

نگاه

کاهش جمعیت از گرم شدن زمین مهمتر است

چالش جهانی کاهش جمعیت

اگر فکر می کنید که دنیا دارد از جمعیت زیاد منفجر می شود و نهایتا از انفجار جمعیت می ترسد، کاملا اشتباه می کنید. واقعیت های زیادی پیرامون ما وجود دارد که این بساور غلط را بر ملا می کند. برآوردهای آینده نگرانه که نسبت به رشد خطرناک جمعیت جهان هشدار می دهند و از بمب جمعیت سخن می گویند، عموما از نیمه قرن بیستم به بعد گسترش پیدا کردند؛ یعنی از زمانی که جمعیت زمین پس از پایان جنگ جهانی، رشد بی سابقه ای را تجربه کرد و همین باعث شد تا اغلب تحلیلگران، پیش بینی های عجیبی را مطرح کنند؛ مثل زیست شناس معروف آمریکایی که در سال ۱۹۶۸، کتاب «بمب جمعیت» را منتشر کرد و به خاطر هشدارهایی که درباره پیامدهای رشد جمعیت و منابع محدود زمین ارائه داد، معروف شد. «پال آر. ارلیک» در کتاب خود پیش بینی کرد که جهان به زودی مرز ۱۰ میلیارد نفر را رد می کند و در دهه های ۷۰ و ۸۰ میلادی شاهد قطعی و انقلاب در سراسر دنیا خواهیم بود؛ چون همه منابع زمین را مصرف کرده ایم. اما قرن بیستم به پایان رسید و «بمب جمعیت»...

۲

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



قیمت سکه و دلار اصلاح شد، بورس به مدار رشد بازگشت

سبز و سرخ بازارها

۳

بازار علم اقتصاد در گفت وگو با «هادی صالحی اصفهانی»

علم اقتصاد برای همه پرسش های جامعه پاسخ ندارد

و مقدار چاپ پول هم به میزان باورنکردنی بالا بود، اما نه تنها تورم نبود بلکه قیمت ها پایین هم می رفت. بنابراین اینکه چه می شود که گاهی اثر می گذارد و گاهی نه، اقتصاددانان سعی می کنند در بحث ها و مطالعات به ریشه آن برسند.»

وضعیت دانشگاهی علم اقتصاد

وی با اشاره به وضعیت علم اقتصاد در دانشگاه های معتبر جهان می گوید: «موضوعی که تدریس می شود، پیش از همه نظریه ها و تئوری های اقتصاد است که به اقتصاددان کمک می کند به شکل خیلی سیستماتیک و با روش های ریاضی مدل هایی بسازند که برای مطالعه انگیزه ها و تعامل افراد مختلف استفاده می شوند. مطالعه انگیزه ها و تعامل مردم در شرایط مختلف، اساس علم اقتصاد است. به دانشجوها نشان می دهند که بازارها چگونه با هم فرق دارند و مثلا اگر اطلاعات در یک طرف بازار باشد و در طرف دیگر نباشد، چه اتفاقی می افتد. اگر نتوان یکسری از قراردادها را اجرایی کرد و نشود قرارداد کامل نوشت، چه اتفاقی می افتد. چنین چیزهایی را به دانشجوها یاد می دهند که دیدی در مورد انگیزه ها و نتایج انگیزه ها در تعامل بین افراد، در بازار، در بنگاه ها و هر زمینه ای داشته باشند. موضوع دیگری در تدریس اقتصاد، آمار و احتمالات است. چون اقتصاددانان باید با این موضوعات آشنا باشند و به دنیا با دید احتمالی نگاه کنند. واقعیت این است که در هر امر اقتصادی، پارامترهای زیصادی وجود دارد و عوامل مختلفی در هر مسئله درگیر است. یکسری روابط را می توان استخراج کرد، اما عوامل دیگری هم وجود دارند که شکل آماری دارند و ممکن است مقدارشان مشخص نباشد و براساس شرایط بر نتیجه اثر بگذارند. این است که همیشه باید با روش آماری به مسائل فکر کرد؛ بنابراین دانشجویان اقتصاد باید مقدار زیادی آمار کسری بودجه هم خیلی بالاست؛ ولی تورم ایجاد نمی شود. مثلا زاین تا یکی دو سال پیش، کسری بودجه بالایی داشت

تورم خوراکی ها به حدود ۷۰ درصد رسید

فراز زمستانی تورم

بالا ترین افزایش قیمت با روغن ها و چربی ها، شیر، پنیر، تخم مرغ، گوشت قرمز و گوشت ماکیان مرتبط بوده است. جزئیات گزارش تورم ماهانه حاکی از آن است که سرعت رشد قیمت ها با افزایش ملموسی مواجه شده است. بر همین اساس، در حالی که فصل پاییز با تورم ۱،۹ درصدی آذرماه به پایان رسیده بود، با شروع توفانی فصل زمستان، نرخ تورم ماهانه دی ماه در عدد ۴،۳ درصد پاییز، رقم ۴۸،۵ درصد به ثبت رسیده بود، در آغاز زمستان عدد ۵۱،۳ درصد را به ثبت رسانده؛ یعنی هر خانوار در سطح کشور برای تهیه یک «مجموعه کالاهای و خدمات یکسان» در دی ماه امسال نسبت به سال گذشته مجبور شده تا ۵۱،۳ درصد بیشتر هزینه کند. این در حالی است که نرخ تورم نقطه به نقطه در سه ماهه فصل پاییز، سطحی

کارشناسی ارشد و به خصوص دکترا بخواند. با اتمام دوره کارشناسی به تنهایی نمی توان اقتصاددان شد.» به گفته این استساذ دانشگاه ایلینوی، «در گذشته کمی تفاوت سیستماتیک بین دانشگاه ها وجود داشت، اما این تفاوت ها هم الان در علم اقتصاد خیلی کم رنگ شده است؛ یعنی تمام دانشگاه ها یکسری تکنیک ها، یکسری سوالات و روش ها را قبول کردند و زبان و نگاه مشترکی دارند. هنوز هم اختلاف وجود دارد، اما انقدر نیست که مثلا دانشگاه شیکاگو یک نگاه داشته باشد، دانشگاه هاروارد یک نگاه دیگر، از سوی دیگر، ایدئولوژی می تواند نقش مهمی در فرض های ما داشته باشد. در گذشته فرض ها از ایدئولوژی ناشی می شد؛ ولی الان که بهتر می توانیم فرضیه ها را به آزمون بگذاریم، نقش ایدئولوژی کم رنگ تر شده و نقش روش های علمی بیشتر شده است. دانشگاه ها هم سعی نمی کنند افرادی را که یک نگاه خاص دارند یکجا جمع کنند و مثلا دانشگاه شیکاگو، سنگر جناح محافظه کار و اقتصاد یک کشور ندارد، می افزاید: «کثر تقاضانامه های دانشجو ها برای پذیرش، با دیدگاهی که می خواهیم به جامعه خدمت کنیم، شروع می شود. دانشجو ها خیلی وقت ها در درخواست خود می نویسند که برای شان مهم است که چرا درآمد فلان گروه کمتر از بقیه است یا اینکه چرا بیکاری و تورم وجود دارد، اما واقعیت این است که درآمد اقتصاددانان به خصوص در آمریکا نسبت به رشته های دیگر دانشگاهی خیلی بالا رفته است. علت هم این است که در

توجه به هشدارهای اقتصاددانان

«صالحی اصفهانی» در پاسخ به سوالاتی پیرامونغدغه دانشجویان اقتصاد و اینکه آیا دغدغه آنها، بهبود آینده اقتصاد کشور است یا علم اقتصاد چندان تأثیری در بهبود اقتصاد یک کشور ندارد، می افزاید: «کثر تقاضانامه های دانشجو ها برای پذیرش، با دیدگاهی که می خواهیم به جامعه خدمت کنیم، شروع می شود. دانشجو ها خیلی وقت ها در درخواست خود می نویسند که برای شان مهم است که چرا درآمد فلان گروه کمتر از بقیه است یا اینکه چرا بیکاری و تورم وجود دارد، اما واقعیت این است که درآمد اقتصاددانان به خصوص در آمریکا نسبت به رشته های دیگر دانشگاهی خیلی بالا رفته است. علت هم این است که در

تورم خوراکی ها به حدود ۷۰ درصد رسید

فراز زمستانی تورم

پایین تر از ۵۰ درصد را تجربه کرده بود. همچنین تورم میانگین نیز از قافله افزایش جا نماند و عدد ۴۶،۳ درصد را در دی ماه به ثبت رساند. این عدد در مقایسه با ماه گذشته، افزایش ۱،۳ واحد درصدی را تجربه کرده است. گزارش مرکز آمار ایران، تورم کالاها را با جزئیات بیشتری تقسیم بندی کرده و تورم آنها را نشان می دهد. بر این اساس، تورم برای دو گروه عمده کالاهای «خوراک، آشامیدنی و دخانیات» و کالاهای «غیرخوراک و خدمات» محاسبه و منتشر می شود. آمارها حاکی از آن است که در دی ماه سال جاری، قیمت کالاهای خوراکی با افزایش ۴،۱ درصدی مواجه شده است. این در حالی است که در آذرماه این عدد صفر به ثبت رسیده بود. این افزایش قابل توجه به خوراکی ها محدود نبود و در همین دوره زمانی، تورم ماهانه کالاهای غیرخوراک و خدمات نیز از سطح ۳،۳ درصد به ۴،۵ درصد افزایش یافت. آمارها در بخش تورم نقطه به نقطه نیز از روند مشابهی برخوردار بوده و هر دو گروه کالاها



مالیات تورمی به معنای کاهش تجهیز واقعی بنگاه های اقتصادی است

تنگنای تورمی بودجه ۱۴۰۲

فرصت امروز: کسری بودجه، یکی از چالش های همیشگی اقتصاد ایران است. با وجود آنکه رئیس سازمان برنامه و بودجه، کسری ۴۷۶ هزار میلیارد تومانی بودجه سال ۱۴۰۲ را رد کرده و گفته که در سال آینده کسری بودجه و همچنین تورم بالای ۴۰ درصد نخواهیم داشت، اما نهادهای پژوهشی، چیز دیگری می گویند. از جمله بازوی کارشناسی مجلس در اولین گزارش خود پیرامون لایحه بودجه ۱۴۰۲، با توجه به کاهش اثر شوک قیمتی ناشی از حذف ارز ترجیحی پیش بینی می کند که با فرض تداوم وضعیت موجود، نرخ تورم نسبت به سال ۱۴۰۱ کمتر ولی همچنان بالای ۴۰ درصد باشد. ضمن اینکه با وجود نرخ رشد اقتصادی پایین و نرخ تورم بالا، کاهش...

۲

حواشی خودرو، ترمز صعود بورس را کشید

۲ نیمه متفاوت بورس

۴

مدیریت و کسب و کار

ارزش های برند چیست؟ همراه با راهنمای تعریف آنها

چه چیزی یک برند را از بقیه رقبا متمایز می کند؟ احتمالا جواب هایی مثل لوگو جذاب، شعار تبلیغات حیرتانگیز یا حتی بازاریابی حرفه ای منطقی به نظر برسد؛ چراکه این روزها تقریبا همه برندها دنبال این موارد هستند. اگرچه تمام این موارد تاثیرگذار به نظر می رسد، اما هیچ کدام به پای ارزش های برند نمی رسد. وقتی شما برندی با ارزش های جذاب داشته باشید، فرقی ندارد رقبا چه کار می کنند، در هر صورت مشتریان شش دانگ حواس شان پیش شما خواهد بود. فرض کنید بعد از یک روز خسته کننده سر کار برای کمی استراحت به بزرگترین فروشگاه شهر رفته اید و بعد از کمی گشت زنی قصد دارید یک نوشیدنی بخرید. در این صورت احتمالا تا چشم تان به لوگو استارباکس بخورد، هوش از سرتان می رود. این نه به خاطر لوگو جذاب استارباکس، بلکه ارزش هایی است که این برند در طول دهه های متمادی دنبال کرده است. ماجرا درباره خرده فروشی هول فودز...

۸

بخش خصوصی کار می کنند و در نتیجه عده ای هم وارد این رشته می شوند که درآمد خوبی داشته باشند. به خصوص اینکه بخش مالی یا فایننس خیلی مهم شده و خیلی ها اقتصاد می خوانند که در فایننس کار کنند؛ بنابراین انگیزه مالی برای تحصیل در رشته اقتصاد خیلی مهم شده است. در یک دوره حقوق خواندن و پزشکی مهم بود و درآمد بالایی داشت. الان درآمد اقتصاددانان هم خیلی بالا رفته، به خصوص آنها که در قسمت های فایننس کار می کنند، اما در عین حال، علم اقتصاد به طور کلی پیرامون این ایجاد شده است که وضع اقتصاد را برای همه خوب کند، نه برای یک عده خاص. نگاه اقتصاددانان به دنیا و سیاست های اقتصادی، بیشتر بر این اساس است که چطور می شود وضعیت را برای همه خوب کرد.»

این اقتصاددان ایرانی در انتها درباره اینکه چقدر به هشدارهای اقتصاددانان در کشورها توجه می شود، می گوید: «الان که تورم در آمریکا بالا رفته، خیلی از اقتصاددانان از ده سال پیش درخصوص آن هشدار می دادند و هدف شان این بوده که جلوی تورم را بگیرند و انگیزه شخصی در کار نبوده است. البته در آمریکا بیشتر از ایران به این هشدارها توجه می شود. چون هشدارها اثرات دیگری هم دارد؛ مثلا وقتی دولت گوش نمی دهد، اثر آن در بازار سهام بروز می کند. اگر دولت سیاستی را دنبال کند که عده زیادی از اقتصاددانان با آن مخالف باشند، در بازار سهام اثر می گذارد. سرمایه گذاران در بازار سهام نگران می شوند و می بینیم که قیمت سهام افت می کند؛ ولی در جریان تورم فعلی، عده ای از اقتصاددانان از مدتی پیش هشدار می دادند، اما به خاطر یک دوره طولانی تورم پایین در ۲۰ سال گذشته، عده بزرگ تری از اقتصاددانان فکر می کردند خطر تورم بالا کم است. این اشتباه بزرگ را بعضی از اقتصاددانان بنام هم مرتکب شدند.»

با افزایش تورم مواجه شده اند. بر همین اساس، کالاهای خوراکی در دی ماه تورم ۶۹،۲ درصدی را تجربه کرده اند که در مقایسه با تورم نقطه به نقطه آذرماه حدود ۴ واحد درصد افزایش داشته است. در بخش کالاهای غیرخوراک و خدمات نیز مسیر افزایشی قیمت ها با سرعت بیشتری تداوم یافت و نرخ تورم از سطح ۳۸،۹ درصدی آذرماه به ۴۱،۲ درصد رسید. در گروه عمده «خوراک ها، آشامیدنی ها و دخانیات» بیشترین افزایش قیمت نسبت به ماه قبل، مربوط به گروه «سبزیجات» و به طور دقیق تر، پیاز، بادمجان و کاهو بوده است. جایگاه بعدی به گروه «نوع گوشت» و به طور مشخص به گوشت گوسفند، گوشت گاو یا گوساله و انواع ماهی تعلق دارد. در مرتبه آخر در این بخش، گروه «میوه و خشکبار» نیز شاهد افزایش قابل توجهی بود. همچنین در گروه عمده «کالاهای غیرخوراک و خدمات»، گروه «حمل و نقل»، گروه «هتل و رستوران» و گروه «بهداشت و درمان» و به طور مشخص انواع دارو، بیشترین افزایش قیمت را نسبت به ماه قبل تجربه کرده اند.

فرصت امروز: اقتصاد علم کاملی نیست که پاسخگوی همه سوالات جامعه باشد، اما علمی است که بر پایه اعداد و ارقام می تواند راهکارهای مناسبی برای خروج از بحران ارائه کند. «هادی صالحی اصفهانی»، استاد دانشگاه ایلینوی درباره وضعیت علم اقتصاد در ایران و جهان می گوید: «در آمریکا وقتی کسی رئیس جمهور می شود، یک نفر را برای وزیر دارایی معرفی می کند که از کنگره تایید بگیرد و آن سیاستگذار تعدادی اقتصاددان را برای مشورت پیرامون خود گردهم می آورد. در اینجا دایره اقتصاددانانی که سیاستگذاران می توانند از آنها انتخاب کنند، خیلی وسیع است. اما در برخی از کشورها از جمله ایران، این محدوده خیلی کوچک است. مثلا اگر رئیس جمهور بخواهد وزیر دارایی تعیین کند، کسانی را در نظر می گیرد که از نزدیکان باشند و شخصا به آنها اعتماد داشته باشد. همینطور وزیر دارایی نیز مشاورانی را انتخاب می کند که در حلقه نزدیکان او باشند. اینطور نیست که از سازوکار مستحکمی برای محک زدن توانایی افراد استفاده شود. در ایران گاهی پیش می آید کسانی که کاملا در حلقه نزدیک به نخبگان نیستند، وارد سیاستگذاری شوند و مورد مشورت قرار گیرند؛ ولی معمولا طولی نمی کشد که کنار گذاشته می شوند.» صحبت های «هادی صالحی اصفهانی»، اقتصاددان و استاد دانشگاه ایلینوی در گفت وگو با «آینده نگر» را در ادامه می خوانید.

سبم اقتصاددانان در سیاستگذاری

«هادی صالحی اصفهانی» در مورد جایگاه علم اقتصاد و گره گشایی از مشکلات اقتصادی می گوید: «علم اقتصاد، علم کاملی نیست که جواب تمام سوالات را داشته باشد. علم اقتصاد بیشتر یک روش است برای رسیدن به جواب هایی در شرایط مختلف. به همین دلیل هم خطا دارد و هم اتفاقاتی می افتد که نمی توان آنها را پیش بینی کرد. گاهی وقت ها نتایجی که اقتصاد می دهد، با شرایط نمی خواند؛

با گذشت یک روز از پایان دی ماه، مرکز آمار ایران در اقدامی کم سابقه، گزارش رخدادهای تورمی این ماه را با یک روز تاخیر منتشر کرد که نشانگر فرار زمستانی تورم و اوج گیری نرخ تورم در ماه نخست فصل زمستان است؛ به طوری که تورم نقطه به نقطه از سطح ۴۸،۵ درصد در پایان فصل پاییز به سطح ۵۱،۳ درصد در پایان دی ماه رسید و رشد ۲،۸ واحد درصدی را در آغاز زمستان به ثبت رساند. بنابراین خانوارهای کشور در دی ماه امسال به طور میانگین ۵۱،۳ درصد بیشتر از دی ماه پارسال برای خرید یک «مجموعه کالاهای و خدمات یکسان» هزینه کرده اند. در حالی که نرخ تورم ماهانه در آذرماه عدد ۱،۹ درصد را به ثبت رسانده بود، این عدد در دی ماه به ۴،۳ درصد افزایش یافت. با در نظر نگرفتن آمار تورم خرداماه و تیرماه به دلیل اثر حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی، تورم ماهانه دی ماه از آبان ماه ۱۳۹۹ به این سو، بی سابقه

است. بررسی آمار تورم نقطه به نقطه نیز نشان می دهد که این شاخص در دی ماه امسال به سطح ۵۱،۳ درصدی رسیده و برای خوراکی ها سطحی نزدیک به ۷۰ درصد را به ثبت رسانده است؛ تورم کالاهای غیرخوراک و خدمات نیز از مرز ۴۰ درصد گذشت. با توجه به شرایط انتظارات تورمی، صعود تورم در دی ماه، یک زنگ هشدار برای سیاستگذاران و دولتمردان محسوب می شود.

