

صنایع مصرفی بـادوام نظیر لوازم خانگی، خودرو، محصولات الکترونیکی و فناوری اطلاعات ازجمله صنایعی هستند که کششی درآمدی تقاضا برای آنها بیشتر از واحد است. یعنی رشد تقاضا برای این محصولات در صورت کاهش درآمد سرانه مصرف‌کنندگان کاهش می‌یابد بنابراین تقاضای این محصولات را به طور عمده در کشورهایی با درآمد بالا و وجود طبقه متوسط قوی و یا هنگام رونق اقتصادی شاهدیم. با کند شدن روند رشد درآمد سرانه و یا کاهش و منفی شدن آن، بازار تقاضا برای این محصولات کوچک می‌شود و نتیجه آن، کاهش سرمایه‌گذاری و به دنبال آن کاهش کیفیت و افزایش فاصله محصولات داخلی با محصولات مصرفی بـادوام خارجی است. افزایش قاچاق با اعمال ممنوعیت‌های وارداتی و بالا بردن دیوار تعرفه‌ها برای حمایت از صنایع ناکارآمد داخلی، به تحمیل هزینه‌های سنگینی می‌انجامد که ناشی از ناکارایی صنایع است. این هزینه‌ها به مصرف‌کنندگان..

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

تأثیر فولاد بر کاهش قیمت خودرو و حفظ محیط زیست

استفاده از نوعی فولاد جدید در یک ماشین معمولی خانوادگی با ظرفیت پنج سرنشین، وزن کلی وسیله نقلیه را ۱۷۰ تا ۲۷۰ کیلوگرم کاهش می‌دهد که منجر به جلوگیری از تولید ۳ تا ۴.۵ تن گازهای گلخانه‌ای در طول چرخه عمر خودرو می‌شود. به گزارش برنا، براساس اعلام سازمان بین‌المللی تولیدکنندگان وسایل نقلیه موتوری، ۹۵.۶ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۸ تولید شده است. به طور میانگین در هر وسیله نقلیه، ۹۰۰ کیلوگرم فولاد استفاده می‌شود، که توزیع...

آیا چاپخانه بانک مرکزی فعال می‌شود؟

چالش‌های بانکی دولت آینده

فرصت امروز: بازارهای مالی این روزها چشم به انتخابات ریاست جمهوری دارند و با نامزدی رئیس کل بانک مرکزی در انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم، این مهم بیش از پیش بر سمت و سوی بازارهای مالی ایران اثر گذاشته است. پس از صحبت‌های شنبه شب عبدالناصر همتی در کلاب هاوس و غیبت او در جلسه یکشنبه هیأت دولت نهایت در شامگاه یکشنبه رسماً رئیس جمهور همتی را از بانک مرکزی کنار گذاشت و به این ترتیب، قائم مقام او، اکبر کمبجانی سکاندار بانک مرکزی شد. بازار ارز در واکنش به این جابه‌جایی و برخلاف انتظارها..

چرا توسعه صنعتی بار دیگر اهمیت پیدا کرد؟

آنتی‌ویروس اقتصادی کرونا

مدیریت و کسب‌وکار

راهکارهای طراحی استراتژی بازاریابی داده‌محور

هر استراتژی بازاریابی موفقی با استفاده از داده‌های کاربردی شروع می‌شود. هیچ بازاریابی بدون استفاده از داده‌های معتبر امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر مشتریان را ندارد. این امر به دلیل تعامل فزاینده کاربران با شبکه‌های اجتماعی و حضور روزافزون در فضای اینترنت است. طراحی استراتژی بازاریابی به طور سنتی یکی از کارهای پردرسر در زمینه کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارها برای پیگیری این امر نیاز به زمان بسیار زیادی دارند. اگر شما هنوز هم در زمینه طراحی استراتژی بازاریابی از شیوه‌های تکراری استفاده می‌کنید، باید تحول اساسی در نحوه بازاریابی بردتان صورت دهید. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای طراحی استراتژی بازاریابی داده‌محور است. پیش از اینکه به سراغ توصیه‌های اصلی برویم، ابتدا..

در سال ۲۰۲۱ و برای ششمین سال متوالی

بانک پاسارگاد برترین بانک اسلامی ایران شد

و خارجی، بانک پاسارگاد در رقابتی برابر با بانک‌های کشورهای نظیر امارات متحده عربی، ترکیه و عربستان سعودی، از سایر بانک‌های ملی و منطقه‌ای پیشی گرفته است.

بانک پاسارگاد در سال ۲۰۱۵ و در اولین سال حضور خود در این رتبه‌بندی نیز طبق ارزیابی‌های صورت گرفته موفق به کسب رتبه ۳۲۸ در بین ۵۰۰ برند برتر بانکی دنیا شد. این بانک همچنین در سال ۲۰۱۷ علاوه بر اخذ رتبه ۱۷۵ از بین ۵۰۰ برند برتر بانکی دنیا به عنوان تنها بانک ایرانی در میان ۱۰۰ برند برتر بانکی خاورمیانه هم انتخاب شد. بانک پاسارگاد در سال ۲۰۱۸ نیز به عنوان

وعده‌ها و شعارهای کاندیداها چقدر قابلیت اجرا دارد؟

نگاه اقتصاددانان به هفت ضلعی انتخابات سیزدهم

و حتی حاضر نیستند که از دانش کشورهای دیگر استفاده کنند یا متخصصان مربوطه را به کار ببندند.»

آیا مشکل بورس در ۳ روز حل می‌شود؟

امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی، دیگر کاندیدای اصولگرایی است که دغدغه حل مشکلات بورس در کوتاه‌مدت را دارد و گفته «مشکل بورس را در سه روز حل می‌کنم، وام ازدواج ۵۰۰ میلیون تومانی به جوانان می‌دهم، در کمتر از چهار سال، تورم را تکرریمی می‌کنم و...»

در حالی حدود دو هفته به انتخابات ریاست جمهوری زمان باقی مانده که همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، بازار سهام از گزند شعارها و وعده‌های انتخاباتی دور نمانده و یکی از کاندیداها با شعار عجیب «حل مشکل بورس در سه روز» به کارزار انتخاباتی آمده است. این در حالی است که بورس قواعد خودش را دارد و نمی‌توان با مداخله و سیاست‌های دستوری به بازیگران و فعالان بازار به شاخص‌های بورسی زور گفت و یا عددی را تحمیل کرد. تحلیل‌های کارشناسی نشان می‌دهد که حل مشکل بازار سرمایه، زمان‌بر است و به کاهش مداخله دولت بستگی دارد، نه اجرای سیاست‌های دستوری.

حسین خواجه‌ویی، کارشناس بازار سرمایه درباره وعده قاضی‌زاده هاشمی در مورد حل مشکل بورس در سه روز می‌گوید: «مشخص بود که بعد از تأیید صلاحیت‌ها فضا به سمت پوپولیستی شدن حرکت می‌کند. این حرف اصلاً کارشناسی نبوده و مشخص است که غیرقابل تحقق است. کسی که وعده حل مشکل بورس را می‌دهد می‌تواند بگوید باید راه و روش آن را هم مشخص کند. یا کلی‌گویی به بورس قواعد خودش را دارد و نمی‌شود که البته حل شدن مشکلات بورسی هم به پروسه‌های زمانی طولانی نیاز دارد و قطعاً سه‌روزه ممکن نیست.»

به اعتقاد این کارشناس بازار سرمایه، «گر به دنبال تزریق نقدینگی به بازار هستند هم باید به این سؤال پاسخ دهند که چقدر؟ مگر می‌شود به بورس پول تزریق کرد؟ آن‌هم به بازاری که ارزشش از نقدینگی کشور بیشتر است؟ فراموش نکنیم که در فضای اقتصادی دولت‌محور که ما براساس منافع حزبی، جریانی، جناحی و بعضاً نگاه‌های حاکمیتی تصمیم‌های خلق‌الساعه می‌گیریم، اصلاحات اقتصادی بسیار سخت است و نوع سه‌روزه آن هرگز

از بین ۵۰۰ برند بانکی برتر جهان ایستاد. به گفته نشریه بنکر، بانک پاسارگاد برای چندمین سال متوالی در فهرست ۵۰۰ بانک برتر جهان در سال جاری میلادی قرار گرفت و در جایگاه دویست و نودمین بانک برتر جهان ایستاد. افتخارآفرینی بانک پاسارگاد در بین برنده‌های برتر بانکی جهان در حالی است که بانک پاسارگاد در طول شش سال گذشته به صورت مستمر در این فهرست حضور داشته و بارها به عنوان برترین بانک منطقه خاورمیانه انتخاب شده است. اهمیت این موضوع از این جهت است که به دلیل اعمال تحریم‌های مالی و بانکی ظالمانه علیه اقتصاد ایران و دشواری همکاری‌های بین‌المللی میان بانک‌های داخلی

فرصت امروز: بانک پاسارگاد برای ششمین سال عنوان بانک برتر اسلامی ایران را کسب کرد. طبق اعلام نشریه معتبر بنکر، بانک پاسارگاد برای ششمین سال متوالی به عنوان بانک برتر اسلامی ایران در سال ۲۰۲۱ میلادی معرفی شد و عنوان بانک برتر اسلامی ایران را به دست آورد. این در حالی است که پیش از این نیز بانک پاسارگاد برای پنج سال متوالی دیگر از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷ میلادی هم عنوان برترین بانک اسلامی ایران را کسب کرده بود. بانک پاسارگاد همچنین در رتبه‌بندی برنده‌های برتر بانکی سال ۲۰۲۱ که چند هفته پیش از سوی بنکر اعلام شد، با ۸۹ پله صعود نسبت به سال گذشته در رتبه ۲۹۰

فرصت امروز: ۱۶ روز تا ماراتن ۲۸ خردادماه ۱۴۰۰ باقی مانده و هفت نامزد انتخابات ریاست جمهوری در این روزها تلاش می‌کنند با تبلیغات جذاب و سر دادن شعارها و وعده‌های خوش آب و رنگ، توجه افکار عمومی را جلب کرده و برنده انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم شوند. برخی وعده یارانه ۴۵۰ هزار تومانی می‌دهند و برخی دیگر از وام ۵۰۰ میلیون تومانی حرف می‌زنند. یکی مدعی حل مشکلات بورس در سه روز می‌شود و دیگری از دادن حقوق به زنان خانه‌دار سخن می‌گوید. سوال اما این است که آیا این برنامه‌ها واقعاً عملیاتی است و منابع مالی چنین وعده‌هایی در شرایط حال حاضر اقتصاد ایران وجود دارد یا این شعارها عمدتاً پوپولیستی و تنها برای جذب رأی است؟ به نظر می‌رسد تقریباً هیچ کدام از شعارهایی که اغلب نامزدان انتخابات ریاست جمهوری این روزها سر می‌دهند، با واقعیت‌های حال حاضر اقتصاد ایران منطبق نیست و در واقع منابعی برای این پول پاشی‌ها و حاتم‌بخشی‌ها وجود ندارد. از سوی دیگر، رشد اقتصادی پیاپی منفی، افزایش جمعیت غیرفعال کشور، رشد بیکاری و دل‌سرد شدن از یافتن شغل، تورم بالا و دو رقیمی و... چالش‌ها و تهدیدهایی است که به نظر می‌رسد برای نامزدان انتخابات سیزدهم، فرصت‌شده است؛ فرصت سر دادن شعارهای اقتصادی به ظاهر جذاب و اما غیرقابل تحقق و خطرناک. در گزارش حاضر، نگاه اقتصاددانان به شعارهای انتخاباتی نامزدان ریاست جمهوری را گردآوری کرده‌ایم.

از بازگشت ارزش ریتال تا افزایش یارانه نقدی

محسن رضایی، دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام و فرمانده سابق سپاه ازجمله کاندیداهایی است که شعارهای جذابی سر داده و اخیراً با فعالان بخش خصوصی نیز نشست پرسش و پاسخ داشته است. او گفته که «یارانه نقدی هر نفر را در ماه به ۴۵۰ هزار تومان می‌رسانم، ریتال را بعد از دلار و یورو، قدرتمندترین پول منطقه می‌کنم، دولت هر وقت مشکلی پیدا کند، دست در جیب مردم می‌کند؛ از بورس و بانک گرفته تا کسری بودجه. ما به این دخالت‌های پاپان خواهیم داد و دست دولت را از اقتصاد کشور قطع می‌کنیم، بر برنامه‌هایی در نظر گرفته‌ایم تا ثبات اقتصادی را به جامعه بازگردانیم، گرانی‌ها را کنترل کنیم و نرخ ارز و سود بانکی را تثبیت کنیم و...»

گفتنی است رتبه‌بندی دو موسسه پرند فاینانس (Brand Finance) و نشریه بنکر (The Banker) استفاده از شیوه Royalty Relief انجام گرفته و در این شیوه برای ارزش‌گذاری برند بانک‌ها، از روش تنزیل جریان ورودی آتی دارایی‌های فکری و برند جهت محاسبه ارزش خالص فعلی بانک (Net Present Value) استفاده می‌شود. موسسه بنکر متعلق به فایننشال تایمز نیز از معتبرترین موسسات بین‌المللی در حوزه بانکداری به شمار رفته و فهرستی که این نشریه از بانک‌های برتر دنیا منتشر می‌کند، همواره به عنوان مرجع معتبر مورد استناد فعالان اقتصادی دنیا قرار می‌گیرد.

صد و شصت و ششمین برند بانکی برتر جهان در بین ۵۰۰ برند برتر بانکی دنیا جای گرفت. بانک پاسارگاد در رقابت میان بانک‌های ایرانی در داخل کشور هم بسیار موفق عمل کرده است. بر این اساس، طبق ارزیابی‌های موسسه بنکر، بانک پاسارگاد در سال‌های ۲۰۱۰، ۲۰۱۲، ۲۰۱۳، ۲۰۱۴، ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ میلادی موفق به کسب عنوان «بانک سال» (Bank of the Year) در جمهوری اسلامی ایران شد. بانک پاسارگاد همچنین از سوی بنکر در سال‌های ۲۰۱۳، ۲۰۱۴، ۲۰۱۵، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ میلادی نیز به عنوان «بانک برتر اسلامی» (Islamic Bank of the Year) جمهوری اسلامی ایران معرفی شد.

شدنی نیست»

از تورم تک رقمی تا ایجاد یک میلیون شغل

ابراهیم رئیسی، رئیس قوه قضائیه دیگر کاندیدایی است که بسیاری شانس او را برای پیروزی در انتخابات ریاست جمهوری بیشتر از دیگر نامزدها تخمین می‌زنند. او گفته که «تولید اولویت نخست ما است و برنامه‌ریزی خواهیم کرد نقدینگی به طرف تولید رود، شفافیت و صداقت با مردم که بعضی شعارش را می‌دهند را ما بنا داریم در حوزه تصمیم‌گیری و اجرا به وجود آورم، ۷۰ درصد ظرفیت خالی اقتصادی کشور را که خالی مانده فعال کرده و یک میلیون شغل ایجاد می‌کنم، تورم را تکرریمی خواهیم کرد، هزینه‌های درمان را تا ۵۰ درصد کاهش خواهیم داد و...»

فرهاد خان میرزایی درباره وعده‌های ابراهیم رئیسی می‌گوید: «ایجاد یک میلیون شغل در شرایط کنونی امکان‌پذیر نیست. ایجاد شغل نیاز به سرمایه‌گذاری دارد. برای ایجاد شغل باید با بنگاه‌های موجود تعداد شاغلان خود را افزایش دهند یا بنگاه‌های جدید راه‌اندازی شوند. برای توسعه بنگاه‌های موجود، باید سمت تقاضا فعال شود، برای بهبود درآمد و فعال شدن سمت تقاضا باید حداقل ۵ درصد رشد اقتصادی مثبت در کشور به ثبت برسد یا حداقل صادرات افزایش قابل توجهی پیدا کند. صادرات نیاز به بهبود روابط بین‌الملل دارد که این موضوع به نظر نمی‌رسد چندان دغدغه کاندیداها باشد. برای راه‌اندازی بنگاه جدید هم اقتصاد کشور باید از ثبات بهر‌مند بود و پیش‌بینی‌پذیر باشد.»

به اعتقاد این اقتصاددان، «در چشم‌انداز اقتصادی کشور ما، امکان رشد اقتصادی مستحکم به منجر به ایجاد شغل پایدار می‌شود وجود ندارد. درباره تورم تک‌رقمی هم نباید فراموش کنیم که ما به اصلاح بودجه و اصلاح مالی و شبکه بانکی نیاز داریم که در توان فعلی نظام این تغییر اجرایی نیست. اقتصاد سیاسی پیچیده به شبکه بانکی کشور حاکم است که شعار دادن این مشکل را حل نمی‌کند.»

