گاز استان گلستان اظهار داشت: مشترکین عزیز دقت داشته باشند گاز نعمت بزرگی است که در کنار فوایدی بی شمار آن ، خطرات زیادی را نیز به همراه دارد، بنابراین در این رابطه دقت شود موارد ایمنی را هم در حین مصرف رعایت کرده و رفاه و آسایش را برای خود وافران خانواده به ارمغان بیاورند .

آیا فروش سهام اولیه اپل بدترین تصمیم تجاری تاریخ است؟



۴۰سال پیش هفت سهامدار اولیه اپل، سهام خود را در IPO به فروش رساندند؛ اما دلیل این اقدام آنها چه بود و آیا این بدترین تجارت تاریخ محسوب می‌شود؟

انسان‌ها در زندگی اتفاقات زیادی تجربه می‌کنند. بعضی اوقات شانس بزرگی پیش روی ما قرار می‌گیرد که به علت نداشتن اطلاعات کافی نمی‌توانیم از آن به بهترین شکل استفاده کنیم. مثال‌های مختلفی در این زمینه وجود دارد؛ انسان‌هایی که نتوانستند پتانسیل بالای یک کار بزرگ را از ابتدا درک کنند و با یک اقدام عجولانه به بخت خود پشت کردند. تاکنون داستان‌های متعددی در مورد کسانی شنیده‌ایم که به دلیل بی‌اعتمادی به استارت‌آپ‌ها، روی آنها سرمایه‌گذاری نکرده‌اند، اما پس از مدتی این شرکت‌های نوپا به گزینه‌های بسیار موفقی تبدیل شده‌اند، امروز

نوبت به اپل و کسانی است که پتانسیل آن را ندیده‌اند. این ماه چهلمین سالگرد عرضه اولیه اپل است؛ یک رویداد افسانه‌ای برای به دست آوردن یکی از باارزش‌ترین سهام‌های دنیا که هنوز خاطرات تلخ آن، کسانی که این فرصت را از دست داده‌اند دنبال می‌کند. تک سهم خریداری‌شده در ۱۲ دسامبر ۱۹۸۰ به قیمت ۲۲ دلار، اکنون تقریباً ۲۲ هزار دلار ارزش دارد. حقیقتاً کدام سرمایه‌گذاری می‌تواند ارزشمندتر از این باشد. این اتفاق برای کسانی خوشحال‌کننده است که عقیده دارند سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های آینده‌دار می‌تواند در بلندمدت تأثیر بسیار مثبتی داشته باشد. این مسئله دقیقاً برای شرکت بزرگ اپل که روزی تنها یک استارت‌آپ نوپا بود صدق می‌کند، اما چه کسانی اکنون از کرده خود پشیمان هستند؟ افرادی که سهم خود را در همان ابتدای مسیر فروختند یا آنها که اصلاً تن به خرید سهام اپل ندادند. البته آن زمان که بعضی از سهامداران شروع به فروش کردند، درآمد ۲ تریلیون دلاری اپل دور از انتظار بود.

برای به دست آوردن اطلاعات بیشتر درباره سهام‌های سال ۱۹۸۰، باید در زمان و تاریخ سفر کنیم. در آن زمان اپل کامپیوتر TRS-۸۰ Radio Shack را به‌عنوان یک رقیب اصلی می‌دید؛ به‌ویژه با توجه به این حقیقت که ردپای رادیوشک (RadioShack) در بیش از ۵ هزار فروشگاه خرده‌فروشی دیده می‌شد؛ در آن زمان تنها ۷۵۰ فروشگاه مستقل برای عرضه محصول اپل وجود داشت. اپل انتظار داشت رقابت شدیدی بین این شرکت و IBM Xerox HP و Wang شکل بگیرد. اما تعداد زیادی از سرمایه‌گذاران مشتاق شرکت در این اقدام بودند. در روز عرضه اولیه سهام(IPO)، اپل با فروش حدود ۸ درصد سهام به مردم تقریباً ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه جمع کرد که بیشتر آن برای بازپرداخت بدهی کوتاه‌مدت و افزایش سرمایه در گردش استفاده شد. این مبلغ کمی به نظر نمی‌رسید و می‌توانست نشان از موفقیتی عظیم در آینده باشد. البته اکنون شرکت‌ها با سهام دریافتی چنین کاری نمی‌کنند، اما در گذشته پرداخت خسارت بانکی، گامی اساسی برای رشد شرکت‌ها بود و اپل این کار را انجام داد. روز عرضه سهام اولیه برای این شرکت بسیار تأثیرگذار بود، اما در آن زمان کسانی بودند که موفقیت احتمالی این شرکت در آینده را پیش‌بینی نمی‌کردند.

