

طلای سیاه چطور سقف یک‌ساله خود را شکست؟

تردید کرونایی در بازار نفت

قیمت نفت هفته گذشته از مقاومت روانی ۶۰ دلار عبور کرد و به بالاترین قیمت در یک سال گذشته رسید.

به گزارش «بلومبرگ»، در معاملات روز دوشنبه بورس کالای لندن قیمت هر بشکه نفت برنت دریای شمال برای اولین بار در بیش از یک سال اخیر تحت تأثیر اخبار مثبت واکسیناسیون کرونا در سراسر جهان از مرز ۶۰ دلار عبور کرد. رسیدن قیمت نفت به بالاترین میزان آن در بیش از یک سال اخیر نشان‌های دیگر از تداوم حرکت جهان به سمت خروج از بحران کرونا است؛ بحرانی که دولت‌ها را به وضع مقررات محدودکننده وادار کرده، اقتصاد جهانی را به ویرانی کشانده و هواپیماها را زمین‌گیر کرده است. بازگشت رونق به بازار نفت، خبر خوبی برای شرکت‌های نفتی و کشورهای نفت‌خیز که سال گذشته دچار کسری بودجه شدید شدند، به شمار می‌رود.

جان کیلداف از مؤسسان و مدیران ارشد شرکت مشاوره سرمایه‌گذاری اگین کپیتال، در این خصوص می‌گوید: «با توجه به روند سریع توزیع واکسن در جهان، امیدواری سرمایه‌گذاران به افزایش چشمگیر تقاضای سوخت (به دلیل کاهش احتمالی محدودیت‌ها) بیشتر شده است.»

توافق تاریخی ائتلاف نفتی موسوم به اوپک پلاس برای تمدید کاهش تولید نفت در اوج بحران کرونا که نتایج آن اکنون در قالب کاهش قابل‌توجه موجودی انبارهای نفت در اقصی نقاط جهان نمایان شده است، نقش بسیار مهمی در افزایش قیمت نفت داشته است. براساس آمارهای آژانس بین‌المللی انرژی، از زمان اجرای توافق اعضای اوپک پلاس برای کاهش چشمگیر تولید نفت خود (اردیبهشت‌ماه ۹۹) تاکنون موجودی نفت نفتکش‌ها و مخازن شناور بر روی آب ۳۰۰ میلیون بشکه کاهش یافته است. کاهش عرضه از یک سو و افزایش تقاضای ناشی از توزیع واکسن کرونا از سوی دیگر باعث تداوم روند صعودی قیمت نفت برنت طی هفته‌های اخیر شده است.

بهبود اقتصاد چین نیز یکی دیگر از عوامل محرک بازگشت بازار بوده است، چنانچه هفته قبل آمار ورود روزانه نفتکش‌ها به بنادر چین به بالاترین میزان خود در ۶ ماه اخیر رسید. بن ونبیوردن، مدیرعامل شرکت نفتی رویال داچ شل نیز هفته گذشته اعلام کرد که نرخ رشد تقاضای فرآورده‌های نفتی در چین به سطح قابل‌توجهی رسیده است. از سوی دیگر، تقاضای نفت هند نیز در حال نزدیک شدن به سطح پیش از بحران کرونا است.

پائولو رودریگز ماسیو، معاون شرکت ریسندار انرژی در امور بازارهای نفت درخصوص بازگشت نفت به قیمت‌های بالاتر از ۶۰ دلار تحت تأثیر این اخبار مثبت می‌گوید: «به نظر می‌رسد بازار نفت با عبور از مرز ۶۰ دلار بالاخره توانسته است یک دوران سخت را پشت سر گذاشته و وارد دوران رونق شود.»

بازارهای مالی و بازار سایر کالاهای خام نیز همچون بازار نفت در هفته‌های اخیر یک روند صعودی فراگیر را تجربه کرده‌اند، اما با توجه به شیوع گونه جدیدی از ویروس کرونا در آمریکا و تداوم محدودیت‌های مرتبط با همه‌گیری ویروس کرونا در دیگر کشورهای جهان، همچنان خطرات زیادی بازارهای جهانی را تهدید می‌کنند. برخی معامله‌گران حقوقی بزرگ بازار نفت از جمله شرکت‌های ویتول و گاور اخیراً درباره احتمال معکوس شدن روند صعودی قیمت نفت هشدار داده‌اند و اندیکاتورهای تکنیکال نیز حکایت از این دارند که نفت در محدوده بیش‌خريد (overbought) قرار گرفته و انتظار می‌رود که روند نزولی قیمت آن به‌زودی آغاز شود.

توربینون تورنکویست، مدیرعامل شرکت گاور، تثبیت قیمت نفت در ارقامی بالاتر از ۶۰ دلار را بعید می‌داند، چراکه به گفته او، نفت ۶۰ دلاری شرکت‌های نفتی را ترغیب خواهد کرد که تولید نفت خود را افزایش دهند و در این صورت بار دیگر اضافه عرضه در بازار رخ خواهد داد. مایک مولر، رئیس بخش بازارهای آسیایی شرکت مبادله انرژی و کالاهای خام ویتول نیز در این رابطه می‌گوید: «بازار به دلیل خوش‌بینی مفرط پس از توزیع واکسن کرونا، در حال حرکت کردن به سمت قیمت‌هایی بالاتر از ظرفیت کنونی خود است.»

شاخص میانگین متحرک ۱۴ روزه قیمت نفت برنت و نفت سبک تگزاس هر دو به بالاتر از ۷۰ رسیده و از لحاظ تکنیکال این به معنای حالت بیش‌خريد است. علاوه بر این، نفت برنت و نفت سبک تگزاس هر دو اکنون در کرانه بالایی باندهای بولینگر خرید و فروش می‌شوند که این وضعیت از نظر معامله‌گران متکی به تحلیل تکنیکال، به معنای احتمال معکوس شدن روند صعودی در آینده نزدیک است.

اما نوربرت روکر، تحلیلگر بانک سوئیسی ژولیوس بائر، نظر متفاوتی دارد و می‌گوید: «قیمت نفت به ارقام نزدیک به دوران قبل از همه‌گیری کرونا بازگشته است و به نظر می‌رسد که حمایت نفت در این قیمت‌ها قوی باشد. شواهد حاکی از این است که بازار به سرعت در حال سوزاندن ماراد عرضه ناشی از بحران کووید-۱۹ است و احتمالاً در ماه‌های آتی امسال حتی با کمبود عرضه نیز مواجه خواهد شد.»

با توجه به گفته‌های اخیر جو بایدن رئیس‌جمهور آمریکا، امیدواری‌ها به بازگشت صادرات نفت ایران به سطح قبل از تحریم‌های دولت ترامپ بار دیگر کمرنگ شده و این مسئله نیز به افزایش قیمت نفت کمک کرده است. جو بایدن به تازگی در مصاحبه‌ای اعلام کرد که آمریکا تحریم‌های خود علیه ایران را به‌منظور کشاندن این کشور به پای میز مذاکره لغو نخواهد کرد. متقابلاً آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم ایران نیز تأکید کرده است که همه تحریم‌های آمریکا علیه ایران باید برداشته شود.

در عین حال با افزایش قیمت نفت، تولیدکنندگان نفت در آمریکا ترغیب شده‌اند که سطح تولید خود را بار دیگر افزایش دهند و این وضعیت می‌تواند به افزایش مجدد عرضه در بازار نفت منجر شود. براساس آمارهای شرکت خدمات انرژی بیکر هیوز، تعداد دکل‌های نفتی فعال در آمریکا که شاخصی برای تشخیص زودهنگام افزایش تولید نفت در این کشور است، هفته گذشته به بالاترین سطح خود از ماه مه سال گذشته میلادی (اردیبهشت ۹۹) رسیده است.

آیا اقتصاد ایران دچار نفرین منابع شده است؟

افسون نفرین نفت



نفت بر رشد اقتصادی ایران را توضیح می‌دهد.

همچنین نتایج به دست آمده نشانگر تأثیر منفی رابطه مبادله بر رشد اقتصادی ایران است. تأثیر رشد قیمت صادرات به قیمت واردات در دوره زمانی ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۵ بر رشد اقتصادی ایران منفی برآورد شده است. از طرف دیگر، افزایش درآمدهای نفتی باعث می‌شود شاخص رابطه مبادله برای ایران افزایش یابد. درنتیجه درآمد نفت از این کانال تأثیر منفی و قابل توجهی بر رشد اقتصادی ایران داشته است؛ به طوری که ۳۳ درصد از اثر منفی غیرمستقیم درآمدهای نفتی بر رشد اقتصادی ایران مربوط به این کانال است. بر این اساس، اهمیت رابطه مبادله بیش از درجه باز بودن اقتصاد بوده و رشد اقتصادی ایران با تهدید بیش‌تری از طرف این کانال بین‌المللی مواجه است.

رابطه بین سرمایه انسانی و رشد اقتصادی نیز مثبت است و این نتیجه گواه دیگری بر اهمیت سرمایه انسانی در رشد اقتصادی است، اما بین درآمدهای نفتی و آموزش هم رابطه مثبتی برقرار است. این موضوع نشان می‌دهد درآمد نفت از این کانال تأثیر کوچک اما مثبت (به اندازه ۷ درصد اثر مثبت مستقیم درآمدهای نفتی بر رشد) بر رشد اقتصادی ایران داشته است.

تأثیر غیرمستقیم نفت مانع رشد اقتصادی است

به طور کلی، افزایش درآمدهای نفتی، اثر مثبتی بر رشد اقتصادی ایران دارد، اما کانال‌های اثرگذاری که همان اثر درآمدهای نفتی بر سایر عوامل مؤثر بر رشد است، باعث کاهش چشمگیر تأثیر مثبت درآمدهای نفتی بر رشد اقتصادی شده است. این یعنی درآمدهای نفتی برای اقتصاد ایران «بلا» نبوده‌اند، اما نتوانسته‌ایم از این موهبت الهی به مثابه نعمتی مغتنم و به درستی استفاده کنیم. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد افزایش سرمایه‌گذاری فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد و سرمایه انسانی تأثیر مثبت و افزایش رابطه مبادله تأثیر منفی بر رشد اقتصادی ایران داشته است. سرمایه‌گذاری فیزیکی نیز به عنوان مهم‌ترین کانال و درجه باز بودن اقتصاد به عنوان کم‌اثرترین کانال اثرگذاری منفی و غیرمستقیم درآمدهای نفتی بر رشد بوده است. همچنین تنها کانال آموزش بود که نشانی داد درآمدهای نفتی از این طریق، اثر کوچک اما مثبتی بر رشد اقتصادی ایران داشته است.

بنابراین درآمدهای نفتی در صورتی باعث افزایش رشد اقتصادی ایران می‌شود که از اثرات غیرمستقیم منفی ممکن دوری شود؛ همچنین وقتی کانال‌های اثرگذاری را لحاظ می‌کنیم، اثر کل تغییرات درآمدهای نفتی بر رشد اقتصادی به شدت کاهش می‌یابد و در این میان، کانال سرمایه‌گذاری فیزیکی مهم‌ترین کانال است. به عبارت بهتر، اثر مستقیم درآمدهای نفتی بیشتر از اثرات غیرمستقیم آن است و برآیند هر یک از این دو کانال در جهت مخالف یکدیگر است و ۵۵ درصد از اثر مثبت کانال مستقیم را کانال‌های غیرمستقیم خنثی می‌کنند. مهم‌ترین کانال غیرمستقیم تأثیر درآمدهای نفتی، کانال سرمایه‌گذاری است که درآمدهای نفتی شدیداً (۴۷ درصد) از طریق این کانال تأثیر منفی بر رشد اقتصادی دارند. همچنین درآمدهای نفتی عدم رد فرضیه بیماری هلندی را از طریق تأثیر منفی آن بر درجه باز بودن اقتصاد نشان می‌دهد. همانطور که از تنوری و اعداد تجربی نیز آشکار بود، افزایش درآمدهای نفتی به دلیل کاهش ارزش حقیقی نفت در مقابل طلا بعد از معاهده برتن وودز و درمقابل، افزایش ارزش حقیقی کالاهای با تکنولوژی پیشرفته شدیداً از طریق رابطه مبادله اقتصاد ایران را تحت تأثیر قرار داده است. بعد از کانال سرمایه‌گذاری که بیشترین تأثیر منفی ارتباط بین درآمدهای نفتی و رشد اقتصادی را نشان داد، در مقابل، سرمایه‌گذاری در منابع انسانی و آموزش بیشترین تأثیر مثبت را نشان می‌دهد، اما میزان این تأثیر (۷ درصد) در مقابل سرمایه‌گذاری (۴۷ درصد) بسیار اندک است.

فرضیه مورد نقد قرار گرفت و از سوی منتقدان و اقتصاددانان رد شد، چراکه انقلاب صنعتی در انگلستان و آلمان تنها به دلیل وجود ذخیره زیاد سنگ معدن و زغال سنگ امکان یافت و همچنین کشورهای مالزی، اندونزی، نروژ و آمریکا با اتکا به ذخایر منابع طبیعی خود توانستند اقتصاد خود را پیش ببرند. نکته کلیدی در این میان، مدیریت صحیح منابع و جریان ورودی درآمدهای حاصل از منابع طبیعی است که به پیشرفت اقتصادهای دارنده آن کمک می‌کند.

این نکته کلیدی از نظر پژوهشگران، حلقه مفقوده اقتصاد ایران است و به دلیل فقدان آن، درآمدهای حاصل از فروش منابع طبیعی مثل نفت باعث افزایش نابرابری و سرکوب مالی و کاهش رشد اقتصادی شده است. مطالعات علمی نشان می‌دهد درآمدهای نفتی به تنهایی برای رشد اقتصادها مضر نیست و اثر مستقیم بر رشد اقتصاد دارد، اما زمانی که درآمدهای نفتی بر عواملی مثل سرمایه‌گذاری فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد، رابطه مبادله و سرمایه انسانی اثر می‌گذارد و آن را تغییر می‌دهد، اثر کلی درآمدهای نفتی بر رشد اقتصادی به شدت کاهش پیدا می‌کند و به کمتر از اندازه اولیه می‌رسد.

درآمدهای نفتی با ساختار اقتصاد چه می‌کنند؟

این موضوع در مطالعه‌ای با عنوان «مسیرهای اثرگذاری درآمدهای نفتی بر رشد اقتصادی ایران از دیدگاه نفرین منابع طبیعی» در شماره زمستان فصلنامه «سیاست‌های راهبردی و کلان» (وابسته به مجمع تشخیص مصلحت نظام) موشکافی شده است. در این مطالعه، کانال‌های اثرگذاری درآمدهای نفتی بر رشد اقتصادی ایران در فاصله سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۵ (با استفاده از مدل ساکس و وارنر) بررسی شده و یافته‌ها نشان می‌دهد که درآمدهای نفتی به تنهایی برای رشد اقتصادی مضر نیستند و اثر مستقیم مثبتی بر رشد اقتصادی ایران دارند، اما هنگامی که (طبق مدل پیشنهادی ساکس و وارنر) متغیرهای دیگری نظیر سرمایه‌گذاری فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد، رابطه مبادله و سرمایه انسانی به عنوان کانال‌های اثرگذاری وارد مدل می‌شوند، به دلیل‌اثر درآمدهای نفتی بر این متغیرها و سپس اثرگذاری منفی غیرمستقیم بر رشد اقتصادی، اثر کل درآمدهای نفتی بر رشد به شدت کاهش می‌یابد و بسیار کمتر از مقدار اولیه می‌شود.

در این پژوهش، اثر درآمد نفت بر رشد اقتصاد ایران به دو قسمت مستقیم و غیرمستقیم تقسیم شد و نهایتاً مشخص گشت که اثر مستقیم درآمدهای نفتی بر رشد اقتصادی در دوره زمانی مورد بررسی، مثبت (۵۴.۷) اما اثر غیرمستقیم آن منفی (-۳۰.۲) است. هرچند یافته‌های پژوهش حاکی از مقدار تأثیر مثبت و مستقیم درآمدهای نفتی بیش از تأثیر منفی و غیرمستقیم آن بر رشد اقتصادی ایران است. نتایج نشان داد که کانال‌های اثرگذاری بیش از ۵۵ درصد (که از تقسیم -۳۰.۲ بر ۵۴.۷ به دست می‌آید) از اثر مثبت درآمدهای نفتی را خنثی می‌کنند و اثر مستقیم آن بر رشد اقتصادی را به شدت کاهش می‌دهند.

سرمایه‌گذاری فیزیکی نیز از عوامل دیگر و مؤثر بر رشد اقتصادی است. نتایج این پژوهش تأثیر مثبت سرمایه‌گذاری را بر رشد اقتصادی ایران نمایان می‌کند؛ تا حدی که تأثیر سرمایه‌گذاری بیش از تأثیر کلی درآمدهای نفتی است و همچنین افزایش حجم درآمد نفت در اقتصاد، میزان سرمایه‌گذاری نسبت به تولید ناخالص داخلی را کاهش می‌دهد. کانال سرمایه‌گذاری مهم‌ترین کانال اثرگذاری است، زیرا همانطور که تخمین زده شد، ۴۷ درصد از اثر منفی و غیرمستقیم درآمدهای نفتی بر رشد را شامل می‌شود. از سوی دیگر، رابطه مثبتی بین درجه باز بودن اقتصاد و رشد اقتصادی ایران وجود دارد، به طوری که درآمدهای نفتی باعث بسته شدن اقتصاد ایران و کاهش درجه باز بودن اقتصاد ایران شده است بنابراین این کانال نیز ۲۰ درصد از تأثیر منفی غیرمستقیم درآمد

ایمان‌ولی‌پور ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

بالاخره نفت برای اقتصاد یک موهبت است یا نفرین؟ این پرسش از سال‌ها قبل با عنوان فرضیه «نفرین منابع طبیعی» از سوی اندیشمندان اقتصادی بررسی شده است. فرضیه «نفرین منابع» از پیچیده‌ترین نظریاتی است که بر اندیشه ابطال‌گرایی کارل پوپر در علم اقتصاد بنا شده، اما تجربیات متناقض در کشورهای مختلف عملاً مانع از تبدیل این فرضیه به قانون و حتی تئوری شده است. نگرانی درباره اثر منفی منابع طبیعی بر اقتصاد، اولین بار در میان اقتصاددانان توسعه در دهه ۱۹۵۰ مطرح شد. سپس در دهه ۱۹۷۰ به دنبال شوک اول نفتی، توجه از حوزه صادرات مواد اولیه به تجربیات صادرکنندگان نفت معطوف شد و مشکلات کشورهای نفتی باعث پیدایش این دیدگاه شد که درآمدهای سرشار نفتی، اثر بدی بر چشم‌انداز توسعه خواهد داشت. در سال ۱۹۹۴ بود که برای اولین بار فرضیه «بلای منابع» مطرح شد. منظور از «بلا» در این فرضیه آن است که همه کشورهای دارای منابع طبیعی دارای عملکرد خوبی از نظر رشد و پیشرفت اقتصادی نیستند، با این حال، این فرضیه بارها مورد نقد قرار گرفت و از سوی منتقدان رد شد. اقتصاددانان می‌گویند انقلاب صنعتی در انگلستان و آلمان تنها به دلیل وجود ذخیره زیاد سنگ معدن و زغال سنگ امکان یافته و همچنین کشورهای مالزی، نروژ و آمریکا با اتکا به ذخایر منابع طبیعی خود توانسته‌اند به توسعه دست یابند. حال سوال این است که آیا این فرضیه درباره اقتصاد ایران جواب می‌دهد؟ آیا نفرین نفت واقعی است و آیا اقتصاد ایران دچار نفرین منابع شده است؟

از درآمد سرشار نفتی تا توسعه دشوار اقتصادی

شاید بارها اصطلاح «نفرین منابع» و یا «بلای نفت» به گوش‌تان خورده است. ترکیب عجیب و متناقضی که در ادبیات اقتصادی کشورهای دارای منابع طبیعی سرشار به ویژه نفت، بسامد بالایی دارد و در اشاره به وضعیتی به کار می‌رود که نفت به عنوان یک منبع درآمدی سرشار و ثروت‌خدادادی در برخی از کشورها به یک مانع توسعه تبدیل می‌شود، اما چه سازوکاری باعث می‌شود که یک منبع درآمدی خدادادی به جای موهبت به نفرین بدل می‌شود؟ مگر نه آنکه این درآمدهای سرشار نفتی باید کاتالیزور رشد و توسعه کشورها باشند؟ آیا منابع طبیعی فی‌نفسه مانع رشد و توسعه اقتصادی هستند و بر انباشت سرمایه اجتماعی تأثیر منفی می‌گذارند؟ یا آنکه شیوه مدیریت این منابع از سوی دولت‌هاست که منابع را به بلا تبدیل می‌کنند؟ بالاخره نفت علیه اقتصادها کار کرده است و یا به نفع آنها؟

پژوهشگران در سال‌ها و دهه‌های گذشته تلاش کرده‌اند با بررسی اثرگذاری نفت بر رشد اقتصادی کشورها به این سوالات پاسخ دهند. نخستین بار نگرانی‌ها درباره اثر منفی منابع طبیعی بر اقتصاد کشورهای تولیدکننده در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در بین اقتصاددانان توسعه مطرح شد. نتایج بررسی‌ها نشان می‌داد صادرکنندگان مواد اولیه در تجارت با کشورهای صنعتی به علت بدتر شدن رابطه مبادله، مزیت‌های خود را از دست می‌دهند. سپس اقتصاددانان دیگری هم به اثر منفی و محدود پیوندهای صادرات مواد اولیه در مقایسه با صنعت پیی بردند. در دهه ۱۹۷۰ به دنبال شوک اول نفتی، توجه از حوزه صادرات مواد اولیه به مسائل و تجربیات صادرکنندگان نفت معطوف شد و مشکلات کشورهای نفتی باعث پیدایش این دیدگاه شد که درآمدهای فراوان حاصل از نفت، اثر بدی بر چشم‌انداز توسعه اقتصادی صادرکنندگان نفتی خواهد داشت. در سال ۱۹۹۴ برای اولین بار فرضیه «بلای منابع» مطرح شد. منظور از «بلا» در این فرضیه این است که همه کشورهای دارای منابع طبیعی دارای عملکرد خوبی از نظر رشد و پیشرفت اقتصادی نیستند، اما این

اوپک در جدیدترین گزارش خود از افزایش بیش از ۵ دلاری قیمت نفت ایران در نخستین ماه ۲۰۲۱ و افزایش ۶۲ هزار بشکه‌ای تولید روزانه نفت ایران در این ماه خبر داده است. سازمان کشورهای صادرکننده نفت در تازه‌ترین گزارش از سلسله گزارش‌های ماهانه خود اعلام کرد متوسط قیمت نفت این سازمان در سال ۲۰۲۰ به ۵۴ دلار و ۲۸ سنت رسید. قیمت نفت اوپک در این سال نسبت به سال قبل از آن ۱۰ دلار و ۷۲ سنت کاهش داشته است. به گفته اوپک، متوسط قیمت نفت ایران در

سال ۲۰۲۰ نیز ۸ دلار و ۲۳ سنت کاهش داشته و به ۵۴ دلار و ۳۸ سنت رسیده است. در سال ۲۰۱۹ متوسط قیمت نفت ایران ۶۲ دلار و ۶۱ سنت اعلام شده بود. با وجود افت بیش از ۸ دلاری قیمت نفت ایران در سال ۲۰۲۰، با آغاز سال جدید میلادی قیمت جهانی نفت افزایش یافته و قیمت نفت ایران در نخستین ماه این سال با رشد ۵ دلار و ۱۸ سنتی نسبت به ماه قبل از آن مواجه شده است. در حالی که طی دسامبر ۲۰۲۰ هر بشکه نفت سنگین ایران ۴۹ دلار و ۲۰ سنت معامله می‌شد، این رقم

در ژانویه ۲۰۲۱ به ۵۴ دلار و ۳۸ سنت رسیده است. همچنین تولید نفت ایران در سال ۲۰۲۰ به یک میلیون و ۹۸۵ هزار بشکه در روز رسید که این رقم نسبت به سال قبل از آن ۳۷۱ هزار بشکه در روز کاهش داشت، اما در نخستین ماه سال جاری میلادی تولید روزانه نفت ایران ۶۲ هزار بشکه افزایش یافته و به ۲ میلیون و ۸۴ هزار بشکه در روز رسیده است. تولید روزانه نفت اوپک در سال ۲۰۲۰ نیز با افت ۳ میلیون و ۶۹۲ هزار بشکه‌ای مواجه شد و به ۲۵ میلیون و ۶۴۵ هزار بشکه در روز رسید.

خبرخوان

آخرین خبرها از هزینه سبد معیشت کارگران

سبد معیشت ۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان شد

به گفته رئیس کمیته دستمزد شورای اسلامی کار، هزینه سبد معیشت کارگران در دی ماه امسال نسبت به بهمن ماه ۹۸ حدود ۲میلیون و ۷۹۰ هزار تومان بیشتر شده و پوشش سبد توسط دستمزد به ۲۸ درصد کاهش یافته است.فرامرز توفیقی درباره هزینه سبد معیشت کارگران در سال ۹۹ به تسنیم گفت: اعداد و آماری که مرکز آمار ایران برای سبد معیشت کارگران اعلام کرده است قابل استناد نیست چراکه راستی‌آزمایی در این آمارها صورت نگرفته است. خود مسئولان و کارشناسان مرکز آمار ایران می‌دانند به هیچ عنوان اطلاعات هزینه‌کرد خانوار راستی‌آزمایی نمی‌شود و به هیچ عنوان نمی‌توان به آن استناد کرد.

به گفته وی، هزینه‌کرد خانوار مشتمل بر یکسری اطلاعات و داده‌های خام جمع‌آوری شده از سوی یک تعداد خانوار است و هیچ موقع اعداد و ارقامی که در آنجا درج می‌شود مورد راستی‌آزمایی قرار نمی‌گیرد بلکه براساس آن یک میانگین ابتدایی ریاضی می‌گیرند و اعلام می‌کنند برای مثال درآمد خانوارها A تومان و هزینه‌کردشان A-B تومان است. این نشان می‌دهد هر سال خانواده‌های ایرانی در حال ثروتمندتر شدن هستند حال سوال این است که آیا به‌واقع این چنین است؟ خبر، چون این اطلاعات و آمار با واقعیت‌های جامعه فاصله بسیار زیادی دارد بنابراین به جای عددسازی یک بار هم که شده باید به واقعیت‌های جامعه رو آورد. این درحالی است که سبد معیشت سال گذشته حدود ۵ میلیون تومان (۲ میلیون و ۹۴۰ هزار تومان) محاسبه شد.

او درباره سبد هزینه معیشت کارگران در سال جاری نیز گفت: این محاسبات به روال همیشگی و براساس داده‌های رسمی و قیمت‌های اعلامی اقلام، صورت گرفته و در نتیجه حداقلی است. اگر قیمت واقعی اقلام غیرخوراکی مانند مسکن، درمان، آموزش و حمل و نقل را بخواهیم در نظر بگیریم، رقم نهایی بسیار بیشتر می‌شود. باید در نظر داشته باشیم که قرار بود راه‌های احصای قیمت این اقلام در کمیته دستمزد ذیل شورای‌عالی کار، به بحث گذاشته شده و نهایی شود، اما هرگز دولتی‌ها و کارفرمایان حاضر به بحث در این رابطه نشدند بنابراین متر و معیار رسمی برای احصای قیمت اقلام غیرخوراکی سبد در دست نیست و ناچاراً سبد معیشت را به روال همیشه، با مینا قرار دادن همان سبد خوراکی‌ها و آشامیدنی‌های خانوار محاسبه می‌کنیم. رئیس کمیته دستمزد شورای عالی کار با بیان اینکه از آنجایی که براساس داده‌های رسمی مرکز آمار ایران اندازه خانوار متوسط ایرانی ۳٫۳ نفر است، گفت: اگر ۲۷۲۰۰۸۸ را در ۳٫۳ ضرب کنیم عدد به دست آمده ۹۰۱۱۹۰۰۴ است که رقم خوراکی‌ها و آشامیدنی‌های یک روز خانوار را نشان می‌دهد بنابراین هزینه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌های ماهانه یک خانواده اگر ۹۱۱۱۹۰۰۴ را در ۳۰ روز ضرب کنیم عدد به دست آمده ۲۷۰۳۵۷۱۲ می‌شود، بنابراین براساس داده‌های تورمی دی ماه، یک خانوار متوسط ایرانی فقط ۲ میلیون و ۷۰۳ هزار تومان هزینه خوراکی ماهیانه دارد. باید دقت کنیم که هزینه سبد خوراکی‌ها به تنهایی، حدود ۱۰۰ هزار تومان از دستمزد فعلی کارگران که ۲ میلیون و ۶۱۱ هزار تومان است، بیشتر است. توفیقی با اشاره به اینکه دستمزد ۶۱ درصد از سبد عقب‌تر است، افزود: با این محاسبه هزینه سبد معیشت کارگران در دی ماه حدود ۸ میلیون و ۷۲۵ هزار تومان است که در مقایسه با سبد معیشت کارگران در بهمن ماه ۹۸ حدود ۳ میلیون و ۷۹۰ هزار تومان بیشتر است. پوشش سبد توسط دستمزد، فقط ۳۸ درصد است، یعنی دستمزد کارگران فقط ۳۸ درصد از هزینه‌های زندگی ماهانه را پوشش می‌دهد. فاصله بین درآمد یک کارگر در بهترین حالت و هزینه سبد معیشت حدود ۵ میلیون و ۳۷۴ هزار تومان است که در شرایط فعلی کارگران هیچ منبعی برای تأمین این کسری ندارد و با آبرو زندگی می‌کنند.