از کاهش ۳۰درصدی تورم تا پیوستن به FATF

عبدالناصر همتی شاید اقتصادی‌ترین چهره انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم باشد که بر کناری او از ریاست بانک مرکزی توسط رئیس جمهور در روزهای گذشته حاشیه‌های زیادی ایجاد کرده است. او گفته که «من یک اقتصاددانم و تابه‌حال دولتی با

ریاست یک اقتصاددان نداشتیم، در چهار سال اول تورم را ۸ درصد می‌رسانم، در دولت من تورم ۸ تا ۱۲ درصد و رشد اقتصادی حداقل ۵ درصد خواهد بود، FATF را به تصویب خواهیم رساند و...»

مرتضی افقه در واکنش به شعارهای همتی می‌گوید: «تحقق این شعارها ممکن نیست. عمده مشکلات اقتصادی در کشور ما ریشه غیراقتصادی دارد. این حرف بسیار غیرمنطقی است آن‌هم برای کسی که چندین سال است که خود مسئول بوده و قدرت داشته است. ای کاش این نامزد عزیز از آخرین پیش‌بینی خود که نرخ تورم ۲۲ درصدی بود (که در نهایت ۴۰ درصد شد) عبرت می‌گرفت. تحریم تا زمانی که پابرجا و ناکارآمدی مدیران تا زمانی که ادامه داشته باشد، رشد اقتصادی منفی و تورم دورقی هم ادامه خواهد داشت.»

این اقتصاددان با بیان اینکه «من از وعده‌های داده‌شده برخی نامزدها حیرت می‌کنم»، با طرح این سوال می‌افزاید: «قay همتی خودشان گفته‌اند که زمانی که رئیس بانک مرکزی بودند نتوانستند مخالفان را قانع کنند که بگذارند FATF تصویب شود. از سوی دیگر حسن روحانی با آن سبقه و نفوذ هم در اقناع مخالفان داخلی موفق نبود. چطور حالا ایشان چنین شعاری را می‌خواهند عملی کنند؟»

نامزدهای دیگر در شعارهای‌شان چه گفته‌اند؟

اصلاح نظام توزیع و تأمین سبد مطلوب غذایی با ۱۲ قلم کالای اساسی مثل گوشت و مرغ برای همه شهروندان، حل مشکل تورم با اقتصاد مقاومتی و تعامل گسترده با کشورهای خارجی، برنامه سفر سه روزه برای تمام خانواده‌ها و پنج روزه برای تمام زوج‌های جوان شعارهای اقتصادی سعید جلیلی بوده و شفاف شدن اقتصاد مانند یک آکواریم، از بین بردن ریشه‌های اصلی تورم و متوقف کردن روند افزایش تورم در عرض سه تا چهار ماه بعد از تشکیل دولت، چاپ نکردن پول برای تأمین کسری بودجه و به صفر رساندن وابستگی بودجه به نفت از شعارهای اقتصادی محسن مهرعلیزاده به شمار می‌روند؛ شعارهایی که به نظر می‌رسد نه تنها پشوتانه علمی و عملی ندارند بلکه حتی در بعضی از موارد غیرقابل بررسی یا اقتصاددانان و کارشناسان از منظر کلی‌گویی به شمار می‌روند.

یادداشت

طبقه متوسط فقیر و امتناع توسعه

حسین حقگو
کارشناس اقتصادی

صنایع مصرفی بادوام نظیر لوازم خانگی، خودرو، محصولات الکترونیکی و فناوری اطلاعات ازجمله صنایعی هستند که کشش درآمدی تقاضا برای آنها بیشتر از واحد است. یعنی رشد تقاضا برای این محصولات در صورت کاهش درآمد سرانه مصرف کنندگان کاهش می‌یابد بنابراین تقاضای این محصولات را به طور عمده در کشورهای با درآمد بالا و وجود طبقه متوسط قوی و یا هنگام رونق اقتصادی شاهدیم. با کند شدن روند رشد درآمد سرانه و با کاهش و منفی شدن آن، بازار تقاضا برای این محصولات کوچک می‌شود و نتیجه آن، کاهش سرمایه‌گذاری و به دنبال آن کاهش کیفیت و افزایش فاصله محصولات داخلی با محصولات مصرفی بادوام خارجی است.افزایش قاچاق با اعمال ممنوعیت‌های وارداتی و بالابردن دیوار تعرفه‌ها برای حمایت از صنایع ناکارآمد داخلی، به تحمیل هزینه‌های سنگینی می‌انجامد که ناشی از ناکارایی صنایع است. این هزینه‌ها به مصرف‌کنندگان تحمیل می‌شود و زمینه‌ساز خروج گروه‌های بزرگی از آنان از بازار مصرف این کالاهاست.

محصولات مصرفی بادوام به طور بالقوه لکوموتیو صنعت کشور است. امکان وصل صنعت داخلی به بازار جهانی، برون‌گرایی از طریق جلب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تولید مشترک و حضور در بازارهای منطقه‌ای و حتی جهانی و فضای رقابتی در بنگاه‌ها از جنبه‌های مثبت توسعه این صنایع در کشور است. با توجه به بحران اشتغال به ویژه اشتغال فارغ‌التحصیلان (بیکاری ۴۰٫۲ درصدی فارغ‌التحصیلان) توسعه این گروه از صنایع، ضامن اشتغال و به کارگیری افراد تحصیلکرده و گروه کار متخصص و فنی است، اما نکته مهم در توسعه این صنایع، رشد و گسترش طبقه متوسط و مشارکت این مجموعه عظیم در فرآیند توسعه و بازیگری آن در بازار، در هر دو طرف عرضه و تقاضاست، اما منظور از طبقه متوسط چیست و وضعیت آن در جامعه امروز ایران چگونه است؟

فارغ از پیچیدگی‌های مفهوم «طبقه متوسط » (و اصولاً صحت طبقاتی دین جامعه) ارسطو درباره جایگاه این طبقه چنین می‌گوید: «حکومت طبقه متوسط، بهترین نوع حکومت‌هاست و چنین حکومتی فقط برای کشوری میسر است که در آن، افراد طبقه متوسط بیش از مجموع افراد دو طبقه دیگر و با دست‌کم بیش از افراد هر یک از دو طبقه دیگر باشند.» در واقع، طبقه‌ای متشکل از دیوانسالاران دولت‌های مدرن، پزشکان و مهندسان و حقوقدانان و پژوهشگران و پیشه‌وران و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط که نقش یگانه‌ای در تحولات تاریخی و کسب حقوق اجتماعی مردم در جوامع مختلف و رونق و توسعه اقتصادی داشته‌اند.

بنابراین اینکه تخریب طبقه متوسط بیشترین آسیب را در این سال‌ها در پی داشته و این طبقه هر روز بیشتر به پایین و به سمت دهک‌های درآمدی اندک رانده شده است، جای تأمل و توجه بسیار دارد. این سیاست‌های نفی و طرد کردن، طبقه‌ای را در اقتصاد کشورمان و در بسیاری از اقتصادهای نظیر ایران بخصوص در منطقه شکل داده که از آن با اصطلاح «طبقه متوسط فقیر» یاد می‌شود. «طبقه متوسط فرودست (middle class poor) هم به لحاظ نظری و هم در واقعیت تشکلی، در وضعیت اجتماعی متعارضی قرار دارد. بسیاری از اعضای این طبقه تحصیلکرده و صاحب مدارک دانشگاهی هستند. شناخت به نسبت بالایی از تکنولوژی و کارکرد شبکه‌های ارتباطی و اینترنت دارند و دارای علاقی و آرزوهای طبقه متوسط مرفه هستند، ولی همین افراد از لحاظ اقتصادی به بخشی از فرودستان پیوسته‌اند، بسیاری‌شان بی‌کارند و یا در مشاغل کم‌درآمد، موقتی و با منزلت پایین تلاش می‌کنند که اغلب ارتباطی با تخصص تحصیلاتی‌شان ندارد. همین وضعیت اقتصادی این افراد را مجبور کرده است که در محلات فقیرنشین و در مجتمع‌های حاشیه‌ای سرنهایی برای خودشان مهیا کنند. عضو این طبقه نسبتاً به وضعیت اطرافش خوب آگاه است، می‌داند چه چیزهای خوبی در کشورش موجود است (اتومبیل شخصی، منزل، مسافرت، توانایی تشکیل خانواده و…) و در عین حال احساس می‌کند چقدر از این‌همه چیزهای خوب محروم است، او تجسم این تعارضات اجتماعی است و تبلور خشم اخلاقی.»

نگاهی به آمار و ارقام، فرآیند فقیرشدن جامعه و طبقه متوسط را نشان می‌دهد. متوسط رشد اقتصادی کشور که از زمان پایان جنگ تا قبل از شروع دهه ۹۰ حدود ۴٫۵ درصد بود در دهه ۹۰ تقریباً به صفر نزول کرد. آمارها نشان می‌دهد این کاهش رشد اقتصادی خود را در سرانه هزینه مصرفی خانوارها نشان داده و از ۲۴۰ هزار میلیارد تومان در سال ۸۹ به ۲۲۴ هزار میلیارد تومان در سال ۹۸ کاهش یافته است. همچنین درآمد ملی سرانه از ۴۲۰ هزار میلیارد تومان در سال ۸۹ به حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان افت کرده است. همچنین باید به فضای تورمی کشور اشاره کرد که از پایان جنگ تا ابتدای دهه ۹۰ حدود ۱۸٫۵ درصد و در دهه نود ۲۵ درصد و در این سال‌ها به حدود ۴۰ درصد رسیده است. در این میان، تورم کالاهای بادوام نیز افزایش و مثلاً در سال ۹۹ بالغ بر ۸۳ درصد شده که امکان خرید کالاهایی نظیر یخچال و تلویزیون و ماشین لباسشویی را به امری بس دشوار برای طبقات پایین و متوسط تبدیل کرده است.

کاهش تولید ناخالص داخلی به معنای کاهش سودآوری بنگاه‌های اقتصادی در کنار کاهش درآمد تصرف خانوارهاست. کاهش سودآوری بنگاه‌ها از طریق عدم انجام تعهدات‌شان به بانک‌ها و افزایش بدهی‌ها و عدم تأمین مالی برای سرمایه‌گذاری و تحقیق و توسعه خود را نشان می‌دهد. در طرف تقاضا نیز با کاهش درآمد خانوارها بلافاصله پس‌انداز آنان کاهش یافته و با فاصله‌ای اندک بر مصرف کالاهای مصرفی بادوام ظاهر می‌شود و در نهایت به کالاهای مصرفی کم‌دوام ختم می‌شود. در این وضعیت، کاهش سودآوری بنگاه‌ها و درآمد‌های خانوار‌ها، پس‌انداز و تقاضای کل کاهش می‌یابد و اقتصاد دچار رکود می‌شود. طبقه متوسط نیز به عنوان بزرگ‌ترین و مهم‌ترین بخش جامعه متحمل بیشترین آسیب در دو طرف عرضه و تقاضا می‌شود (در قالب مالک یا مدیر بنگاه‌های کوچک و متوسط و در نقش مصرف کننده عمده کالاهای مصرفی بادوام). در مجموع، ذات و عملکرد طبقه متوسط با امر «توسعه» و توسعه صنعتی سرشته و درهم‌تنیده شده است و بدون وجود و حضور و مشارکت این مجموعه در این فرآیند، امر توسعه ناممکن و موکول به محال است.

فرصت امروز: پاندمی کرونا، اقتصاد جهانی را با عمیق‌ترین رکود اقتصادی

از زمان جنگ جهانی دوم تاکنون رویه‌رو کرد و با اینکه واکنسیناسیون کرونا به عنوان مهم‌ترین عامل محرک اقتصادی در بسیاری از کشورهای جهان آغاز شده، اما میراث کووید۱۹- تا سال‌ها بر ویرانه‌های اقتصاد باقی خواهد ماند و الگوها و رویکردهای اقتصادی را متأثر خواهد ساخت، درواقع، همه‌گیری کرونا علاوه بر بحران سلامت، تاثیرات غیرقابل‌انکاری بر بخش صنعت، زنجیره‌های ارزش، بازارهای کار، سرمایه‌گذاری خارجی و سیاست‌های پولی و مالی گذاشته است. بحران کرونا همچنین دولت‌ها را با سونامی بدهی مواجه کرده و سیاست‌های انبساطی به تعبیر اقتصاددانان، غول تورم را از خواب بیدار کرده است. حالا با کم شدن دامنه شیوع کرونا و فروکش کردن بحران سلامت با سرعت گرفتن روند واکنسیناسیون، احیای اقتصادی بیش از پیش به یک اولویت تبدیل شده است. در شرایطی که سیاست‌های توسعه صنعتی در دهه ۹۰ میلادی محبوبیت خود را از دست داده بود، حالا بار دیگر این سیاست‌ها به عنوان یکی از پیشران‌های اقتصادی مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است. مخصوصاً در کشورهای فقیر و کم‌درآمد جهان که صنعتی‌سازی همچنان به عنوان یکی از عوامل اصلی ایجادکننده رشد اقتصادی مطرح است. در این راستا، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) در گزارشی تحلیلی به این پرسش پاسخ داده که چرا توسعه صنعتی امروزه بیش از هر زمان دیگری اهمیت پیدا کرده است؟

از توسعه صنعتی تا پیشران رشد اقتصادی

شواهد روشنی وجود دارد که یک بخش تولیدی شکوفا و پررونق، برای افزایش بهره‌وری و به دنبال آن رشد اقتصادی ضروری است. ظهور تولید صنعتی در قرن هجدهم و نوزدهم میلادی، بخش تولید اروپا و ایالات متحده را متحول کرد و صنعتی‌سازی نیروی پیشران در پس معجزات اقتصادی اخیر، همچون تحول در اقتصاد منطقه آسیای شرقی در دهه ۱۹۶۰ بوده است. به این دلیل است که تولید صنعتی مزیت‌های تولیدی متعددی به دنبال دارد؛ نخست، تولید انبوه متضمن صرفه‌جویی در مقیاس است؛ هر چه تعداد بیشتری کالا تولید شود، هزینه هر واحد تولید کاهش می‌یابد و بنابراین ارزش تولید به ازای هر واحد نهاده تولیدی افزایش پیدا می‌کند. دوم، تولید صنعتی تمایل به برقراری ارتباط با سایر

اقتصاد امروز

چرا توسعه صنعتی بار دیگر اهمیت پیدا کرد؟

آنتی‌ویروس اقتصادی کرونا



بخش‌های اقتصاد دارد؛ به‌طوری که برای مهارت، نهاده‌ها و اجزای تولید، حمل‌ونقل و انبارداری تقاضا ایجاد می‌کند؛ به این معنا که تولید صنعتی رشد را در مجموعه وسیعی از فعالیت‌ها که بخش خدمات را نیز شامل می‌شود، افزایش می‌دهد. سوم، اکثر پیشرفت‌های تکنولوژیک و نوآوری‌ها از بخش تولید صنعتی نشأت می‌گیرند که می‌تواند سایر بخش‌های اقتصادی را نیز تغذیه کرده و بهره‌وری آنها را نیز افزایش دهد.

ارتباط میان صنعت و رشد در حالت کلی در میان کشورها و سطوح درآمدی مختلف وجود دارد. داده‌های بین‌المللی تایید می‌کنند که در کشورهایی با درآمد پایین، متوسط رو به پایین و بالاتر از متوسط، نسبت تولید صنعتی در اقتصاد با افزایش تولید ناخالص داخلی افزایش می‌یابد. این ارتباط تنها زمانی عکس می‌شود که کشوری تبدیل به کشوری با درآمد بالا شود که بخش خدمات در اقتصاد سهم بیشتری نسبت به بخش تولید صنعتی پیدا می‌کند. این الگو در کشورهای در حال توسعه بسیار مشخص است که بخش تولید صنعتی نسبت به بخش کشاورزی از بهره‌وری بالاتری برخوردار است و نسبت به کل اقتصاد عملکرد بهتری دارد.

در نتیجه رشد بهره‌وری نیازمند تغییر جهت از کشاورزی با بهره‌وری پایین به سمت فعالیت‌های اقتصادی با بهره‌وری بالاتر است. مزایای تکمیلی این انتقال برای کشورهایی در حال توسعه نیز باید مورد توجه قرار گیرد. برخی اهداف توسعه پایدار همچون کاهش فقر، در نتیجه رشد اقتصادی مرتبط با مزیت بهره‌وری تولید صنعتی به وجود می‌آیند. در واقع، گرچه ناهمگنی میان کشورها بالاست، ارتباط قوی میان کاهش فقر و رشد اقتصادی وجود دارد، به ویژه زمانی که این رشد عمدتاً به وسیله تولید صنعتی ایجادشده باشد. همچنین این واقعیت که بیشتر کشورهایی که صنعتی شدن را با سرعت جلو برده‌اند، کاهش بیشتری در فقر نسبت به سایر کشورها با تولید ناخالص داخلی مشابه داشته‌اند نیز گویای این واقعیت است.

صنعتی‌سازی و چالش‌های زیست‌محیطی

گذشته از مزیت‌های مستقیم اقتصادی، تولید صنعتی پیامدهای سودمندی برای مجموعه‌ای از پیامدهای اجتماعی به دنبال دارد. به عنوان نمونه، کسب مهارت‌های بالاتر موردنیاز برای شغل‌های بخش تولید

صنعتی باید در حالت تئوری، تحصیلات و تمرینات را ارتقا دهد. همچنین شواهدی وجود دارد مبنی بر اینکه رشد تولید صنعتی، تعداد افرادی که تحصیلات و شغل ندارند را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، ارتباطی میان تولید صنعتی و میزان شرکت در تحصیلات رسمی و غیررسمی وجود دارد.

