

سه شنبه
۲۷ دی ۱۴۰۱

Tue.17 Jan 2023
۲۴ جمادی الثانی ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۱۷۲
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

یادداشت

از ۴۵ عضو کمیسیون
تلفیق فقط ۴ نفر اقتصاد
خوانده‌اند

**تحلیل بودجه با
عینک فقه و الهیات**

همه نگاه‌ها این روزها به بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ در مجلس دوخته شده است؛ چراکه اقتصاد کشور بر روی ریل بودجه می‌گذرد، اما با وجود اهمیت و تاثیر چشمگیری که بودجه سالیانه بر اقتصاد و معیشت مردم دارد، کمیسیون تلفیق بودجه مجلس عموماً نمایندگان با تحصیلات و گرایش‌های غیرمرتبط را در خود جای داده است؛ چنانکه از ۴۵ عضو این کمیسیون تنها چهار نفر اقتصاد خوانده‌اند و از اعضای هیأت رئیسه هم تنها رئیس کمیسیون دانش‌آموخته اقتصاد است. به گزارش پایگاه خبری انتخاب، پس از ۲۶ روز تاخیر بالاخره دولت سیزدهم لایحه بودجه سال آینده را تقدیم مجلس کرد و حال بودجه ۱۴۰۲ در دستان ۴۵ عضو کمیسیون تلفیق بودجه قرار دارد تا برنامه مالی یکساله آینده را بررسی کنند و در کمیسیون به رأی بگذارند. از آنجایی که بودجه، مهم‌ترین سند اقتصادی کشور است و برآوردهای آن بر اقتصاد خرد و کلان کشور تاثیر می‌گذارد، تخصص اعضای کمیسیون تلفیق بودجه هم موضوع مهمی است. کمیسیون تلفیق بودجه مجلس، ۴۵ عضو دارد که..

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



جای خالی «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» در اقتصاد ایران احساس می‌شود

دیده‌بانی انتظارات اقتصادی

فرصت امروز: «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» (Consumer Confidence Index)، یکی از مهمترین شاخص‌های اقتصادی در کشورهای پیشرفته است که برای اندازه‌گیری درجه خوش‌بینی مصرف‌کننده نسبت به وضعیت اقتصادی جامعه به کار می‌رود؛ اینکه مصرف‌کننده تا چه اندازه نسبت به پایدار بودن درآمد خود در آینده مطمئن است و چه انتظاراتی از آینده دارد، بدون شک در رفتارهای اقتصادی او مشهود است. این شاخص مبتنی بر نظرسنجی است و به صورت ماهانه براساس اطلاعات جمع‌آوری شده از خانوارهای مصرف‌کننده محاسبه می‌شود تا میزان اعتماد مصرف‌کننده را درباره وضعیت عمومی اقتصاد اندازه‌گیری نماید. در مجموع، شاخص‌های اقتصادی...

۲

حق بیمه تولیدی صنعت بیمه ۵۸ درصد در ۹ ماه رشد کرد

۱۰ شرکت برتر بیمه‌ای

۳

مدیریت و کسب‌وکار

شروع کسب و کار بعد از دانشگاه؛ نکاتی برای تازه‌کارها

قبولی در دانشگاه و شروع به یادگیری در رشته‌ای معتبر برای خیلی از جوانان سقف آرزوهایشان را شکل می‌دهد. انگار که بعد از چهار سال حضور در دانشگاه دیگر در هر حوزه‌ای برای آدم فرش قرمز پهن شده و فیش‌های حقوقی بالا دم در خانه ارسال می‌شود. چنین رویای شیرینی معمولاً بلافاصله بعد از فارغ‌التحصیلی رنگ می‌بازد؛ چراکه بازار کار دیگر فقط مدرک‌محور نیست. چه بسا بازاربایی که به جای کلاس‌های دانشگاهی سال‌های سال تجربه کسب کرده، محبوبیت بیشتری از فارغ‌التحصیل‌های رشته مارکتینگ داشته باشد. درست حدس زدید، گاهی اوقات دنیای کسب و کار همین‌قدر بی‌رحم می‌شود!

دانشجویانی که بعد از فارغ‌التحصیلی امیدشان را از دست نداده و دنبال راه‌اندازی کسب و کار می‌روند، همیشه سوالات زیادی در سرشان رژه می‌رود. اصلاً اینکه آدم از کجا باید کارش را شروع کند، مهمترین سوالی است...

۸

سیاست و اقتصاد جهان در سالی که گذشت

بهترین کتاب‌های سال ۲۰۲۲

خاورمیانه، گسستگی اتحادیه اروپا و افشای ضعف‌های سیاسی قدیمی آمریکا شد. کتاب «تابسامانی»، تاریخی طولانی از تحولات سیاسی کنونی به دست می‌دهد. این کتاب به بازخوانی سه روایت از تاریخ معاصر می‌پردازد؛ یکی از آنها ژئوپلیتیک است، دیگری درباره اقتصاد جهانی است و آخری درباره دموکراسی‌های غربی. «هلن تامپسون»، نویسنده کتاب همچنین به بررسی این موضوع پرداخته که چگونه نابسامانی‌های سیاسی پیش از فراگیری کرونا باعث شد هر تحولی در هر سه حوزه به امواجی سهمگین تبدیل شوند. او توضیح می‌دهد که چقدر از تکانه‌های این مشکلات، ریشه در انرژی‌های فسیلی دارد و هم‌زمان با توسعه انرژی‌های سبز، چقدر دستیابی به نظم بدون توجه به علل زیرین آنها محال خواهد بود.

امپراتوری اینفلوئنس (Influence Empire)
در سال ۲۰۱۷، شرکتی به نام «تنتسنت» جای «فیس‌بوک» را به عنوان پنجمین شرکت بزرگ جهان گرفت؛ یک لحظه سرنوشت‌ساز و رنگ هشدار برای بنگه دنیا که همه چیز را از دریچه «سیلیکون ولی» و چهار غول فناوری (فیس‌بوک، گوگل، اپل و مایکروسافت) می‌دید، اما برای بیش از ۲ میلیارد نفری که آن سسوی اقیانوس آرام می‌زیستند، هیچ شکفتنی در کار نبود. شرکت مِماگوئه «تنتسنت» توسط میلیاردری به نام «ما هواتنگ» بنیانگذاری شده بود و پس از فعالیت به عنوان یک اپراتور ساده پیام‌های متنی و سازنده چند بازی برطرف‌دار در چین، راه خود را به سمت طراحی اپلیکیشن «وی‌چت» هموار ساخته بود؛

اپلیکیشنی که همانند چاقوی همه‌کاره سوئیسی بود و پیام‌رسانی، خرید و سرگرمی را با هم تلفیق کرده بود. این شرکت سپس از طریق سرمایه‌گذاری‌های گسترده از «فورت‌نایت» گرفته تا «تسلا» و صدها استارت‌آپ پیشرو، یک امپراتوری تاثیرگذار بی‌همتا را بنا ساخت. نویسنده کتاب با لحن روایت‌گرانه خود به همراه صاحب‌ها و اطلاعات اکتسابی از کارکنان «تنتسنت» توضیح می‌دهد که چگونه عصر طلایی فناوری چینی ایجاد شده است و رقابت‌های داخلی مختلف با امثال «دی‌دی» (Didi)، «هیتوان» (Meituan) و «علی بابا» (Alibaba) را پیروز شده است. «لولو چن» با این کتاب توضیح می‌دهد که رمز موفقیت یک کارآفرین

آمریکا اندکی عقب مانده که نه تنها فرصت نقش‌آفرینی چین در بازار تراشه و مدرن‌سازی قدرت نظامی را به آن داده، بلکه تقاضای مازادی نیز در بازار جهانی پدید آورده است. این شکاف تقاضا به خودی خود به نوعی جنگ سرد برای تأمین باقیمانده تقاضای چیپ منجر شده است. این کتاب برنده کتاب سال نیز شد.

مرده در آب (Dead In The Water)
در جولای ۲۰۱۱، نفتکش یونانی «بریلانته ویتوسو» با پرچم لیبیری در آب‌های پرمخاطره خلیج عدن در حال عبور بود که با حمله دزدان دریایی سومالی مواجه شد. این توطئه به انفجاری سهمگین انجامید. زمانی که «دیوید ماکت»، یک نقشه‌بردار دریایی برای شرکت بیمه «لوینز لندن» به بررسی کشتی آسیب‌دیده پرداخت، به جای جواب با سوال‌های بیشتری مواجه شد. چطور دزدان دریایی به سادگی امکان ورود به عرشه را پیدا کردند؟ اگر قصد دزدیدن کشتی و گروگان گرفتن آن را برای چانه‌زنی داشتند، چرا نابودش کردند؟ سوالات بی‌جواب ماندند و او هیچ‌گاه نتوانست دلیلی پیدا کند. جالب اینکه وی مدتی بعد از این اتفاق به قتل رسید. کتاب «مرده در آب» افشای داستانی واقعی از خرابکاری، توطئه، کشتی‌ربایی و قتل است. «متیو کمپبل» و «کیت چل» از گزارش‌گران برتر «هلویرگ» و نویسندگان این کتاب، پس از گفت‌وگو با منابع دست‌اول این فاجعه (از خدمه نفتکش تا شاهدان حمله و کارآگاهان پیشین در پرونده قتل «دیوید ماکت») به تشریح حقیقت تکان‌دهنده یکی از شرم‌آورترین کلاهبرداری‌های مالی تاریخ پرداختند. این کتاب، اوج حقیقت‌طلبی و نمره بیش از چهار سال گزارشگری و جست‌وجوی نویسندگان است تا پرده از شبکه پیچیده‌ای از توطئه در صنعتی بی‌قانون و متعلق به جهان قدیم بردارند؛ صنعت حمل‌ونقل دریایی که ستون فقرات اقتصاد جدید جهان است.

نابسامانی (Disorder)
قرن بیست و یکم با تکانه‌های قدرتمند ژئوپلیتیکی، اقتصادی و دموکراتیکی همراه بسود. پیامدهای این تکانه‌ها، بانک‌های مرکزی جهان را به چاپ ۲۵ تریلیون دلار پول جدید و داشت. افزایش نقدینگی جهان موجب عصری از رقابت‌های ژئوپلیتیک، بی‌ثباتی

فرصت امروز: جهان در حالی سالال ۲۰۲۲ را پشت سر گذاشته است که اغلب تحلیل‌ها، این سال را «سال نااطمینانی» نام داده‌اند. سیاست و اقتصاد جهان در سالی که گذشت، از ادامه بحران کرونا و بروز جنگ روسیه و اوکراین، آسیب زیادی دید و تورم انرژی و تهدید امنیت غذایی به اوج خود رسید. بسیاری از بانک‌های مرکزی برای مهار تورم، نرخ بهره خود را بارها افزایش دادند و اقتصادهای بزرگ جهان با افت رشد اقتصادی مواجه شدند. به دلیل افزایش قیمت مواد غذایی و هزینه انرژی، مبارزه با فقر - تمام تلاش‌های سالیان اخیر - به چالش کشیده شد و میزان بدهی کشورها به مرز سرسام‌آوری رسید. همچنین شوک تغییرات آب و هوایی و بحران آموزش در نتیجه قرضه‌نقین کرون‌ا، از دیگر رخدادهای مهم سال گذشته میلادی بود.

اغلب نشریات و پایگاه‌های خبری در چند هفته گذشته به بهانه پایان سال ۲۰۲۲، به معرفی مهمترین رخداده‌ا، عمده‌ترین ترندها و بهترین کتاب‌های سال پرداخته‌اند؛ از جمله روزنامه «فایننشال تایمز» در سلسله گزارش‌هایی، کتاب‌های برتر سال ۲۰۲۲ را معرفی کرده که اغلب آنها برنده کتاب سال شده‌اند. کتاب‌های برگزیده «فایننشال تایمز» نه لزوماً براساس میزان فروش بلکه براساس کیفیت محتوا و پاسخ‌دهی به نیازهای روز جهان انتخاب شده‌اند.

جنگ تراشه (Chip War)
«کریس میلر»، مورخ اقتصادی می‌گوید که تراشه‌های کامپیوتری در عصر جدید، حکم نفت را دارند؛ منبعی کمیاب و استراتژیک. او با اشاره به کاربرد وسیع این تراشه‌های کامپیوتری می‌نویسد که بخش زیادی از قدرت نظامی و اقتصادی آمریکا و حتی پیروزی در جنگ سرد به دلیل جایگاه نخست طراحی و تولید سریع (و انبوه) چیپ بوده است؛ چراکه بخش زیادی از قدرت نظامی این کشور ناشی از استفاده موثرتر از رقبا از توان پردازش کامپیوتری بود. با این حال، ظهور رقبای قدرتمندی مانند تایوان، کره، اروپا و مهمتر از همه، چین در این سال‌ها باعث تضعیف جایگاه آمریکا در تولید تراشه‌های الکترونیکی شده است. چین هم‌اکنون حتی بیشتر از نفت، چیپ وارد می‌کند، ولی سرمایه‌گذاری‌های انبوه در این صنعت باعث تغییر ساختار قدرت در سیاست، اقتصاد و فناوری می‌شود. در این میان،

در شرایطی که تداوم عرضه خودرو در بورس کالا به دلیل

سنگ‌اندازی‌ها با اما و اگرهای زیادی مواجه شده است، به دستور سازمان بازرسی بار دیگر عرضه خودرو از طریق قرعه‌کشی از هفته قبل از سرگرفته شد. جدیدترین آمارها نشان می‌دهد رکورد شرکت در طرح قرعه‌کشی خودرو شکسته شده و بیش از ۹.۲ میلیون نفر برای خرید فقط ۲۰ هزار خودرو ثبت‌نام کرده‌اند. نحوه عرضه خودرو در چند سال گذشته به یک چالش بزرگ تبدیل شده است؛ چراکه میزان تولید در سالیان اخیر کاهش یافته و تولیدات داخلی، کفاف تقاضای بازار را نمی‌دهد. به همین دلیل، شرکت‌های خودروسازی از سال ۱۳۹۷، شیوه جدیدی را برای فروش به‌کار گرفته‌اند و از طریق لاتاری و قرعه‌کشی، خودروهای

تولیدی را به مشتریان می‌فروشد. براساس تجربیات سال‌های گذشته، هر نوع سهمیه‌بندی کالا به افزایش تقاضا و تشکیل صف منجر شده است، زیرا قیمت‌های غیرقابلتی به‌طور طبیعی حجم تقاضا را افزایش می‌دهد و حتی موجب می‌شود تقاضاهای غیرواقعی به شکل محسوسی افزایش یابد. بر همین اساس از ابتدای امسال قرار شد تا از طریق مکانیسم بورس کالا، قیمت‌ها در یک فرآیند رقابتی کشف و تقاضاهای واقعی شناسایی شود. این عرضه‌ها ظرف چند ماه گذشته تداوم یافت و ۴۰ هزار خودرو در بورس کالا عرضه شد، اما به دلیل افزایش مخالفت‌ها نهایتاً هفته گذشته سازمان بازرسی با برگزاری نشستی با مدیران شرکت‌های خودروسازی از آنها خواست

تولیدی را به مشتریان می‌فروشد. براساس تجربیات سال‌های گذشته، هر نوع سهمیه‌بندی کالا به افزایش تقاضا و تشکیل صف منجر شده است، زیرا قیمت‌های غیرقابلتی به‌طور طبیعی حجم تقاضا را افزایش می‌دهد و حتی موجب می‌شود تقاضاهای غیرواقعی به شکل محسوسی افزایش یابد. بر همین اساس از ابتدای امسال قرار شد تا از طریق مکانیسم بورس کالا، قیمت‌ها در یک فرآیند رقابتی کشف و تقاضاهای واقعی شناسایی شود. این عرضه‌ها ظرف چند ماه گذشته تداوم یافت و ۴۰ هزار خودرو در بورس کالا عرضه شد، اما به دلیل افزایش مخالفت‌ها نهایتاً هفته گذشته سازمان بازرسی با برگزاری نشستی با مدیران شرکت‌های خودروسازی از آنها خواست

در چین و تبدیل شدنش به شرکتی اثرگذار بر بازار جهانی با ۳.۱ میلیارد کاربر چیست.

قانون قدرت (The Power Low)

نوآوری‌ها به ندرت توسط «متخصصان» معرفی می‌شوند. «ایلان ماسک» پیش از بنیانگذاری شرکت «تسلا»، یک «فرد شناخته‌شده خودروی الکتریکی» نبود. یک سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر برای «سیاستین مالابی»، نویسنده کتاب توضیح داد: زمانی که بحث نوآوری‌های غیرمحتمل می‌شود، ما نمی‌توانیم آینده را پیش‌بینی کنیم، فقط می‌توانیم آن را کشف کنیم. ایسن طبیعت بازی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر است که اکثر تلاش‌ها برای کشف، به شکست می‌انجامد، اما اندک موفقیت‌ها به چنان مقیاسی از اقتصاد دست می‌یابند که همه شکست‌ها را جبران می‌کنند. این نرخ نامتناسب موفقیت و شکست است که «قانون قدرت» را می‌سازد و کسب‌وکارهای مخاطره‌پذیر را به پیش می‌رانند. عملاً این قدرت را می‌توان در شرکت‌های «سیلیکون ولی»، صنعت فناوری و به طور کلی، در تمام جهان مشاهده کرد. «سیاستین مالابی» برخلاف سنت رایج، به بررسی شکست‌ها و نرخ احتمال کشف آینده از طریق نوآوری پرداخته است.

در کتاب او که پر از گفت‌وگو با بزرگترین کارآفرینان، نوآوران و سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر است، بیش از داستان پیروزی‌های امیدوارکننده بسا شکست‌های الهام‌بخش مواجه می‌شویم. شکست‌ها و اشتباهات کم‌دی‌وار در «سیلیکون ولی» و به عنوان مثال، اشتباهات متوالی در ابتدای عمر شرکت «اپل» را در کمتر منبعی می‌توان اینقدر گسترده مشاهده کرد. با این وجود، ماهیت سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر همین است که به‌رغم احتمال پایین موفقیت، پادش موفقیت به شدت بالاست. نویسنده شرح می‌دهد که در بسیاری از مواقع، شرکت‌های آینده‌دار به دلیل استفاده نادرست از قدرت و قمار روی تحقیقات مورد علاقه‌شان، با پیامدهای فاجعه‌باری مواجه شده‌اند. او عوامل مختلفی را در افزایش شانس موفقیت سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌پذیر کشف می‌کند. یکی از آنها، میزان تنوع جنسیتی و دیدگاه است. حتی هم‌اکنون نیز در اکثر شرکت‌های نوآور آمریکایی نمی‌توان زنان و اقلیت‌های زیادی را دید.

در حالی ثبت شده است که داده‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد از میان ۲۵.۷ میلیون خانوار ایرانی فقط نیمی از آنها یعنی ۱۳ میلیون خانوار دارای خودرو هستند. داده‌های ثبت‌نام وزارت صمت نیز نشان می‌دهد حجم واقعی تقاضا در بازار خودرو حداکثر ۱.۵ میلیون دستگاه در سال است. این آمار به وضوح با تعداد افرادی که برای خرید خودرو ثبت‌نام کرده‌اند، تفاوت آشکاری دارد. با استناد با این آمار می‌توان گفت، روش قرعه‌کشی که از آن با نام «لاتاری خودرو» نیز یاد می‌شود، به دلیل اجرای شیوه منسوخ سهمیه‌بندی، به افزایش تقاضای و افراطی حجم تقاضا منجر شده؛ حال آنکه ممکن است بسیاری از تقاضاهای واقعی بی‌پاسخ بماند.