طبق اعلام سازمان برنامه و بودجه

عیدی را با حقوق بهمن بگیرد

عیدی ۱٫۵۶ میلیون تومانی کارکنان با حقوق بهمن ماه واریز خواهد شد. معمولاً عیدی کارکنان و بازنشسته‌ها همزمان و با چند روزی فاصله با حقوق بهمن ماه واریز می‌شود، این در حالی است که محمدباقر نوبخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه وعده داده که عیدی همزمان با پرداخت حقوق بهمن ماه خواهد بود. البته دولت در این سال‌ها عمدتاً حقوق‌ها و عیدی کارکنان را در زمان مقرر پرداخت کرده است. در بودجه ۱۳۹۹عیدی کارکنان یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان تعیین شده بود و میزان افزایش حقوق ۱۵ درصد بود ولی رقم نهایی عیدی مصوب در هیأت دولت مبلغ عیدی یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تعیین شد. این افزایش به اعمال فوق‌العاده ۵۰ درصدی امتیاز قانونی برای حقوق کارکنان و بازنشسته‌ها در پایان سال گذشته برمی‌گردد که در نتیجه بر تغییر ضریب و محاسبات عیدی موثر بوده است.

معاون وزیر راه و شهر سازی اعلام کرد

فاصله ۵۰۰درصدی قیمت ساخت مسکن با فروش

در حالی که معاون وزیر راه و شهرسازی، شکاف قیمتی هر مترمربع مسکن ساخته شده را قیمت فروش آن را ۵۰۰ درصد می‌داند، رئیس اتحادیه مشاوران املاک بر این فاصله قیمتی صحه می‌گذارد و می‌گوید: ظاهراً سودهای هنگفت هم بعضی سازندگان را راضی نمی‌کند و از هر آب گل آلودی ماهی می‌گیرند. مصطفی قلی خسروی در این باره به ایسنا، گفت: در شرایطی که قیمت‌ها در بازار مسکن روند نزولی به خود گرفته بود اعلام رشد قیمت در دی ماه از سوی مراکز آماری به نوعی ترمز ریزش قیمت‌ها را کشید و باعث شد بازار به ثبات برسد. بانک مرکزی اعلام کرد طی یک ماه قیمت‌ها ۱٫۸ درصد بالا رفته و مرکز آمار این عدد را ۸٫۲ درصد عنوان کرد. هرچه ما تلاش می‌کنیم قیمت‌ها را پایین بیاوریم برخی مراکز رشته‌های ما را پنبه می‌کنند. گرانی مسکن باعث رکود می‌شود و کار دفاتر املاک را کساد می‌کند. بنابراین مشاوران املاک تلاش می‌کنند با دلالت بر روی معاملات، قیمت‌ها را پایین بیاورند، اما در کمال تعجب می‌شنویم که مشاوران را عامل گرانی می‌دانند و آدرس اشتباه می‌دهند.

او سودهای بالایی که بساز و بفروش‌ها از بازار مسکن کسب می‌کنند را از عوامل گرانی قیمت خانه دانست و گفت: قیمت ساخت برای تعاونی‌های مسکن حدوداً متری ۴ میلیون تومان و در حالت آزاد متری ۸ میلیون تومان تمام می‌شود. چرا سازندگان، خانه‌ها را متری ۳۰ میلیون تا ۱۰۰ میلیون تومان و بیشتر می‌فروشند؟ محمودزاده معاون وزیر راه و شهرسازی اخیراً به نکته درستی اشاره و اعلام کرده قیمت فروش مسکن با قیمت ساخت حدود ۵۰۰ درصد فاصله دارد. ظاهراً سودهای هنگفت هم بعضی سازندگان را راضی نمی‌کند و از هر آب گل آلودی ماهی می‌گیرند.

نقشه گسل کسری بودجه



گرفته شد)، پیش‌بینی مجموع کسری تأمین نشده و انتشار اوراق برابر با ۳۰۴ هزار میلیارد تومان است. این رقم در لایحه دولت ۳۷۵ هزار میلیارد تومان بوده است. در مصوبه کمیسیون تلفیق پیش‌بینی شده است که از ۳۰۴ هزار میلیارد تومان کسری ذکرشده ۱۷۸ هزار میلیارد تومان از محل انتشار اوراق تأمین شود.

کسری بودجه احتمالی مصوبه کمیسیون تلفیق

مرکز پژوهش‌ها در جمع‌بندی گزارش خود به رقم کسری بودجه احتمالی مصوبه کمیسیون تلفیق پرداخته و نوشته است: مجموع کسری بودجه احتمالی لایحه دولت ۳۷۵ هزار میلیارد تومان بوده (در لایحه پیش‌بینی شده بود که ۵۵ هزار میلیارد تومان از این کسری با انتشار اوراق مالی اسلامی تأمین شود) که براساس مصوبه کمیسیون تلفیق به ۳۰۴ هزار میلیارد تومان کاهش یافته است. استفاده از اوراق مالی اسلامی محتمل‌ترین راه جبران کسری فوق خواهد بود که در مصوبه کمیسیون تلفیق نیز ۱۷۸ هزار میلیارد تومان از کسری مذکور از این محل تأمین شده است.

با وجود این در صورت عدم تغییر مقررات نگهداری اوراق، براساس پیش‌بینی‌های موجود در سال ۱۴۰۰ شبکه بانکی ۲۸٫۲ هزار میلیارد تومان، صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت ۳۰٫۹ هزار میلیارد تومان و دارندگان اوراق مالی دولت که در سال ۱۴۰۰ سررسید می‌شود، ۸۰ هزار میلیارد تومان تقاضای اوراق مالی دولتی خواهند داشت که درمجموع ۱۳۹٫۱ هزار میلیارد تومان خواهد شد. این میزان تقاضای اوراق فاصله قابل توجهی با عدد ۳۰۴ هزار میلیارد تومان کسری بودجه احتمالی مصوبه کمیسیون تلفیق دارد (۱۶۵ هزار میلیارد تومان) هرچند بخشی از کسری باقیمانده با عدم تخصیص‌های احتمالی جبران خواهد شد با وجود این، بخشی از این کسری لاجرم به افزایش قابل توجه نرخ سود و هزینه تأمین مالی دولت در اقتصاد و یا رشد پایه پولی جهت جلوگیری از افزایش نرخ‌ها منجر خواهد شد.

از منظر نگاه به معیشت مردم، عمده‌ترین اقدام کمیسیون تلفیق، تغییر شیوه پرداخت یارانه کالای اساسی از یارانه غیرمستقیم به واردات کالاها به یارانه مستقیم به مردم بوده که از لحاظ میزان دسترسی دهک‌های پایین درآمدی به منابع اختصاص یافته به این مسئله، اصابت به هدف و جلوگیری از رانت، اقدام مثبتی در جهت معیشت دهک‌های پایین درآمدی بوده است. هرچند این اقدام نیز به دلیل مخالفت‌های دولت (علی‌رغم توافق اولیه قبلی) ممکن است به خوبی اجرا نشود.

ضعف مصوبه کمیسیون تلفیق نام برده است. به نوشته مرکز پژوهش‌ها، یکی از محورهای مهم تصمیم‌گیری درباره لایحه بودجه ۱۴۰۰، مدیریت هزینه‌های جاری دولت بود که بخش زیادی از بودجه را به خود اختصاص داده بود. رشد ۶۰ درصدی هزینه‌های جاری و رشد ۷۶ درصدی اعتبارات اختصاص یافته به فصل جبران خدمات کارکنان دولت از ایرادهای مهم لایحه بودجه بود که ناشی از افزایش حقوق و متناسب‌سازی‌های صورت گرفته در سال ۱۳۹۹ مازاد بر مجوزهای قانون بودجه و در نظر گرفتن نرخ رشد ۲۵ درصدی حقوق شاغلان و بازنشستگان در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ بود. به‌منظور اصلاح این نابسامانی، لازم بود که کمیسیون تلفیق در چند محور اساسی، اقدامات اصلاحی را دنبال کند که این موارد علی‌رغم مطرح شدن در کمیسیون تلفیق به تصویب نرسید.

اما مهمترین بخش این گزارش به وضعیت کسری بودجه ۱۴۰۰ بازمی‌گردد و به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، تحولات مربوط به کسری بودجه از دو منظر نیازمند تحلیل است؛ اول اینکه یکی از ایرادهای اساسی لایحه بودجه، بالابودن کسری بودجه ساختاری این لایحه بود که این موضوع در مصوبه کمیسیون تلفیق نیز همچنان ادامه یافت. کسری بودجه ساختاری به این معناست که دولت برای تأمین مخارج خود، چه مقدار نیازمند استفاده از منابع نفتی، استقراض از صندوق توسعه ملی یا فروش اوراق (منابع غیردرآمدی) است. محاسبه این کسری در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ نشانگر رقمی در حدود ۴۵۵ هزار میلیارد تومان (۵۳ درصد کسری ساختاری) و در مصوبه کمیسیون تلفیق در حدود ۵۲۴ هزار میلیارد تومان (۴۸ درصد کسری ساختاری) است. لذا از لحاظ نسبت کسری بودجه به کل مصارف بودجه، وضعیت کسری ساختاری بودجه اندکی بهبود یافته است، اما همچنان بسیار زیاد است. این کسری معادل منابعی است که باید از محل فروش نفت یا استقراض از صندوق یا فروش اوراق جبران شود.

نکته دوم نیز کاهش ۱۹درصدی کسری بودجه تأمین نشده با مصوبه کمیسیون تلفیق است. با فرض تحقق میانگین ۹۰درصدی درآمدها، فروش اموال و واگذاری شرکت‌ها (فرض خوش‌بینانه‌ای که به‌خصوص در رابطه با فروش ۹۵ هزار میلیارد تومان سهام دولت بسیار دور از انتظار است. در ۹ ماه ابتدایی سال ۱۳۹۹ که بیشترین میزان واگذاری سهام دولت در مقایسه با سال‌های قبل صورت گرفته، میزان عملکرد این ردیف ۳۴ هزار میلیارد تومان بوده است)، همچنین فرض صادرات ۸۰۰ هزار بشکه نفت و میعانات گازی (فرضی که در تحلیل لایحه بودجه در نظر

فرصت امروز؛ هرچند پس از رد کلیات بودجه ۱۴۰۰ در صحن علنی مجلس، دولت با اصلاح لایحه بودجه و مجلس با بررسی ۱۰روزه آن موافقت کرده است، اما همچنان چشم‌انداز سند مالی سال آینده مبهم است. چنانکه به گفته نهاد پژوهشی مجلس، کسری بودجه سال ۱۴۰۰ به عنوان مهمترین هدف اصلاح لایحه بودجه همچنان حل نشده باقیمانده است. مرکز پژوهش‌های مجلس در تازه‌ترین گزارش از سلسله گزارش‌های بودجه ۱۴۰۰، این بار به تغییرات بودجه در کمیسیون تلفیق پرداخت و با اشاره به اصلاحات انجام‌شده از سوی این کمیسیون، از کسری بودجه سال ۱۴۰۰ به عنوان مهمترین هدف اصلاح لایحه بودجه یاد کرد که همچنان حل نشده باقیمانده است.

مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، نقاط قوت مصوبه کمیسیون تلفیق مجلس را اصلاح منابع بودجه عمومی دولت و اصلاحات انضباطی خوانده و نوشته: با توجه به ضرورت شناسایی منابع پایدار و تحقق‌پذیر در قانون بودجه سال ۱۴۰۰، بخش قابل توجهی از مصوبات کمیسیون تلفیق به انجام اصلاحات در حوزه منابع بودجه اختصاص یافته است. از جمله مصوبات مهم این کمیسیون حذف قیمت‌گذاری ترجیحی ارز حاصل از صادرات نفت، گاز و میعانات گازی، حذف معافیت مالیاتی صادرات مواد خام و نیمه‌خام، حذف معافیت مالیات بر ارزش‌افزوده مناطق آزاد، افزایش پلکان‌های مالیات بر حقوق، کاهش معافیت‌های مالیاتی فعالیت‌های کمک آموزشی و هنری، اصلاح نرخ ارز مبنای محاسبه حقوق ورودی و اصلاح نرخ سوخت صنایع پتروشیمی و فولادی بوده که همگی در راستای رانت‌زدایی، جلوگیری از تخصیص ناهیهی منابع و افزایش درآمدهای پایدار دولت است.

کسری بودجه ۱۴۰۰ کمتر شد اما باقی ماند

همچنین کاهش میزان فروش نفت از روزانه ۲٫۳ میلیون بشکه به روزانه ۱٫۵ میلیون بشکه و حذف پیش‌فروش نفت از مصوبات مهم کمیسیون تلفیق در راستای حذف منابع صوری و تحقق‌ناپذیر بودجه بود، اما با این حال همچنان نگرانی‌های جدی هم درخصوص حجم کسری بودجه ساختاری و هم درباره میزان تحقق‌پذیری منابع در نظر گرفته شده وجود دارد. از سوی دیگر، بخش دیگری از اقدامات مهم کمیسیون تلفیق به اصلاحات انضباطی شامل تقویت احکام انضباطی و قرار دادن ضمانت‌های اجرایی برای برخی احکام باز میگردد.

بازوی کارشناسی مجلس سپس به مخاطرات بودجه سال آینده پرداخته و از مصارف بودجه و کسری بودجه ساختاری به عنوان نقاط

جواز داروخانه و سایت خبری و آموزشگاه زیبایی چند؟

بازار داغ مجوزفروشی

خدمات پزشکی ۸۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان فروخته می‌شود.

در این زمینه، علی فیروزی رئیس مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کار می‌گوید: «فروش مجوزهای کسب و کار به صورت کالایی نیست و معمولاً به شکل‌های مختلف این اقدام انجام می‌شود. در شیوه فروش و کالتی، مزایای جواز کسب و کار برای استفاده به فرد دیگری واگذار می‌شود. در فروش مباحثرتی مجوز کسب و کار نیز دارنده جواز مربوطه خود را از تمام مسئولیت‌های مجوز عزل می‌کند. یکی دیگر از راه‌های فروش مجوز کسب و کار هم این است که فرد به سازمان مرجع صادرکننده مجوز مراجعه و تغییر نام انجام می‌دهد و این جواز را به فرد موردنظر واگذار می‌کند و به این روش اصلاح مجوز یا تغییرنام کسب و کار نیز می‌گویند.»

به گفته فیروزی، «موضوع مهمی که در بحث فروش جواز کسب و کار باید به آن توجه کرد این است که نمی‌توان جلوی این فرآیند طبیعی را گرفت زیرا در بحث عرضه مجوز مشکل داریم. در فرآیند واگذاری مجوز کسب و کار در یک سو عرضه‌کننده و در سوی دیگر تقاضاکننده را داریم و تا زمانی که تقاضا زیاد باشد و عرضه محدود باشد قیمت خرید و فروش نامتعادال است و برای برگه و سندی که مجوز نامیده می‌شود مبادله می‌شود و بهای آن بیش از حد معمول خواهد بود بنابراین در هر شرایطی که موضوع صدور مجوز کسب و کار مطرح می‌شود به صورت بالقوه فضا برای فساد فراهم می‌شود و این به دلیل این است که فرد سندی دارد که دیگر متقاضیان آن به راحتی نمی‌توانند به آن دست یابند و در واقع این سند، انحصاری است.»

او با بیان اینکه «انحصار صدور مجوز به دو شکل طبیعی و تصنیی است»، ادامه داد: «در شکل طبیعی، مجوز کسب وکار به منابع طبیعی بازمی‌گردد و با اخذ آن فرد می‌تواند به منبع طبیعی محدود همچون قطع

بازار سیاه خرید و فروش مجوزهای شغلی این روزها رونق زیادی دارد، به طوری که مجوز موسسه فرهنگی و هنری تا ۸۰ میلیون تومان، سایت فروشگاهی تا ۱۴۰ میلیون تومان و داروخانه تا ۲ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد.

به گزارش ایرنا، پروانه کسب در عرصه تجارت و کسب و کار از اسناد مهم اقتصاد است؛ سندی که از سوی مراجع مربوطه صادر می‌شود و دارنده آن مجاز به فعالیت در حرفه‌ای معین خواهد بود. نظارت بر کسب و کارها نیز از طریق صدور مجوزهای مختلف انجام می‌شود که «پروانه کسب» نیز جزو این دسته است. پروانه‌های کسب از سوی اتحادیه‌های اصناف صادر می‌شود و مراحل صدور آن در هر شغلی متفاوت است. برای نمونه برخی مشاغل نیاز به مهارت خاصی دارد و باید گواهینامه معتبر از مراکز آموزشی مجاز اخذ شود و سپس به تأیید یک سازمان دولتی نظارتی همچون سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای برسد.

آمارها نشان می‌دهد در ۹ ماهه امسال ۴۴۰ هزار و ۱۵۶ فقره پروانه کسب صادر شده که نسبت به سال گذشته ۴۹ درصد رشد داشته است (در ۹ ماهه پارسال ۲۹۳ هزار و ۶۰۹ فقره پروانه کسب صادر شد). با وجود این رشد اما به دلیل روند طولانی صدور مجوز و سختگیری در استعلامات موردنیاز برای ارائه مجوز، بازار سیاه خرید و فروش جواز کسب در سایت‌های اینترنتی و فضاهای مجازی به راه افتاده است.

مشاهدات میدانی حاکی از آن است که جواز کسب پیشخوان دولت بین ۹۰۰ میلیون تا ۲ میلیارد و ۶۰۰ تومان، سایت خبری بین ۷۰۰ میلیون تومان تا یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان، سایت فروشگاهی ۱۰۰ تا ۱۴۰ میلیون تومان، موسسه حقوقی ۳۰ میلیون تومان، داروخانه یک میلیارد تا ۲ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان، آموزشگاه مراقبت زیبایی ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان، موسسه فرهنگی و هنری ۵۰ تا ۸۰ میلیون تومان و شرکت

بانک نامه



تعداد چک‌های رمزدار در آذرماه کاهش یافت

جغرافیای استانی چک

بررسی‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد ۴۸۷ هزار فقره چک رمزدار به ارزش حدود ۹۴۱ هزار میلیارد ریال در آذرماه اسامال در کل کشور وصول شده که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۸.۵ درصد و ۱۷.۸ درصد کاهش داشته است.

براساس آمارهای بانک مرکزی، در استان تهران نیز حدود ۱۵۴ هزار فقره چک رمزدار به ارزشی حدود ۵۷۵ هزار میلیارد ریال وصول شده است. در این ماه ۴۸ درصد از تعداد چک‌های رمزدار وصولی در سه استان تهران (۳۱.۶ درصد)، اصفهان (۹.۱ درصد) و خراسان رضوی (۷.۷ درصد) وصول شده است که بیشترین سهم را در مقایسه با سایر استان‌ها دارا بوده‌اند. همچنین ۷۱ درصد از ارزش چک‌های فوق در استان‌های تهران (۶۱.۱ درصد)، اصفهان (۵.۵ درصد) و خراسان رضوی (۴.۴ درصد) وصول شده است.

چک‌های وصولی بر حسب عادی و رمزدار حدود ۹ میلیون و ۱۰۰ هزار فقره چک در آذرماه در کل کشور وصول شد که از این تعداد حدود ۸ میلیون و ۶۰۰ هزار فقره عادی و حدود ۵۰۰ هزار فقره رمزدار بوده است. بر این اساس درکل کشور ۹۴.۶ درصد از کل تعداد چک‌های وصولی، عادی و ۵.۴ درصد رمزدار بوده است. براساس آمار بانک مرکزی، در کل کشور بالغ بر ۲ هزار و ۵۶۷ هزار میلیارد ریال چک وصول شد که بیش از یک هزار و ۶۲۶ هزار میلیارد ریال چک عادی و بالغ بر ۹۴۱ هزار میلیارد ریال چک رمزدار است. به عبارت دیگر، در سراسر کشور ۶۳.۳ درصد از کل ارزش چک‌های وصولی، عادی و ۳۶.۷ درصد رمزدار بوده است.

چگونه می‌توان با سهام عدالت کارت اعتباری گرفت؟

مذاکره شرکت سپرده‌گذاری مرکزی با بانک‌ها برای ارائه کارت اعتباری به مشمولان سهام عدالت در جریان است و پیشبینی می‌شود قبل از پایان سال برخی بانک‌ها بتوانند این کارت‌های اعتباری را ارائه دهند.

به گزارش ایستنا، از زمان آزادسازی سهام عدالت (اردیبهشت ماه) تاکنون ۶۰ درصد این سهام آزاد شده است و آخرین اخبار حاکی از آن است که سهامداران می‌توانند سهام خود را در توثیق بانک گذاشته و کارت اعتباری دریافت کنند. توثیق فرآیندی است که وقتی فرد می‌خواهد تسهیلاتی را از بانک‌ها دریافت کند در مقابل مبلغ ریالی، وثیقه‌ای به بانک ارائه می‌دهد بنابراین در حال حاضر سهامداران عدالت می‌توانند با وثیقه کردن برگه‌های سهام خود این تسهیلات را دریافت کنند.

بر این اساس هم افرادی که روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کرده بودند و هم افرادی که روش غیرمستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کرده بودند، می‌توانند با طی مراحل قانونی با وثیقه کردن همان ۶۰ درصد سهامی که آزاد شده، کارت اعتباری دریافت کنند.

آخرین اخبار حاکی از آن است که تاکنون بیش از ۱۰ بانک اعلام آمادگی کردند و در حال عملیاتی کردن این فرآیند هستند. متقاضیان دریافت کارت اعتباری باید به شعب بانک‌های مشخص شده مراجعه کنند. البته در ابتدا باید احراز هویت توسط سجام انجام شود که این فرآیند به صورت حضوری و غیر حضوری قابل انجام است و سپس اقدام به توثیق سهام می‌کنند. در مجموع همان شرایط عمومی و اختصاصی که هر فردی برای دریافت تسهیلات باید احراز کند در این خصوص هم باید اجرا شود و جایگزین ضامن در این پروسه اوراق سهام عدالت است. بعد از دریافت کارت اعتباری، افراد می‌توانند با مراجعه به فروشگاه‌های مشخص شده اقدام به خرید کنند. همچنین با توجه به دارایی و ارزش ریالی سهام عدالت افراد که تا این لحظه فقط ۶۰ درصد آن قابل معامله و آزاد شده و با توجه به قدرت بازپرداخت، بانک مشخص می‌کند فرد چقدر می‌تواند وام دریافت کند. ضمانت در این فرآیند، برگه‌های سهام عدالت است.

اگر سهامداران نتوانند به تعهدات خود عمل کنند، سهام عدالت آنها توسط بانک به فروش می‌رسد، وقتی بازپرداخت و اقساط به صورت منظم پرداخت شود، عایدی سهام مثل سود، حضور در مجمع و حق رأی متعلق به سهامدار است و می‌تواند از همه آنها استفاده کند.



فرصت امروز: بازارهای مالی در هفته گذشته بازدهی مثبتی داشتند. در هفته‌ای که گذشت، بازار سرمایه پس از هفته‌ها به بازدهی مثبت رسید و قیمت دلار و سکه نیز عملکردی صعودی داشت. هرچند بازار ارز نخستین روز هفته گذشته را با افت قیمت‌ها آغاز کرد، اما تحولات مهم سیاست خارجی در روز یکشنبه و سخنان دولتمردان آمریکا درباره برجام و تحریم‌ها، این روند را معکوس کرد تا جایی که در پایان هفته، دلار در بازار آزاد با افزایش هزار و ۸۰۰ تومانی قیمت مواجه شد. به این ترتیب، بازار ارز در هفته‌ای که گذشت برای پنجمین بار در شش ماه گذشته قیمت دلار را در کانال ۲۵ هزار تومان و یورو را در کانال ۳۰ هزار تومانی تجربه کرد. کانال‌هایی که با توجه به روند حاکم بر بازار در روزهای پایانی هفته، پیش‌بینی می‌شود در هفته پیش رو ثابت و پایدار باقی نماند. چرخش قیمت‌ها در میانه هفته گذشته به واسطه اظهارنظر دولتمردان آمریکا درباره تحریم‌ها و برجام نشان می‌دهد که قیمت‌ها در بازار ارز و سکه با نگاه به تحولات برجام تعیین می‌شود. یعنی هر بار که اخبار و تحولاتی رخ می‌دهد که احتمال احیای برجام را تقویت می‌کند، شیب قیمت‌ها نزولی شده و در نقطه مقابل، هر بار که بحث لغو تحریم‌ها و بازگشت احتمالی آمریکا به برجام ضعیف می‌شود، افزایش قیمت‌ها در بازار ارز و سکه اتفاق می‌افتد.

دلار از منز روانی ۲۴ هزار تومان عبور کرد

بازار ارز در این هفته و در ادامه روند نزولی هفته پیشین شاهد کاهش آرام قیمت‌ها در روز ابتدایی هفته بود، به طوری که دلار در بازار آزاد از قیمت ۲۴ هزار و ۳۰۰ تومان در ساعات ابتدایی روز شنبه به قیمت ۲۴ هزار و ۱۰۰ تومان در پایان معاملات روز یکشنبه رسید. این روند برای یورو در بازار آزاد نیز از ۲۹ هزار و ۱۰۰ تومان آغاز شد و به ۲۸ هزار و ۸۰۰ تومان رسید.

اما این روند از ابتدای معاملات روز دوشنبه دچار تغییر شد. در این روز معاملات دلار با قیمت ۲۴ هزار و ۸۰۰ تومان و یورو با قیمت ۲۹ هزار و ۵۰۰ تومان آغاز شد که نشان‌دهنده افزایش یک باره ۷۰۰ تومانی قیمت دلار و یک هزار و ۷۰۰ تومانی قیمت یورو نسبت به آخرین قیمت معامله شده روز یکشنبه بود. البته این قیمت‌ها در روز دوشنبه با مقاومت بازار مواجه شدند و چندان افزایش پیدا نکردند، ولی از روز سه‌شنبه با شکسته شدن این مقاومت و با وجود تعطیلی روز چهارشنبه، بازار شاهد رشد قابل توجه قیمت‌ها بود، به نحوی که در آخرین معاملات روز پنجشنبه دلار در قیمت ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان و یورو در قیمت ۳۱ هزار تومان معامله شد. بر این اساس در هفته‌ای که گذشت، قیمت دلار در بازار آزاد دامنه نوسان یک هزار و ۸۰۰ تومانی و قیمت یورو هم بازه نوسان ۲ هزار و ۲۰۰ تومانی را تجربه کرد.

نرخ فروش ارز در صرافی‌های بانکی نیز روندی مشابه را تجربه کرد، به طوری که قیمت فروش دلار و یورو در روز شنبه به ترتیب از ۲۳ هزار و ۷۵۰ تومان و ۲۸ هزار و ۶۰۰ تومان آغاز شد و در پایان روز یکشنبه تا ۲۳ هزار ۷۰۰ تومان و ۲۸ هزار ۴۵۰ تومان کاهش یافت، اما بعد از توقف قیمت در روز دوشنبه، از روز سه‌شنبه روند افزایشی آغاز شد و در پایان هفته قیمت دلار به ۲۴ هزار و ۷۰۰ تومان و یورو به ۲۹ هزار و ۹۵۰ تومان رسید. برای خرید ارز هم در صرافی‌های بانکی در هفته گذشته قیمت دلار بازه ۲۳ هزار و ۲۰۰ تومان تا ۲۴ هزار و ۲۰۰ تومان را تجربه کرد.

تحولات قیمتی دلار در هفته گذشته نشان می‌دهد قیمت‌ها در این بازار با نگاه به تحولات برجام تعیین می‌شود. یعنی هر زمان اخبار و تحولاتی رخ می‌دهد که احتمال احیای برجام را تقویت می‌کند، شیب قیمت‌ها نزولی شده و در حالت بالعکس افزایش قیمت ارز در بازار اتفاق می‌افتد. توجه فعالان بازار ارز به برجام در حدی است که دیگر تحولات مهم عرصه اقتصاد را کاملاً به حاشیه برده است. بر همین اساس عدم تصویب کلیات لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ در مجلس نیز نتوانست تغییر خاصی را در روند معاملات بازار ارز ایجاد کند. این در حالی بود که اگر کلیات لایحه تغییر یافته در کمیسیون تلفیق تصویب می‌شد، به اعتقاد کارشناسان به دلیل دو مولفه تعیین نرخ ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومانی برای دلار دولتی و همچنین دو

قیمت دلار در هفته گذشته به کانال ۲۵ هزار تومان و سکه به ۱۲ میلیون تومان رسید

نگاه دلار به برجام



که هیچگونه ارزش ریالی و ذاتی ندارد، طلا با وزن هرچند پایین خریداری کنند. در هر حال، در آخرین روز هفته گذشته هر قطعه سکه تمام بهار طرح جدید ۱۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان قیمت خورد که نسبت به اوایل هفته یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان افزایش قیمت را تجربه کرد. هر قطعه سکه تمام طرح قدیم نیز ۱۱ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، نیم سکه ۶ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی ۲ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان قیمتگذاری شدند. همچنین هر مثقال طلا با ۲۵۰ هزار تومان افزایش قیمت در طول هفته اخیر، ۵ میلیون و ۸۰ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز با افزایش ۶۵ تا ۷۰ هزار تومانی، یک میلیون و ۱۲۰ هزار تومان قیمت خوردند. آخرین نرخ ثبت شده اونس جهانی هم ۱۸۱۸ دلار است.