صنعتی‌سازی با داشتن نشانه‌های واضح در مرگومیر نوزادان و مادران، اثرات ضعیف‌تر اما مستقیمی بر سلامت دارد. از آنجا که شغل‌های مرتبط با تولید صنعتی در بخش رسمی قرار دارند، همراه با مقررات ایمنی محیط کار و حمایت‌های اجتماعی چون دسترسی به مرخصی استعلاجی و حقوق بازنشستگی، صنعتی‌سازی تا حدی به دسترسی به موقعیت‌های کاری مناسب نیز مرتبط است. اهمیت اشتغال رسمی و شبکه‌های امنیت اجتماعی مرتبط با آن در طول بحران کووید۱۹- نیز آشکار شد. داده‌های موجود همچنین نشان‌دهنده ارتباط میان رشد در تولید صنعتی و کاهش در نابرابری درآمد هستند (گرچه شواهد برای سایر ابعاد نابرابری نامشخص است). در سطحی گسترده‌تر، مجموعه وسیعی از شواهد تاریخی نشان می‌دهند که تغییرات ساختاری مرتبط با صنعتی‌سازی می‌تواند ساختارهای اجتماعی منتهی به شهرسازی را متحول ساخته، تغییرات مثبتی در روابط میان جنس‌های مخالف ایجاد کند، جنبش‌های کارگری را افزایش داده و به ظهور دولت رفاه کمک کند.

روشن است که توسعه صنعتی باید لزوماً نگرانی‌های زیست‌محیطی ایجاد کند. تکنولوژی‌ها و فرآیندهای جدید می‌توانند کارایی استفاده از منابع در تولید را افزایش دهند و تولید را از خسارات زیست‌محیطی دور کنند. اقتصادهایی که در تولید صنعتی تاخیر دارند نیز می‌توانند سرمایه‌گذاری در نسل‌های قدیمی‌تر فناوری‌ها را دور زده و از جهش‌های رشد تکنولوژی بهره ببرند. به علاوه، توسعه صنعتی بازده آب و انرژی موردنیاز در تولید را نیز بهبود می‌بخشد. الگویی مشابه برای بازدهی انتشار گازهای زیان‌بار نیز استفاده می‌شود؛ با افزایش سهم تولید صنعتی در اقتصاد، انتشار دی‌اکسیدکربن به ازای هر واحد افزایش در ارزش افزوده تولید کاهش می‌یابد. این موضوع در تمامی سطوح درآمدی صحیح است و به این معناست که وقوع افزایش قابل‌توجه در انتشار گازهای گلخانه‌ای، پیامد غیرقابل اجتناب گسترش تولید صنعتی نیست.

خانه ۵۰۰ میلیونی در کدام مناطق تهران پیدا می‌شود؟

تعدیل انتظارات تورمی در مسکن پایتخت

از سوی دیگر، برخی مالکان به دلیل ابهامات ایجاد۴ شده در فضای اقتصاد، فروش خانه خود را به آینده موکول کرده و فعلاً دست نگه داشته‌اند.

با این همه، بازار در حالت کلی آرام است و هیچ نوع نگرش تورمی دیده نمی‌شود. به جز مناطق جنوبی که در حال بالانس قیمتی هستند و به همین لحاظ نرخ‌ها اندکی رشد داشته، کلیت بازار به سمت ثبات با کاهش قیمت تمایل پیدا کرده است. با این حال مهدی سلطان‌محمدی، کارشناس اقتصاد مسکن درباره آینده بازار مسکن در سال ۱۴۰۰ می‌گوید که نمی‌توان چندان به کاهش قیمت خانه دلخوش بود؛ چراکه مسکن نیز مثل تمام کالاهای تورم عمومی تبعیت می‌کند و می‌بینیم که نرخ تورم در اردیبهشت ماه به ۴۱ درصد رسیده است.

او با بیان اینکه کاهش قیمت باید ادامه‌دار باشد، می‌افزاید: اگر بخواهیم برداشتی قطعی از قرار گرفتن بازار مسکن در مسیر نزولی داشته باشیم باید آمارها در چند ماه متوالی کاهشی شود. واقعیت این است که هم‌اکنون بازار مسکن دچار تردید شده و سیر افزایشی که در گذشته بوده، تداوم نداشته است. بیشترین انتظار این است که بازار از تعادل نسبی برخوردار شود. شاید قیمت‌ها مقداری تعدیل شود ولی فشار تورمی، منحنی را به سمت بالا خواهد برد. البته اگر افزایش رخ دهد کمتر از تورم خواهد بود.

گفتنی است قیمت هر متر مسکن در تهران در ماه گذشته طبق اعلام بانک مرکزی ۲۸٫۸ میلیون تومان بوده است. در اردیبهشت ماه ۱۴۰۰ متوسط قیمت خرید و فروش یک مترمربع مسکن در شهر تهران ۲۸ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان بوده که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱٫۸ درصد کاهش و ۶۹٫۷ درصد افزایش دارد. تعداد معاملات مسکن در این ماه معادل ۳٫۹ هزار فقره بوده که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۶۵٫۲ درصد کاهش و در مقایسه با ماه قبل ۸۸٫۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد.



بانک‌نامه

قیمت دلار در نیمه کانال ۲۳ هزار تومان

سکه در سقف کانال ۱۰ میلیون ایستاد

قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با افزایش ۷۰ هزار تومانی در روز سه‌شنبه همراه بود و به رقم ۱۰ میلیون و ۸۳۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۹۴ هزار تومان رسید. قیمت مثقال طلا نیز ۴میلیون و ۷۴۳ هزار تومان شد. همچنین هر اونس جهانی طلا یک‌هزار و ۹۱۲ دلار و ۳۷ سنت فروخته شد.

نرخ دلار در صرافی‌های بانکی نیز در روز سه‌شنبه با ۲۳۹ تومان افزایش همراه بود و به رقم ۲۳ هزار و ۵۳۸ تومان رسید. قیمت فروش یورو نیز با ۱۳۷ تومان کاهش به رقم ۲۸ هزار و ۲۵۷ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۳هزار و ۷۲ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۷ هزار و ۶۹۸ تومان بود.

وزیر اقتصاد در مراسم رونمایی از سندباکس:

رمزارها قابلیت دور زدن تحریم‌ها را دارند

وزیر اقتصاد با بیان اینکه گفته می‌شود که ایران توانسته است با رمزارها تحریم‌ها را دور بزند، گفت باید با استخراج غیرمجاز رمزارها مقابله کرد و برای آنکه بتوانیم جایگاه مناسبی در اقتصاد بین‌الملل پیدا کنیم باید به سمت اقتصاد هوشمند حرکت کنیم.

فرهاد دژپسند در مراسم رونمایی از طرح محیط آزمون تنظیم‌گری (سندباکس) بازار سرمایه و طرح مرکز تعالی اقتصاد هوشمند و تحول دیجیتال شریف، ادامه داد: در زمینه اقتصاد هوشمند تعدادی پروژه تعریف شده بودند که باید به اجرا درمی آمدند. طی دو و نیم سال گذشته اقدامات مهمی طراحی و اجرا شد که بخشی از آنها به دلیل شرایط متناسب با برنامه‌ها پیش نرفت و در این زمینه، انحراف ناشی از مدیریت خیلی کم بود.

وی با بیان اینکه عوامل جهش و توسعه را شناختیم یا نتوانستیم در صورت شناخت از آنها استفاده کنیم، گفت: هنوز داریم درباره دولت الکترونیک صحبت می‌کنیم و عقب هستیم بلکه اکنون باید درباره دولت هوشمند صحبت می‌کردیم. اگر تجارت الکترونیک را به تجارت موبایل و هوشمند تبدیل می‌کردیم، می‌توانستیم با وجود موانع تحریمی گام‌های موثری برداریم. در دو سال اخیر سهم تجارت الکترونیک نسبت به تولید ناخالص داخلی ۲,۴برابر شده است.

دژپسند رشد درآمدهای مالیاتی را منوط به استفاده از فناوری‌های ارتباطاتی دانست و افزود: طی سه تا چهار سال آینده سهم بلاک‌چین به تولید ناخالص داخلی افزایش می‌یابد بنابراین مقابل تحولات سریع فناوری‌های دنیا چون رمزارها باید مدیریت فعالت‌ها داشت زیرا فرصت از دست باده می‌شود. هرچه اقتصاد سنتی باشد، درصد هزینه‌ها بیشتر است و فناوری‌ها در زمینه اقتصادی، هزینه‌ها را ۷۰ درصد کاهش می‌دهند. به گفته وی، با تکیه بر فناوری‌های می‌توان تحریم‌ها را دور زد. رمزارها قابلیت دور زدن تحریم‌ها دارند، اما باید با استخراج‌های غیرمجاز و غیرقانونی مقابله کرد و هرچه سریع‌تر خودمان را با اجزای اقتصاد هوشمند منطبق کنیم. بازار سرمایه کشورمان از لحاظ به‌کارگیری فناوری‌ها بالاترین رتبه در دنیا را دارد. اگر می‌خواهیم در اقتصاد بین‌الملل جایگاه مناسبی پیدا کنیم باید به سمت اقتصاد هوشمند حرکت کنیم. قانون پایانه‌های فروشگاه‌ی باید تا پایان سال اجرا شود و اقتصاد هوشمند نباید با تغییر وزیر فراموش شود.

نظام بانکی بزرگترین چالش دولت بعدی است

بایدها و نبایدهای دولت سیزدهم

یک کارشناس اقتصادی، نظام بانکی را بزرگ‌ترین چالش رئیس‌جمهور آینده دانست و گفت تنها راهکار عبور از این بحران، اصلاحات ساختاری است.

وحید شقاقی به چالش و بحران‌هایی که دولت آینده با آن روبه‌رو است، اشاره کرد و به ایسنا، گفت: دهه ۱۴۰۰ حساس‌ترین دهه کشور است و اگر نتوانیم در این دهه اصلاحات ساختاری انجام دهیم، کشور به نقطه برگشت‌ناپذیری می‌رسد و امکان اصلاحات از بین می‌رود. او ضمن تقسیم چالش‌های دهه پیش رو به سه لایه، ادامه داد: در لایه اول، کشور با چهار بحران آب، جمعیت، صندوق بازنشستگی و پایان عصر صادرات مواجه خواهد بود.

این کارشناس اقتصادی سپس از نظام بانکی به عنوان ابرچالش دهه آینده نام برد و اضافه کرد: در لایه سوم چالش‌هایی چون محیط زیست، فضای نامناسب کسب‌وکار، نابرابری، بیکاری، فساد و ... وجود دارد. در بحث آب، معادل ۷۰درصد سرزمین به مرحله تنش آبی رسیده است که اگر نتوانیم آن را کنترل کنیم، در چند سال آینده شاهد درگیری بین استان‌ها، شهر و روستاها خواهیم بود.

به گفته وی، در سال گذشته رشد جمعیت به کمترین میزان رسید که اگر نتوانیم این کاهش رشد جمعیت را متوقف کنیم، در پایان دهه پیش رو رشد جمعیت صفر می‌شود که بسیار خطرناک است. صندوق‌های بازنشستگی نیز ناترازی بیش از ۱۵۰۰ هزار میلیارد تومان دارند که برای رفع آن به ۱۵۰۰هزار میلیارد تومان منابع مالی نیاز است و در صورت رفع نشدن آن احتمالا تا پایان دهه ۱۴۰۰ باید نصف بودجه عمومی کشور صرف صندوق بازنشستگی شود.

شقاقی با بیان اینکه تا سال ۲۰۳۰ میلادی، دنیا از واردات نفت عبور می‌کند که پایان عصر صادرات نفت ایران است، افزود: نظام بانکی کشور ۱۰۰۰ هزار میلیارد ناترازی دارد که برای رفع آن به این میزان منابع، اصلاح قوانین و نظارت سختگیرانه بانک مرکزی احتیاج است. همچنین، نابرابری در اقتصاد ایران تشدید شده است؛ به گونه‌ای ضریب جینی به ۴۱درصد رسیده که حکایت از عمیق‌تر شدن فاصله طبقاتی دارد.

این تحلیلگر اقتصادی در انتها گفت که کشور به دلیل عدم اصلاحات ساختاری درگیر ابرچالش‌های انباشت شده است که کار دولت بعدی را سخت می‌کند و در حساس‌ترین دوره ایران مجبور است که اصلاحات ساختاری برای کنترل بحران‌ها و چالش‌های اقتصادی انجام دهد که تحقق این اصلاحات به یک گفت‌وگو و اجماع ملی، عزم جدی و اجماع نخبگان نیاز دارد.

چالش‌های بانکی دولت آینده



مردم زیاد می‌شود. در نتیجه این زیادشدن، تقاضای مردم برای کالاها و خدمات مختلف زیاد می‌شود. کالاها و خدمات داخل به دلیل تنگناهای تولید با محدودیت در عرضه روبه‌رو هستند و به همین دلیل وقتی تقاضا برای آنها افزایش پیدا می‌کند به جای اینکه تولید آنها به همان میزان افزایش یابد، قیمت‌شان بالا می‌رود. انتظار می‌رود تا مشابه همین اتفاق به نحو دیگری رخ دهد یعنی تقاضای داخلی برای کالاها و خدمات خارجی افزایش پیدا کند؛ با این تفاوت که معمولا برای عرضه این کالاها محدودیت عرضه وجود ندارد. لذا هرچه تقاضا برای مثلا گوشی همراه افزایش یابد باید واردات آن بیشتر شود تا نیاز داخل برآورده شود، اما نکته کلیدی آن است که اگر واردات کالاهای خارجی بخواهد زیاد شود قیمت ارز افزایش خواهد یافت مگر آنکه دولت تلاش کند ارزهای نفتی را همزمان انقدر به بازار تزریق کند تا قیمت ارز ثابت بماند.

با توضیحی که داده شد دولت برای اینکه نرخ ارز را حفظ کند باید ذخیره ارزی خوبی که معمولا از محل صادرات نفت ایجاد می‌شود داشته باشد. حال اگر به دلیل تحریم یا افت قیمت نفت درآمد ارزی دولت کم باشد، دیگر قادر به چنین کاری نیست؛ پس اگر تحریم بخواهد ادامه پیدا کند، ادعای سیاست‌مداران و نامزدهای انتخاباتی مبنی بر کنترل نرخ ارز منطقی و قابل قبول نیست. پرسش بعدی این است که حتی اگر دولت قادر به کنترل نرخ ارز باشد این سیاست لزوما سیاست مطلوبی است؟ آیا جزو سیاست‌های گنج‌آفرین محسوب می‌شود یا سیاست‌های رنج‌آفرین؟

بایدها و نبایدهای ارزی دولت سیزدهم

وقتی دولت می‌داند که نقدینگی در حال رشد است ولی در عین حال می‌خواهد نرخ ارز را کنترل کند عملا تایید و کمک می‌کند که قیمت کالاها و خدمات تولید داخل گران شود و قیمت کالاها و خدمات تولید خارج ثابت بماند. حال اگر در برخی کالاها رقابتی میان تولیدکننده داخل و تولیدکننده خارج باشد، اجرای این سیاست به نفع تولیدکننده خارج و به زیان تولیدکننده داخل خواهد بود و تضعیف تولید را به دنبال خواهد داشت. که شاید در ظاهر رفاه را برای برخی اقشار جامعه بیشتر کند اما این رفاه، کوتاهمدت و موقتی است. رفاهی که از این روش ایجاد می‌شود تنها با مداوم درآمدهای حاصل از فروش نفت ممکن می‌شود ولی اگر تولیدکننده داخل تقویت شود و رونق تولید رخ دهد، درآمدهای افزایش خواهد یافت و رفاهی از محل افزایش درآمد ایجاد خواهد شد.

سیاست حفظ نرخ ارز در شرایط تورمی سیاستی رنج‌آفرین است نه گنج‌آفرین زیرا رفاه کوتاهمدتی را ایجاد می‌کند ولی به رفاه بلندمدت یاری نمی‌رساند. همانطور که گفته شد می‌توان درآمدهای نفتی را صرف این کرد که قیمت کالاهای خارجی مثل گوشی، خودروهای شاسی‌بلند،

فرصت امروز: بازارهای مالی این روزها چشم به انتخابات ریاست جمهوری دارند و با نامزدی رئیس کل بانک مرکزی در انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم، این مهم بیش از پیش بر سمت و سوی بازارهای مالی ایران اثر گذاشته است. پس از صحبت‌های شنبه شب عبدالناصر همتی در کلاب هاوس و غیبت او در جلسه یکشنبه هیأت دولت نهایتا در شامگاه یکشنبه رسما رئیس‌جمهور همتی را از بانک مرکزی کنار گذاشت و به این ترتیب، قائم مقام او، اکبر کميجانی سکاندار بانک مرکزی شد.