کنند. حال اطلاعات دریافتی نشان می‌دهد در جریان این قرعه‌کشی، ۹ میلیون و ۲۰۰ هزار متقاضی ثبت‌نام کرده‌اند که رکورد تازم‌ای در سیستم قرعه‌کشی خودرو محسوب می‌شود؛ در حالی که تعداد خودروهای قابل عرضه فقط ۲۰ هزار دستگاه است. پیشتر در آبان‌ماه نیز ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر در یکی از قرعه‌کشی‌های خودروسازان ثبت‌نام کرده بودند که در نهایت فقط ۳۹ هزار خودروی تولیدشده در ایران خودرو عرضه شد. شدت تقاضا در قرعه‌کشی تازه ایران خودرو به حدی بود که سایت ثبت‌نام ایران خودرو در هفته گذشته به دلیل افزایش شدید تقاضا با اختلال مواجه شد و به همین دلیل، زمان ثبت‌نام طی دو مرحله تمدید شد. این میزان تقاضا برای خرید خودرو



از ۴۵ عضو کمیسیون تلفیق فقط ۴ نفر اقتصاد خوانده‌اند

تحلیل بودجه با عینک فقه و الهیات

همه نگاه‌ها این روزها به بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ در مجلس دوخته شده‌است؛ چراکه اقتصاد کشور بر روی ریل بودجه می‌گردد، اما با وجود اهمیت و تاثیر چشمگیری که بودجه سالیانه بر اقتصاد و معیشت مردم دارد، کمیسیون تلفیق بودجه مجلس عموماً نمایندگان با تحصیلات و گرایش‌های غیرمرتبط را در خود جای داده‌است؛ چنانکه از ۴۵ عضو این کمیسیون تنها چهار نفر اقتصاد خوانده‌اند و از اعضای هیأت رئیسه هم تنها رئیس کمیسیون دانش‌آموخته اقتصاد است. به گزارش پایگاه خبری انتخاب، پس از ۲۶ روز تاخیر بالاخره دولت سیزدهم لایحه بودجه سال آینده را تقدیم مجلس کرد و حال بودجه ۱۴۰۲ در دستان ۴۵ عضو کمیسیون تلفیق بودجه قرار دارد تا برنامه مالی یکساله آینده را بررسی کنند و در کمیسیون به رأی بگذارند. از آنجایی که بودجه، مهمترین سند اقتصادی کشور است و برآوردهای آن بر اقتصاد خرد و کلان کشور تاثیر می‌گذارد، تخصص اعضای کمیسیون تلفیق بودجه هم موضوع مهمی است. کمیسیون تلفیق بودجه مجلس، ۴۵ عضو دارد که ۹ نفر از کمیسیون برنامه و بودجه و ۳۶ نفر از دیگر کمیسیون‌های تخصصی معرفی می‌شوند. با این حال، از ۴۵ عضو این کمیسیون تنها چهار نفر یعنی «ارش زرهتن»، «سیدشمس‌الدین حسینی»، «علی بابایی کارنامی» و «مهدی طیفانی» اقتصادخوانده هستند و باقی اعضا تحصیلات غیر تخصصی دارند. حتی از هیأت رئیسه کمیسیون هم به جز «سیدشمس‌الدین حسینی»، باقی آنها تحصیلات اقتصادی ندارند. البته عدم مرتبط بودن رزومه تحصیلی اعضا تنها محدود به کمیسیون تلفیق بودجه و حتی مجلس فعلی نیست؛ چراکه انتخاب هیأت رئیسه کمیسیون‌ها در اغلب موارد و در ادوار مجلس هم بیش از آنکه با نگاه کارشناسانه باشد، بیشتر به دلایل سیاسی بوده است. در ادامه گزارش حاضر، تحصیلات اعضای این کمیسیون مطابق آنچه در سایت مرکز پژوهش‌های مجلس آمده است، بررسی شده است.

❖ کمیسیون برنامه و بودجه: «حمیدرضا حاجی بابایی» با وجود داشتن مدرک تحصیلی دکترای الهیات اما از مجلس پنجم تا مجلس نهم، نامش با کمیسیون برنامه و بودجه گره خورده است. او همچنین وزیر آموزش و پرورش دولت دهم بوده است. «سمیه محمودی»، نماینده مردم اصفهان با تحصیل در مقطع ارشد جامعه‌شناسی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه است و اسامال هم به عنوان عضو کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۲ معرفی شده است. «مهدی فرشادان»، «حسن اراکانی» و «رب رحمانی» هم به ترتیب دکترای پزشکی، کارشناسی ارشد عمران و کارشناسی ارشد مدیریت دارند. «حجیم زارع» در کسوت سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه، دکترای مدیریت بازرگانی استراژیک دارد و مدیریت بازرگانی خارجی سازمان بازرسی در سولیک اجرایی او دیده می‌شود. «سیدمحمدرضا میر تاج‌الدینی» به عنوان دیگر عضو این کمیسیون، تحصیلات جزوئی دارد. البته مدرک تحصیلی او در برخی منابع، دکترای مدیریت استراژیک ذکر شده است. او در دولت احمدی‌نژاد، معاون پارلمانی رئیس‌جمهور بود و سه دوره نمایندگی مجلس را در کارنامه دارد. «ارش زرهتن» از معزود نمایندگان است که تحصیلات مرتبط با کمیسیون تلفیق بودجه دارد و در رشته اقتصاد بین‌الملل تحصیل کرده است. «سیدشمس‌الدین حسینی» هم به عنوان سکندار کمیسیون تلفیق بودجه، دکترای اقتصاد دارد، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی است و پیشتر وزیر اقتصاد بوده است.

❖ کمیسیون آموزش و تحقیقات: «امان قلیچ سادهمهر» با مدرک کارشناسی ارشد زبان و ادبیات عرب و «حسین حقرودی» با مدرک دکترای تاریخ اسلام به کمیسیون تلفیق بودجه پیوسته‌اند. همچنین «محمد وحیدی»، دیگر عضو کمیسیون آموزش که به کمیسیون تلفیق معرفی شده، تا مقطع دکترای تحصیل کرده است، اما در وبسایت مرکز پژوهش‌ها از رشته تحصیلی او چیزی موجود نیست. بنابراین از میان اعضای این کمیسیون نمی‌توان هیچ خط و ربطی به کمیسیون تلفیق بودجه پیدا کرد.

❖ کمیسیون اجتماعی: از تحصیلات اعلی‌اکبر بسطامی» تنها به ذکر کارشناسی ارشد مدیریت بسنده شده و مشخص نیست در کدام زیرشاخه مدیریت تحصیل کرده است. «خلیل بهروزفر» دیگر عضو کمیسیون اجتماعی ارشد که به کمیسیون تلفیق بودجه راه یافته، در رشته مدیریت دفاعی در مقطع کارشناسی ارشد تحصیل کرده و بازنشته‌ست سیاه و فرماندار تالش بوده است. «علی بابایی کارنامی» تنها عضو کمیسیون اجتماعی است که تحصیلات مرتبطی با مهمترین سند مالی کشور دارد. او دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد رشته اقتصاد بین‌الملل است.

❖ کمیسیون امنیت ملی: تحصیلات «محمود عباس‌زاده» و «ابراهیم رضایی» به حوزه ارتباطات و رسانه گره می‌خورد. «عباس‌زاده» دکترای مدیریت رسانه دارد و مدیرکل اسبق سیاسی وزارت کشور و استاندار اسبق ایلام بوده و «رضایی» هم دکترای علوم ارتباطات دارد و پیشتر رزورتنماگر و مدرس دانشگاه بوده است. سومین سهم این کمیسیون برای کمیسیون تلفیق متعلق به «حسین نوش‌آبادی» است که مدرک تحصیلی دکترای حقوق بین‌الملل دارد و نماینده مجلس ششم و هفتم بوده است.

❖ کمیسیون امور داخلی کشور و شوراه: «جلال رشیدی کوچی» و «محمدرضا صیافیان» هر دو در رشته و میزان تحصیلات مشترک هستند. آنها در رشته علوم سیاسی در مقطع ارشد تحصیل کرده‌اند. دیگر عضو این کمیسیون یعنی «محمدمصر ملک» تحصیلات جزوئی دارد و پیش از ورود به بهارستان، امام جمعه املش بوده است.

❖ کمیسیون انرژی: از کمیسیون انرژی، «هادی بیگی‌نژاد» با دکترای شیمی، «مصطفی نغی» با دکترای مالکیت و «کیوان مرادیان» با تحصیلات دکترای به کمیسیون تلفیق راه پیدا کرده‌اند.

❖ کمیسیون بهداشت و درمان: «علی‌اصغر باقرزاده» در حالی عهده‌دار دبیر اول کمیسیون تلفیق بودجه است که در کمال تعجب پزشک عمومی است. همچنین «سیدجلال میرمحمدی» و «رضا آریان‌پور» هم به عنوان دیگر اعضای کمیسیون تلفیق، پزشک هستند. ❖ کمیسیون صنایع و معادن: مدرک تحصیلی «سیدمحسن دهنوی» که بر مسند نایب رئیس اول کمیسیون تلفیق نشسته، دکترای زانو نشسته قضاوتی است. همچنین دو سهم دیگر از این کمیسیون متعلق به «عبدالنصر درخشان» و «احتجالت فیروزی» است که به ترتیب در رشته مدیریت صنعتی و حقوق تحصیل کرده‌اند.

❖ کمیسیون عمران: «احمد دنیا مالی»، دکترای برنامه‌ریزی شهری دارد و در شورای چهارم شهر تهران، رئیس کمیسیون عمران و حمل و نقل بوده و هم اکنون بر جایگاه نایب رئیس دوم کمیسیون تلفیق تکیه زده است. «سماعیل حسین زهی» و «فلاعملی کوهساری» هم به ترتیب مدرک کارشناسی ارشد مدیریت دولتی و کشاورزی دارند.

❖ کمیسیون فرهنگي: از سه سهم کمیسیون اجتماعی برای کمیسیون تلفیق هیچ‌گونه تخصص مرتبطی با این سند اقتصادی نمی‌توان پیدا کرد. از آن عجیبت‌ر اینکه «هجید نصیریایی» با تحصیلات سطح سه حوزه بر مسند دبیر دوم کمیسیون تلفیق نشسته است. از سوی دیگر، «احسان قاضی‌آباد هاشمی» با دکترای فقه و «میرحسین بالکی‌پور» هم با دکترای فلسفه عرب برای بودجه سال آینده تصمیم‌گیری می‌کنند.

❖ کمیسیون قضایی و حقوقی: «حسین‌علی حاجی دلیگانی» دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی است که در مجلس نهم و دهم هم عضو کمیسیون بودجه بوده است. «محمدتقی نقدعلی» در حالی به کمیسیون تلفیق راه پیدا کرده که تحصیلات جزوئی دارد. «سیدکاظم دلخوش» هم دانشجوی دکترای مدیریت راهبردی فرهنگی است و سابقه عضویت در کمیسیون اقتصادی در مجالس هفتم، هشتم و دهم را دارد.

❖ کمیسیون اقتصادی: «سیدکاظم موسوی» با مدرک کارشناسی ارشد حقوق و سابقه اجرایی در سازمان بازرسی نه تنها ارتباطی با کمیسیون تلفیق بودجه بلکه با کمیسیون اقتصادی (که در آن عضو است) هم ندارد. «مهدی طیفانی» از جمله چهار نماینده‌ای است که از کل اعضای کمیسیون تلفیق، تحصیلات مرتبطی دارد. او دکترای علوم اقتصاد دارد و اسناد دانشگاه اصفهان است. در وبسایت مرکز پژوهش‌ها در مقابل تحصیلات «علیرضا زندیان» تنها به ذکر کارشناسی ارشد بسنده شده است.

❖ کمیسیون کشاورزی: «روین اوسطی» و «عبدالله ایزدی» به ترتیب در رشته‌های مهندسی کشاورزی و عرفان تا مقطع کارشناسی ارشد تحصیل کرده‌اند. از رشته تحصیلی «هان‌الله حسین‌پور» هم در وبسایت مرکز پژوهش‌ها چیزی یافت نمی‌شود و گویا او تا مقطع کارشناسی تحصیل کرده‌است.

جای خالی «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» در اقتصاد ایران احساس می‌شود

دیده‌بانی انتظارات اقتصادی



فرصت امروز: «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» (Consumer Confidence Index)، یکی از مهمترین شاخص‌های اقتصادی در کشورهای پیشرفته است که برای اندازه‌گیری درجه خوش‌بینی مصرف‌کننده نسبت به وضعیت اقتصادی جامعه به کار می‌رود؛ اینکه مصرف‌کننده تا چه اندازه نسیبت به پایدار بودن درآمد خود در آینده مطمئن است و چه انتظاراتی از آینده دارد، بدون شک در رفتارهای اقتصادی او مشهود است. این شاخص مبتنی بر نظرسنجی است و به صورت ماهانه براساس اطلاعات جمع‌آوری شده از خانوارهای مصرف‌کننده محاسبه می‌شود تا میزان اعتماد مصرف‌کننده را درباره وضعیت عمومی اقتصاد اندازه‌گیری نماید. در مجموع، شاخص‌های اقتصادی در سه گروه شاخص‌های تاجیری، هم‌زمان و پیشرو طبقه‌بندی می‌شوند. «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» در گروه شاخص‌های پیشرو اقتصادی قرار دارد و این مزیت را دارد که نتایج نظرسنجی، پیش از انتشار داده‌های آماری مربوط به فعالیت‌های اقتصادی در دسترس قرار گرفته و به عنوان مکمل آمارهای رسمی در نظر گرفته شود. سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی همواره تحولات «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» را از نزدیک رصد کرده و آن را به عنوان یک بخش مهم از اطلاعات اقتصادی در نظر می‌گیرند.

با توجه به اهمیت «شاخص اعتماد مصرف‌کننده»، جای خالی آن در سیاستگذاری اقتصادی ایران احساس می‌شود و لازم است که با مطالعات کارشناسی مناسب، این شاخص تدوین شده و مورد استفاده قرار گیرد. در همین راستا، پژوهشکده امور اقتصادی وزارت اقتصاد در یک گزارش به بررسی «شاخص اعتماد مصرف‌کننده و ضرورت به کارگیری آن در ایران» پرداخته و تجربیات کشورهای مختلف جهان را مورد کنودکا قرار داده است. در پایان این گزارش نیز ۱۳ سوال در قالب یک پرسش‌نامه گردآوری شده تا با روش آماری مناسب و انتخاب نمونه آماری، محاسبه این شاخص انجام گیرد. رویکرد شاخص‌های پیشرو اقتصادی

یکی از ابزارهای تحلیلگران اقتصادی و اجتماعی، تحلیل وضعیت شاخص‌های کلان اقتصادی است؛ چراکه از طریق این شاخص‌ها، تحولات اقتصادی و شواهد رفتاری گروه‌های مختلف از جمله مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها در فرآیند سیاستگذاری مورد استفاده قرار می‌گیرد. شاخص‌های تشکیل‌شده از نظرسنجی‌ها، یکی از ابزارهایی هستند که به کارشناسان و فعالان اقتصادی برای رسیدن به تحلیل‌ها و اقدامات موثر کمک می‌کنند که از جمله این شاخص‌ها، «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» است. این شاخص، معیاری برای نگرش مصرف‌کنندگان است و براساس پاسخ‌های مصرف‌کننده به سوالات درباره شرایط اقتصادی حال حاضر و آینده اندازه‌گیری می‌شود. منشأ شاخص‌های پیشرو به اواخر دهه ۱۹۳۰ بازمی‌گردد؛ زمانی‌که اقتصاددانان، شاخص‌های پیشرو اقتصادی را به عنوان پیش‌بینی فعالیت‌های اقتصادی یا تجاری ایجاد کردند. این شاخص‌ها عموماً تمایل دارند تا جلوتر از چرخه‌های اقتصادی حرکت کنند. شاخص‌های پیشرو اقتصادی به طور کلی برای تحلیل‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت مناسب بوده و اغلب براساس داده‌های جمع‌آوری‌شده توسط منابع معتبر و متمركز بر جنبه‌های خاص اقتصادی هستند که می‌توانند

به پیش‌بینی وقایع و روندهای آینده در تجارت و بازارها کمک کنند. به همین دلیل، سرمایه‌گذاران برای هدایت استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خود، سیاست‌گذاران اقتصادی هنگام تعیین سیاست مالی یا پولی و مشاغل برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک خود از این شاخص‌ها استفاده می‌کنند؛ مثلاً تصور بر این است که بازده اوراق قرضه یک شاخص پیشرو مناسب در بورس است؛ چراکه معامله‌گران اوراق بهادار پیش‌بینی و حدس و گمان درباره روند اقتصاد دارند.

شاخص‌های پیشرو، اطلاعاتی کیفی را ارائه می‌دهند که از یکسو برای نظارت بر وضعیت فعلی اقتصاد و از سوی دیگر به‌عنوان هشدار برای نقاط عطف در فعالیت‌های اقتصادی استفاده می‌شوند. یکی از ویژگی‌های اصلی شاخص‌های پیشرو، توانایی آنها در پیش‌بینی رونق و رکود در فعالیت‌های اقتصادی است. بنابراین این شاخص نته‌تها یک بخش در چرخه تجاری را هدایت می‌کند، بلکه قادر به پیش‌بینی دقیق نقاط عطف آن نیز خواهد بود. البته پیش‌بینی دقیق ماهیت چرخه‌ای یک صنعت دشوار است. از یک جنبه، «چرخه» یک مفهوم نسبتاً گمراه‌کننده است؛ زیرا فراز و نشیب‌ها در فواصل زمانی منظم تکرار نمی‌شوند. همچنین محرک‌های مختلف یک صنعت خاص می‌توانند چرخه‌های مختلفی داشته باشند. به همین دلیل و دلایل دیگر، شاخص‌های پیشرو می‌توانند یک علم فرپینده و گاهی اوقات یک علم نسبتاً ناکارآمد باشند. با این وجود، این شاخص‌ها تخمین خوبی از روندها و سطوح عمومی فعالیت‌های اقتصادی ارائه می‌دهند.

معرفی شاخص اعتماد مصرف‌کننده یکی از شاخص‌های پیشرو اقتصادی، «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» است. این شاخص، احساس مصرف‌کنندگان را درباره برخی عوامل اقتصادی اندازه‌گیری می‌کند و سطح خوش‌بینی مصرف‌کنندگان را نسبت به شرایط جاری و آتی اقتصاد نمایان می‌کند. میزان اعتماد مصرف‌کننده برای نخستین‌بار در اواخر دهه ۱۹۴۰ با «شاخص احساسات مصرف‌کننده» (ICS) که توسط دانشگاه میشیگان به رهبری جورج کاتونا طراحی شده بود، سنجیده شد. هدف از این نظرسنجی که در سطح ملی و ۵۰۰ خانوار انجام شد، جمع‌آوری اطلاعات درباره انتظارات مصرف‌کننده بود. پس از چند سال محاسبه و استفاده از شاخص ICS، در سال ۱۹۶۷ شاخص دیگری با نام «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» معرفی شد. «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» و «شاخص احساسات مصرف‌کننده» دانشگاه میشیگان، دو منبع اطلاعاتی درباره میزان فعلی خوش‌بینی در میان مصرف‌کنندگان بود، هر دو به صورت ماهانه منتشر می‌شوند. این دو شاخص نشان می‌دهد که آیا خلق‌وخوی مصرف‌کنندگان و نگرش آنها نسبت به شرایط اقتصادی در طول زمان بهتر یا بدتر شده است. هدف هر یک از آنها، قضاوت میزان اعتمادی است که افراد درباره وضعیت مالی فعلی خود و انتظارات آنها از تغییر برای بهتر یا بدتر شدن در آینده نزدیک احساس می‌کنند. سرمایه‌گذاران نیز به نتایج هر دوی این نظرسنجی‌ها به یک شکل نگاه می‌کنند؛ به طوری که اگر این رقم در مقایسه با ماه گذشته بیشتر باشد، مصرف‌کنندگان باید مایل به خرج کردن پول بیشتری باشند. در مجموع، دو دلیل توجه به «شاخص اعتماد

مصرف‌کننده» این است که تصور می‌شود این شاخص، نشانه‌های اولیه درباره قدرت اقتصاد ارائه می‌دهد. نخست آنکه ممکن است مصرف‌کنندگان با پاسخ‌های خود به پرسش‌های نظرسنجی، شرایط اقتصادی کنونی را به دقت به تصویر بکشند. از همین رو، اعتماد مصرف‌کننده با شرایط اقتصادی فعلی همبستگی دارد. همچنین ممکن است احساس مصرف‌کنندگان درباره اقتصاد و وضعیت مالی شخصی آنها بر تمایل آنها به خرج کردن تاثیر بگذارد. در این شرایط، اعتماد مصرف‌کننده یک نیروی علی برای اقتصاد خواهد بود. در هر صورت، به این دلیل که این شاخص بسیار سریع و پیش از بسیاری از داده‌هایی که قدرت اقتصاد را اندازه‌گیری می‌کنند، منتشر می‌شود، می‌تواند نشانه‌های اولیه‌ای از عملکرد اقتصاد ارائه کند. شاخص چگونه محاسبه می‌شود؟

«شاخص اعتماد مصرف‌کننده» در بیشتر کشورها برای یک ماه معین در پایان آن ماه منتشر می‌شود. در مقابل، در یک وضعیت خوش‌بینانه گزارش مخارج مصرف شخصی که آنچه را که مصرف‌کنندگان واقعاً در آن ماه انجام داده‌اند، اندازه‌گیری می‌کند تا پایان ماه بعد نیز در دسترس نیست. بنابراین چون «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» بهنگام است، می‌تواند یک شاخص اولیه مفید برای عملکرد اقتصاد باشد. دلیل دوم اینکه چرا «شاخص اعتماد مصرف‌کننده» ممکن است اطلاعات اولیه مفیدی را ارائه دهد، این است که پاسخ‌های مصرف‌کنندگان به سوالات نظرسنجی، پیش‌بینی خوبی از فعالیت اقتصادی آینده ارائه می‌دهد. این امر در صورتی رخ می‌دهد که اعتماد مصرف‌کننده بر فعالیت‌های اقتصادی تاثیر منطقی داشته باشد؛ هر چند این تاثیر ممکن است چندین ماه طول بکشد تا کاملاً محقق شود. همچنین اعتماد مصرف‌کننده به‌عنوان چکیده‌ای مناسب از پیش‌بینی‌های بسیاری از افراد براساس اطلاعات مختلف عمل می‌کند؛ تا جایی که این پیش‌بینی‌ها برای فعالیت اقتصادی مفید باشند، «شاخص اعتماد مصرف‌کننده»، شاخص مهمی برای قدرت اقتصاد خواهد بود.