نگاه فعالان بازار ارز به تحولات برجام

همانطور که اشاره شد، نگاه خیره دلار به برجام باعث چرخش قیمت‌ها در هفته گذشته شد. مهمترین اتفاق رخ داده درخصوص برجام در این هفته، اعلام موضع قطعی ایران در موضوع برجام بود. موضعی که به دلیل عهدشکنی طرف آمریکایی و بدعهدی طرف‌های اروپایی برجام در گذشته، بازگشت به تعهدات برجامی از سوی ایران را موکول به رفع تمامی تحریم‌های آمریکایی و راستی‌آزمایی این مسئله از سوی ایران کرد. در سوی دیگر، رئیس جمهوری آمریکا در روز یکشنبه طی اولین اعلام موضع خود پس از قرار گرفتن در کاخ سفید برای بازگشت این دولت به برجام پیش‌شرط‌هایی را مطرح کرد.

این دو موضع‌گیری سیاسی مهم از سوی دو طرف اصلی برجام، باعث شد تا فعالان بازار با نگرانی بیشتری به روند احیای برجام بنگرند. نگرانی که تاثیر خود را در افزایش قیمت ارز نشان داد. البته به اعتقاد کارشناسان، همچنان فعالان این بازار در انتظار رسیدن موعد دوم اسفندماه هستند و از انجام معاملات کلان در بازار خودداری می‌کنند. تاریخی که براساس قانون مصوب مجلس شورای اسلامی اگر دولت جدید آمریکا تا آن زمان تحریم‌های ظالمانه خود علیه ایران را لغو نکرده باشد، دولت ایران نیز مکلف است اجرای داوطلبانه پروتکل الحاقی را متوقف کند. کارشناسان در نتیجه این تحولات، روزهای پرنلتهایی را برای بازار ارز در هفته‌های پیش رو پیش‌بینی می‌کنند؛ انتهایی که بیش از هر عامل دیگری تحت تاثیر اتفاقاتی است که پیرامون برجام رخ می‌دهد.

برابر شدن نرخ پاره نقدی، شاخص‌های اقتصادی در سال ۱۴۰۰ تحولات بنیادین پیدا می‌کرد، اما گویا از نگاه فعالان بازار ارز، در حال حاضر هیچ عاملی توان هماوردی با عامل برجام در آینده اقتصاد ایران را ندارد.

قیمت طلا و سکه چگونه صعودی شد؟

در بازار طلا و سکه نیز روند صعودی قیمت‌ها تحت تاثیر افزایش قیمت ارز مشهود بود. هرچند قیمت جهانی طلا علی‌رغم اینکه در طول هفته نوسان جزئی داشت، اما به طور متوسط ۲۴ تا ۲۷ دلار نسبت به ابتدای هفته افزایش قیمت پیدا کرد که علت آن به سبب تغییرات سیاسی بود که در آمریکا صورت گرفت و این تغییرات سبب نوسانات اونس جهانی و افزایش سهام شد. در بازار داخلی نیز بحث‌های سیاسی در نرخ ارز تاثیرگذار بود و در حالی که انتظار می‌رفت قیمت ارز کاهش پیدا کند، اما دلار به عنوان شاخص قیمت ارزها از کانال ۲۳ هزار تومان به کانال ۲۵ هزار تومان صعود کرد. این صعود قیمت دلار سبب شد که قیمت سکه و طلا نیز سیر صعودی پیدا کند؛ به طوری که هر قطعه سکه به طور متوسط یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان، هر مثقال طلا حدود ۲۵۰ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز ۷۰ هزار تومان در طول هفته اخیر افزایش قیمت داشت.

این افزایش قیمت سکه و طلا البته سبب افزایش حباب سکه در نتیجه افزایش تقاضا شد که همین افزایش تقاضا در سایه افزایش حباب، عامل دیگر صعودی شدن قیمت‌ها بود. ضمن اینکه در حال نزدیک شدن به روزهای پایانی سال هستیم و هر ساله در این ایام، معمولاً تقاضاهایی در بازار ایجاد می‌شود بنابراین افزایش تقاضا باعث شد حباب سکه که تا دو هفته قبل تا ۲۰۰ هزار تومان کاهش یافته بود، مجدداً بزرگ شده و در هفته گذشته به حدود ۵۵۰ هزار تومان افزایش یابد.

از سوی دیگر، بازار مصنوعات طلا همچنان با رکود همراه است و این در حالی است که ماه‌های رجب و شعبان در پیش روست و اکثر مراسم‌های جشن در این ماه‌ها و پیش از ماه رمضان صورت می‌گیرد و در نتیجه انتظار می‌رود که بازار خوب و پرفرونی برای خرید مصنوعات طلا شکل بگیرد، اما هنوز نشانه‌هایی از این موضوع دیده نمی‌شود و هنوز تقاضایی این‌چنینی شکل نگرفته است. البته به گفته فعالان بازار، به دلیل افزایش قیمت طلا و کاهش قدرت خرید این روزها شاهد آن هستیم که زوج‌های جوان به‌جای خرید حلقه و سروسپیس‌های طلا اقدام به خرید بدلیجات می‌کنند که نگران‌کننده است و به آنها توصیه می‌شود که به‌جای خرید بدلیجات

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۰۹۳۶۱۰

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله‌ایشرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان
(سهامی خاص)

شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان درنظر دارد اجرای پروژه های زیر را به پیمانکاران واجد شرایط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) واگذار نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد قیمت مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۵ می‌باشد.

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۹ روز چهارشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۹

آخرین مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۴:۳۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۰

زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۸:۳۰ صبح روز دوشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۱

۲۲ بهمن، مجموعه اداری امیر کبیر، شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان و تلفن ۰۲۱۳۲۴۶۲۳۰۰
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۰۲۱-۴۱۹۲۴

دفتر ثبت نام در تهران: ۰۲۱-۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷

هزینه درج آگهی روزنامه به عهده برنده مناقصه می باشد.

موضوع مناقصه: احداث ساختمان نگهبانی شهرک صنعتی زواره (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۵ (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۷ در سامانه ستاد)(تجدید)

مبلغ برآورد اولیه: ۷۵۱،۵۶۶،۱۵۸،۷۵۱،۵۶۶،۷۵۱،۵۶۶ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح جاری)

مبلغ تقسیم شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۲۸۷،۵۷۹،۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته ابنیه

مدت اجرا: ۷ ماه

موضوع مناقصه: خرید، حمل و اجرای مخزن ۱۰۰۰ متر مکعبی و ایستگاه پمپاژ آب و ساختمان های مربوطه در شهرک صنعتی خور

(شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۶ در سامانه ستاد) (تجدید)

مبلغ برآورد اولیه: ۲۱،۹۲۳،۴۸۰،۳۰۵ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح عمرانی / جاری)

مبلغ تقسیم شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۱،۰۵۹،۶۲۵،۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته آب

مدت اجرا: ۱۵ ماه

موضوع مناقصه: خرید مصالح مربوط به خط انتقال آب ناحیه صنعتی هست سیمیر(شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۷ در سامانه ستاد)

مبلغ برآورد اولیه: ۱۱،۹۳۳،۸۸۰،۰۰۰ ریال و براساس قیمت روز (اعتبار طرح جاری) (تجدید)

مبلغ تقسیم شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۵۹۶،۶۹۴،۰۰۰ ریال

مدت اجرا: ۱ ماه

موضوع مناقصه: تکمیل ساختمان اداری و محوطه شهرک صنعتی نجف آباد۲ (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۸ (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۸ در سامانه ستاد)

مبلغ برآورد اولیه: ۱۲۳،۹۶۴،۳۵۵ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح جاری)

مبلغ تقسیم شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۲۵۶،۶۹۸،۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته ابنیه

مدت اجرا: ۴ ماه

موضوع مناقصه: محوطه سازی سایت خدماتی و کارگاهی ناحیه صنعتی سعید آباد گلپایگان (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۹ (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۰۱۴۹ در سامانه ستاد) (تجدید)

مبلغ برآورد اولیه: ۲۷،۶۸۷،۵۹۴،۴۱۱ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح جاری)

مبلغ تقسیم شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۳۸۴،۳۸۰،۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته راه و ترابری

مدت اجرا: ۵ ماه

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۱/۲۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۱/۲۵

امور پیمانهای شرکت شهرکهای صنعتی استان اصفهان

امور تدارکات

در بچه

بورس تهران در هفته‌ای که گذشت

بازگشت بورس به مدار صعود

مدت مدیدی است که شاخص کل بورس بین دو کانال یک میلیون و ۱۰۰ تا یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد در نوسان است. در حالی که از طرفی یک سری عوامل جلوی ریزش بیشتر بازار سرمایه را می‌گیرند، از طرف دیگر عواملی هستند که به این نزول دامن می‌زنند.

به گزارش ایسنا، بازار سرمایه در هفته گذشته نیز همانند چند هفته قبل پرنوسان و شاخص کل این بازار باز هم بین کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد تا یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد در حرکت بود؛ به طوری که شاخص کل در روز شنبه با ۲۷ هزار و ۶۲۱ واحد کاهش در رقم یک میلیون و ۱۳۵ هزار واحد ایستاد و از روز یکشنبه ورق بورس برگشت و چراغ سبز این بازار بعد از مدت‌ها روشن شد. در روز یکشنبه شاخص کل بورس ۳۵ هزار و ۱۵۲ واحد صعود کرد و تا رقم یک میلیون و ۱۷۰ هزار واحد پیش رفت. دامنه این صعود به روزهای دوشنبه و سه‌شنبه نیز رسید و شاخص در روز دوشنبه با ۲۲ هزار و ۳۰۲ واحد صعود و در روز سه‌شنبه با ۲۱ هزار و ۶۲۶ واحد صعود، به ترتیب در رقم‌های یک میلیون و ۱۹۲ هزار واحد و یک میلیون و ۲۱۴ هزار واحد ایستاد و بازدهی ۳.۴ درصدی را ثبت کرد.

این نوسان در حالی ادامه دارد که ابهاماتی مانند قیمت دلار، وضعیت مذاکره بین ایران و آمریکا، احتمال قیمت‌گذاری دستوری در صنایع مختلف از جمله خودرو و... باعث عقب‌نشینی سهامداران بورسی و منتظر نشستن آنان شده است. همواره ابهام باعث حرکت بازار به سمت نزول بوده و این روزهای بازار نیز از این قاعده مستثنی نیست. البته مهمتر از همه موارد ذکرشده، از بین رفتن اعتماد سهامداران به بازار سرمایه است. سهامدارانی که در ماه‌های ابتدایی سال جاری با تشویق دولتمردان سرمایه‌های خود را به بورس سپردند اما با گذشت چند ماه و به دلیل برخی اتفاقات شاهد از بین رفتن سرمایه‌های خود در این بازار بودند.

روی دیگر این سکه اما به کارگیری و تغییر برخی قوانین از سوی سیاست‌گذاران برای سوق دادن بورس به سمت صعود است. برای مثال برای نخستین مرتبه در تاریخ بازار سرمایه ایران، قرار است از روز شنبه دامنه نوسان از حالت متقارن خارج شده و به حالت نامتقارن تغییر پیدا کند و منفی ۲ و مثبت ۶ شود.

از دیگر تغییرات اعمال‌شده در قوانین بورسی می‌توان به این اشاره کرد که تغییرات حجم مینا در اختیار سازمان بورس قرار گرفته تا شرایط بازار تغییراتی اعمال شود. همچنین این اختیار به سازمان بورس و اوراق بهادار داده شد که انتشار اوراق اختیار فروش تبعی را به ناشران و سهامداران عمده الزام کند. اعتبار خرید کارگزاری‌ها نیز به ۶۰ درصد تغییر پیدا کرد. باید منتظر ماند و دید آیا قوانین جدید می‌تواند جلوی از بین رفتن سرمایه‌های مردم در این بازار را بیش از این بگیرد یا خیر.



شرکت، برای سهم‌های مختلف در نظر گیرد تا سازوکار دامنه نوسان کارتر شود.

آیا دامنه نوسان از بورس تهران حذف می‌شود؟

اگر ساختار اقتصادی کشور به گونه‌ای باشد که شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس پریسک نباشند، اظهارنظر درباره حذف دامنه نوسان، آسان‌تر می‌شود. در این شرایط، ساختار اقتصادی بازار سهام را به گونه‌ای تنظیم می‌کند که نوسان قیمت روزانه در آن شدید نیست. در شرایطی که نوسان قیمت شدید نباشد، نیازی به روش‌های کنترلی مانند دامنه نوسان وجود نخواهد داشت یا دامنه نوسان بیش از آن است که سهام شرکت‌ها هر روز به حد بالا یا حد پایین تعیین‌شده برسند. مطالعات دانشگاهی نیز اثر ساختار اقتصادی بر نوسان قیمت سهام شرکت‌ها و دامنه نوسان را تأیید می‌کنند. براساس یک مقاله علمی، در کشورهایی که عملکرد شاخص افشای تجاری، سطح فساد، شاخص آمادگی فناوری و استفاده از قوانین بهتر است، استفاده از قوانین نظارتی مانند دامنه نوسان، کمتر است بنابراین می‌توان گفت بهبود عملکرد در این شاخص‌های اقتصادی می‌تواند به افزایش دامنه نوسان و حذف آن منجر شود.

تغییرات دامنه نوسان از سال ۱۳۸۲ تاکنون

۷ خرداد ۱۳۸۲	منفی ۵ تا مثبت ۵ درصد
۱۸ آبان ۱۳۸۴	منفی ۲ تا مثبت ۵ درصد
۱۳ آذر ۱۳۸۴	منفی ۵ تا مثبت ۵ درصد
۲۴ بهمن ۱۳۸۴	منفی ۲ تا مثبت ۲ درصد
۲۱ اردیبهشت ۱۳۸۷	منفی ۳ تا مثبت ۳ درصد
۱۶ آبان ۱۳۸۸	منفی ۳.۵ تا مثبت ۳.۵ درصد
۶ تیر ۱۳۸۹	منفی ۴ تا مثبت ۴ درصد
۲ خرداد ۱۳۹۴	منفی ۵ تا مثبت ۵ درصد
۲۵ بهمن ۱۳۹۹	منفی ۲ تا مثبت ۶ درصد



آگهی مزایده عمومی
یک مرحله‌ای

نوبت اول

شناسه آگهی ۱۰۹۳۵۵۱

اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گیلان بعنوان مزایده گزار در نظر دارد اجرای احاله مدیریت تولید نهال در نهالستان های مندرج در جدول زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و از طریق مزایده و با جزئیات مندرج در اسناد مزایده به شرح زیر واگذار نماید. کلیه مراحل فرایند مزایدهات از دریافت اسناد مزایدهات تا ارائه پیشنهاد قیمت مزایده‌گران و گشایش پیشنهادات از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir و همچنین با ارائه اصل تضمین به دبیرخانه مزایده گزار انجام خواهد شد. به تضمینات واصله بدون بازگذاری در سامانه فوق و همچنین به تضمیناتی که بعد از انقضای مدت مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

ردیف	شماره مزایده	محل اجرای طرح (شهرستان)	منبع بابه بهره‌ناکانه سالهای اول، دوم، سوم تولید نهال	منبع تضمین شرکت در مزایده (ریال)	مهلت دریافت اسناد از سامانه «ستاد»		مهلت ارائه پیشنهاد در سامانه «ستاد»		پارکشی پیشنهادات در سامانه «ستاد»
					تاریخ	ساعت	تاریخ	ساعت	
۱	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۹	تهالستان صفرابسته آستانه اشرفیه	۳/۶۹۷/۵۸۹/۸۲۴	۸۳۲/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۴۰	۹۹/۱۱/۲۰	۱۳	۹۹/۱۱/۲۰	۹۹/۱۲/۲
۲	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۱۰	تهالستان کیاظهر در آستانه اشرفیه	۴/۳۱۰/۴۵۹/۷۲۲	۱/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۴۰	۹۹/۱۱/۲۰	۱۳	۹۹/۱۱/۲۰	۹۹/۱۲/۲
۳	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۱۱	تهالستان استیل آستارا	۳/۱۸۲/۶۶۶/۲۴۰	۳۹۱/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۴۰	۹۹/۱۱/۲۰	۱۳	۹۹/۱۱/۲۰	۹۹/۱۲/۲
۴	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۸	تهالستان لکان رشت	۵/۴۰۳/۷۱۹/۵۲۶	۱/۳۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۴۰	۹۹/۱۱/۲۰	۱۳	۹۹/۱۱/۲۰	۹۹/۱۲/۲

- ۱- کل هزینه های انتشار آگهی های اسناد مزایده و تجدید مزایده حاضر به نسبت به عهده برنده مزایدهات فوق خواهد بود.
- ۲- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایدهات درج شده است.
- ۳- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: تلفن مرکز راهبری و پشتیبانی ۴۱۹۳۴-۰۲۱ می باشد.
- ۴- توضیح مهم اینکه هر یک از ردیفهای ۱ تا ۴ بعنوان یک مزایده مستقل شناخته شده و برای شرکت در آنها باید جداگانه اقدام نمود.

تاریخ آگهی نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶

تاریخ آگهی نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

از امروز ۲۵ بهمن‌ماه دامنه نوسان سهام تغییر می‌کند

تحولات دامنه نوسان در بورس تهران

در آن زمان، سازمان کارگزاران بورس و اوراق بهادار، مسئولیت نظارت و عملیات بازار را برعهده داشت و دامنه نوسان براساس تشخیص دبیرکل این سازمان و بسته به مورد، برای یک سهم خاص، یک صنعت یا همه بازار اعمال می‌شد. سپس در اوایل دهه ۱۳۸۰ تصمیم گرفته شد دامنه نوسان براساس نسبت قیمت سهام به سود یا P بر E تعیین شود. پس از آن نیز با تغییرات مختلفی از طرف سازمان کارگزاران و سازمان بورس که در اوایل سال ۱۳۸۵ مستقر شد، روبه‌رو بود.

پیامدهای تغییر دامنه نوسان در بورس تهران

به گزارش ایرناپلاس، موافقان و مخالفان دامنه نوسان تلاش می‌کنند مزایا و معایب این روش را پررنگ کنند. موافقان دامنه نوسان معتقدند قرار گرفتن قیمت سهام در یک بازه مشخص، از حرکات بیش از اندازه قیمت جلوگیری می‌کند و مانع صعود یا ریزش شدید قیمت‌ها در یک روز می‌شود و می‌تواند به ثبات بازار کمک کند. در مقابل مخالفان دامنه نوسان معتقدند تعیین دامنه نوسان، نوعی مداخله در سازوکار بازار است که باعث می‌شود کشف قیمت با تأخیر انجام شود، قیمت‌ها به حد پایین یا بالا تمایل پیدا کنند و صف‌های خریدوفروش تشکیل شود، نقدشوندگی بازار کاهش پیدا کند و در نهایت، کارایی بازار تضعیف شود. با وجود این مزایا و معایب، نمی‌توان به راحتی درباره کاهش، افزایش یا حذف دامنه نوسان در بورس اوراق بهادار تهران تصمیم‌گیری کرد و پیش از آن لازم است سیاست‌گذار، هدف خود را تعیین کند و براساس آن، درباره تغییر یا حذف دامنه نوسان اقدام کند.

مطالعات دانشگاهی مختلفی در زمینه علوم اقتصادی و مالی، دامنه نوسان در بورس و اوراق بهادار تهران را برررسی و ارزیابی کرده‌اند. نتیجه یکی از این مطالعات نشان می‌دهد کاهش دامنه نوسان می‌تواند بر بیش‌واکنشی فعالان بازار مؤثر باشد. رفتار فعالان بازار سهام نشان می‌دهد آنها تمایل به واکنش بیش از اندازه نسبت به اخبار و اطلاعات یا «بیش‌واکنشی» دارند. با بروز چنین رفتاری، قیمت‌ها بالاتر یا پایین‌تر از سطح تعادلی قرار می‌گیرند. در این مقاله علمی، بیش‌واکنشی سهامداران برای دو دوره یعنی زمانی که دامنه نوسان مثبت و منفی ۲ درصد و زمانی که دامنه نوسان، مثبت و منفی ۵درصد تعیین شده بود، مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد با کاهش دامنه نوسان، شدت واکنش بیش از اندازه فعالان بورس نیز کاهش می‌یابد.

این در حالی است که مطالعه دیگری که درباره پیامدهای دامنه نوسان در بورس و اوراق بهادار تهران انجام شده است، توصیه می‌کند دامنه نوسان افزایش یابد. براساس نتایج یک مطالعه دانشگاهی، دامنه نوسان موجب تأخیر در کشف قیمت در بورس تهران و کاهش کارایی بازار شده است بنابراین توصیه می‌شود دامنه نوسان افزایش یابد تا اطلاعات بتوانند به‌صورت کارتری در قیمت‌ها انعکاس پیدا کنند و قیمت‌های تعادلی در بازار سهام، به ارزش ذاتی خود نزدیک شوند، اما آیا می‌توان دامنه نوسان را برای سهام همه شرکت‌ها به یک اندازه افزایش داد؟

همچنین مطالعه دانشگاهی دیگری درباره بورس و اوراق بهادار تهران نشان می‌دهد سهام شرکت‌های پریسک، نوسان قیمتی بیشتری دارد و بنابراین به احتمال زیاد، به دفعات بیشتری به حد نوسان روزانه خود می‌رسد. براساس نتایج یک مقاله علمی به قانون‌گذار توصیه می‌شود برای کنترل نوسان بازار، دامنه نوسان متفاوتی را براساس ریسک و ساختار

فرصت امروز: از امروز شنبه ۲۵ بهمن ماه طبق مصوبه شورای عالی بورس، دامنه نوسان قیمت در معاملات روزانه از ۱۰ درصد به ۸درصد کاهش خواهد یافت، یعنی دامنه نوسان از منفی و مثبت ۵درصد به منفی ۲ و مثبت ۶درصد تغییر خواهد کرد. هجدهم بهمن ماه بود که محمدعلی دهقان دهنوی، رئیس جدید سازمان بورس و اوراق بهادار تهران از مصوبه شورای عالی بورس برای تغییر دامنه نوسان خبر داد و گفت که دامنه نوسان قیمت از ۱۰ درصد به ۸درصد تغییر خواهد کرد و این تغییرات از ۲۵ بهمن اعمال خواهد شد.

رسانه‌ای شدن مصوبات شورای عالی بورس و از جمله تغییر دامنه نوسان در عصر شنبه گذشته باعث شد تا شاخص بورس تهران از فردای این روز (یکشنبه) به مدار صعودی بازگردد و در فاصله سه روز کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد را پس بگیرد. نهایتاً شاخص بورس تهران در پایان معاملات این هفته به عدد یک میلیون و ۲۱۴ هزار واحد رسید که در مقایسه با پایان هفته گذشته حدود ۳.۴ درصد رشد داشت. کارشناسان رشد دوباره بازار سرمایه را به مصوبات شورای عالی بورس و در صدر آن، تغییر دامنه نوسان منوط می‌دانند. این در حالی است که سعید اسلامی بیدگلی دبیرکل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران، زمان محدودسازی دامنه نوسان سهام را یک ماهه می‌داند و می‌گوید: تصمیم محدود کردن دامنه نوسان در بورس‌های دنیا وجود دارد و برای کوتاه مدت اتخاذ می‌شود.

دامنه نوسان چیست و محدودیت نوسان یعنی چه؟

قیمت سهام شرکت‌ها در بورس به عوامل مختلفی وابسته است. یکی از عوامل تعیین‌کننده قیمت سهام شرکت‌های بورسی، عرضه و تقاضا برای آنهاست. با این حال ممکن است عرضه و تقاضا همیشه نتواند قیمت سهام را به درستی نشان دهد و نوسان‌های شدیدی که در قیمت سهام شرکت‌ها ایجاد می‌شود به بحران مالی ختم شود. سقوط بازار سهام آمریکا در ۱۹ اکتبر ۱۹۸۷ (۱۳۶۶) که به دوشنبه‌سیاه معروف است نمونه‌ای از این گونه بحران‌هاست که بازار دیگر کشورها را نیز تحت تأثیر قرار داد. شاخص بورس آمریکا با داوچنز که از سال ۱۹۸۴ در مسیر صعودی قرار داشت و تا این تاریخ، تقریباً سه برابر شده بود، در یک روز بیش از ۲۲ درصد ریزش کرد و یکی از بزرگترین سقوطهای تاریخی در بورس را رقم زد. پس از آن بود که قانون‌گذاران در بازارهای سهام، به صورت گسترده‌تری به دنبال سازوکارهایی بودند تا این تغییرات شدید و ناگهانی را کنترل کنند و جلوی بحران‌های بعدی را بگیرند.

به طور کلی، دو روش برای کنترل تغییرات قیمت سهام در بورس‌های جهان معرفی شده: روش اول توقف معاملات است؛ یعنی معامله یک سهم خاص، براساس تشخیص مسئولان بازار و به دلیل نوسان قیمت شدید، متوقف می‌شود. توقف معاملات، روشی است که بیشتر در بورس‌های اوراق بهادار توسعه‌یافته دیده می‌شود. روش دوم نیز تعیین کمترین قیمت و بیشترین قیمت برای معامله سهام یا همان دامنه نوسان است. در روش دامنه نوسان، سفارش‌های خریدوفروشی که در خارج از این محدوده باشند، ثبت نمی‌شوند و بنابراین، قیمت تنها در محدوده خاصی تغییر می‌کند و نوسان روزانه آن قابل کنترل است.

تا پیش از تصویب قانون بازار اوراق بهادار در سال ۱۳۸۴ و تشکیل سازمان بورس و اوراق بهادار، دامنه نوسان به شکل امروزی وجود نداشت.

فراخوان تجدید ارزیابی کیفی جهت تهیه لیست بلند سازندگان الکتروموتور



شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی در نظر دارد فراخوان تجدید ارزیابی کیفی شناسایی سازندگان الکتروموتور به شماره ۲۰۹۹۰۰۵۰۱۱۰۰۰۰۴۲ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد اعلام ارزیابی کیفی تا تهیه لیست پیشنهاددهندگان دارای صلاحیت، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

مهلت دریافت اسناد اعلام ارزیابی کیفی: از ساعت ۰۸:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۷ تا ساعت ۱۶:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۱

مهلت ارسال پاسخ اعلام ارزیابی کیفی: تا ساعت ۱۶:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۷ اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار: تهران، شهرک قدس، انتهای بلوار شهید دادمان غربی، پژوهشگاه نیرو، شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی. شماره تماس: ۴۲۷۷۶۰۰۰.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

مرکز تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام: ۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۵۹۶۹۷۳۷

افزایش مجدد قیمت مرغ

قیمت مرغ در خردهفروشی‌های سطح شهر تهران مجددا افزایش یافت.

به گزارش ایسنا، براساس مشاهدات میدانی و گزارش‌های رسیده از برخی از محله‌های تهران قیمت هر کیلو مرغ گرم آماده به طبخ در خردهفروشی‌ها ۲۷ تا ۳۰هزار تومان شده است. گفتنی است که قیمت‌های مذکور حدودی بوده و مربوط به برخی از محلات تهران است و ممکن است در مناطق دیگر کمتر یا بیشتر باشد.

این دومین جهش قیمت مرغ در کمتر از یک ماه گذشته است و در دی ماه نیز قیمت مرغ از ۲۰هزار و ۴۰۰تومان به حدود ۲۳ هزار تومان رسیده بود.

این درحالی است که براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار قیمت هر کیلو مرغ گرم ۲۰هزار و ۴۰۰تومان است.

کاهش ارزبری میزهای ساخت داخل به ۱.۲ میلیارد یورو تاکنون

رئیس مرکز ساخت داخل، ماشین‌سازی و تجهیزات وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) با اعلام اینکه برگراری میزهای ساخت داخل تاکنون منجر به یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون یورو کاهش ارزبری شده، از تولیدکنندگان خواست که برای استفاده از قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور، اطلاعات خود را در سامانه توانیران ثبت کنند.

سیدمحمد مهدی هادوی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: تاکنون ۱۴ میز ساخت داخل بر گزار و منجر به کاهش ارزبری یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون یورو شده است.

به گفته وی در سال ۱۳۹۸ سه میز ساخت داخل در حوزه خودرو، هر کدام به ارزش ۸۵، ۹۱ و ۹۹ میلیون یورو بر گزار شده است. در صنعت تجهیزات مخابرات، برق و الکترونیک نیز دو میز با کاهش ارزبری ۶۲ و ۲۴ میلیون یورو در قالب قرارداد و ۱۴ و ۱۸ میلیون یورو هم در قابل تفاهم‌نامه اجرا شده است. همچنین سه میز در صنعت پتروشیمی منجر به ۳۲ و ۵۱ میلیون یورو کاهش ارزبری در قالب قرارداد و ۶۰ میلیون یورو کاهش ارزبری در قالب تفاهم‌نامه شده است. میزهای ساخت داخل در صنعت مس و فولاد نیز ۳۳ میلیون یورو کاهش ارزبری در قالب قرارداد و ۴۱۰ میلیون یورو در قالب تفاهم‌نامه بر گزار شده است.