مفسران بازار، اولین روز معاملات اپل را «هنظم» توصیف کردند و گفتند این شرکت موفق به کسب سود قابل قبول ۳۰ درصدی شده است. بسیاری از سرمایه‌گذاران، مشتاق داشتن بخشی از اپل در بازار روبه‌رشد کامپیوتر شخصی بودند، اما این بخش هنوز مشکلات خاص خود را داشت و به همین دلیل بعضی در خرید سهام آن شک داشتند. نکته جالب این است که سهام در ایلینوی و ویسکانسین در دسترس نبود و فروش آن در ماساچوست کاملاً ممنوع شد. در آن ایالت EPS اپل حدوداً ۱۰۰ درصد بود و رگولاتور ماساچوست با استناد به یک قانون ایالتی مبنی بر اینکه قیمت سهام عرضه اولیه نمی‌تواند بیش از ۲۵ برابر سود هر سهم باشد، گفت:

ما احساس می‌کنیم سهام این شرکت بیش از حد ارزش‌گذاری شده است. استیو جابز چنین تردیدی در دل خود راه نداد. این بنیان‌گذار ۱۵ درصد از سهام شرکت را در اختیار داشت. هنگامی که زنگ اختتامیه به صدا درآمد، ارزش ۷.۵ میلیون سهم وی بیش از ۲۰۰ میلیون دلار شده بود. هیچ کدام از مدیران یا کارمندان اپل سهام عرضه اولیه را به فروش نرساند؛ دلیل آن تعهد به توافقی بود که آنها را مجبور می‌کرد قبل از فروش صبر کنند. اما فروشندگانی نیز وجود داشتند؛ هفت سرمایه‌گذار خصوصی اولیه در روز IPO سهام خود را فروختند. این هفت نفر همان کسانی هستند که می‌توان گفت بزرگترین اشتباه زندگی خود را انجام داده‌اند. واقعاً سهام اپل را در روز عرضه اولیه می‌فروشید؟ شاید در آن زمان این حرکت زیاد مشکل‌ساز و عجیب به نظر نمی‌رسید، اما اکنون هر کسی می‌داند که فروش سهام اپل مساوی با یک اشتباه بزرگ است که هیچ‌کس نباید مرتکب آن شود. بعضی از تحلیلگران بورس درباره اقدام مذکور اظهار داشتند که این احتمالاً بدترین اشتباه تجاری ثبت‌شده در تاریخ است. حقیقتاً چه کسی سهام شرکتی را به فروش می‌رساند که اکنون یکی از بزرگ‌ترین قلب‌های تجاری دنیا است. یکی از خبرنگاران تصمیم گرفته است به سراغ این هفت نفر برود و از آنها سؤالاتی بپرسد. واقعاً چه چیزی باعث شد این افراد سهام اپل را در IPO به فروش برسانند.

ما هیچ تصویری از بازار کامپیوتر شخصی نداشتیم
بزرگترین سهامدار فروش، بازوی سرمایه‌گذاری بانک قاره ایلینوی (Continental Illinois Bank) در شیکاگو بود؛ جایی که یک جوان به نام پاول وود کارهای مربوط به سهام اپل را انجام داد.

وود که اکنون بازنشسته شده است، دیدار اولیه با جابز و استیو وزنیاک در غرفه‌ای در CES را به یاد دارد. به گفته او، جابز کت و شلوار شطرنجی مسخره‌ای پوشیده بود و وزنیاک لباس مجلسی بر تن داشت. وود از طرفداران اولیه معامله نبود اما رفته‌رفته با انجام بررسی‌های بیشتر و به دست آوردن پیشینه همکاری بعضی از مشتریان و تأمین‌کنندگان، تصویر دیگری در ذهن او شکل گرفت. وود می‌گوید:

ما اطمینان داشتیم که این یک بازی آموزشی است؛ کامپیوتر در مدارس ما هیچ مفهومی از بازار کامپیوتر شخصی در سر نداشتیم. او برنامه تجاری اپل را داشت؛ به همین دلیل تصمیم گرفت جدی‌تر به این مسئله بنگرد و محاسبات سخت‌گیرانه‌تری روی خروجی آن اعمال کند، اما حتی با وجود محاسبه‌های محافظه‌کارانه‌تر او، مشخص شد که همچنان رشد بسیار زیادی در انتظار سهام اپل نشسته است. به همین دلیل بانک ایلینوی در آگوست ۱۹۷۸ در حدود ۵۰۴ هزار دلار سرمایه‌گذاری کرد. در IPO ارزش این سهام ۴۰ میلیون دلار شده بود. این شرکت ۵ میلیون دلار از موقعیت خود را در روز عرضه اولیه فروخت تا ۱۰ برابر سرمایه اولیه خود را به دست آورد و هنوز ۱.۵ میلیون سهم اولیه در اختیار داشت. وود که به عضویت شرکت سهامداران خصوصی Madison Dearborn Partners درآمده، اصلاً از اینکه بانک ایلینوی سود خود را قفل کرد تا به سود کل بانک کمک کند، پشیمان نیست. سهام اصلی آن با سود ۷۸ برابری در ۲۸ ماه روبه‌رو شده بود. ۳۰ سال طول می‌کشد تا یک سرمایه‌گذار IPO اپل بازده ۷۸ برابر ببیند.

شش فروشنده دیگر، سرنوشت سرمایه‌گذاری خود را یک سال پس از بانک ایلینوی در آگوست ۱۹۷۹ (۱۶ ماه قبل از عرضه اولیه)، برای همیشه تغییر دادند. این آخرین باری بود که Apple Computer Inc در شرکت‌های خارجی پول می‌گرفت. براساس آمار، هر شش شرکت بازدهی یکسانی داشتند.

در آن زمان آلن پاتریکوف، یکی از سرمایه‌گذاران در مراحل اولیه، مدیریت Fifty-Third Street Ventures را برعهده داشت. این شرکت در ابتدا ۳۱۵ هزار دلار سرمایه‌گذاری کرد که ارزش آن در IPO اپل بیش از ۵ میلیون دلار بود. پاتریکوف که در ادامه همکاری

با شرکت‌های Apax Partners و Greycroft را آغاز کرد، به این خبرنگار گفت او به آینده شرکت و موفقیت‌هایی که قرار است سر راه آن قرار بگیرد باور داشت، اما فروش و دریافت تقریباً یک میلیون دلار در IPO یک فرصت عالی و فوق‌العاده برای «بازگرداندن پول» بود که نمی‌شد آن را از دست داد. مطمئناً این رقم اصلاً مبلغ کوچکی نبود. توزیع سهام اپل در نوع خود، به سرمایه‌گذاران ۱۷ برابر سرمایه اولیه پول برگردانده بود و این اصلاً قابل چشم‌پوشی نیست.

پاتریکوف از دلیل فروش سهام خود می‌گوید
تا به امروز، پاتریکوف گاهی فکر می‌کند که آیا ممکن است یکی از سرمایه‌گذارانش به اشتباه گواهی سهام اصلی اپل را دستنخورده در کشوی لباس‌های خود مخفی کرده و آن را فراموش کرده باشد؟ اگر چنین تصویری جامعه حقیقت به تن کند، مطمئناً ارزش آن سهام آنقدر بالا خواهد بود که حتی نمی‌توان آن را تصور کرد. البته باید این نکته را در نظر گرفت که پاتریکوف هنوز یک انسان فعال است و اشتباه در فروش سهام اولیه اپل باعث نشده که موقعیت‌های دیگر را از دست بدهد. او اکنون شرکت‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاری پیدا کرده است و این بار با دقت بیشتری آینده آنها را در نظر می‌گیرد.

با کمک پاتریکوف، خبرنگار مذکور موفق شد شجره‌نامه خانواده بسیاری از سرمایه‌گذاران اپل قبل از IPO را پیدا کند. در بین آنها یک نام بیشتر از بقیه جلب توجه می‌کرد: راکفلر نامی ریشه‌دار در اقتصاد آمریکا است که با بررسی‌های انجام‌شده، در بین سهامداران دیده شده است. به گفته پاتریکوف، حضور شرکت سرمایه‌گذاری خانواده راکفلر(Venrock Associates)، عامل تعیین‌کننده‌ای برای سرمایه‌گذاران اولیه اپل بود. ارزش سرمایه‌گذاری ۵۰۰ هزار دلاری این شرکت در سال ۱۹۷۸، IPO به ۸۳ میلیون دلار رسید. وود می‌گوید مشارکت ونروک و دون والتین از Sequoia Capital مهر تأیید بود.