گزارش ها حاکی از آن است که سرعت رشد قیمت ها در دی ماه به بیش از دو برابر آذرماه رسیده است و در این افزایش قیمت، انواع گوشت و دارو نقش قابل توجهی داشته اند. این دومین بار است که در سال ۱۴۰۱، تورم نقطه ای به محدوده ۵۰ درصد وارد می شود. بررسی ها نشان می دهد که در نخستین ماه فصل زمستان، سبزیجات، حمل و نقل، گوشت قرمز و ماکیان بالا ترین تورم را تجربه کرده اند. از سوی دیگر در یک سال گذشته،

کاهش جمعیت از گرم شدن زمین مهمتر است

چالش جهانی کاهش جمعیت

اگر فکر می کنید که دنیا دارد از جمعیت زیاد منفجر می شود و نهایتا از انفجار جمعیت می ترکند، کاملا اشتباه می کنید.واقعیت‌های زیادی پیرامون ما وجود دارد که این باور غلط را بر ملا می کند. برآوردهای آینده‌نگرانه که نسبت به رشد خطرناک جمعیت جهان هشدار می دهند و از بمب جمعیت سخن می‌گویند، عموما از نیمه قرن بیستم به بعد گسترش پیدا کردند؛ یعنی از زمانی که جمعیت زمین پس از پایان جنگ جهانی، رشد بی‌سابقه‌ای را تجربه کرد و همین باعث شد تا اغلب تحلیلگران، پیش‌بینی‌های عجیبی را مطرح کنند؛ مثل زیست‌شناس معروف آمریکایی که در سال ۱۹۶۸، کتاب «بمب جمعیت» را منتشر کرد و به خاطر هشدارهایی که درباره پیامدهای رشد جمعیت و منابع محدود زمین ارائه داد، معروف شد. «پال آر. ارلیک» در کتاب خود پیش‌بینی کرد که جهان به زودی مرز ۱۰ میلیارد نفر را رد می کند و در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی شاهد قحطی و انقلاب در سراسر دنیا خواهیم بود؛ چون همه منابع زمین را مصرف کرده‌ایم.

اما قرن بیستم به پایان رسید و «بمب جمعیت» ی که او پیش‌بینی کرده بود، اتفاق نیفتاد. اتفاقا برخلاف آینده‌ای که تحلیلگرانی نظیر «ارلیک» پیش‌بینی کرده بودند، حالا جهان با تهدید کاهش جمعیت مواجه است. جمعیت جهان هم‌اکنون اندکی بیشتر از ۸ میلیارد نفر است و هنوز به مرز ۱۰ میلیارد نفر نزدیک نشده است. سازمان ملل نیز برآورد کرده که جمعیت زمین در سال ۲۱۰۰ به اوج خود یعنی ۱۱ میلیارد نفر می‌رسد و سپس روند نزولی خواهد داشت، اما تخمین‌های جمعیتی دیگری که توسط ژورنال‌های پزشکی معتبر نظیر «لنست» منتشر شده، می‌گویند جمعیت زمین در اواسط دهه ۲۰۶۰ به مرز ۱۰ میلیارد نفر می‌رسد و بعد روند نزولی به خود می‌گیرد. «پالان ماسک» نیز از آن دسته افرادی است که تهدید کاهش جمعیت جهان را جدی می‌داند و حتی آن را از گرم شدن زمین و یا خشکسالی، خطرناک‌تر ارزیابی می‌کند؛ چراکه نهایتا این جمعیت بشر است که پیش‌برنده همه روندهای روی زمین است. اگر با «پالان ماسک» و تحلیلگرانی مانند او موافق نیستید و کاهش جمعیت را اتفاقی دور و بعید می‌دانید، بهتر است گزارش «کوین بیورو» را در ادامه بخوانید.

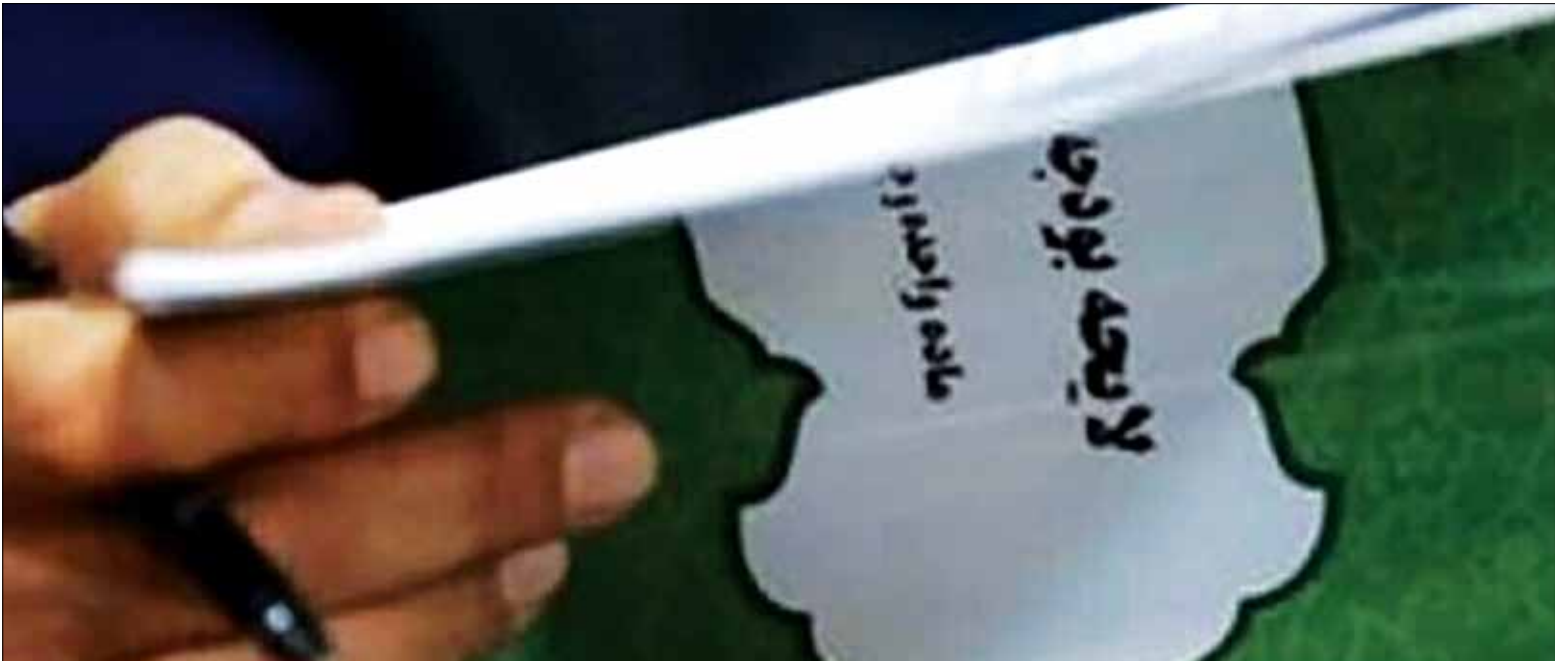
براساس این گزارش، کاهش جمعیت تبعات اقتصادی و اجتماعی فراوانی دارد. یکی از آنها، معضل حقوق بازنشستگی است. در حال حاضر در ۸۰ کشور جهان، دولت‌ها به شهروندان خود حقوق بازنشستگی می‌دهند. اینها شهروندانی هستند که در دورانی که مشغول به کار بودند بخشی از حقوق خود را به صندوق‌های بازنشستگی واریز می‌کردند و حال نوبت گرفتن مستمری بازنشستگی آنهاست. نکته اینجااست که اکثر دولت‌ها ذخایر صندوق‌های بازنشستگی را زودتر از موعد خرج می‌کنند و اگر جوانان شاغل به مقدار کافی در یک کشور نباشند که درصدی از حقوق‌شان را به صندوق‌های بازنشستگی بپردازند، دولت‌ها نمی‌توانند حقوق بازنشستگان را دهند. این یعنی دولت چاره‌ای جز چاپ پول و افزایش تورم ندارد.

مشکل بعدی ناشی از کاهش جمعیت، اقت مصرف و تولید است. اگر در جامعه تعداد حقوق‌گیران متعادل به خرید (که درآمدشان را خرج خرید چیزهای بی‌استفاده می‌کنند) کاهش یابد، کسب و کارها سرمایه لازم برای رشد و استخدام افراد بیشتر را نخواهند داشت. فراموش نکنید که مخارج یک نفر، درآمد نفر دیگر است. وقتی مردم کمتر خرید کنند، اقتصاد کوچک می‌شود و درآمد همه پایین می‌آید، اما علت کاهش جمعیت در نقاط مختلف دنیا چیست؟ شاید بگویید هزینه داشتن بچه بالا رفته است. در نظرسنجی سال ۲۰۱۸ «یوپورک تایمز»، وقتی از جوانان پرسیده شد چرا از آنچه ایده‌آل‌شان است کمتر بچه می‌آورند؟ دلایل اقتصادی، رتبه نخصت را داشت. عامل مهم دیگر، نداشتن وقت کافی است؛ چراکه هزینه زندگی بالا رفته، افراد مجبورند برای بزرگ کردن بچه پول بیشتری درآورند و بیشتر کار کنند. ضمنا هرچه کشور ثروتمندتر می‌شود، یعنی هزینه فرزنداوری گرانتر می‌شود و این نهایتا باعث کاهش جمعیت خواهد شد.

در سال ۲۰۲۱ در نظرسنجی موسسه «PEW»، وقتی از جوانان پرسیده شد چرا فرزند نمی‌آورند، مشکلات مالی، دیگر عامل اول نبود و علت اصلی، «مشکلات پزشکی» عنوان شد. به نظر می‌رسد ماجرا به مشکلات بارداری مربوط است. طبق آمارها، ۲۰ درصد زنان آمریکایی بعد از یک سال تلاش نمی‌توانند باردار شوند و در ۲۰ درصد زنانی که باردار می‌شوند، سقط جنین ناخواسته رخ می‌دهد. یک عامل چنین روندی، معضل تعداد اسپرم در مردان است که از دهه ۱۹۷۰ تاکنون ۶۰ درصد کاهش داشته است. به نظر می‌رسد همه این «مشکلات پزشکی»، یک عامل مشترک دارند و آن اختلالات شیمیایی است. «دکتر شانا سوان» به همراه تیمش، بحران بارداری را طی دهه‌های اخیر بررسی کرده و یافته‌های شوک‌آور است. در پلاستیک و دیگر محصولات مصرفی جدید، مواد شیمیایی وجود دارد که باعث اختلال هورمون‌ها می‌شود، این مشکل بخصوص درون رحم رخ می‌دهد. این مواد شیمیایی مختل‌کننده در چیزهایی وجود دارد که فکرش را نمی‌کنید، مثلا در پوشاک ورزشی، اما ماجرا به پلاستیک محدود نمی‌شود. روغن‌هایی که در مقیاس بالا توسط کارخانه‌های بزرگ تولید می‌شوند هم احتمالا به مشکلات باروری دامن می‌زند (علاوه بر آنکه باعث چاقی و سرطان می‌شوند). البته ماجرای ارتباط روغن‌ها با نرخ باروری هنوز اثبات نشده، اما آنچه اثبات شده، ارتباط چاقی با کاهش نرخ باروری است و جهان در دهه‌های گذشته با معضل چاقی روبه‌رو بوده است. به همین خاطر است که به گفته «شانا سوان»، اکثر زوج‌ها تا سال ۲۰۴۵ برای فرزنداوری نیاز به مراجعه به پزشک خواهند داشت. سطح اضطراب هم یکی از عوامل ضربه‌زننده به باروری است و این یکی هم در سال‌های اخیر بالا رفته است. عامل سوم فرزند نیاوردن جوانان براساس نظرسنجی «Pew»، پیدا نکردن همسر است؛ بخصوص در کشورهای توسعه‌یافته مردم با تنهایی بی‌سابقه و احساس قطع ارتباط با جامعه روبه‌رو هستند. نتایج یک تحقیق در سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد که نیمی از آمریکایی‌ها کمتر از سه دوست دارند و ۱۰ درصد جامعه اصلا دوستی ندارند. یک نظرسنجی دیگر در سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد دو سوم کسانی که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ به دنیا آمده‌اند، ارتباط خود را با جامعه از دست داده‌اند. کرونا نیز ضربه سنگینی به ارتباطات زده و مردم تنهاتر شده‌اند. نکته دیگر، ورود زنان به بازار کار است. با افزایش هزینه زندگی و بالا رفتن متناسب سطح دستمزدها، دوگانه «مرد کارمند زن خانه‌دار» دیگر در خانواده‌ها کارکرد ندارد و پاسخگوی مخارج نیست. فراگیری شبکه‌های اجتماعی هم احتمالا به ضرر فرزنداوری تمام شده است. قبلا افراد برای پیدا کردن همسر باید با گروه کوچکتیری در قلمبل یا محله رقابت می‌کردند. حالا با ورود شبکه‌های اجتماعی، شما برای دیده شدن و جلب توجه باید با یک دنیا رقابت کنید. همچنین وقتی افراد حس می‌کنند دست‌شان در انتخاب بازتر است، تلاش کمتری برای حفظ روابط می‌کنند و نهایتا همین باعث شده پیدا کردن همسر سخت‌تر شود.

مالیات تورمی به معنای کاهش تجهیز واقعی بنگاه‌های اقتصادی است

تنگنای تورمی بودجه ۱۴۰۲



اندکی که به مصرف هزینه‌های جاری نرسیده است، به شیوه دولتی صرف گزینش و اجرای طرح‌های عمرانی و سرمایه‌گذاری شده است. نتیجه روش فعلی، وجود هزاران طرح عمرانی نیمه‌تمام ملی و استانی، کیفیت پایین اجرا و بازده نامناسب طرح‌های اجرا شده است. در دو سال اخیر نیز نظریه حاکم بر دولت، ارجحیت استفاده از منابع حاصل از صادرات نفت و گاز بر استقراض برای تامین هزینه‌ها بوده است. حتی در قالب بودجه ۱۴۰۲ نیز می‌توان بخش مهمتری از هزینه‌ها را با انتشار اوراق پوشش داد، اما لازم است درباره این موضوع در برنامه هفتم توسعه، تصمیمات جدی گرفت.

ظاهرا مهمترین هدف دولت در تنظیم لایحه بودجه ۱۴۰۲ مانند ده‌ها سال گذشته، تراز کردن بودجه در مرحله تهیه بودجه بوده است. در ایران در عمل ابتدا مصارف دولت برآورد می‌شود و سپس اجزای مختلف منابع برای پوشش هزینه‌ها تنظیم می‌شود. از دیدگاه دانش مالیه عمومی، تنظیم بودجه اقدامی فراتر از تراز کردن جسدول منابع و مصارف دولت است. به گفته کارشناسان، تصمیم‌های بودجه‌ای به تدریج و با تحقق منابع و مصارف پیش‌بینی نشده، اعتبار پیدا می‌کند. بنابراین هر تصمیم هم باید قابل اجرا باشد و هم آثار کوتاهمدت و بلندمدت آن بر شاخص‌های اقتصادی و مردم و فعالان اقتصادی دیده شود.

چالش گمرکی نهاده‌های تولید

اتاق ایران سپس به گزارش سال گذشته خود درباره سیاست‌های بودجه ۱۴۰۱ اشاره کرده که نتیجه آن، رکود تورمی بوده است: پیشتر اتاق پیش‌بینی کرده بود که نتیجه بسیاری از سیاست‌های کلیدی بودجه ۱۴۰۱، ایجاد محیطی تورمی و تا حدی رکودی بود که متاسفانه محقق شد. افزایش قیمت‌ها در سال ۱۴۰۱ موجب افزایش درآمدهای اسمی به ویژه مالیات‌ها از جمله مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر واردات در سال ۱۴۰۲ خواهد شد. هم به دلیل تداوم تحریم‌ها و هم فشارهای تورمی به دلیل ناترازی ترازنامه‌ای بانک‌ها، همچنان فشارِ بسر نرخ ارز در بازار آزاد وجود خواهد داشت. بنابراین پژوهشگران مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در پایان این گزارش به نمایندگان مجلس توصیه کرده‌اند که در جریان تصویب بودجه، قابلیت اجرای سیاست‌ها و قابلیت تحقق منابع را به صورت واقع‌بینانه مدنظر قرار دهند. دیگر پیشنهاد این گزارش، کاهش حقوق گمرکی نهاده‌های تولید است؛ چراکه در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ نیز شاهد تکرار تصمیمات آزمون‌شده قانون بودجه ۱۴۰۱ در تعیین حقوق گمرکی نهاده‌های تولیدی هستیم. بر همین اساس پیشنهاد می‌شود در بودجه ۱۴۰۲، کاهش سه واحد درصدی حقوق گمرکی علاوه بر کالاهای اساسی و دارو، شامل نهاده‌های تولیدی از جمله «مواد اولیه، کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای و ماشین‌آلات و تجهیزات موردنیاز خطوط تولید» شود.

شدن اجرای بودجه در مرحله اجرا به دلیل سازوکار تخصیص و همچنین اخلال در انجام وظایف دستگاه‌ها، مشکل اصلی بیش‌برآورد مالیات‌ها، فشار مضاعف ماموران وصول مالیات بر بخش خصوصی و نامناسب‌تر شدن فضای کسب‌وکار است. معمولا سازمان امور مالیاتی تحت فشار دولت برای تحقق منابع پیش‌بینی شده است. از طرف دیگر، این موضوع موجب می‌شود که ماموران وصول مالیات به انواع و اقسام روش‌ها، مؤدیان مالیاتی را تحت فشار قرار بدهند. همچنین حذف معافیت‌های مالیاتی در نظر گرفته‌شده در قوانین بالادستی، در قوانین بودجه سالانه باعث تغییر گسترده در برنامه‌ریزی بنگاه‌های فعال در بخش خصوصی و کاهش پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد می‌شود که ریسک‌های سرمایه‌گذاری را افزایش می‌دهد. ضمن اینکه بازارهای مولد تولید را خالی از سرمایه و نقدینگی را راهی بازارهای موازی و غیرمولد می‌کند.

همانطور که اشاره شد، بازوی پژوهشی اتاق ایران در این گزارش به عملکرد مالیاتی در سال ۱۴۰۱ اشاره کرده و با بیان اینکه یکی از مهمترین وظایف و نقش‌های بخش خصوصی در توسعه اقتصادی کشور، پرداخت مالیات است، نوشته است: در سال جاری بخشی از عملکرد مالیاتی مربوط به رسیدگی و وصول پرونده‌های سال‌های قبل بوده است که مشخص نیست چقدر برای سال ۱۴۰۲ هم قابل تکرار است. در نتیجه برخی اقلام درآمدهای مالیاتی پیش‌بینی‌شده در لایحه بودجه ۱۴۰۲، صرف‌نظر از بیش‌برآوردی دارای آثار نامطلوب بر بخش تولید است. بر همین اساس، این گزارش نسبت به دریافت «مالیات تورمی» در بودجه هشدار داده و خواستار اصلاح رویکرد دولت در مالیات‌سستانی در قالب لوائح قانونی مستقل شده است.

تاثیر تورمی کسری بودجه

یکی از استدلال‌های این گزارش درباره افزایش مالیات‌ها، تغییر ترکیب منابع دولت به سمت منابع پایدار است. باید توجه داشت که این موضوع زمانی به نتیجه خواهد رسید که اراده کافی برای کنترل سمت هزینه‌های دولت وجود داشته باشد، در غیر این صورت در مسابقه بین افزایش مالیات‌ها و افزایش هزینه‌های دولت همواره کسری تراز عملیاتی تداوم خواهد داشت. همین اتفاق در لایحه بودجه ۱۴۰۲ رخ داده است. به رغم افزایش شدید مالیات‌ها، رشد هزینه‌های دولت موجب افزایش کسری تراز عملیاتی شده است. بنابراین شرط کافی برای اثربخشی افزایش مالیات‌ها، کنترل هزینه‌های دولت است که کمتر در لایحه به آن توجه شده است. یکی از مهمترین مسیرهای نادرست سیاستگذاری بودجه‌ای ۵۰ سال اخیر، مصرف پول نفت و گاز برای پرداخت حقوق و دستمزد و سایر هزینه‌های جاری کشور توسط دولت بوده است. در این مدت بخش اعظم منابع حاصل از صادرات نفت و گاز صرف گسترش دولت و در نتیجه هزینه‌های جاری شده و بخش

کدام منطقه بیشترین و کمترین رونق معاملات را دارد؟

قیمت مسکن در مناطق بیست‌ودوگانه تهران

اخیر از رتبه چهارم و پنجم، خود را به جایگاه دوم معاملات رسانده و جای مناطق ۴ و ۲ را گرفته، طی آذرماه امسال ۹۵۸ فقره قرارداد خرید و فروش آپارتمان منعقد شده است. هم‌اکنون متوسط قیمت مسکن در منطقه ۱۰ بالغ بر ۳۴،۵ میلیون تومان است که رشد ۵۹،۷ درصد را در مقایسه با آذر سال گذشته نشان می‌دهد.