این مقام مسئول درباره میزهای ساخت داخل بر گزار شده در سال جاری نیز گفت: در سال جاری میزهای ساخت داخل منجر به کاهش ارزبری ۶۰ میلیون یورویی در صنعت پتروشیمی، ۸۰ میلیون یورو در بخش پالایشگاه‌ها، ۶۰ میلیون یورو در صنعت خودرو شده یک میز دیگر با ارزش ۶۳ میلیون یورو آماده برگراری در صنعت لوازم خانگی است.

بنابراین به گفته رئیس مرکز ساخت داخل، ماشین‌سازی و تجهیزات وزارت صمت، نتیجه برگراری میزهای ساخت داخل در سال گذشته ۴۷۷ میلیون یورو کاهش ارزبری در قالب قرارداد، ۵۰۲ میلیون یورو در قالب تفاهم‌نامه و امسال هم ۲۶۳ میلیون یورو در قالب قرارداد بوده است و همچنان بخش فولاد و مس بیشترین سهم از کاهش ارزبری را به خود اختصاص داده‌اند.

تولیدکنندگان اطلاعات خود را به‌روز کنند وی در ادامه با اشاره به برگراری جلساتی در ارتباط با قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی با انجمن‌ها، تصریح کرد: تولیدکنندگان باید اطلاعات خود را در سامانه توانیران به‌روز کنند چراکه مبنای مدیریت واردات در قانون حداکثر، اطلاعاتی است که در این سامانه وجود دارد بنابراین شرکت‌هایی که درخواست کمک دارند تا کالاهایی که در داخل تولید می‌شود، خرید خارج نشود، حتما اطلاعات تولیدی خود را در سامانه توانیران به‌روز کنند.

گفتنی است که سال گذشته برگراری ۱۰ میز داخلی‌سازی منجر به ۹۷۹ میلیون یورو کاهش ارزبری شد. البته این ۱۰ میز به همراه پروژه داخلی‌سازی تولید لوله فلزی از تختال فولاد، بیش از ۲۲۲ قطعه و تجهیز، داخلی‌سازی شده و یک میلیارد و ۲۳۰ میلیون یورو صرفه‌جویی ارزی حاصل شده است. به طور کلی وزارت صنعت، معدن و تجارت امسال برای داخلی‌سازی ۳.۲ میلیارد دلار از قطعات و تجهیزات وارداتی موردنیاز حوزه صنعت برنامه‌ریزی کرده است. قانون «حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی» که در سال ۱۳۹۱، در جهت حمایت از کالای داخلی و افزایش توان تولیدکنندگان تصویب و ابلاغ شده بود، در سال ۱۳۹۸ در مجلس اصلاح شد. این قانون می‌گوید که کننده کار و محل رجوع کار باید ایرانی باشد، اما اگر شرکتی ایرانی – خارجی بود یعنی ۵۱ درصد ایرانی و ۴۹ درصد خارجی باید هیأت نظارت بر قانون آن را تایید کند و اگر سهم طرف خارجی بیش از ۴۹ درصد بود، علاوه بر تایید هیأت نظارت باید نظر مثبت شورای اقتصاد نیز کسب شود.

صادرات حدود ۳۰۰ میلیون دلار کالا از یزد

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان یزد گفت طی ۱۰ ماهه سال جاری ۲۴۱۶ هزار تن کالا به ارزش ۲۹۷ میلیون دلار از گمرک استان یزد صادر شده است.

محمدرضا علمدار یزدی«ضمن اعلام این خبر، افزود: انواع کاشی و سرامیک، محصولات فولادی، هیدرو کربن، انواع سیم و کابل، انواع لوله و پروفیل، انواع نایلون و کیسه فریزر، پسته و مغز پسته، ظروف شیشه‌ای، اکسید مولیبدن و فرومولیبدن، شیشه ساختمانی و روفرشی عمده کالاهای صادراتی از استان یزد است.

وی همچنین ۱۰ کشور برتر مقصد صادراتی را به ترتیب عراق، افغانستان، سوریه، پاکستان، امارات متحده عربی، آذربایجان، عمان، ارمنستان، ترکیه و بلژیک ذکر کرد. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان ادامه داد: آمار واردات به گمرک استان یزد طی ۱۰ ماهه سال ۹۹ به میزان ۴۷ هزار تن و به ارزش ۱۵۶ میلیون دلار است. به گزارش ایسنا و به نقل از روابط عمومی سازمان صمت یزد، علمدار یزدی کالاهای عمده وارداتی را نیز شامل ماشین‌آلات واحدهای تولیدی، اجزا و قطعات، برق و الکترونیک، مواد شیمیایی و سلولزی و پلیمری عنوان کرد.

تولید لوازم خانگی از ۵/۳ میلیون دستگاه گذشت



بیشترین کاهش تولید مربوط به روغن ساخته شده نباتی بوده که با ۱۸.۶درصد کاهش از حدود یک میلیون و ۴۹۴ هزار تن در ۱۰ ماهه سال گذشته به یک میلیون و ۲۱۵ هزار تن در مدت مشابه امسال رسیده است. کمترین کاهش تولید در مدت یادشده نیز مربوط به انواع کاغذ بوده که تولید آن ۳.۴ درصد کمتر شده است.

اواخر شهریورماه بود که عرضه روغن جامد در فروشگاه‌ها کم شد و قیمت آن نیز افزایش یافت. کمتر از یک ماه بعد نیز روغن مایع در بازار کمیاب شد؛ به طوری که این کالا یا در مغازه‌ها و فروشگاه‌های بزرگ نبود یا به هر نفر تنها یک روغن فروخته می‌شد. اگر چه بنا بر وعده مسئولان مربوطه قرار بود از اوایل دی ماه روغن در بازار توزیع و مشکل این کالای پرمصرف حل شود، اما به نظر می‌رسد این وعده به ویژه در بخش روغن جامد هنوز عملیاتی نشده است؛ به طوری که مردم مجبورند برای تهیه روغن مصرفی خود یا ساعت‌ها در صف‌های طولانی بایستند یا بهای گزافی پرداخت کنند یا در ازای خرید کالاهای دیگر روغن موردنیازشان را خریداری کنند. در همین راستا همچنان گزارش‌هایی از فروش اجباری کالاهای دیگر برای عرضه روغن منتشر می‌شود؛ به این معنا که برخی فروشگاه‌ها به شرطی روغن را به مشتری می‌فروشند که کالاهای مدنظر فروشگاه را خریداری کند. اخیرا هم مجددا گزارش‌هایی از کمیاب شدن روغن مایع در بازار منتشر شده بود، اما اخیرا رئیس سازمان حمایت از تأمین روغن‌خام خبر و وعده داد که توزیع روغن‌ن مایع و جامد در حداقل زمان ممکن انجام شود.

عوامل صعودی شدن قیمت سکه و طلا در بازار

خرید مصنوعات طلا داشته باشیم، اما هنوز نشانه‌هایی از این موضوع دیده نمی‌شود و هنوز تقاضایی این‌چنینی شکل نگرفته است. امیدوار هستیم که روزها و هفته آینده این تقاضا ایجاد شود.

وی افزود: البته به دلیل افزایش قیمت طلا و کاهش قدرت خرید، این روزها شاهد این هستیم که زوج‌های جوان به‌جای خرید حلقه و سرویس‌های طلا، اقدام به خرید بدلیجات می‌کنند که نگران‌کننده است. توصیه ما این است که به‌جای خرید این بدلیجات که هیچ‌گونه ارزش ریالی و ذاتی برای آینده آنها ندارد، طلا با وزن هرچند پایین خریداری کنند که می‌تواند سرمایه‌ای برای آینده آنها نیز باشد.

نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در رابطه با آخرین قیمت‌ها در بازار سکه و طلا اظهار کرد: در حال حاضر هر قطعه سکه تمام بهار طرح جدید ۱۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان قیمت دارد که همانطور که اشاره شد، نسبت به اوایل هفته به طور میانگین یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان افزایش قیمت را تجربه کرده است. هر قطعه سکه تمام طرح قدیم نیز ۱۱ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، نیم سکه ۶میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۴میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی ۲ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان قیمت دارند.

کشتی‌آرای ادامه داد: همچنین هر مثقال طلا با ۳۵۰ هزار تومان افزایش قیمت در طول هفته اخیر، ۵ میلیون و ۸۰ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز با افزایش ۶۵ تا ۷۰ هزار تومانی، یک میلیون و ۱۲۰ هزار تومان قیمت دارند. همچنین آخرین نرخ ثبت شده برای اونس جهانی نیز ۱۸۱۸ دلار است.

افزایش به بیش از ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه رسیده است، اما با وجود افزایش چشمگیر تولید لوازم خانگی در سال جاری، در بازار شاهد کاهش قیمت نیستیم و اواخر شهریور ماه مدیرکل صنایع برق و الکترونیک وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) در پاسخ به چرایی این روند گفته بود که برخی آمارها نشان می‌دهد میزان تولید با میزان نصب در منازل تطابق ندارد و وقتی میزان نصب کمتر است یعنی یا کالا در انبارها مانده یا افرادی لوازم خانگی را خریده‌اند و در گوشه‌ای احتکار کرده‌اند.

با این حال اخیرا مدیرکل دفتر صنایع برق، فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت در یک برنامه تلویزیونی وعده داد که با عرضه اختصاصی ورق‌های فولادی به تولیدکنندگان لوازم خانگی در کشور، قیمت لوازم خانگی در بازار کاهش می‌یابد.

تولید کمباین نیز در این مدت با بیش از ۴۴ درصد افزایش تولید به ۵۱۹ دستگاه رسیده است. لاستیک خودرو و نخ سیستم پنبه‌ای و ترکیبی الیاف مصنوعی نیز دو کالایی هستند که تولیدشان بیش از ۲۰ درصد افزایش داشته است.

در این میان تولید داروی انسانی که در بیشتر ماه‌های سال گذشته نسبت به سال ۱۳۹۷ بین ۲۰ تا ۳۰ درصد افزایش داشت، در ۱۰ ماهه اول سال جاری فقط ۰.۵ درصد افزایش داشته و از ۴۰ میلیارد و ۵۰۰ میلیون عدد در ۱۰ ماهه اول سال قبل به ۴۰ میلیارد و ۷۰۰ میلیون عدد در مدت مشابه سال جاری رسیده است.

تولید کدام کالاها کاهش یافت؟

تولید ۹ کالا نیز در مدت یادشده کاهش و همانند دو ماه گذشته

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در ۱۰ ماهه سال جاری، از بین ۲۹ کالای منتخب صنعتی، تولید ۲۰ کالا نسبت به مدت مشابه سال قبل بین ۰.۳ تا ۵۵۴ درصد افزایش یافته، تولید انواع لوازم خانگی با ۳۹.۶ درصد افزایش به بیش از ۳.۵ میلیون دستگاه رسیده و مانند ماه‌های اخیر بیشترین کاهش تولید مربوط به روغن ساخته شده نباتی بوده است.

به گزارش ایسنا، براساس این آمار در ۱۰ ماهه سال جاری بیشترین افزایش تولید، مربوط به الیاف اکریلیک است که با ۵۵۴.۳ درصد رشد، تولید آن به ۴۹۰۰ تن رسیده است. کمترین افزایش تولید نیز مربوط به پودر ششوینده با ۰.۳ درصد افزایش تولید بوده است. الیاف اکریلیک از مهمترین و پرمصرف‌ترین الیاف مصنوعی که در تهیه فرش ماشینی، پتو، لباس‌های زمستانی و کشفای‌های ضخیم استفاده می‌شود.

افزایش حدود ۴۰درصدی تولید لوازم خانگی

بعد از الیاف اکریلیک، بیشترین افزایش تولید مربوط به ماشین لباسشویی و انواع تلویزیون است که تولیدشان با ۵۳.۲ و ۴۴.۷ درصد در ۱۰ ماهه امسال به ترتیب به ۸۸۰ هزار و ۵۰۰ دستگاه و ۹۹۵ هزار دستگاه رسیده است. تولید این دو محصول در مدت مشابه سال گذشته ۵۷۴ هزار و ۶۷۰ دستگاه و ۶۸۷ هزار و ۴۰۰ دستگاه بوده است. تولید یخچال و فریزر نیز در این مدت با افزایش ۳۰.۸ درصدی از یک میلیون و ۲۸۸ هزار دستگاه در ۱۰ ماهه اول سال گذشته به بیش از یک میلیون و ۶۸۶ هزار دستگاه در مدت مشابه سال جاری رسیده است.

در مجموع در ۱۰ ماهه امسال تولید انواع لوازم خانگی با ۳۹.۶ درصد

نایب رئیس اتحادیه سکه و جواهر تهران، افزایش قیمت اونس جهانی، افزایش نرخ ارز در داخل که خود سبب بزرگ‌تر شدن حباب سکه نیز شد، را عوامل تاثیرگذار در افزایش حدود یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومانی هر قطعه سکه و ۶۰ هزار تومانی هر گرم طلا ۱۸ عیار دانست و گفت حباب سکه که تا ۲۰۰ هزار تومان کاهش یافته بود، طی یک هفته اخیر مجدد رو به بزرگ شدن گذاشته و تا حدود ۵۵۰ هزار تومان افزایش یافت.

محمد کشتی‌آرای در گفت‌وگو با ایسنا، در تشریح وضعیت یک هفته اخیر بازار سکه و طلای داخلی، اظهار کرد: سه عامل تاثیرگذار در صعودی شدن قیمت سکه و طلا در هفته‌ای که گذشت در این بازار مشهود بود؛ بدین صورت که قیمت جهانی طلا علی‌رغم اینکه در طول هفته نوسانات جزئی داشت اما به طور متوسط ۲۴ تا ۲۷ دلار نسبت به ابتدای هفته افزایش قیمت پیدا کرد که علت آن نیز به سبب تغییرات سیاسی بود که در آمریکا صورت گرفت و این تغییرات سبب نوسانات اونس جهانی و افزایش سهام شد.

نایب رئیس دوم اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: در بازار داخلی نیز باتوجه به بحث‌های سیاسی که در کشور وجود داشت، تاثیرگذار در نرخ ارز بوده و در حالی که انتظار می‌رفت قیمت ارز کاهش پیدا کند، اما دلار به عنوان شاخص قیمت ارزها در کشور از کانال ۲۳ هزار تومان به کانال ۲۵ هزار تومان صعود کرد. این صعود حدود ۱۱۰۰ تومانی قیمت دلار، سبب شد که قیمت سکه و طلا نیز سیر صعودی پیدا کند؛ به طوری که هر قطعه سکه به طور متوسط یک میلیون و ۱۰۰ هزار

نهاد سازمان ملل متحد در گزارشی پیش‌بینی کرد احیای تجارت جهانی در سه ماهه نخست سال ۲۰۲۱ به دلیل مختل ماندن صنعت نفت تحت تاثیر همه‌گیری ویروس کرونا، دوباره ضعیف خواهد شد. به گزارش ایسنا، کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد (آنکتاد) اعلام کرد پس از اینکه قرنطینه‌ها باعث رشد منفی ۱۵ درصدی تجارت جهانی در نیمه اول سال ۲۰۲۰ شد، در نیمه دوم سال روند تجارت بهبود یافت و در سه ماهه چهارم در مقایسه با سه ماهه سوم حدود ۸درصد رشد کرد، با این حال تجارت جهانی در سال

احیای تجارت جهانی آهسته شد

۲۰۲۰ رشد منفی ۹ درصدی داشت.

رشد تجارت در سه ماهه چهارم تا حدود زیادی تحت تاثیر رشد تجارت کشورهای در حال توسعه به خصوص کشورهای شرق آسیا بود و تجارت کالاهای این منطقه در سه ماهه چهارم برمبنای سالانه ۱۲درصد رشد کرد.

در گزارش آنکتاد آمده است: اقتصادهای شرق آسیا با رشد قوی صادرات و رشد سهم بازار جهانی، روند احیا را هدایت می‌کنند. اکثر بخش‌های تولیدی در جز انرژی و حمل و نقل در سه ماهه چهارم



طرح‌های خودرویی مجلس به کجا رسید؟

عضو هیأت رئیسه کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از وضعیت طرح‌های خودرویی کمیسیون مبنی بر عرضه در بورس و تحقیق و تفحص از صنعت خودرو خبر داد.

علی جدی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: براساس تصمیم هیأت رئیسه کمیسیون، مقرر شد، دستور جلسات روزهای یکشنبه و سه‌شنبه به ادامه بررسی طرح عرضه خودرو در بورس کالا اختصاص یابد، همچنین مباحثی نیز درخصوص طرح ساماندهی صنعت خودرو از سوی مجلس دهم اعاده شده از شورای نگهبان در این جلسات مطرح شد تا بدین ترتیب بررسی پرونده بررسی شدن خودرو در کمیسیون بسته شود.

وی درخصوص اینکه طرح تحقیق و تفحص در چه مرحله‌ای قرار دارد، گفت: با انتصاب آقای علی‌اکبر کریمی به عنوان رئیس کمیته، تقسیم کار در جلسه اخیر انجام شد و بدین ترتیب عملاً ورود به موضوع تحقیق و تفحص از صنعت خودرو آغاز شده است. نماینده مردم شیروان در مجلس شورای اسلامی درخصوص نامه ارسالی از سوی انجمن فولاد مبنی بر تعویق طرح زنجیره فولاد تأکید کرد: این طرح پس از برگزاری جلسات متعدد با وزارت صمت، انجمن‌ها و تولیدکنندگان در جلسه روز یکشنبه کمیسیون صنایع مصوب و پرونده بسته شده و به صحن علنی نیز ارجاع گردیده و دلایل ذکرشده از سوی این انجمن از جمله تغییر روسای معاونت امور معادن وزارت صمت و سازمان بورس، نمی‌تواند موجب معطلی مجلس و توقف بررسی این طرح باشد.

جدی در ادامه درخصوص عدم اعمال تورم بخشی ۱۴ درصدی بر روی قیمت خودرو برای سه ماهه پایانی سال جاری ضمن ابراز مخالفت با قیمت‌گذاری دستوری شورای رقابت بیان کرد: این شورا نمی‌بایست در تعیین قیمت خودرو دخالت کند و نقش اصلی در این حوزه بر دوش تولیدکنندگان خودرو است.

وی با توجه به مخالفت وزیر صمت نسبت به عرضه خودرو در بورس کالا و همچنین عدم حمایت وی از مصوبه آزادسازی شورای رقابت، درخصوص تنظیم بسته جهش تولید خودرو از سوی این وزارتخانه تصریح کرد: این طرح مبتنی بر آزادسازی قیمت بوده و بحث نظارت از بیرون چندان مورد پذیرش نیست که مجلس نیز با این سبک قیمت‌گذاری و ملزم کردن خودروسازان به میزانی از تولید موافق نیست، بلکه قائل به یک روش بینابینی است.

این نماینده مجلس شورای اسلامی تأکید کرد: می‌بایست شرایطی فراهم شود تا خودروسازان بتوانند در مبحث تعیین قیمت خودرو ورود کنند و وزارت صمت نیز به عنوان متولی براساس قواعد تعریف شده، نسبت به قیمت‌گذاری و مدیریت فضا اقدام نماید.

جدی اذعان داشت: اینکه قیمت‌گذاری صرفاً به هیأت مدیره خودروسازان واگذار شود، به دلیل انحصاری بودن تولید و بازار این محصول اشکالاتی ایجاد خواهد کرد، اما در این میان، مجلس معتقد به احتساب سود تولید برای خودروسازان به منظور ایجاد انگیزه بوده نه اینکه خودرو کمتر از قیمت تمام شده به فروش برسد. وی در پایان خاطرنشان کرد: اگر خودروسازان انگیزه‌ای برای فعالیت نداشته باشند، کاهش تولید و عرضه اتفاق می‌افتد و با توجه به افزایش دائمی تقاضا، چالش‌های بیشتری گریبانگیر صنعت خودروی کشور خواهد شد.

سال ۱۴۰۰ بازار بهتری برای خرید خودرو است؟

این روزها مصرف‌کنندگان دائماً به این فکر می‌کنند که آینده بازار خودرو چه خواهد شد؟ آیا کاهش قیمت‌ها در راه است؟ آیا فاصله بین قیمت کارخانه تا بازار آزاد کاهش خواهد یافت؟ چه زمانی می‌توان خودرو را تحویل روز یا در کوتاه‌ترین زمان ممکن دریافت کرد؟ آیا سال آینده واردات خودرو مجدداً از سر گرفته می‌شود یا خیر؟ برای رسیدن به این سوالات، ابهامات زیادی وجود دارد، امسال سال هیجانی برای بازار خودرو بود، از اول سال تاکنون شاهد نوسانات زیاد قیمتی بودیم، خودرویی که در اول سال ۷۰ میلیون تومان می‌خریدیم، اکنون به ۱۱۰ میلیون تومان رسیده است، نوسانات ارز یکی از اصلی‌ترین عوامل تغییرات قیمتی بود.

جدای از تغییرات نوسانات ارزی، سیاست‌های داخلی نقش زیادی در این تغییرات داشت، قیمت‌گذاری دستوری نقش زیادی در این بازار داشت، حالا کارشناسان معتقد هستند بازار خودرو اکنون به ثبات قیمتی رسیده و خریداران می‌توانند اقدام به خرید کنند، اما اینکه سال آینده چه اتفاقی می‌افتد، موضوعی است که در این گزارش به آن پرداخته‌ایم.

نوسانات بازار خودرو در سال آینده

مسبح فرزانه، کارشناس صنعت خودرو با اشاره به نوسانات بازار خودرو در سال آینده، گفت: آنچه مشخص و مبرهن است بخش بزرگی از بازار خودروی کشور در اختیار محصولات خودروسازان داخلی و چینی است. از این میزان درصد آمار خاصی در دسترس نیست. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: ولی داده‌ها نشان می‌دهند مثلاً در سال ۱۳۹۶ در حالی که میزان تولید خودروسازان داخلی یک میلیون و ۵۳۴ هزار دستگاه بوده، در همین مدت مشابه و در طول حدود ۳۶۵ روز حدود ۷۰ هزار دستگاه خودرو به کشور وارد شده که با یک ضرب و تقسیم ساده درمی‌یابیم این ضریب حتی در پروسه‌ای از زمان به کمتر از ۱ درصد رسیده و سهم خودروهای وارداتی ناچیز بوده است. فرزانه گفت: حال که بیش از ۳ سال است به صورت کامل، واردات خودرو متوقف شده است پس می‌توان دریافت که سهم خودروهای داخلی با افزایش دوباره‌ای روبه‌رو شده است. از طرفی افزایش قیمت نامتعادل خودروهای وارداتی سبب شده تا طی ۳ سال اخیر بخش قابل توجهی از مصرف‌کنندگان نگاه‌شان به سمت خودروهای داخلی و چینی و گروهی دیگر خودروهای وارداتی کار کرده و قدیمی برود.

این کارشناس صنعت خودرو بیان کرد: اگرچه طی ۶ ماه اخیر بازار خودرو در هر دو بخش (داخلی و وارداتی) با رکود قابل توجهی مواجه بوده، اما با نزدیک شدن به هفته‌های پایانی سال در کنار تثبیت نسبی قیمت ارز و آرامش مقطعی در بازار خودرو، مصرف‌کنندگان در مقیاس کوچکی به دنبال خرید خودروی موردنظر خود هستند.



واردات خودرو استفاده می‌شود، گفت: یکی از آن ظرفیت‌ها این است که در ازای صادرات خودروهای داخلی می‌توانند خودروی خارجی وارد کنند همچنین آنها که قطعات خودروهای داخلی را صادر می‌کنند از محل این مورد نیز می‌توانند خودرو وارد کشور کنند.

آقای فیروزی با بیان اینکه افرادی که نیازی به ارز دولتی ندارند، می‌توانند واردات خودرو انجام دهند اضافه کرد: به موازات آن این افراد تعهدی نیز به دولت ندارند می‌توانند خودرو وارد کنند همچنین افرادی از جمهوری اسلامی نفت خریداری کنند و بتوانند در خارج به فروش برسانند می‌توانند از محل فروش خودرو وارد کنند و تأکید می‌کنم که موضوع واردات خودروهای خارجی دست دوم صحت ندارد.

کارکرده در مناطق آزاد است به این معنا که خودروهایی که کارکرد داشته و مدتی در آن مناطق آزاد استفاده شده‌اند قابلیت وارد به شهرهای داخل کشور را دارند و این موضوع، چون در لایحه ۱۴۰۰ مطرح بود پس از رد کلیات و بازگشت بودجه سال آینده به دولت نیز اکنون مسکوت خواهد ماند تا اینکه ببینیم لایحه دولت در این زمینه چه خواهد شد.

آقای فیروزی در ادامه با بیان اینکه ساماندهی بازار خودرو در کمیسیون صنایع و معادن مجلس در دستور است، گفت: عرضه و تقاضای خودرو برای ما مهم است و در این زمینه در کمیسیون به دنبال متعادل کردن بازار خودرو هستیم.

نماینده مردم فسا در مجلس با تأکید بر اینکه از چند ظرفیت برای

انتظار چند ماهه صنعت خودرو برای ریل گذاری

افزایش کیفیت خودروهای تولیدی هم خواهیم بود. سرمایه‌های سرگردان موجود در بازار که بعضاً در مسیر خرید و فروش طلا و ارز قرار می‌گیرد هم مدیریت می‌شود.

بسته‌های وزارت صمت برای صنعت خودرو

اقدامات مجلس برای نهایی کردن طرح تحول بازار و صنعت خودروی سبک در حالی است که وزارت صمت هم برنامه خود برای ساماندهی صنعت را تقدیم دولت کرده است.

برنامه وزارت صمت تحت عنوان «بسته جهش تولید و خروج شرکت‌های خودروساز از زیان‌دهی» بود که چهارم آذرماه از سوی وزیر صمت به معاون اقتصادی رئیس‌جمهور ارائه و مقرر شد در شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا مطرح شود و در صورت تأیید و تصویب، برای اجرا ابلاغ شود. علاوه‌بر این برنامه آیدرو (زیرمجموعه وزارت صمت) نیز برنامه موقتی مجزایی را برای قیمت‌گذاری خودرو طراحی کرده بود که البته مشخص نشد چه عاقبتی پیدا کرد.

آنطور که رزم حسینی گفته است این بسته شامل نحوه قیمت‌گذاری، حمایت مالی، تعمیق ساخت داخل، افزایش تولید و شکست انحصار رقابتی کردن تولیدات خودرویی با کیفیت می‌شود.

شورای رقابت کجای کار است؟

علاوه بر دولت و مجلس، شورای رقابت که در سال‌های اخیر در مسیر قیمت‌گذاری خودرو در رفت و برگشت بوده است نیز حضور دارد که طبق آخرین مصوبه قرار بود هر سه ماه یک بار قیمت خودرو را به‌روز کند که البته این برنامه برای زمستان لغو شد و رضا شیوا رئیس شورای رقابت اعلام کرد که طبق برنامه جدید از این پس قیمت‌گذاری خودروها به جای سه ماهه، هر شش ماه یا سالانه تعیین خواهد شد.

همچنین در کنار به‌روز رسانی قیمت‌ها، شورای رقابت اعلام کرده

اگرچه با کاهش تب و تاب نرخ دلار، قیمت خودرو نیز هیجان قبلی خود را از دست داده و تا حدودی به ثبات رسیده است، اما مشکلات ساختاری این صنعت همچنان پابرجا بوده و هر روز چهره جدیدی از خود نشان می‌دهد؛ به شکلی که به دلیل حواشی بسیار این صنعت در سال جاری که بیشترین زیان را نیز نصیب مصرف‌کننده اصلی کرده است، نهادهای مختلف از دولت گرفته تا مجلس و دستگاه‌های نظارتی قصد مداخله و طرح‌ریزی برای حل مشکلات صنعت خودروسازی را داشته‌اند.

مجلس به دنبال عرضه خودرو در بورس

یکی از مهمترین برنامه‌هایی که برای صنعت خودرو تدوین شد، طرح مجلس تحت عنوان «طرح تحول بازار و صنعت خودروی سبک» است. طراحان معتقدند با اجرای این طرح می‌توان به متعادل شدن قیمت‌ها و حذف رانت و واسطه‌گری امیدوار بود.

کلیات این طرح که با همکاری وزارت صمت و خودروسازان در دستور کار نمایندگان قرار گرفته است، چندی پیش مورد تصویب قرار گرفت؛ این در حالی است که رزم حسینی وزیر صمت از اساس مخالف یکی از مهمترین محورهای این طرح یعنی عرضه خودرو در بورس بوده و راه‌حل دیگری را برای رفع مشکل عرضه خودرو در نظر داشته است.