یک سرمایه‌گذاری قابل توجه دیگر از بخش سرمایه‌گذاری Xerox انجام شد که چک یک میلیون دلاری آن، تعجب بسیاری را برانگیخت. از سوی این شرکت به جابز پیشنهاد بازدید از مرکز تحقیقاتی Palo Alto Advance Research Center داده شد؛ این مکان در واقع کارخانه این شرکت برای فناوری‌های پیشرفته مانند چاپگر لیزری و انترت بود. جابز و گروه مهندسانش به این بازدید رفتند و ماوس کامپیوتر و رابط کاربری گرافیکی را مشاهده کردند. در روز عرضه اولیه، شرکت زیراکس آنقدر فروخت تا سرمایه خود را دوبار بر کند و همچنین ۱.۳ درصد از شرکت را در اختیار داشته باشد. این اعداد و ارقام واقعاً بالا هستند و نمی‌توان از آنها چشم‌پوشی کرد.

این خبرنگار که حالا اطلاعات بیشتری در دست داشت، به ردیابی هفت گروه اصلی سرمایه‌گذاران اولیه و همکاران آنها ادامه داد. جای تعجب نیست که هیچ کدام از این هفت نفر اشتباه خود را دوباره تکرار نکردند؛ حتی بسیاری از آنها موفقیت اپل خود را تکرار کردند و به ستارگان بزرگی در جامعه سرمایه‌های خطرپذیر تبدیل شدند. آنها به‌عنوان سرمایه‌گذاران حرفه‌ای دقیقاً همان کاری را انجام می‌دادند که قرار بود انجام بدهند. کار آنها شامل مدیریت ریسک، اصلاح موقعیت‌ها، ارزیابی ریسک‌ها و تکرار آن است. به غیر از این اشتباه بزرگ، همه آنها موفق شده‌اند سرمایه‌گذاری‌های خود را چندین برابر کنند. ده‌ها سال طول کشید تا صاحبان جدید سهام اپل، آنچه سهامداران اولیه بعد از واگذاری سهام خود در IPO در عرض چند ماه انجام دادند، به دست آورند.

به همین دلیل فردی که در ابتدا این تحقیقات را آغاز کرده بود، دیگر فروش سهام اپل را به‌عنوان بدترین تجارت تاریخ نمی‌داند، اما سؤالی که بیشتر از همه چیز در ذهن شکل می‌گیرد این است که چرا حتی تصور فروش سهام اپل در IPO «احمقانه» و ناخوشایند به نظر می‌رسد. در ادامه جواب این سؤال را بررسی می‌کنیم.

آیا فروش سهام اولیه اپل در ۴۰ سال پیش، کاری «احمقانه» بوده است؟

شرایط سال ۱۹۸۰ را در نظر بگیرید؛ زمانی که اپل یک شرکت نوپا بود و می‌خواست با شرکت‌های بزرگی رقابت کند که مدت‌ها در حال تلاش برای بهتر شدن و پشت سر گذاشتن دیگران بودند. این سرمایه‌گذاران می‌گویند فروش درصدی از سهام اپل در روز عرضه اولیه بدین معنا نبود که همه شانس خود برای موفقیت را از دست داده‌اید. در آن زمان روش‌های دیگری برای موفقیت بود که می‌شد از طریق آنها ارزش سهام را چندین برابر کرد، اما دلیل اصلی که بسیاری فروش سهام اپل را کاری نادرست می‌دانند، این است که فکر می‌کنیم سهام این شرکت هیچ‌گاه سقوط نداشت و از همان ابتدا در حال پیشرفت بوده و موفقیت آن اجتناب‌ناپذیر است.

این یک روایت نادرست است که داستان اصلی را از ذهن ما پاک می‌کند. ماجرای واقعی به زمانی برمی‌گردد که سهام اپل مانند حالا نبود و بسیاری به آینده آن اعتمادی نداشتند. کار اپل به جایی رسیده بود که سهام خود را به ۱۰ سنت برای هر معامله رساند. نباید این مسئله را فراموش کنیم که آیفون در سال ۲۰۰۷ برای اولین بار در قفسه‌های بازار دیده شد و آیفون سه سال پس از آن به دست مشتریان رسید. شاید باور کردنش کمی سخت باشد، اما ۸۰ درصد از ارزش بازار اپل فقط در هفت سال گذشته ایجاد شده است. در نتیجه نباید فراموش کرد که سهام اپل از ابتدا پر فروش و باارزش نبوده است.