اما کم‌رونق‌ترین محدوده در بازار مسکن شهر تهران، منطقه ۱۹ است. در آذرماه ۱۴۰۰ فقط ۶۰ فقره معامله آپارتمان مسکونی در منطقه ۱۹ انجام شد که حدود ۰،۵ درصد از کل معاملات را شامل شد. البته منطقه ۱۹ ارزان‌ترین محدوده در بازار مسکن نیست. میانگین قیمت مسکن در منطقه ۱۹ به میزان ۲۶،۴ میلیون تومان در هر متر مربع است که افزایش ۵۳،۴ درصد را نسبت به آذر پارسال نشان می‌دهد. در منطقه ۱۸ متوسط قیمت آپارتمان متری ۲۴، درصد اعلام شد که ارزان‌ترین محدوده است. بعد از منطقه ۱۹ نیز رتبه دوم از نظر کمترین میزان معاملات به منطقه ۲۰ اختصاص دارد که در آذرماه ۱۴۰۱ تعداد ۱۳۳ فقره قرارداد خرید و فروش مسکن در این منطقه به ثبت رسید و ۱،۳ درصد از کل معاملات را در بر گرفت. میانگین قیمت هر متر خانه در این منطقه ۲۶،۶ میلیون تومان است. در مجموع، در آذرماه ۱۴۰۱ متوسط قیمت هر متر مربع آپارتمان در شهر تهران به ۴۸ میلیون تومان رسید که در مقایسه با ماه قبل، ۲،۹ درصد و در مقایسه با ماه مشابه سال قبل، ۴۷،۵ درصد افزایش داشته است. حجم معاملات مسکن نیز در این ماه، ۱۰ هزار و ۱۸۴ فقره بوده که ۲۷،۲ درصد نسبت به آبان امسال و ۴،۲ درصد نسبت به آذر پارسال افزایش یافته است.

در همین حال، آخرین خبرها از طرح نهضت ملی مسکن نشان می‌دهد

فرصت امروز: کسری بودجه، یکی از چالش‌های همیشگی اقتصاد ایران است. با وجود آنکه رئیس سازمان برنامه و بودجه، کسری ۴۷۶ هزار میلیارد تومانی بودجه سال ۱۴۰۲ را رد کرده و گفته که در سال آینده کسری بودجه و همچنین تورم بالای ۴۰ درصد نخواهیم داشت، اما نهادهای پژوهشی، چیز دیگری می‌گویند. از جمله بازوی کارشناسی مجلس در اولین گزارش خود پیرامون لایحه بودجه ۱۴۰۲، با توجه به کاهش اثر شوک قیمتی ناشی از حذف ارز ترجیحی پیش‌بینی می‌کند که با فرض تداوم وضعیت موجود، نرخ تورم نسبت به سال ۱۴۰۱ کمتر ولی همچنان بالای ۴۰ درصد باشد. ضمن اینکه با وجود نرخ رشد اقتصادی پایین و نرخ تورم بالا، کاهش نرخ فقر دور از انتظار خواهد بود. مرکز پژوهش‌ها همچنین پیش‌بینی کرده که نسبت کسری تراز عملیاتی به مصارف عمومی نیز منفی ۲۵ درصد باشد.

نهاد پژوهشی بخش خصوصی نیز در تحلیل بودجه‌ای خود نسبت به بیش برآوردی درآمدهای مالیاتی در بودجه سال آینده و تاثیر منفی بر آن بر بخش تولید هشدار داده است. از نگاه بازوی پژوهشی اتاق ایران، حذف معافیت‌های مالیاتی در نظر گرفته شده در قوانین بالادستی لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ در کنار رشد مالیات به تنهایی می‌تواند منجر به خروج سرمایه‌ها از بخش تولید شود. بنابراین بودجه سال آینده با افزایش ریسک‌های سرمایه‌گذاری در کنار فشار مضاعف ماموران وصول مالیات بر بخش خصوصی و نامناسب‌تر شدن فضای کسب وکار، سرمایه و نقدینگی را راهی بازارهای موازی و غیرمولد می‌کند. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با استناد به عملکرد مالیاتی در سال جاری معتقد است که برخی اقلام درآمدهای مالیاتی پیش‌بینی‌شده در لایحه بودجه ۱۴۰۲، صرف‌نظر از بیش‌برآوردی دارای آثار نامطلوب بر بخش تولید است؛ کما اینکه در سال جاری نیز بخشی از عملکرد مالیاتی مربوط به رسیدگی و وصول پرونده‌های سال‌های قبل بوده که مشخص نیست چقدر برای سال ۱۴۰۲ هم قابل تکرار است.

دریافت مالیات تورمی در بودجه

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، دریافت «مالیات تورمی» را به معنای کاهش تجهیز واقعی بنگاه‌های اقتصادی می‌داند و می‌گوید: بخش مهمی از ارقام پیش‌بینی‌شده برای سال ۱۴۰۲، مالیاتی است که در اثر تورم سال جاری ایجاد شده است. اخذ «مالیات تورمی» به معنای کاهش توان تجهیز واقعی بنگاه‌های اقتصادی است. چون ارقام اگرچه به لحاظ اسمی بالا رفته است، اما به دلیل افزایش قیمت نهاده‌های وارداتی (به دلیل افزایش قیمت ارز) و افزایش قیمت نهاده‌های داخلی به دلیل تورم، توان تولیدی بنگاه‌ها کاهش خواهد یافت و با تخلیه این منابع به دلیل مالیات‌سستانی، نیاز به تامین منابع با استقراض از بانک‌ها (که وضعیت مطلوبی ندارند) بیشتر خواهد شد. صرف‌نظر از اثر عدم تحقق منابع بودجه‌ای بر سلیقه‌ای

بانک نامه

درخشش بانک پاسارگاد در میان ۵۰۰ شرکت برتر کشور

بانک پاسارگاد در بیست‌وپنجمین دوره رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI100) موفق به کسب رتبه اول از نظر شاخص‌های بهره‌وری کل عوامل و بازده فروش شد. به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، مراسم معرفی شرکت‌های برتر ایران که هر سال به همت سازمان مدیریت صنعتی برگزار می‌شود، در سال جاری نیز در روز دوشنبه مورخ ۳ بهمن ماه ۱۴۰۱ با حضور مقامات اقتصادی و صنعتی کشور، مدیران شرکت‌های برتر ایران و صاحب‌نظران اقتصادی و صنعتی در محل مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما برگزار شد. در این مراسم ضمن تشریح مهمترین نتایج رتبه‌بندی ۵۰۰ شرکت بزرگ کشور، شرکت‌های پیشرو و شرکت‌های برتر، مورد تقدیر قرار گرفتند.

در این راستا، بانک پاسارگاد در رتبه‌بندی ۵۰۰ شرکت برتر ایران ضمن کسب رتبه اول از نظر بهره‌وری کل عوامل، موفق به کسب رتبه نخست در شاخص بازده فروش نیز شد و موفقیت دیگری را در سال ۱۴۰۱ به نام خود ثبت کرد. گفتنی است شرکت‌هایی که نقش مهمی در تولید ملی، اشتغال‌زایی، صادرات و به طور کلی توسعه اقتصادی کشور دارند در این رویداد رتبه‌بندی شده و بدین ترتیب، تصویر شفاف‌تری از وضعیت فعالان اقتصادی در صنایع مختلف جهت تدوین برنامه‌های توسعه‌ای ایجاد می‌شود.

مدیرکل امور مجلس بانک مرکزی مطرح کرد

تعیین سقف تسهیلات تکلیفی در بودجه

سقف تسهیلات تکلیفی شبکه بانکی در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور در چارچوب برنامه کنترل تورم و رشد نقدینگی تعیین شد. سال‌هاست که بانک‌ها از همه جهت تحت فشار هستند؛ هم باید به رونق اقتصادی کمک کنند و هم ترازنامه خود را مثبت نگه دارند، اما در این میان تاثیر تسهیلات تکلیفی مجلس از هر قانون دیگری بیشتر بر بانک‌ها فشار وارد کرده است.

تسهیلات تکلیفی تعیین‌شده از سوی مجلس برای بانک‌ها وقتی از حدی بالاتر برود که در توان نظام بانکی نیست، به منابع بانک فشار وارد می‌کند. در این شرایط هم بانک ناچار به اضافه برداشت از بانک مرکزی خواهد شد که باعث افزایش پایه پولی و تورم می‌شود و طبیعتا با سیاست دولت برای کنترل ترازنامه بانک‌ها نیز در تعارض قرار می‌گیرد. اگرچه بخشی از تکالیف مشخص شده برای نظام بانکی اجتناب‌ناپذیر و در راستای نظام عمومی است، اما بخشی از آن جزو مواردی است که می‌توان از آن چشم‌پوشی کرد و ضرورتی ندارد؛ اما متأسفانه نمایندگان خانه ملت هر سال با نگاه بخشی و بدون در نظر گرفتن توان بانک‌ها، خارج از چارچوب برنامه کنترل تورم و رشد نقدینگی رقم تسهیلات تکلیفی را به شدت افزایش می‌داند. در واکنش به همین تکالیف بیش از حد بود که سال گذشته «علی صالح‌آبادی» رئیس کل بانک مرکزی به رهبر انقلاب نامه نوشت و ایشان نیز نسبت به پرهیز مجلس از «تکلیف مالایطاق به بانک‌ها» هشدار دادند.

در جلسه اخیر «محمدرضا فرزین»، رئیس کل بانک مرکزی با اقتصاددانان نیز بر تلاش برای کنترل تسهیلات تکلیفی در بدنه بانکی تاکید شد، چراکه موضوع مهمی است و در شاخص‌های کلان اقتصادی اعم از تورم و نقدینگی و رشد اقتصادی به طور زنجیروار موثر خواهد بود. با وجود این ملاحظات و توصیه‌های انجام شده، در بودجه ۱۴۰۲ سقف تسهیلات تکلیفی نظام بانکی در چارچوب برنامه کنترل تورم و رشد نقدینگی متناسب با ترازنامه بانک‌ها و توان مالی و ظرفیت اعتباری شبکه بانکی لحاظ شده که امید است نمایندگان مجلس نیز آن را بدون تغییر به تصویب برسانند. طبق لایحه بودجه ۱۴۰۲، سقف تسهیلات تکلیفی برای بانک‌های عامل ۲ میلیون میلیارد ریال تعیین شد. در همین باره، «همه‌راز ذاکری»، مدیرکل امور مجلس بانک مرکزی به «ایبنا» گفت: از مهمترین ویژگی‌های لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور، شفاف‌سازی و تعیین سقف تسهیلات تکلیفی نظام بانکی در چارچوب برنامه کنترل تورم و رشد نقدینگی متناسب با ترازنامه بانک‌ها و توان مالی و ظرفیت اعتباری شبکه بانکی کشور است که در تبصره ۱۶ لایحه بودجه درج شده است تا هر یک از بانک‌ها و موسسات اعتباری برای سال آینده متناسب با تجهیز منابع و توان اعتباری، علاوه بر تامین مالی بخش‌های اقتصادی و بنگاه‌های تولیدی، نسبت به پرداخت تسهیلات تکلیفی به متقاضیان اقدام کنند.

«ذاکری» با بیان اینکه مدیریت نقدینگی با هدف کنترل تورم و کمک به رشد اقتصادی از مهمترین وظایف قانونی بانک مرکزی است، افزود: باتوجه به لزوم تخصیص صحیح و بهینه اعتبارات به بخش‌های مختلف اقتصادی، حرکت به سوی استقرار نظام نوین تخصیص اعتبارات براساس موازن، معیارها و استانداردهای موجود در حوزه بانکداری مرکزی مورد توجه و اهتمام سیاستگذار پولی است.

او افزایش بی‌رویه تسهیلات تکلیفی نظام بانکی بدون توجه به واقعیات اعتباری و ظرفیت نظام بانکی و محدودیت منابع بانک‌ها را از مشکلات اساسی سال‌های گذشته دانست و گفت: هر سال‌های گذشته ایجاد تکالیف مزاد برای بانک‌ها، ضمن خلق نقدینگی جدید و افزایش بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی، منجر به افزایش پایه پولی و نقدینگی شده که این امر موجب ورود تکانه‌های شدید بر پیکر نظام اقتصادی کشور خواهد شد. بر همین اساس، محاسبه و احصای حداکثر توان پرداخت تسهیلات تکلیفی شبکه بانکی از اقدامات مثبت لایحه بودجه ۱۴۰۲ بوده که با تصویب آن از سوی مجلس شورای اسلامی، شاهد بهبود نسبی شرایط اقتصادی و کاهش ناترازی سیستم بانکی کشور خواهیم بود. مدیرکل امور مجلس بانک مرکزی در پایان ابراز امیدواری کرد که با همراهی مجلس شورای اسلامی در بررسی فرآیند تصویب بودجه سال آینده، سقف پیش‌بینی‌شده برای تسهیلات تکلیفی نظام بانکی بدون تغییر، بررسی و تصویب شود.

قیمت سکه و دلار اصلاح شد، بورس به مدار رشد بازگشت

سبز و سرخ بازارها



انتظارات تورمی شده‌اند و این موضوع به ویژه در روزهای اخیر با انتشار

اخبار نگران‌کننده درباره تحریم برخی از نهادهای داخلی توسط کشورهای اروپایی وارد موج جدیدی شده؛ تا جایی که قیمت دلار در بازار آزاد به سقف تاریخی ۴۳ هزار تومان و سکه امامی به مرز ۲۵ میلیون تومان رسید. شاخص کل بورس تهران نیز با رشد ۲٫۲ درصدی در هفته پایانی دی ماه و ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۶۸۹ هزار واحد به کار خود در اولین ماه فصل زمستان پایان داد و بازدهی ۱۲٫۹ درصدی را در این ماه به ثبت رساند. ناآمار اصلی بورس در بازه ۱۰ ماهه امسال نیز رشد ۲۳٫۵ درصدی را ثبت کرد و در جدول بازدهی بازارها تا پایان دی ماه در رتبه ششم ایستاد. رتبه‌های نخست رالی ۱۰ ماهه بازارها همگی به بازار سکه و طلا رسید؛ به طوری که ربع سکه از ابتدای معاملات امسال تا پایان دی ماه با رشد ۱۲۷٫۲ درصدی بیشترین سودآوری را برای سرمایه‌گذاران خود به ارمان آورد و در صدر فهرست بازدهی بازارها ایستاد. همچنین سکه طرح جدید با رشد ۹۲٫۷ درصدی در پله دوم قرار گرفت و رتبه سوم به طلای عیار با کسب بازدهی ۶۵٫۴ درصدی اختصاص یافت.

اسکناس دلار، مسکن و شاخص کل بورس نیز در مراتب بعدی جای گرفتند. قیمت اسکناس سبز در ۱۰ ماه گذشته تنها ۶۳٫۸ درصد افزایش یافت و جالب آنکه در جدول بازدهی بازارها در دی ماه نیز اسکناس دلار همچون بازه ۱۰ ماهه در رتبه چهارم ایستاد. قیمت دلار در دی ماه حدود ۱۰ درصد رشد کرد. نرخ بازدهی مسکن نیز معادل ۴۲ درصد ثبت شد تا در جایگاه پنجم از نظر بازدهی ۱۰ ماهه بازارها جای بگیرد. نهایتاً شاخص کل بورس تهران در حالی با بازدهی ۱۲٫۹ درصدی در رتبه سوم ماهانه (پس از سکه طرح جدید و طلای ۱۸ عیار) قرار گرفت که از ابتدای امسال تا انتهای دی ماه نیز بازدهی ۲۳٫۵ درصد را برای معامله‌گران در تالار شیشه‌ای به ثبت رساند. بدین ترتیب، رتبه‌های اول تا سوم رالی ۱۰ ماهه بازارها از آن بازار سکه و طلا بود و برآیند دو عامل رشد قیمت ارز و رشد قیمت طلای جهانی موجب شد تا ربع سکه، سکه طرح جدید و طلای ۱۸ عیار به ترتیب بیشترین بازدهی طلایی را از ابتدای سال تاکنون تجربه کنند.

نهاد تصمیم‌گیر برای عرضه خودرو در بورس کالا کیست؟

دوربرگردان خودروی بورسی

مجاز نیست. شایان ذکر است شورای رقابت با تشکیل کارگروه تخصصی خودرو موضوع بازبینی دستورالعمل‌های بازار خودرو را در دستور کار قرار داده است و در صورت تصویب مصوبه جدید در این زمینه جهت اجرا ابلاغ خواهد شد.»

اما به دنبال نامه شورای رقابت و درخواست/ دستور خروج خودروهای مذکور از بورس کالا، سازمان بورس، واکنش فوری نشان داد. در همین رابطه، «امیرمهدی صباei»، مدیر نظارت بر بورس‌ها تاکید کرده است که شورای رقابت، اختیار قانونی لغو عرضه خودرو در بورس کالا را ندارد. عرضه خودرو در بورس کالا، یکی از مصوبات شورای عالی بورس است و این سازمان (بورس کالا) موظف است تا در چارچوب این مصوبه رفتار کند؛ لذا ضمن احترام به جایگاه شورای رقابت، بورس کالا تابع مصوبات شورای عالی بورس است. هرگونه ملاحظه‌ای درخصوص عرضه خودرو در بورس کالا صرفاً و صرفاً در شورای عالی بورس قابل بررسی است.

به دنبال این موضوع، «سیدرضا فاطمی‌امین» وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز تصریح کرده است که نامه شورای رقابت به دست وزارت صمت نرسیده است؛ این در حالی است که ادامه روند عرضه خودروها در بورس کالا بسته به نظر خود خودروسازان و سازمان بورس است و وزارت صمت دخالتی در این موضوع نخواهد داشت.

سخنگوی وزارت صمت نیز در این رابطه تاکید کرده است: ما از عرضه در بورس کالا حمایت می‌کنیم؛ چراکه مدل موفقیتی از عرضه خودرو بود که توانست قیمت‌ها را با قیمت به مراتب کمتر از قیمت بازار آزاد عرضه کند، اما در شرایط عادی که بازار متعادل است و خودروسازان

فرصت امروز: بهمن ماه برای بازارها با روند صعودی قیمت ارز و سکه و ریزش نماگرهای بورسی آغاز شد، اما این روند در سومین روز بهمن ماه تغییر کرد و با اصلاح قیمت دلار و سکه و رشد شاخص‌های بورسی، جای سرخ و سبز بازارها عوض شد. پس از آنکه بورس تهران هفته پایانی دی ماه را با رشد ۲٫۲ درصدی پشت سر گذاشت و با کسب بازدهی ۱۲٫۹ درصدی در مجموع این ماه، پس از سکه طرح جدید و طلای ۱۸ عیار در رتبه سوم بیشترین بازدهی ماهانه ایستاد، معاملات بهمن ماه را با افت شاخص‌ها آغاز کرد و در دو روز متوالی حدود ۳۶ هزار واحد (۳۱ هزار و ۵۶۶ واحد در روز شنبه و ۴ هزار و ۶۵۲ واحد در روز یکشنبه) ریخت. برخلاف روزهای معاملاتی دی ماه که با ورود پول حقیقی به بورس همراه بود، ارزش خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار در دو روز ابتدای هفته منفی شد و تنها در معاملات روز شنبه ۷۴۱ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد که بیشترین میزان در ۳۰ هفته گذشته محسوب می‌شود. دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در حالی ۱٫۸۷ درصد در معاملات شنبه و ۰٫۲۸ درصد در معاملات یکشنبه عقب‌نشینی کرد که همزمان قیمت دلار به واسطه ریسک‌های سیاسی به مرز تاریخی ۴۴ هزار تومان نزدیک شد و قیمت سکه به کانال ۲۵ میلیون تومان رسید.