حجت الله فیروزی سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس به مهر، می‌گوید: با عرضه خودرو در بورس این محصول با قیمت واقعی به فروش خواهد رسید. در این صورت دیگر شاهد سوءاستفاده دلال‌ها و به وجود آمدن قیمت حاشیه بازار نخواهیم بود. وی با بیان اینکه با عرضه خودرو در بورس شاهد افزایش کیفیت خودرو هم خواهیم بود، افزود: با عرضه خودرو در بورس، تعداد خودروهای تولیدی کشور هم افزایش می‌یابد، علاوه بر آن شاهد

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی گفت از وزارت بهداشت درخواست انجام تست کرونا برای ۳۲۰ هزار نفر از رانندگان تاکسی را داشتیم. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشگاه خبرنگاران، مرتضی ضامن‌ی مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری کشور با اشاره به انجام تست کرونا در تاکسیرانی، اظهار کرد: بعد از شیوع کرونا و مشخص شدن چارچوب‌های بهداشتی، ما طبق برنامه پیش رفتیم و شهرداری‌ها هم همراه ما پای کار بودند.

وی ادامه داد: انجام تست فراگیر کرونا برای همه رانندگان رخ نداد، اما بحث غربالگری توسط بسیاری از شهرداری‌ها اجرایی شد و رانندگانی که گاهی علائم داشتند، تست کرونا دادند. مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری کشور با اشاره به وعده وزیر راه مبنی بر انجام تست کرونا برای تمامی رانندگان، تصریح کرد: در صورتی که تست راننده موردنظر مثبت باشد، به آن اجازه فعالیت نخواهیم داد، تاکسی‌های برون‌شهری ما در حوزه وزارت راه و ترابری است و اینکه آقای اسلامی وزیر راه گفت که تست

ماجرای تست کرونای رانندگان تاکسی به کجا رسید؟

کرونا گرفته می‌شود، مربوط به این حوزه با تعداد محدود است و به صورت کلی در این حوزه ۲۰ تا ۳۰ هزار دستگاه وجود دارد. ضامن‌ی تأکید کرد: در حوزه شهری تعداد ۳۲۰ هزار ناوگان وجود دارد و ما از وزارت بهداشت درخواست تست کرونا برای این رانندگان را داشتیم و اعلام آمادگی هم کردیم، اما هیچ پاسخی مبنی بر موافقت و اعلام آمادگی دریافت نکردیم و در حوزه رانندگان تاکسی حدود یک هزار و ۴۰۰ نفر به کرونا ویروس مبتلا شدند که ۱۵۲ نفر از آنها فوت کردند.

ابزار تخصصی به کمک ارتقای خدمات آزمایشگاهی آمد و کیفیت تحقیقات بالا رفت

۱۵ کارگروه تخصصی از کارشناسان حوزه‌های مختلف آزمایشگاهی در شبکه فعال هستند و این یعنی تخصص و تجربه در این صنعت کاربردی جریان دارد. تشکیل کارگروه‌های تخصصی در شبکه آزمایشگاهی یکی از الزامات برای استفاده از تخصص و توان متخصصانی است که در این حوزه فعالیت می‌کنند و می‌توانند این خدمات را در مرز دانش پیش ببرند و ارتقا دهند. بر همین اساس نیز شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با کمک سرآمدان علمی در این حوزه اقدام به ایجاد ۱۵ کارگروه تخصصی کرده است. رضا اسدی‌فرد، مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، درباره لزوم شکل‌گیری چنین کارگروه‌هایی گفت: یکی از اولویت‌های شبکه در این چند سال، توسعه پلتفرم جریان دانش بود که یکی از بهترین روش‌ها برای اجرایی شدن آن را حمایت از شکل‌گیری کارگروه‌های تخصصی می‌دانیم.



دریچه

کرمی: رشد ۶۰ پله‌ای ایران در شاخص‌های جهانی نوآوری نمایانگر حرکت کشور در مسیر پیشرفت است

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری از جایگاه مطلوب ایران در شاخص‌های جهانی نوآوری گفت.

پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به نقش نوآوری و صنایع خلاق در حرکت کشورها به سوی پیشرفت و توسعه پایدار گفت: میزان حرکت و موفقیت کشورها در مسیر نوآوری، قدر و جایگاه آنها را در نبرد تنگاتنگ فناوری، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی میان کشورهای جهان تعیین و تبیین می‌کند.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، با بیان اینکه یکی از معیارهای گوناگون برای درک جایگاه رو به رشد ایران گزارش شاخص جهانی نوآوری است، عنوان کرد: سهم قابل توجه بازار کشورها از خلاقیت و نوآوری، معیار و شاخص اصلی در پیشرفت است و در این مسیر، حمایت از نیروی انسانی متخصص و توسعه زیست‌بوم نوآوری نقشی سرنوشت‌ساز ایفا می‌کند.

کرمی با اشاره به اینکه براساس گزارش شاخص‌های جهانی نوآوری «Gii» قرار گرفتن ایران در جمع ۱۰۰ خوشه برتر علم و فناوری جهان، نشانی از پیشرفت نوآورانه و خلاق کشور است، ادامه داد: گزارش اخیر شاخص‌های جهانی نوآوری بار دیگر توانمندی علمی و فناوریانه ایران به نمایش گذاشت و قرار گرفتن تهران در جایگاه نهم مناطق یا همان خوشه‌های برتر علم و فناوری در کشورهای در حال توسعه نوظهور، نشان داد ایران در مسیر رو به جلوی نوآوری‌ها قرار دارد.

رشد قابل توجه ایران در شاخص‌ها

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، روند رو به رشد ایران در مسیر خلاقیت و نوآوری براساس گزارش شاخص‌های جهانی نوآوری «Gii» در سال‌های اخیر را نشان‌دهنده حرکت ارزشمند کشورمان به سوی پیشرفت دانست و افزود: رشد درخور توجه جایگاه ایران در گزارش‌های سال‌های اخیر شاخص‌های جهانی نوآوری نشان‌دهنده ریل‌گذاری صحیح و اولویت‌بخشی به این حوزه با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. به طوری که آغاز راه ایران در جایگاه ۱۲۰ جهانی قرار داشت و امروز در رتبه ۶۱ هستیم؛ موضوعی که حاصل کار که این مسئله نتیجه کار همه دانشگاه‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها است.»

بهبود روند پیشرفت کشور

کرمی با اشاره به حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تقویت زیست بوم فناوری و نوآوری از بهبود وضعیت کشور در مسیر پیشرفت گفت: با توجه به اهمیت نوآوری زیست‌بومی ایجاد شد تا شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق بتوانند با کمک و همکاری تمامی بخش‌های زنجیره ارزش، از دانشگاه‌ها، پارک‌های علم و فناوری، شتاب‌دهنده‌ها، کارخانه‌های نوآوری، خانه‌های خلاق و مراکز نوآوری، در جهان پر تب و تاب رقابت نوآورانه توانمندی‌های نوآورانه خود را به جهان معرفی کنند.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق با بیان اینکه گزارش شاخص جهانی نوآوری (Global Innovation Index) که هر ساله منتشر می‌شود، به وضعیت کشورها از حیث نوآوری با تکیه بر معیارها و مبناهای گوناگون می‌پردازد ادامه داد: در این گزارش، فعالیت‌ها و تلاش‌های ۱۳۱ کشور مورد بررسی قرار می‌گیرد. این کشورها بخش قابل توجهی از حرکت جهان را دربرمی‌گیرند همین موضوع موجب شده است این گزارش ۹۰درصد از جمعیت جهان و همچنین بیش از ۹۵درصد از تولید

ناخالص داخلی دنیا را مورد تبیین و تحلیل قرار بدهد. کرمی همچنین بیان کرد: شاخص جهانی نوآوری از ۷ شاخص تشکیل شده است که در دو دسته ورودی و خروجی دسته‌بندی شده‌اند. در دسته ورودی‌ها که نشان‌دهنده توانایی اقتصاد یک کشور به منظور فعالیت‌های نوآورانه است، ارکان نهادی، سرمایه انسانی و تحقیقات، زیرساخت‌ها، پیچیدگی بازار و پیچیدگی کسب و کار قرار دارند.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در ادامه تاکید کرد: در گروه خروجی‌ها که حاصل تلاش‌های فعالیت‌های نوآورانه کشورها را به نمایش می‌گذارد، خروجی‌های دانشی و فناوریانه و خروجی خلاقانه مورد توجه قرار می‌گیرند. ایران در این شاخص، جایگاه ۱۲۰ جهانی را به خود اختصاص داده است؛ ایران در زیرشاخص‌های نهادی یعنی محیط سیاسی، محیط تنظیم‌گری و محیط کسب و کار به ترتیب در جایگاه ۱۰۶، ۱۱۷ و ۱۲۵ جهانی قرار گرفته است.

جایگاه خوب ایران در شاخص سرمایه انسانی و تحقیقات

کرمی افزود: براساس گزارش شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۲۰، ایران در شاخص سرمایه انسانی و تحقیقات که همواره از نقاط قوت کشور در این گزارش به شمار می‌رود، در جایگاه ۴۶ جهانی ایستاده است. کشورمان در زیرشاخص تحقیق و توسعه، به رتبه ۴۸ جهانی صعود کرده است و در زیرشاخص تحصیلات جایگاه ۸۳ و در تحصیلات عالی رتبه ۷ جهانی را قرار گرفت. همچنین ایران به جایگاه سوم جهانی در شاخص تعداد فارغ‌التحصیلان علوم و مهندسی دست یافت.

به گفته دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، در شاخص زیرساخت‌ها، ایران در جایگاه ۶۹ قرار گرفته است. در زیرشاخص فناوری اطلاعات و ارتباطات رتبه ۸۰ و در شاخص زیرساخت‌ها جایگاه ۳۱ سهم ایران از این رقابت جهانی است. در زیرشاخص پایداری زیست محیطی، ایران در رده ۹۲ جهان قرار گرفته است. کشورمان همچنین رتبه ۱۰ را در شاخص شکل‌گیری سرمایه ناخالص و همچنین رتبه ۳۹ در شاخص دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات را از آن خود کرده است.

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: یکی از شاخص‌های مهم در گزارش Gii توجه به پیچیدگی بازار است که ایران در این شاخص، جایگاه ۱۰۸ جهانی را به خود اختصاص داده است. ایران همچنین رتبه ۷۷ را در زیرشاخص اعتبارات کسب کرده و در تجارت، رقابت و اندازه بازار توانست جایگاه ۱۰۷ را به خود اختصاص دهد. ایران در زیرشاخص سرمایه‌گذاری، به رتبه ۱۱۵ جهانی رسیده است. هجدهمین کشور در شاخص مقیاس بازار داخلی در زیرشاخص تجارت، رقابت و اندازه بازار نیز یکی از دستاوردهای ایران است. در شاخص میانگین وزنی نرخ تعرفه واردات، ایران در جایگاه ۱۲۹ دنیا قرار دارد.

رتبه ۱۱۲ ایران در شاخص پیچیدگی کسب و کار

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه ایران در شاخص پیچیدگی کسب و کار جایگاه ۱۱۲ جهانی را به خود اختصاص داده است، گفت: در زیرشاخص‌های کاشاخصان دانشی و پیوندهای نوآوری به ترتیب رتبه ۱۰۳ و ۱۰۰ سهم ایران از شاخص‌های جهانی نوآوری بود و در زیرشاخص جذب دانش، در میان ۱۰۰ کشور نخست دنیا جای دارد. در زیرشاخص پیوندهای نوآوری رتبه ۱۱۷ و در شاخص همکاری پژوهشی دانشگاه و صنعت ایران به رتبه ۱۲۲ رسید.

فروش اجباری تیک تاک به اوراکل متوقف شد

با آغاز دوره ریاست جمهوری «جو بایدن» در ایالات متحده به نظر می‌رسد بحث جنجالی فروش اجباری تیک تاک به شرکت‌های آمریکایی نیز سرنوشت دیگری پیدا خواهد کرد. به گفته منابع آگاه، پروژه فروش اجباری تیک تاک به اوراکل تا زمانی نامعلوم متوقف شده است.

به گزارش دیجیتایو پاییز امسال، دولت ترامپ طی فرمانی با تحت فشار قرار دادن شرکت «بایت دنس» مالک تیک تاک در صدد بود کسب و کار این شبکه اجتماعی محبوب به شرکت‌هایی آمریکایی واگذار شود. دلیل صدور این فرمان، نگرانی در مورد همکاری این شرکت با پکن برای دسترسی غیرمجاز به اطلاعات کاربران آمریکایی بود. بایت دنس برای فرار از تحریم‌های آمریکا با شرکت‌های «اوراکل» و «المارت» بر سر فروش ۲۰ درصد از سهامش در تیک تاک به توافق رسید، دولت ترامپ نیز این توافق را تایید کرد. از نظر چینی‌ها خطر

جاسوسی یک بهانه بود و دولت ترامپ قصد داشت به بهانه به خطر افتادن امنیت، مانع رشد تجاری یک کسب و کار موفق آنها شود. شرکت بایت دنس علی رغم مخالفت‌های اولیه مسیریهای قانونی را طی کرد و کار را

پیش برد، اما با روی کار آمدن جو بایدن ظاهرا ورق برگشته است. با روی کار آمدن جو بایدن ظاهرا ورق برگشته است. «وال استریت ژورنال» در آخرین گزارش خود به نقل از منابع آگاه، اعلام کرده که پروژه فروش تیک

تاک به شرکت‌های آمریکایی برای مدت زمانی نامعلوم متوقف شده است. با این وجود مذاکره بین تیک تاک و مقامات امنیت ملی ایالات متحده همچنان ادامه دارد تا نگرانی‌ها در مورد جمع‌آوری داده، احتمال دستکاری و سانسور محتوای اپلیکیشن مرتفع شود. در عین حال، طبق گفته «میلی هورن» سخنگوی شورای امنیت ملی، ایالات متحده در حال بررسی تهدیدهای بالقوه برای حفظ حریم خصوصی داده‌ها و امنیت در برابر نفوذ دولت‌های خارجی است. امیلی هورن می‌گوید: «قصد داریم رویکردی جامع برای تأمین امنیت داده‌های ایالات متحده ایجاد

کنیم. در نتیجه طیف گسترده‌ای از تهدیدها را مورد توجه قرار می‌دهیم. در این بین بررسی وضعیت اپلیکیشن‌های چینی و سایر نرم‌افزارهایی که در آمریکا مورد استفاده قرار می‌گیرند نیز در دستور کار قرار گرفته است.



درآمد سالانه ۱۰۰ اپلیکیشن اشتراکی برتر در اپ استور ۴ برابر گوگل

پلی است

در مجموع درآمد ۱۰۰ اپ اشتراکی غیرگیمینگ برتر با رشد سالانه ۳۴ درصدی به ۱۳ میلیارد دلار رسیده که بخشی از آن ناشی از شیوع کرونا و خانه‌نشینی است که به افزایش استفاده کاربران از دنیای دیجیتال منجر شده

است. این درآمد حدود ۱۱.۷ درصد از کل ۱۱۱ میلیارد دلاری است که سال گذشته صرف خرید آیتُم‌های درون برنامه‌ای اپ‌ها شده است. از نظر رتبه‌بندی سرویس‌های مختلف کمپانی آلفابت بیشترین درآمد را داشته‌اند که در رأس آنها یوتیوب و گوگل وان قرار دارند. در رده‌بندی کلی هر دو مارکت «دیزنی پلاس»، «نیندر»، «پاندورا»، «توییچ»، «امبل» و «HBOمکس» رتبه‌های درآمدی برتر را از آن خود کرده‌اند.

از نظر تاریخی اکوسیستم برنامه‌های اپل همیشه درآمد بیشتری داشته و در مقابل گوگل پلی از نظر تعداد نصب برنامه‌ها در رده

بالتری قرار گرفته است. سنسور تاور ماه گذشته در گزارشی درآمد کلی اپ استور و پلی استور در سال ۲۰۲۰ را به ترتیب ۲۲.۳ و ۳۸.۶ میلیارد دلار عنوان کرده بود.

کاربران در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۱۰.۳ میلیارد دلار صرف ۱۰۰ اپلیکیشن اشتراکی برتر در اپ استور کرده‌اند که ۴ برابر از هزینه صرف شده روی ۱۰۰ اپ برتر گوگل پلی بیشتر است.

به گزارش دیجیتایو، برآوردهای موسسه تحقیقاتی «سنسور تاور» نشان می‌دهد که درآمد حاصل از برترین اپ‌های خارج از حوزه گیم اپ استور با رشد قابل توجه ۳۲ درصدی نسبت به سال گذشته به ۱۰.۳ میلیارد دلار رسیده است. رشد ۲۵ درصدی آمریکا کمتر از میانگین جهانی است، اما ۴.۵ میلیارد دلار از کل این مبلغ را شامل می‌شود.

هزینه‌ای که کاربران گوگل پلی صرف اپ‌های اشتراکی کرده‌اند با رشد بالاتر ۴۲ درصدی همراه بوده، اما از نظر درآمد از ۲.۷ میلیون فراتر نمی‌رود؛ به عبارت دیگر

درآمد توسعه‌دهندگان گوگل پلی از ۱۰۰ اپ اشتراکی برتر تقریباً یک چهارم اپ استور است. سهم کاربران آمریکایی گوگل پلی ۱.۴ میلیارد دلار بوده است.



اسباب بازی های شناختی به بازار می آید

اسباب بازی های شناختی برگزیده در ششمین جشنواره ملی اسباب بازی انتخاب و معرفی شدند. در این رویداد در قالب تیم های تحقیقی و پژوهشی بیش از ۱۰۰ اسباب بازی در زمینه بازی های فکری و شناختی به جشنواره ارائه شد که پس از داوری های تخصصی توسط نمایندگان ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی معاونت علمی و فناوری و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، هفت تیم به عنوان برگزیده در حوزه بازی های شناختی انتخاب و معرفی شدند. تیم های برگزیده در حیطه بازی های شناختی با حمایت ستاد از جوایز نقدی، سوبسید فروش و نیز منتورینگ شناختی بهره مند می شوند. ششمین جشنواره ملی اسباب بازی در پنج بخش رقابتی، نشست ها و کارگاه های علمی، ترویجی، نمایشگاه تخصصی و بازار اسباب بازی از آذرماه امسال فعالیت خود را آغاز کرد.

یادداشت

بازار عرضه و تقاضای فناوری های حوزه آب و انرژی رونق می گیرد

کاتالیست ها تعیین کننده تجاری و اقتصادی بودن یک صنعت هستند. وی ادامه داد: دکتر ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری از ابتدای فعالیت خود در معاونت علمی و فناوری اهتمام ویژه ای به توسعه فناوری و تولید کاتالیست در کشور داشتند. بر همین اساس نیز حمایت از شرکت های دانش بنیان و فناور این حوزه یکی از اولویت های این نهاد است. تاکنون شرکت های زیادی از این حمایت ها برای توسعه محصول خود بهره برده اند.

دبیر ستاد توسعه فناوری های آب و انرژی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به وجود شرکت های توانمند دانش بنیان در حوزه کاتالیست ها در کشور، تاکید کرد: این شرکت ها با اتکا به توان علمی و دانشی خود در بستر مناسب فناورانه ای که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ایجاد کرده است به توسعه محصولات خود مشغول هستند. وی به برنامه ستاد برای برگزاری سلسله رویدادهای فناورانه اشاره کرد و گفت: این کار را با برگزاری رویداد ارائه نیازهای فناورانه حوزه کاتالیست آغاز کردیم و در تلاشیم تا با کمک صنعتگران و نیروهای دانشی کشور، برای دیگر حوزه های فناورانه نیز چنین رویدادهایی برگزار کنیم. این کار پل ارتباطی خواهد بود میان عرضه کنندگان و متقاضیان فناوری و محصولات فناورانه. شریفزاده ادامه داد: در این رویدادها ارتباط نزدیکی میان صنعت و دانشگاه برقرار می شود و شرکت های توانمند دانش بنیان، تخصص و توان خود را به صنعتگران ارائه می کنند تا مسیر برای تجاری سازی این محصولات تسهیل شود.

دبیر ستاد توسعه فناوری های آب و انرژی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین بیان کرد: در تلاشیم که این رویدادها به شکلی دائمی برگزار شود. با ایجاد وبسایت رویدادها که به آخرین فناوری های سہ بعدی نیز مجهز است این کار را انجام می دهیم و به نوعی فضای برای به روزرسانی و به هم رسانی تقاضا و عرضه ایجاد می شود که بر پایه پلتفرم ایجاد شده با عنوان نمایشگاه دائمی فناوری های حوزه آب و انرژی تا برگزاری رویداد بعدی به صورت مجازی ادامه می یابد.

تبدیل ضایعات میوه به محصولی صادراتی

خلاقیت ها به میدان آمد و ارزش آوری رونق گرفت

معجزه آسا، یک کرم باکیفیت تولید شده است که علاوه بر ایجاد شفافیت در پوست، در درمان زخم های قدیمی نیز کاربرد دارد. یک نوع صابون ۱۰۰ درصد طبیعی نیز از هسته آلبالو تولید می شود. تمام این محصولات موفق شده اند تا تاییدیه های لازم را از مراجع ذی صلاح اخذ کنند. این فعال خلاق، با اشاره به ارزش آوری بالای این محصولات گفت: این شرکت همچنین یک روغن ویژه مفاصل نیز تولید می کند که از توان جذب بالایی برخوردار است و برای تسکین درد در این ناحیه به کار می رود. در حال حاضر محصول مشابه خارجی در ایران با قیمت یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان عرضه می شود، در حالی که محصول ما با قیمتی کمتر از ۱۰۰ هزار تومان به مصرف کننده ارائه می شود. مدیرعامل شرکت خلاق اسپیان داروی سپهرگان جی، ضمن آنکه نوآوری را یک محور اساسی در فعالیت های این مجموعه خواند، بیان کرد: یک گروه از متخصصان جوان و باتجربه در این مجموعه جمع شده اند و مواد دورریز و کم اهمیت مانند ضایعات و هسته میوه را به محصولات ارزشمند صادراتی تبدیل می کنند.

یک شرکت خلاق موفق شد تا از ضایعات دورریز میوه ها، محصولات باکیفیت صادراتی تولید کند.

مختار یوسفیان، مدیرعامل شرکت خلاق اسپیان داروی سپهرگان جی، گفت: این مجموعه با تحقیقات بر روی ضایعات و دورریز میوه ها و ایجاد یک واحد تحقیق و توسعه در این حوزه، موفق شد تا محصولات تایید شده با کیفیتی در این زمینه تولید کند. یکی از مواد اولیه مورد استفاده در این مجموعه، هسته آلبالو است. مدیرعامل شرکت خلاق اسپیان داروی سپهرگان جی، در ادامه افزود: هسته آلبالو پیش از این به عنوان ضایعات دور ریخته می شد. این دورریز در حال حاضر با استفاده از فناوری، به ماده اولیه محصولات متعددی تبدیل شده است. در این شرکت چند محصول مختلف از هسته آلبالو تهیه می شود. یکی از این محصولات، نوعی مام زیربغل است که برای رفع کبودی های بدن از آن استفاده می شود. یوسفیان ادامه داد: یک محصول دیگر نیز برای رفع لکه های صورت و لایه برداری پوست مورد استفاده قرار می گیرد. همچنین از این ماده



ی‌ترین رقیب تسلا خواهد بود

دورنمای اپل برای ورود به صنعت خودرو را تغییر نمی دهد. براساس گزارش های

قبلی، علاقه اپل به ورود به صنعت خودرو احتمالاً به بهبود تجربه رانندگی با ادغام سخت افزار، نرم افزار و خدمات منجر خواهد شد. این شرکت می تواند وارد یک صنعت بزرگ با رشد سریع شود و به طرز چشمگیری تجربه کاربر را بهبود ببخشد. تحلیلگران بر این باور هستند که فرصت کسب در آمد اضافه از بخش خدمات صنعت خودرو می تواند حتی بیش از خود تجارت خودرو باشد. به طور کلی، گزارش های اخیر حاکی از آن است که اهالی کوپرتینو برای برون سپاری تولید Apple Car در حال مذاکره با خودروسازان ژاپنی از جمله نیسان، هوندا و میتسوبیسی هستند. شواهد نشان می دهد که محتمل ترین زمان برای عرضه نخستین نسل از اتومبیل های اپل می تواند در بازه زمانی ۲۰۲۴ رخ دهد.

اپل اخیراً برای دستیابی و خودکفایی در پنج فناوری اصلی سرمایه گذاری کرده است که می تواند به پیشرفت خودروی آنها در زمینه ساخت پردازنده، باتری، دوربین، سنسورها و نمایشگر کمک شایانی کند. علاوه بر این، محرک های رشد دیگری مانند فناوری واقعیت افزوده (AR)، سیستم های پرداخت و بخش سلامت وجود دارند که احتمالاً زودتر توسعه و گسترش می یابند؛ از این رو افق زمانی چهارساله برای رونمایی از خودروی اپل واقع بینانه به نظر می رسد.

این قضیه را درک کند. یک دهه دیگر، بازار جهانی خودروهای الکتریکی رضایت شته باشد.

ی‌رود که کوپرتینویی ها با معرفی خودروی خود از تحلیلگران خاطر نشان می کنند شرکت هایی مانند Waymo و Cruise به خدمات اشتراک رانندگی با استفاده از این اوصاف، جاه طلبی اپل بیشتر با تولید و عرضه خودروهای الکتریکی ست. مونستر شایعات مبنی بر احتمال همکاری هر دو شرکت در رابطه با نه عمل می کنند. وی با بیان آدرس پذیر

زی خواهد بود که اپل قبلاً به دنبال آن رقابت نگه می دارد، رشد است. تاکنون منعقد نکرده، اما این امر، نقشه راه و

نویسندگان محتوای خود را عرضه می کنند و مخاطبان نقد خود را می گذارند

یک شرکت خلاق موفق شد با تاسیس یک پلتفرم اختصاصی برای ادبیات داستانی و رمان، ماهانه میلیون ها بازدیدکننده جذب کند.

آرش یزدانیان عصر، مدیرعامل شرکت خلاق داده پردازان آی فر سه‌ند، گفت: این شرکت یک شبکه اجتماعی تحت عنوان «لوکوبوک» راه اندازی کرده است که بیشتر بر روی حوزه ادبیات داستانی و رمان، متمرکز است. در این پلتفرم، نویسندگان مختلف محتوای داستانی و رمان خود را به مخاطبان عرضه می کنند و مخاطب نیز نظر، نقد و پیشنهادات خود را در این باره مطرح می کنند.

مدیرعامل شرکت خلاق داده پردازان آی فر سه‌ند در ادامه افزود: سایر شبکه های اجتماعی متداول در کشور ما برای چنین موضوعی چندان مناسب نیستند، گذشته

از فضای حاکم بر آنها، مسئله زیرساخت ها و فونت آنها نیز چندان با موضوع ادبیات داستانی منطبق نیست. در این پلتفرم همچنین سعی شده است تا مالکیت معنوی نویسندگان، حفظ شود و امکان



کی‌پرداری تا حد زیادی از بین برود. این فعال حوزه صنایع نرم و خلاق، با اشاره به بسترهای کاری فراهم شده در این مجموعه خلاق، گفت: این مجموعه همچنین با

دعوت از ناشران، آنها را ترغیب می کند تا کار نویسندگان مختلف را از نزدیک ببیند. گذشته از کیفیت کار، زمانی که ناشر میزان استقبال از یک نویسنده را در پلتفرم لوکوبوک می بیند، تشویق می شود تا با آن نویسنده خاص همکاری کند. یزدانیان عصر ضمن توضیح دیگر ویژگی های فنی این پلتفرم، بیان کرد: در این بستر، همچنین امکاناتی برای گفتگو یا دنبال کردن، اعضای مختلف وجود دارد. بخشی نیز به معرفی کتاب اختصاص پیدا کرده است. کتاب ها نیز عموماً در حوزه ادبیات داستانی و رمان

هستند. اعضا همچنین می توانند در مورد این کتاب ها نظرات و نقدهای خود را مطرح کنند و دیگران با استفاده از این نظرات تصمیم می گیرند که چه کتابی را در اولویت مطالعاتی خود قرار دهند.

امکانات جدید نرم افزاری به تلویزیون ها هدیه شد

باشد. سجادی ضمن توضیح فعالیت های فناورانه صورت گرفته در این شرکت خلاق، گفت: یک دستیار صوتی نیز برای این نرم افزار فعال شده است که شما با دستور دادن به آن مثلاً می توانید جدیدترین



فیلم های نماوا، یا خلاصه یک بازی فوتبال را سرچ و تماشا کنید. استقبال از این نرم افزار از ابتدای سال جاری بسیار خوب بوده است. در حال حاضر این نرم افزار بر روی تلویزیون های هوشمند نیز قابل اجرا است. این فعال صنایع نرم و خلاق همچنین بیان کرد: در حال مذاکره با برندهای داخلی تولیدکننده تلویزیون هستیم تا از ابتدا، نرم افزار هوما را روی تلویزیون های تولید شده توسط آنها نصب کنیم. خدمات ارائه شده توسط این شرکت برای کاربر نهایی رایگان است و این شرکت خلاق، هزینه این خدمت را

از شرکت هایی مانند نماوا، که محتوای برخط ارائه می کنند، دریافت می کند. به گفته وی، بسترهای ارائه محتوا در کشور ما نیز همگام با دیگر کشورهای در حال توسعه و تغییر و تحول است.