افسانه موفقیت اپل کاری می‌کند که بسیاری معتقد باشند این شرکت ۴۰ سال هم پیش موفق بوده و همه اقدامات را به‌صورت هوشمندانه انجام می‌داده است. داستان‌های تعریف‌شده از اپل و شرایط کنونی به گونه‌ای است که فکر می‌کنیم موفقیت این شرکت از ابتدا کاملاً واضح بوده و همه حتی در سال ۱۹۸۰ باید این مسئله را می‌دانستند. به همین دلیل زمانی که متوجه می‌شویم بعضی‌ها در روز عرضه اولیه سهام این شرکت را به فروش رسانده‌اند، تعجب می‌کنیم.

بدون شک، داستان‌هایی که ما تاکنون از اپل شنیده‌ایم جزو بهترین‌ها قرار می‌گیرند. یک سیب در داستان آفرینش انسان و تبعید او به زمین وجود داشت. این مسئله می‌تواند به یک دانشجوی اخراج‌شده و تبعید او به زندگی در مکانی دیگر و رسیدن به موفقیت‌های بسیار زیاد شباهت داشته باشد؛ یعنی همان اتفاقاتی که برای بنیان‌گذار اپل رخ داد. علاوه بر این، داستان‌های بسیاری از شروع کار اپل در یک گاراژ منتشر شده است که می‌تواند برای عده‌ای الهام‌بخش باشد. بعضی از داستان‌های گذشته این برند درست است و بعضی افسانه. داستان‌سرایان برای افزایش محبوبیت یک برند تجاری امری بسیار حیاتی است. شما با زدن هر کدام از دکمه‌های دستگاه‌های ساخته‌شده توسط این شرکت، می‌توانید این داستان‌ها و افسانه‌ها را مرور کنید؛ به همین دلیل، رفته‌رفته این داستان‌ها جزئی از حقیقت زندگی دیجیتال می‌شوند.

اگر سرگذشت اپل را مانند داستان‌ها در نظر بگیریم، سهام آن همان غازی است که تخم طلا می‌گذاشت. اکنون این شرکت دارای بزرگترین سهام در S&P ۵۰۰ است. علاوه بر این، شاخص ردیابی اپل بیش از ۱۱ تریلیون است و ارزش بازار آن هفت برابر بزرگترین ETF جهان محاسبه شده. وارن بافت (سرمایه‌گذار افسانه‌ای) تا سال ۲۰۱۴ سهامدار اپل نبود، اما اکنون نزدیک به یک میلیارد سهام دارد. از سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰، ارزش بازار اپل بیش از یک تریلیون دلار جهش کرده است.

اکنون در چهلمین سالگرد عرضه سهام اپل هستیم و می‌دانیم این شرکت برای سهامداران خود حکم چراغ جادو را داشته است. افرادی که سهام قابل توجهی از این شرکت خریداری کرده‌اند، به مرور زمان ثروت را چندین برابر کرده و ثروتمندتر شده‌اند.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit



چگونه فروشنده بهتری باشیم؟

افزایش فروش با تغییر شیوه تفکر

به قلم: دیوید دافورد کارشناس کسب و کار / ترجمه: علی آل علی

اغلب کارآفرینان در زمینه فروش با مشکلات ظاهری مواجه نیستند. جذابیت عرصه فروش سالانه شمار بالایی از کارآفرینان را به سوی خود جلب می‌کند. مهمترین مسئله در این میان دشواری‌های عاطفی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و افزایش میزان فروش کسب و کارهاست. بسیاری از برندها در این مسیر با شکست‌های مداوم مواجه می‌شوند. استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای در زمینه فروش برای هر بازاریابی ضرورت دارد. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای تجربه روند فروش مناسب را مرور خواهیم کرد. نکات مورد بررسی براساس ضرورت تغییر زاویه دید و شیوه تفکر درباره عرصه فروش طراحی شده است.

پذیرش پارادوکس فروش

عرصه فروش، برخلاف بسیاری دیگر از کسب و کارها، دارای مسیر مستقیم برای موفقیت نیست. بسیاری از کارآفرینان عادت به شنیدن پاسخ‌های منفی به طور مداوم ندارند. این امر در زمینه فروش مشکلات جدی را ایجاد می‌کند. کسب و کارها باید نسبت به فعالیت در عرصه فروش آگاهی دقیقی داشته باشند. مواجهه با شکست‌های مداوم در این حوزه امری طبیعی است. امروزه حتی بزرگترین فروشندگان نیز در عمل با شکست‌های مختلف مواجه می‌شوند. نکته اساسی در این میان تلاش برای بهبود وضعیت فروش به طور مداوم است. پارادوکس اصلی در زمینه فروش شمار بالاتر پاسخ‌های منفی نسبت به پذیرش پیشنهادهای خرید است بنابراین کارآفرینان در صورت عدم آمادگی قبلی برای این شرایط با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شد.

پاسخ منفی هیچ‌گاه امری شخصی نیست

وقتی مشتریان نسبت به پیشنهاد خرید از سوی فروشندگان اقدام به ارائه پاسخ منفی می‌کنند، معنای این امر مشکل شخصی با شما نیست. هیچ خریداری نسبت به رد پیشنهادهای مناسب فقط به خاطر دشمنی با فروشندگان اقدام نمی‌کند و نکته جالب اینکه اغلب اوقات هویت فروشندگان برای طرف خریدار نامشخص است بنابراین برداشت شخصی از پاسخ‌های منفی امری نادرست خواهد بود. فروشندگان تازه‌کار اغلب در زمینه مدیریت پاسخ‌های منفی مشکلات بسیار زیادی دارند. این امر موجب ناتوانی آنها برای ادامه کار در این حوزه می‌شود. مدیریت پاسخ‌های منفی به معنای درک ماهیت غیرشخصی آنها و تلاش برای ادامه روند بازاریابی و فروش درست مانند روزهای نخست فعالیت است.

توجه به اهداف و نتایج بلندمدت

مواجهه با پاسخ‌های منفی در زمینه فروش امری دائمی نیست. اغلب فروشندگان پس از چند پاسخ منفی در نهایت موفق به چند نوبت فروش نیز می‌شوند. مهمترین مسئله در این میان نگاه بلندمدت به عرصه فروش است. این امر توانایی فروشندگی کارآفرینان را به طور قابل ملاحظه‌ای تقویت می‌کند. طراحی اهداف بلندمدت اغلب برای مواجهه با شرایط دشوار بهترین ایده خواهد بود. یکی از چالش‌های اصلی در زمینه فروشندگی توان حفظ روحیه بالااست. طراحی اهداف بلندمدت در این میان توانایی فروشندگان برای ارزیابی شرایط جاری براساس نقشه راه کلان را راحت‌تر می‌کند. وقتی نگاه ما به بلندمدت باشد شکست‌های مقطعی و کوتاه مدت اهمیت چندان زیادی نخواهد یافت. این امر کمک شایانی به کسب و کارها برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف و فروش بیشتر می‌کند.

آشنایی با اصول اولیه اقتصاد

وقتی کارآفرینان وارد حوزه فروش می‌شوند، اقدامات اقتصادی روشنی را ساماندهی می‌کنند. بسیاری از کارآفرینان پیش از ورود به عرصه فروشندگی هیچ آشنایی‌ای با اصول اولیه علم اقتصاد ندارند. همین امر موجب تحلیل‌ها و برداشت‌های اشتباه از این عرصه می‌شود. فعالیت مناسب در عرصه فروش نیازمند کسب اطلاع هرچند اندک از حوزه اقتصاد است. شرکت در دوره‌های آموزش مبانی اقتصاد یکی از راهکارهای ساده برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. برخی از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فرآیند طولانی مدتی را طی می‌کنند. دلیل این امر ناتوانی برای بهره‌گیری از نکات اساسی حوزه اقتصاد به منظور تاثیرگذاری بهتر بر روی مشتریان است. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده باشد، اما در عمل دارای اهمیت حیاتی است.

در شکست‌های گذشته نمانید

شکست‌های گذشته تجربیات منفی برای هر فروشنده‌ای محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان مواجهه تمام فروشندگان با چنین شکست‌هایی است بنابراین تلاش برای پرهیز از شکست امری غیرممکن خواهد بود. امروزه کسب و کارها در فرآیند مدیریت سازمانی با چالش‌ها و حتی شکست‌های زیادی مواجه می‌شوند، اما در نهایت به مسیرشان ادامه می‌دهند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای فروشندگان است. عرصه فروش نیز مانند هر حوزه دیگری با امکان مواجهه با شکست همراه است. مهمترین مسئله در این میان یادگیری نکات تازه از شکست‌های قبلی و تلاش برای بهبود شرایط در بلندمدت است. فقط در این صورت کسب و کارها شانس کافی برای بهبود شرایطشان در بلندمدت را خواهند داشت. بسیاری از کارآفرینان در عمل توانایی فراموشی شکست‌های گذشته را ندارند. این امر موجب فقدان تمرکز در محیط کار و یادآوری مداوم شکست‌ها می‌شود. اگر فروشندگان در این حوزه توانایی مدیریت بهینه شرایط را نداشته باشند، به زودی با افکار منفی متعددی مواجه خواهند شد.

توجه به فرآیند به جای نتایج

توجه به نتایج در زمینه فروش امر رایجی است. اگر فروشندگان فقط به نتیجه نهایی توجه نمایند، مواجهه با شمار معدودی از شکست‌ها موجب کاهش انگیزه‌شان در مقیاسی وسیع می‌شود. بدون تردید هر فروشنده‌ای در طول زمان نکات تازه از حوزه فروش یاد می‌گیرد. توجه به فرآیند پیشرفت توانایی‌های هر فروشنده دارای اهمیت بسیار بیشتری در مقایسه با نتیجه نهایی فروش است. این امر به فروشندگان در زمینه تقویت مهارت‌های فروش‌شان کمک شایانی خواهد کرد.

برخی از کارآفرینان در حوزه فروش نیاز به تقویت انگیزه دارند. این امر باید ابتدا از سوی خود کارآفرینان شروع شود. توجه به فرآیند پیشرفت در زمینه فروش یکی از بهترین محرک‌های انگیزشی برای افراد محسوب می‌گردد بنابراین باید نسبت به این امر توجه ویژه‌ای داشته باشیم.

باور به عملکرد مطلوب در حوزه فروش

کارآفرینان برای موفقیت در عرصه فروش نیاز به امری فراتر از تکنیک‌های حرفه‌ای دارند. بسیاری از فروشندگان در عمل باید نسبت به تقویت روحیه کاری و تعهد در محیط کار نیز اقدام نمایند. هیچ فروشنده بی‌نظم و بدون انگیزه‌ای توانایی تجربه دوره‌های پایدار موفقیت را نخواهد داشت بنابراین باید اندکی در مورد روحیه کار گروهی و تعهد نسبت به انجام پروژه‌های فروش دقت نماییم. امروزه کسب و کارها در زمینه همکاری با فروشندگان به معیارهایی نظیر میزان تعهد و پشتکار آنها توجه می‌کنند، با این حساب تلاش برای بهبود کارنامه حرفه‌ای از سوی فروشندگان نقش مهمی در بهبود توانایی آنها دارد. این امر در مدت زمانی کوتاه پدیدار نمی‌شود. شکیبایی در زمینه بهبود عملکرد امری ضروری برای هر کسب و کار و کارآفرینی خواهد بود. استفاده از توصیه‌های این مقاله شروع فرآیند بهبود توانایی فروشندگان در مقیاسی وسیع است.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| یکشنبه | ۷ دی ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۹۳ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



مسیر موفقیت

دورکاری و نکاتی که باید به آن توجه نمود

موضوع شما باید معیارهای مشخصی را برای خود داشته باشید تا استخدام بهترین‌ها امکان‌پذیر شود. برای مثال بررسی رزومه و مهارت‌ها، از جمله این موارد محسوب می‌شود.

۲- به ۱۰ مهارت اصلی توجه داشته باشید

در هر زمینه‌ای اگر مهارت‌های موردنیاز وجود نداشته باشد، امکان فعالیت بسیار سخت خواهد شد. در این راستا مهارت‌های اصلی برای دورکارها شامل: خودمدیریتی، ارتباط، علوم رایانه، صداقت، نظم، انعطاف‌پذیری، مسئولیت‌پذیری، کار تیمی، حل مسئله و خلاقیت است که لازم است تا گزینه موردنظر از آنها برخوردار باشد. در این زمینه ممکن است از بررسی رزومه و نمونه کارهای افسر، نتوانید تمامی این‌ها را پیدا کنید. به همین خاطر سیاست استخدام موقت، می‌تواند کاملاً کارساز باشد. همچنین فراموش نکنید که دورکاری به معنای نابود شدن کار تیمی نبوده و به همین خاطر نیز نیروی جدید باید با این مسئله کاملاً هماهنگ باشد.