در معاملات روز دوشنبه اما وضعیت بازارها تغییر کرد و به واسطه سیگنال بازارساز و همینطور صحبت‌های «جوژپ بول» مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا، قیمت ارز و سکه اصلاح شد. همچنین شاخص کل بورس تهران در این روز ۰۰۶ درصد و شاخص کل هم‌وزن نیز ۰٫۵۳ درصد افزایش ارتفاع دادند. پیشتر نیز کارشناسان پیش‌بینی می‌کردند که حرکت نزولی بورس در دو روز ابتدای هفته جاری، یک استراحت کوتا مدت و به عبارت بهتر، یک اصلاح موقتی برای آغاز روند صعودی جدیدی باشد.

بازدهی بازارها در ۱۰ ماه اخیر

بازارهای دارایی در سال ۱۴۰۱ به واسطه رشد انتظارات تورمی، رقابت تنگاتنگی با یکدیگر دارند. با ادامه پلان تکلیفی مذاکرات احیای برجام و در نبود افقی روشن در چشم‌انداز آینده اقتصاد ایران، بازارها سوار بر موج

در حالی شورای رقابت در نامه‌ای خطاب به رئیس سازمان بورس، کلیه محصولات دو خودروساز بزرگ (جز هایما و تارا) را انحصاری دانسته و اعلام کرده باید خودروهای شاهین، دنا و پژو ۲۰۷ از بورس کالا خارج شوند که وزیر صمت تصریح کرده نامه شورای رقابت را رویت نکرده و وزیر اقتصاد نیز گفته مجوز عرضه خودرو در بورس کالا توسط شورای عالی بورس داده شده و در این رابطه، شورا تصمیم خواهد گرفت. به گزارش «ایسنا»، روز یکشنبه «سیدمحمدرضا سیدنورانی»، رئیس شورا و مرکز ملی رقابت) در نامه‌ای خطاب به «مجید عشقی» رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، کلیه محصولات ایران‌خودرو (جز دو محصول هایما و تارا) و ساپا را انحصاری اعلام و تاکید کرد که خودروهای شاهین، دنا و پژو ۲۰۷ باید از بورس کالا خارج شوند. در این نامه آمده است: «پیرو عرضه برخی خودروها در بورس کالا به اطلاع می‌رساند مدت مصوبه شصت و سومین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی تاریخ ۲۸ مهر ۱۴۰۰ درخصوص تنظیم بازار خودرو یک سال بوده است. بدیهی است با انقضای این مدت، مصوبات قبلی شورای رقابت در این زمینه به خودی خود مبنای عمل بوده و باید اجرایی می‌شده است. بر این اساس مطابق مصوبات ۴۲۰، ۴۴۲، ۴۶۲ و ۴۶۸ بازار خودروهای انحصاری شامل کلیه خودروهای سواری دو شرکت ایران‌خودرو و سایپا به جز دو خودروی هایما و تارا است و عرضه آنها باید طبق روال پیشین و مطابق با مصوبات ۴۱۴ و ۴۲۰ صورت گیرد. قیمت این خودروها نیز باید براساس مصوبات ۱۴۸ و ۴۴۲ طبق فرمول (Price Cap) محاسبه شود؛ فلذا عرضه خودروهای خانواده دنا، پژو ۲۰۷ و شاهین در بورس کالا

خبرنامه



آینده جهان کار به کجا می‌رود؟

تحولات مشاغل ۲۰۲۳

گزارش تازه لینکدین نشان می‌دهد مشاغل مربوط به امنیت سایبری، توسعه‌دهندگان رایانه و مهندسی هوش مصنوعی در درخواست شرکت‌ها بیشتر دیده شده است. پژوهشگران از سال ۲۰۱۸ تا جولای سال ۲۰۲۲، نرخ رشد مشاغل در هر کشور را در لینکدین اندازه‌گیری کرده‌اند. آخرین یافته‌ها نشان می‌دهد مشاغلی که به دیجیتالی شدن شرکت‌ها و رشد آنها با وجود نوسان‌های اقتصادی کمک می‌کند، در سئنگاپور رو به افزایش است. متخصصان رشد، مشاغل فنی و مراقبت‌های بهداشتی در آسیا بیش از دیگر دسته‌های شغلی در لینکدین دیده شده است و انتظار می‌رود تعداد این مشاغل در سال ۲۰۲۳ در این اقتصادها به ویژه در سئنگاپور افزایش پیدا کند.

لینکدین در گزارش خود می‌گوید برای اینکه یک شغل را حائز رتبه در کشوری ببینیم، آن شغل باید در پنج سال گذشته به طور مداوم در این پلتفرم عرضه شده باشد. دانستن درباره آینده مشاغل به جویندگان کار کمک می‌کند حرکت‌های بعدی خود را در این فضا شکل دهند و خود را برای آینده جهان کار آماده کنند. گزارش لینکدین نشان می‌دهد که نسبت مشاغل پیشنهادی با دستمزد، با گزینه دورکاری، از ۷۸ درصد در دسامبر سال ۲۰۲۱ به ۴۰۱ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است. اقتصاددانان می‌گویند جو اقتصادی باعث شده است تا شرکت‌ها انعطاف کمتری در دورکاری کارکنان از خود نشان دهند. داده‌های لینکدین می‌گوید نقش‌های فنی و مهندسی مثل مهندس خدمات ابری، مهندس امنیت سایبری و توسعه‌دهندگان و مهندسان هوش مصنوعی، بیشتر مورد تقاضای شرکت‌ها بوده است. این مشاغل به طور تقریبی نیمی از فهرست مشاغل مورد تقاضا در سئنگاپور را شکل می‌دهد.

از دلایل عمده توجه بیشتر این شرکت‌ها به چنین مشاغلی در سئنگاپور، رشد اکوسیستم استارت‌آپی و کسب وکارهای نوپا در این کشور است. سئنگاپور در گزارش‌های استارت‌آپ بلینک در سه سال گذشته به عنوان شگفتی‌ساز توسعه اکوسیستم استارت‌آپی دیده شده است. این موسسه تحقیقاتی در گزارش خود از اکوسیستم استارت‌آپی در سال ۲۰۲۲ نوشته است: امتیاز چین در سال گذشته ۱۰ درصد از سئنگاپور بیشتر بوده است، اما در سال ۲۰۲۲، نه تنها سئنگاپور این فاصله را پر کرده بلکه امتیاز آن ۱۳ درصد از چین بیشتر شده است.

با وجود افزایش پرشدگی مخازن آب

تنش آبی در پایتخت ادامه دارد

تهران به جمع شهرهای با کمترین میزان بارندگی بازگشت. تازه‌ترین داده‌ها از میزان ریزش‌های جوی از اول مهرماه تا پایان دی ماه سال جاری نشان می‌دهد که درصد اختلاف این ریزش‌ها در تهران با متوسط آن در درازمدت به بیش از ۵۰ درصد رسیده است. در سال آبی جاری میزان بارش‌ها در تهران به ۵۰۷ میلیمتر رسیده که بیش از ۵۰ درصد، از متوسط میزان بارش‌ها در یک دوره درازمدت، کمتر است. در استان‌های کشور، قم، سمنان و قزوین رتبه‌های نخست تا سوم را اشغال کرده‌اند و تهران ششمین استان در کاهش قابل توجه میزان بارندگی است. همچنین اختلاف میزان بارندگی‌ها در تهران نسبت به سال آبی گذشته -۳۹ درصد است.

ارتفاع کل ریزش‌های جوی کشور از نخستین روز مهرماه تا پایان دی ماه سال جاری به ۹۰۸ میلیمتر می‌رسد. این میزان بارندگی نسبت به سال گذشته آبی ۲۲ درصد کمتر است. همچنین ورودی آب سد‌های کل کشور از آغاز سال آبی جاری تا پایان نخستین ماه زمستان، ۱۹ درصد کمتر از میزان آن در سال آبی گذشته بوده است. وزارت نیرو می‌گوید درصد پرشدگی سد‌های کشور تا آغاز بهمن ماه ۱۴۰۲ به ۴۰ درصد رسیده است و اختلاف حجم آب موجود در مخازن در این سد‌ها در مقایسه با سال آبی گذشته، ۵- درصد است.

هرچند ریزش برف در دو هفته پایانی دی ماه بسیاری را به حل چالش کم آبی تهران امیدوار کرد، اما مسئولان می‌گویند این بارش‌ها در سرشاخه و بالادست سد‌ها و به طور عمده به شکل برف بوده که تبدیل به آب روان نمی‌شود که بتواند مشکل را در کوتاه‌مدت حل کند. «محمدرضا بختیار»، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب تهران از مشترکان خواسته است تا همچنان نسبت به مصرف آب حساسیت به خرج دهند. به گفته این مقام مسئول، تهران از تابستان سال جاری تا امروز همچنان در نقطه تنش آبی است.

سنگ‌اندازی شایسته نیست

خودرو در بورس می‌ماند

یک کارشناس بازار سرمایه با انتقاد از نامه شورای رقابت مبنی توقف عرضه خودرو در بورس کالا گفت قبلاً هم شاهد چنین اتفاقاتی در مورد سایر کالاها بودیم؛ خودرو هم مانند این کالاها در بورس می‌ماند، اما چنین مباحثی به اعتماد عمومی ضربه وارد می‌کند. «همایون دارابی» با تأکید بر اینکه نامه شورای رقابت مبنی بر توقف عرضه خودرو در بورس کالا منطقی نیست، به «پسنا» گفت: در طول هفته‌های اخیر شاهد تأثیرات مثبت عرضه خودرو در بورس کالا بودیم؛ تأثیراتی که هم به نفع مردم بود و هم به نفع خودروساز و هم به نفع دولت؛ بنابراین این کشمکش به نفع صنایع و بازار سرمایه نیست.

وی با بیان اینکه اقتصاد کشور نیازمند تصمیمات قاطع است، عنوان کرد: تصمیمات ضدونقیض به اقتصاد آسیب می‌زند. همانطور که وزیر اقتصاد و رئیس سازمان بورس تأکید دارند تصمیم‌گیری در مورد عرضه خودرو در بورس کالا بر عهده شورای عالی بورس بوده و شایسته نیست وقتی چنین نهادی تصمیم‌گیری کرده است، مورد تردید دستگاه دیگری قرار بگیرد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به تاریخچه عرضه برخی محصولات در بورس کالا، افزود: این اتفاقات در گذشته در مورد فولاد، پتروشیمی و سیمان افتاد و سنگ‌اندازی‌هایی صورت گرفت، اما در نهایت عرضه ادامه یافت و موفق هم بود. خودرو هم مانند این کالاها در بورس کالا می‌ماند و تأثیر مثبت خود را می‌گذارد، اما چنین برخوردهایی شایسته نیست و به افکار عمومی آسیب وارد می‌کند.

براساس این گزارش، شورای رقابت در نامه‌ای به رئیس سازمان بورس کلیه محصولات ایران خودرو و سایپا به جز «هایما» و «تارا» را انحصاری اعلام کرد. طبق این نامه، خودروهای «شاهین»، «دنا» و «پژو ۲۰۷» باید از بورس کالا خارج شوند؛ چراکه این عرضه که به نوبه‌ای لاتاری خودرو است باید متوقف شود. این در حالی است که وزیر اقتصاد اعلام کرد شورای عالی بورس باید در این مورد تصمیم‌گیری کند.

فرصت امروز: با وجود اینکه اغلب نمادهای بازار سهام در ساعات ابتدایی معاملات دوشنبه سبزپوش بودند و شاخص‌ها روند صعودی داشتند، اما با انتشار یک نامه، فضای بازار منفی شد و ترمز صعود بورس کشیده شد. شاخص کل بورس تهران پس از دو روز قرمز، کار خود را در سومین روز هفته با روند صعودی آغاز کرد و با رشد ۱۲ هزار واحدی تا سطح یک میلیون و ۶۶۷ هزار واحد هم افزایش یافت، اما در نهایت نامه شورای رقابت در مورد ممنوعیت عرضه خودرو در بورس کالا باعث فشار عرضه و کاهش سرعت صعود بورس شد؛ تا جایی که شاخص کل در پایان به رشد یک هزار و ۲۴ واحدی بسنده کرد و در ارتفاع یک میلیون و ۶۵۳ هزار واحد ایستاد. با وجود این رشد حداقلی، خروج پول حقیقی از بورس برای سومین روز متوالی کماکان تداوم یافت.

بازار ارز و سکه نیز در حالی در این روز شاهد اصلاح قیمتی بود که افزایش تنش‌های سیاسی، قیمت دلار و سکه را در روزهای شنبه و یکشنبه به سقف تاریخی خود رسانده بود، اما شاخص کل بورس تهران در واکنش به ریسک‌های سیاسی، گزارش ۹ ماهه شرکت‌ها و لایحه بودجه سال آینده، روند متفاوتی را تجربه کرد و در این دو روز حدود ۳۶ هزار واحد (۳۱ هزار و ۵۶۶ واحد در معاملات شنبه و ۴ هزار و ۶۵۲ واحد در معاملات یکشنبه) ریزش کرد تا از ارتفاع یک میلیون و ۶۸۹ هزار واحد در پایان دی ماه به سطح یک میلیون و ۶۵۲ هزار واحد در پایان معاملات روز یکشنبه برسد. بدین ترتیب، شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات دوشنبه با رشد یک هزار و ۲۴ واحدی معادل ۰۰۶ درصد به سطح یک میلیون و ۶۵۳ هزار واحد و شاخص کل هم‌وزن با ۲ هزار و ۷۶۳ واحد معادل ۰۰۳ درصد افزایش به تراز ۵۲۲ هزار و ۷۰۰ واحد رسید.

شاخص کل به سقف دستوری خورد

معاملات دوشنبه بورس تهران با رشد اندک شاخص‌ها و تداوم خروج پول حقیقی همراه شد. از ابتدای معاملات روز دوشنبه، روند شاخص کل و شاخص هم‌وزن بورس صعودی شد اما در ادامه با انتشار نامه شورای رقابت خطاب به سازمان بورس، روند صعودی بازار متوقف شد. شورای رقابت در

پس از کشمکش‌های فراوان بین نهادهای مختلف تصمیم‌گیر در مورد خودرو و بازار سرمایه، بالاخره عرضه خودرو در بورس کالا روی ریل افتاده بود و خریداران در حال برنامه‌ریزی برای عرضه‌های آتی خودرو بودند که نامه شورای رقابت درباره منع عرضه برخی خودروها در بورس کالا، دوباره نگرانی‌هایی در مورد آینده حضور این کالای پرحاشیه در بورس ایجاد کرد؛ نامه‌ای که حتی در مورد اینکه موضع رسمی شورای رقابت است یا نه، با ابهاماتی مواجه است. به گزارش «پسنا»، شورای رقابت در نامه‌ای به امضای «محمدرضا سیدنورانی»، رئیس شورا و مرکز ملی رقابت، خطاب به «مجید عشقی» رئیس سازمان بورس، کلیه محصولات دو خودروساز بزرگ (جز هایما و تارا) را انحصاری دانسته و اعلام کرده است که باید خودروهای شاهین، دنا و پژو ۲۰۷ از بورس کالا خارج شوند. واکنش وزارت صنعت، معدن و تجارت تاکنون به این نامه بی‌خبری بوده و البته حمایت از عرضه خودرو در بورس بوده است، وزیر اقتصاد نیز اعلام کرده است که شورای عالی بورس باید در مورد توقف یا ادامه عرضه خودرو در بورس تصمیم‌گیری کند.

این نامه در حالی منتشر شده است که به نظر می‌رسد میان همه

خواشی خودرو، ترمز صعود بورس را کشید

۲ نیمه متفاوت بورس



صف‌های خرید و فروش دوشنبه

در معاملات روز دوشنبه، ۱۰۱ نماد صف خرید داشتند و ۶۰ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۸ درصدی به ۷۱۱ میلیارد تومان رسید و مجموع ارزش صف‌های فروش با افزایش ۳۵ درصدی به ۳۳۳ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۲۳۳ هزار و ۸۵۷ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۲۰ هزار و ۹۹۲ میلیارد تومان بود که ۹۴ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد سهام نیز با افزایش ۸ درصدی به نسبت روز یکشنبه به رقم ۹ هزار و ۸۶۲ میلیارد تومان رسید. در معاملات روز گذشته نماد خودرو (شرکت ایران خودرو) بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را نیز به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۴۷۴ میلیارد تومان بود. پس از خودرو نیز خسارپا بیشترین ارزش معاملات را داشت و گدنا رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن دو نماد خگستر و فروز در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام خسارپا با تعداد یک میلیارد و ۶۶۰ میلیون و ۸۴۷ هزار و ۲۹۶ سهم در صدر قرار گرفت. خودرو در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار ایستاد و رتبه سوم به خگستر تعلق داشت. دو نماد دی و شستا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند.

همانطور که اشاره شد، بورس تهران نیمه اول معاملات دوشنبه را با وضعیتی سبیز و پرتقاضا شروع کرد تا جایی که شاخص بورس تهران در این نیمه بیش از ۱۲ هزار واحد افزایش را به چشم دید، اما شاخص کل بورس با چند خط نامه از شورای رقابت، حال بدی پیدا کرد و بافت همراه شد. بورس تهران به شیوه سنتی به نماد خودرویی خیلی وابسته است و از آن به عنوان لیدر خود استفاده می‌کند، شاید این موضوع خیلی درست نباشد، اما اتفاقاتی که برای نماد گروه خودرویی؛ مخصوصاً نماد خودرو رخ می‌دهد تأثیر زیادی روی بازار سرمایه دارد، حداقل در چند سال اخیر اینطور بوده است.

این نامه عرضه سه خودروی دنا، پژو ۲۰۷ و شاهین در بورس کالا را ممنوع اعلام کرده است. به این ترتیب در پایان معاملات دوشنبه، شاخص کل در سطح یک میلیون و ۶۵۳ هزار و ۹۴۹ واحد ایستاد که نسبت به روز یکشنبه هزار و ۲۴ واحد رشد داشت. شاخص هم‌وزن نیز در پایان معاملات روز گذشته ۲ هزار و ۷۶۳ واحد نسبت به روز یکشنبه بالا آمد و در رقم ۵۲۲ هزار و ۷۰۰ واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس هم به عنوان سومین شاخص مهم بازار سرمایه دیروز سبزپوش شد و با صعود ۸۸ واحدی به رقم ۲۱ هزار و ۳۵۱ واحد رسید.