بازار ارز در واکنش به این جابه‌جایی و برخلاف انتظارها در روز دوشنبه روند نزولی در پیش گرفت و اسکناس سبز آمریکایی وارد کانال ۲۳ هزار تومان شد. با اینکه همتی غروب یکشنبه از ریاست بانک مرکزی کنار رفت، بازار در ابتدا به این اتفاق واکنش افزایشی نشان داد و معامله‌گران در خرید و فروش‌های پشت خطی توانستند قیمت دلار را به بالای محدوده ۲۴ هزار و ۲۰۰ تومان ببرند، اما به رغم آنکه برخی از معامله‌گران تصور می‌کردند روز دوشنبه، بازار با نوسانات افزایشی به کار خود ادامه خواهد داد، نه تنها چنین اتفاقی رخ نداد که اسکناس آمریکایی یک کانال عقب‌تر رفت. این روند در روز سه‌شنبه اما برعکس شد و قیمت دلار در صرافی‌های بانکی با حدود ۲۵۰ تومان افزایش به ۲۳ هزار و ۵۰۰ تومان رسید. سکه نیز در سقف کانال ۱۰ میلیون تومانی جای گرفت و با افزایش ۷۰ هزار تومانی در روز گذشته به رقم ۱۰ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان رسید.

پيامدهای سرکوب ارز در شرایط تورمی

چندی پیش که دلار به کانال ۲۰ هزار تومانی برگشت و روند کاهش قیمت ارز شدت گرفت، امیدها به اصلاح نرخ ارز بیشتر شد. تا جایی که زمزمه دلار ۱۵ هزار تومانی هم بر سر زبان‌ها افتاد، اما با کند شدن روند مذاکرات در وین، دوباره تردیدها بر جان احیای برجام افتاد و در نهایت منجر به افزایش قیمت دلار شد.

شاید شدیدترین جهش نرخ ارز در سال‌های اخیر رخ داده باشد که قیمت دلار از ۳ هزار تومان به نزدیک ۳۰ هزار تومان رسید. با این وصف عجیب نیست اگر نامزدهایی پیدا شوند و به مردم بگویند که می‌دانیم افت ارزش پول ملی غرور شما را جریحه‌دار کرده است. اگر ما قدرت بگیریم، جلوی افت ارزش پول ملی و افزایش نرخ ارز را خواهیم گرفت. کافی است شما به ما رأی دهید. بیایید با هم ببینیم که این امر چگونه ممکن است؟

اصلا آیا چنین هدفی در شرایط تحریمی ممکن است؟

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های ایران، برای درک نرخ ارز در اقتصاد و دلایل نوسان قیمت آن، باید مفهوم نرخ ارز را درک کنیم. بیایید با هم قرار بگذاریم فعلا نرخ ارز را قیمت کالاهای خارجی تعریف کنیم. وقتی نقدینگی در جامعه زیاد می‌شود یعنی پول در اختیار بخش‌های مختلف شبکه صرافی‌ها منتقل شده بود.

نحوه تاسیس و فعالیت صرافی‌ها تغییر کرد. طبق مصوبه شورای پول و اعتبار سرمایه اولیه برای تاسیس یک صرافی ۲۵میلیارد تومان است درحالی که پیش از این سرمایه موردنیاز برای تاسیس صرافی در تهران و کلاتشهرها ۱۲میلیارد تومان و در شهرهای دیگر در حدود ۶ میلیارد تومان بود. به نظر می‌رسد افزایش سقف سرمایه اولیه برای تاسیس صرافی‌ها منجر به محدودشدن تاسیس صرافی‌های جدید شود. هم‌اکنون ۷۱۷صرافی دارای مجوز در حال فعالیت هستند که البته در طول چند سال گذشته به دلیل افزایش مبادلات ارزی و ساختار تحریم‌ها فهرست صرافی‌های دارای مجوز و بدون مجوز به سرعت افزایش یافته است. درواقع درآمد صرافی‌ها از یک سو به‌دلیل رشد مبادلات ارزی به دلیل تلاطم‌های ارزی افزایش یافته بود و از سوی دیگر تفاوت قیمت ناشی از نرخ رسمی و بازار آزاد، سود بیشتری را نصیب آنها می‌کرد، اما نکته مهم‌تر این بود که حجم اصلی مبادلات تجارت خارجی ایران به دلیل تحریم شبکه بانکی به شبکه صرافی‌ها منتقل شده بود.

انتظر که در «دستورالعمل اجرایی تاسیس فعالیت و نظارت بر صرافی‌ها» آمده است، انجام هر گونه عملیات صرافی در بسترهای معاملاتی برخط داخلی و استفاده از رمزارهای استخراج شده داخلی برای واردات، صرفا براساس ضوابط ابلاغی بانک مرکزی، امکان‌پذیر است و اعطای هر گونه تسهیلات توسط مؤسسات اعتباری به شرکت صرافی ممنوع

نگاهی به شرایط جدید تاسیس صرافی‌ها

چراغ صرافی‌های آنلاین رمزارز روشن می‌شود؟

است. علاوه بر این، تأسیس شعبه توسط شرکت‌های صرافی وابسته به مؤسسات اعتباری در صورت تأمین سرمایه برای تأسیس هر شعبه به میزان ۷۵درصد حداقل سرمایه موردنیاز برای تأسیس صرافی براساس محل استقرار شعبه، دارابودن حداقل پنج سال سابقه فعالیت مجاز، تأیید عملکرد صرافی توسط بانک مرکزی و با کسب مجوز از بانک مرکزی ممکن خواهد بود. یکی دیگر از نکات اصلاح قانون صرافی‌ها به اعتقاد کارشناسان، زمینه‌سازی لازم برای اعطای مجوز به صرافی‌های آنلاین رمزارز است. با اصلاحات صورت گرفته در «دستورالعمل اجرایی تاسیس فعالیت و نظارت بر صرافی‌ها» به اعتقاد کارشناسان ممنوعیت معاملات برخط و آنلاین صرافی‌های فیزیکی حذف شده و این می‌تواند زمینه‌سازی برای اعطای مجوز به صرافی‌های آنلاین باشد. در ماده۱۸ این دستورالعمل آمده است: «انجام عملیات صرافی در خارج از نشانی مندرج در اساسنامه ثبت‌شده صرافی و اجازه‌نامه فعالیت صرافی یا مجوز شعبه، به استثنای عملیات صرافی در بسترهای معاملاتی برخط داخلی در چارچوب ضوابط ابلاغی بانک مرکزی ممنوع بوده و جابه‌جایی و انتقال صرافی از نشانی مندرج در اساسنامه ثبت‌شده صرافی و اجازه‌نامه فعالیت صرافی به سایر نقاط منوط به کسب مجوز از بانک مرکزی است.» بنابراین موضوع «ممنوعیت معاملات برخط» که قبلا در این دستورالعمل مشاهده می‌شد، حذف شده است و این می‌تواند زمینه‌سازی برای مجوز صرافی‌های آنلاین رمزارها باشد.

سپهیل نیکزاد به عنوان یک بیت‌کوینر با استقبال از این اصلاحیه به

همشهری گفته است: «به این ترتیب می‌توانیم شاهد فعالیت بیشتر فعالان حوزه جابه‌جایی و تبادل ارز باشیم. به نظر می‌رسد الان هم معامله‌گران

رمزارز می‌توانند با داشتن شرایط لازم دریافت مجوز صرافی فیزیکی،

این بازار را به دست بگیرند.» در همین حال، یک عضو کانون صرافان

ضمن بیان آثار منفی این دستورالعمل بر صنف صرافان کشور، گفت: این

دستورالعمل موجب حذف صرافان رسمی از بازار رسمی ارز و محرومیت

معدود شهرهای کشور که یک یا دو صرافی دارند، از خدمات صرافی

می‌شود. کامران سلطانی‌زاده در گفت‌وگو با ایسنا، ادامه داد: با تناسب

فعالیت‌های صرافی در شبکه گسترده متنوع جغرافیایی و نحوه عملیات

صرافی‌ها را در دستورالعمل پیش‌بینی نکنیم، موجب حذف صرافان رسمی

از بازار رسمی ارز می‌شود که طی ده‌ها سال برای تجمع صرافان در

فضای رسمی تلاش شده است. اکنون پلتفرم‌های غیررسمی ارز دیجیتال

بدون نظارت به صورت غیرقانونی اقدام به خرید و فروش‌های کلان ارزی

می‌کنند که فشار آوردن مضاعف به صرافان رسمی می‌تواند آثار منفی بر

صنف صرافان داشته باشد. به اعتقاد وی، در شهرستان‌ها حجم تعیین‌شده

از سرمایه برای تاسیس صرافی با توجه به حجم تبدلات پایین ارزی توجیه

اقتصادی ندارد و موجب می‌شود که معدود شهرهای کشور که یک یا دو

صرافی دارند، از خدمات صرافی محروم شوند.

نماگر بازار سهام



قیمت‌گذاری جدید شورای رقابت بدون توجه به رشد شدید بهای مواد اولیه است

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور درخصوص مصوبه اخیر شورای رقابت مبنی بر افزایش حداکثر ۹ درصدی قیمت خودرو و مولفه‌های اثرگذار بر قیمت توضیحاتی را مطرح کرد.

سیامک مقتدیری در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص عدم لحاظ بهای تمام شده در فرمول قیمت‌گذاری خودرو از سوی شورای رقابت و مولفه‌های اثرگذار بر قیمت خودرو اظهار داشت: معیار این شورا در قیمت‌گذاری خودرو جای سوال دارد. بهای مواد اولیه نظیر فولاد طی ۱۴ ماه، افزایش چهار برابری داشته، اما شورای رقابت در مصوبه اخیر خود مبنی بر افزایش حداکثر ۹ درصدی قیمت خودرو، بهای این محصول را متناسب با افزایش نرخ مواد اولیه تغییر نداده است.

وی همچنین به افزایش ۴۰ درصدی دستمزدها و رشد ۴۰ درصدی تورم در سال جاری اشاره کرد و افزود: این مولفه‌ها نیز در قیمت‌گذاری جدید خودرو از سوی شورای رقابت دیده نشده که نشان می‌دهد این شورا ملاحظات دیگری غیر از بهای تمام شده را برای تعیین قیمت خودرو در نظر می‌گیرد که روشن نیست، در صورتی که آنچه که بر همگان آشکار است، این است که بهای نهاده‌های تولید افزایش شدیدی را در ماه‌های اخیر به خود دیده است.

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور همچنین درخصوص درخواست خودروسازان و انجمن سازندگان قطعات مبنی بر تقسیم خودروهای داخلی به دو دسته عمومی و اختصاصی و تغییر نحوه قیمت‌گذاری این خودروها و ارسال نامه‌ای با همین موضوع به رئیس کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: افزایش قیمت یکی از آثار واگذاری تعیین قیمت خودروهای اختصاصی تحت عنوان خودروهای لوکس به خودروسازان است.

مقتدیری در پایان خاطرنشان کرد: اگر پس از واگذاری تعیین قیمت خودروهای لوکس به خودروسازان، بهای آن به شکل معناداری افزایش داشته باشد، ممکن است با توجه به تیراژ نه چندان بالای این محصولات، افزایش قیمت به حدی باشد که با عدم استقبال مصرف‌کنندگان مواجه شود و بدین ترتیب، هدف جبران ضرر و زیان‌های وارده بر خودروهای پرتیراژ از ناحیه قیمت‌گذاری دستوری محقق نشود.

تاثیر فولاد بر کاهش قیمت خودرو و حفظ محیط زیست



استفاده از این نوع فولاد در یک ماشین معمولی خانوادگی با ظرفیت پنج سرنشین، وزن کلی وسیله نقلیه را ۱۷۰ تا ۲۷۰ کیلوگرم کاهش می‌دهد که منجر به جلوگیری از تولید ۳ تا ۴.۵ تن گازهای گلخانه‌ای در طول چرخه عمر خودرو می‌شود. این مقدار بیشتر از کل میزان گاز دی اکسید کربن است که در طول فرآیند تولید کل فولاد موجود در خودرو منتشر می‌شود.

گروه خودروسازی World Auto Steel، برنامه‌ای سه ساله را در سال ۲۰۱۳ به تمام رساند که طی آن طرح‌های کاملاً مهندسی شده با محوریت فولاد برای وسایل نقلیه الکتریکی ارائه می‌دهد. این پروژه که به نام «وسیله نقلیه فولادی آینده» (FSV) شناخته می‌شود، دارای طرح‌های ساختار بدنه فولادی است که وزن بدنه را تا ۱۸۸ کیلوگرم کاهش می‌دهد و میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای در چرخه عمر وسیله را تا حدود ۷۰ درصد کم می‌کند. مطالعات این پروژه در سال ۲۰۰۷ آغاز شد و بر ارائه راه‌حلی برای اتومبیل‌هایی که در سال‌های ۱۵ تا ۲۰۲۰ تولید می‌شوند، تمرکز داشت. امروز شاهد استفاده کاتالوگ مواد ارائه‌شده توسط پروژه FSV در محصولات تولیدی جدید هستیم.

صنعت حمل و نقل جهانی سهم قابل توجهی در انتشار گازهای گلخانه‌ای دارد و مسئول حدود ۲۴ درصد از کل انتشار گاز دی اکسید کربن ساخته شده به دست بشر است. قانونگذاران با تعیین محدودیت‌های پیاپی در تولید گازهای گلخانه‌ای، استانداردهای مصرف سوخت و یا ترکیبی از هر دو، در پی حل این چالش هستند. بسیاری از مقررات موجود به عنوان معیارهای کاهش مصرف سوخت شروع شده و تمرکز خود را بر

استفاده از نوعی فولاد جدید در یک ماشین معمولی خانوادگی با ظرفیت پنج سرنشین، وزن کلی وسیله نقلیه را ۱۷۰ تا ۲۷۰ کیلوگرم کاهش می‌دهد که منجر به جلوگیری از تولید ۳ تا ۴.۵ تن گازهای گلخانه‌ای در طول چرخه عمر خودرو می‌شود.

به گزارش برنا، براساس اعلام سازمان بین‌المللی تولیدکنندگان وسایل نقلیه موتوری، ۹۵۶ میلیون دستگاه خودرو در سال ۲۰۱۸ تولید شده است.

به طور میانگین در هر وسیله نقلیه، ۹۰۰ کیلوگرم فولاد استفاده می‌شود، که توزیع آن به صورت زیر است:

- ۲۴ درصد در ساختار بدنه، گلگیر و درها، سقف و کاپوت و در صندوق مصرف می‌شود که نیازمند استحکام بالا و جذب انرژی در صورت تصادف است.
 - ۲۳ درصد در پیرشرانه اتومبیل که شامل چندین برای بدنه موتور و فولاد کربنی قابل ماشین‌کاری برای دنده‌های مقاوم در برابر سایش است.
 - ۱۲ درصد در سیستم تعلیق، در قالب نوارهای نوردشده مستحکم
 - باقی در چرخ‌ها، لاستیک‌ها، مخزن سوخت و سیستم فرمان و ترمز.
- امروزه فولادهای پیشرفته با استحکام بالا (AHSS) تقریباً در طراحی هر وسیله نقلیه جدید استفاده می‌شوند. این فولادها ۶۰ درصد ساختار بدنه وسایل نقلیه امروزی را تشکیل می‌دهند و با کاهش وزن وسیله نقلیه، طراحی آن را بهینه و باعث افزایش ایمنی و افزایش رانندگی سوخت می‌شوند.
- فولادهای جدید کاهش‌دهنده حجم گازهای گلخانه‌ای**
- گریدهای جدید فولادهای پیشرفته با استحکام بالا، امکان کاهش ۲۵ تا ۳۹ درصدی وزن خودرو نسبت به فولاد سنتی را به خودروسازان می‌دهند.



اعلامیه پذیرهنویسی سهام

شرکت تولیدی و خدمات صنایع نسوز توکا (سهامی عام)

ثبت‌شده به شماره ۱۷۱۶۰ و شناسه ملی ۱۰۲۶۰۰۵۷۳۶۹

تشکیل اندوخته طبق مواد ۱۴۰ و ۲۲۸ قانون تجارت هیات مدیره مکلف است هر سال یک بیستم از سود حاصل شرکت را بعنوان اندوخته قانونی موضوع نماید، همین که اندوخته قانونی یک دهم سرمایه شود موضوع کردن آن اختیاری است و در صورتی که سرمایه شرکت افزایش یابد کسر یک بیستم مذکور ادامه خواهد یافت همچنین به پیشنهاد هیات مدیره و تصویب مجمع عمومی عادی ممکن است قسمتی از سود خالص برای تشکیل سایر اندوخته ها کنار گذاشته شود.

۱۵) تعداد و امتیازات سهام ممتاز شرکت: شرکت فاقد سهام ممتاز است.

۱۶) مبلغ و تعداد اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهم: شرکت فاقد هرگونه اوراق مشارکت قابل تبدیل میباشد.

۱۷) مبلغ بازپرداخت نشده اوراق مشارکت: شرکت فاقد هر گونه مبلغ بازپرداخت نشده اوراق مشارکت است.

۱۸) مبلغ دیون شرکت و همچنین مبلغ دیون اشخاص ثالث که توسط شرکت تسعین شده‌اند: مطابق با صورت‌های مالی حسابرسی شده منتهی به ۱۳۹۱/۰۶/۳۱ مجموع بدهی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت شرکت به ترتیب برابر با ۱,۷۱۵,۴۲۸ و ۹۱,۷۵۵ میلیون ریال می‌باشد. همچنین بر اساس پادداشت ۳۱ همراه صورت‌های مالی حسابرسی شده مزبور بدهی‌های احتمالی به همراه مبلغ تضمین‌های اطمینانی در خصوص بدهی‌های اشخاص ثالث برابر با ۲۲,۰۵۰,۵۰۰ میلیون ریال می‌باشد.

۱۹) مدت پذیرهنویسی: پذیرهنویسی از اول وقت آداری روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۲/۰۲/۱۴ آغاز و تا پایان وقت آداری روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۲/۰۲/۲۳ به‌مدت ۱۵ روز ادامه خواهد داشت.

نذکر: چنانچه سقف سرمایه تعیین‌شده قبل از انقضای مهلت پذیرهنویسی تکمیل و وجوه مربوطه تأمین گردد، عملیات پذیرهنویسی متوقف خواهدشد.

۲۰) حداقل و حداکثر سهمی که هنگام پذیرهنویسی باید تعهد شود: حداقل یک سهم و حداکثر ۲۱,۳۹۸,۳۷۱ سهم.

۲۱) مشخصات متعهد پذیرهنویسی و میزان تعهدات آن:

نام متعهد	شخصیت حقوقی	میزان تعهدات	موضوع فعالیت
شرکت سرمایه گذاری نوکافولاد	سهامی عام	خرید کلیه حق تقدمهای استفاده نشده	سرمایه گذاری و مشارکت و در اختیار گرفتن اداره شرکت ها و موسسات
شرکت غلظت ها و لاستیک های صنعتی مبارکه	سهامی خاص	خرید کلیه حق تقدمهای استفاده نشده	خدماتی و تولیدی

۲۲) روزنامه کثیرالانتشار: روزنامه کثیرالانتشاری که اطلاعاتها و آگهی‌های ناشر در آن منتشر می‌شود روزنامه دنیای اقتصاد و اسفهان امروز می باشد. همچنین اعلامیه مذکور در روزنامه های کار و کارگر و فرصت امروز (بر اساس مفاد ماده ۱۷۲ لایحه اصلاحی قسمتی از قانون تجارت) نیز منتشر می گردد.

۲۳) چگونگی پذیرهنویسی: با توجه به ثبت شرکت تولیدی و خدمات صنایع نسوز توکا (سهامی عام) نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، پذیرهنویسی سهام این شرکت تماماً از طریق شبکه کارگزاری انجام خواهد شد. متقاضیان پذیرهنویسی می توانند در مهلت تعیین‌شده برای پذیرهنویسی با مراجعه به شرکت های کارگزاری عضو فرابورس ایران نسبت به ارائه تقاضای سفارش خرید اقدام نمایند. ضمناً خریداران حق تقدم فوقی، می‌بایست علاوه بر مبلغ پرداختی بابت حق‌تقدم، مبلغ اسبی هر سهم را نیز به کارگزار مربوطه بپردازند.

۲۴) مشخصات حساب بانکی ناشر: مبلغ دریافتی توسط کارگزار ناظر باید به حساب زیر واریز گردد:

حساب شماره ۸۲۷۰۱-۶۹۰۰ به‌نام شرکت تولیدی و خدمات صنایع نسوز توکا (سهامی عام)، نزد بانک تجارت شعبه هزار حریب اسفهان کد شعبه ۶۹۰۰

۲۵) کلیه اطلاعات و مدارک مربوط به شرکت شامل: اساسنامه، طرح اعلامیه پذیرهنویسی و آخرین صورت‌های مالی به اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری اسفهان تسلیم شده‌است. همچنین گزارش توجیهی هیئت‌مدیره در خصوص افزایش سرمایه، گزارش بازرس قانونی و بایگیه ثبت سهام در دست انتشار در سایت اینترنتی شرکت به آدرس www.tukarefir و سایت رسمی ناشران اوراق بهادار به آدرس www.Codal.ir در دسترس علاقه‌مندان می‌باشد.

نام سهامدار	نوع شخصیت حقوقی	تعداد سهام	درصد مالکیت
شرکت سرمایه گذاری نوکافولاد	سهامی عام	۶۹,۸۹۹,۶۶۴	۲۶.۶۰
سایرین	-	۸۰,۱۰۰,۳۳۶	۵۳.۴
جمع کل	-	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰٪

۲۷) نحوه عمل در صورت عدم تکمیل پذیرهنویسی سهام شرکت: شرکت سرمایه گذاری نوکافولاد (سهامی عام) و شرکت غلظت ها و لاستیک های صنعتی مبارکه (سهامی خاص) متعهد گردیده اند تا نسبت به خرید کل حق تقدمهای استفاده نشده ظرف مدت ۵ روز پیاپی مهلت پذیره نویسی اقدام نمایند.

نکات مهم:

- مسئولیت صحت و قابلیت اتکای اطلاعات اعلامیه پذیرهنویسی بر عهده ناشر است.
- ناشر، شرکت تأمین سرمایه، حسابرسان، ارزش یابان و مشاوران حقوقی ناشر، مسئول جبران خسارت وارده به سرمایه‌گذارانی هستند که در اثر قصور، تقصیر، تخلف و یا به‌دلیل ارائه اطلاعات ناقص و خلاف واقع در عرضه اولیه که ناشی از فعل یا ترک فعل آن ها باشد، متضرر گردیده‌اند.
- ثبت اوراق بهادار نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، به‌منظور حصول اطمینان از رعایت مقررات قانونی و مصوبات سازمان بورس و اوراق بهادار و شفافیت اطلاعاتی بوده و به‌منزله تأیید مزایا، تضمین سودآوری و یا توصیه و سفارشی در مورد شرکت‌ها یا طرح‌های مرتبط با اوراق بهادار توسط سازمان نمی‌باشد.
- پذیره نویسان می توانند در صورت مشاهده هر گونه تخلف از موارد یادشده در این اعلامیه مراتب را کتبی به سازمان بورس و اوراق بهادار به آدرس زیر ارسال نمایند.

تهران - ابتدای خیابان ملاصدرا - شماره ۱۳ سازمان بورس و اوراق بهادار - اداره نظارت بر انتشار و ثبت اوراق بهادار سرمایه‌ای

به اطلاع می‌رساند به‌استناد مصوبه مجمع عمومی فوق‌العاده ۱۳۹۱/۰۹/۰۴ و مجوز شماره ۱۳۱-۱۳۹۱/۰۷/۲۴ مورخ ۱۳۹۱/۰۸/۰۶ سازمان بورس و اوراق بهادار مقرر گردید سرمایه شرکت از مبلغ ۱۵۰ میلیارد ریال به‌مبلغ ۷۷۰ میلیارد ریال، افزایش یابد. در مهلت تعیین‌شده جهت استفاده از حق تقدم خرید سهام، تعداد ۲۹۸,۷۰۱,۷۲۹ سهم از سهام جدید توسط سهامداران شرکت پذیرهنویسی گردیده است. با عنایت به انقضای مهلت استفاده از حق تقدم مذکور و به‌منظور تحقق افزایش سرمایه، تعداد ۲۱,۳۹۸,۳۷۱ سهم ۱,۰۰۰ ریالی استفاده نشده سهامداران برای پذیرهنویسی عمومی با عنایت به مجوز شماره ۴۱۸۱-۱۳۹۲/۰۲/۲۰ مورخ ۱۳۹۲/۰۲/۱۰ اداره ثبت شرکت ها به‌شرح زیر عرضه می‌گردد:

موضوع فعالیت شرکت

موضوع فعالیت شرکت طبق ماده سه اساسنامه عبارت است از:

- الف- ساخت و تولید کلیه محصولات و فرآورده های نسوز، تعمیر و نگهداری انواع نسوز، انجام خدمات مکانیکی، برقی، تلسیاتی، نصب و راه اندازی و کلیه عملیات بیمه‌انگاری.
- ب- مشاوره، مطالعه، تهیه طرح نظارت‌انجام پیمانکاری مربوط به ایجاد واحدهای تولیدی و صنعتی.
- ج- صادرات و واردات کلیه ادوات و تجهیزات، ماشین آلات تولیدی و مواد اولیه ای که به نحوی از انحاء با موضوع فعالیت شرکت مرتبط باشد.
- د- انجام کلیه معاملات، مبادلات مالی و بازرگانی و صنعتی و سرمایه گذاری در سایر شرکت ها و موسسات که با موضوع فعالیت شرکت به طور مستقیم یا غیر مستقیم مرتبط باشد.
- و- اخذ هر گونه نمایندگی از شرکت ها و سازمان ها در ارتباط با موضوع فعالیت شرکت وفق تعهدات مربوط.

- ۱) مرکز اصلی و نشانی شعب شرکت و کد پستی:
- آدرس دفتر مرکزی: استان اسفهان - شهر اسفهان - محله هزار حریب - خیابان ششم ملاصدرا - پلاک ۱۲/۱ - کد پستی ۸۱۶۸۳۴۳۱۵۷
- آدرس کارخانه: استان اسفهان - شهر اسفهان - شهرک صنعتی سه راهی مبارکه - آخر خیابان دهم - فاز دوم - پلاک ۸ - کد پستی ۸۴۸۶۱۳۵۱۷۶
- ۳) سرمایه فعلی شرکت: ۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال.
- ۴) موضوع افزایش سرمایه: اجرای طرح توسعه پروژه تولید نسوزهای لاجر کوبن منیزیت.
- ۵) محل افزایش سرمایه: مبلغ ۲۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی و مبلغ ۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال از محل سود انباشته.
- ۶) مبلغ افزایش سرمایه: ۶۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال.
- ۷) مبلغ سرمایه پس از افزایش: ۷۷۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال.
- ۸) مدت شرکت: نامحدود.
- ۹) نوع سهام: عادی با نام و شرکت فاقد سهام ممتاز است.
- ۱۰) مبلغ مشارکت شده توسط سهامداران شرکت: ۲۹۸,۷۰۱,۷۲۹,۰۰۰ ریال.
- ۱۱) تعداد سهام قابل عرضه به عموم: ۲۱,۳۹۸,۳۷۱ سهم.
- ۱۲) مشخصات اعضای هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت:

لشخص حقوقی	شماره ثبت	تأسیسه ملی	نام پدر	شماره شناسنامه	کد ملی	سمت
شرکت سرمایه گذاری نوکا فولاد	۶۱۲۴	۱۰۲۶۰۳۲۳۵۱۸	حسین علی	۱۴	۶۳۳۹۸۴۵۴۴۴	رئیس هیئت مدیره (غیر مؤلف)
شرکت بازرگانی نوکا مبارک	۷۹۳۱	۱۰۲۶۰۳۹۰۴۴۷	محمد رفیع	۷۳	۶۴۹۹۸۹۹۱۸	نائب رئیس هیئت مدیره (غیر مؤلف)
شرکت غلظت ها و لاستیک های صنعتی مبارکه	۷۳۷۳	۱۰۲۶۰۳۸۲۸۰۱	عطاءاله برنا	۱۱۴۹	۱۳۸۴۴۳۳۵۰	عضو هیئت مدیره (مؤلف)
شرکت راهبریان فولاد اسفهان	۱۹۹۱۵	۱۰۲۶۰۴۰۷۷۷۰	سید اصغر مننی	۵۹۰	۱۳۸۷۸۵۸۹۴۵	عضو هیئت مدیره (غیر مؤلف)
شرکت صنعتی و تولیدی ایران فوب	۴۱۴۷	۱۰۲۶۰۳۵۳۹۹۴	محمد جواد کریمی	۶۷۸	۱۳۸۶۴۱۸۱۳۵	مدیرعامل و عضو هیئت مدیره (مؤلف)

• شرکت فاقد عضو علی البدل هیئت مدیره می‌باشد.

۱۳) شرایط حضور و حق رأی صاحبان سهام در مجامع عمومی: در کلیه مجامع عمومی، صاحبان سهام می‌توانند شخصاً یا وکیل یا قائم مقام قانونی اشخاص حقیقی و نماینده یا نمایندگان اشخاص حقوقی صرف نظر از تعداد سهام خود به شرط ارائه مدارک وکالت یا نمایندگی حضور بهم رسانند و هر سهامدار برای هر سهم فقط یک رای خواهد داشت.

۱۴) مقررات اساسنامه راجع به تقسیم سود، تشکیل اندوخته و تقسیم دارایی بعد از تصفیه: تقسیم سود طبق ماده ۹۰ اعلامیه قانون تجارت بین صاحبان سهام فقط پس از تصویب مجمع عمومی حایز خواهد بود و در صورت وجود منافع تقسیم ۱۰ درصد از سود سالانه بین صاحبان سهام الزامیست.

استاندار ادربایجان سرفی:

آماده گسترش همکاری باجمهوری آذربایجان هستیم



فناوری های نو را گسترش داد.

استاندار آذربایجان شرقی اظهار کرد: با اتمام جنگ قره باغ و توافق برای ایجاد صلح پایدار در منطقه، فرصت خوبی برای گسترش صلح در منطقه و همکاری همه کشورها فراهم شده است.

وی گفت: در پنجاهمین سالگرد بهره برداری از سدهای ارس و میل مغان بر روی رودخانه ای جمع شده ایم که بیش از یک رود معنا دارد،

مدیرعامل آفآهرمزگان؛

پروژه فاضلاب «تیاب» متوقف نشده



”امین قصمی“ در خصوص جزئیات این طرح گفت: حجم عملیاتی این طرح شامل ۱۸ کیلومتر شبکه جمع آوری فاضلاب، یکپرز و ۹۰۰ متر خط انتقال، ایستگاه پمپاژ فاضلاب و تصفیه خانه‌ای به ظرفیت ۸۸۰ مترمکعب در روز با فرآیند تصفیه MBR است.

به گفته وی؛ اعتبار هزینه شده برای ایسن طرح ۱۸۰ میلیارد ریال

شهردار همدان خبر داد:

احداث بلوار قدر شمالی در مراحل پایانی



وی با تشکر از مدیر منطقه سه شهرداری و همکاران ایشان به واسطه تلاش مستمری که در اجرای مطلوب و فنی پروژه‌ها به کار گرفته‌اند، ابراز کرد: در ادامه نیز با همت این عزیزان بلوار قدر را به میدان امام حسین

آذربایجان شرقی – **ماهان فلاح:** استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه این استان از طرف دولت، مسئول گسترش تجارت با جمهوری آذربایجان شده است، گفت: آماده هر گونه همکاری در این زمینه هستیم. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، محمدرضا پورمحمدی در جشن پنجاهمین سالگرد بهره برداری از سدهای ارس و میل مغان با اشاره به اشتراک های فرهنگی، دینی و تاریخی مردم کشورهای با جمهوری آذربایجان گفت: به لحاظ اقتصادی هم ظرفیت‌های مناسبی برای همکاری وجود دارد.

وی با اشاره به اینکه تفاهنامه های متعددی برای تسهیل تجارت بین ۲ کشور منعقد شده است، گفت: در حال حاضر روابط ما با کشور برادر، آذربایجان در سطح بهتری نسبت به هشت سال قبل قرار دارد. پورمحمدی خاطرنشان کرد: در سه‌سال گذشته بیش از پنج دیدار دو جانبه میان روسای جمهور دو دولت انجام پذیرفته است و مقامات و وزرای طرفین برای گسترش سطح روابط، دیدارهای زیادی داشته اند که از ثمرات آن می‌توان به قراردادهای مشارکت برای تأسیس کارخانه خودروسازی، تولید دارو و قراردادهای حوزه‌های نفت، برق و راه‌آهن اشاره کرد باید همکاری در همه حوزه ها علمی، فرهنگی صنعتی و

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: ”تیاب“ نخستین روستای بهره مند از شبکه جمع آوری فاضلاب در حالی که بهره مندی شهرهای هرمزگان از شبکه جمع آوری فاضلاب به عنوان یکی از شاخص های توسعه، در دولت دوازدهم شتاب بیشتری گرفته، ضرورت اجرای این طرح در روستاها نیز با هدف حفظ محیط زیست، حفاظت از منابع آبهای زیرزمینی و ارتقاء شاخص‌های بهداشتی روستاییان بیش از پیش احساس می شود. در همین رابطه و با تحقق طرح یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی، نخستین طرح جمع آوری فاضلاب روستایی هرمزگان در روستای «تیاب» شهرستان میناب که آغاز عملیات اجرایی آن به یک دهه قبل برمی گردد، با شتاب هر چه بیشتر ادامه و سرانجام صبح دیروز (۴ خرداد ۱۴۰۰)به عنوان یکی از نتایج مهم یکپارچه سازی با دستور ویدونوکنفرانسی روزیروز بهره برداری و افتتاح شد. طرحی که قرار است بنا به گفته مدیرعامل آب و فاضلاب هرمزگان؛ علاوه بر ارتقاء شاخص‌های بهداشتی، پیامدهای اجتماعی و اقتصادی قابل توجهی را برای روستاییان به ارمغان آورد.

همدان – خبرنگار فرصت امروز: شهردار همدان همراه با مدیر منطقه ۳ شهرداری همدان از مراحل اجرایی بلوار قدر بازدید کرد و ضمن ابراز رضایت از میزان و نحوه انجام پروژه‌های عمرانی سطح منطقه سه، از بهبود کیفی فضای موجود و رفع ترافیک با بازگشایی معبر قدر سخن گفت.

عباس صوفی، در حاشیه این بازدید، عنوان کرد: بر اساس آنچه در برنامه‌ریزی مد نظر قرار داشت و قبول آن را نیز به مردم عزیز و شهروندان این منطقه داده بودیم، عملیات احداث بلوار قدر در مراحل پایانی عملیات اجرایی قرار دارد.

صوفی با بیان اینکه بلوار قدر معبر ارتباطی بلوار حضرت امام (ع) به منطقه خضر خواهد بود به مزایای تحقق این پروژه در منطقه، اشاره کرد و گفت: این معبر قطعاً در رفع ترافیک موجود و همینطور افزایش کیفی فضای موجود موثر خواهد بود.

بیش از ۳ هزار نفر ساعت آموزش در گاز گیلان برگزار شد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: با هدف بهبود سطح بهره وری در سازمان و به تبع آن افزایش سطح رضایتمندی مشتریان و مصرف کنندگان گاز طبیعی در استان، در فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰، بیش از ۳ هزار نفر ساعت آموزش حین خدمت در گاز گیلان برگزار شده است. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، روز چهارشنبه ۵ خرداد حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان درخصوص روند دانش افزایی کارکنان شرکت اظهار داشت: در دو ماه ابتدایی سال جاری بیش از ۳ هزار نفر ساعت دوره آموزشی در این شرکت برگزار شده است. وی با بیان اینکه ۱۹۶ نفر از کارکنان فنی و عملیاتی در این دوره های



پنج انتصاب در شرکت برق منطقه ای خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: با احکام جداگانه ای از سوی مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان، معاونت برنامه ریزی و تحقیقات، سرپرست دفتر خدمات مشترکین، وصول درآمد و مدیریت مصرف، سرپرست دفتر مدیریت بحران، پدافند غیرعامل و HSE، سرپرست دفتر هیئت مدیره، مدیرعامل و حسابرسی داخلی و مدیر امور بهره برداری ناحیه ارجان این شرکت، منصوب شدند. محمود دشت بزرگ در احکامی ، کیورث زمانی را به معاونت برنامه ریزی و تحقیقات این شرکت منصوب کرد. وی در حکم دیگری، علی اصغر فرخی راد را به عنوان سرپرست دفتر خدمات مشترکین، وصول درآمد و مدیریت مصرف منصوب کرد. بر اساس احکام صادره همچنین سعید برادران به عنوان سرپرست دفتر هیئت مدیره، مدیرعامل و حسابرسی داخلی و بیژن بابادی به عنوان سرپرست دفتر مدیریت بحران، پدافند غیرعامل و HSE منصوب شدند. عبدالصاحب کفایت نیز با حکم مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان به عنوان مدیر امور بهره برداری ناحیه ارجان منصوب شد.

رشد ۸۶ درصدی کمکهای مردمی و خدمات این نهاد در ماه رمضان

قم – خبرنگار فرصت امروز: کمیته امداد استان قم امسال در بخش های معیشتی، زکات، نظریه، کفارات و اکرام ایام و محسنین ۸۶ درصد نسبت به ماه مبارک رمضان سال گذشته رشد داشته است. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی کمیته امداد، سید محمدرضا میره ای، معاون توسعه مشارکتهای مردمی کمیته امداد استان قم ضمن قدردانی از مردم نیکوکار استان که همیشه این نهاد را یاری کرده اند گفت: قمی ها با یتیم نواری و دستگیری از محرومان، امسال هم مانند سالهای قبل خوش درخشیدند وی با بیان اینکه امسال ۲۰۰ هزار پرس غذای گرم و حدود ۱۶ هزار بسته معیشتی به ارزش ۱۷۰ میلیارد ریال در بین نیازمندان توزیع شده است گفت: این رقم نسبت به ماه رمضان سال گذشته ۷۰ درصد رشد داشته است. میره ای از جمع آوری یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان زکات، نظریه و کفارات در استان قم خبر داد و گفت: این مبلغ در اسرع وقت با اولویت خانواده های نیازمند معیشت و دارای بیماران خاص به حساب آنها واریز شد. وی رشد ۵۰ درصدی کمکهای مردمی به ایام را تشریح و بیان کرد: این کمک ها در سال گذشته دو میلیارد تومان بوده است که امسال به حدود سه میلیارد تومان رسیده است.

در فروردین و اردیبهشت امسال صورت گرفت

تولید بیش از ۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون کیلووات ساعت انرژی در نیروگاه شهید رجایی

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: بیش از ۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون کیلووات ساعت انرژی خالص در ۲ ماهه امسال از سوی واحدهای سیزده گانه نیروگاه شهید رجایی، تولید و به شبکه سراسری تحویل شد. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، در ۲ ماهه امسال، ۱ میلیارد و ۸۴۳ میلیون و ۱۹۷ هزار و ۳۰۰ کیلووات ساعت انرژی الکتریکی خالص در واحدهای سیزده گانه نیروگاه، تولید و به شبکه سراسری تحویل شده است. از این میزان انرژی، ۹۶۶ میلیون و ۳۴۴ هزار و ۳۰۰ کیلووات ساعت انرژی در واحدهای نیروگاه سیکل ترکیبی و ۸۷۶ میلیون و ۵۵۳ هزار کیلووات ساعت انرژی در واحدهای نیروگاه بخار تولید شده است. در بازه زمانی ۲ ماهه امسال، تولید انرژی الکتریکی خالص در این نیروگاه، حدود ۶ درصد نسبت به مدت زمان مشابه سال گذشته رشد داشته است. نیروگاه شهید رجایی با دارا بودن ۱۳ واحد بخاری و سیکل ترکیبی و تولید سالانه حدود ۱۲ میلیارد کیلووات ساعت انرژی، ۴ درصد از نیاز مصرف کشور را به این انرژی تامین می کند.

برگزاری ۱۲ دوره آموزش HSE در شرکت گاز استان ایلام

ایلام – منصوری: مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام از برگزاری ۱۲ دوره آموزشی با یکپهزار ۸۱۶ نفر ساعت در زمینه‌های ایمنی و بهداشت، محیط زیست، مدیریت بحران و پدافند غیرعامل در سال گذشته در این مجموعه خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان ایلام؛ "عباس شمس اللهی" افزود: این آموزش‌ها در زمینه شناسایی و ارزیابی مخاطرات محیطی، مخاطرات فرایندی، مخاطرات بهداشت شغلی، آموزش غیر حضوری موج چهارم کرونا، واکنش در شرایط اضطراری، مقابله با شیوع ویروس کرونا، آموزش عبرت آموزی از حوادث مهم، رانندگی تدافعی و یکارگیری لوازم حفاظت فردی بوده است. وی با بیان اینکه در سال گذشته برای گروه‌های هدف از جمله نیروهای رسمی و پیمانکاری بیش از یکپهزارو ۸۱۶ نفر ساعت دوره های تخصصی HSE برگزار شده است، اظهار داشت: علاوه بر آموزش الزامات قانونی از جمله استقرار سیستم‌های مدیریتی و ایلامی‌های بالادستی، اجرای دوره آموزش رانندگی تدافعی و برگزاری آموزش‌های منتج از اقدامات کنترلی ریسک‌های شناسایی شده، حوادث و شبه حوادث و با اتفاقات گذشته از طریق آموزش‌های تخصصی، می‌توان احتمال وقوع آنها را به حداقل رساند. مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام با اشاره به اینکه یکی از راه‌های کنترل حوادث، برگزاری آموزش‌های HSE می‌باشد که خوشبختانه در شرکت گاز استان ایلام نتیجه بخش بوده است، تصریح کرد: ضعف سامانه‌های نظارتی، بی‌انضباطی بارز محیط کار، عدم پایشندی به موازین اولیه ایمنی، بکارگیری غیر اصولی از ابزار و تجهیزات، عدم رعایت مقررات و دستورالعمل‌های ایمنی از دلالت بروز حوادث می‌باشند که با برگزاری آموزش‌های تخصصی می‌توان از رخداد حوادث جلوگیری کرد.

دیدارمدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از خانواده شهید گرانقدر موسوی و همکار بازنشسته رحمت محمدی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان به اتفاق مسئول حوزه نمایندگی ولی فقیه اداره کل با حضور در منزل شهید بزرگوار سید جمال موسوی و همکار بازنشسته آقای رحمت محمدی از خانواده ایشان دیدار نمودند. در جهت تجلیل از مقام شامخ شهدا و یادگاران دفاع مقدس روز مقاومت ایثار و پیروزی ، مدیر کل ،مسئول محترم حوزه نمایندگی ولی فقیه و هیئت همراه در منزل شهید بزرگوار سید جمال موسوی حضور یافته و از خانواده مکرم این شهید گرانقدر دیدار کردند.شایان ذکر است عبدالرحیم لطفی مدیرکل این اداره کل به اتفاق همراهان در منزل همکار بازنشسته منابع طبیعی استان، کرماند پر تلاش و خستگی ناپذیر آقای رحمت محمدی نیز حضور یافتند و از ایشان عیادت نمودند.

برگزاری مراسم افتتاح و بهره برداری مرکز دیالیز شهرستان میناردود

ساری – دهقان: به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، مرکز دیالیز کلینیک تخصصی حاج مصطفی آشوری میناردود با ۲۵۰ مترمربع زیربنا با اعتبار نزدیک به ۴۵ میلیارد ریال امروز طی مراسمی با حضور نمایندگان مردم ساری و میناردود در مجلس شورای اسلامی، رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران و جمعی از مسئولان این شهرستان افتتاح و به بهره‌برداری رسید. این مرکز دیالیز دارای ۱ تخت مجهز و مدرن می‌باشد که هزینه توسعه فضای فیزیکی ، تامین ۳ دستگاه دیالیز و تجهیز این مرکز توسط حاج مصطفی آشوری و تامین دودستگاه دیالیز دیگر توسط جمعی از خیرین میناردودی پرداخت شده است. گفتنی است در پایان این مراسم از حاج مصطفی آشوری و چند تن از خیرین شهرستان میناردود تجلیل شد.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان:

بر تحکیم بنیان خانواده وترویج ازدواج آسان با برگزاری دوره های آموزشی تاکید کرد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان گفت: تسهیلگری در امر ازدواج وتقویت این فرهنگ در خانواده ها در تشویق جوانان به ازدواج وافزایش جمعیت جوان در استان موثر است. عباس علیزاده بر تحکیم بنیان خانواده وترویج ازدواج آسان با برگزاری دوره های آموزشی تاکید کرد. به گزارش روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان: روز گذشته کارگاه آموزشی تحکیم بنیان خانواده با حضور عباس علیزاده مدیرکل تعاون،کار و رفاه اجتماعی استان گیلان در اداره کل برگزار شد.عباس علیزاده هدف از برگزاری این دوره آموزشی را که همزمان با برگزاری مراسم اجرای سیاست های جمعیتی از سوی مقام معظم رهبری و تحقق شعار "ارتقای بویایی ، بالذکی و جوانی جمعیت" عنوان کرد.مدیرکل با بیان اینکه استان گیلان از حیث جمعیت جزء پربترین استان های کشور است تصریح کرد:تسهیلگری در امر ازدواج وتقویت این فرهنگ در خانواده ها در تشویق جوانان به ازدواج و افزایش جمعیت جوان در استان موثر است. وی اضافه کرد: توجه به تحکیم بنیان خانواده وترویج ازدواج آسان با برگزاری دوره های آموزشی در این زمینه از الزامات مهم اموراجتماعی است. دریابان به منظور تشویق و ترغیب کارکنان جوان در انجام این سنت حسنه ، از یک تن از کارکنان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان که در سال جاری اقدام به امر این خدابستانه کرد توسط مدیرکل تقدیر شد.



بر اساس احکام صادره همچنین سعید برادران به عنوان سرپرست دفتر هیئت مدیره، مدیرعامل و حسابرسی داخلی و بیژن بابادی به عنوان سرپرست دفتر مدیریت بحران، پدافند غیرعامل و HSE منصوب شدند. عبدالصاحب کفایت نیز با حکم مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان به عنوان مدیر امور بهره برداری ناحیه ارجان منصوب شد.

رشد ۸۶ درصدی کمکهای مردمی و خدمات این نهاد در ماه رمضان



توزیع شده است گفت: این رقم نسبت به ماه رمضان سال گذشته ۷۰ درصد رشد داشته است. میره ای از جمع آوری یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان زکات، نظریه و کفارات در استان قم خبر داد و گفت: این مبلغ در اسرع وقت با اولویت خانواده های نیازمند معیشت و دارای بیماران خاص به حساب آنها واریز شد. وی رشد ۵۰ درصدی کمکهای مردمی به ایام را تشریح و بیان کرد: این کمک ها در سال گذشته دو میلیارد تومان بوده است که امسال به حدود سه میلیارد تومان رسیده است.



واحدهای نیروگاه بخار تولید شده است. در بازه زمانی ۲ ماهه امسال، تولید انرژی الکتریکی خالص در این نیروگاه، حدود ۶ درصد نسبت به مدت زمان مشابه سال گذشته رشد داشته است. نیروگاه شهید رجایی با دارا بودن ۱۳ واحد بخاری و سیکل ترکیبی و تولید سالانه حدود ۱۲ میلیارد کیلووات ساعت انرژی، ۴ درصد از نیاز مصرف کشور را به این انرژی تامین می کند.

برگزاری ۱۲ دوره آموزش HSE در شرکت گاز استان ایلام

ایلام – منصوری: مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام از برگزاری ۱۲ دوره آموزشی با یکپهزار ۸۱۶ نفر ساعت در زمینه‌های ایمنی و بهداشت، محیط زیست، مدیریت بحران و پدافند غیرعامل در سال گذشته در این مجموعه خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان ایلام؛ "عباس شمس اللهی" افزود: این آموزش‌ها در زمینه شناسایی و ارزیابی مخاطرات محیطی، مخاطرات فرایندی، مخاطرات بهداشت شغلی، آموزش غیر حضوری موج چهارم کرونا، واکنش در شرایط اضطراری، مقابله با شیوع ویروس کرونا، آموزش عبرت آموزی از حوادث مهم، رانندگی تدافعی و یکارگیری لوازم حفاظت فردی بوده است. وی با بیان اینکه در سال گذشته برای گروه‌های هدف از جمله نیروهای رسمی و پیمانکاری بیش از یکپهزارو ۸۱۶ نفر ساعت دوره های تخصصی HSE برگزار شده است، اظهار داشت: علاوه بر آموزش الزامات قانونی از جمله استقرار سیستم‌های مدیریتی و ایلامی‌های بالادستی، اجرای دوره آموزش رانندگی تدافعی و برگزاری آموزش‌های منتج از اقدامات کنترلی ریسک‌های شناسایی شده، حوادث و شبه حوادث و با اتفاقات گذشته از طریق آموزش‌های تخصصی، می‌توان احتمال وقوع آنها را به حداقل رساند. مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام با اشاره به اینکه یکی از راه‌های کنترل حوادث، برگزاری آموزش‌های HSE می‌باشد که خوشبختانه در شرکت گاز استان ایلام نتیجه بخش بوده است، تصریح کرد: ضعف سامانه‌های نظارتی، بی‌انضباطی بارز محیط کار، عدم پایشندی به موازین اولیه ایمنی، بکارگیری غیر اصولی از ابزار و تجهیزات، عدم رعایت مقررات و دستورالعمل‌های ایمنی از دلالت بروز حوادث می‌باشند که با برگزاری آموزش‌های تخصصی می‌توان از رخداد حوادث جلوگیری کرد.

دیدارمدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از خانواده شهید گرانقدر موسوی و همکار بازنشسته رحمت محمدی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان به اتفاق مسئول حوزه نمایندگی ولی فقیه اداره کل با حضور در منزل شهید بزرگوار سید جمال موسوی و همکار بازنشسته آقای رحمت محمدی از خانواده ایشان دیدار نمودند. در جهت تجلیل از مقام شامخ شهدا و یادگاران دفاع مقدس روز مقاومت ایثار و پیروزی ، مدیر کل ،مسئول محترم حوزه نمایندگی ولی فقیه و هیئت همراه در منزل شهید بزرگوار سید جمال موسوی حضور یافته و از خانواده مکرم این شهید گرانقدر دیدار کردند.شایان ذکر است عبدالرحیم لطفی مدیرکل این اداره کل به اتفاق همراهان در منزل همکار بازنشسته منابع طبیعی استان، کرماند پر تلاش و خستگی ناپذیر آقای رحمت محمدی نیز حضور یافتند و از ایشان عیادت نمودند.

برگزاری مراسم افتتاح و بهره برداری مرکز دیالیز شهرستان میناردود

ساری – دهقان: به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، مرکز دیالیز کلینیک تخصصی حاج مصطفی آشوری میناردود با ۲۵۰ مترمربع زیربنا با اعتبار نزدیک به ۴۵ میلیارد ریال امروز طی مراسمی با حضور نمایندگان مردم ساری و میناردود در مجلس شورای اسلامی، رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران و جمعی از مسئولان این شهرستان افتتاح و به بهره‌برداری رسید. این مرکز دیالیز دارای ۱ تخت مجهز و مدرن می‌باشد که هزینه توسعه فضای فیزیکی ، تامین ۳ دستگاه دیالیز و تجهیز این مرکز توسط حاج مصطفی آشوری و تامین دودستگاه دیالیز دیگر توسط جمعی از خیرین میناردودی پرداخت شده است. گفتنی است در پایان این مراسم از حاج مصطفی آشوری و چند تن از خیرین شهرستان میناردود تجلیل شد.



است. گفتنی است در پایان این مراسم از حاج مصطفی آشوری و چند تن از خیرین شهرستان میناردود تجلیل شد.

زیرا هم ثروتی فرهنگی و هم شریان حیاتی اقتصاد این مردمان است. جشن ۵۰ سالگی همکاری های آبی ایران و جمهوری آذربایجان در بهره برداری مشترک از آب سدهای ارس و میل مغان با حضور وزیر نیروی کشورمان و نخست وزیر جمهوری خودمختار نخجوان برگزار شد. این گزارش حاکی است، ایران و جمهوری آذربایجان به عنوان دو کشور مسلمان و همسایه به واسطه رودخانه ارس مرز مشترک دارند که مرز دوستی محسوب می شود و بر روی آن تاکنون سدهای اصلی ارس به ظرفیت ۲/۱ میلیارد مترمکعب و خدآفرین با گنجایش ۱۶ میلیارد مترمکعب احداث شده و در حال بهره برداری هستند.

همچنین سدهای تنظیمی و انحرافی «میل مغان» در استان اردبیل با ۳۲ میلیون مترمکعب ظرفیت و «قیز قلعه سی» در آذربایجان شرقی با ۶۰ میلیون مترمکعب گنجایش، بر روی رودخانه مرزی ارس با هدف توسعه کشاورزی در اراضی پایاب با همکاری ایران و جمهوری آذربایجان احداث شده است.

لازم به ذکر است با حضور وزیر نیروو آگیری سد قیزقلعه سی در شهرستان خدآفرین و سد گردیان در شهرستان جلفا و بهره برداری شبکه پایاب یکانات شهرستان مرند آغاز شد.

بوده است.

وی در ادامه در خصوص گلابه اهالی روستای تیاب نسبت به عدم نصب انشعابات فاضلاب، گفت: با توجه به تکمیل یکج فاضلاب تیاب شامل خط انتقال، شبکه جمع آوری، ایستگاه پمپاژ و تصفیه خانه فاضلاب، اهالی روستا پایستی برای بهره مندی از این طرح نسبت به خرید انشعاب اقدام نمایند.

وی افزود: در حال حاضر ۳۵۰ انشعاب فاضلاب نصب شده است که در صورت خرید انشعاب از سوی مشترکین، آبفا نسبت به وصل این انشعابات به شبکه جمع آوری فاضلاب اقدام می کند. مدیرعامل آبفا استان در ادامه اظهار داشت: با توجه به اینکه طرح فاضلاب تیاب از یک دهه قبل آغاز شده است، در حال حاضر در برخی مناطق بازسازی خطوط انتقال قدیمی فاضلاب کماکان در دست اجراست که این مسئله مانع افتتاح و بهره برداری رسمی نبوده، به طوری در حال حاضر فاضلاب برخی مناطق از طریق ایستگاه پمپاژ به تصفیه خانه فاضلاب منتقل شده است.

(ع) خواهیم رساند تا شاهد تسهیل در حمل و نقل و رفع ترافیک در این منطقه باشیم.

وی با بیان اینکه عملیات آسفالت‌ریزی بلوار قدر با تلاش شبانه روزی عوامل اجرایی این منطقه و اکوپب سازمان عمران شروع شده است خاطر نشان کرد: این پروژه در حدود ۳۰۰۰ تن آسفالت نیاز دارد و بعد از اتمام پروژه آسفالت‌ریزی در آینده‌ای نزدیک به بهره‌برداری خواهد رسید.

مدیر منطقه سه شهرداری همدان نیز گفت : به پشتوانه قولی که به شهروندان فهمیم همدانی داده شده بود بازگشایی معبر و احداث بلوار قدر با تلاش شبانه روزی و نهایت سرعت در حال اجرا است.

فیضی منش تاکید کرد: در سال ۱۴۰۰ در هر ماه شهرداری منطقه ۳پروژه‌های عمرانی را به بهره‌برداری می‌رساند و قطعاً در پایان هر ماه شاهد افتتاح یک پروژه خواهیم بود.



سازمان گفت: با برنامه ریزی های بعمل آمده و فراهم بودن زیرساخت های لازم، دوره های آموزشی پرسنل به صورت مستمر در حال انجام است.

با حدود ۴۰ میلیارد تومان اعتبار؛

عملیات اجرایی احداث تصفیه‌خانه فاضلاب شهر هریس آغاز شد

زمان ممکن نسبت به شروع عملیات احداث این سد که از مهم‌ترین پروژه های این منطقه برای تامین و پایداری آب شرب بهداشتی بیش از ۱۲ روستا است، اقدام شود.

نماینده مردم اهر و هریس در مجلس ششورای اسلامی نیز در این مراسم گفت: احداث تصفیه‌خانه فاضلاب هریس از آرزوهای دیرینه اهالی شهر بوده و در گام نخست ۱۴ میلیارد تومان از اعتبار آن تامین شده است. محرمزاده افزود: در مورد سد «هریعلی» هم ۱۰۰ میلیون تومان اعتبار برای مطالعه و توسعه آن تخصیص یافته و مراحل توسعه این سد در حال مطالعه بوده که بزودی شاهد توسعه این سد در راستای کمک به تامین آب کشاورزی و زراعت کشاورزان منطقه خواهیم بود.

لازم به ذکر است شهرستان هریس با ۵۰ هزار نفر جمعیت در ۷۰ کیلومتری شمال‌شرق تبریز واقع است.



مدیر منطقه گفت : « بیشترین آمار حذف رمز در ناحیه مرکزی رشت با دو هزار و ۷۳۵ فقره و بعد از آن ناحیه لاهیجان با یک هزار و ۳۵۷ فقره و کمترین تعداد حذف رمز در نواحی رودبار و فومن به ترتیب با ۲۸۱ و ۳۱۳ فقره بوده است. « این مقام مسئول ضمن اشاره به اجرای حقوق شهروندی و ارائه خدمات مطلوب به مردم افزود : « شهروندان جهت حذف رمز کارت خود باید کارت هوشمندند سوخت، کارت ملی و کارت خودرو را نیز همراه خود داشته باشند و در صورت مفقودی یا خراب شدن کارت سوخت باید با مراجعه به دفاتر پلیس + ۱۰ نسبت به درخواست صدور کارت المثنی اقدام کنند»



قیمت گذاری پویا و تاثیر آن بر خرده‌فروشی‌های آنلاین

به قلم: جاواد خان / کارشناس خرده‌فروشی
ترجمه: علی آل‌علی

استفاده از قیمت‌های پویا یکی از تکنیک‌های عالی برای موفقیت در عرصه خرده‌فروشی محسوب می‌شود. اگرچه این شیوه در طول یک دهه اخیر کاربردهای زیادی برای برخی از خرده‌فروشی‌های آنلاین داشته است، اما کمتر به طور عمومی مدنظر برندها قرار می‌گیرد.

استراتژی قیمت‌گذاری پویا چندان پیچیده نیست. بر این اساس کسب و کارهای فعال در حوزه خرده‌فروشی آنلاین به طور مداوم قیمت محصولات موجود در فروشگاه‌شان را اصلاح می‌کنند. این امر با هدف جلب نظر هرچه بهتر مشتریان صورت می‌گیرد. وقتی قیمت‌های یک محصول به طور مداوم تغییر می‌کند، انگیزه مشتریان برای خرید در صورت مشاهده کاهش قیمت به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارهاست.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم در رابطه با استراتژی قیمت‌گذاری پویاست. این امر به خرده فروشی‌های آنلاین برای استفاده هرچه بهتر از این استراتژی کمک شایانی خواهد کرد بنابراین دیدگر نیازی برای تردید در مورد استفاده از این شیوه نخواهد بود. در ادامه برخی از مزیت‌های این شیوه برای خرده فروشی‌های آنلاین را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

کنترل بهتر بر روی کسب و کار

قیمت‌گذاری پویا امکان کنترل بهتر بر روی کسب و کار را به همراه دارد. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان اقدام به استفاده از این شیوه می‌کنند. نکته جالب اینکه چنین شیوه‌ای فقط مخصوص برندهای آنلاین نیست. حتی خرده فروشی‌های سنتی و حضوری نیز از این شیوه برای جلب نظر مشتریان استفاده می‌کنند.

کنترل بر روی کسب و کار به معنای امکان فروش سریع محصولات در صورت نیاز است. این امر با قیمت‌گذاری پویا به خوبی حل و فصل می‌شود. تنها نکته مهم در این میان تلاش برای ارزیابی دقیق شرایط و قیمت محصولات در بازار است. فقط در این صورت اعمال تغییر در قیمت محصولات امکان جلب نظر مشتریان از سوی شما را به همراه خواهد داشت.

ایجاد انعطاف بیشتر در وضعیت برند

بسیاری از خرده فروشی‌های آنلاین در طول دوران کرونا شمار بیشتری از مشتریان را به خود جلب کرده‌اند. اگر شما قصد حفظ چنین مشتریانی برای همیشه را دارید، باید نسبت به بهبود وضعیت کسب و کارتان در کوتاه‌ترین زمان ممکن اقدام نمایید. در غیر این صورت شانسِی برای جلب نظر مشتریان در بلندمدت نخواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد چراکه بسیاری از مشتریان خرده فروشی‌های آنلاین در صورت بازگشایی دوباره خرده‌فروشی‌های سنتی در عمل دیگر مشتریان آنها نخواهند بود بنابراین شما باید نسبت به تجدیدنظر در این زمینه اقدام نمایید.

تنها راهکار مناسب برای خرده فروشی‌های آنلاین به منظور جلب نظر مداوم مشتریان تلاش برای استفاده از الگوی قیمت‌گذاری پویاست. این امر انعطاف‌پذیری بسیار بهتری در رابطه با چنین برندهایی ایجاد می‌کند. شاید با استفاده از این شیوه شانس شما برای جلب نظر مداوم مشتریان افزایش پیدا کند. همچنین دیگر خبری از ریزش مشتریان در بلندمدت نخواهد بود.

صرفه‌جویی در هزینه‌ها

هزینه نگهداری از محصولات در انبار بسیار زیاد است. بدون تردید شما به عنوان یک خرده فروشی در برخی از بازه‌های زمانی نیاز به استفاده از ظرفیت تمام انبارتان دارید. اگر در این شرایط برخی از محصولات قدیمی هنوز در انبار باشد، بدون تردید شرایط برای شما دشوار خواهد شد. بسیاری از برندها برای استفاده درست از ظرفیت تمام انبارشان اقدام به تجدیدنظر اساسی در زمینه انتخاب محصولات برای عرضه در فروشگاه‌شان می‌کنند. این امر به معنای عدم عرضه برخی از محصولات است.

اگر شما عرضه یک محصول را متوقف کنید، در صورت مواجهه با سفارش یک مشتری درباره همان محصول وضعیت ناگواری پیدا خواهید کرد. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان حتی کم‌فروش‌ترین محصولات ممکن را نیز در خرده فروشی‌شان عرضه می‌کنند. این امر نقش مثبتی بر روی وضعیت خرده فروشی‌ها در بلندمدت خواهد داشت بنابراین شما باید به طور مداوم این نکته را مدنظر قرار دهید.

استفاده از استراتژی قیمت‌گذاری پویا به شما فرصت فروش هرچه سریع‌تر برخی از محصولات را می‌دهد بنابراین هزینه‌های خرده‌فروشی آنلاین شما در بلندمدت به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

مدیریت قیمت‌ها با یک نرم‌افزار

شما برای مدیریت قیمت‌های پویا نیازی به انجام دادن کار زیادی ندارید. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای استفاده از یک نرم‌افزار به منظور مدیریت قیمت‌ها به طور خودکار است. این امر امکان ویرایش قیمت‌ها براساس تغییر در قیمت نهایی‌شان را امکان‌پذیر خواهد کرد.

بسیاری از برندها و خرده فروشی‌های آنلاین وقتی صحبت از قیمت‌گذاری پویا می‌شود، به طور مداوم به فکر قیمت‌گذاری براساس اعمال تغییرات مداوم در قیمت‌های اصلی هستند. بدون تردید این امر فرصت بسیار زیادی از کسب و کارها خواهد گرفت بنابراین شما باید با راهکار دیگری اقدام به استفاده از چنین مزیت‌هایی نمایید. راهکار مورد بحث ما در اینجا استفاده از نرم‌افزار تعیین قیمت خودکار است. خوشبختانه امروزه گزینه‌های بسیار زیادی برای انتخاب از میان چنین نرم‌افزارهایی وجود دارد بنابراین شما براساس سطح نیازتان باید یکی از نرم‌افزارهای موردنظر را انتخاب نمایید.

فروش بیشتر به رغم برخی ایرادات

بدون تردید هیچ شیوه‌ای برای فروش خالی از ایراد نیست بنابراین شما نباید انتظار مواجهه با شیوه‌ای بدون ایراد در فرآیند کلی را داشته باشید. شاید با استفاده از استراتژی قیمت‌گذاری پویا برخی از مشکلات برای کسب و کار شما ایجاد شود، اما این امر ماهیت مقطعی و کوتاهمدت خواهد داشت بنابراین نیازی به گرانی از سوی شما نخواهد بود. استفاده از استراتژی قیمت‌گذاری پویا باید در بلندمدت دنبال شود. در غیر این صورت هیچ مزیتی برای کسب و کار شما به همراه نخواهد داشت. دلیل شکست برخی از برندها در استفاده از این شیوه نیز همین نکته است بنابراین در تلاش‌های بعدی‌تان برای استفاده از چنین شیوه‌ای حتما ماهیت بلندمدتش را مدنظر قرار دهید. امروزه مدیریت خرده فروشی‌های آنلاین به دلیل استقبال گسترده مشتریان امر سختی شده است بنابراین شما باید توجه بسیار زیادی به این حوزه داشته باشید در غیر این صورت شانسِی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نخواهید داشت. استراتژی قیمت‌گذاری پویا یکی از راهکارهای مناسب برای جلب نظر مشتریان در بلندمدت محسوب می‌شود بنابراین شما با استفاده از این استراتژی امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان به بهترین شکل ممکن را پیدا خواهید کرد.

منبع: business.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۳ خرداد ۱۴۰۰ | شماره ۱۷۹۳ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

راهکارهای طراحی استراتژی بازاریابی داده‌محور

و هزینه‌ز درباره مشتریان هدف‌تان بی‌نیاز خواهد کرد.

۳. برنامهریزی برای تولید محتوا براساس پرسونای مشتریان

پرسونای مشتریان مفهوم بسیار مهمی برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. برخی از برندها در این مسیر تلاشی برای آشنایی با پرسونای مشتریان‌شان انجام نمی‌دهند. پرسونای برند در ساده‌ترین معنا شناخت نسبی شما از مشتریان هدف‌تان را شرح می‌دهد.

اگر شما در مرحله قبلی شناخت درستی از مشتریان‌تان به دست آورده باشید، شانس بالایی برای تعامل و هماهنگی با آنها خواهید داشت. این امر اغلب اوقات از سوی برندهای بزرگ با طراحی شخصیت‌های احتمالی برای هر کدام از مشتریان دنبال می‌شود.

تولید محتوا براساس پرسونای مشتریان میزان تاثیرگذاری آن را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. مهمترین مشکل در این میان تلاش برای استفاده از پرسونه‌های مختلف است. بدون تردید مشتریان شما یک گروه یکدست و دارای سلیقه یکسان نیستند. بنابراین شما باید محتوای مختلفی برای مشتریانی با سلیقه‌های گوناگون طراحی نمایید. در غیر این صورت وضعیت‌تان به شدت پیچیده می‌شود.



طراحی استراتژی بازاریابی براساس پرسونای مشتریان به شما برای تاثیرگذاری همیشگی بر روی مشتریان کمک خواهد کرد. متأسفانه برخی از برندها فقط برای مدت زمانی محدود امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان هدف‌شان را دارند. این امر یکی از مهمترین مشکلات برندها در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود. اگر شما پرسونای مشتریان‌تان را به طور دقیق طراحی کرده باشید، دیگر نیازی برای نگرانی در چنین شرایطی نخواهد بود. امروزه برخی از برندها حتی برای طراحی پرسونای مشتریان‌شان هزینه‌های زیادی را نیز صرف می‌کنند. این امر نه تنها غیرضروری است، بلکه هزینه زیادی نیز روی دست شما خواهد گذاشت. شما با توجه به نکات مورد بحث در این بخش به سادگی هر چه تمام‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان و همچنین طراحی پرسونای آنها را خواهید داشت.

۴. گردآوری داده‌ها از منابع مختلف

اگر شما داده‌های موردنیازتان را تولید نمی‌کنید، باید به دنبال منابع معتبر برای گردآوری آن باشید. متأسفانه برخی از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از هر نوع داده‌ای می‌کنند. این امر نه تنها کمکی به چنین برندهایی برای بازاریابی بهتر نمی‌کند، بلکه در بلندمدت اعتبارشان را نیز خدشدار خواهد کرد.

اگر شما برای چند بار محتوای کلیشه‌ای و غیرجذاب برای مخاطب هدف‌تان تولید کنید، به تدریج دیگر جایی در میان برندهای موفق نخواهید داشت. این امر تفاوت میان برندهای موفق و شکست خورده را شکل می‌دهد. توصیه ما در این بخش استفاده از منابع مختلف برای گردآوری داده‌های موردنیازتان است. این امر بسیار بهتر از سایر شیوه‌ها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را فراهم خواهد کرد.

بدون تردید وقتی صحبت از گردآوری داده‌های کاربردی درباره مشتریان می‌شود، این نخستین انتخاب گوگل خواهد بود. این امر به دلیل اعتبار بالای گوگل و همچنین امکان تاثیرگذاری ساده بر روی مخاطب هدف با استفاده از داده‌های این برند مطرح است. نکته مهم در این میان نیاز به استفاده از سایر منابع برای تکمیل اطلاعات‌تان است.

گوگل یک پلتفرم تخصصی در حوزه کسب و کار شما نیست، بلکه یکسری داده‌های عمومی درباره کسب و کارهای مختلف گردآوری می‌کند. این امر به معنای ضرورت استفاده از منابع تخصصی‌تر در حوزه کسب و کارتان است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار عجیب به نظر برسد، اما برخی از برندها حتی به داده‌های گوگل و برخی از دیگر پلتفرم‌های مشهور نیز اعتماد کامل ندارند. درست به همین خاطر برندهای بزرگ همیشه به دنبال اجرای مطالعات انحصاری برای شناخت هرچه بهتر بازار کسب و کار و مشتریان‌شان هستند.

اگر شما دارای شرایط لازم برای اجرای طرح‌های گسترده در زمینه شناسایی مشتریان و ویژگی‌های بازار نیستید، باید دست‌کم از منابع مختلف اطلاعات موردنیازتان را گردآوری کنید. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان برندتان نخواهید داشت.

۵. بهینه‌سازی مداوم محتوای برند

مهمترین بخش در هر استراتژی بازاریابی داده‌محور تلاش

به قلم: مار تاسزیندلر

کارشناس بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

هر استراتژی بازاریابی موفقِی با استفاده از داده‌های کاربردی شروع می‌شود. هیچ بازاریابی بدون استفاده از داده‌های معتبر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر مشتریان را ندارد. این امر به دلیل تعامل فزاینده کاربران با شبکه‌های اجتماعی و حضور روزافزون در فضای اینترنت است. طراحی استراتژی بازاریابی به طور سنتی یکی از کارهای پردرسر در زمینه کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارها برای پیگیری این امر نیاز به زمان بسیار زیادی دارند. اگر شما هنوز هم در زمینه طراحی استراتژی بازاریابی از شیوه‌های تکراری استفاده می‌کنید، باید تحول اساسی در نحوه بازاریابی برندتان صورت دهید. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای طراحی استراتژی بازاریابی داده‌محور است. پیش از اینکه به سراغ توصیه‌های اصلی برویم، ابتدا باید اهمیت بازاریابی داده‌محور را نشان دهید. به عبارت دیگر، طراحی استراتژی بازاریابی داده‌محور چه اهمیتی برای برندها دارد؟

چرا استراتژی بازاریابی داده‌محور مهم است؟

صرفه‌جویی در زمان

شما برای طراحی استراتژی بازاریابی‌تان نیاز به زمان زیادی ندارید. بسیاری از برندها به طور سنتی برای طراحی استراتژی بازاریابی وقت زیادی را صرف می‌کنند. اگر شما به طور هوشمندانه‌ای در این زمینه فعالیت داشته باشید، امکان صرفه‌جویی در زمان را خواهید یافت. این امر به لطف استفاده از داده‌های معتبر در زمینه طراحی استراتژی بازاریابی امکان‌پذیر شده است.

بازگشت سرمایه بالا

هدف اصلی از فعالیت بازاریابی بازگشت سرمایه به‌طور مطلوب است. اگر کسب و کار شما در این راستا عملکرد مناسبی از خودش نشان ندهد، نه تنها فروش مناسبی را تجربه نخواهید کرد، بلکه سرمایه‌گذارها نیز دیگر تمایلی برای همکاری با شما نخواهند داشت.

استفاده از داده‌های دقیق در زمینه طراحی استراتژی بازاریابی امری مطمئن و تاثیرگذار برای موفقیت برندها محسوب می‌شود. خوشبختانه امروزه دسترسی به داده‌های مهم و تولید آنها کار چندان سختی نیست بنابراین شما به ساده‌ترین شکل ممکن امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان و تجربه بازگشت سرمایه بالا را خواهید داشت.

برندسازی بهتر

بازاریابی و برندسازی پیوند بسیار نزدیکی با هم دارند. اگر کسب و کار شما توانایی مدیریت حوزه بازاریابی به طور مناسب را نداشته باشد، اعتبار برندتان را به طور قابل ملاحظه‌ای خدشدار خواهد شد بنابراین شما همیشه باید به دنبال استفاده از بهترین توصیه‌های ممکن در زمینه بازاریابی باشید. کاربرد داده‌های معتبر در این راستا برندتان را با جلوه‌ای حرفه‌ای در میان مشتریان معرفی خواهد کرد. نتیجه این امر توانایی تاثیرگذاری بالا بر روی مشتریان خواهد بود.

چگونه استراتژی بازاریابی داده‌محور طراحی کنیم؟

۱. طراحی چارچوب داده

شما برای شروع کارتان در زمینه طراحی استراتژی بازاریابی داده‌محور ابتدا باید به دنبال آشنایی به این شیوه چارچوب‌های آن باشید. توصیه اصلی در این میان کنار گذاشتن تمام تجربه‌های قبلی‌تان در زمینه طراحی استراتژی است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار سخت به نظر برسد، اما مزیتش عدم ادغام شیوه‌های مختلف طراحی استراتژی و در نهایت مواجهه با شکست در این زمینه است.

طراحی استراتژی بازاریابی براساس داده‌های دقیق یک فرآیند مشخص و چارچوب دقیق دارد. شما قرار نیست در هر منبعی برای طراحی ابتدا باید به دنبال آشنایی به این شیوه چارچوب‌های آن باشید. توصیه اصلی در این میان کنار گذاشتن تمام تجربه‌های قبلی‌تان در زمینه طراحی استراتژی است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار سخت به نظر برسد، اما مزیتش عدم ادغام شیوه‌های مختلف طراحی استراتژی و در نهایت مواجهه با شکست در این زمینه است.

طراحی استراتژی بازاریابی براساس داده‌های دقیق یک فرآیند مشخص و چارچوب دقیق دارد. شما قرار نیست در هر منبعی برای طراحی ابتدا باید به دنبال آشنایی به این شیوه چارچوب‌های آن باشید. توصیه اصلی در این میان کنار گذاشتن تمام تجربه‌های قبلی‌تان در زمینه طراحی استراتژی است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار سخت به نظر برسد، اما مزیتش عدم ادغام شیوه‌های مختلف طراحی استراتژی و در نهایت مواجهه با شکست در این زمینه است.

۲. آشنایی با مشتریان هدف

بی‌شک هیچ برندی بر روی تمام مشتریان بازار سرمایه‌گذاری نمی‌کند. این امر نه تنها غیرممکن، بلکه از نظر مالی هزینه بسیار زیادی نیز به همراه دارد. همیشه در بازار برخی از مشتریان به کسب و کار شما و همچنین محصولات‌تان علاقه دارند. اگر شما در این میان توجهی به این نکته نداشته باشید، فقط بودجه‌تان در زمینه طراحی استراتژی بازاریابی را به باد خواهید داد.

آشنایی با مشتریان برند به معنای کپی‌برداری از دیگر برندها نیست. هر برندی دارای مشتریان خاص خودش است بنابراین شما نباید به دنبال الگوی دیگر برندها در این راستا باشید. مهمترین نکته در این میان تلاش برای ارزیابی وضعیت مشتریان حاضر در بازار براساس چندین معیار است. برخی از مهمترین معیارها برای آشنایی اصولی با مشتریان به شرح ذیل است:

- سن
- میزان درآمد تخمینی
- موقعیت مکانی
- میزان علاقه به حوزه کسب و کار برندتان

بی‌تردید دسترسی به داده‌های فوق به سادگی امکان‌پذیر نیست بنابراین شاید شما در عمل مسیر بسیار طولانی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان طی کنید. این امر وضعیتی طبیعی محسوب می‌شود. استفاده از ابزارهایی نظیر گوگل آنالیتیکس یا دیگر ابزارهای کاربردی در این میان اهمیت زیادی دارد. چنین ابزارهایی شما را نسبت به اجرای یک مطالعه عمیق



راهکارهای طراحی استراتژی بازاریابی داده‌محور

برای بهینه‌سازی محتوا به طور مداوم است. برخی از برندها پس از انتشار یک محتوای بازاریابی دیگر به طور کامل آن را فراموش می‌کنند. این امر نه تنها مشکلات زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت، بلکه شانسِی برای تعامل با مشتریان نیز به برندها نمی‌دهد.

امروزه به روز رسانی و بهینه‌سازی محتوا استراتژی بسیار ساده‌تری در مقایسه با تلاش برای تولید یک محتوای تازه محسوب می‌شود. برخی از برندها هنوز هم نسبت به اهمیت این نکته توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین مشاهده شکست‌های متعدد در حوزه بازاریابی امر عجیبی نخواهد بود. اگر شما نیز در این راستا مشکلات زیادی دارید، باید به دنبال استفاده دوباره از محتوای قدیمی‌تان باشید.

گاهی اوقات محتوای قدیمی برند هیچ ایراد خاصی ندارند، بلکه فقط با اندکی بهینه‌سازی و افزودن اطلاعات به‌روز امکان تاثیرگذاری دوباره بر روی مخاطب هدف فراهم خواهد شد. اگر شما در این میان اقدام به تولید محتوای تازه نمایید، فقط بودجه بازاریابی‌تان بر باد خواهد رفت.

استفاده از یک تقویم محتوایی ساده برای به‌روز رسانی مداوم محتوای قدیمی یکی از ایده‌های ساده و در عین حال تاثیرگذار است. برخی از برندها در این میان از اتوماسیون نیز برای یادآوری در زمینه به روز رسانی و بهینه‌سازی محتوا استفاده می‌کنند. با این حساب شما هیچ بهانه‌ای برای عدم به‌روز رسانی محتوای‌تان نخواهید داشت.

۶. ترکیب چندین محتوا

شما هر بار که محتوای بازاریابی برای مخاطب هدف‌تان طراحی می‌کنید، از محتوای متنوعی استفاده کرده و هزینه بالایی را متحمل خواهید شد بنابراین تلاش برای بهره‌برداری حداکثری از محتوای تولیدشده امری طبیعی خواهد بود. یکی از اجزای مهم در زمینه بازاریابی داده‌محور و طراحی استراتژی در این راستا تلاش برای ترکیب محتواهای قدیمی با فعلی برند برای انتشار یک محتوای برتر است. شاید این امر در ابتدا ایده عجیبی به نظر برسد، اما در میان بسیاری از کاربران دارای محبوبیت است بنابراین شما باید هرچه زودتر نسبت به استفاده از این تکنیک در استراتژی بازاریابی‌تان اقدام نمایید.

اگر کسب و کار شما در زمینه تولید محتوای بازاریابی سابقه طولانی داشته باشد، به احتمال زیاد در هر حوزه چندین محتوای مشابه خواهید داشت. ترکیب چنین محتواهایی بهترین ایده رای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. بنابراین اگر شما در این راستا مشکلی پیش روی‌تان قرار دارد، باید در کمترین زمان ممکن رفع‌اش کنید در غیر این صورت محتوای قدیمی‌تان برای مدت‌ها در آرشيو سایت یا اکانت برندتان در شبکه‌های اجتماعی خاک خواهد خورد.

۷. اتکا به بازاریابی با کمک اینفلوئنسرها

همکاری با اینفلوئنسرهای بزرگ هرگز ایده بدی نیست. شما در زمینه همکاری با این افراد باید جایگاه برندتان و همچنین تعامل نزدیک با آنها را مدنظر قرار دهید. امروزه بسیاری از برندها برای تعامل با مشتریان‌شان اقدام به همکاری با اینفلوئنسرها در سطوح مختلف می‌کنند. برخی از برندها در این میان برای تعامل با مخاطب هدف دردرسره‌ای زیادی دارند. یکی از راهکارهای ضروری در این میان همکاری و تعامل با اینفلوئنسرهاست. اگر شما به این نکته مهم توجه لازم را نشان ندهید، خیلی زود از فهرست برندهای مورد علاقه مشتریان‌تان خارج خواهید شد.

مهمترین نکته در زمینه همکاری با اینفلوئنسرها توجه به سطح شهرت‌شان و همچنین ارتباط‌شان با کسب و کارتان است. اگر شما به این نکات به بهترین شکل ممکن توجه نشان دهید، شانس بسیار بالایی برای تعامل با مشتریان‌تان خواهید داشت. اینفلوئنسرها فقط براساس تعداد فالوورهای‌شان سنجیده نمی‌شوند. متأسفانه بسیاری از برندها فقط براساس تعداد فالوورهای یک اینفلوئنسر اقدام به تعامل با وی می‌کنند. اگر شما هم بر همین اساس اقدام به تعامل با اینفلوئنسرها نمایید، نه تنها بودجه بازاریابی‌تان را بر باد خواهید داد، بلکه دیگر شانسِی برای تعامل با مخاطب هدف‌تان هم نخواهید داشت.

۸. شخصی‌سازی محتوا در پلتفرم

هر شبکه اجتماعی دارای محتوای و هوای خاص خودش است. اگر شما در این میان اقدام به استفاده از یک محتوای واحد برای بازاریابی در تمام شبکه‌های اجتماعی نمایید، هیچ شانسِی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. این امر به خوبی در فعالیت برندهای بزرگ مشاهده می‌شود. هیچ برند بزرگی یک محتوا را به‌طور یکسان در پلتفرم‌های مختلف منتشر نمی‌کند. دلیل این امر آگاهی کسب و کار های مختلف از اهمیت شخصی‌سازی محتوای برند برای مشتریان است بنابراین اگر شما قصد طراحی استراتژی بازاریابی بر مدار تعامل با مخاطب هدف را دارید، باید به طور ویژه‌ای به این نکات توجه نمایید.

شاید شخصی‌سازی محتوای بازاریابی برای هر پلتفرم در ابتدا امر بسیار سختی باشد، اما پس از اندکی تمرین شما مسلح بالایی از مهارت در این حوزه را پیدا خواهید کرد بنابراین در زمینه شخصی‌سازی محتوا حتی یک لحظه را نیز تلف نکنید.

۹. ارزیابی مداوم نتایج کمپین‌ها

اجرای کمپین‌های بازاریابی باید به طور دقیقی صورت گیرد. اگر شما با استفاده از داده‌های معتبر اقدام به طراحی کمپین‌های بازاریابی کرده باشید، در نهایت امکان ارزیابی آنها به ساده‌ترین شکل ممکن را نیز خواهید داشت. متأسفانه برخی از برندها در این راستا به طور مداوم مشکل دارند. دلیل این امر اجرای نادرست فرایند بازاریابی داده‌محور است.

ارزیابی نتایج کمپین‌ها به شما شانس بالایی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد داد. دلیل این امر بهبود کیفیت کمپین‌های بعدی به طور سلسله مراتبی است. با این حساب اگر شما هرگز به این نکته مهم توجه نشان نداده‌اید، اکنون زمان تغییر در ارزیابی کمپین‌های بازاریابی قبلی‌تان است.

بدون شک طراحی استراتژی بازاریابی کار ساده‌ای نیست. به ویژه اگر قصد طراحی آن براساس داده‌های معتبر را نیز داشته باشید. با این حال اگر از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله استفاده نمایید، فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای ساده خواهد شد.

منبع: com.learn.g2