«شاخص اعتماد مصرف‌کننده» که نهادهای مختلفی مانند بانک مرکزی، مسئولیت گردآوری آن را برعهده دارند، براساس چندین سوال مصاحبه‌کننده از مصرف‌کننده است. این شاخص از ترکیب پاسخ‌های مربوط به یکسری از سوالات ساخته می‌شود که این سوالات براساس شرایط اقتصادی هر کشور می‌تواند تغییر کند. معمولاً این نوع نظرسنجی‌ها در چند روز یا چند هفته انجام‌شده و دیدگاهی کلی درباره سطح اطمینان در دوره گذشته ارائه می‌دهند. این شاخص که با یک عدد نشان داده می‌شود، ارزیابی مصرف‌کننده از فروش مالی، فرصت‌های شغلی، پیش‌بینی هزینه و نظر آنها درباره شرایط عمومی اقتصادی را نشان می‌دهد. بنابراین این شاخص می‌تواند برای سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذاران و صاحبان مشاغل یک کشور مفید باشد. نظرسنجی اعتماد مصرف‌کننده براساس نظر پاسخ‌دهندگان درباره شرایط کسب‌وکار فعلی، شرایط کسب‌وکار شش ماه آینده، وضعیت فعلی اشتغال، شرایط اشتغال شش ماه آینده و کل درآمد خانواده تا شش ماه آینده است. بدین ترتیب، «شاخص اعتماد مصرف‌کننده»، تصمیمات مردم را درباره وضعیت فعلی و آینده اقتصاد نمایش می‌دهد.

دماسنج معاملات مسکن در مناطق ارزان پایتخت به‌روز شد

جغرافیای رشد ملکی در شهر تهران

دیگر، در دو سال گذشته به دلیل کاهش سطح معاملات، ساخت و ساز دچار افت شده و برودت هوا در فصل زمستان، این افت را تشدید کرده است. به همین دلیل، واحدهای نوساز کمتری به بازار تزریق می‌شود. برخی سازندگان هم تورم فعلی نهاده‌های ساختمانی را قیمت واحدهای آماده که دوره ساخت آنها در دو سال اخیر بوده، محاسبه می‌کنند. رشد شدید قیمت مسکن در پنج سال اخیر باعث شده تا متقاضیان به سمت واحدهای کوچک‌متراز و قدیمی‌ساز بروند؛ به طوری که آپارتمان‌های ۵۰ تا ۶۰ متر، جایگاه اول را در معاملات آذرماه شهر تهران با سهم ۱۵،۳ درصدی به خود اختصاص دادند.

واحدهای ۶۰ تا ۷۰ متر با سهم ۱۴،۸ درصدی در جایگاه دوم قرار گرفتند و خانه‌های ۴۰ تا ۵۰ متر نیز با سهم ۱۰،۶ درصدی از کل معاملات، رتبه سوم را از آن خود کردند. درخصوص ارزش هر واحد مسکونی، واحدهای ۱،۵ تا ۲ میلیارد تومان، جایگاه اول را در معاملات به دست آوردند که ۱۳،۶ درصد از کل قرارداده‌ها را دربر گرفتند. واحدهای ۱ تا ۱،۵ میلیارد تومانی با ۱۲،۲ درصد در رتبه دوم و آپارتمان‌های ۲ تا ۲،۵ میلیارد تومان نیز جایگاه سوم را کسب کردند که ۹،۸ درصد معاملات را دربر گرفتند. شش منطقه ارزان‌قیمت در بازار مسکن شهر تهران نیز به ترتیب مناطق ۱۸، ۱۶، ۲۰، ۱۷ و ۱۵ هستند که متوسط قیمت هر متر مسکن در این مناطق، کمتر از ۲۹ میلیون تومان در هر متر مربع است. در این بین، منطقه ۱۸ با قیمت ۲۴،۴ میلیون تومان، ارزان‌ترین منطقه در بازار مسکن شهر تهران محسوب می‌شود. این در حالی است که میانگین قیمت هر متر خانه در شهر تهران براساس گزارش بانک مرکزی در آذرماه ۱۴۰۱ از مرز ۴۸ میلیون تومان عبور کرده است. متوسط قیمت هر متر مربع آپارتمان در شهر تهران به ۴۸ میلیون تومان در آذرماه رسید که در مقایسه با ماه قبل، ۲،۹ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۴۷،۵ درصد افزایش پیدا کرد. تعداد معاملات نیز به ۱۰ هزار و ۱۸۴ قفره رسید که ۲۷،۲ درصد نسبت به آبان امسال و ۴،۲ درصد نسبت به آذرماه پارسال افزایش یافت. نمودار توزیع فراوانی تعداد معاملات برحسب قیمت هر متر مربع که توسط بانک مرکزی منتشر شده، نشان می‌دهد هرچه نرخ‌ها افزایش پیدا می‌کند، از سطح معاملات کاسته می‌شود؛ به طوری که آپارتمان‌های با سطح قیمتی ۹۵ تا ۱۰۰ میلیون تومان در هر متر مربع تنها ۰،۹ درصد از قراردادهای خرید و فروش را به خود اختصاص می‌دهند. ۴،۶ درصد از کل معاملات هم به آپارتمان‌های بیش از متری ۱۰۰ میلیون تومان تعلق دارد.

بانک نامه

سکه ۲۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان شد

رشد قیمت انواع سکه

قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با ۲۰۰ هزار تومان افزایش در روز دوشنبه نسبت به روز قبل با رقم ۲۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله شد. براساس نرخ‌های اعلامی از اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه بهار آزادی طرح جدید به ۲۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز بدون تغییر قیمت نسبت به روز قبل در همان رقم ۲۰ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان خریدوفروش شد. همچنین نیم‌سکه با ۱۰۰ هزار تومان افزایش قیمت به ۱۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان، ربع سکه با همین میزان افزایش به ۷ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی به ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسید. در بازار طلا نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار، یک میلیون و ۹۲۷ هزار تومان و قیمت هر مثقال طلا، ۸ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان قیمت خورد. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی یک هزار و ۹۱۷ دلار و ۵۲ سنت گزارش شد.

در بازار ارز نیز نرخ هر اسکناس دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی در روز دوشنبه بالغ بر ۳۰ هزار و ۶۹۳ تومان و هر یورو بالغ بر ۳۲ هزار و ۲۵۸ تومان معامله شد که نسبت به روز کاری قبل، نرخ دلار ثابت و قیمت یورو ۱۱ تومان کاهش داشت. نرخ خرید هر اسکناس دلار در بانک‌ها و صرافی‌های بانکی به ۳۰ هزار و ۴۱۶ تومان و نرخ فروش آن به ۳۰ هزار و ۶۹۳ تومان رسید. نرخ خرید هر اسکناس یورو ۳۲ هزار و ۹۵۹ تومان و نرخ فروش آن ۳۲ هزار و ۲۵۸ تومان اعلام شد.

گزارش میدانی ایسنا از وضعیت بازار ارز نشان می‌دهد که قیمت‌ها در روز گذشته با کاهش نسبی همراه شده و مردم بیشتر از روزهای قبل در این بازار در رفت و آمد بوده‌اند. بر همین اساس، نرخ دلار و یورو نسبت به روز کاری قبل با کاهش نسبی همراه شده و دلالتان نیز قیمت‌های‌شان را قدری پایین آورده‌اند. گرچه مردم در این روز بیشتر از روز قبل در خیابان و میدان فردوسی بین صرافی‌های مختلف در رفت و آمد بودند، اما نرخ ارز در روز دوشنبه کمی کاهش یافته و قیمت هر دلار آمریکا با کاهش حدود ۲۰۰ تا ۴۰۰ تومانی همراه شده است. صرافی‌ها هر دلار آمریکا را ۳۸ هزار و ۵۰۰ تا ۳۸ هزار و ۸۰۰ تومان می‌خرند و نرخ فروش آنها در حدود ۳۹ هزار و ۲۰۰ تومان در نوسان است. همچنین نرخ یورو در صرافی‌ها نسبت به روز قبل با مقداری کاهش همراه بوده است. دلالتان هم همانند همیشه که در روزهای کاهش قیمت، مقاومت خود را می‌شکنند تا از بازار عقب نمانند، در روز دوشنبه نیز نرخ‌های خود را تا حدود ۵۰۰ تومان نسبت به روز قبل کاهش دادند.

گفتنی است در بازارهای جهانی، ارزش یورو در برابر دلار به بالاترین میزان در هشت ماه گذشته رسیده است. به گزارش اکونومیک، در بحبوحه آخرین داده‌های اقتصادی و اجماع مبنی بر اینکه فدرال رزرو آمریکا ممکن است سیاست پولی با سختگیری کمتری را در نشست فوریه خود اعمال کند، یورو در برابر دلار آمریکا به بالاترین حد خود در هشت ماه اخیر رسید و در ۱۰۰۸۷۴۱ دلار معامله شد. شاخص دلار با ۰.۲۹ درصد کاهش به ۱۰۱.۸۸۱۰ رسید. در همین حال، در آسیا به دلیل انتظارات از نشست سیاست پولی آتی بانک مرکزی ژاپن، دلار در برابر ین ژاپن ۰.۳۷ درصد کاهش یافت. پوند انگلیس نیز ۰.۲۹ درصد در برابر دلار افزایش یافت و ۱.۲۲۶۹۷ دلار تغییر کرد. همچنین یورو ۰.۲۷ درصد افزایش یافت و ۱.۰۸۶۲۹ دلار فروخته شد.

عوارض خروج برای هر نفر ثابت است

پیش‌بینی رشد سفرهای خارجی

دولت در حالی افزایش ۱۲۸ درصدی درآمد از محل عوارض از خروج کشور را در لایحه بودجه سال آینده پیش‌بینی کرده که میزان عوارض خروج از کشور برای هر نفر ثابت مانده است؛ لذا می‌توان گفت براساس تجربه امسال و افزایش درآمد از این محل، دولت برای سال آینده نیز افزایش مسکن و افزایش درآمد از محل دریافت عوارض خروج از کشور را پیش‌بینی کرده است. به گزارش ایسنا، در لایحه بودجه سال جاری برخلاف همیشه میزان عوارض خروج از کشور برای هر نفر مشخص نشد و فقط به طور کلی، در بخش درآمدهای دولت در بخش مالیات بر کالاها و خدمات، عوارض خروج مسافر از مرزهای کشور ۱۵۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده بود؛ رقمی که در ۹ ماهه امسال نه تنها محقق نشد، بلکه از آن هم فراتر رفت؛ چراکه طبق آمارها، مسافران در ۹ ماهه سال جاری ۱۵۶۳ میلیارد تومان عوارض پرداخت کرده‌اند که بیشتر از رقم پیش‌بینی شده در بودجه بود؛ رقمی که از کل مالیات رفته و انتظار می‌رود تا پایان سال نیز جهش داشته باشد.

در هر حال، میزان عوارض خروج از کشور برای هر نفر در سال جاری برای سفر اول ۴۰۰ و برای سفر دوم ۶۰۰ تومان است که در لایحه بودجه سال آینده هم برای هر نفر در سفر اول، دوم و سوم فرقی نکرده اما پیش‌بینی شده که میزان درآمد دولت از این محل افزایش یابد. بر این اساس و طبق لایحه بودجه سال آینده و جدول تعرفه‌های درآمدهای دولت، عوارض خروج از کشور برای هر نفر در سال آینده در سفر اول ۴۰۰ هزار تومان تعیین شده است. عوارض خروج از کشور برای سفر دوم به میزان ۵۰ درصد (۶۰۰ هزار تومان) و سفرهای سوم و بیشتر به میزان ۱۰۰ درصد (۸۰۰ هزار تومان) افزایش خواهد یافت. همچنین درآمد دولت از محل عوارض خروج از مرزهای کشور، ۳۴۳۱ میلیارد تومان تعیین شده است؛ رقمی که نسبت به سال جاری بیش از ۱۲۸ درصد افزایش دارد. در حالی که عوارض پرداختی هر نفر برای سال آینده مشابه سال جاری است. به نظر می‌رسد پیش‌بینی افزایش درآمد از این محل در سال آینده براساس افزایش درآمد دولت از این بخش است که در سال جاری محقق شد و بیشتر از میزان پیش‌بینی شده در بودجه امسال بود؛ لذا دولت برای سال آینده نیز افزایش سفر و افزایش درآمد از محل دریافت عوارض خروج از کشور را پیش‌بینی کرده است.



ایمان ولی‌پور

ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

معمولا همه شهروندان در طول سال‌های کاری، بخشی از درآمد خود را به هزینه انواع بیمه اختصاص می‌دهند تا از بابت سال‌های بازنشستگی، بیماری، آسیب و یا هر ریسک دیگری در زندگی، کمترین نگرانی را داشته باشند، اما برای بهره بردن از مزایای بیمه باید شرکت‌های بیمه معتبری را انتخاب کرد. بهترین راه برای شناسایی برترین شرکت‌های بیمه، رجوع به آمارها و گزارش‌هایی است که عملکرد صنعت بیمه را براساس معیارها و شاخص‌های مختلف نشان می‌دهد.

در جدیدترین گزارشی که بیمه مرکزی به تازگی منتشر کرده، عملکرد صنعت بیمه در ۹ ماه ابتدای امسال بررسی شده است. این گزارش نشان می‌دهد که حق بیمه تولیدی با تغییرات ۱۲۶.۹ هزار میلیاردی نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشد ۵۸.۴ درصدی داشته است. ۱۰ شرکت بیمه‌ای کشور نیز ۸۱ درصد از حق بیمه تولیدی بازار را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین خسارت پرداختی نسبت به مدت مشابه سال گذشته با رشد ۶۴.۲ هزار میلیارد تومانی، ۵۶.۷ درصد بیشتر شده است. با صدور پروانه فعالیت شرکت بیمه زندگی کاریزما در میانه آذرماه امسال و اضافه شدن آن به بخش غیردولتی صنعت بیمه، تعداد شرکت‌های بیمه‌ای که گزارش عملکرد ماهانه آنها در بازار بیمه تا پایان آذرماه ۱۴۰۱ قابل بررسی است، به ۲۸ شرکت رسیده است. این ۲۸ شرکت بیمه شامل بیمه‌های ایران، آسیا، البرز، دانا، پارسیان، رازی، کارآفرین، سینا، ملت، دی، سامان، نوین، پاسارگاد، معلم، میهن، کوثر، ما، آرمان، تعاون، سرمد، تجارت نو، حکمت صبا، امید، حافظ، آسماری، زندگی خاورمیانه و زندگی باران به همراه بیمه زندگی کاریزما است.

جغرافیای حق بیمه بازار نشان می‌دهد که بیمه دانا ۱۳ درصد و بیمه دی ۶.۹ درصد از حق بیمه بازار را در اختیار دارند و حق بیمه تولیدی این دو شرکت در ۹ ماه گذشته رشد قابل توجهی یافته است؛ به طوری که رشد حق بیمه تولیدی شرکت بیمه دی، رشد ۳۱۹ درصدی و حق بیمه تولیدی بیمه دانا رشد ۱۶۱ درصدی را تجربه کرده است. آنتور که گزارش

حق بیمه تولیدی صنعت بیمه ۵۸ درصد در ۹ ماه رشد کرد

۱۰ شرکت برتر بیمه‌ای



بیمه مرکزی می‌گوید، این رشد چشمگیر به واسطه عملکرد این شرکت‌ها در حوزه درمانی بوده است؛ چنانکه حق بیمه تولیدی رشته درمان نسبت به مدت مشابه سال گذشته برای شرکت دی ۶.۴ برابر و برای شرکت بیمه دانا ۵.۵ برابر شده است. همچنین این رشته در پرتفوی شرکت بیمه دی، سهم ۸۹ درصدی و در پرتفوی بیمه دانا، سهم ۵۲ درصدی دارد. بنابراین رشد چشمگیر حق بیمه تولیدی این دو شرکت بیمه به واسطه عملکرد این شرکت‌ها در رشته درمان بوده است.

همانطور که اشاره شد، ۸۱.۶ درصد از حق بیمه تولیدی بازار از آن ۱۰ شرکت بیمه‌ای است و مابقی شرکت‌ها ۱۸.۴ درصد از حق بیمه تولیدی بازار را به خود اختصاص داده‌اند. بدین ترتیب، ۱۰ شرکت بیمه ایران با ۲۵.۹ درصد، دانا با ۱۳ درصد، آسیا با ۱۰.۶ درصد، دی با ۶.۹ درصد، پاسارگاد و کوثر هر کدام با ۵.۲ درصد، البرز با ۵.۱ درصد، پارسیان با ۳.۸ درصد، سینا با ۳.۱ درصد و معلم با ۳ درصد در مجموع ۸۱.۶ درصد از حق بیمه تولیدی بازار را به خود اختصاص داده و ۱۸.۴ درصد مابقی حق بیمه توسط ۱۸ شرکت بیمه دیگر تولید شده است. گفتنی است منظور از بیمه تولیدی، مبالغ حق بیمه‌نامه‌هایی است که در یک دوره زمانی مشخص توسط موسسات بیمه صادر شده است.

بررسی عملکرد شرکت‌های بیمه همچنین نشان می‌دهد که نسبت خسارات بیمه در ۹ ماهه امسال در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، کاهش ۰.۶ درصدی داشته و به ۵۰.۶ درصد رسیده است. با وجود آنکه نسبت خسارات بیمه حدود ۵۰ درصد بوده، اما نسبت خسارت چهار رشته بیمه بالاتر بوده است؛ به طوری که نسبت خسارت چهار رشته بیمه بدنه اتومبیل ۷۲.۱ درصد، درمان ۶۵.۸ درصد، حوادث راننده ۵۴ درصد و شخص ثالث ۵۱ درصد بالاتر از سطح بازار بیمه بوده است.

همچنین از میان ۲۸ شرکت بیمه‌ای در ۹ ماه ابتدای امسال، نسبت خسارات شش شرکت به صورت قابل توجهی بالاتر از سطح بازار بیمه بوده است؛ چنانکه نسبت خسارت شرکت بیمه زندگی باران ۹۴.۵ درصد، سمره ۸۶.۲ درصد، میهن، ۸۱.۷ درصد، ملت ۶۷.۸ درصد، پارسیان ۶۲.۵ درصد و امید ۶۰.۵ درصد به مراتب بالاتر از سطح بازار بیمه (یعنی ۵۰.۶ درصد) است.

در دومین روز عرضه ربع سکه در بورس کالا

۲۰ هزار سکه بورسی به فروش رسید

بازاری ربع‌سکه در این روز ۷میلیون و ۷۰۰ هزار تومان گزارش شد که تداوم عرضه می‌تواند به افت بیشتر حباب سکه بینجامد.

در همین زمینه، سخنگوی بانک مرکزی درباره عرضه سکه بورسی گفته است: عرضه ربع سکه طلا در بورس کالا به منظور از بین بردن حباب سکه و تعدیل انتظارات تورمی غیرواقعی ادامه می‌یابد. طبق اعلام بانک مرکزی، روش کشف قیمت ربع سکه طلا در بورس کالا به صورت ثبت سفارش دفتری و برمبنای بیشترین حجم تقاضا و قیمت اعلامی توسط خریداران است و متقاضیان خرید از ساعت ۹ الی ۱۳ اقدام به سفارش‌گذاری می‌کنند. فرایند تطابق قیمت خرید در ساعت ۱۳ براساس روش مذکور انجام می‌شود. تعداد ربع‌سکه‌های قابل عرضه در بورس کالا ۵۰۰ هزار قطعه است و مدت عرضه سکه‌ها سه روز کاری تعیین شده است که البته در صورت وجود تقاضا توسط خریداران، این مدت تمدید می‌شود. سقف خرید برای هر متقاضی محدود بوده و زمان تحویل فیزیکی

ربع سکه نیز پنج روز بعد از معاملات است. همه اشخاص حقیقی بالای ۱۸ سال دارای کل ملی مجاز به انجام معاملات بوده و متقاضیان خرید ربع سکه باید بداندند که نماد مذکور دارای معاملات ثانویه نیست. دوره پیش‌گشایش از ساعت ۹ صبح شروع شده و ساعت ۱۳ خاتمه پیدا می‌کند و رأس ساعت ۱۳ حراج تک قیمتی برگزار می‌شود. دامنه قیمت سفارشات و قیمت سفارش عرضه توسط بانک مرکزی تعیین خواهد شد. هر متقاضی می‌تواند حداقل یک و حداکثر پنج ربع سکه خریداری کند.

همچنین تحویل ربع سکه به مشتری از سوی خزانه، حداقل پنج

هفته‌های متوالی است که قیمت سکه تحت تاثیر افزایش قیمت دلار، روندی صعودی به خود گرفته و رکوردهای شگفت‌انگیزی را ثبت کرده است. معمولا بازار سکه و طلا تحت تاثیر دو عامل قیمت اونس طلا و قیمت ارز قرار دارد و برآیند این دو عامل، سمت و سوی قیمتی مسکوکات و مصنوعات طلا را شکل می‌دهد. در طول هفته‌های گذشته که قیمت دلار به سقف تاریخی خود رسید، قیمت انواع سکه به طور چشمگیری بالا رفت و از جمله ربع سکه حباب بیش از ۱۰۰ درصدی را تجربه کرد. دولت در مواجهه با التهاب ارزی، رئیس کل بانک مرکزی را تغییر داد و با جایگزینی «محمدرضا فرزین» به جای «علی صالح‌آبادی» در ساختمان لاجوردی میرداماد، به شکل دستوری تا حدودی افسار نرخ ارز را به دست گرفت. در مورد بازار سکه و طلا نیز قرار شد از روز شنبه (۲۴ دی ماه) و به مدت سه روز ۵۰۰ هزار قطعه ربع سکه بهار آزادی در بورس کالای ایران عرضه شود.

از آنجا که بورس در روز یکشنبه همپای سایر نهادها و سازمان‌ها تعطیل بود، در روزهای شنبه و یکشنبه عرضه ربع سکه انجام شد و آنتور که «مصطفی قمری‌وفا»، سخنگوی بانک مرکزی گزارش داده است، دیروز (دوشنبه) در دومین روز عرضه گواهی سپرده ربع سکه در بورس کالا، ۲۰ هزار قطعه ربع سکه طلا به قیمت ۷ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان به فروش رسید. در روز شنبه و در نخستین روز این طرح نیز عرضه گواهی ربع سکه با قیمت ۷میلیون و ۲۰۰هزار تومان کلید خورد و در نتیجه ۷۴۴ کد حقیقی موفق به خرید ۲۸۰۰ ربع‌سکه شدند؛ این در حالی است که قیمت

رئیس اتاق بازرگانی تهران مطرح کرد

از خود تحریمی تا فرصت‌سوزی

رئیس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به وضعیت توسعه اقتصادی در برخی کشورهای آسیا و منطقه تصریح کرد آنچه که در کشور قطر رخ داد نمونه خوبی برای مقایسه است. قطر شاید به اندازه بوشهر ما وسعت داشته باشد، اما می‌بینیم که با استفاده از ظرفیت میادین نفتی و گازی مشترک به چه درآمدهایی رسیده است. به گزارش ایسنا، «مساعد خوانساری» در هفتمین مراسم تقدیر از کارآفرینان و جشنواره امین‌الضرب گفت: در سال‌های گذشته تحریم‌ها به اقتصاد ایران ضربه‌های قابل توجهی وارد کرده است. از سویی ما نتوانسته‌ایم سرمایه خارجی موردنیاز را جذب کنیم و همین موضوع به عقب‌ماندگی اقتصاد ایران در برخی حوزه‌ها منجر شده است و از سوی دیگر مشکلات اقتصادی به محدودشدن سفره مردم و سختی معیشت آنها نیز دامن زده است.

وی با بیان اینکه در کنار تحریم‌های خارجی برخی خودتحریمی‌ها نیز به عاملی برای سخت‌تر شدن شرایط اقتصاد ایران تبدیل شده، گفت: ما هیچ راهی جز استفاده از حداکثر توان داخلی و به کارگیری تمام ظرفیت‌ها برای عبور از شرایط فعلی نداریم. در این زمینه بخش خصوصی می‌تواند بسیار کارگشا باشد اما ما متأسفانه شاهد آن بودیم نه تنها از ظرفیت این بخش به درستی استفاده نشد که حتی با برخی برخوردها شرایط را برای فعالان اقتصادی واقعی نیز دشوار کردند.

رئیس اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: در این موضوع تردیدی وجود ندارد که به جز آزادی و عدالت، اقتصاد نیز یکی از اصلی‌ترین ارکان جامعه است و می‌توان گفت اگر وضعیت اقتصادی کشور خوب باشد حال تمام جامعه نیز بسیار بهتر خواهد بود، اما متأسفانه در کنار محدودیت‌های خارجی، وضعیت داخلی نیز به شکلی مدیریت شده که ما فرصت‌های‌مان را از دست بدهیم.

«خوانساری» با اشاره به وضعیت توسعه اقتصادی در برخی کشورهای آسیا و منطقه تصریح کرد: آنچه که در کشور قطر رخ داد نمونه خوبی برای مقایسه است. قطر شاید به اندازه بوشهر ما وسعت داشته باشد، اما می‌بینیم که با استفاده از ظرفیت میادین نفتی و گازی مشترک به چه درآمدهایی رسیده و از این طریق سرمایه‌گذاری خارجی کسب کرده و حتی جام جهانی فوتبال برگزار می‌کند در کنار آن کشورهایی مانند ترکیه یا مالزی نیز در این سال‌ها در سطح خود پیشرفت‌های خوبی کردند. اینکه ما در ایران نتوانسته‌ایم پیشرفت کنیم ناشی از ضعف مدیریتی ماست. در ایران نسل جوان و تحصیلکرده آماده حضور در صحنه‌های اقتصادی هستند، اما متأسفانه ما هرگز مقدمات لازم برای فعال شدن این جوان‌ها را فراهم نکرده‌ایم و وضعیت امروز ما نشان می‌دهد که نتوانسته‌ایم از فرصت‌ها به خوبی بهره ببریم. به گفته وی، اقتصاد دولتی در ایران فرصت طلایی توسعه را از ما گرفت امروز باید با کنار گذاشتن اختلافات بازگشت به خودباوری و اعتماد به نسل جوان از حداکثر پتانسیل و ظرفیت خود استفاده کنیم و با بهبود سرمایه اجتماعی و به کارگیری حداکثر ظرفیت اقدامات لازم را برای پیشرفت اقتصادی به کار بندیم.

تعطیلات ۶ میلیون متر مکعب از مصرف کاست

تهرانی‌ها در صدر مصرف گاز

سختگوی شرکت ملی گاز، استان تهران را پرمصرف‌ترین استان در مصرف گاز دانست و گفت شبکه گازرسانی پایدار است.

«عباس اعظمی» با بیان اینکه میزان مصرف تهران در روز جمعه ۱۲۵ میلیون مترمکعب بود و در روز یکشنبه نیز ۱۲۷ میلیون مترمکعب ثبت شد، افزود: در روزهای جمعه میزان مصرف گاز در پایین‌ترین سطح قرار می‌گیرد و با همراهی مردم نیز میزان مصرف نسبت به روزهای عادی نیز کاهش یافته است.

وی با تاکید بر اینکه میزان مصرف گاز معمولاً در روزهای شنبه تا دوشنبه بین ۴ تا ۵ میلیون مترمکعب افزایش می‌یابد، اضافه کرد: در روزهای گذشته شاهد این افزایش مصرف نبودیم، ضمن اینکه روز یکشنبه نیز یکی از سخت‌ترین روزهای تهران بود، با این حال افزایش جهشی اتفاق نیفتاد.

سختگوی شرکت ملی گاز با بیان اینکه در شرایط عادی این میزان مصرف باید ۱۳۵ میلیون مترمکعب می‌بود، گفت: تجربه همکاران در طول این سال‌ها نشان می‌دهد که میزان مصرف در روزهای تعطیل کاهش می‌یابد. در روز یکشنبه نیز حدود ۶ میلیون مترمکعب مصرف در تهران کاهش یافت.

«اعظمی» با بیان اینکه میزان مصرف گاز در بخش خانگی در روز یکشنبه ۶۴۴ میلیون مترمکعب بوده که در این بین چهار استان تهران، خراسان رضوی، اصفهان و آذربایجان شرقی چهار استان پرمصرف کشور شناخته شده‌اند، ادامه داد: میزان مصرف گاز در طول ۲۴ ساعت گذشته در استان تهران با ۱۲۷ میلیون متر مکعب، استان خراسان رضوی با ۶۰ میلیون متر مکعب، استان اصفهان ۴۶ میلیون متر مکعب، آذربایجان شرقی نیز با ۴۲ میلیون متر مکعب بوده است. به گفته وی، در حال حاضر ۷۸ درصد گاز در بخش خانگی، تجاری و صنایع غیرعمده مصرف می‌شود، این عدد ۱۰ درصد نسبت به ابتدای ماه افزایش را نشان می‌دهد.

سختگوی شرکت ملی گاز در پایان با اشاره به وضعیت گازرسانی در کشور، گفت: شبکه گاز پایدار است اما همچنان با مشکل عدم واردات ترکمنستان درگیر هستیم و خواهش ما از مشترکان این است که به مدیریت مصرف توجه داشته باشند، از همراهی که تاکنون نیز وجود داشته تشکر داریم و تقاضا داریم باز هم کمک کنند.



سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

بیشترین تغییر مالکیت بورس در ۲ سال گذشته ثبت شد

گام بلند بورس تهران



درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد سهام نیز با افزایش ۳۴ درصدی نسبت به روز شنبه به ۹ هزار و ۹۸۲ میلیارد تومان رسید.

اقبال حقیقی برای بانکی‌ها

در معاملات بیست و ششمین روز دی ماه، گروه بانک‌ها با ۴۸ هزار و ۴۴۲ معامله به ارزش ۷ هزار و ۹۳۳ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی نشست. همچنین گروه خودرو با ۶۲ هزار و ۵۲۹ معامله به ارزش ۶ هزار و ۹۹۵ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۵۲ هزار و ۴۱۵ معامله به ارزش ۵ هزار و ۲۴۵ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۴۸ هزار و ۳۴۸ معامله به ارزش ۵ هزار و ۱۶۳ میلیارد ریال و گروه فراورده‌های نفتی با ۲۸ هزار و ۳۷۵ معامله به ارزش ۴ هزار و ۳۰۱ میلیارد ریال به ترتیب در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند. شرکت فولاد مبارکه اصفهان با ۲ هزار و ۲۹۶ واحد، شرکت ملی صنایع مس ایران ۲ هزار و ۱۶۶ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی با ۲ هزار و ۸۲ واحد، شرکت توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه با یک هزار و ۸۹۶ واحد و شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با یک هزار و ۴۵۸ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت گسترش نفت و گاز پارسیان با ۱۱ واحد، شرکت مهندسی نصیر ماشین با ۲۱ واحد، شرکت موتورسازان تراکتورسازی ایران با ۸،۹ واحد، شرکت ریخته‌گری تراکتورسازی ایران با ۵ واحد و شرکت صنایع لاستیکی سهند با ۴،۶ واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند.

در آن سوی بازار سرمایه نیز در فرابورس بیش از ۱۰ میلیارد و ۴۹۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲ میلیون و ۲۲۰ هزار و ۶۷۱ میلیارد ریال دادوستد شد. در جریان معاملات این روز فرابورس ایران، بیمه پاسارگاد با ۳۲ واحد، شرکت پلیمیر آریا ساسول با ۲۱ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات با ۲۰ واحد، شرکت پتروشیمی شهید تندگویان با ۱۸ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین با ۱۶ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شیر پاستوریزه پگاه گیلان با ۰،۴۴ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری اقتصاد شهر طوبی با ۰،۳۵ واحد تنها نمادهای منفی فرابورس بودند.

رشد ۳۶ هزار و ۹۷۰ واحدی معادل ۲،۲۵ درصد را نشان می‌دهد. شاخص کل هم‌وزن نیز ۱۵ هزار و ۴۹۸ واحد بالا آمد و در رقم ۵۲۰ هزار و ۴۰۳ واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس هم سبزپوش شد و با صعود ۴۳۱ واحد به رقم ۲۱ هزار و ۳۷۶ واحد رسید. در این روز ۶۰۵ نماد رشد قیمت و ۴۳ نماد کاهش قیمت داشتند. به عبارت دیگر، ۹۳ درصد بازار رشد قیمت و ۷ درصد بازار افت قیمت را تجربه کردند. ارزش خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار مثبت بود و هزار و ۳۷ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس وارد شد که بیشترین رقم در دو سال اخیر است. بیشترین ورود پول حقیقی در معاملات دوشنبه به سهام وبصادر اختصاص داشت که ارزش تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی آن، ۱۰۵ میلیارد تومان بود. پس از وبصادر نیز نمادهای خیمهن، وبملت و بجهرم بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. در سوی دیگر، بیشترین خروج پول حقیقی به فعلی رسید و نمادهای خکاوه، نوری و فارس در رتبه‌های بعدی ایستادند.

نمادهای فولاد، فملی و شستا بیشترین تأثیر را در رشد شاخص کل بورس داشتند و در مقابل نمادهای پارسان، خنصیر و خموتور از معدود نمادهای قرمزپوشی بودند که با تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند. در فرابورس نیز نمادهای بپاس، آریا و وسپهر بیشترین تأثیر افزایشی را بر شاخص کل فرابورس گذاشتند. در بین نمادهای پرتراکش بورس نیز شستا بیشترین تراکش را داشت و خگستر و وبملت در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نمادهای دی، کرمان و توسعه پرتراکش‌ترین نمادها بودند. همچنین ۲۷۰ نماد صف خرید داشتند و ۱۶ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۲۲۳ درصدی به هزار و ۱۸۷ میلیارد تومان و مجموع ارزش صف‌های فروش با رشد ۶ درصدی به ۳۰۲ میلیارد تومان افزایش یافت. در پایان معاملات، نماد وساخت (شرکت سرمایه‌گذاری ساختمان ایران) با صف خرید ۶۴ میلیارد تومانی در صدر جدول تقاضای پایانی بازار قرار گرفت. پس از وساخت نیز نمادهای وتجارت (بانک تجارت) و وبصادر (بانک صادرات) بیشترین صف خرید را داشتند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۲۳۰ هزار و ۷۹۶ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۱۷ هزار و ۲۷۹ میلیارد تومان بود که ۹۴

فرصت امروز: بورس تهران در پایان معاملات دوشنبه، با رشد چشمگیر شاخص‌ها و ورود کم‌سابقه پول حقیقی همراه بود؛ به طوری که بیشترین تغییر مالکیت حقیقی و حقوقی در دو سال گذشته را تجربه کرد و هزار و ۳۷ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس وارد شد. شاخص کل بورس تهران نیز با رشد بیش از ۳۶ هزار واحدی، چهارمین رشد چشمگیر در دی ماه امسال را ثبت کرد و در سطح یک میلیون و ۶۸۰ هزار واحد ایستاد. بورس تهران، اولین روز معاملاتی از هفته پایانی دی ماه را با افت اکثر نمادگراها آغاز کرد و تنها نمایی هم‌وزن بازار به روند صعودی و سقف‌شکنی اخیر خود ادامه داد. شاخص کل بورس تهران در حالی معاملات شنبه را با افت ۰،۵۵ درصدی پشت سر گذاشت که اولین هفته دی ماه را با بازدهی بیش از ۱۰ درصدی، هفته دوم را با بازدهی منفی ۴ درصدی و هفته سوم را با بازدهی مثبت ۴،۶ درصدی سپری کرده است. بازدهی نمایگر اصلی بورس در هفته گذشته حتی از بازدهی دلار و سکه نیز بالاتر بود و شاخص کل با رشد ۷۲ هزار و ۹۷۶ واحدی معادل ۴،۶ درصد از بازدهی ۲،۹۳ درصدی اسکناس دلار و بازدهی ۴،۵۹ درصدی سکه طلا پیشی گرفت. با این وجود، شاخص کل بورس در آخرین روز معاملاتی هفته و هم‌زمان با تقدیم لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ از سوی دولت به مجلس، روند افت را آغاز کرد و این روند نزولی – در واکنش به اعداد و ارقام بودجه – به اولین روز هفته جاری نیز کشیده شد. با این حال، ورق بورس در ادامه هفته برگشت و معاملات دوشنبه بورس با رشد چشمگیر شاخص‌ها و ورود کم‌سابقه پول حقیقی همراه شد. بدین ترتیب، نمایگر اصلی بورس تهران پس از کاهش ۸ هزار واحدی معادل ۰،۵۵ درصد در معاملات شنبه، (پس از تعطیلی غیررسمی روز یکشنبه) در روز دوشنبه نیز ۳۶ هزار و ۹۷۰ واحد معادل ۲،۲۵ درصد افزایش یافت و به ارتفاع یک میلیون و ۶۸۰ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز متعاقب بازدهی ۶،۵ درصدی هفته گذشته و همچنین رشد ۰،۱ درصدی آغاز هفته، دیروز هم با افزایش ۳،۰۷ درصدی تا تراز ۵۲۰ هزار واحد پیشروی کرد.

رشد دسته‌جمعی شاخص‌ها

در پایان معاملات روز دوشنبه (۲۶ دی ماه)، شاخص کل بورس در سطح یک میلیون و ۶۸۰ هزار و ۶۸۴ واحد ایستاد که نسبت به روز شنبه،

می‌کنیم و کلاً ۲۰ هزار خودرو دست مردم می‌دهیم.

رئیس سازمان بورس با اشاره به معضل قیمت‌گذاری دستوری خودرو افزود: این روند زیانده‌ی باعث شده است که هیچ کدام از اصلاحات لازم به نتیجه نرسد. در یک سال گذشته بحث‌های زیادی در مورد واگذاری این خودروسازها مطرح شده است. قیمتگذاری باعث شده است زبان انباشته این شرکت‌ها عدد عجیبی شود. انگار می‌خواهیم بگوییم آقای سرمایه‌گذار اگر جرأت داری این شرکت را بخر! در حالی که شرکت را آتش زدیم می‌گوییم بخر. مشخص است کسی جرأت نمی‌کند با این ساختار مالی این ریسک را بکند و در این صنعت سرمایه‌گذاری کند. به گفته «عشقی»، این سیاست‌ها باید با هم اتخاذ شوند و برنامه‌ای وجود داشته باشد تا فرآیند قیمتگذاری دستوری، ساختار مالی و واگذاری اصلاح شود. در سازمان بورس یکی از برنامه‌ها که با همکاری صمت و خودروسازها و سازمان خصوصی‌سازی انجام شد، بحث ورود خودرو به بورس و فروش خودرو در بورس است. همچنین «سیداحسان خاندوزی»، وزیر اقتصاد در این میزگرد با تاکید بر اینکه باید دسترسی‌ها و قیمتگذاری‌های منصفانه برای مصرف‌کننده و مردم که سمت مهم تقاضای صنعتی و محصولات تولیدی کشور را تشکیل می‌دهند فراهم نشود، بیان کرد: گاه به بهای سودآور شدن بیشتر برای تولیدکنندگان، انصاف برای قیمتگذاری سمت مردم را فراموش می‌کنیم یا اینکه دولت‌ها به دلیل کشش و تمایلی که به سمت مردم دارند، افق‌های سودآوری را برای تولیدکنندگان می‌بندند. پیدا کردن راه میانه شاهراه حرکت به سمت پیشرفت است.