کارگاه برندینگ

تویوتا پر فروش ترین برند خودروسازی جهان
در سال ۲۰۲۰

به قلم: تیم نویسندگان سایت reuters

مترجم: امیر آل علی

تویوتا مشابه چند سال اخیر بازهم موفق شد تا عنوان پر فروش ترین برند خودروسازی سال را به دست آورد. در این راستا حتی شیوع جهانی ویروس کرونا و کاهش تولید محصولات، باعث نشد تا این برند ژاپنی امسال را با موفقیت به پایان نرساند. آنها در این زمان سخت، بیش از ۹ میلیون دستگاه را به فروش رساندند که در نوع خوب آمار قابل توجهی محسوب می شود. در این آمار فروش زیرمجموعه های این شرکت نیز مدنظر قرار گرفته که مهمترین آن لکسوس است. در جایگاه دوم نیز فولکس واگن با زیرمجموعه های بسیار مشهور خود به نام های لامبورگینی، پورشه، بنتلی، بوگاتی و آئودی قرار دارد که عدم توانایی در کسب رتبه نخست با این نام ها بسیار عجیب است. در این راستا ذکر این نکته ضروری است که تویوتا تنها تنها مالک دو برند دیگر است. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که فروش تویوتا در مقایسه با سال قبل ۱۱,۳ درصد کاهش پیدا کرده که این میزان برای رقیب آلمانی، ۱۵,۲ درصد است. پیش بینی ها نیز حاکی از آن است که هر یک از برندها که بتواند در زمینه فروش مدل های برقی و هیبریدی به عنوان ترند جدید این حوزه، موفق تر ظاهر شود، بدون شک سال ۲۰۲۱ را در جایگاه بالاتری به اتمام خواهد رساند. همچنین احتمالاً برای سال آینده، تسلا شگفتی ساز فهرست ۱۰ برند پر فروش سال خواهد بود.

منبع: reuters.com

انتقاد تیم کوک از فیس بوک

به قلم: کایف لسوینگ خبرنگار

مترجم: امیر آل علی

طی چند روز اخیر دو برند آمریکایی اپل و فیس بوک وارد جنگ با یکدیگر شده اند. در این راستا مارک زاکربرگ به انتقاد از انحصارطلبی اپل پرداخته و تیم کوک نیز فروش اطلاعات و عدم امنیت کاربران فیس بوک را مورد توجه قرار داده است. به عقیده مدیر اپل، روش کسب درآمد فیس بوک بی اعتمادی و هرج و مرج را در پی خواهد داشت. تحت این شرایط طبیعی است که شاهد افزایش جرم و از دست رفتن امنیت افراد باشیم. درواقع به عقیده وی جمع آوری داده کاربران، اقدامی غیراخلاقی بوده و فیس بوک لازم است تا مدل کسب و کار خود را تغییر دهد. اگرچه در این انتقاد به صورت مستقیم نامی از فیس بوک برده نشده، با این حال هیچ تردیدی وجود ندارد که مخاطب آن، این برند است که در حال حاضر مالکیت اینستاگرام و واتس آپ را نیز برعهده دارد. وی همچنین اعلام کرده که باید روشی برای جلوگیری از انتشار اخبار نادرست در شبکه های اجتماعی وجود داشته باشد. نمونه آن را می توان اطلاعات نادرست و همراه کننده در رابطه با ویروس کرونا دانست. در این زمینه اخبار منتشر شده حاکی از آن است که فیس بوک در حال آماده کردن اتهامی به دادگاه بر علیه اپل بوده و این مسئله می تواند باعث شود که در آینده شاهد تنش های به مراتب جدی تری باشیم.

منبع: cnbc.com

امکان کوچک سازی ویدئو اقدام جدید
مایکروسافت

به قلم: بیجان استفان خبرنگار

مترجم: امیر آل علی

یوتیوب به عنوان بزرگترین بستر اشتراک گذاری ویدئو، تصمیم گرفته است تا امکان جدیدی را در اختیار تولیدکنندگان محتوا قرار دهد. برطبق این طرح افراد قادر خواهند بود تا از ویدئوهای پخش زنده خود، کلیپی ۶۰ ثانیه ای را تهیه نمایند. دلیل این امر نیز به خاطر آمارهای چند سال اخیر است. درواقع مخاطب امروز، چندان تمایلی به مشاهده ویدئوهای طولانی نداشته و همواره تردید نسبت به ارزش مشاهده وجود دارد. به همین خاطر نمونه های به مراتب کوچک تر می تواند احتمال دیده شدن را به مراتب افزایش دهد. همچنین این امر می تواند افراد را به اطمینان لازم برای مشاهده نسخه کامل برساند. در این راستا بسیاری از تحلیلگران بر این باور هستند که تجربه موفق تیک تاک، دلیل اصلی این تصمیم مهم بوده است، با این حال این طرح اکنون مراحل آزمایشی خود را سپری می کند و پیش بینی می شود که حداقل به دو ماه زمان نیاز خواهد داشت. نکته دیگری که اهمیت این اقدام را افزایش می دهد، امکان اشتراک گذاری ساده در سایر شبکه های اجتماعی است. درواقع هیچ محدودیتی برای ویدئوهای یک دقیقه ای وجود ندارد. حال باید دید که این طرح جذاب، تا چه حد می تواند رضایت کاربران را به همراه داشته باشد.

منبع: theverge.com



مدیریت سئو در کسب و کار املاک و مستغلات



گوگل به طور خودکار براساس نظرات کاربران رتبه سایت موردنظر را ارتقا خواهد داد. این امر به معنای پیوند موفقیت بازاریابی، از نظر تولید محتوای جذاب و ارتقای رتبه سئو سایت است. چنین امری در مورد وضعیت اکانت رسمی برندها در شبکه های اجتماعی نیز صحت دارد.

هدف گذاری بر روی مخاطب هدف مشخص

بدون تردید همه افراد حاضر در بازار املاک مشتری خاص برند ما نیستند. امروزه کسب و کارها بیشتر تمایل به ارائه خدمات منحصر به فرد و شخصی سازی شده دارند. همین امر تمایل کسب و کارها برای تمرکز بر روی دامنه مشخص و محدودی از مشتریان افزایش می دهد. این امر باید همراه با پیگیری اهداف بازاریابی و مدیریت سئو مشخص همراه باشد. در غیر این صورت تیم بازاریابی خدمات منحصر به فردی را برای دامنه خاصی از مشتریان در میان تمام مشتریان توسعه خواهد داد. تلاش برای همکاری با مشتریان خاص به معنای ضرورت ارزیابی وضعیت آنهاست. این امر کار ساده ای نیست. بسیاری از برندها در میانه مسیر هدف گذاری بر روی مشتریان خاص به طور کامل ناامید می شوند بنابراین باید نسبت به تقویت اراده کسب و کارمان برای یافتن مشتریان خاص اقدام کنیم. مواجهه با شکست در زمینه هدف گذاری بر روی مشتریان خاص امر رایجی است. نکته مهم تلاش برای شناسایی رفتار مشتریان در بازار است. این امر کمک شایانی به کسب و کارها برای همکاری با مشتریان خواهد کرد. بدون تردید استفاده از خدمات مربوط به آژانس های بازاریابی در این میان در دسترس خواهد بود. نکته مهم کیفیت بهتر هدف گذاری بر روی مشتریان در صورت اقدام مشخص کسب و کارهای حوزه املاک خواهد بود بنابراین کمک گرفتن از دیگر موسسه ها باید در اولویت دوم قرار گیرد.

پهنه سازی سایت رسمی شرکت

امروزه تمام کسب و کارها دارای سایت رسمی هستند. سایت ها محل مناسبی برای اطلاع رسانی به مشتریان و همچنین تعامل با مخاطب هدف است. انتشار محتوای بازاریابی در سایت رسمی برند یکی از اقدامات مناسب برای جلب نظر کاربران محسوب می شود. هرچه توانایی یک برند برای انتشار محتوای جذاب و همچنین تقویت انگیزه کاربران برای حضور در سایت رسمی اش بیشتر باشد، در نهایت موفقیت بازاریابی بیشتری را تجربه خواهد کرد.

الگوریتم گوگل نسبت به زمان حضور کاربران در هر سایت توجه ویژه ای دارد. بنابراین کسب و کارها باید به این نکته به مثابه عاملی برای ارتقای رتبه سئو سایت شان توجه نمایند. جلب نظر مخاطب هدف برای حضور گسترده و بلندمدت در سایت رسمی برند نیز نیازمند ارتقای وضعیت بازاریابی برند خواهد بود. بدون بازاریابی مناسب امکان تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف فقط رویایی دست نیافتنی خواهد بود. درست به همین خاطر اغلب کارآفرینان بر روی پیوند میان حوزه بازاریابی و سئو تاکید دارند.

توجه به سرعت بارگذاری صفحات سایت یکی از مهمترین نکات در حوزه سئو است. این امر به دلیل اهمیت سرعت بارگذاری صفحات در تحلیل نهایی کاربران نسبت به حضور در سایت رسمی برند صورت می گیرد، با این حساب اگر سرعت بارگذاری صفحات سایت بالا باشد، تمایل کاربران برای حضور در سایت نیز افزایش خواهد یافت. در غیر این صورت وضعیت برای کسب و کار املاک و مستغلات مان از نظر ارتقای رتبه سئو به شدت دشوار خواهد شد. یکی از راهکارهای مناسب در این میان تلاش برای کاهش حجم بالای قالب سایت است. این امر سرعت بارگذاری صفحات را به طور قابل ملاحظه ای افزایش می دهد.

جست و جو برای کلیدواژه ها

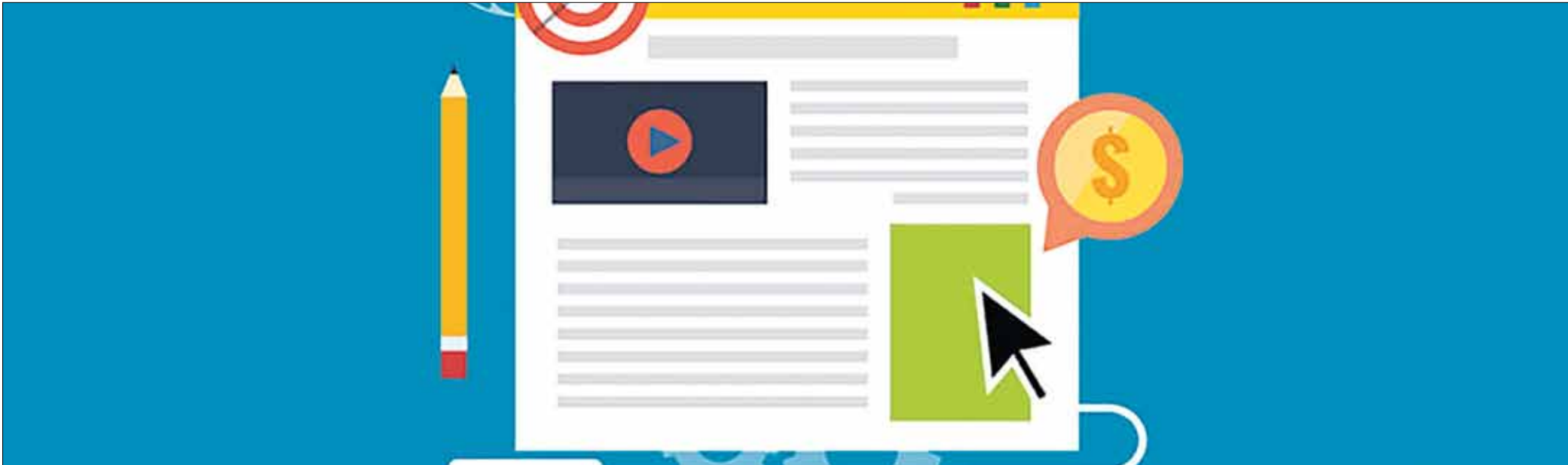
جست و جوی برای کلیدواژه ها اغلب در نخستین گام برای مدیریت سئو صورت می گیرد و ما در این مقاله جست و جو برای کلیدواژه های سئو را به عنوان آخرین بخش مطرح می کنیم. دلیل این امر مهارت بالای اغلب کارآفرینان و بازاریاب ها در این حوزه است. همچنین بحث از برخی موارد دیگر ماهیت کلیشه ای مقاله را کاهش خواهد داد.

جست و جوی کلیدواژه های مناسب برای حوزه املاک و مستغلات باید با نگاهی به دیگر سایت ها و همچنین استفاده از ابزار موردنظر امکان به گوگل صورت گیرد. این امر امکان انتخاب بهترین کلیدواژه ها را فراهم خواهد کرد. در غیر این صورت بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را از دست خواهند داد.

گوگل دارای یک ابزار مناسب تحت عنوان Keyword Planner است. این ابزار به کسب و کارها برای طراحی کلیدواژه های مناسب در حوزه های مختلف کمک می کند بنابراین استفاده از ابزار موردنظر امکان طراحی و ساخت کلیدواژه های مناسب را افزایش خواهد داد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

بازاریابی با هدف گذاری دوباره بر روی محتوای وبلاگ



به قلم: فلوری نییدل کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل علی

بازاریاب‌ها وظایف بسیار زیادی در کسب و کارها دارند. یکی از نکات مهم در زمینه بازاریابی و طراحی محتوا مربوط به مدیریت زمان است. بسیاری از تیم‌های بازاریابی دارای وظایف بسیار گسترده و زمان اندک برای رسیدگی به کارهای‌شان هستند. این امر چالشی همه گیر در عرصه کسب و کار محسوب می‌شود و کمبود زمان برای تیم‌های کاری امر مهمی است. این امر در حوزه بازاریابی موجب ناتوانی تیم‌ها برای تولید محتوا براساس انتظارات اصلی تیم مدیریت ارشد می‌شود.

تولید محتوای بازاریابی باکیفیت همیشه کار ساده‌ای نیست. علاوه بر زمان و هزینه قابل ملاحظه برای تولید محتوا، باید به ایده‌های تازه نیز دسترسی داشت. برخی از بازاریاب‌ها در بازه‌های زمانی پشت سر هم توانایی پردازش ایده‌های برتر را ندارند. همین امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری مداوم بر روی مخاطب هدف خواهد شد. شاید این امر در نگاه نخست چندان مهم نباشد، اما در بلندمدت تاثیر بسیار منفی بر روی وضعیت کسب و کار برجای خواهد گذاشت. انتظار تیم مدیریت هر برند در حوزه بازاریابی تولید مداوم محتوای باکیفیت است. اگر این امر امکان‌پذیر نباشد، اعضای تیم بازاریابی مورد اتهام پیرامون کم کاری یا ناتوانی برای تحقق اهداف برند قرار خواهند گرفت.

استفاده از محتوای قدیمی برای بازاریابی ایده تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها به دنبال بازآفرینی محتوای قدیمی برندشان به منظور بازاریابی تاثیرگذار با هزینه اندک هستند. این امر اغلب اوقات در سایت رسمی برند صورت می‌گیرد. اگر از طرفدارهای حوزه بازاریابی دیجیتال باشید، به خوبی از اهمیت فرمت ویدئو برای جلب نظر مخاطب هدف آگاهی دارید. امروزه اغلب سایت‌ها در قالب محتوای متنی اقدام به تعامل با مخاطب هدف می‌کنند. این امر بازآفرینی محتوای قدیمی و همچنین تعریف اهداف دوباره برای آن را بسیار دشوار خواهد کرد. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی موضوع هدف گذاری دوباره محتوای قدیمی برند است. نکته مهم در این میان تمرکز بر روی محتوای وبلاگ‌هاست. امروزه بسیاری از برندها دارای وبلاگ رسمی هستند. این امر به معنای تولید دامنه گسترده‌ای از محتوای وبلاگی است. برخی از برندها در این راستا پس از انتشار یک محتوا در وبلاگ‌شان دیگر به دنبال استفاده از آن برای اهداف بازاریابی دیگر نیستند. از آنجایی که اغلب محتوای بازاریابی در وبلاگ‌ها دارای فرمت متنی هستند، استفاده از آنها در سایر پلتفرم‌ها یا هدف گذاری دوباره برای‌شان دشوار خواهد بود. در ادامه این موضوع را به طور دقیق مورد بررسی قرار خواهیم داد.

هدف گذاری دوباره بر روی محتوا چیست؟

استفاده از محتوای قدیمی بازاریابی برای کاهش هزینه‌های تولید محتوای تازه امر رایجی است. یکی از استراتژی‌های اصلی در این میان هدف گذاری دوباره بر روی محتواست. این امر به معنای استفاده دوباره از محتوای قدیمی برند برای بازاریابی است. نکته مهم در این میان دستکاری در هدف اصلی محتوای قدیمی به منظور انطباق آن با اهداف تازه است بنابراین هدف گذاری دوباره بر روی محتوای برند فراتر از کاربست داده‌های تازه در چارچوب قبلی محتواست. مزیت این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و استفاده گسترده از محتوای موردنظر است.

تکنیک‌های هدف گذاری دوباره بر روی محتوای وبلاگ برند

بدون تردید کاهش هزینه‌های بازاریابی یکی از مهم‌ترین دلایل برای جهت گیری به سوی هدف گذاری دوباره بر روی محتوای وبلاگ است. برخی از بازاریاب‌ها این فرآیند را بسیار ساده ارزیابی می‌کنند. مسئله مهم در این میان ضرورت استفاده از تکنیک‌های کاربردی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. در غیر این صورت محتوای بازاریابی شده برندمان مورد بی‌توجهی گسترده قرار خواهد گرفت. در ادامه برخی از تکنیک‌های کاربردی برای هدف گذاری دوباره بر روی محتوای برند را مورد توجه قرار خواهیم داد.

ایجاد ویدئو در یوتیوب

امروزه بسیاری از برندها مشغول بازاریابی در یوتیوب هستند. این امر به معنای تولید محتوای ویدئویی برای تعامل هرچه بهتر با مخاطب هدف است. یکی از محبوب‌ترین گونه‌های ویدئو در یوتیوب مربوط به بخش آموزش است. بسیاری از کاربران به دنبال یادگیری مهارت یا شیوه کار با ابزارهای مختلف هستند. اگر کسب و کارها برای آموزش برخی از نکات به مخاطب هدف در وبلاگ‌شان محتوایی را بارگذاری کرده باشند، امکان استفاده از آن برای تبدیل به ویدئو فراهم خواهد شد.

بدون تردید تبدیل محتوای متنی به ویدئو کار ساده‌ای نیست. مهم‌ترین توصیه در این میان استفاده از محتوای وبلاگ به عنوان بدنه اصلی ویدئو است. اگر شما مقام کارگردان در زمینه طراحی ویدئوی بازاریابی را داشته باشید، محتوای متنی نقش فیلم‌نامه را بازی خواهد کرد بنابراین تبدیل محتوای متنی به ویدئو باید در قالب همین شیوه صورت گیرد.

استفاده از اسلایدهای کاربردی

یکی دیگر از راهکارهای ساده برای تبدیل محتوای متنی به گونه‌ای جذاب از محتوا برای مخاطب هدف در قالب اسلاید مدنظر قرار می‌گیرد. بدون تردید استفاده از اسلاید دارای کاربردهای بسیار زیادی در پلتفرم‌های مختلف است. البته این امر کمتر مورد توجه در وبلاگ‌ها قرار می‌گیرد. دلیل این امر تمایل کاربران برای مطالعه محتوای متنی در وبلاگ‌هاست. وقتی یک برند قصد معرفی محصولی را دارد، استفاده از اسلایدهای دقیق امر جذابی خواهد بود. این نکته برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد.

مهم‌ترین مسئله در زمینه طراحی اسلاید توجه به اختصار است. بدون تردید محتوای متنی بسیار طولانی‌تر از محتوای ویدئویی یا تصویری است. همین امر بحث حوصله بیشتر کاربران وبلاگ‌ها را مطرح می‌سازد. مسئله اساسی در این میان توجه به حوصله کمتر کاربران در سایر پلتفرم‌هاست بنابراین اسلایدهای برند باید در نهایت اختصار و سادگی طراحی شود. در غیر این صورت کاربران حوصله کافی برای مطالعه اسلایدها را نخواهند داشت.

استفاده از تصاویر و حتی ویدئوهای کوتاه در اسلایدهای برند ایده جذابی است. البته این امر بیشتر در قالب بازاریابی ایمیلی اجرا می‌شود، با این حال استفاده از آن در شبکه‌های اجتماعی نیز جذابیت‌های خاص خود را خواهد داشت.

طراحی اینفوگرافی

اینفوگرافی‌ها همیشه دارای جذابیت‌های خاصی برای کاربران است. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای هر برند ایجاد می‌کند. اگر کسب و کارها نسبت به جلب نظر مخاطب هدف به شیوه‌های متنی علاقه داشته باشند، استفاده از اینفوگرافی‌ها ضروری خواهد بود. دلیل محبوبیت اینفوگرافی امکان انتقال پیام‌های متعدد به صورت بسیار کوتاه و جذاب خواهد بود. طراحی اینفوگرافی باید با همکاری دست‌کم یک گرافیست صورت گیرد. در غیر این صورت شاید نتیجه نهایی کار به اندازه کافی جذاب نباشد. این امر بسیاری از برندها را دستخوش شرایط ناگواری می‌کند. دلیل این امر عدم علاقه برندها برای همکاری با گرافیست‌هاست. ریشه این امر در تلاش برای صرفه‌جویی در هزینه‌های برند نهفته است. خوشبختانه امروزه امکان شرکت در دوره‌های آموزشی بسیار زیادی برای بازاریابی و طراحی گرافیک وجود دارد بنابراین در صورت محدودیت مالی برند باید این دوره‌ها را مدنظر قرار داد.

انتشار کتاب الکترونیکی

بدون تردید محتوای بازاریابی یک برند در وبلاگ‌اش دارای ارتباط منطقی است. بنابراین امکان گردآوری برخی از آنها و تبدیل‌شان به یک کتاب وجود دارد. برخی از برندها در این رابطه حتی با یک انتشارات خاص نیز قرارداد دارند. این امر موجب ارتقای جایگاه برند در بازار و همچنین اعتماد بسیار بیشتر کاربران به برند خواهد شد.

یکی از بهترین نمونه‌ها در رابطه با تبدیل محتوای وبلاگ به کتاب الکترونیکی مربوط به موسسه Search Engine Journal است. این موسسه دارای وبلاگ رسمی برای ارائه توصیه‌های مربوط به حوزه سئو است. جالب اینکه هر چند ماه یک بار مسئولان ارشد این موسسه با هدف گذاری دوباره بر روی محتوای قدیمی وبلاگ‌شان اقدام به انتشار کتاب‌های الکترونیکی می‌کنند.

بدون تردید امکان انتشار کتاب به صورت فیزیکی نیز وجود دارد. نکته مهم در این میان تمایل برندها برای رعایت نکات مربوط به حفاظت از محیط زیست است. این امر تاثیر بسیار زیادی بر روی وجهه حرفه‌ای یک کسب و کار خواهد داشت بنابراین استفاده از کاغذ باید تا جای ممکن کاهش پیدا کند.

استفاده از نقل قول‌های مهم

همیشه محتوای وبلاگ‌ها همراه با برخی نقل قول‌های جذاب است. بدون تردید کاربرد نقل قول در متن‌های بازاریابی برای اشاره به اهمیت یک موضوع از نگاه کارآفرینان بزرگ است بنابراین باید به این موضوع در ساختار یک متن توجه نماییم.

هدف گذاری دوباره بر روی نقل قول‌های یک متن وبلاگی کار سختی نیست. مهم‌ترین مسئله یافتن تمام نقل قول‌ها و تلاش برای استفاده درست از آنهاست. این امر تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد. یکی از اشتباهات برندها در زمینه بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف مربوط به استفاده از نقل قول‌ها به صورت اشتباه است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت بنابراین باید همیشه نسبت به بازاریابی با شناخت درست از شرایط توجه داشت. در غیر این صورت نقل قول‌های‌مان تاثیرگذاری اندکی بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

انتخاب شخصیت‌های مناسب برای بیان نقل قول نیز دارای اهمیت است. بدون تردید هیچ مشتری‌ای تمایل به مشاهده نقل قول از شخصیت‌های منفی تاریخ ندارد بنابراین باید همیشه به دنبال شخصیت‌های مناسب و

هماهنگ با ماهیت برندمان باشیم. این امر اغلب اوقات به معنای انتخاب نقل قول‌های مربوط به کارآفرینان برجسته از دل متن‌های قدیمی وبلاگ‌مان است. این امر همراه با درج لینک مطلب موردنظر امکان جلب نظر مخاطب به محتوای قدیمی برندمان را نیز به همراه خواهد داشت.

تولید پادکست

پادکست در میان کاربران محبوبیت بسیار زیادی دارد. برخی از کارشناس‌ها دلیل این محبوبیت را امکان گوش دادن به پادکست در هر شرایطی می‌دانند. بدون تردید پادکست‌های برتر دنیا دارای اطلاعات ارزنده‌ای هستند. همچنین برخی از پادکست‌ها در زمینه سرگرمی فعالیت دارند. بازاریاب‌ها برای تعامل با مخاطب هدف باید راهکاری میانه را ترسیم کنند. این امر شامل ارائه برخی اطلاعات مهم و در عین حال افزودن اندکی سرگرمی به ماجراست.

استفاده از محتوای قدیمی وبلاگ در این میان اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها برای انتشار پادکست از محتوای قدیمی وبلاگ‌شان به عنوان خوراک محتوایی استفاده می‌کنند. این امر درست مانند استفاده از محتوای وبلاگ برای انتشار ویدئو در یوتیوب است بنابراین باید تمرکز کافی بر روی وضعیت برند برای انتشار محتوا در این رابطه داشته باشیم. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت.

ارتباط میان پادکست‌ها و موضوعات کار شده در وبلاگ برند باید مشخص باشد. نکته مهم انتخاب هدف‌های جداگانه است. بدون تردید اهداف بازاریابی در قالب تولید پادکست با تولید محتوا در وبلاگ متفاوت است بنابراین باید نسبت به این تفاوت توجه نشان دهیم.

هدف گذاری دوباره محتوا در شبکه‌های اجتماعی

استفاده از محتوای وبلاگ برند در شبکه‌های اجتماعی ایده عجیبی است. بسیاری از برندها برای تحقق این هدف سرمایه گذاری بسیار زیادی انجام می‌دهند. مهم‌ترین مسئله در این میان توجه به اهداف بازاریابی‌مان در شبکه‌های اجتماعی است. در غیر این صورت محتوای متنی وبلاگ‌مان هیچ کمکی به ما نخواهد کرد. برخی از مهم‌ترین تکنیک‌ها برای تبدیل محتوای متنی وبلاگ به محتوای جذاب در شبکه‌های اجتماعی در ادامه مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

استفاده از تصاویر قدیمی به عنوان تصویر پس‌زمینه

پست‌های وبلاگی همیشه دارای تصاویر اصلی است. این امر به انتقال بهتر پیام اصلی محتوا کمک می‌کند، با این حساب بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به جلوه‌های بصری دارند. انتخاب تصویر پس‌زمینه برای بارگذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی همیشه دغدغه مهمی محسوب می‌شود. این امر از سوی برخی از برندها با مشکلات بسیار زیادی حل و فصل می‌شود. اگر کسب و کار شما نیز در زمینه یافتن تصاویر مناسب برای برند مشکل دارد، امکان رسیدگی به این موضوع با استفاده از محتوای قدیمی وبلاگ وجود خواهد داشت. مزیت اصلی این امر عدم نیاز برای صرف هزینه به منظور خرید تصاویر و همچنین صرفه‌جویی در زمان است.

بسیاری از برندها پس از بارگذاری یک تصویر در وبلاگ‌شان نسبت به ذخیره‌سازی‌اش در بخش آرشیو برند اقدام می‌کنند. این امر دسترسی دوباره به تصاویر موردنظر را ساده خواهد کرد. این امر باید مدنظر تمام کسب و کارها قرار داشته باشد. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

اگر در زمینه بارگذاری تصاویر از محدودیت حجم و سایز اینستاگرام و دیگر پلتفرم‌های اجتماعی پیروی کنید، هیچ مشکلی در زمینه بازاریابی نخواهید داشت. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد.

بارگذاری بخشی از ویدئوهای وبلاگ

بدون تردید وبلاگ محلی برای انتشار محتوای متنی است، با این حال برخی برندها در این بخش از محتوای ویدئویی نیز استفاده می‌کنند. تفاوت اصلی محتوای ویدئویی در وبلاگ و شبکه‌های اجتماعی مربوط به مدت‌زمان‌شان است. بر این اساس محتوای ویدئویی در وبلاگ‌ها بسیار طولانی‌تر نمونه‌های دیگر است. همین امر بازنشر مستقیم چنین ویدئوهایی در شبکه‌های اجتماعی را دشوار می‌سازد بنابراین باید تغییراتی بر روی چنین ویدئوهایی پیش از بارگذاری صورت گیرد. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی برای آنها ایجاد خواهد شد.

استفاده از بخش‌های خاصی از ویدئوهای وبلاگ بهترین ایده برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. شاید این امر در نگاه نخست جذابیت‌های بسیار زیادی برای مخاطب هدف نداشته باشد، اما در نهایت برندها را با ویدئوهایی تازه و دارای اهداف متفاوت از ویدئوی اولیه مواجه خواهد ساخت.

استفاده از محتوای تولیدی کاربران

وبلاگ‌ها نسبت به بازنشر گروهی محتوای تولیدی کاربران توجه‌شان می‌دهند. این امر باید در شبکه‌های اجتماعی نیز مدنظر برندها قرار گیرد.