۳- به تفاوت مناطق توجه داشته باشید

اگر چه در رابطه با مزیت‌های دورکاری همواره به این موضوع تاکید می‌شود که مرزها از بین خواهد رفت، با این حال آیا این موضوع به معنای واقعی یک مزیت محسوب می‌شود؟ بدون شک پاسخ منفی بوده و باید به این نکته توجه داشته باشید که فرهنگ‌ها در کشورهای مختلف، تفاوت‌هایی را دارد. به همین خاطر ممکن است فرهنگ سازمانی شما کاملاً مغایر عقاید شخصی افراد باشد. در کنار

این مسئله فراموش نکنید که تفاوت ساعت‌ها، می‌تواند در شرایط حساس به یک عامل بسیار منفی تبدیل شود. در کنار این مسئله نحوه پرداخت دستمزدها نیز یک معضل خواهد بود. برای مثال ممکن است یک کارمند دورکار در منطقه‌ای، با توجه به ارزش پول خود، به مراتب گران‌تر از فردی تمام شود که در منطقه خودتان می‌تواند فعالیت نماید. به صورت کلی شما باید به این موضوع فکر کنید که آیا دلیلی برای استخدام افراد بیش از حد دور وجود دارد؟ مسائل فراموش نکنید که تفاوت‌های زبانی، ممکن است ارتباط کارمندان را نیز بسیار سخت نماید.

۴- میزان آمادگی خود را بسنجید

یک سوال بسیار مهم که باید به آن توجه نمایید این است که آیا زیرساخت‌های لازم در شرکت شما وجود دارد؟ برای مثال آیا پلتفرم موردنیاز را تعیین کرده‌اید و نرم‌افزار سنجش وضعیت دورکارها را در اختیار دارید؟ همچنین با توجه به صرفه‌جویی در زمان رفت و آمد، لازم است تا به دنبال تقویت تیم کاری خود از طریق دوره‌های آموزشی باشید. به صورت کلی قبل از قدم گذاشتن در این مسیر لازم است تا نسبت به آماده‌بودن خود، اطمینان حاصل نمایید. در این زمینه مشورت گرفتن با مدیرانی که تجربه چنین اقداماتی را دارند، اقدامی بسیار نتیجه‌بخش خواهد بود.

منبع: business۲community.com

به قلم: لورا اسپان کارآفرین

مترجم: امیر آل علی

در حال حاضر با توجه به شیوع جهانی ویروس کرونا، دورکاری به تنه‌ا راه حل تبدیل شده است، با این حال چه نکاتی را قبل از به اجرا درآوردن این سیاست پربازده، باید مورد توجه قرار داد؟ درواقع یک تجربه ناموفق احتمالا باعث خواهد شد که پس از پایان شرایط فعلی، دیگر به سراغ این شیوه نروید. این امر در حالی است که به عقیده بسیاری از تحلیلگران، این شیوه جایگزین روش‌های رایج خواهد شد. درواقع عدم نیاز به فضای کاری بزرگ، کاهش هزینه‌ها، امکان فعالیت بیشتر و عدم نیاز به مرخصی از جمله مزیت‌هایی محسوب می‌شود که بدون شک برای هر شرکتی بسیار مهم خواهد بود. در این راستا نکاتی را بررسی خواهیم کرد که باعث می‌شود تا بدون مشکل بتوانید از این شیوه کاری، استفاده نمایید.

۱- انتظارات را مشخص نمایید

با توجه به این‌ا امر که کارمندان دورکار در محیط شرکت حضور ندارند، لازم است که از قبل تمامی توقعات مشخص شود. در این رابطه فرضی را برای صحبت کردن به کارمندان خود بدهید تا درک متقابل شکل گیرد. پس از این مرحله شما باید دورکارها را در نحوه انجام فعالیت‌ها آزاد بگذارید. برای مثال ممکن است فردی تمایل داشته باشد که صبح اقداماتش را انجام دهد. فردی دیگر ساعت‌های پایانی شب را مناسب‌تر بداند. در کنار این