او ادامه داد: در این مسیر مقابله کردن با کسب درآمدهای ناشی از

غیرتولید نه به هدف اول که سودآوری تولید است نه به دسترسی منصفانه منجر می‌شود. در هر دوی این اهداف باید با سازوکارهایی که ویژه‌خواری را در کشور گسترش می‌دهد مقابله کنیم. این اتفاق می‌تواند در دل ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی رخ دهد یا در فلان سیاست صنعتی که جمعی را به ویژه‌خواری سوق می‌دهد. رویکرد عملی دولت سیزدهم تا حد ممکن محدود کردن ویژه‌خواری‌ها و گسترش منفعت مردم و سودآوری برای تولیدکنندگان است. «مهدی خطیبی»، مدیرعامل ایران خودرو هم گفت: امسال علی‌رغم تمام تضاد و تعارض منافعی که وجود دارد، حدود ۱۴۵ هزار دستگاه متناسب با مدت مشابه عرضه کردیم که این میزان نسبت به سال گذشته ۴۶ درصد رشد تولید داشته است. کل تولید خودرو در ایران حدود یک میلیون دستگاه است. ایران خودرو ناچار بوده که خودرو را پایین‌تر از قیمت تمام شده به فروش برساند و همین موضوع باعث زیان انباشته طی سال‌های گذشته شده است. با ورود به بورس کالا حدود ۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان از زبان ساخته شده، کاهش پیدا کرده است و ورود به بورس کالا، تاثیر خوبی بر کاهش زیان انباشته داشته است. تا جایی که آیین‌نامه‌های قانونی به ما اجازه بدهند، به سیاست عرضه در بورس کالا متعهد هستیم. به گفته «خطیبی»، بیش از ۳۵۰ هزار میلیارد تومان در سه سال گذشته از جیب خودروساز، سهامداران و مردم خارج شده و به جیب سودجویان وارد شده است. می‌گویند بازار خودرو انحصاری است پس باید قیمتگذاری شود! ۳۸ درصد بازار در اختیار شرکت‌های غیر از ایران خودرو و سایپاست؛ واردات خودرو هم صورت گرفته، پس اساساً چه انحصاری وجود دارد؟ با شاخصهای اقتصادی محاسبه کنید آیا واقعا ما در انحصار هستیم؟

فروش راه حل محور (Solution Selling) چیست؟

بخش می‌شود. آن وقت هر چقدر هم که تلاش کنید، اعتبار از دست رفته‌تان بهبود پیدا نخواهد کرد. پس حواس‌تان باشد چطور با مشتریان رفتار می‌کنید؛ چرا که اشتباهات کوچک‌تان عملا به قیمت کل آینده کارآفرینی‌تان تمام خواهد شد؛ به همین سادگی.

آپدیت مداوم روند کار: جایی برای اشتباهات دائمی نیست

هر فرآیند فروشی در بازارهای امروز با مشکلات خاص خودش رو به رو است. حتی بهترین فروشنده‌های دنیا هم در طول زمان نیاز به آپدیت روش کارشان دارند. پس اگر فکر کرده‌اید دست‌فرمانی که امروز برای فروش راه حل‌محور دارید همیشه جواب می‌دهد، سخت در اشتباهید. اجازه دهید از یک مثال دم دستی برای روشن شدن قضیه استفاده کنیم؛ همانطور که یک خواننده در طول زمان زانرهای مختلفی را امتحان می‌کند، شما هم باید روش کارتان را براساس نیاز و سلیقه مشتریان تغییر دهید. وگرنه خیلی زود تبدیل به فروشنده‌ای سنتی می‌شوید که حتی یک نفر هم حاضر نیست معاملهای با شما انجام دهد.

این روزها اغلب فروشندگان در قالب عضوی از شرکت‌های بزرگ فعالیت دارند. به همین خاطر پاسخگویی به تیم مدیریت یا مسئول بخش فروش وظیفه دائمی‌شان محسوب می‌شود. شما باید در بازار طوری رفتار کنید که همیشه توجیه یا توضیح مشخصی برای آن داشته باشید. وگرنه خیلی زود موقعیت سازمانی‌تان به خطر می‌افتد.

توصیه ما در این بخش برای بروز رسانی مداوم شیوه کار استفاده از نظرات همکاران و همینطور کمی تفکر خارج از چارچوب است. آیا صرفا به خاطر اینکه همه مثل شما در بازار رفتار می‌کنند، الگوی فروش‌تان توجیه‌پذیر است؟ یا بیشک با تمامی تامل پیشنهاد در زمینه فروش راه حل‌محور، کلی ایده‌های تازه به ذهن‌تان می‌رسد. پس تا دیر نشده از این ایده‌ها برای بهبود کارتان استفاده کرده و اوضاع را به خوبی و خوشی جلو ببرید. باور کنید یا نه، فروشندگانی که خودشان روند کارشان را اصلاح می‌کنند همیشه طرفدارهای بیشتری در مقایسه با سایر گزینه‌ها دارند. پس به جای اینکه الکی اعتبارتان را با روش‌های قدیمی زیر سوال ببرید، هرچند وقت یکبار درباره روش کارتان از مشتریان یا مدیران بالادستی سوال کرده یا دست‌کم بازخوردشان را تحلیل کنید. اینطوری تا سال‌های سال بدون مشکل در زمینه فروش راه حل‌محور خواهید درخشید.

جمع‌بندی بر محور توافقی برد- برد: آخرین بخش کار

معامله‌ای که یکی از طرفین در آن ضرر کند، هیچ وقت به سرانجام نمی‌رسد. به همین خاطر فروشندگان در حالت عادی دنبال شرایطی برد- برد برای هر دو طرف هستند. این نکته درباره فروش B2B (معامله اتفاقا گاهی اوقات مردم به خاطر اینکه احساس برخورداری از سهمی کمتر در یک خرید را دارند، معامله را به هم می‌زنند. بنابراین بخشی از وظیفه شما به عنوان فروشنده ایجاد اطمینان خاطر در خریدار است. وگرنه یک نسیم ملایم به نظر مشتری‌تان را برمی‌گرداند. آن وقت شما می‌مانید و معامله‌ای که علی رغم زحمات چند روزه یا حتی چند ماهه هیچ نتیجه‌ای برای‌تان نداشته است. تیم مدیریت شرکت هم تا یک جایی شکست‌های‌تان را تحمل خواهد کرد. بعد از چند هفته احتمالا روزی سر کار حاضر شده و فرد دیگری را پشت میزتان خواهید دیدید!

اگر شما نماینده شرکت‌تان برای فروش محصولات هستید، باید نسبت به دامنه اختیارات نیز حساس باشید؛ چراکه مشتریان اصلا دوست ندارند با فروشندگانی بی‌اختیار طرف شوند. این نکته درباره فروش B2B (معامله میان دو شرکت تجاری به جای یک شرکت و خریدار عادی) بیشتر اهمیت پیدا می‌کند؛ چراکه کسب و کارها نیز برای خودشان برنامه دارند و اگر نتوانند همین امروز خریدشان را نهایی کنند، کاملا از شما ناامید می‌شوند. آن وقت شما می‌مانید و اعتباری که مدت‌هاست از دست رفته است. فروشندگانی که در بخش‌های قبلی به ایجاد رابطه‌ای صمیمانه با مشتریان توجه کرده باشند، در این مرحله کار چندان سختی نخواهند داشت؛ چراکه از یکسو اعتماد مشتریان را به طور کامل دارند و از طرف دیگر به جای چانه‌زنی وجود دارد. اگر شما فروشنده زنگی باشید، احتمالا بعد از چند بار تعامل با فروشنده قلق کار دست‌تان می‌آید. آن وقت می‌توانید بدون مشکل ماجرا را ختم به خیر کنید.

ایرادى که بعضى از فروشندها در موردفروش راه حل‌محور دارند، کش دادن الکی ماجراست. اما به شما دوست دارید معامله سریع تمام شود، باید کارتان را سریع پیش برده و منتظر نمانید. وقتی پیشنهاد و ارزش کارتان مشخص باشد، دیگر لازم نیست ماه‌ها منتظر بمانید. مشتریان نیز اگر وسواس زیادی به خرج دهند، باید نهایتا یکی دو روزه به جمع‌بندی برسند. توصیه نهایی ما در این بخش خداحافظی سریع با مشتری‌است که وسواس بیش از اندازه به خرج می‌دهند. اینطوری شما دست کم فضایی لازم برای تعامل با یک مشتری تازه را خواهید داشت. پس منتظر چه هستید؟ اگر مشتری موردنظرتان وسواس زیادی به خرج می‌دهد، لازم نیست خیلی منتظر بمانید.

جمع‌بندی

فروش راه حل‌محور روش جدیدی است که خیلی‌س زود طرفدارهای زیادی برای خودش پیدا کرده است. البته تاریخچه این روش نسبتا طولانی است، اما به شما افزایش مود توجه به آن در طول راه‌های اخیر به نوعی تازه محسوب می‌شود. اگر دوست دارید در بازار فروشی بی‌دردرس و مطمئن را تجربه کنید، استفاده از روش‌های مورد بحث در این مقاله شروع خوبی برای کارتان خواهد بود. هر جا هم مشکلی برای‌تان پیش آمد، همیشه می‌توانید روی کمک ما حساب کنید.

منابع:

https://blog.hubspot.com/sales/solution-selling

https://www.saleshacker.com/solution-selling/#s۲

آگهی ابلاغ

کاج

باسلام واحترام

به استحضار می‌رساند مشاغل درخواستی آقای محمود منصوری در کمیته بدوی مورخ ۱۳۸۴/۱۴/۱۴ مشاغل سخت وزین اور مطرح و مورد تأیید قرار گرفته است . مقتضی است به استناد مواد ۶ و ۸ آیین نامه اجرایی مشاغل سخت و زیان آور طی مدت ۳ سال نسبت به ایمن سازی و بهسازی محیط کار اقدام فرمائید . رای کمیته بدوی حداکثر ظرف ۱۵ روز اداری پس از ابلاغ در قالب فرم شماره (۴) قابل تجدید نظر خواهی در کمیته تجدید نظر این استان می باشد غیر این صورت رای صادره برای اشخاص داخل کشور سه ماه و برای افراد مقیم خارج کشور ، شش ماه از تاریخ ابلاغ رای ، مطلق آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی ، در دیوان عدالت اداری قابل اعتراضی است . مختار احمدی مدیر کل از طرف مسعود شاکری

حضور در کنار مشتری با جواب‌هایی آماده خیلی بهتر از سرسری گرفتن ماجراست، مگر نه؟

تمرین برای فروش ارزش: وقتی محصولات ارزشمند می‌شوند!

وقتی کسی گوشی آیفون می‌خرد، به نظر‌تان چه فکری با خودش کرده که این همه پول پای گوشی هوشمند داده است؟ شاید یک ایده ابتدایی به کاربردهای فراوان گوشی آیفون برای کاربران اشاره کند اما ما یک فکر بکر داریم. باور کنید یا نه، این روزها خیلی از کسانی که آیفون دست‌شان می‌گیرند اصلا با امکانات آن آشنا نیستند. به همین خاطر کارشناسان ما در روزنامه فرصت امروز معتقدند برندهای بزرگ بیشتر از اینکه امکانات محصولات‌شان را به فروش برسانند، تولید ارزش می‌کنند. فکر می‌کنم همه مردم دین قبول داشته باشند که آیفون دست گرفتن به طور خودکار کلاس خاصی به آدم می‌دهد. این دقیقا همان ارزشی است که برند اپل سال‌هاست روی آن سرمایه‌گذاری می‌کند.

کارآفرینان حرفه‌ای خیلی خوب می‌دانند فروش ارزش حتی مهمتر از کسب سود نهایی است. به همین خاطر اگر شما نتوانید ارزش دلخواه‌تان را تولید کنید، حتی بهترین محصولات دنیا هم روی دست‌تان باد خواهد کرد. به زبان خودمانی، تولید ارزش کسب و کارتان را از رقیبا متمایز کرده و به مشتریان انگیزه کافی برای خرید محصولات‌تان حتی با قیمتی بی‌نهایت بالاتر را می‌دهد. تنها چالش این وسط نحوه تولید ارزش است. خب انتظار ندارید که ارزش خود به خود تولید شود؟

فرمول ما برای تولید ارزش سه مرحله کاملا واضح دارد. در اولین گام شما باید نیازهای مشتریان را به خوبی بشناسید. اگر مراحل قبلی را مو به مو دنبال کرده باشید، الان دیگر مشکل زیادی نخواهید داشت. در گام بعدی باید ایده‌های‌تان برای تولید محصولات را با نیاز مشتریان ترکیب کنید. ممکن است شما دوست داشته باشید یک خودروی اسپرت آخرین مدل روانه بازار کنید، اما نیاز مشتریان ماشین‌های شهری با استهلاک پایین باشد. در این صورت شما باید خودتان را با سلیقه و نیاز مشتریان هماهنگ کنید. وگرنه هیچ شانسى برای رقابت در بازار نخواهید داشت. آخرین مرحله در فرمول تولید ارزش مربوط به مقایسه عملکردتان با رقباست.بی‌شک برندهای بزرگ تجربه و مهارت بسیار بیشتری در تولیدارزش دارند. به همین خاطر اگر شما به فکر چک کردن کارتان با عملکرد رقیبا نباشید، خیلی از فرصت‌های کارآفرینی را مثل آب خوردن از دست می‌دهید. کارآفرینانی که روحیه بالایی دارند، به طور معمول واکنش بسیار خوبی نسبت به دریافت بازخورد مشتریان و اصلاح کارشان نشان می‌دهند. اینطوری شما به سادگی هرچه تمام‌تر حرف دل مشتریان را متوجه شده و ایرادات کارتان را رفع می‌کنید. یادتان باشد بدون همکاری نزدیک با مشتریان شما هیچ شانسى برای موفقیت در بازار ندارید. پس الکی خودتان را گول نزنه و به دنبال راهکارهای اساسی برای تولید ارزش باشید. هرچه تلاش بیشتری در این میان کنید، مثل سرمبی خواهید بود که تیشم تمرین بیشتری کرده و آماده رقابت با تک تک تیم‌های رقیب است.

ایجاد ارتباط نزدیک با مشتریان: تغییر معادلات رایج

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده یک مشتری را بارها و بارها ملاقات کرده و محصولات متنوعی به همان یک مشتری بفروشید؟ این اتفاق برای خیلی از کارآفرینان آرزویی همیشگی است؛ چراکه مشتریان وفادار همیشه به برندهای برای موفقیت بیشتر کمک می‌کنند. البته حفظ مشتریان وفادار به نيز به این سادگى‌ها نیست. هرچه باشد کلی کسب و کار دیگر نیز در بازار حضور دارند که منتظر یک اشاره از سوی مشتریان هستند. دقیقا به همین خاطر ما ایجاد ارتباط نزدیک با مشتریان را همیشه توصیه می‌کنیم. اولین کاری که یک فروشنده باید انجام دهد، رفتار مثل یک انسان واقعی است. گاهی اوقات فروشنده‌ها بیشتر شبیه ربات‌ها هستند تا کسی که احساسات دارد. به همین خاطر مشتریان خیلی زود از فروشنده موردنظر ناامید شده و سراغ گزینه‌های دیگر در بازار می‌روند. این یعنی شکست زود هنگام شما در کورس رقابت فروش راه حل‌محور. ایجاد ارتباط نزدیک با مشتریان، برخلاف آنچه به نظر می‌رسد، کار چندان سختی نیست. کافی است به روز اول مدرسه فکر کنید که یک گوشه تنها نشسته بودید و حتی فکشر را هم نمی‌کردید روزی کلی دوست صمیمی پیدا کنید. پس به جای اینکه الکی کار را برای خودتان سخت کنید، همین حالا دست به کار شده و با مشتریان بیشتر کپ بزنید. اجازه دهید مشتریان به جای اینکه همیشه کنارتان معذب باشند، کمی احساس صمیمیت بیشتر کرده و با شما راحت‌تر حرف بزنند. اینطوری نه تنها کارتان سخت‌تر نمی‌شود، بلکه به طور خودکار کلی دوست صمیمی به عنوان مشتری پیدا می‌کنید.

این روزها مشتریان تمایل بیشتری برای خرید از کسانی دارند که احساس صمیمیت زیادی با آنها می‌کنند. اینطوری شما می‌توانید بدون مشکل خاصی کارتان در بازار را دنبال کرده و مطمئن باشید مشتریان امروز‌تان شما را به دوستان و آشنایان نیز معرفی خواهند کرد.

ترکیب تولید ارزش و ارتباط صمیمی با مشتریان همیشه در بازار جواب می‌دهد. درست به همین خاطر خیلی از کارآفرینان حتی قبل از اینکه شروع به کار کنند، با مشتریان با تمام افرایش حاضر در بازار را بهبود می‌بخشند. اینطوری شما می‌توانید بدون مشکل خاصی اوضاع‌تان را مدیریت کرده و به محض شروع کار با کلی مشتری سر و کار داشته باشید. خب مگر یک فروشنده به جز تعامل با کلی مشتری که اتفاقا ارتباط نزدیکی هم با آنها دارد، چه آرزوی دیگری دارد؟

احترام به مشتریان: نیاز مشتریان نقطه ضعف نیست

تا حالا چندبار یک معامله بی‌نهایت عالی را فقط به خاطر اینکه خریدار احساس خوبی از شما نگرفته، از دست داده‌اید؟ اگر بخواهیم با هم روراست باشیم، روزانه کلی از معاملات دنیای کسب و کار سر همین موضوع به هم می‌خورد. قبول دارم کمتر کارآفرین با فروشنده‌ای به چنین مشکلی اشاره می‌کند اما در عمل خیلی‌ها بعد از شناسایی مشکلات مشتریان عملا آن را تبدیل به یک چمنغ بزرگ کرده و روی سر مشتری بخت بر گشته می‌زنند. ماجرا جالب شد، نه؟

شما در هر وضعیت یا موقعیتی باشید، حق ندارید احترام‌تان نسبت به مشتریان را کاهش دهید. تمام استراتژی فروش راه حل‌محور برای ساده‌سازی امور صورت می‌گیرد. بنابراین اگر شما ایده‌ای برای کارتان نداشته باشید، عملا خیلی از فرصت‌ها را به طور خودکار از دست خواهید داد. آن وقت شما می‌مانید و کلی مشتری که اتفاقا حسابی از دست‌تان ناراحت هستند.

ناراحتی مشتریان از دست فروشنده‌ها تمام ماجرا نیست. از آنجایی که این روزها ارتباط میان مردم در شبکه‌های اجتماعی بی‌نهایت ساده شده، یک اشتباه کوچک از سوی شما به سرعت در توئیتر یا اینستاگرام

اینکه به سلیقه خودشان دست به تولید محصول بزنند، سراغ نیاز مشتریان می‌روند. اینطوری نه تنها فروش بالایی را تجربه خواهند کرد، بلکه اعتماد مشتریان نیز به طور خودکار جلب می‌شود.

فروش با هزینه کمتر

کسب و کارها سالانه میلیاردها دلار خرج تبلیغ برای محصولات‌شان می‌کنند. به طوری که آدم خیال می‌کند بدون تبلیغات پرزرق و برق حتی یک کالای ساده هم در بازار دست به دست نخواهد شد. حالا اگر یک برندی پیدا شود که بدون هزینه‌های سرسام‌آور کلی فروش داشته باشد، پیش خودتان چه فکر خواهید کرد؟ اشتباه نکنید، اینجا خبری از جادو نیست. در عوض فروش راه حل محور به شما کمک می‌کند بدون هزینه‌های سرسام‌آور تبلیغاتی توجه تک تک مشتریان را جلب کنید. اگر یادتان باشد در بخش‌های قبل گفتیم مشتریان همینطوری الکی دست به خرید نمی‌زنند، بلکه دنبال رفغ نیازهای مختلف هستند. خب وقتی یک برند خودش روی نیازها و مشکلات مشتریان دست بگذارد، دیگر نیازی به تبلیغات نخواهد بود، مگر نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم تمرکز بر روی مشکلات مشتریان همیشه جواب می‌دهد. با این دست‌فردان نه تنها نیازی به تبلیغات پرهزینه ندارید، بلکه از یک جایی به بعد بردن به طور خودکار تبدیل به گزینه اول مشتریان می‌شود. کافی است نگاهی به وضعیت اپل داشته باشید که حتی با فعالیت تبلیغاتی بی‌نهایت اندک هنوز هم محبوب‌ترین گزینه بازار محسوب می‌شود.

شروع کار با فروش راه حل‌محور: نکاتی که باید بلد باشید!

حالا که کمی با مزایای فروش راه حل‌محور آشنا شدیم، کم کم باید برویم سسر اصل ماجرا. خب پیش خودتان فکر نکرده‌اید که ما به بررسی مزایای این استراتژی اکتفا می‌کنیم؟ در ادامه سیر تا پیاز اجرای استراتژی فروش راه حل‌محور را با هم زیر ذره بین خواهیم برد. اینطوری دیگر فروش محصولات در بازار برای‌تان معادله‌ای چندمجهولی نخواهد بود.

شناسایی مشکلات مشتریان: مهمترین بخش کار

آیا تا حالا درباره مشکلات مشتریان فکر کرده‌اید؟ اینکه چرا مردم باید محصولات شما را خریداری کرده و اصلا خرید از شما چه فایده‌ای برای آنها دارد، مسئله‌ای است که اغلب اوقات بین دغدغه‌های روزمره گم می‌شود. آن دسته از کارآفرینانی هم که به این سوال فکر می‌کنند، معمولا جواب مشخصی برایش پیدا نمی‌کنند. به همین خاطر اولین توصیه ما برای شما پیدا کردن مشکلات مشتریان است؛ همین و بس. وقتی برند نایک برای اولین بار وارد بازار تولید کفش‌های ورزشی شد، خیلی خوب متوجه نیاز مردم عادی به کفش‌هایی ارزان و نیمه‌حرفه‌ای برای فعالیت ورزشی سبک گردید. این نیاز مشخص با پاسخی دقیق از طرف نایک رو به رو شد. بقیه قصه را هم که همه مردم دنیا از حفظ هستند. اگر فکر کرده‌اید موفقیت‌هایی مثل تجربه نایک اتفاقی است، باید همین حالا ذهنیه‌تان را عوض کنید؛ چراکه بازار به برندهای کوشا در زمینه یافتن مشکلات مشتریان خیلی زود جابج می‌دهد. البته این کار اصلا راحت نیست؛ چراکه باید از کلیشه‌های رایج فراتر رفته و اوضاع را با لنز بدبینی نگاه کنید.

آدم تا وقتی همه چیز را با خوش‌بینی نگاه کند، هیچ مشکلی در دنیا به چشمش نخواهد آمد. به همین خاطر فرمول ما برای یافتن مشکلات مشتریان کمی بدبینی مناسب است. اینطوری شما خیلی زود متوجه کم و کاست زندگی مردم شده و با کمی تلاش راهکاری حرفه‌ای برای آن پیدا می‌کنید. نکته جالب اینکه بعضی از برندها فقط دنبال یافتن مشکلات مردم هستند. بعد هم که مشکلات پیدا شد، آنها را در قالب کمک‌های تخصصی به برندهای مختلف می‌فروشند. البته ما توصیه نمی‌کنیم وارد چنین حوزه‌ای شوید؛ چراکه فاصله بین شناسایی مشکلات مشتریان و تولید محصول مناسب چندان زیاد نیست.

اگر میانه خوبی با فرمول بالا ندارید، لازم نیست خیلی نگران بشوید؛ چراکه ما یک راهکار دیگر هم در چنته داریم. فرمول بعدی ما ارزیابی نحوه فعالیت رقا در بازار است. البته منظورمان رقبای بزرگی است که همیشه در بازار موفق عمل می‌کنند. اگر با دقت وضعیت رقا را زیر ذره بین ببرید، خیلی زود به نتایج دقیقی درباره نیاز مشتریان رسیدید و به راحتی با خوردن از روی دست رقبای بزرگ‌تان محصولی مناسب تولید خواهید کرد. یادتان باشد کپی‌برداری از روی دست برندهای بزرگ فقط برای شروع کار جواب می‌دهد. وگرنه در بلندمدت خیلی زود دست‌تان برای همه رو شده و دیگر هیچ کس تحویل‌تان نخواهد گرفت.

آشنایی با سوالات مشتریان: در ذهن مشتریان چه می‌گذرد؟

بعد از اینکه مشکلات مشتریان را به طور دقیق شناسایی کردید، باید آماده مرحله بعد بشوید. راستش را بخواهید خیلی از کارآفرینان بعد از اینکه مشکلات مشتریان را پیدا کردند، دیگر دست به سیاه و سفید نمی‌زنند. درست به همین خاطر اغلب اوقات در استفاده از الگوی فروش راه حل‌محور مشکل دارند. فرمول ما در روزنامه فرصت امروز بر روی بررسی سوالات احتمالی مشتریان نیز تأکید دارد. اینطوری شما آخرین شکل و تردیهای مشتریان درباره محصولات‌تان را نیز از بین خواهید برد. دنیای کسب و کار همیشه درباره فروش محصولات ارزان یا ساده نیست. گاهی اوقات خریدهایی مثل خانه، اتومبیل یا محصولات لوکس بعد از کلی کلنجار رفتن مشتریان با فروشنده صورت می‌گیرد. حالا اگر این وسط محصولات شما مشکلات یا کاستی‌های زندگی مشتری را به خوبی رفع کند، دیگر جایی برای چانه‌زنی باقی نمی‌ماند. البته به شرط اینکه بلد باشید چطور جواب سوالات مشتریان را بدهید.

همانطور که یک روانشناس خوب برای ارائه راه حل مناسب با مراجعه‌کنندگان کارش را با سوالات کلیدی شروع می‌کند، شما هم باید کارتان در وهله نخست را با طراحی بعضی از سوالات عمومی آغاز کنید. اینطوری خیلی بهتر دغدغه‌های مخاطب‌تان را کشف کرده و از آن برای اثر گذاری بر روی مشتریان بهره خواهید برد. یادتان باشد همه مشتریان به این سادگی‌ها حرف دل‌شان را نمی‌زنند. بنابراین باید کمی پشتکار بیشتر را نیز چاشنی کار کنید. وگرنه با شنیدن اولین جواب‌های منفی از طرف مشتریان حسابی روحیه‌تان به هم می‌ریزد.

یادتان باشد سوال کردن از مشتریان نباید خیلی عجیب و غریب باشد. پس تا جایی ممکن کارتان را با سوالات معمولی شروع کنید و کم کم سوالات تخصصی‌تر را مطرح نمایید. بعد هم باید با اطلاعات دقیق جواب سوالات مشتریان را بدهید. توصیه ما در این بخش استفاده از تجربه‌های قبلی یا مشورت با کارآفرینان حرفه‌ای درباره سوالات رایج مشتریان است. اینطوری بدون دردسر اضافه نظر مشتریان درباره کسب و کار یا خرید را متوجه شده و به خوبی سوالات‌شان را جواب خواهید داد. بی‌شک

نویسنده: علی آل علی

فردی را در نظر بگیرید که برای خرید بخاری وارد فروشگاه می‌شود و انتظاراش از یک محصول ایده آل را با فروشنده در میان می‌گذارد. بعد هم فروشنده با توجه به توضیحات مشتری بهترین محصول ممکن را به او پیشنهاد می‌دهد. اگر این سناریو برای‌تان عجیب یا غیرمنتظره نیست، شما آشنایی مقدماتی با استراتژی فروش راه حل محور (Solution Selling) را دارید. این استراتژی به تمرکز تیم فروش بر روی مشکلات مشتریان و ارائه پیشنهاد‌های خرید براساس همان مشکلات اشاره دارد. در واقع فروشنندگان در این استراتژی به جای اینکه بدون مقدمه سراغ مشتریان رفته و به زور قصد فروش محصولات را داشته باشند، اول حرف دل خریدار را شنیده و بعد مطابق آن پیشنهاد‌هایی ارائه می‌کنند. استراتژی فروش راه حل محور اولین بار در دهه ۸۰ میلادی حسابی در بازار سر و صدا کرد؛ درست زمانی که تبلیغات توده‌ای آخر خط بود و مشتریان دیگر علاقه‌ای برای خرید محصولات یکسان نداشتند. از آن دوران تسا حالا خیلی‌ها درباره مرگ فروش راه حل محور حرف زده‌اند. مثلا موسسه هاروارد بیزینس ریویو (Harvard Business Review) در سال ۲۰۱۲ فروش راه حل را امری غیرضروری دانست. از نظر کارشناس‌های هاروارد بیزنس، برندها نباید منتظر دغدغه‌های مشتریان بمانند. در عوض ایسن خلأقیت و نوآوری کارآفرینان بود که آینده بازار را مشخص می‌کرد. همانطور که می‌شود حدس زد، پیش‌بینی هاروارد بیزینس حداقل این یکبار درست از آب درنیامد و فروش راه حل محور هنوز هم جذابیت‌های خاص خودش را دارد. خب اگر اینطور نبود، ما الکی وقت شما را برای استراتژی که دهه‌ها قبل نابود شده، نمی‌گرفتیم!

اگر شما جزو آن دسته از کارآفرینانی هستید که همیشه نیم نگاهی به وضعیت بازار و سلیقه مشتریان دارید، قطعاً فروش راه حل‌محور پازل کسب و کارتان را کامل خواهد کرد. پس در ادامه با ما همراه باشید تا یک ماجراجویی هیجان‌انگیز به دنیای فروش با رنگ و لعابی متفاوت داشته باشیم.

فروش راه حل‌محور چیست؟

اگرچه ما در قالب مقدمه کمی درباره چیستی فروش راه حل‌محور با هم گپ زدیم، اما بد نیست نگاهی دقیق‌تر به این شیوه داشته باشیم. تا اینجا خیلی خوب می‌دانید بحث اصلی سر شناسایی مشکلات مشتریان است. با این حال همیشه مشتریان با پای خودشان سراغ‌تان نمی‌آیند. کافی است به تجربه شخصی خودتان نگاه کنید. تا حالا چند بار مشتریان سراغ‌تان آمده و سوالات کلیدی درباره محصولات پرسیده‌اند؟ شرط می‌بندم تعداد این اتفاقات نادر حتی به اندازه انگشتان یک دست هم نیست! باور کنید یا نه، مشتریان خیلی خجالتی‌تر از آن چیزی هستند که حتی فکشر را می‌کنید. پس اگر فکر کرده‌اید آنها همینطور بی‌مقدمه سراغ‌تان آمده و برای خرید مشاوره می‌گیرند، سخت در اشتباهید. در عوض این شما هستید که به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای باید سراغ مشتریان رفته و حتی با تحلیل شرایط بازار نیازهای آنها را پیش‌بینی کنید. با این حساب فروش راه حل‌محور در یک تعریف جامع شامل تکنیک‌هایی برای شناسایی مشکلات و نیازهای مشتریان به منظور استفاده در ارائه محصولات است.

یکی از مثال‌های ساده درباره فروش راه حل‌محور درباره فیلم‌های پر فروش گیشه است. کارگردان‌هایی که همیشه آثار پرفروشی دارند، خیلی خوب به سلیقه و نیاز بازار را شناسایی کرده و مطابق آن فیلم‌هایی درجه یک می‌سازند. اگر بخواهیم تعریف‌ای پیچیده را کنار بگذاریم، کار شما در فروش راه حل‌محور دقیقا مثل چنین کارگردان‌هایی است؛ همین و بس.

چرا فروش راه حل‌محور جواب می‌دهد؟

اولین سؤال مهمی که درباره فروش راه حل‌محور باید به آن جواب دهیم، مربوط به اهمیتش است. درواقع اصلا این استراتژی در بازار امروز کاربردی هست یا صرفا هیاوهویی سر هیچ است؟ اگر یادتان باشد در مقدمه گفتیم هاروارد بیزینس قبلا حسابی از خجالت فروش راه حل‌محور درآمده و آن را کاملا زیر سوال برده است و پس قبل از اینکه کارمان با این استراتژی را شروع کنیم، باید چند تا از مزایای آن را بشناسیم. ابتدا اصلی از فروش راه حل‌محور در دوران کنونی، دسترسی ساده کاربران به انواع اطلاعات موردنیازشان است. مثلا خرید آب معدنی را در نظر بگیرید؛ کاری که این همه ساده است و تقریبا کسی درباره‌اش فکر هم نمی‌کند. احتمالا خیلی از مردم موقع خرید آب معدنی فقط به قیمتش توجه می‌کنند. به علاوه، اگر پای ویژگی‌های خاص وسط باشد، احتمالا یک جست‌وجوی ساده در گوگل همه مشکلات را حل خواهد کرد، مگر نه؟

اگر جواب‌تان برای سؤال بالا مثبت است، باید کمی دست نگه دارید؛ چراکه گشت و گذار در گوگل همیشه راحت نیست. درست که کلی سایت و اینفلوئنسر مختلف به آدم برای خرید کمک می‌کنند، اما همین تنوع منابع خودش دردرس ساز می‌شود. از کجا معلوم کدام اینفلوئنسر حرفش درست از آب دربیاید؟ قبول دارم چنین وسواسی برای خرید آب معدنی اصلا منطقی نیست، اما اگر پای خرید اتومبیل وسط باشد، دیگر ماجرا اینقدر ساده نخواهد بود!

همانطور که می‌بینید، مهمترین انتقاد از فروش راه حل‌محور خیلی منطقی به نظر نمی‌رسد. البته این نکته باید باعث پذیرش بی‌چون و چرای استراتژی مورد بحث شود. پس با ما همراه باشید تا این استراتژی را خیلی اصولی بررسی کنیم. این شما و این هم مزایای فروش راه حل‌محور.

مشتری بیشتر با چاشنی اعتماد

مشتریان چقدر به شما اعتماد دارند؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان حتی بعد از سال‌ها جوابی برایش ندارند. راستش را بخواهید، اعتماد مشتریان به یک برند مقوله پیچیده‌ای است. به همین خاطر برخی از کارآفرینان کلا قید آن را می‌زنند. اگر شما هم ماهه‌روی این سوال و کف‌گذاشته‌اید و هیچ جوابی به پشت‌تان نخورده، فروش راه حل‌محور حسابی کمک‌تان خواهد کرد. وقتی به شما راه حل مشخصی برای مشکلات مشتریان داشته باشید، اعتماد مشتریان به طور خودکار افزایش خواهد یافت. آن وقت کافی است یک گوشه نشسته و استقبال دردم از محصولات‌تان را تماشا کنید.

احتمالا شما هم در میان دوستان‌تان کارآفرینانی را می‌شناسید که فقط و فقط دنبال تولید محصولات مختلف هستند. انگار که با کلی محصول متنوع دیگر هیچ مشکلی در بازار جلوی‌شان سبز نمی‌شود و همه باید برای خرید صف بکشند. شما را نمی‌دانم، ولی به نظر من که عاقبت چنین کسب و کارهایی چیزی جز شکست نیست؛ چراکه این روزها مشتریان فقط با چشم‌شان خرید نمی‌کنند. در عوض همه دنبال رفغ نیازهای مختلف هستند. بنابراین شما کارآفرینان کارکنشته بیشتر از

در بازدید نماینده مجلس شورای اسلامی از ذوب آهن اصفهان عنوان شد:

تامین مواد اولیه با معدن داری حق تولید کنندگان فولادی است



کــه معدن داری کنــد، چــرا کــه مــعدن داری، حق تولید کننده فولاد و صاحب خط تولید است. وی در پایان با اشاره به موفقیت های اخیر ذوب آهن اصفهان در خرید معدن، از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، پیگیری و همکاری لازم در جهت رفع مشکلات مختلف این شرکت و سایر واحدهای فولادی کشور را خواستار شد.

نماینده مردم شهرستان تربت حیدریه در این بازدید به تشریح سیاست های مجلس شورای اسلامی در زمینه حمایت از تولید در کشور پرداخت و گفت: مسئله رفع مشکلات و کمبودها و حمایت از تمام بخش های اقتصادی و از جمله شرکت های تولیدی و فولادی وظیفه نمایندگان مجلس شورای اسلامی و موضوع اصلی و مطرح مجلس است.

با اجرای تعمیرات اساسی و رفع محدودیت ها؛

گامهای بلند نیروگاه رامین اهواز در جهت ارتقا سطح تولید برق در تابستان ۱۴۰۲



تقویت کنیم.

وی مهمترین برنامه عملیاتی در این واحد را در بخشهای توربین و ژنراتور و بویلر و تجهیزات جانبی عنوان کرد.

محسن حافظی بازسازی استارت بویلر واحد ۳۰۵مگاواتی شماره یک تعمیرات میان دوره ای واحد ۶۰۶، رفع محدودیتهای فنی و تاسیساتی

با هدف همکاری بنیاد علوی با اداره کل منابع طبیعی صورت گرفت

دیدار مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان بوشهر با فرماندار دشتستان و نماینده بنیاد علوی

نیاز به تأمین اعتبار ویژه ای می باشد. همچنین سید رضا حسینی معاون آبخیزداری اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان با ارائه گزارشی از اعتبارات بخش آبخیز در شهرستان و میزان پیشرفت فیزیکی پروژه ها بیان داشتند که پیگیر انعقاد تفاهم نامه با بنیاد علوی جهت همکاری در اجرا و تخصیص اعتبار برای پروژه ها می باشند.

علی پور نماینده بنیاد علوی نیز توضیحاتی در مورد نحوه همکاری بنیاد با دستگاه های اجرایی و ســاز و کار آن نهاد جهت اجرای پروژه ها و راهکارها برای تسریع روند دریافت اعتبار و امکان بکارگیری گروه های جهادی در انجام پروژه های آبخیزداری و آبخوان داری ارائه نمود. در ادامه عبدالحسین گرشاسبی گفت : یکی از سیاست های مهم اداره کل احداث پروژه های آبخیزداری است که براساس حوزه آبخیز و تکمیل پروژه های نیمه تمام اولویت بندی شده که نیازمند تأمین اعتبار می باشند

وی افزود با توجه به حوزه گسترده منابع طبیعی، اعتبار تخصیص یافته جهت اجرای پروژه های آبخیزداری کافی نبوده لذا از فرماندار درخواست کرد که با توجه به اینکه زمینه، ضرورت و نیاز انجام چنین پروژه هایی در شهرستان وجود دارد توجه ویژه ای در کمیته های برنامه

اصفهان – خبرنگار فرصت امروز: مسئله رفع مشکلات و حمایت تمام بخش های اقتصادی و از جمله مشکلات شرکت های تولیدی فولادی وظیفه نمایندگان مجلس شـورای اسلامی و موضوع اصلی مطرح کمیسیون های مربوطه است. محسن زنگنه نماینده مردم پهرستان تربت حیدریه، مهولات و زاوه، نایب رئیس کمیسیون بودجه محاسبات و عضو و سخنگوی کمیسیون ویژه جهش تولید مجلس شورای اسلامی شنبه ۲۴ دی ماه سال ضمن بازدید از خط تولید ذوب ن اصفهان با مهندس ایرج رخصتی مدیرعامل این شرکت دیدار و گفتگو نمود.

در این دیدار در خصوص ضرورت افزایش همکاری و تعامل بین ذوب ن اصفهان و مسئولین شهرستان تربت حیدریه در موضوع تأمین مواد یه از پهنه های معنیی موجود در این شهرستان بحث و بررسی شد. مهندس رخصتی مدیرعامل شرکت آخرین تحولات شرکت در امر لید، فروش و به ویژه اقدامات اخیر ذوب آهن در زمینه تأمین مواد اولیه تشریح کرد و با اشاره به مشکلات موجود در مورد تأمین مواد اولیه دندهای فولادی در سال های گذشته یادآور شد: ذوب آهن اصفهان .اولین تأسیس داری معادن خاص خود بود ولی در طول زمان و با میمات مختلف و این معادن را از دست داد و به دنبال آن در تأمین اِد اولیه مبادر بود نیز خود با مشکلات فراوانی رو به رو شد. این مجتمع عظیم صنعتی اخیراً با انجام فعالیت های مختلف در تلاش است

اهواز – شنبتم قجاقوند: محسن حافظی سرپرست نیروگاه رامین واژ از عزم جدی این نیروگاه در اجرای تعمیرات اساسی و رفع مواقع لید واحدهای نیروگاهی بمنظور پایداری واحدهای تولید برق این روگاه در تابستان ۱۴۰۲ اخیر داد.

سرپرست نیروگاه رامین اظهار داشت : کاهش دمای هوا و کاهش سرف برق در فصول پاییز و زمستان این فرصت را به ما می دهد تا اجرای تعمیرات و رفع مشکلات فنی واحدهای تولیدی بتوانیم سطح ادگی خودرا جهت تولید پایدار انرژی حیاتی برق در فصل تابستان ویت کنیم .

حافظی اجرای تعمیرات اساسی واحد ۱۵مگاواتی شماره ۵ این روگاه را مهمترین برنامه عملیاتی این مجموعه در نیمه دوم سال عنوان د. و اظهار داشت : واحد شماره ۵ که یکی از ۶ واحد تولیدی این روگاه می باشد را بمنظور رفع مشکلات فنی و تعمیرات اساسی از ار تولید خارج نمودیم تا پارفع چالشهای فنی بتوانیم سطح آمادگی نوان تولیدی این واحد را جهت پشتیبانی از روند تولید این نیروگاه

ساری– خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی اداره باع طبیعی و آبخیزداری دشتستان، در مورخ ۲۰ دی ماه عبدالحسین شاسبی مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان بوشهر با احمد افی فرماندار دشتستان دیدار نمودند.این دیدار در محل اتاق فرماندار با حضور حسین بی باک معاون عمرانی فرماندار، سید رضا حسینی باون آبخیزداری اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان، حسین لکی رئیس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری دشتستان و کارشناسان بوטה و نماینده بنیاد علوی برگزار گردید.

در این نشست که با موضوع بررسی آخرین وضعیت پروژه های خیزداری برگزار گردید، ابتدا مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری خــان ضمن تشکر از فرماندار دشتستان و تبریک میلاد با سعادت و راسر نور حضرت زهرا (س) مطالبی را در خصوص حوزه آبخیز استان زوم برنامه ریزی و سیاست گذاری جهت انجام هرچه بهتر این برنامه زی با بیان داشتند.سپس حسین مالکی با ارائه گزارشی از سازه های خیزداری اجرا شده و عملکرد آنها در افزایش سرفه آب های زیرزمینی جلوگیری از هدررفت آب های حاصل از بارش بالادست، بیان داشتند ، جهت اجرای بهتر پروژه های آبخیزداری احداثی و ترمیمی شهرستان



ساری – دهقان : رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در جلسه روز هیات رییســه دانشگاه گفت واحد های اذری دانشگاه باید با یک وم پرسنل در محل کار حضور یابند

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، رئیس دانشگاه

همزمان با ایام سالگرد شهادت سردار دل ها صورت گرفت

یدار مدیر کل نوسازی مدارس استان گیلان با خانواده شهید امیر رضا علیزاده از شهدای مدافع حرم

رشت– خبرنگار فرصت امروز: همزمان با ایام سالگرد شهادت ردار دل ها، مدیر کل نوسازی مدارس استان گیلان با خانواده شهید امیر ما علیزاده از شهدای گرانقدر مدافع حرم دیدار و گفت وگو نمودند. به گزارش روابط عمومی همزمان با ایام سالگرد شهادت سردار دل ها در راستای تکریم از فرهنگ متعالی ایثار و شهادت و تجلیل از خانواده ی معظم شهدا، مهندس علی دقیق مدیر کل نوسازی، توسعه و تجهیز ارس استان گیلان به همراه مهندس عظیم امام پناهی معاون توسعه بریت و پشتیبانی و مهندس محمود هرمنگ نژاد مسئول حراست با ضور در منزل شهید امیر رضا علیزاده، پیش از ظهر روز دوشنبه ۱۹ ماه ۱۴۰۱ با خانواده معظم این شهید عزیز دیدار و از مقام شامخ و

وی افزود نگاه مجلس، رفع موانع تولید و تلاش برای جهش تولید و رونق آن است و بودجه های لازم نیز در این زمینه اختصاص می یابد. نماینده مردم شهرستان تربت حیدریه به تشریح استعدادها و قابلیت های منطقه شرق کشور و به ویژه شهرستان تربت حیدریه در زمینه معادن سنگ آهن آب، خطوط ریلی، نیروی انسانی و غیره پرداخت و از ذوب آهن اصفهان درخواست نمود که در فعالیت های صنعتی با منطقه همکاری و مساعدت نماید.

زنگنه در پایان این بازدید در گفتگو با خبرنگار هفته نامه آشکارا گفت: به مناسبت ۲۳دی و سالگرد تأسیس ذوب آهن اصفهان در این شرکت حضور یافتم و با توانمندی های فنی و تولیدی ذوب آهن اصفهان به ویژه در امر تولید انواع محصولات فولادی و ریل ملی آشنا شدم.

نماینده مردم شهرستان تربت حیدریه افزود: ذوب آهن اصفهان بدون استفاده از یارانه انرژی و با مزیت های زیادی که دارد در خدمت تولید محصولات فولادی است . این شرکت افتخار صنایع کشور است و صفت خط اول جبهه تولید برانزده آن است.

وی ضمن ابراز امیدواری برای بهره برداری هرچه سریع تر ذوب آهن اصفهان از معادن شرق کشور افزود: تمام تلاش خود را برای تأمین مواد اولیه و رفع موانع تولید در این شرکت به کار خواهیم گرفت و با دعوت از مدیرعامل این شرکت برای حضور در جلسه کمیسیون بودجه، خواسته ها و پیام ذوب آهن در مجلس بیان می شود.

برجهای خنک کن و رفع مشکلات فنی و محدودیتهای تولید سایر بخشهای نیروگاه را از دیگر برنامه های عملیاتی این نیروگاه برشمرد. حافظی اجرای تعمیرات میان دوره ای واحدهای ۳ و ۴ را نیز از دیگر برنامه های عملیاتی این نیروگاه در ایام پیش رو عنوان نمود.

سرپرست نیروگاه رامین افزود با برنامه ریزی های صورت گرفته شده قصد داریم واحد ۳۰۵مگاواتی شماره ۲ را نیز جهت اجرای عملیات تعمیرات نیمه سنگین ۴۵ روزه جهت رفع مشکلات فنی در بخشهای تیربین،بویلر،تجهیزات جانبی بویژه برجهای خنک کن از مدار خارج کنیم تا بتوانیم سطح تولید خود را از تقا دهیم.

وی اظهار امیدواری نمود با تکیه به دانش و تجربه کارکنان این نیروگاه شاهد تقویت تولید واحدهای نیروگاه باشیم تا بتوانیم تابستانی توام با آسایش برای مردم به ارمغان بیآوریم.

لازم بذکر است نیروگاه رامین اهواز با ۶ واحد تولیدی بزرگترین نیروگاه بخاری کشور است و نقش مهمی در تأمین برق استان خوزستان و پشتیبانی از شبکه سراسری برق کشور ایفا می کند.



ریزی شهرستان و استان جهت جذب اعتبارات به این موضوع گردد.

احمد بنافی فرماندار دشتستان ضمن خوش آمد گویی و خسته نباشید به مجموعه منابع طبیعی و تقدیر از رئیس اداره منابع طبیعی دشتستان و تبریک ولادت حضرت فاطمه زهرا(س) و روز زن و مادر بیان داشتند که با توجه به اینکه در دوره تنش آبی هستیم و اینکه جنگ آینده جنگ آب می باشد باید برنامه ریزی جهت صیانت از اراضی و منابع آب و توجه به زیرساخت ها برای نجات منطقه و جلوگیری از چالش ها با تمرکز بر مطالعات حوزه آبخیز شهرستان انجام شود.احمد بنافی افزود باید آمادگی ذهنی مسئولان استانی را نسبت به اهمیت منابع طبیعی افزایش داده تا کارهای بیشتر و بهتری در سطح شهرستان در حوزه منابع طبیعی و آبخیزداری محقق گردد. وی همچنین خواستار حل مشکلات مردم در بحث تملک اراضی و مشکلات مرتع داران بخش های شناکره و سعادت آباد شدند.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران :

تمام بیمارستان های استان مجهز به سوخت جایگزین شدند

در ادامه این جلسه دکتر سید حبیب کاظمی معاون توسعه مدیریت، منابع و برنامه ریزی دانشگاه علوم پزشکی مازندران گزارشی از پروژه های قابل افتتاح دانشگاه در دهه فجر ارائه داد و با اعلام اینکه ۱۵ پروژه در استان با اعتباری بالغ بر ۶۰۰ میلیارد تومان در ایام الله دهه فجر بهره برداری می شود از ساختمان جدید مرکز آموزشی درمانی رازی قائم شهر بعنوان یکی از پروژه های بزرگ کشوری در این برنامه ها یاد کرد. دکتر اسماعیل اکبری رییس دانشکده پرستاری و پیراپزشکی امل در این جلسه ضمن ارائه گزارشی از وضعیت دانشکده های امل و پردیس خودگردان این شهرستان ، در خصوص روند ادامه کار ساختمان شماره ۲ پردیس خودگردان امل مطالبی بیان کرد.



شهیدا در حقیقت موهبت و توفیق الهی است و ما امروز به آن افتخار می کنیم.

مدیر کل نوسازی مدارس گیلان در پایان با اهدای لوح تقدیر در صبر و از خود گذشتگی خانواده معظم شهید علیزاده تجلیل کرد. در این دیدار همسر شهید علیزاده به ذکر گوشه ای از خاطرات همسر شهید و سجایای اخلاقی و صویات بارز و آموزنده آن عزیز بزرگوار پرداخت. گفتنی است این شهید عزیز در ۱۲ مهر ماه ۱۳۵۴ در رشت دیده به جهان گشود و در ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۲ در سفارت ایران در سوریه توسط مزدوران اسرائیل به شهادت رسید.

تشرّف روس های تازه مسلمان به زیارت بانوی کرامت



این گروه روسی به همراه کارشناس روسی زبان حرم مطهر بانوی کرامت از معمارای حرم مطهر و موزه فاطمی بازدید کردند و با شخصیت حضرت معصومه

سلام الله علیها و جایگاه ایشان در میان شیعیان آشنا شدند. همچنین زیارت ضریح مطهر حضرت معصومه سلام الله علیها در شبستان حضرت زهرا سلام الله علیها و قرأت زیارت نامه و نماز از دیگر برنامه های این گروه روسی در حرم مطهر کریمه اهل بیت سلام الله علیها بود.

جلسه سیاست گذاری ستاد نوروز ۱۴۰۲ شهرداری برگزار شد



قزوین– خبرنگار فرصت امروز: جلسه سیاست گذاری ستاد نوروز ۱۴۰۲ شهرداری قزوین، با حضور کاظمی، رئیس ستاد نوروز شهرداری و مدیران شهیر در سالن مشاهیر بلیدیه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی معاونت محیط زیست و خدمات شهری شهرداری قزوین؛ در این جلسه سیاست‌های کلان شهرداری قزوین برای ایام نوروز ۱۴۰۲ تعیین و درخصوص هماهنگی‌های لازم بین بخش‌های اجرایی و نظارتی شهرداری تصمیم‌گیری شد.

بنا بر این گزارش؛ لغو حفاری‌ها توسط مناطق چهارگانه، رنگ‌آمیزی جدول به‌ویژه در ورودی تقاطع‌ها و مسیرهای گل کاری فضای سبز، لکه‌گیری آسفالت و شستشوی معابر و پایانه‌ها، ترسیم دیوارنگار، نورپردازی معابر و میدان‌ها و پیگیری وضعیت روشنایی سطح شهر از جمله مصوبات این جلسه بود. بر اساس این گزارش؛ همچنین مقرر شد ضمن شستشوی تابلوهای ترافیکی، سازمان ترافیک برای پیشگیری از خسارت به تابلوها در چهارشنبه‌سوری تمهیدات لازم را پیش‌بینی کند. بنابراین گزارش؛ موضوع مدیریت ترافیک ایام پایانی سال توسط معاونت حمل‌ونقل و ترافیک و تعیین شمار نوروزی شهرداری توسط اداره ارتباطات و امور بین‌الملل و سازمان زیباسازی و نیز تعیین تکلیف آب‌نماهای سبزمیدان از دیگر مصوبات جلسه مذکور بود.

با حضور فرمانده سپاه امام سجاد (ع) هرمزگان؛

راه روستایی لیمویی بخش رودخانه شهرستان رودان به بهره برداری رسید



بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز: راه روستایی لیمویی بخش رودخانه شهرستان رودان با حضور فرمانده سپاه امام سجاد (ع) هرمزگان، مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان و جمعی از مسوولان محلی به بهره برداری رسید. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جادهای هرمزگان در مراسم بهره‌برداری از این طرح گفت: راه روستایی لیمویی به مسافت سه کیلومتر و با اعتبار ۵۵ میلیارد ریال به بهره برداری رسیده است.

عباس شرفی، با اشاره به پایان عملیات اجرایی آسفالت راه روستایی لیمویی

خاطر نشان کرد: با بهره برداری از این طرح، اهالی روستاهای همجوار با جمعیتی

افزون بر ۲۰۰ خانوار از راه آسفاته‌ه برخوردار شدند. وی بیان کرد: درخواست اهالی این روستا برای آسفالت نمودن جاده در میز خدمت

قرارگاه های تحول محلات بسیج در یادواره قبل وصول شد که با عنایت شهدا توفیق پیدا کردیم این پروژه را به اتمام رسانده و تقدیم

مردم بصیر و انقلابی این روستا کنیم. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جادهای هرمزگان تصریح کرد: ۲۰۰ کیلومتر راه روستایی با ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی در استان نیز از اولویت های مهم این اداره کل می باشد که روستاییان در آینده نزدیک از اینان طرح ها بهره مند

خواهندشد. شرفی یادآورشد: اینم سازی و بهسازی راه های ارتباطی استان هرمزگان از جمله فعالیت‌های مهم راهداری است که این اداره

کل اقدامات گسترده‌ای را در زمینه بهسازی و آسفالت راه‌های روستایی در دست اجرا دارد.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جادهای هرمزگان، راه های روستایی را نمادی از اراده دولت برای توسعه و پیشرفت روستاها برشمرد و

افزود: راه روستایی امین و مناسب باعث بهبود بازاریابی محصولات کشاورزی و افزایش درآمد روستاییان شده و تمایل آن‌ها را به زندگی در

روستا افزایش می‌دهد. شرفی از مشارکت جهادی بسیج سازندگی سپاه امام سجاد (ع) استان هرمزگان در تأمین قیر در توسعه، بهسازی و احداث راه‌های مناطق محروم و دور افتاده تقدیر نمود.

سه هزار و ۷۳۳ میلیارد ریال حقوق دولتی معادن در استان مرکزی وصول شد



اراک– فرناز امیدی: مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان مرکزی گفت: ۳ هزار و ۷۳۳ میلیارد ریال حقوق دولتی معادن امسال در این استان وصول شد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۳۶ درصد رشد داشته است. علی جودکی افزود: ۱۵ پروانه بهره‌برداری با ذخیره قطعی پنج میلیون و ۴۵۷ هزار تن و ۷۷۲ هزار تن ظرفیت استخراج امسال در استان مرکزی صادر شد. وی ادامه داد: ۲۱۷ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری امسال از سوی بخش خصوصی در معادن استان مرکزی صورت گرفته که در این فرایند بیش از ۱۱۲ فرصت شغلی جدید ایجاد شده است. مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان مرکزی با بیان

اینکه چهار پروانه اکتشاف و چهار گواهی کشف امسال در نقاط مختلف این استان صادر شده است، اظهار داشت: بهره‌گیری هر چه بیشتر از

ظرفیت معادن همراه با نظارت گسترده این سازمان در دستور کار قرار دارد. جودکی بیان کرد: ۳۶توع ماده معدنی از ذخایر قطعی استان در حال استخراج است که بیشترین آن مربوط به معادن تراورتن با ۱۰۰ فقره و سنگ لاشه ۹۸ فقره است و اغلب این معادن در شهرستان‌های

محلات، ساوه و رزننده مستقر هستند. وی در پایان خاطر نشان کرد: ۶۲۴ معدن دارای پروانه بهره‌برداری با ظرفیت استخراج ۲۸ میلیون ۱۹ هزار تن و ذخیره قطعی یک میلیون ۵۱۱ هزار تن با میزان سرمایه‌گذاری هشت هزار و ۵۱ میلیارد ریال در استان مرکزی فعال است و چهار هزار و ۸۶۱ نفر نیز در این بخش اشتغال دارند.

مصرف گاز خانگی در استان به میزان گاز تولیدی پالایشگاه گاز ایلام رسید

ایلام–هدی منصور: با بردوت هوا و ورود توده جدید سرما به استان، مصرف گاز خانگی استان با میزان تولید گاز در پالایشگاه ایلام برابر شد. محمود کشاورز مدیرعامل شرکت گاز استان با اشاره به اینکه با ورود توده جبهه هوای سرد فعلی به استان و افزایش مصرف گاز خانگی مقدار مصرف گاز در بخش خانگی استان به میزان گاز تولیدی پالایشگاه رسیده است، گفت: علیرغم اعمال محدودیتهای مختلف در مصرف بخش‌های خدماتی و صنعتی استان از جمله کارخانه سیمان، شهرک‌های صنعتی، سایر صنایع پرمصرف و ارادات دولتی، میزان مصرف گاز خانگی در استان به مقادیر بی‌سابقه ۷/۴ میلیون مترمکعب در روز رسیده است که برابر با میزان گاز تولیدی پالایشگاه ایلام است. مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام تصریح کرد: تا عبور این توده هوای سرد، شرکت گاز استان نیازمند همکاری و همراهی مردم و مشترکین گرمایی از طریق مدیریت و کاهش مصرف گاز و تنظیم دمای محیط زندگی بین ۱۸-۲۱ درجه سانتیگراد است. محمود کشاورز با اشاره، به اینکه هم‌اکنون هموطنان عزیزمان در مناطق شمال و شمال شرق کشور دچار کمبود گاز و در مراحل بحرانی قطع گاز قرار دارند و پوشش، هر خانه یک اتاق گرم، را رانانداری کرده‌اند، لازمست مشترکین استان ایلام نیز در جهت همراهی با این هموطنان و جلوگیری از قطع گاز از این استان‌ها بدلیل افت فشار در خطوط گاز آنها، با کاهش مصرف و جلوگیری از مصارف غیرضروری گاز از جمله خاموش کردن سیستم گرمایشی در اتاقهای بلااستفاده و کاهش دمای موتورخانه‌های خانگی، به تقویت فشار گاز در خطوط و شبکه سراسری گاز کشور کمک کنند . وی افزود: با توجه به ابلاغ کاهش ساعت کاری ادارات استان توسط استانداری، کارکنان شرکت گاز استان ضمن تشدید پایش و کنترل مصرف گاز ادارات در ساعات اداری و غیر اداری، در موارد عدم رعایت مصرف گاز از طریق قطع گاز ادارات متخلف و اعلام لیست آنها به استانداری اقدام خواهد نمود.

شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی منطقه گلستان برای سوخت‌رسانی در فصل سرما آمادگی کامل دارد

گرگان– خبرنگار فرصت امروز: مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان از آمادگی کامل این شرکت برای تأمین و توزیع سوخت در فصل سرما و شرایط اضطرار خبر داد. سید محمد حسینی ضمن اعلام این خبر بر ضرورت اقدامات پیشگیرانه جهت حصول اطمینان از آسیب پذیری حداقلی ناشی از ورود به فصل سرما تأکید کرد. وی گفت: با برنامه ریزی های انجام شده و ذخیره سازی انواع فراورده‌های نفتی، شرکت ملی پخش فراورده های نفتی در تمامی شرایط آمادگی کامل دارد تا پاسخگوی نیاز مصرف کنندگانی و مردم شریف استان گلستان باشد. حسینی افزود: تدابیر لازم جهت تأمین سوخت جایگزین (دوم) به مصرف کنندگانی که از گاز طبیعی بعنوان سوخت اصلی خود استفاده می کنند اتخاذ شده و این مصرف کنندگان می توانند با مراجعه به واحدهای متولی، نسبت به دریافت و ذخیره سازی مناسب سوخت جایگزین اقدام نمایند تا در صورت افت احتمالی فشار گاز با مشکلی مواجه نشوند.

این مقام مسئول همچنین با توجه به اجرای طرح توزیع الکترونیکی نفت سفید و گاز مایع از طریق ریز ساخت بانکی از مصرف کنندگان نفت سفید و گاز مایع شش استان گلستان خبر داد. وی افزود: صنایع و مراکز درخواست کرد: با مراجعه به سامانه درخواست فراورده‌های نفتی (سدف) به آدرس NEWTEJARATASAN.NIOPDC.IR در قسمت ثبت خانوار، نسبت به تکمیل اطلاعات خواسته شده و معرفی کارت بانکی خود اقدام کنند تا نسبت به تخصیص سهمیه آنان اقدام شود.

شروع کسب و کار بعد از دانشگاه؛ نکاتی برای تازه کارها

نویسنده: علی آل علی

قبولی در دانشگاه و شروع به یادگیری در رشته‌ای معتبر برای خیلی از جوانان سقف آرزوهای‌شان را شکل می‌دهد. انگار که بعد از چهار سال حضور در دانشگاه دیگر در هر حوزه‌ای برای آدم فرش قرمز پهن شده و فیش‌های حقوقی بالا دم در خانه ارسال می‌شود. چنین رویای شیرینی معمولا بلافاصله بعد از فارغ‌التحصیلی رنگ می‌بازد؛ چراکه بازار کار دیگر فقط مدرک‌محور نیست. چه بسا بازاریابی که به جای کلاس‌های دانشگاهی سال‌های سال تجربه کسب کرده، محبوبیت بیشتری از فارغ‌التحصیل‌های رشته مارکتینگ داشته باشد. درست حدس زدید، گاهی اوقات دنیای کسب و کار همین قدر بی‌رحم می‌شود!

دانشجویانی که بعد از فارغ‌التحصیلی امیدشان را از دست نداده و دنبال راه‌اندازی کسب و کار می‌روند، همیشه سوالات زیادی در سرشان رژه می‌رود. اصلا اینکه آدم از کجا باید کارش را شروع کند، مهمترین س‌والی است که کمتر کسی جواب مشخصی برای آن دارد. چنین شرایطی نه تنها انگیزه آدم را بیشتر نمی‌کند، بلکه خیلی وقت‌ها حتی سرسخت‌ترین افراد را نیز از کار آفرینی ناامید می‌کند. به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم راه و چاه شروع کسب و کار برای دانشجویانی که تازه درس‌شان تمام شده، بررسی کنیم. اگر شما هم در آستانه فارغ‌التحصیلی هستید یا امسال برخلاف عادت قبلی دیگر استرس امتحانات ترم را ندارید، بد نیست نگاهی به این مقاله داشته باشید. البته لازم نیست با مقاله ما مثل کتاب درسی برخورد کنید؛ چراکه پای هیچ امتحانی وسط نیست.

ما در ادامه سعی می‌کنیم خیلی رُک و پوست‌کنده توصیه‌های کلیدی برای شروع کسب و کار را با هم مرور کنیم. این نکات طوری طراحی شده که بیشتر از همه به کار دانش‌جوه‌ای صفر کیلومتری می‌آید که همین چند وقت قبل درس‌شان تمام شده است. البته اگر شما همین حالا هم یک بیزینس مشخص دارید، بازهم توصیه‌های این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما خواهد کرد. پس با ما همراه باشید تا کارآفرینی به سبک دانشجوها را زیر ذره بین ببریم.

گام اول: دوست دارید وارد چه کسب و کاری شوید؟

پدر و مادری را در نظر بگیرید که قبل از شروع سنن مدرسه دوست دارند کودک‌شان یک کلاس ورزشی هم برود. در این صورت احتمالا هر کدام از والدین نظر خاصی درباره ورزش مناسب دارد. چه بسا جنگ و دعوای شدیدی هم بین پدر و مادرها درباره این موضوع شکل بگیرد. یک ایده جذاب در این میان طرح یک سوال ساده از کودک قصه‌مان درباره ورزش مورد علاقه‌اش است. اینطوری دیگر جایی برای جنگ و دعوا باقی نمی‌ماند. این دقیقا همان کاری است که شما هم برای ورود به دنیای کسب و کار باید انجام دهید.

آ یا تا حالا به کار رویایی‌تان فکر کرده‌اید؟ اشتباه نکنید، ما اصلا دوست نداریم شما را به ورطه خیال‌های بی‌سر و ته بکشانیم. در عوض همه تلاش‌مان کمک به شما برای انتخابی هوشمندانه است؛ همین و بس.

اگر دقت کرده باشید، خیلی از آدم بزرگ‌ها وقتی پا به سنن می‌گذارند کلی درباره حوزه کاری‌شان غُر می‌زنند. انگار که آن اوایل یکی به زور آنها را سر کاری برده که هیچ شناختی از آن نداشته‌اند؛ چه برسد به اینکه پای عشق و علاقه به کار هم وسط باشد!

اولین توصیه ما در اینن مقاله با یک فعالیت بی‌نیاهت ساده شروع می‌شود. کافی است به این فکر کنید که چه کاری را بیشتر از بقیه دوست دارید؟ آیا آشپزی تان خوب است و رویای راه‌اندازی رستوران خودتان را دارید؟ شاید هم طراحی اتموبیل‌های مختلف هوش از سرتان می‌برد. در هر صورت باید خیلی زود درباره اینکه چه حوزه کاری بیشتر از همه برای‌تان جذاب است، فکری کنید. این شرایط دقیقا مثل همان سوال کلاسیک «دوست داری در آینده چکاره شوی؟» در دوران کودکی است. اگر آن زمان بدون هیچ فکری یک کار را به طور شانس‌ی در جواب می‌گفتید، حالا قضیه کاملا فرق کرده است.

ما در روزنامه فرصت امروز یک فرمول ساده برای

شناسایی حوزه کاری مورد علاقه داریم. شما به عنوان یک فارغ‌التحصیل دانشگاه باید از یکسو حواس‌تان به رشته تحصیلی‌تان باشد. خب این همه درس خوانده‌اید که آخر سر کاری کاملا بی‌ربط پیدا کنید، مگر نه؟ بعد از اینکه رشته تحصیلی‌تان را در نظر گرفتید، نوبت به بررسی علاقه شخصی می‌رسد. به زبان خودمانی، شما نباید از رشته‌تان یک قفس بزرگ بسازید و علاقه‌تان را سرکوب کنید. در عوض بهترین فرمول یافتن نقطه اتصال میان رشته تحصیلی و علاقه شخصی‌تان است. اینطوری یک عمر از کار‌تان لذت برده و احتمالا بی‌نیاهت موفق هم خواهید بود.

گام دوم: انتخاب ساختار کسب و کار

آدم‌های عادی حداقل روزی هشت ساعت کار می‌کنند. بی‌شک این زمان برای خیلی‌ها زیاد است. البته دانشجویانی که تجربه نشستن سر کلاس‌های کسل‌کننده



بعضی از استادها را دارند، احتمالا مشکلی با این شرایط نخواهند داشت. با این حال بازهم وقت‌گذرانی سر کاری که حداقل به آن علاقه داریم، خیلی بهتر از کارهای بی‌ربط است. البته یک چالش دیگر نیز این وسط سر و کله‌اش پیدا می‌شود و آن هم انتخاب ساختار کسب و کار است، ماجرا انقدرها هم که فکر می‌کردید، ساده نیست، مگر نه؟ دانشجویانی که تازه از گرد راه رسیده و قصد دارند کسب و کاری برای خودشان راه بیندازند، معمولا حتی روح‌شان هم از ساختار کسب و کار خبر ندارد. اگر شما هم چنین وضعیتی در مواجهه با این مفهوم دارید، اصلا لازم نیست نگرانی به خود‌تان راه دهید؛ چراکه کلی از کارآفرینان حرفه‌ای هم این مشکل را دارند. پس شش دانگ حواس‌تان را جمع کنید تا کمی درباره ساختار کسب و کار با هم گپ بزنیم.

ساختار کسب و کار به طور کلی مربوط به نحوه مدیریت و فعالیت کارآفرینی است. مثلا خیلی‌ها دوست دارند مثل قهرمان‌های بوکس یک نفره به جنگ رقیب رفته و بدون کمک بقیه تبدیل به قهرمان بازار شوند. این دسته از کارآفرینان معمولا ساختار کارآفرینی انفرادی را به هر شراکتی، حتی بی‌نیاهت سودمند، ترجیح می‌دهند. اگر شما هم جزو آن دسته افرادی هستید که میانه خوبی با کار گروهی ندارید، این ساختار راست کار‌تان خواهد بود. در نقطه مقابل دسته بالا کسانی هستند که نه تنها کار تیمی را دوست دارند، بلکه حتی یک دقیقه هم بدون گپ و گفت با دوستان دوام نمی‌آورند. این دسته از آدم‌ها باید کسب و کارهای عادی یا در بهترین حالت شراکت با بقیه کارآفرینان حرفه‌ای را در دستور کار قرار دهند. اینطوری از دل شراکت‌شان یک همکاری بی‌نیاهت مفید بیرون می‌آید. یادتان باشد در الگوی شراکت شما دیگر تنها تصمیم‌گیرنده مهم کسب و کار نیستید، بنابراین باید با دیگران همفکری کرده و کارها را در قالب تیمی حرفه‌ای

جلو ببرید.

گام سوم: طراحی برنامه کسب و کار

تا اینجا‌ی کار شما حوزه فعالیت برند و همینطور ساختار کارآفرینی را به خوبی تعیین کرده‌اید. با این حال موفقیت در دنیای کسب و کار به همین دو مورد ختم نمی‌شود. یکی از موارد ضروری برای هر کارآفرینی انتخاب برنامه کسب و کار است. این برنامه نقشی مشابه تاکتیک در تیم‌های فوتسال دارد. همانطور که تیم‌های حرفه‌ای همیشه با تاکتیک‌های درجه یک بازی می‌کنند، شما هم باید برنامه‌ای مناسب با اوضاع برندان انتخاب کنید. وگرنه حتی یک مشتری هم به کسب و کار‌تان نگاه نخواهد کرد. وقتی درباره برنامه کسب و کار حرف می‌زنیم، نباید به کلیشه‌های رایج توجه کنید. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم برنامه کسب و کار در واقع چکیده‌ای از تمام کاری است که شما در بازار قصد انجامش را دارید.

خوشبختانه این روزها روش‌های بی‌نیاهت متنوعی برای تامین مالی کسب و کار پیش پای برندها قرار دارد. شما می‌توانید بدون کوچکترین مشکلی از بانک‌ها یا موسسات مالی در خواست وام کنید. البته این گزینه باید با دقت انجام شود؛ چراکه بازپرداخت وام اصلا شوخی‌بردار نیست. به علاوه، یافتن سرمایه‌گذارها یکی از گزینه‌های روی میز محسوب می‌شود. ما در روزنامه فرصت امروز علاوه بر شیوه‌های کلاسیک برای تامین مالی کسب و کار یک گزینه دیگر نیز در چنته داریم. همکاری با برندهای بزرگ یا فروش بخشی از سهم استارت‌آپ به آنها یکی دیگر از روش‌های کلیدی در بازار محسوب می‌شود. اینطوری شما می‌توانید بدون کوچکترین مشکلی از همان اول کار اسم یکی از برندهای بزرگ دنیا را کنار استارت‌آپ‌تان داشته باشید. البته این کار خیلی هم بی‌دردسر نیست؛ چراکه همه دوست دارند



با برندهای بزرگ همکاری داشته باشند. این وسط فقط ایده‌های طلایی تکلیف برنده‌های خوش‌شانس را مشخص می‌کند. پس از همین امروز دست به کار شده و اگر به ایده استارت‌آپ‌تان ایمان دارید، ارتباطاتان با برندهای بزرگ را توسعه دهید.

برخی از دانشجویان تازه فارغ‌التحصیل شده از دانشگاه بدون اینکه فکری درباره تامین مالی کسب و کار‌شان کنند، یک راست می‌روند سراغ تأسیس برند. قبول دارم این رویا خیلی جذاب به نظر می‌رسد، اما تجربه به ما ثابت کرده همیشه عجله کار دست آدم می‌دهد. پس حتی برای یک دقیقه هم که شده به خودتان فرصت دهید تا کمی درباره اوضاع مالی شرکت فکر کنید. این امر نه تنها برای شما نتایج بهتری در بازار به همراه خواهد داشت، بلکه از نظر سطح اثرگذاری بر روی مشتریان نیز اوضاع‌تان را بهبود می‌بخشد. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا دوست ندارم از برندی خرید کنم که اوضاع مالی‌اش همیشه روی هواس‌ت.

گام چهارم: شناسایی مخاطب هدف

تمام کسب و کارها در بازار نهایتا باید به مذاق مشتریان خوش بیایند. اگر شما بهترین محصول دنیا را هم داشته باشید اما در طراحی‌اش نظر مشتریان را به حساب نیاورید، نهایتا چیزی جز شکست دست‌تان را نمی‌گیرد. این روزها برندهای بزرگ برای اینکه خیال‌شان از بابت مشتریان راحت باشد، اول از همه کارشان را با نظرخواهی از آنها شروع می‌کنند. بی‌شک جوان‌هایی که تازه اولین قدم‌ها در دنیای کسب و کار را برمی‌دارند، اصلا آمادگی لازم برای سر و کله زدن با مشتریان را ندارند. به همین خاطر معمولا این دسته از کارآفرینان براساس سلیقه شخصی‌شان اقدام به تولید محصول می‌کنند.

شاید فکر کنید سلیقه شخصی یا تجربه‌های قبلی همیشه خروجی مشابه بهترین محصولات دنیا دارد. در این صورت باید حسابی ناامیدتان کنیم؛ چراکه در بازار اصلا از این خبرها نیست. شاید زمانی نه چندان دور کارآفرینی بدون توجه به سلیقه یا نظر مشتریان ممکن بود، اما الان دیگر زمانه فرق کرده است. این روزها مشتریان هستند که تفاوت بین برندهای برنده و بازنده‌های بازار را مشخص می‌کنند. پس اگر دوست دارید شانس‌ی برای بقا در بازار داشته باشید، باید قبل از هر کاری سراغ مشتریان بروید. اشتباهی که خیلی از دانش‌جوه‌ای صفر کیلومتر در دنیای کارآفرینی انجام می‌دهند، تلقی مشتریان به مثابه گروهی کاملا شبیه به هم است. این اشتباه تفاوت‌ها و سلیقه متمایز مشتریان را نادیده می‌گیرد. به این ترتیب شما به قیمت جلب توجه گروهی اندک از مشتریان بقیه را کاملا ناامید می‌کنید. فرمول طلایی ما در این بخش تمرکز بر روی گروه‌های مختلف مشتریان است. یادتان باشد همه مشتریان در بازار الزاما از برند شما خوش‌شان نخواهد آمد. به علاوه، شما اصلا قرار نیست روی تک تک مشتریان سرمایه‌گذاری کنید. یک راهکار هوشمندانه‌تر توجه به آن دسته از مشتریانی است که علاقه‌ای هرچند اندک به کسب و کار‌تان دارند. اینطوری بدون دردرس مخاطب‌تان را شناسایی کرده و اوضاع‌تان به خوبی پیش می‌رود.

گام پنجم: انتخاب شیوه تامین مالی

آیا کاری را سراغ دارید که پول لازم نداشته باشد؟ این سوالی است که خیلی از آدم‌ها با آن مشکل دارند؛ چراکه اغلب اوقات هزینه‌های زندگی آنقدر بالاست که خیلی‌ها توان سازگاری با آن را ندارند. ما اینجا قصد نداریم درباره تورم جهانی یا موضوعاتی شبیه به با شما گپ بزنیم. در عوض همه حرف‌مان توجه به تامین مالی کسب و کار به شیوه‌ای استاندارد است؛ چراکه کوچکترین قدم شما در بازار نیازمند بودجه‌ای مناسب است. خب فکر نکرده‌اید که همه در بازار مجانی برای‌تان کار می‌کنند؟

حضور داشته و با مشتریان سر و کار دارید. پس اگر همان اول کار با کلی شکست مختلف رو به رو شوید، دیگر کمتر کسی روی حرف‌تان حساب باز خواهد کرد. به‌ عنوان آخرین نکته در این بخش باید روی تفاوت میان هزینه‌های اضافی و اساسی تأکید کنیم. گاهی اوقات کارآفرینان به اشتباه برای صرفه‌جویی بیشتر قید هزینه‌های اساسی را می‌زنند. مثلا استفاده از مواد اولیه درجه یک برای بسته‌بندی یا تولید محصولات یک نیاز اساسی محسوب می‌شود. اگر شما دور آن را خط بکشید، بی‌برو برگشت در ادامه مسیر با مشکلات زیادی رو به رو خواهید شد. پس قبل از اینکه با عجله تصمیم بگیرید، کمی درباره‌اش فکر کنید تا بعدا پشیمان نشوید.

گام هفتم: آمادگی برای تغییرات

شما چقدر آماده تغییرات ناگهانی هستید؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان حتی به آن فکر هم نمی‌کنند؛ چراکه باور دارند در بازار همیشه اوضاع یکسان باقی می‌ماند. این ذهنیت اغلب اوقات بحران‌های بی‌پایانی برای برندها به همراه دارد. همانطور که در دوران کرونا فقط برندهایی با انعطاف‌پذیری بالا جان سالم به در بردند، در آینده نیز کارآفرینان به انعطاف بیشتر در مواجهه با مشکلات نیاز خواهند داشت. وگرنه خیلی زود مجبور به تسلیم شدن در برابر مشکلات می‌شوند.

شما به عنوان دانش‌جوی تازه کار که اتفاقا تجربه زیادی در بازار ندارید، نباید خیلی خودتان را به موفقیت‌های یک شبه امیدوار کنید. در عوض این مهارت‌تان برای سازگاری با رویدادهای متنوع و پذیرش تغییرات است که به مرور زمان از شما قهرمانی همه فن حریف خواهد ساخت.

اگر شما جزو آن دسته از کارآفرینانی هستید که میانه خوبی با توصیه‌های خشک و خالی ندارند، احتمالا حرف‌های ما در این بخش خیلی به مذاق‌تان خوش نیامده است. پس اجازه دهید با یک مثال دم دستی کارمان را بهتر کنیم. سراسپیزی را در نظر بگیرید که بعد از کلی کلاس‌های آموزشی حالا رستوران خودش را باز کرده است. احتمالا شخصیت مثال ما در ماه‌های ابتدایی شرایطی سختی را پشت سر خواهد گذاشت. در این اوضاع علاوه صرفه‌جویی در هزینه‌ها باید کیفیت خدمات رستوران قصه‌مان نیز بهتر از بقیه باشد. حالا اگر سراسشیم ما آمادگی لازم برای این شرایط را نداشته باشد، بی‌برو برگشت در کارش با مشکلات زیادی رو به رو خواهد شد. آن وقت تمام آرزوهای دور و درازش در یک چشم به هم زدن دود هوا می‌شود.

قبول دارم گاهی اوقات بعضی از شرایط کاری بی‌نیاهت سخت یا پیچیده است. اما شما قرار نیست همیشه در این شرایط کار کنید. در عوض به این ماجرا بیشتر شبیه دورانی موقت نگاه کنید. اینطوری خیلی بهتر در برابر مشکلات دوام خواهید آورد. البته اگر مشکلات اینچنینی برای مدت زیادی ادامه پیدا کند، آن وقت یک جای کار ایراد دارد. پس همیشه مشکلات را برای مدت زمانی طولانی تحمل نکنید.

یک کارآفرین حرفه‌ای علاوه بر اینکه خودش در برابر مشکلات دنیای کسب و کار توان تغییر بالایی دارد، به کارمندانش هم این مهارت را یاد می‌دهد. پس کار نکند شرکت تنها هستند. در عوض باید کمی ارتباطاتان با کارمندان را بهبود بخشیده و در تلاش برای کمک به آنها برای کنار آمدن با شرایط تازه باشید. اینطوری دوام کسب و کار‌تان در بازار برای مدت‌های طولانی تضمین خواهد شد؛ به همین سادگی.

گام هشتم: تمرکز بر روی حوزه کاری خودتان

برندهای بزرگ دنیا معمولا در یک حوزه مشخص کار کرده و اصلا سراغ حوزه‌های دیگر نمی‌روند. در عوض کارآفرینان تازه کار عطش سیریی‌ناپذیری برای پریدن از این شاخه به آن شاخه دارند. نتیجه کار هم همشه عقب ماندن از سایر برندها در کورس کسب و کار آفرینی است. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم چنین دست‌فرمانی هیچ وقت به سود برندها نیست. در عوض باید به جای تلاش برای حضور در تمام عرصه‌ها فقط روی حوزه تخصصی‌تان متمرکز شوید.

مشتریان در بازار بیشتر از اینکه دنبال برندهایی باشند که همه‌جا حضور دارند، از متخصص‌های حرفه‌ای استقبال می‌کنند. این یعنی شما باید برندان را به عنوان یک متخصص همه فن حریف در بازار معرفی کنید. وگرنه هیچ شانس‌ی برای رقابت بهتر در بازار نخواهید داشت. پس به جای اینکه در هر حوزه‌ای سرک بکشید، سرتان به کار خودتان گرم باشد. اینطوری فرصت‌ها بی‌نیاهت بیشتری برای فروش بالا و کسب سودهای کلان خواهید داشت. قبول دارم حضور در حوزه‌های ناشناخته و جدید برای هر کسی هیجان دارد؛ به ویژه اگر تازه دانشگاه‌تان تمام شده باشد و دنبال فرصت‌های کارآفرینی می‌گردید. با این حال قرار نیست همیشه هیجانی عمل کنید. در عوض کمی به خود‌تان فرصت داده و بسا حوصله حوزه اصلی کار‌تان را انتخاب کنید. بعد هم باید در همان حوزه به کار‌تان ادامه دهید. وگرنه دیر یا زود همه از دست‌تان شاک‌ی خواهند شد. خب دوست ندارید که به کارآفرینی «همه کاره و هیچ کاره» تبدیل شوید؟

قبل از اینکه کارمان در این بخش را تمام کنیم، باید تفاوت میان توسعه کسب و کار با سرک کشیدن در حوزه‌های مختلف را نیز بررسی کنیم. مثلا اگر شما در حوزه تولید خودرو فعالیت دارید، حضور در صنعت مواد غذایی برای‌تان غیرمنطقی خواهد بود. با این حال شروع به کار در زمینه تولید لوازم یدکی ماشین به نوعی توسعه کسب و کار‌تان محسوب می‌شود. پس قبل از هر کاری این مرز پارک را در ذهن داشته باشید.

منبع:

www.accreditedschoolsonline.org/resources/starting-a-business-right-after-college