در پایان معاملات روز دوشنبه، ۳۱۳ نماد رشد قیمت و ۳۴۵ نماد کاهش قیمت داشتند. به عبارت دیگر، ۴۸ درصد بازار رشد قیمت داشتند و ۵۲ درصد بازار افت قیمت را تجربه کردند. ارزش خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای سومین روز متوالی منفی شد و ۳۷۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد. در معاملات روز دوشنبه بیشترین خروج پول حقیقی به سهام شپنا اختصاص داشت که ارزش تغییر مالکیت حقیقی به حقوقی آن ۵۵ میلیارد تومان بود. پس از شپنا نیز بزرگان بازار با خروج سرمایه حقیقی مواجه بودند و نمادهای خودرو، وبملت، شتران و فولاد بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. در پس از آن نمادهای خحزر و اتکام بیشترین ورود پول را داشتند. در این روز نمادهای فملی، فولاد، بوعلی و شیراز بیشترین تأثیر را در رشد شاخص کل بورس داشتند و در مقابل نمادهای خودرو، میدکو و شپنا با بیشترین اثر منفی بر شاخص کل همراه شدند. در فرابورس نیز نمادهای مارون، زاگرس و آریا بیشترین تأثیر افزایشی را بر شاخص کل فرابورس گذاشتند و نمادهای وسپهر، فزر و وملت با بیشترین اثر کاهنده بر رشد شاخص همراه بودند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نیز خودرو بیشترین تراکنش را داشت و خسارپا و خگستر در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نمادهای فروز، گدنا و دی پرتراکنش‌ترین نمادها بودند.

رئیس بدون موافقت اعضا نامه نوشت؟

اختلاف نظر خودرویی شورای رقابت

کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است که در صورت تصویب شورای رقابت اطلاع‌رسانی خواهد شد. شورای رقابت انتظار دارد، ضمن ملاحظه اختیارات و وظایف قانونی این شورا از اظهارنظرهای غیرمستند و نادقیق پرهیز کرده و به بهینه شدن تصمیمات شورا کمک شود.» تناقضی که در اطلاعیه روز یکشنبه شورای عالی رقابت و نامه روز دوشنبه «محمدرضا سیدنورانی»، رئیس شورای رقابت وجود دارد، این است که اطلاعیه روز یکشنبه از بررسی وضعیت و اعلام نتیجه بررسی در آینده خبر داده است؛ در حالی که نامه روز دوشنبه رئیس شورای رقابت صراحتاً بر لزوم توقف عرضه تأکید کرده است؛ موضوعی که طبق اطلاعاتی که به «پسنا» رسیده و مورد تأکید قرار گرفته است، به نظر می‌رسد نظر جامع همه اعضای شورای رقابت نبوده و نظر شورا در روزهای آینده و بعد از بررسی کارگروه اعلام خواهد شد، اما اینکه چطور در چنین شرایطی نامه‌ای رسمی با سربزرگ شورای رقابت و امضای رئیس این شورا و به ادعای برخی از اعضای شورا، بدون موافقت همه اعضای این شورا منتشر شده و شرایط بازار سرمایه و بازار خودرو را به چالش کشیده است، همچنان محل سوال و ابهام است.

بازاریابی دیجیتال یا بازاریابی سنتی؟ مقایسه‌ای برای کسب و کارها

بازاریابی سنتی از این مزیت مهم بی‌بهره است؛ چراکه هنوز هم درج آگهی در مطبوعات یا کانال‌های تلویزیونی هزینه سرسام‌آوری دارد. فکر می‌کنم خیلی‌ای از بازاریاب‌ها تا همین جای کار دیجیتال مارکتینگ را به عنوان برنده نهایی مسابقه انتخاب کرده باشند، در این صورت تا حد زیادی حق با آنهاست، اما این اصلا به معنای پایان بازاریابی سنتی نیست. هنوز هم هستند کسانی که صبح به صبح روزنامه به دست روانه محل کار می‌شوند. به علاوه، روند تولید سریال از سوی شبکه‌های سراسر دنیا هم اصلا کاهش پیدا نکرده است. خب اگر مردم دیگر توجهی به کانال‌های تلویزیونی نداشتند که این همه سر و صدا در بازار به وجود نمی‌آمد.

نکته‌ای که اینجا باید مد نظر داشت، هویت برند است. خیلی از بازاریاب‌ها فقط به هزینه نهایی برای تولید محتوا و تعامل با مشتریان فکر می‌کنند، بی‌شک با این معیار دیجیتال مارکتینگ بی‌رقیب خواهد بود. از طرف دیگر آنهایی که حوصله بحث ندارند، معمولا همان اول کار دیجیتال مارکتینگ را انتخاب می‌کنند تا خیال‌شان راحت باشد. مشکل اصلی هم دقیقا از همینجا شروع می‌شود؛ چراکه هویت برند در این معادلات معمولا جایی ندارد. برندی را در نظر بگیرید که در زمینه برگزاری حراج آثار هنری کلاسیک تخصص دارد. بی‌شک بازاریابی سنتی برای این برند خیلی بهتر از بازاریابی دیجیتال خواهد بود؛ چراکه کمتر کسی در اینستاگرام یا بقیه شبکه‌های اجتماعی انتظار مشاهده برندی تا این اندازه کلاسیک را دارد.

یادتان باشد در عرصه بازاریابی هر کس حرف خودش را می‌زند، با این حال شما نهایتا خودتان باید درباره برندگان تصمیم بگیرید. هیچ‌کس نه از اوضاع درون شرکت‌تان خبر دارد نه حتی میزان مهارت تیم بازاریابی‌تان را می‌داند. به همین خاطر اگر خودتان اوضاع را کنترل نکنید، خیلی زود همه چیز به هم ریخته و دیگر جایی برای جبران باقی نخواهد ماند. با این حساب توصیه نهایی ما در این بخش توجه به تجربه‌های قبلی برند و تلاش برای انتخاب از بین بازاریابی دیجیتال و سنتی بر این اساس است. البته این وسط بازاریابی دیجیتال آینده روشن‌تری از نظر توسعه و تحول دارد. با این حال شما باید اوضاع برندگان را فراموش کنید.

منابع:

https://www.simplilearn.com/traditional-marketing-vs-digital-marketing-article-۹۹designs.de/blog/marketing-https://enadvertising/digital-marketing-vs-traditional-/marketing

سنتی را گیج‌کننده ساخته است. هرچه باشد این روزها اغلب بازاریاب‌ها عادت دارند دم به دقیقه با مخاطب‌شان تعامل داشته و در جریان ریز تغییرات قرار بگیرند. با این حساب استفاده از بازاریابی سنتی شاید انقدرها هم بی‌دردسر نباشد. به ویژه اگر شما فقط به بازاریابی دیجیتال عادت داشته باشید، آن وقت کارتان حساسی سخت می‌شود.

کدام الگوی بازاریابی به درد شما می‌خورد؟

حالا که بازاریابی سنتی و دیجیتال را زیر ذره بین بردیم، نوبت تصمیم‌گیری رسیده است. شما به عنوان یک بازاریاب باید هرچه زودتر خودتان را درباره استفاده از یک الگوی مشخص قانع کنید. وگرنه در حالی که دیگران به شدت مشغول توسعه کارشان هستند، شما تک و تنها خواهید ماند. ما در این مقاله تمام تلاش‌مان نشان دادن تفاوت میان بازاریابی دیجیتال و نمونه سنتی‌تر آن بود. حالا که وقت تصمیم‌گیری نهایی فرا رسیده، ما اصلا قصد ترک شما را نداریم. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم سوالات مهم معمولا دو تا جواب دارند. جواب اول بی‌نهایت ساده و سراسر است، اما پاسخ دوم معمولا به عمق ماجرا می‌پردازد. ما برای اینکه اطلاعات دقیقی در این بخش به شما بدهیم، از همین شیوه استفاده کرده‌ایم. ساده‌ترین جواب دنیا برای انتخاب از بین بازاریابی دیجیتال و سنتی یک همچنین سر و شکلی خواهد داشت: همه چیز به شرایط برندگان بستگی دارد!

بی‌شک هیچ برندی در دنیا نیست که شرایطی کاملا مشابه با رقبا یا حتی کسب و کاری دیگر در آن سر دنیا داشته باشد. بسته به موقعیت برندگان شما می‌توانید از بین الگوهای مختلف بازاریابی یکی را انتخاب کنید. این جواب ساده در عمل نیازمند تحلیل و بررسی دقیق اوضاع برند از سوی شماسست. پس نباید خیلی آن را دست کم بگیرید.

حالا اجازه دید سراغ جواب طولانی و مفصل‌مان برویم. بی‌شک این روزها بازاریابی دیجیتال طرفدارهای بی‌نهایت بیشتری در سراسر دنیا دارد. توسعه شدید شبکه‌های اجتماعی از یکسو و کاهش هزینه‌ها در قالب این الگوی بازاریابی برای برندها حرف اول و آخر را می‌زند. درست به همین دلیل دیگر کمتر برندی در دنیا وجود دارد که در شبکه‌های اجتماعی حضور نداشته باشد.

اگر نظر ما را بخواهید، مهمترین مزیت بازاریابی دیجیتال دسترسی به دامنه وسیعی از کاربران در عین کاهش هزینه‌های بازاریابی است. این یعنی شما می‌توانید بدون مشکل خاصی مشغول بازاریابی بوده و خیال‌تان بابت استفاده درست از بودجه‌تان جمع باشد. از طرف دیگر

تکنولوژی هستند، میانه خوبی با این الگو خواهند داشت.

عیب اول: ارزیابی سخت‌تر نتایج کمپین

بازاریابی سنتی هر چقدر هم که در مرحله اجرا راحت باشد، وقتی نوبت به ارزیابی نتایج می‌رسد تبدیل به کابوسی تمام نشدنی می‌گردد. خب شما از کجا می‌خواهید نتایج این کمپین بر روی اوضاع برندگان را با دقت بالا بررسی کنید. چه بسا مخاطب‌تان هیچ وقت واقعیت را درباره اوضاع بازاریابی‌تان به زبان نیاورد. به علاوه، دیگر ابزارهای هوشمند هم دم دست‌تان نیست تا همه اطلاعات را در کسری از ثانیه جلو روی‌تان قرار دهد.

بازاریابی سنتی اگرچه از بسیاری جهات مثل پهلوان کهنه‌کاری است که چم و خم کار را بلد است، اما شما هیچ وقت با استفاده از آن از نتیجه کارتان مطمئن نخواهید بود. دقیقا به همین خاطر شکست در بازاریابی سنتی خیلی رایج‌تر از بقیه الگوهاست.

عیب دوم: هزینه بالا

بازاریابی سنتی برخلاف شبکه‌های اجتماعی که همه چیز را به طور مجازی پیش می‌برد، با امور واقعی سر و کار دارد. درست به همین خاطر هزینه بازاریابی و تبلیغات در این الگو سر به فلک می‌کشد. کافی است به تبلیغات تلویزیونی در مسابقه سوپرپال یا بقیه رویدادهای ورزشی مهم نگاه کنید. اینطور وقت‌ها نه تنها هیچ شانس‌ی برای کسب و کارهای کوچک وجود ندارد، بلکه خیلی از آنها حتی فکر استفاده از چنین فرصت‌های تبلیغاتی را نیز نخواهند کرد. پس به جای اینکه الکی خودتان را امیدوار کنید، باید کمی واقع‌نگر باشید.

هزینه‌های بالا در بازاریابی سنتی یکی از دلایل اصلی علاقه نسل جدید بازاریاب‌ها به استفاده از شیوه‌های جایگزین است. درست حس زدید، منظور ما محبوبیت بالای بازاریابی دیجیتال به ویژه در بین کسب و کارهای کوچک است. اگر شما هم تا حالا به خاطر ترس از هزینه‌های بالای بازاریابی سنتی حتی سراغش را هم نگرفته‌اید، باید بگویم که اصلا تنها نیستید؛ چراکه کلی از بازاریاب‌های دیگر هم در سراسر دنیا چنین وضعیتی را دارند. راستش را بخواهید، حتی امروزه هم بازاریابی سنتی در مقایسه با نمونه دیجیتالش هزینه بیشتری روی دست کسب و کارها می‌گذارد. پس اگر آمادگی هزینه‌های بالا را ندارید، بهتر است فعلا بی‌خیال بازاریابی سنتی شوید.

عیب سوم: تعامل غیرمستقیم با مخاطب

بازاریابی دیجیتال همیشه گزینه‌ای بی‌نهایت جذابی برای تعامل با مخاطب هدف دارد. شما در این الگو حتی نسبت به وضعیت مخاطب‌تان نیز اطلاع دقیقی پیدا کرده و اوضاع را به خوبی مدیریت خواهید کرد. در عین حال برای اینکه کارتان دقیق‌تر از هر زمان دیگری پیش برود، کلی ابزار جانبی دم دست‌تان خواهد بود. از این نظر در بازاریابی دیجیتال شما شبیه سرمربی فوتبالی هستید که کلی کمک مربی دائما به او کمک می‌کنند.

در نقطه مقابل، بازاریابی سنتی شرایط بی‌نهایت متفاوتی دارد. در این الگو هیچ خبری از تعامل مستقیم با مخاطب هدف نیست. در عوض شما محتوای‌تان را تولید کرده و بعد هم دیگر هیچ بازخورد مشخصی از مخاطب دریافت نخواهید کرد. این امر کمی بازاریابی

عیب دوم: ماندگاری کمتر در ذهن مخاطب

روزانه چند تا کمپین بازاریابی دیجیتال به پست‌تان می‌خورد؟ احتمالا جواب این سوال برای اغلب مردم «بی‌نهایت زیاد» است. در این صورت نباید انتظار داشته باشید کمپین شما در بین این همه رقیب ماندگاری زیادی در ذهن کاربران داشته باشد. خب هرچه باشد در دنیایی که این همه رقیب برای‌تان وجود دارد، چرا فکر کرده‌اید کمپین‌تان تافته جدابافته خواهد بود؟

بازاریابی دیجیتال با حوزه شلوغی که ایجاد کرده کار ماندگاری در ذهن کاربران را طوری سخت کرده که نگو و نپرس. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بازاریاب‌ها باید با احتیاط بی‌نهایت زیادی از این شیوه استفاده کنند. وگرنه اوضاع‌شان خیلی زود به هم ریخته و دیگر توانایی هیچ کاری را نخواهند داشت. پس اگر فکر کرده‌اید در بازاریابی دیجیتال می‌توانید هر دقیقه مزاحم مخاطب‌تان شده و ماندگاری زیادی هم در ذهن‌شان داشته باشید، سخت در اشتباهید. شاید این الگوی بازاریابی جذابیت و محبوبیت زیادی داشته باشد اما هیچ نشانه‌ای از ثبات برندها در آن به چشم نمی‌خورد.

عیب سوم: توسعه مداوم

چقدر میانه‌تان با درس و مشق خوب است؟ اگر مثل من همیشه از درس فراری بوده‌اید، احتمالا بازاریابی دیجیتال حساسی ذوق‌تان را کور خواهد کرد؛ چراکه این الگو مثل کلاس درس‌ی است که هر روز یک نکته تازه در آن مطرح می‌شود. این وسط بازاریاب‌هایی که حوصله یادگیری مداوم نداشته باشند، خیلی زود از میدان به در شده و دیگر هیچ فرصتی برای خودنمایی نخواهند داشت.

بازاریابی دیجیتال به عنوان عرصه‌ای که در پیوند با شبکه‌های اجتماعی است، از کوچکترین تغییر این حوزه‌ها هم تاثیر می‌پذیرد. درست به همین خاطر خیلی‌ای از بازاریاب‌ها وقتی نوبت به تولید محتوا در این حوزه می‌رسد، خیلی زود از ترندها و تغییرات تازه جا می‌مانند. انگار که بازاریابی دیجیتال مسابقه دو سرعت است و اگر یک لحظه حواس‌تان پرت شود، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. شاید این شرایط برای آنهایی که اهل هیجان هستند، بی‌نهایت جذاب باشد، اما کافی است کسب و کار کوچکی را در نظر بگیرید که بودجه کافی برای تشکیل تیم بازاریابی ندارد و یک نفر همه کارها را جلو می‌برد. آن وقت دیجیتال مارکتینگ تبدیل به یک کابوس تمام عیار خواهد شد.

مزایا و معایب بازاریابی سنتی

ظاهرا بازاریابی سنتی باید پر از ایرادات مختلف باشد که حتی شنیدن‌شان هم هوش را سر آدم می‌برد. با این حال ماجرا اصلا اینطوری نیست. در عوض خیلی از کارآفرینان هنوز هم روی بازاریابی سنتی به مثابه شیوه‌ای کاملا تاثیرگذار حساب باز می‌کنند. ما در این بخش سعی می‌کنیم در کنار مزایای بازاریابی سنتی سری هم به معایبش بزنیم. اینطوری با چشم باز مسیرتان را انتخاب خواهید کرد.

مزیت اول: سهولت در اجرا

بازاریابی سنتی در مقایسه با الگوی دیجیتال دنگ و فنگ زیادی برای اجرا ندارد. خیلی از کسانی که میانه خوبی با مسیر پرپیچ و خم بازاریابی دیجیتال ندارند، خیلی زود به سمت بازاریابی سنتی جهت‌گیری می‌کنند. این امر نه تنها به آنها فرصت بهتری برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌دهد، بلکه کارشان را هم راحت‌تر خواهد کرد.

بی‌شک طراحی یک بیلبورد تبلیغاتی در کنار اتوبان کار بسیار راحت‌تری در مقایسه با ادیت ویدئوهای بازاریابی مربوط به یوتیوب است. پس تعجبی ندارد که هنوز هم بازاریابی سنتی طرفدارهای خاص خودش را داشته باشد.

مزیت دوم: بازاریابی چاپی ماندگاری بیشتری دارد

اغلب آدم‌ها در بین وسایل روزمره‌شان کلی دفتر، بروشور یا حتی خودکار با لوگو برندهای مختلف دارند. این وسط وضعیت روزنامه و مجلات مختلف نیز کاملا روشن است. از آنجایی که موارد بالا ماندگاری بیشتری در مقایسه با پست‌های دیجیتال دارند، خیلی از بازاریاب‌ها از آنها برای تاثیرگذاری طولانی‌مدت روی مخاطب سود می‌برند. مثلا چاپ شعار بازاریابی روی تیشرت و اهدای آنها به مخاطب هدف را در نظر بگیرید. از آن زمان به بعد هر وقت که مخاطب‌تان این تیشرت را به تن کند، اول از همه به یاد شما می‌افتد. با این حساب اوضاع شما در بازار کاملا برد-برد محسوب شده و دیگر لازم نیست نگران چیزی باشید.