متأسفانه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را ندارند بنابراین کسب و کارها به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف مواجه می‌شوند. این امر برای بسیاری از برندها به معنای ضرورت استفاده از محتوای تولیدی کاربران است. بدون تردید ایجاد تغییرات در محتوای تولیدی کاربران ایده جالبی نیست. دلیل این امر تمایل کاربران برای مشاهده محتوای اصلی‌شان بدون هرگونه تغییری است.

طراحی ویدئویی از محتوای تولیدی کاربران، مانند مجموعه کامنت‌های‌شان در ذیل پست‌های برند، ایده جذابی است. این امر دامنه وسیعی از محتوا را به مخاطب هدف نشان می‌دهد. اغلب اوقات برندها نسبت به چنین محتواهایی واکنش بسیار بهتری نشان می‌دهد بنابراین ترکیب تمام محتوای مربوط به کاربران بدون ایجاد تغییرات اساسی در آنها ایده مناسبی خواهد بود.

بازنشر محتوا در شبکه‌های اجتماعی مختلف

کسب و کارها در زمینه بازاریابی بر روی شبکه‌های اجتماعی مختلفی سرمایه‌گذاری می‌کنند. این امر یکی از جذابیت‌های بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف را شامل می‌شود. یکی از ایده‌های ساده برای تعامل با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی مختلف تلاش برای بازنشر محتوای اینستاگرامی برند در توییتر یا برعکس است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده باشد، اما جذابیت‌های بسیار زیادی برای کاربران دارد. این امر به خوبی در اینستاگرام، به عنوان یکی از محبوب‌ترین پلتفرم‌های اجتماعی، قابل مشاهده است. کاربران در این پلتفرم محتوایی تیک تاک، توییتر و یوتیوب را بازنشر می‌کنند. این امر نقش مهمی در افزایش جذابیت اینستاگرام برای کاربران دارد بنابراین برندها نیز باید از همین استراتژی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نمایند. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

بدون تردید تولید محتوای اختصاصی برای هر کدام از شبکه‌های اجتماعی کار سختی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها دارای بودجه مالی مناسب به منظور پیگیری این هدف نیستند بنابراین در عمل باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شیوه بازنشر محتوا در پلتفرم‌های مختلف استفاده کنند. این امر در صورت ویرایش سطحی محتوای موردنظر تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

هدف گذاری دوباره محتوای وبینار برند

هر کسب و کاری در طول سال وبینارهای متفاوتی برگزار می‌کند. این امر با هدف بهبود جلوه حرفه‌ای کسب و کار و همچنین جبران محدودیت‌های ناشی از کرونا صورت می‌گیرد. بسیاری از برندها پس از برگزاری یک وبینار دیگر توجهی به محتوای آن ندارند. همین امر موجب ارزیابی کارآفرینان از هزینه‌های بالای برگزاری وبینار می‌شود. اگر یک برند از محتوای قدیمی وبینارش به خوبی استفاده نماید، امکان تاثیرگذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف را خواهد داشت. این امر در طول سال‌های اخیر مدنظر بسیاری از برندها قرار گرفته است.

بارگذاری فایل صوتی یا تصویری وبینارها در وبلاگ برند امری رایج محسوب می‌شود بنابراین کسب و کارها با توجه به محدودیت‌های عرصه تولید محتوای جدید باید بازنگری در فایل اصلی وبینارشان داشته باشند. این امر امکان استفاده دوباره از آن فایل‌ها در حوزه بازاریابی را به همراه دارد. در ادامه برخی از تکنیک‌های این حوزه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

طراحی پادکست و برنامه ویژه درباره محتوا

وقتی یک وبینار برگزار می‌شود، اغلب اوقات تمام بحث‌ها در حوزه‌ای خاص صورت می‌گیرد. این امر امکان انتشار یک پادکست یا فایل صوتی ویژه برای جمع‌بندی وبینار را فراهم خواهد ساخت. بسیاری از برندها نسبت به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین محتوای قدیمی وبینارشان همیشه در آرشیو باقی خواهد ماند.

یکی از برترین برندها در زمینه تبدیل فایل وبینارهای قدیمی‌اش به پادکست‌های جذاب ادوبی است. این برند همیشه پس از گذشت چند ماه از برگزاری وبینارهایش اقدام به انتشار نسخه ویژه پادکست آن می‌کند. این امر نقش مهمی در جلب نظر مخاطب هدف و همچنین بیان کلیات هر وبینار دارد.

امروزه استفاده از محتوای قدیمی برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امر رایجی محسوب می‌شود. متأسفانه بسیاری از برندها توانایی استفاده درست از محتوای قدیمی برندشان در این فرآیند را ندارند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت بنابراین استفاده از تکنیک‌های کاربردی برای هر برندی ضروری خواهد بود. مطالب مورد بحث در این مقاله بخشی از نیازهای هر برند و تیم بازاریابی برای هدف گذاری دوباره بر روی محتوای قدیمی وبلاگ‌اش را رفع خواهد کرد.

منبع: blog.hubspot.com

۴ سناریوی مختلف مذاکره حقوق و مزایای شغلی که باید بدانید

حقوق و مزایای شغلی از موضوعات مهمی است که نه تنها برای استخدام‌شوندگان، بلکه برای کارفرمایان نیز اهمیت دارد، اما سوال مهم این است چگونه در مورد حقوق و مزایای شغلی مذاکره کنیم؟ عموما در مذاکره برای حقوق و مزایای شغلی چهار سناریوی مختلف ممکن است پیش بیاید که در این مطلب، سناریوها توضیح داده شده است.

هنگام مذاکره ممکن است شرایط مختلفی پیش بیاید و باید آمادگی لازم برای مذاکره در چنین شرایطی را داشته باشیم تا به نتیجه مطلوب دست پیدا کنیم.

شرایطی را تصور کنید که پیشنهاد هیجان‌انگیزی دریافت کرده‌اید و حقوق پیشنهادی بالاتر از آن چیزی است که به آن فکر می‌کنید، اما در حالی که از حقوق پیشنهادی احساس رضایت خاطر می‌کنید متوجه می‌شوید که باید روزهای تعطیل سر کار بروید و شرکت هزینه‌ای برای آموزش‌های موردنیاز شما پرداخت نمی‌کند. آیا پیشنهاد را قبول می‌کنید؟ آیا به زمان بیشتری برای فکر کردن نیاز دارید؟

در مذاکره برای حقوق و مزایای شغلی، روی رقم نهایی تمرکز کنید، اما سایر موارد را نیز در نظر بگیرید. موارد دیگری از جمله بیمه، تعداد روزهای تعطیل، هزینه آموزش، سایر امکانات و مزایای شغلی، ساعات کاری قابل انعطاف، دسترسی به برخی امکانات از جمله اینترنت پرسرعت، امکانات دور کاری و ... را نیز باید در نظر بگیرید.

سناریو اول: حقوق فعلی شما چقدر است؟

بسیاری از کارفرمایان سعی می‌کنند حقوق فعلی کارمندان جدید را متوجه شوند و برمی‌نای همان پیشنهاد جدید بدهند. بهتر است تا جای ممکن حقوق فعلی را مطرح نکنید، مثلا می‌توانید خیلی راحت بگویید: «پوزش می‌خواهم ولی راحت نیستم که حقوق فعلی خودم را با شما در میان بگذارم.» مراقب باشید در دام این سناریو نیفتید و تا جای ممکن از جواب دادن به این سوال خودداری کنید.

سناریو دوم: حقوق مورد انتظار تان چقدر است؟

برخی از شرکت‌ها از فردی که می‌خواهد در آنجا مشغول به کار شود می‌خواهند خودش رقم پیشنهادی برای حقوق را مطرح کند. سعی کنید پاسخ این سوال را نیز به کارفرما واگذار کنید و تا حد امکان پاسخی به این سوال ندهید، مثلا در چنین شرایطی که با چنین سوالی مواجه می‌شوید، می‌توانید خیلی راحت بگویید که براساس تناسب وضعیت شرکت، تعیین حقوق را به شما می‌سپارم و اعتماد دارم بهترین تصمیم را می‌گیرید. از کارفرما بخواهید براساس مهارت و دانش شما خودش حقوق و مزایا را ابتدا مشخص کند. اگر کارفرما باز هم این موضوع را به شما واگذار کرد، از او بخواهید در مورد محدوده دریافتی افراد مشابه شما توضیح بدهد.

سناریو سوم: متأسفیم، نمی‌توانیم حقوق موردنظر شما را تامین کنیم

اگر کارفرما حقوق موردنظر شما را رد کرد، نشانه خوبی نیست. شاید این شرکت توانایی تامین حقوق درخواستی شما را نداشته باشد. هنگام مذاکره درباره حقوق، باید حدود ۵ تا ۱۰ درصد بیشتر از حقوق موردنظر را مطرح کنید. اگر پیشنهاد اولیه رد شد می‌توانید روی رقم پایین‌تری مذاکره کنید.

سناریو چهارم: کارفرما حقوق را پیشنهاد می‌دهد و نظر شما را می‌پرسد

گاهی هم کارفرما رقمی را به شما پیشنهاد می‌دهد و باید نظر خود را بگویید. در این شرایط، ابراز تمایل برای پیوستن به تیم کاری آن مجموعه بسیار اهمیت دارد. برخورد اولیه شما بسیار مهم است. باید رقم پیشنهادی را با دریافتی فعلی خود مقایسه کنید. اگر رقم پیشنهادی برابر با حقوق فعلی باشد که باید روی مزایای جانبی فکر کنید.

اگر لازم است در مورد افزایش حقوق صحبت کنید و به صورتی نرم به کارفرما بگویید که حقوق فعلی شما بیشتر از این است. اگر فردی توانمند و متخصص هستید با پیشنهادی کمتر از حقوق واقعی‌تان مواجه شده‌اید نباید بترسید. می‌توانید گزینه‌های دیگر کاری را بررسی کرده یا درخواست حقوق بیشتری را مطرح کنید.

منبع: TNW/digiato



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

دستیابی به خدمات بانکی فقط با ورود یک کد دستوری

کدهای USSD خوب را بیشتر بشناسید



خدمات و راحتی حال مشتری راه‌اندازی شده است؛ سامانه‌ای که می‌توان از آن به عنوان یکی از بهترین سامانه‌های کدهای دستوری در ایران یاد کرد. این سامانه خدمات جامع و کاملی را برای کاربران خود در نظر گرفته است.

مشترکان تمام اپراتورهای شبکه تلفن همراه می‌توانند به صورت کامل از خدمات این سامانه بهره‌مند شوند. برای استفاده از این سامانه شما صرفا باید کد *۷۲۰# را شماره‌گیری کنید.

از جمله خدماتی که در سامانه آئی بانک پاسارگاد (*۷۲۰#) ارائه شده است می‌توان به استفاده از خدمات همبانک (رمز دو عملی اینترنت بانک، مانده حساب، دریافت شناسه شبیا و رمز پویای کارت)، خرید انواع شارژ سیم‌کارت‌های اعتباری، پرداخت قیوض (موبایل، قیوض خدماتی و قیوض جریمه)، خرید بسته‌های اینترنت، دریافت رمز پویای کارت، دسترسی به نرم‌افزار و سایت کیباد، بهره‌مندی از خدمات آئی‌رو (پرداخت الکترونیک عوارض بزرگراهی) و پرداخت کمک‌های خود به مؤسسه‌های خیریه اشاره نمود.

از این طریق فقط با شماره‌گیری کد دستوری *۷۲۰# مجموعه‌ای از خدمات بانکی را به راحتی در اختیار خواهید داشت.

پیروزی را فراموش کنید، آیا آمازون اصلا قادر به ادامه حیات در هند خواهد بود؟

موکش آمبانی، رئیس هیأت مدیره Reliance Industries که از متحدین اصلی نخست وزیر و ثروتمندترین مرد هند است خوش می‌آید. پیش از فروختن ۲۰ میلیارد دلار از سهام Jio Platforms و بیش از ۶ میلیارد دلار از سهام Reliance Retail برای مقابله با سرمایه‌گذاران خارجی، آمبانی یک سخنرانی معروف در سال ۲۰۱۹ داشت و گفت که باید به شکلی مہین‌پرستانه، از اطلاعات هندی‌ها محافظت کرد.

او در بخشی از سخنانش گفت: «ما باید پوشش‌هایی تازه برای مقابله با کلونیزه کردن داده راه بیندازیم. برای اینکه هند در این انقلاب مبتنی بر داده موفق باشد، باید کنترل و مالکیت بر داده هندی را به خود هند بازگردانیم – به عبارت دیگر، ثروت هند را به دست تمام هندی‌ها بازگردانیم.»

سوال بزرگ این است که چرا بی‌شمار کمپانی مختلف تصمیم به سرمایه‌گذاری روی یکی از زیرمجموعه‌های Reliance گرفته‌اند. یک مدیر ارشد در یک شرکت آمریکایی به شرط ناشناس ماندن به رسانه TechCrunch می‌گوید که سرمایه‌گذاری روی Jio Platforms – که بزرگترین شبکه مخابراتی هند با بیش از ۴۱۰ میلیون مشترک به حساب می‌آید– و Reliance Retail یک لحظه دزاوو بزرگ برای هند به حساب می‌آمد. تا چند دهه پیش، تنها راه برای تجارت در این کشور این بود که با یکی از شرکت‌های بومی که نفوذ سیاسی فراوان داشت دست به همکاری بزنید.

در مجموعه‌ای از توییت‌ها، رمان چیمبا، یکی از مدیران قانون‌گذاری پیشین گوگل و کسی که اکنون در سازمان وکالت غیرانتفاعی Access Now فعالیت می‌کند می‌گوید کمپانی سازنده اندروید در سال ۲۰۱۱ و «۲۰۱۲ به فکر سرمایه‌گذاری روی شرکت‌هایی مانند Reliance بود تا خطرات سیاسی هند را کاهش دهد».

اما این ایده نگرانی‌هایی راجع به ارزش‌های گوگل به وجود آورد. او مدعی شده که: «چند مدیر که در مباحثات دخالت داشتند نسبت به شهرت Reliance ابراز نگرانی کردند. خصوصا راجع به رویکردهای مشکل‌ساز این کمپانی برای تأثیرگذاری روی سیاست‌های قانون‌گذاران و سیاستمداران این کشور.» در شایعات آمده که خود آمازون هم سال گذشته به خرید سهامی چند میلیون دلار در Reliance Retail به علاقه‌مند بوده، اما دو کمپانی از هرگونه همکاری در هر حوزه‌ای با یکدیگر دست کشیده‌اند.

درحالی که آمازون در پی برطرف‌سازی این مشکلات است، طی هفته گذشته یک ضربه دیگر به پیکره کمپانی وارد شد. یکی از مدیران ارشد آمازون و همینطور سازندگان یک سریال کوتاه برای سرویس Amazon Prime Video تحت پیگرد قضایی قرار گرفته‌اند. به این خاطر که حزب مودی به این نتیجه رسید که سریال مورد اشاره حاوی محتوای توهین‌آمیز به اکثریت هندو در کشور بوده است.

علت حقیقی پیگرد قضایی سازندگان «Tandav» احتمالا این باشد که سریال مورد اشاره، آنچه تمام قد جامعه هند و برخی از مشکلاتی که معمولا تقصیرشان به گرد دولت آقای مودی افتاده است، در نخستین اپیزود، شاهد نمایش دانشجویان و کشاورزان معترض هستی که وقایع رخ داده طی ماه‌های اخیر را بازتاب می‌دهند. Mirzapur هم یک سریال دیگر از آمازون است که طی هفته گذشته به خاطر آسیب زدن به احساسات سیاسی و منطقه‌ای هند مورد پیگرد قرار گرفت. دادگاه عالی هند اکنون برای سازندگان میرزاپور احضاریه فرستاده و به دنبال پاسخ است.

در جریان مصاحبه‌ای که ابتدای مقاله به آن اشاره شد، بزوس گفت وظیفه آمازون این است که از تمام قوانین منحصر به فرد کشورهای مختلف پیروی کند و رویکردهای تجاری خود را با آن قوانین تطبیق دهد، اما اکنون این سوال مطرح است که آمازون تا چه میزان حاضر به تطبیق دادن رویکردهای تجاری خود با قوانین هند خواهد بود؟

منبع: TechCrunch/digiato

دهها هزار شهر و روستا در هند را به یکدیگر متصل می‌کنند. با ورود Jio Platforms و Reliance Retail (غولی در حوزه ارتباطات مخابراتی) به بازار بازرگانی الکترونیک) که هر دو زیرمجموعه یکی از بزرگترین سازمان‌های هند به نام Reliance Industries هستند) و کسب حمایت غول‌های جهانی مانند گوگل و فیس‌بوک طی سال گذشته، خرید سهمی بزرگ از فیوچر گرپ، یکی از معدود راه‌های پیش روی آمازون برای شتاب‌دهی به روند رشد در هند بود. این کمپانی خرده‌فروشی آمریکایی تا به امروز انقدرها در جلوگیری از عقد قرارداد میان کمپانی‌های هندی موفق نبوده است. سال گذشته آمازون به سراغ بدنه آنتی‌تراست در هند، یعنی کمیسیون رقابت هند و همینطور SEBI، رگولاتور بازار این کشور، رفت تا از معامله موردنظر جلوگیری کند، اما هر دو سازمان به نفع فیوچر گرپ و Reliance Retail رأی دادند.

آمازون قطعا این خروجی را پیش‌بینی کرده بود، زیرا یک رویه قضایی موازی را در دادگاهی در سنگاپور نیز در پیش گرفت. جای غافلگیری ندارد که آمازون تصمیم گرفت مباحثات قانونی خود را در بیرون از مرز هند نیز دنبال کند. در سال‌های اخیر، اکثر پرونده‌هایی که سر از دادگاه حکمیت بین‌المللی سنگاپور درآورده‌اند، مربوط به هند بوده‌اند. وودافون که بیش از ۲۰ میلیارد دلار در هند سرمایه‌گذاری کرده و به پرداخت میلیاردها دلار مالیات از سوی این کشور محکوم شده نیز یکی دیگر از نام‌های بزرگی است که درب خانه سنگاپور را زده. بعد از شکست در هند، وودافون توانست در دادگاه حکمیت سنگاپور پیروز شود. آمازون در روز دوشنبه گذشته دادخواستی تازه در اختیار دادگاه عالی دهلی قرار داد و خواستار تقویت رأی دادگاه حکمیت سنگاپور (که سال گذشته حکت این قرارداد باید موقتا متوقف شود) و جلوگیری از نهایی شدن روند ادغام دو کمپانی هندی براساس رأی بدنه‌های قانون‌گذاری در این کشور شد.

آمازون این بحث را پیش می‌کشد که فیوچر گرپ «به صورت عامدانه و بدخواهانه» از حکم بین‌المللی دادگاه حکمیت سنگاپور تخطی کرده است. در دادخواستش، آمازون ضمنا به دنبال بازداشت کشور بیانی، موسس و رئیس هیأت مدیره فیوچر گرپ نیز بوده است.

صدایی برای بومی‌ها

همینطور که هند طی سال گذشته میلادی با شیوع گسترده کرونا ویروس دست و پنجه نرم می‌کرد، نازندرا مودی، نخست وزیر هند از ۱.۳ میلیون شهروند این کشور خواست که وطن‌شان را «متکی بر خود» کنند و «صدایی برای بومی‌ها» باشند.

این حرکت به معنای تناقض فراوان با برجسته‌ترین وعده‌هایش در نخستین سال‌های رسیدن به قدرت بعد از سال ۲۰۱۴ بود. نخست وزیر هند وعده داد که این کشور بیشتر از هر زمان دیگر از کمپانی‌های خارجی استقبال خواهد کرد. در سال‌های اخیر، هند قوانینی را تصویب کرده که به شرکت‌های آمریکایی آسیب رسانده‌اند. با این همه به نظر نمی‌رسد هیچ شرکتی به اندازه آمازون آسیب دیده باشد.

سال گذشته میلادی، دهلی نو شروع به اعمال مالیات ۲ درصدی روی تمام صورت‌حساب‌های مربوط به سرویس‌های دیجیتالی در کشور کرد. مقامات دفتر نماینده تجاری ایالات متحده نیز اوایل ماه جاری میلادی گفتند که هند در حال دریافت مالیات از بی‌شمار دسته‌بندی مختلف در حوزه سرویس‌های دیجیتال است «که در هیچ نقطه دیگر از جهان مشمول مالیات نمی‌شوند.» این دفتر دریافته است که مالیات کمپانی‌های آمریکایی در هند، می‌تواند به سالانه بیش از ۳۰ میلیون دلار برسد. در مجموع، مشخص شده که مالیات دیجیتال هند شکلی غیریکپارچه با قواعد مالیات بین‌المللی دارد، غیرمنطقی است و بازرگانی آمریکا را محدود یا با چالش مواجه می‌کنند.

رویکرد تازه‌ای که مودی برای هند در پیش گرفته، حساسی به مذاق

اخبار

مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان عنوان کرد:

افزایش بیش از ۶ درصدی مصرف برق خوزستان در دی ماه



اهواز – **شبنم قجواند:**مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: پیک دی ماه سال جاری سه هزار و ۴۰۲ مگاوات بوده که نسبت به پیک بار در مدت مشابه سال قبل حدود ۶٫۷ درصد افزایش داشته است.فرامرز شادفر با اشاره به گزارش تولید و مصرف برق تادی ماه سال جاری، بیان کرد: کل تولید برق استان در ده ماهه سال جاری ۳۸ هزار و ۴۴۹ گیگاوات ساعت بوده که سهم نیروگاه های برق آبی در این مدت ۳۷ درصد، سهم نیروگاه های حرارتی و سیکل ترکیبی، ۶۲٫۱ درصد و سهم نیروگاه های تولید پراکنده حدود ۰٫۹ درصد از کل انرژی تولیدی بوده است. وی افزود: از میزان برق تولیدی نیروگاه های حرارتی و سیکل ترکیبی، ۴۲٫۸ درصد توسط بخش دولتی (نیروگاه رامین و ماهشهر) و ۵۷٫۲ درصد توسط نیروگاه های بخش خصوصی (زرگان، آبادان، خرمشهر، بهبهان و فجر) تولید و به شبکه تحویل شده است. مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان ادامه داد: انرژی مصرفی در ده ماهه ۱۳۹۹ برابر با ۳۳ هزار و ۸۴۳ گیگاوات ساعت بوده که نشان دهنده حدود ۲۰٫۲ درصد افزایش مصرف انرژی نسبت به مدت مشابه در سال قبل است. شادفر از مردم خواست با توجه به افزایش مصرف گاز و احتمال محدودیت در سوخت رسانی به نیروگاه های تولید برق و کاهش میزان تولید، در مصرف گاز و برق صرفه جویی لازم را داشته باشند تا خاموشی ناخواسته ای در شبکه رخ ندهد.

معاون شرکت آب و فاضلاب استان:

شبکه آب بافت تاریخی اصفهان بهسازی می شود

اصفهان –قاسم اسد: معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: شبکه آب بخشی از بافت تاریخی اصفهان حداقل فصل میدان امام علی(ع) تا میدان نقش جهان با توجه به اهمیت جهانی آن بهسازی می شود. ناصر اکبری افزود: این اقدام به دلیل فرسودگی بخش هایی از شبکه توزیع آب و با هدف ایمن سازی در راستای حفظ بناهای تاریخی و آثار میراث فرهنگی انجام می شود. وی با بیان اینکه عملیت بهسازی شبکه آب بازارهای تاریخی اطراف میدان نقش جهان و میدان امام علی (ع) انجام شد ادامه داد: از سوی دیگر توزیع آب در شبکه انتقال آن ناحیه بهبود خواهد یافت و به سود مشترکان خواهد بود. معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب اصفهان طول مسیر مورد اشاره را حدود سه کیلومتر اعلام و خاطرنشان کرد: شهرداری عملیات عمرانی بهسازی سنگفرش ها را انجام می دهد. اکبری با اشاره به خیابان سپه در مناطق پیرامونی میدان تاریخی نقش جهان اصفهان اظهارداشت: عملیات اصلاح شبکه آب آن خیابان نیز در دستور کار قرار گرفته است. وی با بیان اینکه عملیات بهسازی شبکه آب خیابان سید علی خان از خیابان های فرعی گذر تاریخی چهارباغ افزود: اصلاح شبکه این مسیر به طول ۶۰۰ متر انجام شد. پیش تر مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب اصفهان گفته بود این شرکت آماده است هر زمان و در هر مکانی که شبکه های آب و فاضلاب تهدیدی احتمالی برای آثار باستانی و میراث فرهنگی داشته باشد با پذیرش مسئولیت اجتماعی برای حل مشکل وارد عمل شود. هاشم امینی با تاکید بر حفظ آثار تاریخی و ملی خاطرنشان کرد: بخشی از شبکه های فاضلاب زیر بازار قیصریه، نواحی پشت مسجد شیخ لطف الله و مسجد جامع بررسی و آزمایش های مربوطه و ویدئومتری در عمق هفت متری انجام شد و مشاهده کردیم که هیچگونه رطوبتی از این شبکه ها به پی این آثار تاریخی نمی رسد و خطری از این حیث آنها را تهدید نمی کند.

مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی استان:

آزادسازی ۸ هکتار از اراضی صنعتی شهرکها و نواحی صنعتی قزوین

قزوین – **خبرنگار فرصت امروز:**مدیر عامل شرکت شهرکهای صنعتی استان قزوین گفت: از ابتدای سالجاری تاکنون ۲۰ قرارداد به لحاظ نقش تعهدات قرارداد واگذاری حق بهره برداری راکد در شهرکها و نواحی صنعتی استان فسخ شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی استان قزوین، "حمیدرضا خانبهر" در پایان جلسه هیئت حل اختلاف و داوری با اعلام این مطلب افزود: در راستای فعال سازی قراردادهای راکد مستقر در شهرکها و نواحی صنعتی استان با برگزاری چهار جلسه هیئت حل اختلاف و داوری با حضور نماینده سازمان صنایع کوچک ایران بر برگزار شده در مجموع ۷۶ پرونده قرارداد واگذاری راکد و ناقص تعهدات قراردادی مورد بررسی حقوقی قرار گرفت. وی با اشاره به مهلت اعطا شده به سرمایه گذاران اظهار داشت: ۵۶ سرمایه گذار در شهرک ها و نواحی صنعتی استان که زمان مقرر آنها برای ساخت و اجرای طرح های تولیدی خود به پایان رسیده بود، برای اجرای تعهدات قراردیشان در اراضی واگذار مهلت دوباره گرفتند و این سرمایه گذاران با ارائه دلائل خود در عدم اقدام برای اجرا و احداث واحدهای تولیدی مورد نظر، درخواست مهلت دوباره برای اجرای طرح های خود را داشتند. رئیس هیئت مدیره ومدير عامل در ادامه افزود: از ۷۶ پرونده بررسی شده، ۲۰ مورد به فسخ قطعی منجر شده و هشت هکتار از اراضی راکد صنعتی شهرکهای تقاضامحور آزادسازی و خلع يد شده و در راستای جذب سرمایه گذاران دارای اهلیت صنعتی، مجدداً به متقاضیان واجد صلاحیت واگذار و با در مرحله واگذاری می باشد خانبهر یادآور شد: در صورت عدم اجرای تعهدات از سوی سرمایه گذاران در مهلت تعیین شده، اراضی واگذار شده پس از سیر مراحل قانونی بایزس گرفته شده و قراردادهای منعقد شده آنان با شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین فسخ می شود. این مسئول با بیان اینکه برای آماده سازی اراضی در شهرک های صنعتی به منظور استقرار واحدهای تولیدی از اعتبارات دولتی هزینه شده است افزود: سرمایه گذارانی که به تعهدات خود برای ساخت و راه اندازی واحدهای تولیدی اقدام نمی کنند، منابع صرف شده در این اراضی را اتلاف می نمایند بنابراین در صورت عدم اجرای تعهدات در مهلت های تعیین شده شامل اقدام برای اخذ مجوز ساخت و ساز و عملیات اجرایی، حق بهره برداری این اراضی از آنها خلع يد شده و به سرمایه گذاران جدید واجد صلاحیت واگذار می شود.

افتتاح و کلنگ زنی پروژه های آبرسانی در گنبد کاووس

گرگان – **خبرنگار فرصت امروز:** مدیر امور آب و فاضلاب گنبد کاووس از آیین افتتاح و کلنگ زنی پروژه های آبرسانی شهرستان گنبد کاووس و ۷ روستای تحت پوشش این شهرستان همزمان با دهه مبارک فجر خبر داد. حسین سعیدی راد با اعلام این خبر افزود : با حضور مهندس غراوی معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار گلستان ، فرماندار ، مدیران دستگاه های اجرایی استانی و شهرستانی آیین افتتاح و کلنگ زنی پروژه های آبرسانی در شهرستان گنبد کاووس و ۷ روستای تحت پوشش این شهرستان برگزار شد. مدیر امور آب و فاضلاب گنبد کاووس از حجم پروژه های قابل افتتاح و کلنگ زنی این شرکت در این شهرستان گفت و اظهار داشت : کلنگ زنی ۳ حلقه چاه آب شرب ، افتتاح و کلنگ زنی ۳ باب مخزن ذخیره با حجم ۵۰۰متر مکعب ، اجرای عملیات انتقال آب شرب به طول ۲۳۰۷ کیلومتر و اجرای عملیات شبکه توزیع به طول ۱۸ کیلومتر با اعتباری بالغ بر ۱۵۶٫۲ میلیارد ریال افتتاح و کلنگ زنی گردیده است. سعیدی راد در پایان اظهار داشت : با افتتاح این پروژه ها در شهرستان گنبد کاووس و ۷ روستای کسگن قوچق ، حالی آخوند ، آق آباد قیزلر ، دماغ ، ایگدر علیا ،حسن آباد و آبادان تیه با جمعیتی بالغ بر ۲۰ هزار و ۵۵۲هشتر از نعمت آب شرب پایدار ، سالم و بهداشتی بهره مند می گردند .

برگزاری جلسه مجازی کار گروه مشورتی امور فرهنگی و دانشجویی کلان منطقه یک کشور

ساری – **دهقان :** نشست مجازی کار گروه مشورتی امور فرهنگی و دانشجویی کلان منطقه یک کشور به ریاست دکتر سید عباس موسوی رئیس کلان منطقه یک امایش سلامت کشور و با حضور ویدئو کنفرانسی دکتر حسینی معاون مدیر کل فرهنگی معاونت فرهنگی و دانشجویی وزارت بهداشت، با شرکت روشنا ومعاونین ومديران فرهنگی ودانشجویی دانشگاه های علوم پزشکی مازندران ، سمنان ، گیلان ، شاهرود ، بابل ، گلستان برگزار شد. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در این جلسه طی سخنانی خواستار

شکل گیری کار گروه های ویژه و برگزاری مستمر نشست هایی در خصوص بررسی مسائل ورزشی ، رفاهی، مسابقات و ... دانشجویان با حضور روشنا ومديران شد و بر ارائه راهکار های مناسب برای انجام استاندارد سیستم رتبه بندی در حوزه دانشجویی و حمایت لازم وزارت بهداشت و دانشگاه ها از برنامه های مصوب تاکید کرد. در ادامه ، طرح ها و برنامه های پیشنهادی روسای دانشگاه ها و مدیران فرهنگی در خصوص موانع و مشکلات حوزه دانشجویی ونحوه تامین امکانات رفاهی دانشجویان مطرح و راه کارهای لازم بررسی و تبادل نظر شد

مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام خبر داد:

مشعل گاز در هفت روستای شهرستان چرداول روشن شد

ایلام –**منصوری:**مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام از بهره برداری وافتتاح گازرسانی به ۷ روستا در شهرستان چرداول به مناسبت ایام الله دهه فجر خبر داد و گفت: این روستاها شامل تنگ زرد فرخینود، سرگل فرخینود، پشت کبود، لکلیل، چقاشفیغ، زیچ و مله شیرخان می باشند. به گزارش روابط عمومی، مهندس "عباس ششم الاهی" با بیان اینکه با گازرسانی به این روستاها بیش از ۱۳۴ خانوار از نعمت گاز طبیعی برخوردار می شوند،افزود: دو روستای باریکه فرخینود و چم بور فرخینود از توابع شهرستان چرداول نیز در صورت رفع معارضین محلی، تا پایان سال جاری گازدار خواهند شد. وی با اشاره به اینکه برای اجرای گازرسانی به ۷ روستای مذکور مبلغ ۳۰ میلیارد ریال از منابع داخلی شرکت گاز استان هزینه شده است، اظهار داشت: در این مناطق ۲۳ کیلومتر شبکه توزیع پلی اتیلن انجام گردیده است. مدیر عامل شرکت گاز استان ایلام از افتتاح و بهره برداری گازرسانی به ۶ واحد تولیدی و صنعتی شامل دو واحد مرغاری، دو واحد گلوداری صنعتی، یک واحد برنجکوبی صنعتی و یک واحد گلخانه صنعتی نیز در این شهرستان خبر داد و خاطرنشان کرد: برای گازرسانی به این واحدهای تولیدی و صنعتی مبلغ یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون ریال از محل منابع داخلی شرکت گاز استان هزینه شده و در این راستا دو هزار و ۵۰۰ متر شبکه توزیع پلی اتیلن انجام شده است.

اقتصاد

قم – **خبرنگار فرصت امروز:** مدیر کل اوقاف استان قم گفت:

بازخوانی اهداف و آرمان های انقلاب یکی از مهمترین کارها در دهه فجر است و می توان گفت تحقق اسلام ناب محمدی مهمترین هدف از نهضت خمینی کبیر بود. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری در هم اندیشی بصیرتی فرماندهان بسیج ادارات استان که در این اداره کل برگزار شد اظهار کرد: در آستانه چهل و دو سالگی پیروزی انقلاب اسلامی هستیم و در ایام الله دهه فجر به سر می بریم، در این دهه باید اهداف انقلاب اسلامی و دستاوردهای نظام جمهوری اسلامی را مرور کنیم. وی افزود: همچنین لازم است آسیب شناسی صورت بگیرد که به کدام هدف دست نیافته ایم و دستاوردهای ما با چه کمبودهایی روبروست. مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان قم با بیان اینکه هر کس قلبش برای این نظام و انقلاب می تپد باید در این زمینه پیشگام باشد گفت: نخستین هدفی که در انقلاب مد نظر قرار داشت، دین اسلام بود، اگر به فرمایشات و اعلامیه های امام خمینی(ره) در طول نهضت توجه کنیم در می یابم دغدغه اصلی ایشان مسئله دیانت بود. وی ادامه داد: سخن امام این بود که سران حکومت نه فقط دیندار نیستند بلکه اساسا با دین مشکل دارند و می خواهند کشور را به سمتی ببرند که هیچ رنگ و بویی از اسلام در آن نباشد. اسکندری با اشاره به قرائت خاص غربی ها و حکومت پهلوی از اسلام عنوان کرد: سابقه اسلام در ایران بسیار طولانی است ولی شاه و حامیان غربی اش قصد داشتند قرائت خاصی از آن ارائه دهند



ولی امام خمینی(ره) اسلام ناب محمدی، مخالف با استکبار جهانی و در یک کلمه اسلام انقلابی را ترویج می کردند. مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان قم گفت: در واقع آنچه امام راحل مد نظر داشتند، اسلام اهل بیتی بود، دینی خالص که از آموزه های آن بزرگواران تفسیر می شد و مبتنی بر فقه جواهری بود. وی با بیان اینکه حتی شاه هم خود را مسلمان و پادشاه شیعه می دانست و معتقد بود همه باید از او حمایت کنند خاطرنشان کرد: امام خمینی(ره) شاخصه هایی از اسلام واقعی را معرفی می کرد که اهمیت زیادی داشت، ضد استکباری بودن و مبتنی بر سال ها تلاش فقها و علمای شیعه که حقیقت ناب دین خدا را آشکار می کرد وگرنه اسلامی که تنها یک نماز و روزه بی روح باشد در بسیاری از کشورها وجود دارد. اسکندری عنوان کرد: اسلامی که در عرصه زندگی مردم و در همه شؤون جامعه جریان داشته باشد در خیلی از کشورها دیده نمی شود و امام

با حکم مدیرکل راه و شهرسازی هرمزگان؛

سرپرست معاونت مسکن و ساختمان راه و شهرسازی هرمزگان منصوب شد



تاکید بر اهتمام ویژه جهت تکمیل طرح مسکنان مهر باقی مانده استان، گفت: برای حل مشکلات مسکن مهر پیگیری های لازم انجام پذیرد و در این بین از هیچ کوششی دریغ نشود. مهندس اشرفی

مدیرعامل شرکت آیفابوشهر:

تدابیر وبرنامه ریزی مدیران جهت تامین آب درفصل تابستان ضروری است



از مشکل در شهرها و روستاهای استان گفت: در این راستا اقدامات مهمی تدوین شده و با توجه به فرصت اندک تا فصل گرما، باید این ایام با حداقل مشکل پشت سر گذاشته و لازم است طرح‌ها عملیاتی شود.

با حضور فرماندار، امام جمعه و مدیرعامل و مسئولین شرکت گاز استان گیلان صورت گرفت:

برافروخته شدن شعله گاز در ارتفاعات املش



خانوار، بیش از ۲،۱ میلیارد تومان هزینه شده است. حسین اکبر بیان کرد: با گازرسانی به این روستا، بهره مندی گاز خانوارهای روستایی املش به ۹۲ درصد افزایش با این وجود این انتهای کار نیست و

مدیر عامل شرکت آب منطقه ای گیلان خبر داد:

ذخیره مطلوب سدهای مخزنی گیلان

پایین دست محل تلاقی دو رودخانه قزل اوزن و شاهرود در ۷۵ کیلومتری جنوب شهر رشت و در مجاورت شهر منجیل احداث شده است.

مدیرعامل آب منطقه ای گیلان با اشاره به اهمیت سد شهربیجار بعنوان دیگر سد بسیار مهم گیلان نیز تصریح کرد: سد شهربیجار تأمین کننده آب آشامیدنی ۷۰ درصد جمعیت گیلان است که تاکنون ۹۶ میلیون متر مکعب آب در مخزن خود ذخیره کرده است. رییس هیأت مدیره آب منطقه ای گیلان با بیان اینکه ورودی و خروجی این سد ۶ متر مکعب بر ثانیه است، افزود: سد شهربیجار با ۹۲ درصد آبگیری در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

گفتنی است: سد مخزنی شهر بیجار (آب الله بهجت) در ۲۵ کیلومتری شهر رشت و بر روی رودخانه زلیکا با آب بسیار مناسب به لحاظ کیفی واقع شده و از نوع سنگریزه ای با رویه بتنی CFRD

مهمترین هدف انقلاب تحقق اسلام ناب بود

خمینی(ره) هم به دنبال همین نوع از دیانت بودند، اسلامی سازنده که موجب پیشرفت جامعه شود، این مهم تا حد زیادی در کشور ما اجرایی شده هر چند کوتاهی هایی هم وجود داشته و هنوز به همه اهداف انقلاب اسلامی دست نیافته ایم. مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان قم با بیان اینکه نه اسلام تحجر عربستانی و نه اسلام سکولار غربی مورد تأیید نیستند گفت: اسلامی مورد تأیید امام و ملت ایران بود که انقلابی و ضد استکباری است و از متن آن شهید مطهری ها، شهید بهشتی ها و شهید سلیمانی ها ظهور کنند، شهدایی که از ابتدای نهضت اسلامی همراه آن بودند و تا امروز جانشان را فدای تداوم آن می کنند. وی افزود: امروز دشمنان با اصطلاحات گمراه کننده و قریب دهنده وارد میدان شده اند تا نسل امروز را از آرمان های اسلام اصیل و انقلاب دور کنند بنابراین توجه به اهداف واقعی نهضت اسلامی می تواند توطئه های آنها را خنثی کند؛ ملت ایران همواره هزینه مبارزه با استکبار را داده اند و هنوز هم هزینه می دهند اما مفتخر هستند که به عنوان الگویی برای همه مظلومان و آزادگان جهان مطرح شده اند و با اقتدار به راه خود ادامه می دهند. اسکندری با اشاره به تشکیل جبهه مقاومت در منطقه علیه استکبار جهانی تصریح کرد: مردم منطقه توانسته اند با الگوبریاری از ملت ایران، کشورهاشان را از زیر سلطه غرب خارج کنند؛ یمن و بحرین حاضر نیستند تسلیم خودکامگی های مستکبران باشند، عراق و سوریه خود را از دست تکفیری های تروریست عامل غرب نجات داده اند و به این ترتیب انقلاب اسلامی به همه جوامع صادر شده است.

سرپرست جدید معاونت املاک و حقوقی اداره کل راه و شهرسازی هرمزگان نیز در این مراسم از اعتماد مهندس رضایی در سپردن این مسئولیت تشکر و قدرانی نمود و افزود: سرعت بخشی به اجرای طرح اقدام ملی ساخت مسکن، بازآفرینی بافت ناکارآمد شهری و رسیدگی به مسائل حقوقی و رفع مشکلات پروژه های مشارکتی، از مهمترین اولویت های ما با توجه به برنامه‌ها و سیاست‌های دولت خواهد بود و تشالله به زودی موانع برطرف و پروژه ها به ثمر خواهد نشست. گفتنی است سید ناصر اشرفی پیش از این معاون املاک و حقوقی راه و شهرسازی کرمان و هرمزگان را عهده دار بوده است. در پایان این مراسم از تلاش‌های مهندس جعفری تقدیر و حکم انتصاب مهندس اشرفی توسط مهندس رضایی مدیرکل راه و شهرسازی هرمزگان اعطا شد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر اجرای طرح‌های اضطراری، امور ذی‌تکلیف‌رادر داد‌وافزود: باید‌از هم‌اکنون‌ضمن‌شناسایی مشکلات، اجرای طرح‌ها در شهر‌ها و روستا‌ها باید در اولویت قرار بگیرد. حمزه‌پور با تاکید بر همکاری و تعامل ستاد با مدیران ایفای شهرستان‌ها در حل مشکلات گفت: باید اجرای طرح‌ها تا رسیدن به فصل گرما مورد توجه قرار بگیرد تا مشکل مردم در کوتاه‌ترین زمان برطرف شود. حمزه پور گفت : برای تأمین آب شرب، سه برنامه راهبردی را برای سه مقطع زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در نظر گرفته ایم گفت: برای مقطع کوتاه مدت با توجه به گرمای هوای فصل تابستان و افزایش مصرف آب ، باید برای رفع نیاز مردم در این شرایط تدبیر شود به گونه ای که مردم کمبودی را حس ننمایند.اما این امر بدون مشارکت همگان و تلاش در بهره وری و مصرف صحیح و بهینه آب ممکن نیست.



بوده و ارتفاع آن از پی ۹۰۵ متر، طول تاج ۴۲۷ متر و عرض تاج آن ۱۱ متر می باشد حجم کل مخزن، یکصد و پنج میلیون مترمکعب و حجم آب قابل تنظیم سالانه ۱۶۵ میلیون مترمکعب است.



قمار تسلا روی بیت کوین: سرمایه‌گذاری خودروساز پاک در یک دارایی نه‌چندان پاک

تسلا چند روز پیش در خبری غیرمنتظره از خرید بیت‌کوین به ارزش ۱.۵ میلیارد دلار خبر داد. به عقیده برخی کارشناسان تسلا با این کار در حقیقت قسمت قابل توجهی از نقدینگی خود که از راه فروش اعتبارات اتومبیل‌های «پاک» به دست آمده را در یکی از «ناپاک‌ترین» دارایی‌های دنیا سرمایه‌گذاری کرده است.

به گزارش دیجیاتو اما چرا می‌گوییم ناپاک‌ترین؟ بهتر است پیش از هر چیز خبر چند روز پیش را مرور کنیم. تسلا تغییراتی در سیاست‌های سرمایه‌گذاری خود داده که به آن اجازه انعطاف‌پذیری بیشتر در سوددهی روی نقدینگی را می‌دهد. این تغییرات به خودروساز برقی ساکن سیلیکون ولی اجازه می‌دهند تا بیت‌کوین و دیگر رمزارزها را بخرد.

تسلا به دنبال همین تغییر سیاست از خرید ۱.۵ میلیارد دلار بیت‌کوین خبر داد و می‌خواهد آن را در آینده نزدیک به عنوان گزینه پرداخت برای محصولات خود بپذیرد. تسلا در سند خود فاش نکرد که این بیت‌کوین‌ها را چگونه خریده یا چطور ذخیره کرده است. همچنین نمی‌دانیم چه تعداد بیت‌کوین و با چه قیمتی خریداری شده است. تنها چیزی که می‌دانیم این است که تسلا بین اول ژانویه تا اوایل فوریه بیت‌کوین خریداری کرده است؛ یعنی زمانی که قیمت این رمزارز بین ۳۰ تا ۴۱ هزار دلار بود.

تسلا می‌گوید مشتریانش در آینده نزدیک می‌توانند اتومبیل‌های این شرکت را با بیت‌کوین بخرند. در قسمتی از بیانیه تسلا به این جمله اشاره شده: «بیت‌کوین‌ها ممکن است به محض دریافت نقد شوند.» این یعنی اگر مشتری پول اتومبیل را با بیت‌کوین بپردازد، تسلا احتمالاً آن را به سرعت برای نقدکردن خواهد فروخت که معمولاً از طریق یک پردازش‌کننده پرداخت انجام می‌شود.

در واقع تسلا مشابه بسیاری از شرکت‌هایی که بیت‌کوین را به عنوان گزینه پرداخت می‌پذیرند، برای جلوگیری از تأثیرپذیری از طبیعت پرنوسان بیت‌کوین، آن را سریعاً نقد خواهد کرد. به عبارت دیگر مشتری پول اتومبیل را با بیت‌کوین می‌پردازد، اما در حقیقت در حال فروش بیت‌کوین خود و تبدیل کردن آن به پول بی‌پشتوانه (فیات) بوده و در نهایت همان پول نقد را به تسلا می‌دهد.

خرید بیت‌کوین با فروش اعتبارات زیست‌محیطی

تسلا به خاطر تبعیت از استانداردهای مختلف زیست‌محیطی مربوط به عدم انتشار کربن، گازهای گلخانه‌ای، مصرف پهنه سوخت، انرژی تجدیدپذیر و سوخت پاک اعتبارات بانکی قابل مبادله (tradable credits) از دولت آمریکا دریافت کرده و سپس آنها را به اتومبیل‌سازی که نمی‌تواند از استانداردهای مربوط به تصاعدات کربنی و مصرف سوخت تبعیت کنند، می‌فروشد.

تسلا سال ۲۰۲۰ از طریق فروش همین اعتبارها از کسب درآمد ۱.۵۸ میلیارد دلاری خبر داد، اما نکته جالب اینجاست که تسلا بدون فروش این اعتبارات نمی‌توانست به سوددهی برسد و ضرر می‌کرد. سوال مهم‌تر اینکه تسلا با پول ناشی از فروش اعتبارات چه کار می‌کند؟ خرید بیت‌کوین. اما چرا برخی کارشناسان نظر منفی در مورد سرمایه‌گذاری تسلا در بیت‌کوین دارند؟ این رمزارز از لحاظ مصرف انرژی و مسائل زیست محیطی یک «فاجعه» است. براساس آمارهای مرکز امور مالی جایگزین دانشگاه کمبریج، شبکه بیت‌کوین در حال حاضر حدود ۱۱۶۸۷ تراوات-ساعت برق در هر سال مصرف می‌کند که به اندازه مصرف برق یک کشور کوچک یا هفت نیروگاه هسته‌ای است.

بدتر اینکه میزان مصرف انرژی بیت‌کوین همزمان با افزایش قیمت آن بیشتر می‌شود. به عبارت ساده‌تر وقتی قیمت این رمزارز بالاتر می‌رود، کاربران بیشتری می‌خواهند آن را استخراج کنند که باعث بالا رفتن قابل توجه مصرف انرژی به خاطر بلعیده شدن برق توسط سیستم‌های مخصوص استخراج (ASIC) می‌شود. نمی‌توان منکر این موضوع شد که انتقادهایی به بیت‌کوین مطرح است و عده‌ای عقیده دارند که بیت‌کوین علاوه بر مصرف افسارگسیخته برق، به خاطر تبدیل شدن به ارز محبوب اقتصادهای زیرزمینی نیز به یک واحد پولی «کثیف» تبدیل شده. از طرفی استدلال همین دسته از کارشناسان این است که اگر بیت‌کوین وجود نداشت احتمالاً حملات باج‌افزاری ریشه‌کن شده بود.

بازی ماسک با قیمت بیت‌کوین

دو سال قبل ماسک و تسلا به خاطر توییت‌های مرموز ماسک در مورد سهمای خاص کردن تسلا و ایجاد نوسان در بورس، ۴۰ میلیون دلار به کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا جریمه دادند. ماسک به خاطر کلاهبرداری در بورس مجرم شناخته شد و در توافق با دادگاه از هیأت مدیره تسلا کناره‌گیری کرد ولی همچنان مدیرعامل آن باقی ماند.

ظاهراً ماسک از این اتفاق درس نگرفته است. ماه گذشته میلادی، یعنی درست همان موقعی که تسلا احتمالاً مخفیانه در حال خرید بیت‌کوین بوده، ماسک فقط با اضافه کردن کلمه «bitcoin» به بیوگرافی پروفایل خود در توییتر قیمت آن را ۲۰ درصد بالا برد. ماسک مدت کوتاهی پس از این کار گفت: «عطف به‌ماسبق، این اتفاق اجتناب‌ناپذیر بود.» از این توییت مرموز ماسک می‌توان اینطور برداشت که تسلا در حال سرمایه‌گذاری در بیت‌کوین بوده است.

خبر دپروز سبب شد تا ارزش بیت‌کوین با جهش ۱۸درصدی به بیش از ۴۴ هزار دلار رسیده و رکورد جدیدی ثبت کند.

ماسک در هفته‌های اخیر با اعلام حمایت از بیت‌کوین و ارزهای دیجیتال دیگر و حتی رمزارز (سابقاً بی‌ارزش) دوج کوین به نوعی در بازار اختلال ایجاد کرده و به نظر می‌رسد در حال نقض توافق قبلی خود با کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکاست. آیا او دوباره، این بار برای اختلال در بازار رمزارزها، به دادگاه می‌رود؟

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۲۵ بهمن ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۲۵ | 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

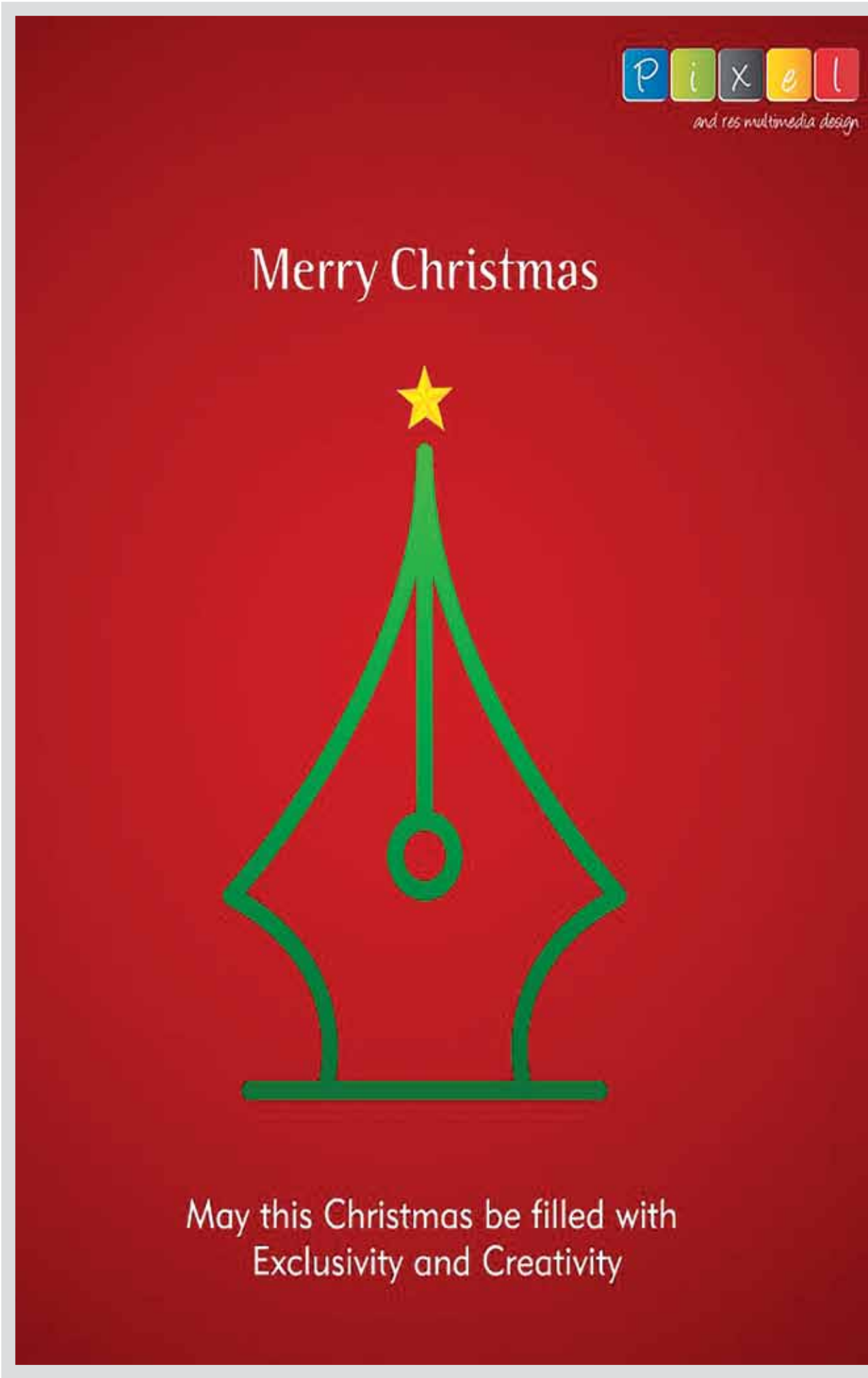
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



شاخص‌های کلیدی ارزیابی کمپین‌های بازاریابی

صفحات سایت‌مان را نشانه‌ای مثبت از عملکرد بازاریابی‌مان تفسیر کنیم. امروزه گوگل برای رتبه‌بندی سایت‌ها از معیارهای بسیار مختلفی استفاده می‌کند. یکی از معیارها در این میان مربوط به مدت‌زمان حضور کاربران در سایت رسمی برند است.

نرخ تعامل و گفت‌وگو با کاربران

برندها به شیوه‌های مختلفی امکان تعامل و گفت‌وگو با مخاطب هدف را دارند. این امر اغلب اوقات در شبکه‌های اجتماعی روی می‌دهد بنابراین حضور در شبکه‌های اجتماعی یکی از مهمترین اقدامات برندها در حوزه بازاریابی خواهد بود. برخی از برندها در شبکه‌های اجتماعی بیشتر به دنبال تولید محتوا هستند. این امر به معنای فقدان اهمیت تعامل با کاربران از نظر آنهاست. امروزه گوگل در رتبه‌بندی سایت‌ها از معیار میزان تعامل و گفت‌وگو استفاده می‌کند. همچنین یکی از راهکارهای جذب مشتریان وفادار نیز تعامل نزدیک با آنهاست. هر کمپینی که در زمینه جلب نظر تعامل مخاطب هدف بهترین عملکرد را داشته باشد، باید به عنوان کمپین موفق شناخته شود.

میزان بازگشت سرمایه‌گذاری در حوزه تبلیغات

سرمایه‌گذاری در حوزه تبلیغات یکی از رایج‌ترین اقدامات از سوی برندهای مختلف است. این امر حتی در میان کسب و کارهای کوچک و تازه تأسیس نیز طرفدارهای زیادی دارد. برخی از برندها بدون توجه به نتیجه بازاریابی و تبلیغاتی‌شان نسبت به صرف هزینه در این حوزه اقدام می‌کنند. این امر مشکلات بسیاری زیادی برای هر کسب و کار به همراه خواهد داشت. یکی از رایج‌ترین مشکلات در این رابطه صرف هزینه‌های بیش از اندازه و عدم دریافت نتیجه‌ای مشخص از حوزه تبلیغات است. امروزه تمام برندها باید صرفه‌جویی لازم در منابع مالی را در دستور کار قرار دهند. در غیر این صورت شناسی برای موفقیت بازاریابی نخواهند داشت.

منبع: prdaily.com

به قلم: آلیسا اندرسون کارشناس بازاریابی دیجیتال / ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی دیجیتال یکی از مهمترین راهکارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. وقتی از بازاریابی دیجیتال صحبت می‌کنیم، اغلب افراد به دنبال تولید محتوای باکیفیت و جذاب برای مخاطب هدف هستند. بدون تردید این رویکرد برای کسب و کارها جذابیت و تاثیرگذاری بسیار زیادی دارد، اما به تنهایی تضمین‌کننده موفقیت آنها نیست. امروز یکی از نکات مهم برای بازاریابی موفق توجه به شاخص‌های کلیدی ارزیابی کمپین‌هاست. این شاخص‌ها برای ارزیابی کلی وضعیت بازاریابی برند و میزان موفقیت هر کمپین مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ادامه برخی از معیارهای مهم در این راستا را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

ترافیک سایت

ترافیک سایت یکی از نکات مهم برای ارزیابی وضعیت بازاریابی برندها محسوب می‌شود. بدون تردید برندهای موفق در زمینه بازاریابی دارای ترافیک سایت بالاتری در مقایسه با دیگر رقبای‌شان هستند. اغلب اوقات سایت رسمی یک برند به مثابه سفیر آنلاینی شناخته می‌شود بنابراین باید به طور مداوم نسبت به عملکرد سفیر آنلاین برندگان توجه نشان دهیم. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهیم داشت.

زمان حضور کاربران در صفحات سایت

هرچه زمان حضور کاربران در صفحات سایت برند بیشتر باشد، امکان تاثیرگذاری بر روی آنها نیز افزایش خواهد یافت. بدون تردید کاربران نسبت به صفحات دارای نکات جذاب و سرگرم‌کننده واکنش نشان می‌دهند بنابراین باید حضور طولانی‌مدت کاربران در