دوام بازاریابی چاپی هنوز هم که هنوز است آن را گزینه‌ای محبوب برای بازاریاب‌ها کرده است. این امر به شما کمک می‌کند بدون هیچ مشکلی کارتان را برای اثرگذاری بر روی کاربران را دنبال کرده و نگران ماندگاری کوتاه‌مدت محتوای بازاریابی‌تان نباشید. یادتان باشد بازاریابی سنتی به خاطر اتکا بر شیوه‌هایی که کمتر دستخوش تحولات سریع دنیای دیجیتال هستند، همیشه ماندگاری بیشتری دارد، اما این لزوما به معنای علاقه مشتریان به چنین مواردی نیست. پس نباید فکر کنید مشتریان نسل ♫ که همگی جوان‌های عاشق

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۹۵۱۰۳۱۸۶۰۳۰۹ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۹/۲۷ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۳ رشت، تصرفات مالکانه بلاعارض خاتم خدیجه محبت دوست نفوتی فرزند عین اله به شماره شناسنامه ۲۵ صادره از رشت در قریه شالکو در ششداگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۵۶۴/۲۵ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۹۸۲/۱ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۲۷۱ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای عین اله محبت دوست نفوتی مجرز گردیده است، لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۱/۱۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۱/۱۹ ۳۳۰۹ م الف سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت ۲۷۷

آگهی فقدان سند مالکیت سند مالکیت ششداگ یک واحد ابارتمان مسکونی واقع در طبقه دوم ضلع غربی بلوک ۳ به شماره قطعه ۱۲ تفکیکی و مساحت ۹۵،۱۵ مترمربع تحت پلاک ۲۷۷۴ فرعی از ۲۲۰۲ فرعی از ۲۸۲ فرعی از ۹۴ فرعی از ۴۳- اصلی از ۲ فرعی از ۴۱- اصلی بخش ۵ فروین ذیل شماره ثبت ۲۷۷۹۹ دفتر جلد ۲۲۳ صفحه ۳۶۱ و شماره جایی ۹۲۷۷۲۹ سری ب سال ۹۱ به نام حکم فقیهه رحیمی علیزایی صادر و تسلیم گردیده است. حال مالک فوق طی درخواست بواره ۶۸۰۲۶۰۰۳ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۱۲ مدعی شده که سند مذکور بعلت سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت العننی را نموده مراتب باسنداد تبصره یک الحاقی بعماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر الحاد نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراضی خود را با ارکه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره ترسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت العننی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد. تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۱/۰۴ فرح معینی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه فروین -۹۰۹/م الف
--

آگهی اختصاصی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۲۰۰۸۰۰۳۱۲۰۰۸۰ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۹/۲۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان آق قلا پرونده کلاسه ۱۴۰۰۱۱۴۲۰۰۸۰۰۰۲۵ تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضی آقای لطیف توکلی فرزند نورالله به شماره شناسنامه ۵۶۳۸۵۲۴۹۷۰۵۳۸۵۲ صادره از آق قلا در سه دانگ مشاع از ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۶۹/۲۷ متر مربع ، در قسمتی از باقیمانده ششداگ پلاک شماره ۳۴۰ - فرعی از ۱ - اصلی واقع در اراضی آق قلا بخش ۷ - حوزه ثبتی ملک شهرستان آق قلا از سهمی آقای احمد توکلی تأیید گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف-۱۳۹۷ تاریخ انتشار نوبت اول روز سه شنبه ۱۴۰۱/۱۱/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: روز چهارشنبه ۱۴۰۱/۱۱/۱۹ محمد فندرسکی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آق قلا

آگهی ابلاغ مفاد رای صادره از طرف هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب سال ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۵۷۰۰۸۷۵۹ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۲۷ رای صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی، املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تصرفات مالکانه توج نیکوکار فرزند حسین به صورت عرصه ششداگ یک باب خاله به مساحت ۱۱۹۹۱ متر مربع قسمتی از پلاک ۸۵۴ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در شهریار مجرز گردیده و برابر محتویات پرونده ثبتی و دفتر املاک مربوطه عرصه ۵۰۰ متر مربع مشاع از ۵۱۹۰ متر مربع مشاع از ششداگ یک قطعه زمین به پلاک ثبتی ۸۵۴ فرعی از ۱۲ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۵۲۳ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۱۳ واقع در قریه سعید آباد حوزه ثبت ملک شهریار استان تهران به مساحت ۵۱۹۰ متر مربع بنام آقای احمد زندی ثبت و سند صادر شده است که برابر دفتر املاک مساحت ۱۴۰ متر مربع از مورد ثبت تحت پلاک ۳۸۶۲ فرعی منتزع شده است لذا با توجه با کثرت موارد اتراعی و مشاعی بودن مورد ثبت اعلام و استخراج دقیق مساحت باقیمانده مستلزم اجرای تبصره ۱ ذیل ماده ۲۴ قانون اصلاحی ثبت خواهد بود و در ضمن ملک مربوطه از مالکیت احمد زندی می باشد که نامبردد در هیات حضور نیافته و هیات مقرر نموده با اعمال ماده ۱۰ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی ان مصوب ۱۳۹۱/۰۴/۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت به نام متصرف فوق الذکر اقدام شود لذا بدینوسیله مفاد رای صادره به نامبرده و به اشخاص ذینفع جهت اطلاع در دو نوبت با فاصله پانزده روز آگهی می گردد که چنانچه به مفاد رای صادره اعتراض دارند اعتراضی خود را ظرف مدت ۱ ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به این اداره ثبت اسناد و املاک تسلیم و رسید دریافت دارند و در صورت عدم اعتراضی ظرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود. ضمنا صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود. شناسه آگهی ۱۴۴۳۷۴۸ م الف-۱۳۲۰ تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۱/۱۱/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۱/۱۱/۱۹ مهدی ناصری – رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار ۲۷۱

آگهی اختصاصی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۲۰۰۸۰۰۳۱۲۰۰۸۰ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۹/۲۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان آق قلا پرونده کلاسه ۱۴۰۰۱۱۴۲۰۰۸۰۰۰۲۵ تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضی آقای علی توکلی فرزند عبدالمجید به شماره شناسنامه ۴۹۷۰۱۹۱۲۰۱ کد ملی ۴۹۷۰۱۹۱۲۰۱ صادره از آق قلا در سه دانگ مشاع از ششداگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۶۹/۲۷ متر مربع ، در قسمتی از باقیمانده ششداگ پلاک شماره ۳۴۰ - فرعی از ۱ - اصلی واقع در اراضی آق قلا بخش ۷ - حوزه ثبتی ملک شهرستان آق قلا از سهمی آقای احمد توکلی تأیید گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف-۱۳۹۷ تاریخ انتشار نوبت اول روز سه شنبه ۱۴۰۱/۱۱/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: روز چهارشنبه ۱۴۰۱/۱۱/۱۹ محمد فندرسکی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آق قلا
--

آگهی تغییرات شرکت سهامی خاص ویزن سلامت پیام به شناسه ملی ۱۴۰۰۵۷۳۷۲۵۲ و به شماره ثبت ۴۸۹۵۹۱ به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۴۰۱،۰۱،۰۷ تصمیمات ذیل اتخاذ شد محل شرکت به آدرس استان تهران، شهرستان شمیرانات، بخش مرکزی، شهر تجریش، کاشانک، خیابان شهید احمد مهدی زاده، خیابان شهید محمدرضا پورایتهاج، پلاک ۲۶۷- مجتمع یاس، طبقه ۵، واحد ۵۰۲ به کد پستی: ۱۹۷۸۹۴۵۰۹۹ تغییر یافت و ماده مربوطه دراساسنامه اصلاح گردید . سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۱۴۴۵۰۲۹)
--

اخبار

امضای تفاهمنامه همکاری پژوهشی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان و دانشگاه شهید چمران اهواز



اهواز - **شبیم قچاوند:** تفاهمنامه همکاری همه‌جانبه علمی پژوهشی میان شرکت برق منطقه‌ای خوزستان و دانشگاه شهید چمران اهواز به امضا رسید.

تفاهمنامه گسترش سلح همکاری‌های همه جانبه در بیست و سومین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش، فناوری و فن بازار خوزستان، به امضای محمود دشت‌بزرگ مدیرعامل این شرکت و علی‌محمد آخوندعلی رئیس دانشگاه شهید چمران اهواز رسید.

از جمله محورهای این همکاری می‌توان به همکاری‌های پژوهشی، مطالعاتی و مشاوره‌ای، برگزاری

همایش‌های علمی - تحقیقاتی مشترک، اجرای دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی مورد نیاز شرکت، استفاده از توانمندی‌های اعضاء هیات علمی دانشگاه در خدمات کارشناسی مورد نیاز شرکت، اجرای پایان‌نامه‌های تحصیلات تکمیلی در زمینه‌های مورد نیاز شرکت، استفاده از امکانات تحقیقاتی (آزمایشگاهی و کارگاهی) متقابل و ... اشاره کرد. بر اساس این گزارش، بیست و سومین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش، فناوری و فن بازار خوزستان با حضور شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی خوزستان در اهواز آغاز به کار کرده و دستاوردهای پژوهشی این شرکت در معرض دید بازدیدکنندگان قرار گرفته است.

سرپرست معاونت فرهنگی و رسانه‌ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مرکزی:

فراخوان سومین جشنواره مطبوعات استان مرکزی منتشر شد



اراک - **فرناز امیدی:** سرپرست معاونت فرهنگی و رسانه‌ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مرکزی گفت: فراخوان سومین جشنواره مطبوعات، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری این استان منتشر شد.

غلامرضا پایی الواری افزود: سومین جشنواره مطبوعات، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری استان مرکزی با شعار " رسانه، جهاد تبیین و اثرگذار" در زمستان امسال برگزار می‌شود.

وی ادامه داد: ایجاد رقابت سالم برای تعالی‌بخشی حرفه‌ای رسانه‌ای، افزایش اعتبار و تاثیر رسانه‌ها در معادلات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه، سوق دادن اهالی رسانه به سمت مطالبه‌گری و قدرت بخشی رسانه‌ها، گرایش رسانه‌ها به تولید محتوی و اثربخشی به آثار، ارزیابی

مهارت‌ها و شناسایی برترین‌های رسانه‌ای استان، ارتقای سواد رسانه‌ای، معرفی فرصت‌ها و ظرفیت‌های رسانه‌ای و مقابله با آسیب‌های اجتماعی از اهداف این جشنواره است. سرپرست معاونت فرهنگی و رسانه‌ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مرکزی اظهار کرد: این جشنواره در بخش‌های مقاله و یادداشت، خبر، تیتراژ، گزارش، مصاحبه، عکس، طنز و طراحی و صفحه آرایی برگزار می‌شود. پایی الواری شعار سال، امیدآفرینی، جهاد تبیین، گام دوم انقلاب و دستاوردهای ۴۳ ساله نظام اسلامی در حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، ترویج فرهنگ عفاف و حجاب، امر به معروف و نهی از منکر، توسعه ارزش‌های دینی، نماز، ایثار و شهادت، دفاع مقدس و سبک زندگی ایرانی و اسلامی و بهداشت عمومی را از مهمترین موضوعات سومین جشنواره مطبوعات، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری استان مرکزی عنوان کرد. وی اضافه کرد: پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی، پیشگیری از قاچاق کالا و ارز، حمایت از خانواده، خانواده باثبات، توسعه ورزش همگانی، جوانی جمعیت و تشویق به فرزندآوری، اخلاق و سواد رسانه‌ای و بیان آسیب‌های فضای مجازی، محیط زیست، مهاجرت بی‌رویه و بحران آب، مدیریت شهری و توسعه فرهنگ شهروندی را از دیگر موضوعات این جشنواره عنوان کرد. سرپرست معاونت فرهنگی و رسانه‌ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مرکزی گفت: آثاری که از اول فروردین ماه سال ۱۴۰۰ تا پایان اسفندماه سال جاری در رسانه‌های خبری مجوزدار (نشریات استانی، خبرگزاری‌ها، پایگاه‌های خبری و سراسری) منتشر شده باشند، در این جشنواره شرکت داده می‌شوند. پایی الواری با بیان اینکه هر متقاضی می‌تواند در سه بخش جشنواره شرکت کند و در هر بخش باید ۲ اثر را بارگذاری نماید، ادامه داد: متقاضیان شرکت در جشنواره می‌توانند تا پایان اسفندماه امسال به نشانی <http://markazi.pressfestival.ir> مراجعه و آثار خود را بارگذاری کنند.

با هدف مدیریت مصرف گاز:

۴۰۰۰۰ مورد بازدید و ۳۸۰۰ محدودیت و قطع گاز

در خراسان رضوی انجام شد

مشهد - **صابر ابراهیم یای** : مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی از ۴۰۴۴۴ مورد رصد و پایش و ۳۸۱۳ مورد اعمال محدودیت و قطع گاز در این استان خبر داد و گفت: با توجه به شرایط حساس شبکه گاز استان، رعایت الگوی مصرف بهینه گاز با جدیت در ادارات و موسسات دولتی، استخرها، مراکز تجاری، پاساژها و ... اجرا می شود.

حسن افتخاری با اعلام این خبر اظهار کرد: طرح پایش مصرف بهینه گاز از ۱۵ آذرماه امسال با هدف نظارت بر مصرف درست گاز در حال اجرا است و تاکنون ۴۰۴۴۶ مورد بازدید و ۳۸۱۳ محدودیت و قطع گاز در استان اعمال شده است. وی با اشاره به دستور استاندار خراسان رضوی مبنی بر رعایت الگوی مصرف درست گاز توسط ادارات و موسسات دولتی افزود: در همین مدت ۳۲۴۶۵ مورد بازدید از ادارات و ساختمان های دولتی انجام شده که حاصل آن صدور ۸۲۹ خطار و ۳۶۱ مورد قطع گاز بود.

افتخاری با بیان این مطلب که مطابق ردیف ۴ و ۵ مصوبه هیات وزیران در نیمه آذرماه ۱۴۰۱، استفاده از گاز طبیعی به منظور گرمایش استخرهای خانگی و استفاده از وسائل انرژی بر در درب ورودی مجموعه ها یا در فضای باز ممنوع است افزود: از ۱۵ آذرماه تاکنون ۱۳۰۴ مورد بازدید از مراکز استفاده کننده از سیستم گرمایشی در فضاهای روباز انجام، و جریان گاز ۴۰۹ مجموعه متخلف نیز به دلیل عدم توجه به قانون قطع شد. مدیرعامل شرکت گاز استان تصریح کرد: متأسفانه در زمستان امسال به دلیل قطع گاز ترکمنستان و برودت شدید هوا تا منفی ۲۸ درجه سانتیگراد شاهد افت فشار گاز در شبکه گاز منطقه شرق کشور بودیم که این موضوع با ورود وزیر نفت، استاندار خراسان رضوی و همراهی مدیران و مسئولان شرکت ملی گاز و استان و البته تعامل خوب مردم در کوتاه ترین زمان ممکن برطرف شد. وی تصریح کرد: مردم مشهد و خراسانی ها امسال با صرفه جویی معادل ۲۳ میلیون و ۷۰۰ هزار مترمکعب گاز در مدت هفت روز، کاری تاریخی و شاخص را انجام دادند. البته با توجه به ورود موج جدید سرما به استان و کاهش هوا تا منفی ۸ درجه ادامه صرفه جویی و خاموش کردن حداقل یک وسیله گرمایشی در دوره پیک سرما برای حفظ پایداری شبکه گازرسانی امری لازم و ضروری است. افتخاری گفت: شهروندان محترم می توانند در صورت مواجهه با استفاده مراکز تجاری به ویژه فست فودها یا رستوران های خیابانی از گرماتاب یا عدم رعایت الگوی مصرف گاز در ادارات و موسسات دولتی موضوع را از طریق مرکز امداد ۱۹۴ شرکت گاز استان خراسان رضوی اطلاع دهند.

رئیس بنیاد مسکن گرگان:

موانع پرداخت وام ۲۰۰ میلیون تومانی مسکن در گرگان برطرف شد

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز:** رئیس بنیاد مسکن انقلاب اسلامی گرگان گفت: موانع پرداخت تسهیلات ۲۰۰ میلیون تومانی ساخت مسکن در گرگان برطرف شد. وی الله رضایی در گفتگو با خبرنگاران اظهار کرد: با تلاش‌های انجام شده و مساعدت بانک‌ها، موانع پرداخت تسهیلات ۲۰۰ میلیون تومانی ساخت مسکن در گرگان برطرف شد. رئیس بنیاد مسکن انقلاب اسلامی گرگان افزود: متقاضیان ساخت مسکن در روستاها و شهرهای زیر ۲۵ هزار نفر جمعیت می‌توانند برای دریافت این تسهیلات با سود پنج درصد و بازپرداخت ۲۰ ساله مراجعه کنند. وی گفت: اگر چه برای ساخت هزار و ۲۰۰ واحد مسکونی امسال در گرگان هدف‌گذاری کردیم اما اگر متقاضیان بیشتر از این تعداد هم باشند به بانک‌ها معرفی خواهند شد. گفتنی است تسهیلات کم بهره در روستاها و شهرهای زیر ۲۵ هزار نفر از ۱۰۰ میلیون تومان به ۲۰۰ میلیون تومان افزایش یافته است.

مدیر بنیاد مسکن شهرستان گنبد کاووس:

افزایش مبلغ تسهیلات قرض الحسنه ساخت مسکن روستایی

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز:** مرتضی صابری مدیر بنیاد مسکن شهرستان گنبدکاوس در گفتگو با خبرنگران شهرستان از افزایش مبلغ تسهیلات قرض‌الحسنه ساخت مسکن روستایی به ۲۰۰ میلیون تومان خبر داد.مدیر بنیاد مسکن شهرستان گنبدکاوس با اعلام این خبر افزود: کلیه موانع پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه ساخت مسکن روستایی رفع شده و به کلیه متقاضیانی که از ۲۵ آبان ماه ۱۴۰۰ به بعد از تسهیلات قرض‌الحسنه ساخت مسکن روستایی استفاده کرده اند متعم ۱۰۰ میلیون تومانی پرداخت می شود.مهندس صابری خاطرنشان کرد : کارمزد این تسهیلات ۵ درصد، بازپرداخت آن ۲ ساله، ضمانت تسهیلات بصورت سفته زنجیره ای، بدون نیاز به نوبت و سپرده گذاری در بانک می باشد.مدیر بنیاد مسکن شهرستان گنبدکاوس با اشاره به اینکه در حال حاضر هیچ محدودیتی در پرداخت این تسهیلات وجود ندارد از جوانان، مالکین واحدهای فرسوده روستایی، مستأجران روستایی و شهرها، علاقه مندان به زندگی در روستا خواست تا از این فرصت برای خانه دار شدن و برخورداری از آرامش و آسایش زندگی در روستاها استفاده کنند. وی در پایان تاکید کرد که این تسهیلات به ساکنین در شهرهای با جمعیت کمتر از ۲۵ هزار نفر نیز همانند متقاضیان روستایی پرداخت میشود

ارائه دستاوردهای پژوهشی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در نمایشگاه هفته پژوهش استان



محمود دشت‌بزرگ مدیرعامل و کیومرث زمانی معاون برنامه‌ریزی و تحقیقات شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در روز اول نمایشگاه در محل غرفه حاضر و میزبان بازدیدکنندگان از جمله مهرداد نیکو رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی خوزستان و سید احمد موالی زاده، معاون توسعه مدیریت و منابع استانداری بوده و به سوالات خبرنگاران و علاقمندان برق نیز پاسخ دادند.

امضای تفاهمنامه با دانشگاه شهید چمران اهواز و تقدیر از اساتید دانشگاهی که با این شرکت همکاری علمی داشته‌اند از جمله برنامه‌های شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در اولین روز نمایشگاه دستاوردهای پژوهشی استان بوده است.

دfter تحقیقات و کنترل کیفیت تجهیزات، متولی و میزبان برپایی غرفه دستاوردهای پژوهشی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در بیست و سومین نمایشگاه دستاوردهای پژوهشی خوزستان بوده و میزبان بازدیدکنندگان در طول برگزاری نمایشگاه بود. بر اساس این گزارش، شش دانشگاه پنج مرکز پژوهشی، ۲۱ دستگاه اجرایی و ۲۵ شرکت دانش بنیان مستقر در استان خوزستان در این نمایشگاه حضور داشتند.

رئیس دانشگاه فنی و حرفه‌ای بوشهر:

۴۰ درصد دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای بوشهر غیربومی هستند

امام خانه‌ای و الزهرا نیز راه‌اندازی شود.

رئیس دانشگاه فنی و حرفه‌ای واحد بوشهر با اشاره به جای خالی رشته‌های دریایی در دانشگاه فنی و حرفه‌ای واحد بوشهر عنوان کرد: در حال نهایی کردن تفاهمنامه برای راه‌اندازی رشته تعمیرات تجهیزات دریایی هستیم. برای این رشته امکانات و تجهیزات لازم را نداریم اما از ظرفیت کارخانه‌های استان بهره خواهیم برد.

بهمیاری بیان کرد: در حال حاضر با راه‌اندازی یک رشته دریایی را شروع کرده‌ایم اما امیدواریم در ادامه رشته‌های بیشتری در این حوزه را فعال کنیم چرا که صنایع کشتی‌سازی فراوانی در استان وجود دارد اما متناسب با آنها نیروی انسانی تربیت نشده است.

این مقام مسئول با بیان اینکه در تلاش هستیم تا مرکز ساخت قطعه را دایر کنیم، افزود: اکنون قطعات مختلف در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی استان بوشهر از خارج از کشور با استنان تأمین می‌شود که راه اندازی این مرکز کمک بزرگی به صنایع مستقر در بوشهر خواهد بود.

بهمیاری با اشاره به جای خالی رشته تراشکاری در دانشگاه فنی و حرفه‌ای واحد بوشهر گفت: این رشته یکی از نیازهای قطعه سازی است که مورد غفلت قرار گرفته است.

در دیدار مدیرعامل شرکت توزیع برق گیلان با نماینده مردم شهرستان آستانه اشرفیه در مجلس مطرح شد

خدمات رسانی مطلوب در گرو جذب منابع مالی مورد نیاز است

اظهار داشت : ارائه خدمات مطلوب به مردم منوط به پرداخت به موقع صورتحساب بهای برق مصرفی توسط مشترک ان است و هرگونه تأخیر در این موضوع شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان را با محدودیت در خدمات‌رسانی به مشترکان مواجه می‌کند

وی افزود: اپلیکیشن «برق من» آسان‌ترین و راحت‌ترین راه برای پرداخت غیر حضوری بهای برق مصرفی است. مهدیزاده گفت: هم‌استانی‌ها می‌توانند با نصب این نرم‌افزار از کافه بازار یا سایت شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان به نشانی www.gilanpdc.ir از خدمات متنوع این شرکت بدون نیاز به مراجعه حضوری به ادارات و امورهای توزیع برق بهره‌مند شوند.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان در انتها با توجه به چالش های انرژی در فصل سرد سال ازمشترکین این شرکت خواست تا با مصرف بهینه برق موجبات پایداری شبکه های توزیع برق را در سراسر استان فراهم آورند.



برای بانوان ترسیم نماید.

وی در پایان سخنران خود دانشگاه حضرت معصومه (س) را مکان مناسبی برای برای ادامه تحصیل بانوان کشور نیکاراکونه در کشور ایران معرفی کرد و گفت: بانوان نیکاراکونه ای می توانند با تحصیل در دانشگاهی ویژه آنان در شهر قم به تحصیل علم، دانش و معرفت مشغول شوند.



رسانی بهتر و مطلوب تر به متقاضیان و مشترکین این شرکت اشاره کرد و گفت:خدمات‌رسانی مطلوب در گرو جذب منابع مالی مورد نیاز می‌باشد و در این زمینه نقش نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی بسیار حائز اهمیت است.

رئیس هیئت مدیره شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان

رئیس دانشگاه حضرت معصومه (س):

آماده همکاری های علمی

با دانشگاه های نیکاراکوئه هستیم

داشته باشد.رئیس دانشگاه حضرت معصومه (س) اختصاص این دانشگاه به بانوان و نگاه ویژه فعالیت های دانشگاه به مقوله زن و خانواده را مورد توجه قرار داد و اظهار داشت: همکاری این دانشگاه با مراکز علمی و تحقیقاتی نیکاراکوئه و تمرکز بر بحث مطالعات زن و خانواده می تواند نتایج قابل توجهی داشته باشد.

دکتر بردبار از ورود دانشگاه حضرت معصومه (س) به حوزه فناوری های نوین نظیر هوش مصنوعی و تولید محتوای دیجیتال و رسانه ای در آینده ای نزدیک خبر داد و ابراز امیدواری کرد ارتباط علمی این دانشگاه با دانشگاه های سایر کشورها بتواند افق های جدیدی در این موضوعات

مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان مرکزی:

هلال احمر استان به پنج‌هزار و ۹۹۴ نفر خدمات امداد و نجات ارایه کرد

اراک - **فرناز امیدی:** مدیرعامل جمعیت هلال‌احمر استان مرکزی گفت: این جمعیت از ابتدای امسال تاکنون با انجام ۵۰۴ ماموریت، به پنج‌هزار و ۹۹۴ نفر خدمات امداد و نجات ارایه کرد. علیرضا شهرجردی افزود: در این مدت، ۶۵۲ تیم عملیاتی جمعیت هلال احمر استان مرکزی در قالب ۲ هزار و ۲۰۸ نفر، به نقاط مختلف اعزام شدند.

وی بیان کرد: بر اثر حوادث مختلف رخ داده در این مدت، ۴۴۵ نفر دچار مصدومیت شدند که ۳۰۹ نفر از آنها به مراکز درمانی منتقل و ۱۳۶ نفر به صورت سرپایی مداوا شدند.

مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان مرکزی ادامه داد: ۹

اهواز - **شبیم قچاوند:** بیست و سومین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش، فناوری و فن بازار خوزستان با حضور شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در محل دائمی هایگاه‌های بین‌المللی خوزستان در اهواز آغاز برگزار شد. غرفه این شرکت در نمایشگاه هفته پژوهش میزبان بازدید علاقمندان بود و در آن دستاوردهای تحقیقی و پژوهشی این شرکت به نمایش درآمده است .

از جمله طرح‌های تحقیقی و پژوهشی که با حمایت شرکت برق منطقه‌ای خوزستان به نتیجه نهشته و در ین نمایشگاه به نمایش درآمده است می‌توان به طراحی ؛ ساخت سه نمونه ترانسفورماتور نوری اندازه‌گیری ولتاژ ؛ جریان ترکیبی برای پست‌های ۱۳۲ کیلوولت، بررسی ؛ تحقیق در تدوین دانش فنی و ساخت نیمه صنعتی

بقره پلیمری بر اساس شرایط آب و هوایی خوزستان، بررسی ؛ امکان‌سنجی استفاده از قابلیت‌های واحدهای اندازه‌گیری نازور (PMU) در بهبود عملکرد رله‌های دیستانس خطوط انتقال شبکه برق خوزستان، تحقیق و بررسی حالت‌های گذرای زونانس و فرورزونانس شبکه انتقال خوزستان و ارائه راهکارهای

بوشهر - **خبرنگار فرصت امروز:** رئیس دانشگاه فنی و حرفه‌ای واحد بوشهر با بیان اینکه ۳۱۰۰ دانشجو در این دانشگاه مشغول به تحصیل هستند، گفت: حدود ۴۰ درصد دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای بوشهر غیربومی هستند. احسان بهمیاری یکشنبه ۲۵ در نشست با خبرنگاران اظهار کرد: در استان وشر سه دانشکده فنی و حرفه‌ای شاما دانشکده امام خانه‌ای، دانشکده الزهرا و دانشکده کنگان با ۳۱۰۰ دانشجو در مقاطع کاردانی با ۲۲ رشته و کارشناسی با ۱۴ رشته وجود دارد.

وی ادامه داد: از مجموعه دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای واحد بوشهر حدود ۱۴۰۰ نفر دختر و ۱۶۰۰ نفر پسر هستند که ۳۳۰ دانشجوی پسر و ۳۵۰ دانشجوی در خواہگام مستقر هستند؛ ا به بهره‌برداری رسیدن یک خلیگه جدید برای پسران ۱۸۰ ظرفیت جدید به تعداد پذیرش دانشجویان پسر افزوده خواهد شد. رئیس دانشگاه فنی و حرفه‌ای واحد بوشهر با اشاره به فعالیت هشت استاد هیات علمی و ۲۰۰ استاد حق التدریسی تر این دانشگاه تصریح کرد: این دانشگاه سالانه حدود ۵۰۰ فارغ‌التحصیل دارد که ۷۰ درصد دروس خود را به صورت عملی ؛ ۲۰ درصد دروس را به‌صورت تئوری می‌آموزند.

بهمیاری با بیان اینکه حدود ۴۰درصد دانشجویان دانشگاه فنی

رشت - **خبرنگار فرصت امروز:** محمدتقی مهدیزاده مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان ، طی این دیدار به گفتگو و تبادل نظر با ابراهیم نجفی نماینده مردم شریف شهرستان آستانه اشرفیه پرداخت.

ابراهیم نجفی در این دیدار ضمن تقدیر از تلاش‌های شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان در جهت پایداری شبکه های توزیع برق برخی درخواست‌های مردمی و مطالبات عمومی در حوزه انتخابیه خود را مورد پیگیری قرار داد. وی درآدمه به تبیین رخی چالش‌های صنعت برق کشور در سال جاری پرداخت و براز امیدواری کرد که با جذب اعتبارات لازم، بتوان مشکلات و کمبودهای موجود در شرکت توزیع نیروی برق گیلان از جمله نیاز به نوسازی شبکه‌های فرسوده را برطرف ساخت.

محمد تقی مهدیزاده مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق ستان گیلان نیز ضمن استماع در خواست‌های مردمی مطرحه، ه تلاش‌های کارکنان شرکت از ابتدای سال ۱۴۰۱ جهت خدمات

قم - **خبرنگار فرصت امروز:** دکتر مریم بردبار در دیدار با ئیس شورای ملی دانشگاه‌های نیکاراکوئه که در حضور وزیر علوم، تحقیقات و فناوری برگزار شد آمادگی این دانشگاه برای همکاری های علمی با دانشگاه ها و مراکز علمی و تحقیقاتی یکاراکونه را اعلام کرد.

به گزارش روابط عمومی دانشگاه حضرت معصومه (س) دکتر ردبار در گفتگو با رئیس شورای ملی دانشگاه‌های نیکاراکوئه با شاره به رشته های علوم انسانی و هنر موجود در دانشگاه گفت: ین دانشگاه می تواند همکاری های مطلوبی در حوزه های مربوطه با رشته های موجود با مراکز علمی و تحقیقاتی نیکاراکوئه



نویسنده: علی آل علی

چه چیزی یک برند را از بقیه رقبا متمایز می‌کند؟ احتمالا جواب‌هایی مثل لوگو جذاب، شعار تبلیغات حیرتانگیز یا حتی بازاریابی حرفه‌ای منطقی به نظر برسد؛ چراکه این روزها تقریبا همه برندها دنبال این موارد هستند. اگرچه تمام این موارد تاثیرگذار به نظر می‌رسد، اما هیچ کدام به پای ارزش‌های برند نمی‌رسد. وقتی شما برندی با ارزش‌های جذاب داشته باشید، فرقی ندارد رقبا چه کار می‌کنند، در هر صورت مشتریان شش دانگ حواس‌شان پیش شما خواهد بود.

فرض کنید بعد از یک روز خسته‌کننده سر کار برای کمی استراحت به بزرگ‌ترین فروشگاه شهر رفته‌اید و بعد از کمی گشت‌زنی قصد دارید یک نوشیدنی بخرید. در این صورت احتمالا تا چشم‌تان به لوگو استارباکس بخورد، هوش از سرتان می‌رود. این نه به خاطر لوگو جذاب استارباکس، بلکه ارزش‌هایی است که این برند در طول دهه‌های متعددی دنبال کرده است. ماجرا درباره خرده‌فروشی هول فودز (Whole Foods) مشابه است. از آنجایی که این فروشگاه فقط محصولات ارگانیک عرضه می‌کند، مشتریان خیلی زود آن را با چنین ارزشی شناخت‌اند. حالا هم اگر تیم بازاریابی هول فودز برای همیشه دست از کار بکشد، کمتر کسی این خرده‌فروشی جذاب را فراموش خواهد کرد. باور کنید یا نه، برندها این روزها بیشتر از اینکه به خاطر ולخرچی‌شان در عرصه بازاریابی فروش داشته باشند، به خاطر ارزش‌های محوری‌شان در دل مشتریان جا باز می‌کنند. به همین خاطر انتخاب ارزش‌های درست تبدیل به مهمترین تصمیم در سطوح بالای مدیریت کسب و کارها شده است. اگر شما تا حالا حتی یک کلمه هم درباره ارزش برند چیزی به گوش‌تان نخورده، باید هرچه زودتر شیوه کارتان را تغییر دهید. وگرنه خیلی زود یک سقوط آزاد تمام عیار را تجربه خواهید کرد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم انتخاب ارزش‌های برند کاری نیست که در عرض چند دقیقه انجام شود. در عوض شما یک راهنمای درست و حسابی لازم دارید تا در این هزارتوی پیچیده گم نشوید. دقیقا به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم سفری تا صد تعریف ارزش برند را به اتفاق شما زیر ذره بین ببریم. پس تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا یاد بگیرید چطور ارزش‌های برندتان را تعریف کنید.

ارزش برند: یک تعریف ساده

تقریبا همه کارآفرینان می‌دانند ارزش برند مفهوم مهمی است، اما کمتر کسی درباره چیسیتی آن اطلاع دقیقی دارد. انگار که ارزش برند اصلا تعریف مشخصی ندارد و فقط باید سرسری از کنارش رد شد. از آنجایی که ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با چنین الگویی نداریم، مثل همیشه کارمان را با یک تعریف دقیق درباره ارزش برند شروع می‌کنیم.

اگر بخواهیم دور توضیحات کلیشه‌ای را خط بکشیم، ارزش برند در واقع همه اصولی است که یک کسب و کار را شکل می‌دهد. مجموعه باورهایی که یک برند بر مدار آن فعالیت می‌کند، ارزش‌های برند را شکل می‌دهد. اجازه دهید قبل از اینکه حسابی شما را گیج کنیم، یک مثال واضح بزنیم. برند کوکاکولا را در نظر بگیرید. این برند در طول یک دهه اخیر به طور مداوم در حوزه حفاظت از محیط زیست نقش پررنگی داشته است. واضح‌ترین نمونه اقداماتش هم تعهد نسبت به حذف پلاستیک از بسته‌بندی محصولاتش تا سال ۲۰۳۰ است. همانطور که می‌بینید، حفاظت‌ از محیط زیست به عنوان یکی از ارزش‌های کوکاکولا ریشه در نحوه فعالیتش دارد. به طور مشابه، تاکید تئوئیر بر روی امنیت اطلاعات کاربران‌ش هم نوع دیگری از ارزش برند محسوب می‌شود؛ چراکه تئوئیر تمام تلاشش برای جلوگیری از درز اطلاعات یا سرقت آنها را انجام می‌دهد.

بعضی از کارآفرینان فکر می‌کنند مفهوم ارزش برند فقط برای مشتریان مهم است. اگر شما هم اینطوری فکر می‌کنید، باید حسابی ناامیدتان کنیم؛ چراکه در دنیای واقعی ماجرا اصلا اینطوری نیست. حتما شما هم دوست دارید در برندهایی مثل اپل یا مایکروسافت کار کنید. این

علاقه شدید برای همکاری با برندهای بزرگ نه فقط به خاطر حقوق بالا، بلکه ارزش‌های حیرتانگیز چنین کسب و کارهایی است. زمانی استیو جابز گفته بود بازاریابی تماما در توضیح ارزش‌های برند خلاصه می‌شود. شاید آن زمان کمتر کسی حرف استیو جابز را جدی گرفت اما حالا همه اهمیت ارزش برند را درک می‌کنند.

کارآفرینانی که ارزش‌های درستی برای برندشان تعریف می‌کنند، این شانس را دارند که همیشه و همه جا از آن استفاده کنند. فرقی ندارد پای کمپین بازاریابی وسط باشد یا سعی و تلاش برای بازاریبی مشتریان از دست رفته، در هر صورت ارزش‌های برند عصای دست کارآفرینان خواهد بود.

چرا ارزش‌های برند مهم است؟

حالا که یک تعریف خودمانی از ارزش برند را زیر ذره بین بردیم، باید مزایای آن را هم بررسی کنیم. بی‌شک هیچ کارآفرینی با یک تعریف ساده بی‌گدار به آب نمی‌زند تا یک استراتژی تازه را یاد بگیرد. از آنجایی که همه مخاطب‌های ما در روزنامه فرصت امروز کارآفرینانی باهوش هستند، ما در این بخش سراغ مزایای تعریف دقیق ارزش برند رفته‌ایم. اینطوری شما با خیال راحت در ادامه با ما همراه خواهید بود. این شما و این هم اهمیت ارزش برند در دنیای کسب و کار.

تعامل بهتر با کارمندان

آیا تا حالا کارمندانی را دیده‌اید که علی رغم حقوق و مزایای بالا هیچ انگیزه‌ای برای کار کردن نداشته باشند؟ بی‌شک همه ما تجربه تعامل با چنین کارمندانی را داشته‌ایم. اگر بخواهیم کمی سخت‌گیرانه به ماجرا نگاه کنیم، خیلی راحت می‌شود تک تک کارمندان را به خاطر تنبلی سرزنش کرد. با این حال چنین راهکاری خیلی منطقی نیست. در عوض باید دنبال مشکلات ریشه‌ای بود. اگر آینده کاری با چشم‌انداز شرکت برای کارمندان مشخص نباشد، دیر یا زود تک تک آنها انگیزه‌شان را از دست خواهند داد. این وسط تنها چیزی که به داد برندها می‌رسد، ارزش‌های محوری‌شان است. وقتی شما ارزش‌های محوری برای کسب و کارتان انتخاب می‌کنید، در واقع چشم‌انداز و آینده برندتان را مشخص می‌کنید. این روزها کارمندان بیشتر از اینکه به فکر حقوق بالاتر باشند، دنبال تجربه‌های بهتر و یادگیری نکات جدید در عرصه کسب و کار هستند. این دقیقا همان چیزی است که بهترین کارمندان شما را در برابر وسوسه پیوستن به برندهای بزرگتر محافظت می‌کند.
خب پیش خودتان فکر نکرده‌اید که بهترین کارمندان شرکت‌تان همینطوری الکی در کنارتان باقی ماندند؟

تبدیل خریداران عادی به مشتریان وفادار
خرید از برندهای مختلف نوعی تفریح محسوب می‌شود، اما هیچ چیز به اندازه خرید از یک برند مطمئن خیال آدم را راحت نمی‌کند. البته یک مشکل بزرگ این وسط وجود دارد و آن سختگیری مشتریان در انتخاب برندهاست. همانطور که یک طرفدار فوتبال برای انتخاب تیم محبوبش سال‌های سال زمان می‌گذارد، مشتریان هم تا وقتی کلی از برندها را زیر و رو نکنند، گزینه محبوب‌شان را انتخاب نخواهند کرد. این ماجرا خیلی وقت‌ها هزینه زیادی روی دست برندها می‌گذارد، اما اگر از همان اول ارزش‌های برندتان را دقیق تعریف کنید، هم خیال خودتان را راحت می‌کنید، هم مشتریان کنجکار را!!

اگر هنوز هم فکر می‌کنید محصولات باکیفیت مشتریان وفادار در دور برندتان جمع می‌کند، باید بگوییم حسابی از کارآفرینی مدرن جا مانده‌اید؛ چراکه این روزها مشتریان برای خرید از برندهای محبوب‌شان حتی بیشتر از حد هم هزینه می‌کنند. پس به جای اینکه فقط روی محصول‌تان متمرکز شوید، کمی هم به فکر ارزش‌های محوری‌تان باشید. مثلا حفاظت از محیط زیست یا استفاده از مواد اولیه تجدیدپذیر را در نظر بگیرید. خیلی از مشتریان حاضرند برای خرید از برندهایی با چنین ارزش‌هایی هر مشکلی را به جان بخرند. پس به جای اینکه همینطور الکی منتظر بمانید، دستی به سر و گوش برندتان کشیده و اوضاع‌تان را تغییر دهید.

کمک به مشتریان برای تصمیم‌گیری سریع تر
خیلی وقت‌ها آدم موقع خرید بین چند تا محصول گیر

می‌افتد؛ به طوری که خریدی بی‌نهایت پیش پا افتاده هم تبدیل به تصمیم بر سر سر مرگ و زندگی می‌شود. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم چنین تصمیم‌هایی بیشتر از اینکه مشتریان را به دردسر بیندازد، برای کارآفرینان مشکل‌ساز است. خب اگر صاحب کسب و کاری را سراغ دارید که از مقایسه مداوم محصولاتش با سایر نمونه‌ها راضی است، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

ارزش‌های برند مثل بار تعویضی است که دقیقه ۹۰ به بازی آمده و در یک چشم به هم زدن نتیجه بازی را عوض می‌کند. ماجرا از این قرار است که مشتریان وقتی بین چند تا محصول گیر می‌کنند، معمولا نکات جانبی مثل وضعیت برندها، شعارها و ارزش‌های‌شان را زیر تیغ بررسی دقیق می‌برند. حالا اگر ارزش‌های برند شما مثل روز روشن و مطابق با انتظار مشتریان باشد، کارتان ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد. فکر می‌کنم حالا دیگر اهمیت ارزش برند در تعامل با مشتریان را درک کرده باشید، مگر نه؟

نمونه‌هایی از ارزش‌های برند

کلاس ما درباره ارزش برند تقریبا دیگر هیچ نکته تئوری ندارد که بخواهیم یادتان دهیم. از اینجا به بعد فقط درباره نحوه تعریف ارزش برند با هم گپ می‌زنیم. البته قبل از آن اجازه دهید چرخی بین برندهای بزرگ دنیا و ارزش‌های محوری‌شان بزنیم. اینطوری قلی کار دست‌تان آمده و دیگر لازم نیست موقع تعریف ارزش برندتان با دردسرهای مختلف دست و پنجه نرم کنید. ما در ادامه سعی می‌کنیم برخی از ارزش‌های محوری از کسب و کارهای بزرگ را به اتفاق شما مورد بررسی قرار دهیم.

استارباکس: بازی با ارزش‌های نوآورانه

وقتی هوارد شولتز در سال ۱۹۸۳ از ایتالیا بازدید کرد، نه خبری از استارباکس بود و نه حتی کافی‌شاپ‌های آمریکا شباهتی به نمونه‌های ایتالیایی داشت. به همین خاطر هوارد از همان لحظه اول شیفته فضای کافی‌شاپ‌های ایتالیا و طعم بی نظیر اسپرسو در این کشور شد. همین تجربه کوتاه کافی بود تا فکر تاسیس استارباکس به سر هوارد شولتز برزد. به این ترتیب این کارآفرین مشهور عطر و طعم اسپرسو اصیل ایتالیایی را به سرزمین آمریکایی‌ها برد. اگر دقت کرده باشید، استارباکس به عنوان یک کافی‌شاپ زنجیره‌ای تفاوت‌های بی‌نهایت عمیقی با بقیه رقبایش دارد. این دقیقا به خاطر الگوبرداری از جو ایتالیاست. ارزش‌های این برند دوست‌داشتنی به این شرح است:

ایجاد فرهنگ و فضایی صمیمی همراه با روابط گرم میان مشتریان و کارکنان کافی‌شاپ‌ها

تحویل بهترین نوشیدنی‌های ممکن همراه با پاسخگویی مداوم مسئولان برند در برابر مشتریان

عملکرد شجاعانه در بازار و به چالش کشیدن تصورات رایج در دنیای نوشیدنی‌ها

احترام به تمام مشتریان صرف نظر از نژاد، طبقه اجتماعی و عقاید اجتماعی

بی‌شک ارزش‌های بالا برای یک کافی‌شاپ خیلی عجیب و در عین حال نوآورانه به نظر می‌رسد. دقیقا به همین خاطر مشتریان آمریکایی و بعدها مردم سراسر دنیا خیلی زود عاشق استارباکس شدند. اگر شما هم در حوزه‌ای کار می‌کنید که کمتر کسی به ارزش‌های بالا توجه دارد، بد نیست شانس‌تان را با نوآوری‌های خلاقانه امتحان کنید. اینطوری بدون دردسر و هزینه گزاف تبدیل به یکی از برندهای دوست‌داشتنی بازار می‌شوید.

پاتاغونیا: تغییر صنعت مد بدون بازاربایی

پاتاغونیا از آن دست برندهایی است که بیشتر از اینکه به خاطر محصولاتش مشهور باشد، اخبار پیامروا برندش شهرت پیدا کرده‌اند. شما را نمی‌دانم، ولی من که حتی یک روز هم نیست که اخباری درباره این برند جنجالی به گوشم نرسد. از تعهدات زیست محیطی گرفته تا کاهش سمات کارکنان برای زندگی بهتر، همه و همه از طرف برندی صورت می‌گیرد که طبیعتا باید بیشترین آلودگی محیطی را تولید کند. خب مگر چند تا برند فعال در دنیای مد سراغ دارید که هیچ جوهر سراغ استفاده از چرم طبیعی نروند؟

پاتاغونیا یکی از بهترین برندها در زمینه شناسایی نیازهای مشتریان در عمل مطابق آن است. مثلا وقتی پاتاغونیا متوجه نارضایتی مشتریان اروپایی بابت استفاده از چرم طبیعی در محصولات مد شد، خیلی زود سراغ چرم گیاهی و مواد تجزیه‌پذیر رفت. این اقدام جسورانه اگرچه مشکلات زیادی در خط تولید به همراه داشت، اما طوری شهرت پاتاغونیا را افزایش داد که هیچ‌کس فکرش را هم نمی‌کرد.

اگر یادتان باشد ما در ابتدای مقاله گفتیم تعریف دقیق ارزش‌های برند شما را از بازاریابی بی‌نیاز می‌کند. پاتاغونیا بهترین مثال در این رابطه محسوب می‌شود. این برند در طول سال کمپین‌های تبلیغاتی بی‌نهایت اندکی دارد. با این حال اقدامات جنجالی‌اش در بازار به اندازه کافی خبرساز هست. اگر بخواهیم ارزش‌های این برند را فهرست کنیم، به موارد زیر خواهیم رسید:

تولید بهترین محصولات ممکن

پرهیز از ایجاد آلودگی یا خسارت‌های غیرضروری

حفاظت از طبیعت و نیروی کار

فعالیت به شیوه‌ای غیرمداوم و شجاعت در اتخاذ تصمیم‌های مهم
گوگل: آزادی عمل کارمندان تا بی‌نهایت
گوگل با ۱۵۶ هزار کارمند و ارزشی معادل ۲۵۷ میلیارد دلار یکی از بزرگ‌ترین برندهای دنیا محسوب می‌شود. خاطرات اغلب مردم دنیا از اتصال به اینترنت با گوگل و لوگوی نوستالژیکش گره خورده است. البته مدیران این برند برخلاف یاهو اجازه نداد‌اند گذر زمان آنها را با باز به در کند. در عوض با توسعه فرهنگ سازمانی و ارزش‌های برده به شیوه‌ای حرفه‌ای حالا گوگل تقریبا بی‌رقیب محسوب می‌شود.

سسال‌ها قبل گوگل در اعلامیه‌ای تحت عنوان «۱۰ چیزی که ما معتقدیم درست است» به بعضی از ارزش‌های محوری برندش اشاره کرده است. ما در ادامه بعضی از این ارزش‌ها را به اتفاق شما مرور می‌کنیم:

تمرکز بر روی کاربران به عنوان مهمترین دارایی برند

انجام وظایف و ارائه خدمات به بهترین شکل

توسعه دموکراسی در فضای اینترنت

کسب سود بدون استفاده از تکنیک‌های شیطانی یا نقض

حقوق کاربران

توسعه دسترسی آزاد کاربران به اطلاعات و اخبار
ارائه آزادی عمل به نیروی کار شرکت برای نوآوری‌های بیشتر

همانطور که می‌بینید، گوگل اعتقاد چندانی به سبیک کلاسیک و صدالبته سفت و سخت مدیریت کسب و کار ندارد. در عوض حتی ساده‌ترین کارمندان در این شرکت نیز آزادی عمل لازم برای ایده‌پردازی و دست زدن به کارهای نوآورانه را دارند. دقیقا به همین خاطر هر ایده جذابی در دنیای اینترنت آخر سر به گوگل ختم می‌شود. کارآفرینانی که میانه خوبی با نوآوری‌های بزرگ ندارند، احتمالا با مشاهده وضعیت مدیریت کسب و کار گوگل حسایی گیج می‌شوند. قبول دارم الگوی گوگل خیلی عجیب به نظر می‌رسد، اما شما لازم نیست خودتان را اذیت کنید؛ چراکه نوآوری و آزادی عمل کارمندان یک شبه روی نمی‌دهد. در عوض می‌توانید به مرور زمان این ارزش را در کسب و کارتان توسعه دهید. به علاوه، همیشه تصمیم نهایی با شما خواهد بود. پس اصلا فکر نکنید آزادی عمل کارمندان با موقعیت سازمانی‌تان در تضاد است. بلکه به آن در قالب یک ابزار کمکی فکر کنید. اینطوری دیگر آزادی عمل کارمندان را یک تهدید برای خودتان قلمداد نخواهید کرد.

ایر بی ان بی (Airbnb)؛ فعالیت صادقانه

داستان ایر بی ان بی از جایی شروع شد که دو تا هم‌اتاقی سر پرداخت اجاره اتاق‌شان به مشکل خوردند. آنها بعد از اینکه با هزار و یک مشکل اجاره اتاق‌شان را صاف کردند، به این فکر افتادند که اقامتگاه‌هایی ارزان و کاربردی برای مردم سراسر دنیا آماده کنند. شاید فکر کنید چنین ایده‌ای بودجهای چند میلیارد دلاری لازم دارد اما استارت‌آپ ایر بی ان بی بر محور دیگری توسعه پیدا کرده بود!

استفاده از خانه‌های خالی در سراسر دنیا ایده‌ای است که هم برای مدیران ایر بی ان بی سود زیادی به همراه داشت، هم صاحب خانه‌ها را به نان و نوایی رساند. به این ترتیب کلی خانه خالی در سراسر دنیا به عنوان اقامتگاه مناسب برای گردشگران چهار گوشه دنیا فهرست شد. ارزش‌هایی که ایر بی ان بی را تبدیل به یکی از برندهای بزرگ دنیا کرد، به این شرح است:

انجام ماموریت و وظایف به بهترین شکل ممکن
صداقت و روراستی با مشتریان در هر شرایطی

استقبال از ماجراجویی‌های جدید

تعامل نزدیک با همکاران و صاحبان خانه در توسعه

کسب و کار

همانطور که می‌بینید، ایر بیی ان بی ارزش‌های خیلی عجیب با باورنکردنی ندارد. در عوض کارش را بی‌نهایت ساده شروع کرده است پس اگر فکر کرده‌اید ارزش‌های برندتان باید همیشه نمونه‌های عجیب باشد، راه را کاملا اشتباه آماده‌ید.

تعریف ارزش‌های برند: راهنمایی عملی برای کارآفرینان

اگر تا اینجا‌ی کار حوصله کرده‌اید و با ما همراه بوده‌اید، دیگر نوبت به جذاب‌ترین بخش کار رسیده است. بی‌شک برای آشنایی با تعریف یا حتی مرور تجربه برندهای بزرگ با ما همراه نبوده‌اید. در عوض این تعریف ارزش‌های برند برای کسب و کارتان خودتان‌تان است که شما را اینجا کشانده. ما در این بخش به عنوان پایان‌بندی مقاله‌مان قصد داریم بعضی از تکنیک‌های کاربردی برای تعریف ارزش برند را مرور کنیم. اگر شما هم دوست دارید از آموخته‌های‌تان تا اینجا‌ی کار در عمل استفاده کنید، در این بخش با ما همراه باشید.

اصالت‌تان را حفظ کنید: کیی‌پرداری ممنوع!

در دنیا کلی برند اتومبیل‌های رنگارنگ تولید می‌کنند، اما وقتی پای حرف عاشقان دنیای ماشین بشینید، همه از برندهایی نظیر بنز یا آودوی حرف می‌زنند. شاید فکر کنید تنها دلیل این علاقه دیوانه‌وار کیفیت بالای محصولات این کمپانی‌هاست، اما ارزش‌های متمایز به منحصr به فرد آنها نیز در این ماجرا بی‌تاثیر نیست. تا زمانی که یک برند ارزش‌هایی منحصر به فرد برای خودش نداشته باشد، کمتر مشتری در بازار سراغش را خواهد گرفت. هرچه باشد این روزها مشتریان به دنبال برندهایی تازه و متمایز هستند. وگرنه خرید از شرکت‌های کلیشه‌ای که کار سختی نیست، مگر نه؟

ما به عنوان اولین توصیه برای تعریف ارزش‌های برند بر روی اصالت کسب و کار تاکید داریم. به زبان خودمانی، شما قرار نیست چون بعضی از برندها یکسری ارزش‌ها را انتخاب کرده‌اند، همینطوری چشم بسته دنبال‌شان بروید. در عوض همه چیز به شرایط خاصی برند خودتان ختم می‌شود. پس تقلید از دیگران را کنار گذاشته و به موقعیتی خاص برندتان فکر کنید. اینطوری شانس بیشتری برای بهبود وضعیت‌تان در دنیای کسب و کار خواهید داشت.
مشورت با کارمندان: هم‌فکری هیچ وقت بد نیست
ارزش‌های برند نه فقط مشتریان، بلکه کارمندان را نیز درگیر می‌کند. بنابراین بد نیست در فرایند انتخاب آنها از هم‌فکری کارمندان نیز استفاده کنید. چه بسا ایده‌هایی که تا حالا روح‌تان هم از آنها خبر نداشت از زبان کارمندان بیرون بیاید. اینطوری وضعیت کارگردانی را پیدا می‌کنید که با ایده یکی از بازبرگان چشم‌انداز تازه‌ای برای ضبط پروژه سینمایی‌اش پیدا می‌کند.

یادتان باشد هم‌فکری با کارمندان باید به صورت حرفه‌ای و صدالبته سریع صورت گیرد. شما تا آخر دنیا برای انتخاب ارزش‌های برند وقت ندارید. به علاوه، اگر بعد از دریافت نظرات کارمندان کاملا به آنها بی‌توجهی کنید، دیگر کسی برای ارزش‌های برندتان تره هم خرد نخواهد کرد. پس سعی کنید از نظرات آنها به طور واقعی در توسعه کسب و کارتان سود ببرید. وگرنه خیلی زود اوضاع‌تان در بازار به هم ریخته و دیگر نمی‌توانید اعتماد کارمندان را به دست بیاورید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم یک دورهمی دوستانه با کارمندان شرکت ایده‌ای بسیار خوب برای انتخاب ارزش‌های محوری است. در چنین جلساتی شما فرصت کافی برای گفت‌وگو با اعضای شرکت را داشته و آخر سر هم یک جمع‌بندی درست از کارها خواهید داشت. یادتان باشد هرچه جو جلسه خودمانی‌تر باشد، کارمندان انگیزه بیشتری برای طرح ایده‌شان خواهند داشت. وگرنه چه بسا هیچ کارمندی در طول جلسه صدایش هم درنیاید.
شناخت درست مخاطب: مشتریان چه می‌خواهند؟
زمانی نسه چندان دور کارآفرینان برای اینکه از حرف دل مشتریان باخبر شوند، باید از هفت خان رستم عبور می‌کردند. این روزها علاوه بر هزار و یک ابزار تخصصی برای تحلیل اوضاع مشتریان، شبکه‌های اجتماعی هم بدل به گزینهای جذاب برای آگاهی از حرف دل مشتریان شده‌اند. کافی است کمی هشتگ‌های مرتبط با کسب و کارتان را زیر و رو کنید تا با دغدغه مشتریان آشنا شوید. بعد از اینکه مشکلات و دغدغه‌های مشتریان را کاملا زیر ذره بین بردید، نوبت به اقدامی موثر می‌رسد. منظور ما اینجا انتخاب ارزش‌هایی هماهنگ با نیاز مشتریان است. اینطوری بدون هیچ دردسری تبدیل به برند مورد علاقه مشتریان شده و محصولات‌تان بدون حتی یک کمپین بازاریابی به سرعت فروش می‌رود.

یادتان باشد موقع تعریف ارزش‌های برند طوری عمل کنید که با تغییر سلیقه مشتریان اوضاع‌تان به هم نریزد. خب پیش خودتان فکر نکرده‌اید که ارزش‌های برند را هر روز عوض کنید؟ مسواری مثل حفاظت از محیط زیست، احترام به مشتریان و ارائه بهترین خدمات تحت هر شرایطی از آن دست ارزش‌هایی هستند که هیچ وقت قدیمی یا کلیشه‌ای نمی‌شوند. البته این وسط عملکرد شما هم ملاک است. اگر کارتان را خوب پیش نبرید، حتی بهترین ارزش‌های دنیا هم دردی از کارتان دوا نمی‌کند. پس همیشه فرمول تعریف ارزش‌های برند را با توجه به توانایی‌تان برای پایبندی به ارزش مورد نظر مد نظر قرار دهید. وگرنه خیلی زود با شکست رو به رو خواهید شد.

تعریف داستان برند: ترکیب ارزش‌ها و داستان منحصر به فرد برند

هیچ کارآفرینی در دنیا نیست که سرگشتگی شبیه به بقیه نداشته باشد. به خاطر همین داستان برندها همیشه با هم فرق‌های اساسی دارد. متأسفانه بعضی از کارآفرینان فکر می‌کنند هرچه داستان‌شان شبیه برندهای بزرگ باشد، مشتریان واکشن‌بهری به آن خواهند داشت. شما را نمی‌دانم، ولی من که یکی از تفریحاتم شناسایی داستان‌های الکی برندهای نویاست؛ چراکه امکان ندارد چند تا برند به طور همزمان سرگشتگی شبیه به هم داشته باشند. به همین خاطر توجه به داستان برند به هنگام تعریف ارزش‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد.

کمتر بازاریابی در دنیا هست که اهمیت استفاده از ارزش‌های برند در عرصه مارکتینگ را درک نکند. از آنجایی که خیلی وقت‌ها ارزش‌های یک برند کمابیش شبیه رقبا از آب درمی‌آید، سرمایه‌گذاری بر روی داستان برند ایده جذابی خواهد بود.

گاهی اوقات کارآفرینان بدون اینکه یک کلمه درباره گذشته برندشان حرف بزنند، فقط یکسری ارزش‌ها را جلوی مشتریان ردیف می‌کنند. شاید این تکنیک بعضی وقت‌ها جواب دهد، اما هیچ اعتباری به آن نیست. پس الکی وقت‌تان را پای آن تلف نکنید. در عوض استفاده از ارزش‌های برندتان در بیان داستان برند ایده بهتری خواهد بود. اینطوری یک سناریوی کاملا سینمایی برای مشتریان آماده می‌کنید. به طوری که حتی یک نفر هم داستان برندتان را نیمه کاره رها نکند.

دریافت بازخورد مشتریان: مهمترین بخش کار
آیا تا حالا فکر کرده‌اید نظر مشتریان درباره فعالیت‌تان در بازار چیست؟ خیلی از کارآفرینان طوری رفتار می‌کنند انگار مشتریان باید حتما نتیجه کار آنها را دوست داشته باشند. اگر شما هم جزو این دسته از مشتریان هستید، باید بگوییم مسیر را کاملا اشتباه آمده‌اید؛ چراکه در دنیای کسب و کار اصلا از این خبرها نیست. در عوض این مشتریان هستند که تکلیف برندها را مشخص می‌کنند. این وسط اگر نتوانید ارتباط خوبی با مشتریان برقرار کنید، کالده‌تان یک معر که خواهد بود.

توصیه ما در این بخش مثل روز روشن است. شما قبل از اینکه ارزش‌های برندتان را نهایی کنید، باید کمی با مشتریان وفادار برند گپ بزنید. اینطوری قبل از اینکه در بازار سنگ روی یخ شوید، ایرادات کارتان پیدا می‌شود. یادتان باشد مشتریان وفادار معمولا با شما کاملا روراست هستند. پس لازم نیست یک نظرسنجیت عمومی راه بیندازید. همین که نظرات مشتریان وفادار را شنیده و از آن استفاده کنید، کافی خواهد بود. اینطوری قبل از نهایی شدن کارها، ایرادات ارزش‌های انتخابی را پیدا خواهید کرد. بعد هم بدون معطلی کارتان را شروع کرده و تخته گاز به سمت موفقیت می‌روید.

منابع:

https://sproutsocial.com/insights/brand-values

https://www.lingoapp.com/blog/brand-values

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR