

اقتصاد به سرمایه نیاز دارد، نه فقط نقدینگی

دکتر محمدرضا قدیمی
مدیر مسئول

اقتصاد ایران سال‌هاست با یک تناقض آشکار زندگی می‌کند؛ از یک سو حجم نقدینگی هر سال رکوردهای تازه‌ای ثبت می‌کند و از سوی دیگر، بسیاری از کارخانه‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، صادرکنندگان و کارآفرینان همچنان از کمبود سرمایه برای توسعه فعالیت خود سخن می‌گویند. این تناقض، بیش از هر چیز نشان می‌دهد که مشکل اقتصاد ایران کمبود پول نیست؛ مشکل، ناتوانی در تبدیل پول به سرمایه است. به عنوان یک اقتصاددان، معتقدم تفاوت میان «نقدینگی» و «سرمایه» یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در سیاست‌گذاری اقتصادی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. نقدینگی، پولی است که در اقتصاد جریان دارد؛ اما سرمایه، پولی است که به تولید، فناوری، اشتغال و افزایش بهره‌وری تبدیل می‌شود. ممکن است اقتصادی نقدینگی فراوان داشته باشد، اما سرمایه‌گذاری اندکی انجام دهد. در چنین شرایطی، رشد پول نه به افزایش تولید، بلکه به تورم، سفته‌بازی و نوسان قیمت دارایی‌ها منجر خواهد شد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

بورس رکورد جدید زد

بورس تهران پس از چند روز تعطیلی در میانه هفته با یک ابر رشد روبرو شد و شاخص کل رکورد جدیدی را به ثبت رساند. به گزارش ایسنا، بازار سرمایه در روز سه شنبه - ۱۶ تیر ماه - رشد قابل توجهی را به ثبت رساند و شاخص کل با صعود ۱۲۴ هزار و ۲۶۳ واحدی از مرز کانال ۵ میلیون و ۳۰۰ هزار واحدی برای اولین بار عبور...

آیا صادرات ایران صاحب موتور مالی تازه می‌شود؟

صندوق‌های ارزی
بورس

فرصت امروز: راه‌اندازی صندوق‌های ارزی در بازار سرمایه می‌تواند یکی از ابزارهای تازه برای تأمین مالی پروژه‌های صادرات‌محور باشد؛ ابزاری که اگر درست طراحی شود، می‌تواند بخشی از منابع ارزی پراکنده را به سمت تولید، صادرات و سرمایه‌گذاری مولد هدایت کند. اما اگر بدون شفافیت، ثبات مقررات و مدیریت ریسک اجرا شود، ممکن است فقط به یک نام تازه در بازار مالی تبدیل شود. اقتصاد ایران سال‌هاست با یک مسئله تکراری روبروست: نگاه‌هایی که ظرفیت صادرات دارند، برای توسعه تولید، خرید تجهیزات، تأمین مواد اولیه و حضور پایدار در بازارهای خارجی به منابع مالی نیاز دارند. این نیاز همیشه ریالی نیست. بسیاری از پروژه‌های صادراتی، به ارز وابسته‌اند؛ از خرید ماشین‌آلات و قطعات گرفته تا حمل‌ونقل، بیمه، بازاریابی بین‌المللی و سرمایه‌گذاری در خطوط تولید...

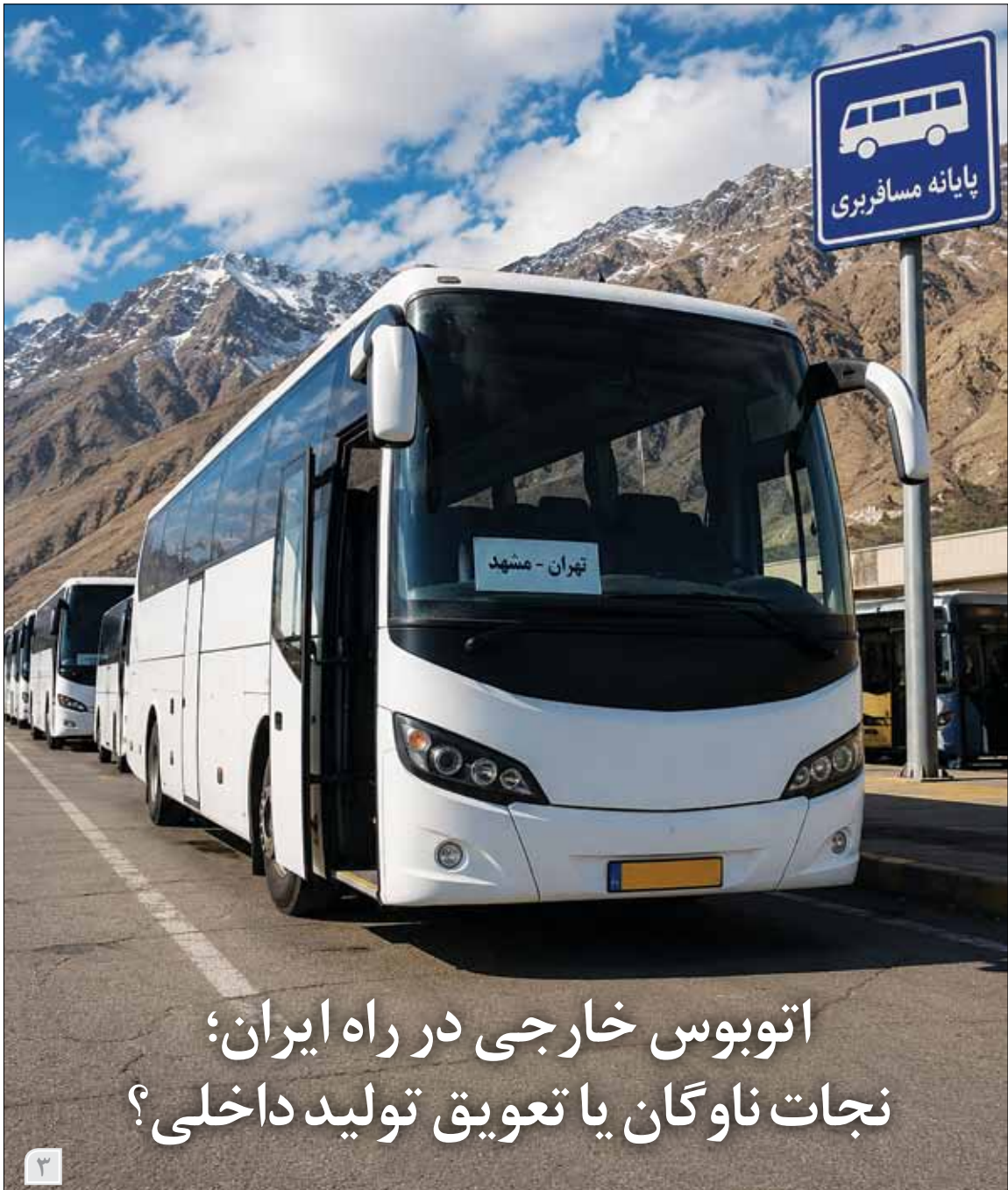
نسخه درمانی ناترازی انرژی کشور

اختصاص ۱۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات برای «نوآوری بار اول»

مدیریت و کسب‌وکار

بهبود مسیر شغلی فروشنده‌گی در شرایط بی‌ثباتی

فرقی ندارد کارشناس‌های کسب و کار درباره ضرورت انطباق با شرایط تازه چه ایده‌هایی دارند، در نهایت بسیاری از افراد برای فعالیت کاری با مشکلات زیادی رو به رو می‌شوند که البته از توانایی‌شان خارج است. این امر یعنی بسیاری از کارآفرینان در عمل به دلیل سختی‌های کارشان و ناتوانی برای مدیریت آن کارشان را به دیگران واگذار کرده یا به طور کامل از حوزه کسب و کار خارج می‌شوند. این امر می‌تواند برای بسیاری از افراد بی‌نهایت سخت یا حتی دشوار باشد. بدون تردید هر کسی برای فعالیت کاری استانداردهای خاص خودش را دارد، به ویژه اگر در حوزه فروش نیز فعال باشد. فروشندگان به طور معمول زیر فشار کاری بسیار زیادی کار می‌کنند. این امر می‌تواند برای آنها سختی‌های بسیار زیادی به همراه داشته و در برخی از موارد توانایی‌شان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور کامل از بین ببرد. بی‌تردید فروشنده‌گان همیشه به دنبال ...

اتوبوس خارجی در راه ایران؛
نجات ناوگان یا تعویق تولید داخلی؟

پس از جنگ تحمیلی؛ بازسازی هوشمند، نه بازگشت به گذشته

روشن، تحلیل ریسک، نرخ بازده، آثار توسعه‌ای و سناریوهای اقتصادی تدوین شود. چنین رویکردی رقابت سالم میان پروژه‌ها ایجاد می‌کند و منابع کشور را به سمت بیشترین ارزش افزوده هدایت خواهد کرد. بازسازی اقتصادی ایران پس از جنگ، بیش از هر چیز به اعتماد سرمایه‌گذاران وابسته است. این اعتماد با شعار ایجاد نمی‌شود؛ با کیفیت تصمیم‌گیری شکل می‌گیرد. هرچه فرآیند انتخاب پروژه‌ها علمی‌تر، شفاف‌تر و مبتنی بر داده باشد، سرمایه نیز با اطمینان بیشتری وارد اقتصاد خواهد شد. آینده اقتصاد ایران را حجم سرمایه تعیین نمی‌کند، بلکه هوشمندی در تخصیص سرمایه تعیین خواهد کرد. کشورهایی که پس از بحران به رشد پایدار رسیده‌اند، پیش از آنکه منابع بیشتری به دست آورند، یاد گرفته‌اند منابع محدود خود را بهتر مدیریت کنند. اکنون نیز بهترین فرصت برای ایران فراهم شده است تا از مرحله بازسازی عبور کند و وارد مرحله سرمایه‌گذاری هوشمند ملی شود؛ مرحله‌ای که در آن هر ریال سرمایه، در خدمت افزایش بهره‌وری، تقویت امنیت اقتصادی، توسعه صادرات، ارتقای فناوری و ساختن اقتصادی تاب‌آور برای نسل‌های آینده قرار گیرد. این همان مسیری است که می‌تواند دوران پس از جنگ را از یک دوره بحران خسارت، به نقطه آغاز یک جهش بزرگ اقتصادی تبدیل کند.

از منظر اقتصادی، راهبردی، فناوری، امنیت انرژی، اشتغال و توسعه صادرات از آزمون ارزش آفرینی عبور کند. یکی از مهم‌ترین پیام‌های این پژوهش آن است که عدم‌اطمینان نباید بهانه توقف سرمایه‌گذاری باشد. برعکس، عدم‌اطمینان باید وارد مدل تصمیم‌گیری شود. سرمایه‌گذاری هوشمند، سرمایه‌گذاری‌ای است که سناریوهای مختلف را از قبل شبیه‌سازی کند و برای هر تغییر احتمالی آماده باشد. در فضای پس از جنگ، این نگاه اهمیت دوچندان پیدا می‌کند. ممکن است قیمت انرژی تغییر کند، مسیرهای تجاری جابه‌جا شوند، فناوری‌های جدید جایگزین فناوری‌های قدیمی شوند یا حتی قواعد ژئوپلیتیکی منطقه دگرگون شود. اقتصاد ایران باید بتواند در برابر این تغییرات انعطاف داشته باشد. از سوی دیگر، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی بیش از هر زمان دیگری به دنبال قابلیت پیش‌بینی هستند. سرمایه به کشوری وارد می‌شود که فرآیند انتخاب پروژه‌ها شفاف، مبتنی بر داده و قابل دفاع باشد. وجود چارچوب‌های علمی برای ارزیابی پروژه‌ها، هزینه سرمایه را کاهش می‌دهد و اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد. این موضوع برای اتاق بازرگانی نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. بخش خصوصی باید از دولت مطالبه کند که فهرست پروژه‌های ملی بر اساس معیارهای

موتور اصلی اقتصاد ایران محسوب می‌شود، امکان اجرای همه پروژه‌ها وجود ندارد و باید میان آنها انتخاب کرد. این انتخاب نیز باید بر اساس تحلیل سناریوهای مختلف، ارزش اقتصادی هر پروژه و میزان تاب‌آوری آن در برابر عدم‌اطمینان انجام شود. این منطق، محدود به صنعت نفت نیست. امروز تمام اقتصاد ایران به چنین رویکردی نیاز دارد. اگر قرار باشد سرمایه‌گذاری‌های ملی در حوزه‌هایی مانند انرژی، پتروشیمی، اقتصاد دیجیتال، حمل‌ونقل، آب، زیرساخت‌های ارتباطی، هوش مصنوعی و صنایع پیشرفته آغاز شود، نخست باید سبدهی از پروژه‌های اولویت‌دار کشور شکل گیرد؛ پروژه‌هایی که بیشترین بازده اقتصادی، بیشترین اشتغال، بیشترین ارزآوری و بیشترین اثر بر امنیت اقتصادی ایران را ایجاد کنند. تجربه کشورهای موفق نیز همین مسیر را نشان می‌دهد. پس از بحران‌های بزرگ، دولت‌ها منابع محدود خود را به پروژه‌هایی اختصاص داده‌اند که بتوانند رشد بخش خصوصی را نیز فعال کنند. به بیان دیگر، دولت به جای آنکه بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار باشد، نقش معمار سرمایه‌گذاری را بر عهده گرفته است. برای ایران نیز دوران جدید باید با تغییر در فلسفه سرمایه‌گذاری همراه باشد. دیگر نمی‌توان هر پروژه‌ای را صرفاً به دلیل سابقه، فشارهای منطقه‌ای یا ملاحظات اداری در اولویت قرار داد. هر پروژه باید بتواند

یک کارشناس حوزه نفت و گاز عنوان کرد: جنگ‌ها تنها زیرساخت‌ها را تخریب نمی‌کنند؛ آنها منطق سرمایه‌گذاری را نیز تغییر می‌دهند. هر کشوری که از یک بحران امنیتی خارج می‌شود، با دو انتخاب روبرو است. نخست آنکه صرفاً خسارت‌های گذشته را جبران کند و دوم آنکه از دل بحران، اقتصادی مقاوم‌تر، رقابتی‌تر و جذاب‌تر برای سرمایه‌گذاری بسازد. به گزارش ایسنا، متن یادداشت سمانه غیبی کارشناس حوزه نفت و گاز که در اختیار ایسنا قرار گرفت به شرح زیر است: ایران نیز پس از جنگ تحمیلی سوم در چنین نقطه‌ای قرار گرفته است. اکنون پرسش اصلی این نیست که چه میزان سرمایه نیاز داریم؛ پرسش مهم‌تر آن است که سرمایه موجود را در کجا و چگونه به کار بگیریم. در فضای پس از جنگ، منابع مالی دولت محدود است، بخش خصوصی با احتیاط تصمیم می‌گیرد، سرمایه‌گذاران خارجی ریسک کشور را با حساسیت بیشتری ارزیابی می‌کنند و بازارهای جهانی نیز همچنان با نوسانات ژئوپلیتیکی روبرو هستند. در چنین شرایطی، سرمایه‌گذاری موفق دیگر محصول تصمیم‌های شهودی یا فشارهای مقطعی نیست؛ بلکه نتیجه حکمرانی داده‌محور و انتخاب علمی پروژه‌ها است. مطالعات نشان می‌دهند که حتی در صنعتی مانند نفت و گاز که

اقتصاد به سرمایه نیاز دارد، نه فقط نقدینگی

اقتصاد ایران برای عبور از چالش‌های امروز، بیش از هر چیز به تغییر نگاه نیاز دارد. باید بپذیریم که رشد اقتصادی با چاپ پول، افزایش نقدینگی یا خلق ابزارهای جدید مالی به دست نمی‌آید. رشد، زمانی آغاز می‌شود که سرمایه‌گذار به آینده اعتماد کند و منابع خود را با اطمینان وارد تولید، صادرات و نوآوری کند. اگر روزی سرمایه به جای پناه بردن به بازارهای غیرمولد، راه کارخانه، آزمایشگاه، مزرعه، بندر و بازارهای صادراتی را پیدا کند، آن روز می‌توان گفت اقتصاد ایران از مرحله گردش پول عبور کرده و وارد مرحله خلق ثروت شده است. آن روز، صندوق‌های ارزی نیز به جای آنکه فقط یک ابزار اعتباری باشند، به بخشی از موتور توسعه کشور تبدیل خواهند شد. اقتصاد به پول بیشتر نیاز ندارد؛ اقتصاد به سرمایه‌ای نیاز دارد که به آینده ایمان داشته باشد.

از این سه، رشد اقتصادی را ناپایدار می‌کند. سرمایه بدون بهره‌وری، فقط هزینه ایجاد می‌کند. بهره‌وری بدون سرمایه، ظرفیت توسعه ندارد. و هر دو بدون اعتماد، دوام نخواهند آورد. امروز بیش از هر زمان دیگری باید میان «افزایش نقدینگی» و «افزایش سرمایه» تفاوت قائل شویم. افزایش نقدینگی ممکن است ظرف چند ماه اتفاق بیفتد، اما ساختن سرمایه سال‌ها زمان می‌برد. کارخانه، فناوری، نیروی انسانی متخصص و بازار صادراتی، یک‌شبه ایجاد نمی‌شوند. آنها محصول سرمایه‌گذاری مستمر در محیطی باثبات هستند. صندوق‌های ارزی، اگر با این نگاه طراحی شوند، می‌توانند بخشی را راحل باشند. اما اگر انتظار داشته باشیم که صرفاً ایجاد یک ابزار مالی، همه مشکلات اقتصاد را برطرف کند، دوباره همان اشتباه قدیمی را تکرار کرده‌ایم؛ اشتباهی که ابزار را به جای سیاست، و پول را به جای سرمایه می‌شناسد.

به همین دلیل، اگر می‌خواهیم صندوق‌های ارزی یا هر ابزار مالی جدید دیگری موفق شوند، باید ابتدا فضای اقتصاد را برای سرمایه‌گذاری آماده کنیم. ابزار مالی، آخرین حلقه زنجیره است؛ نه اولین آن. باید بدانند نرخ‌های کلیدی اقتصاد، مقررات تجاری، سیاست‌های ارزی و قواعد بازار سرمایه، هر چند ماه یکبار دستخوش تغییرات ناگهانی نمی‌شوند. ثبات، مهم‌ترین مشوق سرمایه‌گذاری است و هیچ پلانه یا معافیته نمی‌تواند جای آن را بگیرد. دومین نیاز، شفافیت است. سرمایه به اقتصاد وارد می‌شود که اطلاعات آن روشن، صورت‌های مالی آن قابل اعتماد و نظارت آن حرفه‌ای باشد. صندوق ارزی نیز از این قاعده مستثنی نیست. اگر سرمایه‌گذار نداند منابع صندوق چگونه مدیریت می‌شود، دارایی‌ها بر چه مبنایی ارزش‌گذاری می‌شوند و بازده چگونه محاسبه می‌شود، حتی جذاب‌ترین ابزار مالی نیز با استقبال روبرو نخواهد شد. سومین مسئله، هدایت اعتبار است. در بسیاری از اقتصادهای موفق، نظام مالی منابع را به سمت پروژه‌هایی هدایت می‌کند که ارزش افزوده، اشتغال و صادرات ایجاد می‌کنند. در ایران نیز باید میان تأمین مالی فعالیت‌های مولد و فعالیت‌های صرفاً سوداگرانه تفاوت قائل شد. اگر منابع صندوق‌های ارزی صرفاً توسعه صنایع صادرات‌محور، زیرساخت‌های تولید، فناوری‌های نو و شرکت‌های رقابت‌پذیر شود، این ابزار می‌تواند نقش مهمی در رشد اقتصادی ایفا کند. اما اگر این منابع نیز مانند بخشی از نقدینگی موجود، صرف جابه‌جایی دارایی‌ها یا معاملات کوتاه‌مدت شود، تنها شکل ظاهری سرمایه‌گذاری تغییر کرده است، نه ماهیت آن. از نگاه اقتصاد کلان، رشد پایدار زمانی شکل می‌گیرد که سه عنصر در کنار یکدیگر قرار گیرند؛ سرمایه، بهره‌وری و اعتماد. حذف هر یک

بحث راه‌اندازی صندوق‌های ارزی در بازار سرمایه، از همین منظر قابل بررسی است. این ابزار مالی، اگر با اصول حرفه‌ای طراحی و اجرا شود، می‌تواند بخشی از منابع ارزی و ریالی را به سمت پروژه‌های مولد هدایت کند. اما نباید تصور کنیم که صرف ایجاد یک ابزار مالی، مشکلات ریشه‌ای اقتصاد را حل خواهد کرد. تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد که سرمایه، پیش از آنکه به نرخ سود یا ابزار مالی توجه کند، به امنیت و ثبات نگاه می‌کند. سرمایه‌گذار پیش از آنکه بازده پروژه را محاسبه کند، از خود می‌پرسد آیا قوانین سال آینده همان قوانین امروز خواهد بود؟ آیا قراردادهای محترم شمرده می‌شوند؟ آیا می‌توان برای پنج یا ده سال آینده برنامه‌ریزی کرد؟ پاسخ به این پرسش‌ها، بسیار مهم‌تر از طراحی هر صندوق یا اوراق مالی است. سرمایه از بی‌ثباتی گریزان است. سرمایه، آینده را خریداری می‌کند و آینده در اقتصادی که تصمیم‌های آن هر روز تغییر می‌کند، قابل قیمت‌گذاری نیست. اقتصاد ایران امروز با کمبود نقدینگی مواجه نیست. بحجم عظیمی از منابع مالی در اختیار خانوارها، بنگاه‌ها و شبکه بانکی قرار دارد. اما این منابع، بیش از آنکه به سمت کارخانه، ماشین‌آلات، صادرات و نوآوری حرکت کنند، به بازارهایی می‌روند که تنها وظیفه‌شان حفظ ارزش دارایی در برابر تورم است. ارز، طلا، مسکن، زمین و حتی برخی بازارهای مالی، مقصد اصلی این نقدینگی شده‌اند. نباید سرمایه‌گذار را بابت این انتخاب سرزنش کرد. او بر اساس منطق اقتصادی تصمیم می‌گیرد. زمانی که بازده فعالیت مولد نامطمئن باشد، مقررات پیوسته تغییر کند، هزینه‌های تولید قابل پیش‌بینی نباشد و ریسک‌های اقتصادی افزایش یابد، طبیعی است که سرمایه به سمت دارایی‌هایی حرکت کند که نقدشوندگی بالاتر و ریسک کمتری دارند.

آگهی دعوت از شرکا و بستکاران موسسه غیر تجاری نظم آوران حقیق
به شماره ثبت ۳۳۳۱۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۳۹۰۵۶۷۷ (در حال تصفیه) نوبت دوم

در اجرای ماده ۲۱۵ اصلاحیه قانون تجارت کلیه بستکاران شرکت نظری نفرو گستران در حال تصفیه (سهامی خاص) به شماره ثبت ۶۸۳ و شناسه ملی ۱۰۸۶۱۸۷۲۶۹۰ در اجرای ماده ۲۲۵ قانون تجارت (نوبت اول)

در اجرای ماده ۲۲۵ اصلاحیه قانون تجارت از کلیه بستکاران شرکت نظری نفرو گستران در حال تصفیه (سهامی خاص) به شماره ثبت ۶۸۳ و شناسه ملی ۱۰۸۶۱۸۷۲۶۹۰ که آگهی انحلال آن در صفحه ۴۹ روزنامه رسمی کشور به شماره ۲۲۵۷۲ مورخه ۱۴۰۲/۰۱/۱۷ درج گردیده است دعوت به عمل می‌آید تا ظرف مدت حداکثر شش ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول یا از تاریخ مشاهده آگهی خود را به مدیر تصفیه آقای احمد حاجی زاده صیبری با شماره همراه ۰۹۱۱۷۱۶۶۵۶ - مستقر در آدرس گرگان پلوار صیاد شیرازی صیاد ۱۵ کوچه لطفی مجتمع پردیس بلوک ۶ کد پستی ۲۹۱۷۸۱۲۸۷ مراجعه نمایند. بدینوسیله است شرکت و مدیر تصفیه در مورد هرگونه ادعای احتمالی که خارج از مدت فوق به شرکت منتهی گردد مسئولیت نخواهند داشت.

مدیر تصفیه شرکت نظری نفرو گستران (سهامی) در حال تصفیه - احمد حاجی زاده صیبری

آگهی دعوت از شرکا و بستکاران موسسه غیر تجاری نظم آوران حقیق
به شماره ثبت ۳۳۳۱۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۳۹۰۵۶۷۷ (در حال تصفیه) نوبت دوم

در اجرای ماده ۲۱۵ اصلاحیه قانون تجارت کلیه بستکاران شرکت نظری نفرو گستران در حال تصفیه (سهامی خاص) به شماره ثبت ۶۸۳ و شناسه ملی ۱۰۸۶۱۸۷۲۶۹۰ که آگهی انحلال آن در صفحه ۴۹ روزنامه رسمی کشور به شماره ۲۲۵۷۲ مورخه ۱۴۰۲/۰۱/۱۷ درج گردیده است دعوت به عمل می‌آید تا ظرف مدت حداکثر شش ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول یا از تاریخ مشاهده آگهی خود را به مدیر تصفیه آقای احمد حاجی زاده صیبری با شماره همراه ۰۹۱۱۷۱۶۶۵۶ - مستقر در آدرس گرگان پلوار صیاد شیرازی صیاد ۱۵ کوچه لطفی مجتمع پردیس بلوک ۶ کد پستی ۲۹۱۷۸۱۲۸۷ مراجعه نمایند. بدینوسیله است شرکت و مدیر تصفیه در مورد هرگونه ادعای احتمالی که خارج از مدت فوق به شرکت منتهی گردد مسئولیت نخواهند داشت.

مدیر تصفیه شرکت نظری نفرو گستران (سهامی) در حال تصفیه - احمد حاجی زاده صیبری

خبرنامه

بیشترین ذخایر اکتشافی مس ایران در کدام استان‌ها قرار دارد؟

بررسی آخرین آمارهای وزارت صنعت، معدن و تجارت نشان می‌دهد ذخایر قطعی کانسنگ مس ایران همچنان تمرکز بالایی در چند استان دارد؛ به‌گونه‌ای که کرمان به تنهایی بزرگترین ذخایر کشور را در اختیار دارد و ۱۹ استان نیز فاقد ذخایر قطعی ثبت‌شده هستند.

به گزارش ایسنا، مس به عنوان یکی از مهم‌ترین فلزات راهبردی جهان، نقشی کلیدی در توسعه صنایع برق، الکترونیک، ساختمان، خودروسازی و فناوری‌های نوین از جمله انرژی‌های تجدیدپذیر و خودروهای برقی ایفا می‌کند. افزایش تقاضای جهانی برای این فلز، موجب شده اکتشاف و توسعه ذخایر مس به یکی از اولویت‌های کشورهای معدنی تبدیل شود و ایران نیز به واسطه برخورداری از ذخایر قابل توجه، از ظرفیت مناسبی برای توسعه این بخش برخوردار باشد.

جدیدترین آمارهای منتشر شده از سنج‌های عملکردی برنامه هفتم توسعه وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره ذخایر قطعی اکتشاف کانسنگ مس (مربوط به سال ۱۴۰۳) نشان می‌دهد مجموع ذخایر قطعی اکتشاف کانسنگ این ماده معدنی به یک میلیارد و ۵۷۲ میلیون و ۱۳۹ هزار و دو تن رسیده که بررسی آمارها بیانگر تمرکز بخش عمده این ذخایر در چند استان معدنی کشور است.

بر اساس این آمار، استان کرمان با یک میلیارد و ۲۹۸ میلیون و ۲۲ هزار و ۲۱۹ تن، بزرگ‌ترین دارنده ذخایر قطعی کانسنگ مس کشور بوده که به تنهایی بیش از ۸۲ درصد از مجموع ذخایر شناسایی‌شده را در اختیار دارد و نشان می‌دهد استان کرمان همچنان مهم‌ترین قطب ذخایر مس ایران به شمار می‌رود و بخش عمده ظرفیت معدنی این فلز در این استان متمرکز شده است.

پس از کرمان، دو استان خراسان رضوی با ۲۵۳ میلیون و ۳۳۶ هزار و ۶۰۰ تن (با ۱۶ درصد) در جایگاه دوم و استان آذربایجان شرقی نیز با ۱۰ میلیون و ۷۱۵ هزار تن رتبه سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین استان خراسان جنوبی با چهار میلیون و ۹۹۳ هزار تن و استان تهران با یک میلیون و ۷۵۰ هزار تن در رتبه‌های چهارم و پنجم قرار گرفته‌اند.

سهم سایر استان‌ها از ذخایر قطعی کانسنگ مس

در حالی که پنج استان نخست، بخش عمده ذخایر قطعی کانسنگ مس کشور را در اختیار دارند، میزان ذخایر در سایر استان‌های دارای ذخیره فاصله قابل توجهی با آنها دارد؛ به‌طوری که استان سمنان با یک میلیون و ۲۳۹ هزار و ۸۱۴ تن، استان مرکزی با یک میلیون و ۱۸۷ هزار و ۹۹۹ تن، هرمزگان با ۲۹۰ هزار تن، اصفهان با ۲۰۰ هزار تن، همدان با ۱۸۱ هزار و ۳۸۹ تن، زنجان با ۱۲۵ هزار تن و یزد با ۸۸ هزار تن در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند و این اختلاف قابل توجه نشان می‌دهد ذخایر قطعی کانسنگ مس ایران نیز همانند بسیاری از مواد معدنی، تمرکز بالایی در چند استان معدنی کشور دارد.

گفتنی است؛ این آمار مربوط به ذخایر شناسایی شده و اکتشافی مس در کشور است و با آمارهای تولید و بهره برداری تفاوت دارد؛ همچنین، بررسی آمارهای سال ۱۴۰۳ همچنین نشان می‌دهد در ۱۹ استان کشور هیچ ذخیره قطعی کانسنگ مس شناسایی نشده و پراکندگی جغرافیایی این ذخایر همچنان محدود به تعداد اندکی از استان‌ها دارای پتانسیل و ذخایر به عنوان قطب‌های معدنی کشور است.

مجوز فعالیت مراکز تجاری ایران در ۸ مقصد بین‌المللی تمدید و صادر شد

سازمان توسعه تجارت ایران در راستای تقویت حضور هدفمند محصولات ایرانی در بازارهای بین‌المللی، مجوز فعالیت مراکز تجاری ایران در ۸ مقصد خارجی را تمدید و صادر کرده؛ اقدامی که با هدف توسعه صادرات غیرنفتی، تسهیل ارتباط تجار ایرانی با بازارهای هدف و گسترش شبکه بازاریابی محصولات کشور انجام شده است

به گزارش ایسنا، به نقل از سازمان توسعه تجارت ایران، توسعه زیرساخت‌های تجارت خارجی، تقویت حضور هدفمند در بازارهای بین‌المللی و ایجاد شبکه‌های منسجم برای معرفی توانمندی‌های صادراتی کشور، از مهم‌ترین برنامه‌های سازمان توسعه تجارت ایران در مسیر افزایش صادرات غیرنفتی و گسترش همکاری‌های اقتصادی با کشورهای هدف به شمار می‌رود.

به همین منظور، راهاندازی و حمایت از مراکز تجاری ایران در کشورهای مختلف، به عنوان بازاری اجرایی توسعه بازار، نقش مؤثری در معرفی محصولات ایرانی، شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، تسهیل ارتباط میان فعالان اقتصادی و رفع موانع ورود کالاهای ایرانی به بازارهای خارجی ایفا می‌کند.

سازمان توسعه تجارت ایران با هدف توسعه این شبکه و افزایش اثربخشی آن، تاکنون مجوز فعالیت حدود ۵۰ مرکز تجاری را در کشورهای مختلف صادر کرده و روند ایجاد و تقویت این مراکز را متناسب با اولویت‌های تجاری کشور همچنان دنبال می‌کند.

در تازه‌ترین اقدامات این سازمان، مجوز فعالیت مراکز تجاری ایران در تانزانیا، بغداد، نجره و عمان تمدید شد تا این مراکز همچنان به ارائه خدمات بازاریابی، توسعه بازار، شناسایی فرصت‌های تجاری، حمایت از صادرکنندگان ایرانی و تسهیل ارتباطات تجاری با بازارهای هدف ادامه دهند.

همچنین سازمان توسعه تجارت ایران مجوز فعالیت مراکز تجاری و بازاریابی محصولات ایرانی در تیانجین چین، پکن چین، کینهانگ دانمارک و تاجیکستان را نیز صادر کرد.

این مراکز با هدف معرفی توانمندی‌های تولیدی و صادراتی کشور، بازاریابی محصولات ایرانی، ارائه خدمات مشاوره‌ای به فعالان اقتصادی، شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، برگزاری نشست‌های تجاری، ایجاد ارتباط میان تجار ایرانی و طرف‌های خارجی و تسهیل حضور بنگاه‌های اقتصادی کشور در بازارهای هدف فعالیت خواهند کرد.

گسترش شبکه مراکز تجاری ایران در بازارهای هدف، یکی از راهبردهای سازمان توسعه تجارت ایران برای افزایش سهم کالاها و خدمات ایرانی در بازارهای جهانی، تقویت صادرات غیرنفتی، تنوع‌بخشی به مقاصد صادراتی و فراهم کردن زمینه حضور پایدار شرکت‌های ایرانی در عرصه تجارت بین‌الملل است. و این سازمان با توسعه این مراکز، تلاش دارد بستر مناسبی برای افزایش تعاملات اقتصادی، توسعه همکاری‌های تجاری و ارتقای جایگاه محصولات ایرانی در بازارهای بین‌المللی فراهم کند.

آیا صادرات ایران صاحب موتور مالی تازه می‌شود؟

صندوق‌های ارزی بورس



فرصت امروز؛ راه‌اندازی صندوق‌های ارزی در بازار سرمایه می‌تواند یکی از ابزارهای تازه برای تأمین مالی پروژه‌های صادرات‌محور باشد؛ ابزاری که اگر درست طراحی شود، می‌تواند بخشی از منابع ارزی پراکنده را به سمت تولید، صادرات و سرمایه‌گذاری مولد هدایت کند. اما اگر بدون شفافیت، ثبات مقررات و مدیریت ریسک اجرا شود، ممکن است فقط به یک نام تازه در بازار مالی تبدیل شود.

اقتصاد ایران سال‌هاست با یک مسئله تکراری روبه‌روست: بنگاه‌هایی که ظرفیت صادرات دارند، برای توسعه تولید، خرید تجهیزات، تأمین مواد اولیه و حضور پایدار در بازارهای خارجی به منابع مالی نیاز دارند. این نیاز همیشه ریالی نیست. بسیاری از پروژه‌های صادراتی، به ارز وابسته‌اند؛ از خرید ماشین‌آلات و قطعات گرفته تا حمل‌ونقل، بیمه، بازاریابی بین‌المللی و سرمایه‌گذاری در خطوط تولید.

صندوق ارزی، در اصل می‌تواند پلی باشد میان سرمایه‌گذارانی که می‌خواهند دارایی خود را در قالب ارزی حفظ کنند و شرکت‌هایی که برای تولید و صادرات به منابع ارزی نیاز دارند. اگر این پل درست ساخته شود، هم سرمایه‌گذار ابزار تازه‌ای برای حفظ ارزش دارایی پیدا می‌کند و هم صادرکننده به منبع مالی قابل‌اتکاتری دسترسی خواهد داشت.

صندوق ارزی چگونه کار می‌کند؟

صندوق ارزی می‌تواند منابع سرمایه‌گذاران را جمع‌آوری کند و آنها را در پروژه‌ها، اوراق یا دارایی‌های ارزی سرمایه‌گذاری کند. بازده این صندوق‌ها نیز می‌تواند متناسب با عملکرد دارایی‌های ارزی یا پروژه‌های صادراتی تعریف شود. به زبان ساده، سرمایه‌گذار به جای خرید مستقیم ارز یا نگهداری آن در بازار غیررسمی، می‌تواند از مسیر شفاف‌تری وارد یک ابزار مالی شود.

این ایده از نظر اقتصادی جذاب است، زیرا بخشی از تقاضای سفته‌بازانه ارز را می‌تواند به سمت سرمایه‌گذاری رسمی سوق دهد. به جای اینکه منابع مردم در بازارهای غیرمولد بچرخد، می‌تواند وارد پروژه‌هایی شود که ارزآوری واقعی دارند.

اما موفقیت این ابزار به چند شرط وابسته است: شفافیت دارایی‌های صندوق، امکان نقدشوندگی، نحوه محاسبه بازده، مدیریت ریسک نرخ ارز، نظارت دقیق و اطمینان سرمایه‌گذار از اینکه قواعد بازی در میانه راه تغییر نمی‌کند.

صادرات، فقط کالا نمی‌خواهد؛ تأمین مالی هم می‌خواهد

بسیاری تصور می‌کنند صادرات فقط به تولید کالا و پیدا کردن مشتری خارجی وابسته است. اما در واقع، صادرات پایدار بدون تأمین مالی امکان‌پذیر نیست. صادرکننده باید بتواند پیش از دریافت پول از مشتری خارجی، هزینه تولید، بسته‌بندی، حمل، بیمه و بازاریابی را پرداخت کند.

در بازارهای رقابتی، خریدار خارجی گاهی اعتبار مدت‌دار می‌خواهد. یعنی صادرکننده باید کالا را تحویل دهد و پول خود را بعداً دریافت کند. اینجا تأمین مالی نقش حیاتی پیدا می‌کند. شرکتی که نقدینگی

کافی ندارد، حتی اگر محصول باکیفیت داشته باشد، نمی‌تواند قراردادهای بزرگ صادراتی را اجرا کند.

صندوق‌های ارزی اگر بتوانند منابع را به سمت چنین نیازهایی هدایت کنند، می‌توانند به توسعه صادرات غیرنفتی کمک کنند. اما اگر منابع آنها فقط در دارایی‌های کم‌ریسک یا معاملات کوتاه‌مدت بماند، اثر توسعه‌ای محدودی خواهند داشت.

اعتماد سرمایه‌گذار؛ شرط اول

هیچ ابزار مالی بدون اعتماد رشد نمی‌کند. سرمایه‌گذار باید بداند پولش کجا می‌رود، صندوق چه دارایی‌هایی دارد، بازده چگونه محاسبه می‌شود و چه نهادی بر عملکرد آن نظارت می‌کند. در اقتصاد ایران که تجربه نوسان‌های ارزی و تصمیم‌های ناگهانی زیاد بوده، این اعتماد به‌سادگی شکل نمی‌گیرد.

صندوق ارزی اگر قرار است موفق شود، باید از همان ابتدا شفاف و حرفه‌ای طراحی شود. صورت‌های مالی، ترکیب دارایی‌ها، ریسک‌ها و مدل بازدهی باید برای سرمایه‌گذار روشن باشد. وعده‌های مبهم درباره سود بالا، خطرناک‌ترین مسیر برای چنین صندوق‌هایی است.

بازار سرمایه بیش از هر چیز به اعتماد نیاز دارد. اگر سرمایه‌گذار احساس کند صندوق ارزی می‌تواند هر لحظه تحت تأثیر بخشنامه، محدودیت برداشت، تغییر نرخ مینا یا تصمیم اداری قرار گیرد، احتمالاً ترجیح می‌دهد دارایی خود را در بازارهای غیررسمی نگه دارد.

صادرکنندگان بزرگ یا بنگاه‌های کوچک؟

یکی از پرسش‌های مهم این است که صندوق‌های ارزی بیشتر به نفع چه کسانی خواهند بود. معمولاً شرکت‌های بزرگ صادراتی، مانند پتروشیمی‌ها، معدنی‌ها و فلزی‌ها، دسترسی بیشتری به ابزارهای مالی دارند. آنها دارای وثیقه، صورت‌مالی و ارتباطات بانکی قوی‌تری دارند. اما بنگاه‌های کوچک و متوسط صادرات‌محور نیز به شدت به تأمین مالی نیاز دارند. شرکت‌هایی که در حوزه مواد غذایی، محصولات کشاورزی، قطعات صنعتی، خدمات فنی و مهندسی یا صنایع سبک صادرات دارند، ممکن است به منابع کوچک‌تر اما منعطف‌تر نیاز داشته باشند.

اگر صندوق‌های ارزی فقط در خدمت بنگاه‌های بزرگ قرار گیرند، اثر آنها محدود خواهد بود. طراحی درست باید به‌گونه‌ای باشد که زنجیره صادرات، از تولیدکننده کوچک تا صادرکننده بزرگ، بتواند از آن بهره‌بربرد.

ریسک نرخ ارز؛ فرصت یا تهدید؟

صندوق ارزی طبیعتاً با نرخ ارز گره خورده است. این موضوع برای سرمایه‌گذار جذاب است، زیرا می‌تواند نوعی پوشش در برابر کاهش ارزش پول ملی باشد. اما برای سیاست‌گذار و مدیر صندوق، یک ریسک جدی نیز ایجاد می‌کند.

اگر نرخ ارز دچار نوسان شدید شود، ارزش دارایی‌های صندوق و انتظارات سرمایه‌گذاران تغییر می‌کند. اگر مقررات ارزی ناگهان تغییر کند، محاسبه بازده دشوار می‌شود. اگر صندوق وعده بازدهی ثابت

بدهد، ممکن است در شرایط نوسانی با مشکل مواجه شود. بنابراین صندوق ارزی باید واقع‌بینانه طراحی شود. بازده آن باید به عملکرد واقعی دارایی‌ها و پروژه‌ها متصل باشد، نه وعده‌های غیرقابل تضمین. هرچه رابطه میان ریسک و بازده شفاف‌تر باشد، احتمال پایداری صندوق بیشتر خواهد شد.

تجربه جهانی چه می‌گوید؟

در بسیاری از کشورها، ابزارهای ارزی و صندوق‌های تخصصی برای تأمین مالی تجارت خارجی وجود دارد. بانک‌های توسعه‌های، صندوق‌های صادراتی، بیمه‌های اعتباری صادرات و اوراق ارزی، همگی به شرکت‌ها کمک می‌کنند در بازارهای جهانی فعال‌تر باشند. اما در همه این تجربه‌ها یک اصل مشترک وجود دارد: ثبات و شفافیت. سرمایه‌گذار و صادرکننده باید بدانند قوانین چگونه عمل می‌کنند. بدون چارچوب حقوقی روشن، حتی بهترین ابزار مالی نیز به نتیجه نمی‌رسد.

ایران نیز اگر می‌خواهد از صندوق‌های ارزی به عنوان موتور تأمین مالی صادرات استفاده کند، باید این ابزار را در کنار بیمه صادراتی، ضمانت‌نامه‌ها، بازار سرمایه عمیق‌تر و سیاست ارزی قابل پیش‌بینی توسعه دهد.

صندوق ارزی؛ مکمل، نه معجزه

صندوق‌های ارزی می‌توانند ابزار مفیدی باشند، اما نباید از آنها انتظار معجزه داشت. مشکل صادرات ایران فقط کمبود تأمین مالی نیست. محدودیت‌های بانکی، نوسان مقررات، دشواری انتقال پول، ضعف بازاریابی، مشکلات حمل‌ونقل و ناپایداری تصمیم‌های تجاری نیز بر صادرات اثر می‌گذارند.

اگر این مشکلات پدیدار بمانند، صندوق ارزی فقط بخشی از مسیر را هموار می‌کند. اما اگر در کنار اصلاحات دیگر قرار گیرد، می‌تواند به یکی از ابزارهای مهم توسعه صادرات تبدیل شود. اقتصاد ایران به ابزارهای مالی نو نیاز دارد، اما ابزار مالی بدون حکمرانی درست، نتیجه محدود دارد.

جمع‌بندی؛ موتور تازه یا سوخت اعتماد

صندوق‌های ارزی بورس می‌توانند مسیر تازه‌ای برای تأمین مالی صادرات باشند. می‌توانند منابع ارزی پراکنده را رسمی‌تر، شفاف‌تر و مولدتر کنند. می‌توانند به صادرکنندگان کمک کنند قراردادهای بزرگ‌تر ببندند و سرمایه‌گذاران را از بازارهای غیرمولد به سمت ابزارهای رسمی هدایت کنند.

اما شرط موفقیت روشن است: شفافیت، ثبات مقررات، مدیریت حرفه‌ای ریسک و اتصال واقعی منابع به پروژه‌های صادراتی. اگر این شرایط فراهم شود، صندوق‌های ارزی می‌توانند به موتور تازه‌ای برای صادرات غیرنفتی تبدیل شوند. اگر نه، فقط عنوانی تازه در فهرست ابزارهای مالی خواهند بود.

صادرات ایران بیش از هر چیز به اعتماد نیاز دارد؛ و هر صندوق ارزی، پیش از آنکه با ارز کار کند، با اعتماد کار می‌کند.

نسخه درمانی ناترازی انرژی کشور

اختصاص ۱۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات برای «نوآوری بار اول»

انرژی نیز با تشریح مأموریت‌های این سازمان تازه تأسیس، بر لزوم تغییر ریل سیاست‌گذاری‌ها از روش‌های تئوریک به سمت مدل‌های تشویقی تأکید کرد.

اسماعیل سقاب اصفهانی با اشاره به ناترازی شدید انرژی در کشور که ناشی از سیاست‌های نادرست گذشته و آسیب‌های وارده به زیرساخت‌هاست، اظهار کرد: دولت به صورت شانه‌روزی برای وارد کردن ظرفیت‌های پدیدار تولید به مدار تلاش می‌کند، اما تولید به تنهایی پاسخگوی مصرف نیست و بهینه‌سازی مصرف، یک ضرورت حیاتی است.

وی با تبیین رویکرد جدید قانون برنامه هفتم توسعه گفت: در گذشته تلاش می‌شد با افزایش قیمتی‌ها مصرف کنترل شود که تبعات اجتماعی سنگینی داشت. اما در مدل جدید، قیمت‌ها ثابت می‌ماند و در مقابل، یک «نظام انگیزی» طراحی شده است که منفعت مالی حاصل از هر میزان صرفه‌جویی، مستقیماً به خود مصرف‌کننده (اعم از خانوار و صنعت) پرداخت می‌شود.

سقاب اصفهانی همچنین از سازوکار جدید صندوق بهینه‌سازی برای حمایت پیشینی از پروژه‌ها خبر داد و تصریح کرد: برای ایجاد انگیزه در صنایع، امکان تأمین بخشی از هزینه‌های بهینه‌سازی به‌صورت پیش‌پرداخت (با اخذ تضامین لازم) فراهم شده است تا صنایع بتوانند بدون دغدغه نقدینگی، تجهیزات خود را ارتقا داده و هزینه آن را از محل صرفه‌جویی محقق شده تسویه کنند.

وی با تأکید بر اینکه کاهش حتی یک لیتر بنزین در روز توسط هر خودرو، کشور را از واردات روزانه ۲۰ میلیون لیتر بنزین بی‌نیاز می‌کند، افزود: بخشی از این هدف با اصلاح رفتار مردم محقق می‌شود، اما بخش عمده آن به کیفیت فناوری‌ها، خودروها و ساختمان‌ها بستگی دارد. همکاری مشترک ما با معاونت علمی با هدف تجاری‌سازی همین فناوری‌های کم‌مصرف و تسهیل دسترسی صنایع و مردم به تجهیزات استاندارد صورت می‌گیرد.

اهداف کمی و اثرات اقتصادی
افشین با اشاره به محاسبات دقیق انجام‌شده برای بازدهی این طرح گفت: اجرای این برنامه می‌تواند سالانه بین ۱.۵ تا ۲ میلیارد مترمکعب در مصرف گاز طبیعی صرفه‌جویی ایجاد کند.

وی همچنین تصریح کرد: امکان صرفه‌جویی سالانه حدود ۳ میلیارد کیلووات‌ساعت برق نیز با اجرای این طرح وجود دارد که معادل تولید یک نیروگاه ۵۰۰ مگاواتی است؛ این یعنی می‌توان بدون احداث نیروگاه‌های گران‌قیمت، ناترازی برق را مدیریت کرد.

معاون علمی رئیس جمهور گفت: علاوه بر تسهیلات مستقیم، شرکت‌هایی که در حوزه تحقیق و توسعه (R&D) برای کاهش مصرف انرژی سرمایه‌گذاری کنند، می‌توانند از ظرفیت ماده ۱۱ قانون جهش تولید دانش‌بنیان (اعتبار مالیاتی) بهره‌مند شوند. در این مدل، بخشی از مالیات قطعی شرکت، با تأیید دستگاه‌های مسئول، صرف هزینه‌های اجرای پروژه‌های بهینه‌سازی انرژی خواهد شد.

معاونت علمی، «بازارساز» نه «واسطه»

معاون علمی رئیس‌جمهور در ادامه با تأکید بر نقش تسهیل‌گری این معاونت اظهار کرد: معاونت علمی هیچ شرکت دانش‌بنیانی را به صنایع تحمیل نمی‌کند، بلکه صرفاً نقش ایجاد بازار را بر عهده دارد. هر صنعت می‌تواند شرکت دانش‌بنیان مورد نظر خود را انتخاب کند و در صورت اثبات کارآمدی فناوری پیشنهادی، از حمایت‌های مالی برخوردار شود. افشین در ادامه تأکید کرد: ۱۰ همت مذکور، سقف نهایی حمایت‌ها نیست و در صورت استقبال صنایع و شکل‌گیری پروژه‌های موفق، این منابع قابل افزایش است. این طرح در فاز نخست بر صنایع بزرگ و انرژی‌بر تمرکز دارد و به زودی با همکاری سازمان بهینه‌سازی، عملیاتی خواهد شد.

رئیس سازمان بهینه‌سازی انرژی؛ مشکلات انرژی با اصلاح نظام انگیزشی حل می‌شود؛ نه صرفاً افزایش قیمت
رئیس سازمان بهینه‌سازی و مدیریت راهبردی

اخبار

بورس رکورد جدید زد

بورس تهران پس از چند روز تعطیلی در میانه هفته با یک ابر رشد روبرو شد و شاخص کل رکورد جدیدی را به ثبت رساند.

به گزارش ایسنا، بازار سرمایه در روز سه شنبه - ۱۶ تیر ماه - رشد قابل توجهی را به ثبت رساند و شاخص کل با صعود ۱۲۴ هزار و ۲۶۳ واحدی از مرز کانال ۵ میلیون و ۳۰۰ هزار واحدی برای اولین بار عبور کرد. شاخص کل در بازار روز سه شنبه روی عدد ۵ میلیون و ۳۱۱ هزار واحدی ایستاد. همچنین شاخص کل هم وزن با روند صعودی به عدد یک میلیون و ۳۸۹ هزار واحدی رسید. تعداد معاملات نیز در این روز به ۴۳۳ هزار و ۳۵۹ فقره رسید و ارزش معاملات بیش از ۲۳ همت ثبت شد. نمادهای تاثیرگذار بر بازار روز سه شنبه شامل فعلی، فارس، پشنا، شیندر، ویاسار، ولیمت و شستا می شود.

فرا بورس ایران نیز با رشد ۹۰۴ واحدی به عدد جدید ۴۰ هزار و ۶۷۵ واحدی رسید. همچنین تعداد معاملات عدد ۳۰۲ هزار رو ۸۷ فقره را ثبت کرد. نمادهای مازون، کنگهر، آریا، بیاس، سامان، فزر و ومینا نیز نمادهای تاثیرگذار بر فرا بورس بودند.

رئیس سازمان ملی استاندارد تاکید کرد

تقویت زیرساخت های کیفیت برای تضمین ایمنی غذا

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران در پیامی همزمان با روز جهانی ایمنی غذا بر استقرار نظام‌های مدیریت ریسک و تقویت زیرساخت‌های کیفیت برای تضمین ایمنی مواد غذایی تاکید کرد.

به گزارش ایسنا، فرانزه انصاری در پیامی به مناسبت ۷ ژوئن ۲۰۲۶ «روز جهانی ایمنی غذاه ضمن اشاره به شعار امسال این روز با عنوان «از بار بیماری تا راه‌حل‌ها؛ غذای ایمن در همه‌جا» اظهار کرد: این شعار بیانگر ضرورت حرکت از رویکردهای واکنشی به سمت راهکارهای پایدار و پیشگیرانه در مدیریت مخاطرات غذایی است.

وی با بیان اینکه ایمنی مواد غذایی تنها یک الزام بهداشتی نیست، افزود: ایمنی غذا امروز به یکی از ارکان مهم حکمرانی کیفیت، توسعه پایدار و اعتماد عمومی تبدیل شده است.

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران در ادامه این پیام آورده است: پیچیده‌تر شدن زنجیره‌های تامین، گسترش تجارت بین‌المللی و ظهور مخاطرات نوپدید، ضرورت استقرار نظام‌های کارآمد استانداردسازی، ارزیابی انطباق و مدیریت ریسک را بیش از پیش آشکار ساخته است.

انصاری، استانداردها را زبان مشترک کیفیت و ایمنی دانست و تصریح کرد: استانداردها با تکیه بر دانش و شواهد علمی، نقش موثری در پیشگیری از مخاطرات غذایی، حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تسهیل تجارت ایفا می‌کنند.

بر اساس اعلام پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، رئیس سازمان ملی استاندارد ایران همچنین به برنامه‌های این سازمان برای تقویت زیرساخت‌های کیفیت اشاره کرد و گفت: این سازمان به عنوان متولی نظام استاندارد کشور، با رویکردی تحول‌محور درصدد ایجاد نظامی یکپارچه و شفاف در حوزه تنظیم‌گری فنی و همسوا با الزامات بین‌المللی است تا زمینه انطباق هرچه بیشتر محصولات غذایی با الزامات ایمنی فراهم شود.

وی توسعه رویه‌های ارزیابی انطباق، استقرار قابلیت ردیابی در زنجیره تامین، برجسب‌گذاری شفاف، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و ارتقای دانش فنی فعالان زنجیره غذا را از مهم‌ترین راهکارهای تحقق غذای ایمن برای همه عنوان کرد و افزود: تحقق این هدف مستلزم مشارکت و هم‌افزایی همه ذی‌نفعان از جمله دولت، تولیدکنندگان، مراکز علمی و نهادهای نظارتی است. انصاری ضمن گرامیداشت روز جهانی ایمنی غذا، از تلاش‌های متخصصان، فعالان حوزه ارزیابی انطباق و دست‌اندرکاران زنجیره تامین غذا قدردانی و ابراز امیدواری کرد با تقویت همکاری‌ها، شاهد ارتقای مستمر ایمنی مواد غذایی، حفاظت از سلامت مصرف‌کنندگان و افزایش اعتماد عمومی باشیم.

اوج بار برق نزدیک است/ کدام استان‌ها زودتر وارد دوره اوج می‌شوند؟

معاون برق و انرژی وزارت نیرو از پیش‌بینی آماری زمان وقوع اوج بار سراسری برق کشور در سال ۱۴۰۵ خبر داد و گفت: بر اساس تحلیل داده‌های ۱۶ سال گذشته، بیشترین احتمال وقوع اوج بار سراسری برق در سابل جاری، حوالی پنجم مردادماه خواهد بود و استان‌هایی مانند سیستان و بلوچستان، کرمان، اصفهان، هرمزگان و تهران در شمار مناطق پیشستان در ثبت اوج بار قرار دارند. به گزارش ایسنا، مصطفی رجبی مشهدی با اشاره به نتایج یک تحلیل آماری مبتنی بر سلسله تاریخی اوج بار و روند دمایی مناطق مختلف کشور اظهار کرد: این برآورد با تکیه بر الگوی وقوع حداکثر دماها و زمان ثبت اوج بار در نقاط مختلف کشور انجام شده و نشان می‌دهد در این مقطع، میانگین دمای مورد انتظار در مناطق کشور به حدود ۴۰ درجه سلسیوس خواهد رسید. وی افزود: این پیش‌بینی صرفاً بر پایه تحلیل آماری داده‌های تاریخی انجام شده و طبیعتاً عوامل غیرآماری نظیر شرایط جوی غیرمترقبه، نوسانات ناگهانی دما یا تغییرات پیش‌بینی‌نشده در الگوی مصرف، در این برآورد لحاظ نشده است. معاون برق و انرژی وزارت نیرو با تشریح وضعیت مناطق مختلف کشور گفت: برشهای تفکیکی نشان می‌دهد برخی استان‌ها و مناطق، زودتر از میانگین کشوری به نقطه اوج بار خود می‌رسند؛ به‌گونه‌ای که سیستان و بلوچستان در ۱۷ تیرماه، کرمان در ۲۱ تیرماه، اصفهان و هرمزگان در ۲۸ تیرماه و تهران در ۲۹ تیرماه در زمره مناطق پیشستان در وقوع اوج بار منطقه‌ای قرار دارند.

رجبی مشهدی ادامه داد: در مقابل، استان‌ها و مناطقی مانند مازندران، گیلان، آذربایجان و فارس با اندکی تأخیر و در حوالی ۱۴ مردادماه به حداکثر بار خود می‌رسند که این تفاوت زمانی، بیانگر تنوع اقلیمی و الگوی متفاوت مصرف برق در سطح کشور است.

وی همچنین با اشاره به شرایط ویژه برخی مناطق از منظر بار حرارتی گفت: خوزستان با دمای مورد انتظار ۴۹.۱ درجه سلسیوس در زمان بار، یکی از حساس‌ترین مناطق شبکه برق کشور به شمار می‌رود و از این منظر نیازمند مراقبت، پایش و آمادگی مضاعف در حوزه بهره‌برداری و مدیریت شبکه است.

معاون برق و انرژی وزارت نیرو با جمع‌بندی این تحلیل تصریح کرد: بر اساس داده‌های آماری، بازه دو هفته پایانی تیر تا نیمه نخست مردادماه را باید دوره بحرانی شبکه برق کشور دانست؛ چرا که هم‌زمانی رسیدن مناطق پرمصرف به اوج دمایی، احتمال ثبت اوج بار شبکه سراسری را در حوالی ۵ مردادماه به شکل معناداری افزایش می‌دهد.

وی تأکید کرد: با توجه به این برآورد، آمادگی کامل شبکه، اجرای برنامه‌های مدیریت بار و اتخاذ تدابیر پیشگیرانه در این بازه زمانی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

رجبی مشهدی در پایان از مشترکان خواست با صنعت برق همکاری کنند و گفت: بدون تردید همکاری مشترکان از ۲۰ تیرماه تا ۱۵ مردادماه، به‌ویژه در ساعات اوج بار از ۱۱ تا ۱۷ و از ۲۰ تا ۲۳، نقش مهمی در حفظ پایداری شبکه سراسری و تأمین برق پایدار برای همه هموطنان خواهد داشت.

اتوبوس خارجی در راه ایران؛ نجات ناوگان یا تعویق تولید داخلی؟



فرسودگی از کشوری دیگر وارد خواهد شد.

بنابراین معیار واردات باید روشن باشد: سن مجاز، استاندارد آلایندگی، سلامت فنی، برند قابل پشتیبانی، دسترسی به قطعات، مصرف سوخت و امکان خدمات پس از فروش. واردات بدون این معیارها، ریسک بزرگی برای ایمنی و اقتصاد حمل‌ونقل است.

تولید داخلی چه می‌شود؟

یکی از نگرانی‌های مهم، اثر واردات بر تولیدکنندگان داخلی اتوبوس است. اگر واردات بی‌برنامه انجام شود، ممکن است تولید داخلی را تضعیف کند. اما اگر تولید داخلی به دلیل کمبود سرمایه، فناوری، قطعه یا ظرفیت تولید نتواند نیاز فوری بازار را پاسخ دهد، ممنوعیت واردات نیز فقط فرسودگی ناوگان را ادامه می‌دهد.

راه‌حل، انتخاب میان واردات و تولید داخلی نیست. باید میان نیاز فوری ناوگان و آینده صنعت داخلی تعادل برقرار کرد. واردات می‌تواند برای دوره‌های محدود و با هدف جبران کمبود انجام شود، در حالی که هم‌زمان برنامه‌نوسازی تولید داخلی، انتقال فناوری و حمایت از تولیدکنندگان داخلی دنبال شود.

اگر واردات به تولید داخلی متصل شود، می‌تواند حتی فرصت‌ساز باشد. برای مثال، بخشی از خدمات پس از فروش، تأمین قطعات، مونتاژ، باسازی یا آموزش فنی می‌تواند در داخل انجام شود. در این حالت، واردات فقط خرید محصول آماده نیست؛ بخشی از زنجیره صنعتی نیز شکل می‌گیرد.

ایمنی؛ معیار غیرقابل مذاکره

در حمل‌ونقل عمومی، ایمنی باید خط قرمز باشد. اتوبوسی که وارد ناوگان می‌شود، قرار است هر روز ده‌ها مسافر را در مسیرهای طولانی جابه‌جا کند. بنابراین هیچ ملاحظه اقتصادی نباید باعث کاهش استاندارد ایمنی شود.

سیستم ترمز، تعلیق، بدنه، موتور، لاستیک، تجهیزات ایمنی، سامانه‌های کنترلی و وضعیت کلی خودرو باید به‌دقت بررسی شود. همچنین رانندگان و تعمیرکاران باید با فناوری و سیستم‌های اتوبوس‌های وارداتی آشنا شوند. اگر اتوبوس کار کرده وارد شود اما شبکه تعمیر و نگهداری آن فراهم نباشد، پس از مدتی خود به مشکل تازه‌ای تبدیل خواهد شد. اتوبوس مدرن بدون خدمات پس از فروش، دارایی قابل اتکا نیست.

مصرف سوخت و آلودگی

ناوگان حمل‌ونقل عمومی می‌تواند نقشی مهم در کاهش مصرف سوخت داشته باشد، به شرط آنکه کارآمد و نوسازی شده باشد. اتوبوس‌های جدیدتر معمولاً مصرف سوخت پایین‌تر و استانداردهای آلایندگی بهتری دارند. این موضوع در کشوری که با ناترازی انرژی روبه‌روست، اهمیت زیادی دارد.

اگر اتوبوس‌های وارداتی از نظر مصرف سوخت مناسب باشند، می‌توانند بخشی از فشار بر مصرف سوخت جاده‌ای را کاهش دهند. اما اگر اتوبوس‌های قدیمی و پرمصرف وارد شوند، مشکل انرژی فقط شکل

فرصت امروز؛ مجوز واردات پنج هزار دستگاه اتوبوس برون‌شهری کار کرده، تصمیمی است که می‌تواند بخشی از بحران فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل عمومی را کاهش دهد. جاده‌های ایران سال‌هاست با اتوبوس‌هایی روبه‌رو هستند که بخشی از آنها عمر بالای دارند، مصرف سوختشان زیاد است و هزینه تعمیر و نگهداری آنها هر سال سنگین‌تر می‌شود. در چنین شرایطی، واردات اتوبوس کار کرده می‌تواند پاسخی فوری به یک مشکل واقعی باشد.

اما پرسش اصلی این است که آیا این تصمیم فقط یک مُسکن کوتاه‌مدت است یا می‌تواند بخشی از یک برنامه جدی برای نوسازی ناوگان باشد. اگر واردات اتوبوس کار کرده بدون برنامه صنعتی، استاندارد ایمنی، خدمات پس از فروش و حمایت از تولید داخلی انجام شود، ممکن است مشکل امروز را کمی عقب بیندازد، اما مسئله اصلی همچنان باقی بماند.

حمل‌ونقل عمومی برون‌شهری فقط یک خدمت مسافری نیست. با ایمنی جاده‌ها، مصرف سوخت، آلودگی هوا، هزینه سفر، گردشگری داخلی و حتی عدالت منطقه‌ای ارتباط دارد. ناوگان فرسوده، هزینه‌ای است که هم مسافر می‌پردازد، هم راننده، هم دولت و هم محیط‌زیست.

ناوگان فرسوده؛ هزینه‌ای که هر روز پرداخت می‌شود

اتوبوس فرسوده فقط ظاهر قدیمی ندارد. مصرف سوخت بیشتری دارد، بیشتر خراب می‌شود، قطعات آن سخت‌تر پیدا می‌شود و احتمال بروز مشکل فنی در سفر بالاتر است. هر توقف در مسیر، هر نقص فنی و هر تعمیر اضطراری، هزینه‌ای است که به شرکت حمل‌ونقل، راننده و مسافر تحمیل می‌شود.

از نظر اقتصادی، ادامه فعالیت ناوگان فرسوده به معنای پرداخت هزینه‌های پنهان است. بخشی از این هزینه در سوخت اضافی دیده می‌شود، بخشی در آلودگی هوا، بخشی در کاهش ایمنی و بخشی در بی‌اعتمادی مردم به حمل‌ونقل عمومی.

اگر مردم احساس کنند سفر با اتوبوس امن، راحت و قابل اتکا نیست، ممکن است به خودرو شخصی روی بیاورند. این رفتار خود به افزایش مصرف سوخت، ترافیک جاده‌ای، آلودگی و خطر تصادف منجر می‌شود. بنابراین نوسازی ناوگان اتوبوسرانی، فقط مسئله شرکت‌های حمل‌ونقل نیست؛ مسئله سیاست عمومی است.

واردات کار کرده؛ راه‌حل فوری با شرط سخت‌گیرانه

واردات اتوبوس کار کرده می‌تواند در کوتاه‌مدت ظرفیت ناوگان را افزایش دهد. اگر این اتوبوس‌ها از نظر سن، کیفیت، استاندارد ایمنی، مصرف سوخت و خدمات پس از فروش قابل قبول باشند، می‌توانند بخشی از نیاز فوری کشور را پاسخ دهند.

اما واژه «کار کرده» همیشه حساسیت‌زا است. اگر استانداردهای سخت‌گیرانه رعایت نشود، ممکن است کشور به مقصد اتوبوس‌های فرسوده خارجی تبدیل شود. در این صورت، به جای نوسازی ناوگان، فقط

طرح پیشران تحول فناورانه و صنعتی‌سازی ساختمان

طرح پیشران تحول فناورانه و صنعتی‌سازی در صنعت ساختمان و شهرسازی ایران در چارچوب ماده ۱۱۹ قانون برنامه هفتم پیشرفت ارائه شد.

به گزارش خبرگزاری مهر از وزارت راه و شهرسازی، نوید پاک‌نژاد مشاور معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی در نشست هم اندیشی تشکیل های حرفه ای حوزه ساخت و ساز با وزیر راه و شهرسازی، طرح «پیشران تحول فناورانه و صنعتی‌سازی در صنعت ساختمان و شهرسازی ایران» اظهار کرد: این پروژه در راستای ماده ۱۱۹ قانون برنامه هفتم پیشرفت و با هدف هم‌افزایی میان بخش‌های صنعت، معدن و مسکن طراحی شده است.

وی با اشاره به جایگاه راهبردی صنعت ساختمان گفت: این صنعت به‌عنوان یک صنعت پیشران، با بیش از ۲۰ صنعت اصلی و ۱۵۰ صنعت پیشین و پسین در ارتباط است و هرگونه تحرک در آن موجب فعال شدن کل زنجیره، ایجاد ارزش افزوده و اشتغال می‌شود.

طرح پیشران تحول فناورانه و جایگاه راهبردی صنعت ساختمان مشاور معاونت مسکن و ساختمان هدف اصلی این طرح را کاهش هزینه ساخت، ارتقای کیفیت و ایمنی ساختمان‌ها، تسریع در زمان اجرا و افزایش بهره‌وری مالی عنوان کرد و با اشاره به ضرورت‌های زیست‌محیطی آن تأکید کرد: این طرح با توجه به ناترازی‌های موجود، بر صرفه‌جویی در انرژی و آب تمرکز دارد و از دیگر اهداف آن، تقویت تقاضا برای صنایع فناورانه و ارتقای تاب‌آوری ملی است.

پاک‌نژاد با اشاره به پشتوانه قانونی پروژه گفت: این طرح در چارچوب ماده ۱۱۹ برنامه هفتم پیشرفت و در ارتباط با مواد ۲، ۱۲، ۴۹، ۴۷، ۵۵ بند «الف» و ۹۹ این قانون تدوین شده و علاوه بر تحقق اهداف توسعه پایدار، به دنبال ارتقای تاب‌آوری و رشد اقتصادی کشور است.

چالش‌های صنعت ساختمان و ضرورت تحول در ساخت‌وساز

وی با اشاره به چالش‌های موجود اظهار کرد: حدود ۳۰ درصد از بافت‌های شهری کشور را بافت‌های فرسوده تشکیل می‌دهد. همچنین

دیگری پیدا می‌کند. بنابراین واردات باید با نگاه انرژی نیز ارزیابی شود. هدف فقط افزایش تعداد اتوبوس نیست؛ هدف باید افزایش ظرفیت حمل‌ونقل با مصرف سوخت کمتر و ایمنی بیشتر باشد.

هزینه سفر و عدالت منطقه‌ای

فرسودگی ناوگان بر هزینه سفر نیز اثر می‌گذارد. شرکت‌های حمل‌ونقل برای تعمیرات، قطعات و سوخت هزینه بیشتری می‌پردازند و این فشار دیر یا زود در قیمت بلیت یا کیفیت خدمات دیده می‌شود.

از سوی دیگر، مناطق کم‌برخوردار بیشتر به حمل‌ونقل عمومی وابسته‌اند. اگر ناوگان اتوبوسرانی تضعیف شود، مردم این مناطق گزینه‌های کمتری برای سفر خواهند داشت. بنابراین نوسازی ناوگان، از منظر عدالت منطقه‌ای نیز اهمیت دارد.

اتوبوس فقط وسیله سفر نیست؛ اتصال شهرهای کوچک به مراکز درمانی، آموزشی، اداری و اقتصادی است. هرچه این شبکه ایمن‌تر و منظم‌تر باشد، دسترسی مردم نیز بهتر خواهد شد.

دسترسی نوسازی یا خرید مقطعی؟

مجوز واردات پنج هزار اتوبوس زمانی اثر مثبت بلندمدت خواهد داشت که بخشی از یک برنامه جامع نوسازی باشد. این برنامه باید شامل خروج اتوبوس‌های فرسوده، تأمین مالی خرید ناوگان، استانداردهای فنی، حمایت از تولید داخلی، آموزش رانندگان و توسعه خدمات تعمیرگاهی باشد.

اگر فقط اتوبوس وارد شود، اما اتوبوس‌های فرسوده از ناوگان خارج نشوند، اثر نوسازی محدود خواهد بود. اگر تأمین مالی برای شرکت‌های

حمل‌ونقل وجود نداشته باشد، اتوبوس‌های جدید ممکن است در اختیار همه فعالان قرار نگیرد. اگر خدمات پس از فروش فراهم نباشد، ناوگان تازه نیز به‌سرعت دچار مشکل می‌شود.

نوسازی واقعی، زنجیره کامل می‌خواهد؛ نه فقط واردات یک محموله اتوبوس.

جمع‌بندی؛ مسکن لازم، درمان ضروری

واردات اتوبوس کار کرده می‌تواند برای حمل‌ونقل برون‌شهری ایران یک مُسکن لازم باشد. ناوگان فرسوده به اقدام فوری نیاز دارد و نمی‌توان مسافران، رانندگان و جاده‌ها را سال‌ها منتظر تولید کافی گذاشت.

اما این مُسکن نباید جای درمان را بگیرد. درمان واقعی، برنامه پایدار نوسازی ناوگان، تقویت تولید داخلی، استاندارد سخت‌گیرانه واردات، تأمین مالی مناسب و خروج خودروهای فرسوده است.

اگر واردات با این نگاه انجام شود، می‌تواند به افزایش ایمنی، کاهش مصرف سوخت و بهبود کیفیت سفر کمک کند. اما اگر فقط راهی برای پر کردن سریع کمبود باشد، خطر آن وجود دارد که بحران فرسودگی چند سال دیگر با شکل تازه‌ای بازگردد.

اتوبوس خارجی در راه ایران است؛ مهم این است که این مسیر، به نجات ناوگان ختم شود، نه به تعویق دوباره اصلاحات.

طرح پیشران تحول فناورانه و صنعتی‌سازی ساختمان

کمبود مسکن متناسب با توان اقتصادی خانوار، ساخت‌وساز غیرصنعتی و سنتی و هدررفت منابع در حوزه انرژی، مصالح و زمان از مهم‌ترین مشکلات فعلی است. در ضمن نبود سیاست‌گذاری نوآورانه برای استفاده از فناوری‌های نوین در طراحی، اجرا و نگهداری ساختمان و همچنین ناهماهنگی میان نظام شهری، شهرسازی و مدیریت شهری از دیگر چالش‌های اساسی است.

مشاور معاونت مسکن و ساختمان در ادامه تأکید کرد: هدف این طرح، تحول فناورانه در زنجیره تولید ساختمان و شکل‌گیری الگوی ساخت صنعتی است و فراهم‌سازی زمینه سرمایه‌گذاری در گام‌های بعدی اجرای طرح است.

اهداف کلان طرح در نوسازی و صنعتی‌سازی بافت‌های شهری پاک‌نژاد افزود: بر اساس این طرح، نوسازی هوشمند و فناورانه بافت‌های فرسوده در مقیاس ملی، ارتقای کیفیت طراحی و ساخت شهری، افزایش بهره‌وری انرژی، کاهش زمان و هزینه ساخت، بهبود ایمنی و افزایش عمر ساختمان از اهداف کلیدی به شمار می‌رود. همچنین افزایش سهم فناوری، نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان در زیست‌بوم صنعت ساختمان و زنجیره تأمین مورد تأکید قرار گرفته است.

وی در خصوص بخش تأمین مالی طرح گفت: با استفاده از ظرفیت‌های صندوق نوآوری و شکوفایی، صندوق ملی مسکن و بازار سرمایه، ابزارهایی مانند فکتورینگ، قراردادهای بلندمدت خرید و پیش‌فروش مبتنی بر تولید فعال خواهد شد تا ابزارهای متنوع مالی در اختیار اجرای طرح قرار گیرد.

بررسی، دو کارگروه «تعین و بررسی صلاحیت» و «تأمین مالی» برای ارزیابی و تخصیص مشوق‌ها تشکیل می‌شود.

برونده‌های اجرایی طرح پیشران تحول فناورانه در صنعت ساختمان مشاور معاونت مسکن و ساختمان با اشاره به برونداد اجرایی این طرح گفت: ایجاد و توسعه کارخانه‌های صنعتی‌سازی و فناوری‌های

خبرنامه



اختصاص ۴ رام قطار فوق‌العاده تهران-مشهد برای تسهیل جابه‌جایی مسافران

قائم‌مقام راه‌آهن از اختصاص چهار رام قطار فوق‌العاده در مسیر تهران-مشهد-تهران خبر داد و گفت: عرضه بلیت قطارهای مسافری بین‌شهری و حومه‌ای در سراسر کشور، به‌ویژه در محورهای تهران، قم و مشهد، به صورت حداکثری انجام می‌شود.

به گزارش ایسنا، بر اساس اعلام راه آهن جمهوری اسلامی ایران، میر حسن موسوی در سومین جلسه ستاد برگزاری مراسم وداع و تشییع رهبر شهید انقلاب ضمن قدردانی از تلاش‌های شبانه‌روزی کارکنان راه‌آهن، شرکت‌های حمل‌ونقل ریلی، پلیس راه‌آهن، حراست و بسیج راه‌آهن، بر ضرورت هماهنگی و هم‌فرازی تمامی بخش‌ها برای ارائه خدمات مطلوب به عزاداران و زائران تأکید کرد. وی، خدمت‌رسانی شایسته به مردم در ایام برگزاری مراسم را از مهم‌ترین مأموریت‌های راه‌آهن برشمرد و با تأکید بر آمادگی کامل بخش‌های عملیاتی، فنی و پشتیبانی، خواستار بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت ناوگان ریلی و امکانات موجود برای پاسخگویی مناسب به افزایش تقاضای سفر شد.

قائم‌مقام راه‌آهن از آماده‌باش کامل ناوگان و شرکت‌های حمل‌ونقل ریلی خبر داد و گفت: علاوه بر استفاده حداکثری از قطارهای برنامه‌ای، ریل‌باس‌ها نیز به عنوان ظرفیت پشتیبان در خطوط حومه‌ای تهران آماده بهره‌برداری هستند تا در صورت افزایش تقاضا، خدمات‌رسانی بدون وقفه ادامه یابد.

موسوی همچنین، حفظ ایمنی مسیر و حرکت قطارها و تأمین امنیت شبکه ریلی را از مهم‌ترین اولویت‌های راه‌آهن عنوان کرد و بر آماده‌سازی کامل ناوگان، انجام دقیق بازدیدهای فنی و تشدید مراقبت‌های امنیتی در ایستگاه‌ها، خطوط، پل‌ها و تونل‌ها با همکاری پلیس راه‌آهن، حراست و مدیران مناطق تأکید کرد.

اجرای برنامه‌های فرهنگی در ایستگاه‌ها و قطارها را از دیگر محورهای این طرح برشمرد و افزود: سیاه‌پوش شدن ایستگاه‌ها، برپایی محافل قرآنی، فضا‌سازی متناسب با ایام سوگواری، نصب تصاویر شهدا و مشارکت گسترده شرکت‌های حمل‌ونقل ریلی در اجرای برنامه‌های فرهنگی ویژه مراسم وداع و تشییع پیکر رهبر شهید، از دیگر اقدامات راه‌آهن در ایام تشییع پیکر رهبر شهید انقلاب است.

آخرین وضعیت اتصال روستاهای بالای ۲۰ خانوار به شبکه ملی اطلاعات

مشاور وزیر ارتباطات در توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات در مناطق روستایی و مجری طرح خدمات عمومی اجباری (USO) با ارائه آخرین آمار اتصال روستاهای بالای ۲۰ خانوار به شبکه ملی اطلاعات اعلام کرد: از ابتدای دولت تا ۲۷ اردیبهشت‌ماه، ۳۱۲۶ روستا به شبکه متصل شده‌اند و شاخص پوشش با رشد ۸ درصدی همراه بوده است.

نیک‌محمد بلوچ‌چی - مشاور وزیر در توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات در مناطق روستایی و مجری طرح خدمات عمومی اجباری (USO) - در گفت و گو با ایسنا، با اشاره به پیش‌مجدد روستاهای بالای ۲۰ خانوار کشور در آغاز به کار دولت جدید اظهار کرد: در ابتدای دولت و بنا به دستور وزیر، کل وضعیت روستاهای بالای ۲۰ خانوار کشور را مجدداً پایش کردیم. هدف از این کار، ارزیابی دقیق حجم کار پیش‌رو بر اساس تکلیف ماده ۶۵ برنامه هفتم توسعه بود که بر اساس آن باید ۱۰۰ درصد روستاهای بالای ۲۰ خانوار تا پایان برنامه به شبکه ملی اطلاعات متصل شوند.

وی با تأکید بر لزوم واقعی‌بینی در سنجش آمارها گفت: عددی که ما با کمک استانداران و تخمین اولیه به آن رسیدیم حدود ۱۰ هزار و ۵۰۰ روستا بود. به عنوان مثال، استانی که ادعا می‌کرد پوشش ۹۵ درصدی دارد، پس از بررسی‌های دقیق مشخص شد که درصد واقعی پوشش آن ۸۵ درصد است.

رشد ۸ درصدی پوشش ارتباطی روستاها تا اردیبهشت‌ماه

مجری طرح USO با اشاره به دستاوردهای دولت در این حوزه افزود: در آغاز به کار دولت، شاخص دسترسی روستایی ۷۳ درصد بود که امروز با وجود شرایط غیرنرمال کشور، رشد ۸ درصدی داشته است. تا تاریخ ۲۷ اردیبهشت‌ماه سال جاری، تعداد ۳ هزار و ۱۲۶ روستای بالای ۲۰ خانوار که پیش از این فاقد دیتای باکیفیت بودند، به شبکه ملی اطلاعات متصل شده‌اند. این رشد ۸ درصدی با توجه به چالش‌ها، رقم بسیار خوبی به شمار می‌رود. بلوچ‌چی تأکید کرد: هدف ما صرفاً اتصال روستاهای فاقد ارتباط نیست؛ بلکه در مواردی به دنبال پوشش نقاط گردشگری و یا بهبود کیفیت شبکه هستیم. به عنوان مثال در مناطقی که تنها اپراتور دوم تلفن همراه پوشش داشت، سایت اپراتور اول تلفن همراه را احداث کردیم تا مشترکان این اپراتور نیز از خدمات بهره‌مند شوند. در همین راستا، علاوه بر عدد ۳۱۲۶ روستای جدید، ارتباط ۶۲۲ روستای دیگر که از قبل دسترسی داشتند، مجدداً برقرار و کیفیت دسترسی مردم بهبود یافت.

چالش‌های پیش‌رو؛ از نوسانات ارزی تا جبران خرابی‌های ناشی از جنگ

مشاور وزیر ارتباطات به تشریح موانع و چالش‌های این بخش پرداخت و اظهار کرد: واقعیت این است که در مسیر توسعه روستایی با چالش‌های بزرگی مواجه هستیم؛ از یک سو با کاهش ۷ درصدی درآمد‌های ما و به تبع آن کاهش بودجه روستایی روبرو بوده‌ایم و از سوی دیگر هزینه‌های خرید تجهیزات در شدت افزایش یافته است. نوسانات نرخ ارز، قطعی اینترنت، مسائل مربوط به واردات و تأمین تجهیزات، اپراتورها را به شدت با چالش مواجه کرده است. وی درباره احتمال انحراف از برنامه زمان‌بندی تصریح کرد: در گفت و گوهایی که با مدیران عامل اپراتورهای همراه اول و ایرانسل داشته‌ایم، تلاش همگی بر این است که انحراف زیادی از برنامه‌ریزی صورت گرفته نداشته باشیم.

بلوچ‌چی در پایان با اشاره به اثرات حوادث غیرمترقبه بر روند کار تصریح کرد: در دوره‌هایی نظیر جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان، امکان حضور در برخی مناطق برای احداث سایت وجود نداشت و نزدیک به دو ماه از وقت ما صرفاً صرف بازسازی و تعمیر خرابی‌های ناشی از جنگ شد. زمانی که سایت‌های ارتباطی ما در استان‌هایی مانند ایلام و کردستان آسیب دیده بودند، اولویت اول ما احیای ارتباطات قطع‌شده مردم بود و نمی‌توانستیم احیای شبکه را رها کرده و به سراغ احداث سایت‌های جدید برویم. همین موضوعات سبب شد تا شتاب کار تا حدودی نسبت به انتظارات اولیه ما کندتر شود.

روز ملی مالیات امسال (۱۶ تیر ماه) در شرایطی فرا رسیده که بخش قابل توجهی از اصناف و کسب و کارهای کشور، علاوه بر رکود، پیامدهای دو شوک ناشی از جنگ در یک سال اخیر را تحمل کرده‌اند؛ اتفاقاتی که با افت تقاضا، اختلال در زنجیره تامین، کاهش نقدینگی و افزایش هزینه‌های تولید همراه بوده است.

به گزارش ایسنا، در چنین فضایی، کارشناسان معتقدند سیاست مالیاتی باید از رویکرد صرف درآمدزایی فاصله گرفته و به ابزاری برای حفظ بنگاه‌های اقتصادی، جلوگیری از تعطیلی کسب و کارها و حمایت از اشتغال تبدیل شود.

استون اصلی تأمین مالی دولت‌ها و یکی از مهم‌ترین ابزارهای حکمرانی اقتصادی است. اما کارآمدی این ابزار به شرایط اقتصادی بستگی دارد. در اقتصادهای باثبات، مالیات علاوه بر تأمین درآمد دولت، نقش مهمی در توزیع عادلانه درآمد و تنظیم فعالیت‌های اقتصادی ایفا می‌کند. اما در اقتصادهایی که با رکود، تورم، تحریم و بحران‌های امنیتی مواجه هستند، سیاست مالیاتی نیازمند انعطاف بیشتری است.

اقتصاد ایران در یک سال گذشته علاوه بر مشکلات ساختاری، دو شوک ناشی از درگیری‌ها و تنش‌های جنگ را نیز تجربه کرده است؛ اتفاقاتی که موجب کاهش فعالیت بسیاری از واحدهای صنفی، افت فروش، اختلال در حمل و نقل، افزایش هزینه تأمین کالا و کاهش قدرت خرید خانوارها شد. بسیاری از اصناف، به ویژه واحدهای کوچک و متوسط، هنوز نتوانسته‌اند آثار این خسارت‌ها را جبران کنند.

در چنین شرایطی، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های فعالان اقتصادی، نحوه اجرای قوانین مالیاتی است. اگرچه دولت برای تأمین هزینه‌های عمومی و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی ناگزیر از توسعه پایه‌های مالیاتی است، اما افزایش فشار بر بنگاه‌هایی که با کاهش درآمد مواجه شده‌اند، نه تنها درآمد‌های مالیاتی را در بلندمدت افزایش نمی‌دهد، بلکه می‌تواند به تعطیلی کسب و کارها، کاهش اشتغال و کوچک‌تر

مالیات چگونه می‌تواند حامی کسب و کارها باشد؟

تولید زیر بار رکود



شدن اقتصاد رسمی منجر شود. بخش خصوصی بارها تأکید کرده که مسئله اصلی، اصل پرداخت مالیات نیست؛ بلکه نحوه وصول آن است. فعالان اقتصادی معتقدند مالیات باید متناسب با درآمد واقعی، سودآوری و شرایط فعالیت هر بنگاه تعیین شود. در سال‌هایی که فروش کاهش یافته و بسیاری از واحدها با کمبود نقدینگی روبرو هستند، مطالبه مالیات بدون در نظر گرفتن واقعیت‌های اقتصادی، فشار مضاعفی بر تولید و تجارت وارد می‌کند.

از سوی دیگر، بسیاری از کارشناسان اقتصادی معتقدند روز ملی مالیات می‌تواند فرصتی برای بازنگری در سیاست‌های حمایتی دولت باشد. تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد که در دوران بحران، دولت‌ها به جای تشدید فشار مالیاتی، از ابزارهایی مانند تقسیط بدهی‌های مالیاتی، تعویق سررسید پرداخت، بخشودگی جرایم، استمهال مالیات و اعطای اعتبار مالیاتی برای حفظ فعالیت بنگاه‌ها استفاده می‌کنند.

از مهم‌ترین پیشنهادهای، تعویق پرداخت مالیات برای اصناف آسیب دیده از شرایط اقتصادی و امنیتی است. این اقدام بدون آنکه درآمد دولت را به طور کامل حذف کند، به کسب‌وکارها فرصت می‌دهد تا پس از بازگشت نسبی رونق، تعهدات مالیاتی خود را ایفا کنند. همچنین بخشودگی جرایم دیر کرد برای مودیانی که به دلیل رکود یا کاهش فروش قادر به پرداخت مالیات نبوده‌اند، می‌تواند از افزایش بدهی و خروج فعالان اقتصادی از چرخه رسمی جلوگیری کند. در کنار آن، امکان تقسیط بلندمدت مالیات نیز یکی از ابزارهایی است که فشار نقدینگی را برای بنگاه‌ها کاهش خواهد داد.

کارشناسان همچنین بر اجرای مشوق‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاری تأکید دارند. اعطای اعتبار مالیاتی به واحدهایی که در توسعه تولید، نوسازی تجهیزات، افزایش صادرات یا حفظ اشتغال سرمایه‌گذاری می‌کنند، می‌تواند هم به رونق اقتصاد و هم به افزایش درآمد‌های

مالیاتی در سال‌های آینده منجر شود. از سوی دیگر، بسیاری از فعالان اقتصادی خواستار کاهش هزینه‌های تبعیت مالیاتی هستند. توسعه خدمات الکترونیکی، حذف فرآیندهای موازی، کاهش مراجعات حضوری، تسریع در استرداد مالیات بر ارزش افزوده صادرکنندگان و افزایش شفافیت در رسیدگی به پرونده‌های مالیاتی، از جمله اقداماتی است که می‌تواند رضایت مودیان را افزایش دهد.

در مقابل، کارشناسان معتقدند حمایت از اصناف نباید به معنای چشم‌پوشی از فرار مالیاتی باشد. تمرکز بر شناسایی فعالیت‌های غیرشفاف، مقابله با اقتصاد زیرزمینی و گسترش پایه‌های مالیاتی جدید، راهکار مناسب‌تری نسبت به افزایش فشار بر مودیان شناسنامه دار است؛ چرا که بخش قابل توجهی از اقتصاد کشور همچنان خارج از چتر مالیاتی فعالیت می‌کند.

به باور تحلیلگران، بهترین سیاست مالیاتی در شرایط کنونی، حرکت به سمت «مالیات هوشمند و حمایتی» است؛ سیاستی که ضمن حفظ درآمد‌های پایدار دولت، از تعطیلی بنگاه‌های اقتصادی جلوگیری کرده و امکان ادامه فعالیت برای اصناف را فراهم کند. این رویکرد می‌تواند شامل تقسیط بدهی‌ها، بخشودگی جرایم، اعطای مشوق‌های سرمایه‌گذاری، حمایت از حفظ اشتغال، تسریع در استرداد مالیات و کاهش هزینه‌های اداری باشد.

روز ملی مالیات امسال شاید بیش از هر زمان دیگری یادآور این واقعیت باشد که موفقیت نظام مالیاتی، تنها در افزایش وصولی‌ها خلاصه نمی‌شود؛ بلکه زمانی محقق خواهد شد که مالیات به ابزاری برای توسعه تولید، تقویت بخش خصوصی و حفظ کسب‌وکارها تبدیل شود. در شرایطی که اقتصاد ایران بیش از هر زمان دیگری به سرمایه‌گذاری، اشتغال و رونق فعالیت‌های اقتصادی نیاز دارد، سیاست مالیاتی نیز باید همسو با این اهداف طراحی و اجرا شود.

چرا محصولات کشاورزی در ایران گران تولید می‌شوند؟

۶۸ کیلوگرم در هکتار است؛ با این حال به گفته تحلیلگران بخش کشاورزی، مسئله اصلی نه میزان مصرف بلکه مصرف غیرهدفمند و نامتوازن آن است؛ موضوعی که موجب شده سیاست‌های رسمی به سمت «کوددهای هدفمند» و «کشاورزی دقیق» حرکت کند.

کشورهای موفق هزینه تولید را با فناوری کاهش داده‌اند

در سطح سیاست‌گذاری، وزارت جهاد کشاورزی بر افزایش بهره‌وری آب و خاک، توسعه کشاورزی دانش‌بنیان و کاهش هزینه تولید تأکید دارد. بررسی تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد کاهش هزینه تولید در کشاورزی معمولاً بر سه محور اصلی استوار بوده است: هوشمند، مدیریت داده‌محور و استفاده گسترده از فناوری‌های نوین باعث افزایش بهره‌وری در واحد سطح و کاهش هزینه تولید شده است. در کشورهایی مانند آمریکا و برزیل، ادغام زمین‌ها، توسعه مزارع بزرگ و مکانیزاسیون گسترده موجب تحقق صرفه‌های مقیاس و کاهش هزینه متوسط تولید شده است.

در اروپا نیز توسعه زنجیره سرد، کاهش واسطه‌ها و دیجیتال‌سازی بازار محصولات کشاورزی نقش مهمی در کاهش ضایعات و کنترل قیمت نهایی غذا داشته است. در کنار عوامل داخلی، تحریم‌های اقتصادی نیز طی سال‌های گذشته بر هزینه تولید در بخش کشاورزی اثر گذاشته است. اگرچه بخش زیادی از محصولات نهاده‌های کشاورزی مشمول معافیت‌های بشردوستانه اعلام شده‌اند، اما محدودیت‌های بانکی، افزایش هزینه نقل‌وانتقال پول، دشواری واردات ماشین‌آلات، قطعات و برخی نهادهای تخصصی، هزینه تأمین تجهیزات و فناوری‌های مورد نیاز این بخش را افزایش داده و روند نوسازی و ارتقای بهره‌وری را با چالش مواجه کرده است.

کاهش هزینه تولید به یک راهکار محدود نمی‌شود

در تحلیل‌های تخصصی درباره کاهش هزینه تولید، مجموعه‌ای از اقدامات مکمل شامل بهینه‌سازی فرآیند تولید، کاهش ضایعات، اصلاح مدیریت مزرعه و ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی مورد تأکید قرار گرفته است؛ مجموعه‌ای که در کنار اصلاح ساختار مالکیت، به‌عنوان بسته سیاستی کاهش هزینه شناخته می‌شود.

از این منظر، وعده وزارت جهاد کشاورزی برای کاهش هزینه تولید، در صورتی می‌تواند به نتیجه برسد که هم‌زمان مجموعه‌ای از اصلاحات ساختاری در اقتصاد و بخش کشاورزی اجرا شود. در غیر این صورت، حتی اگر بخشی از هزینه‌ها کاهش یابد، عواملی مانند تورم، نوسان ارز و افزایش قیمت نهاده‌ها می‌توانند آثار آن را خنثی کنند. بنابراین، کاهش هزینه تولید را باید نه یک اقدام مقطعی، بلکه پروژه‌ای بلندمدت دانست؛ پروژه‌ای که موفقیت آن به هماهنگی سیاست‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های کشاورزی و افزایش بهره‌وری در تمام حلقه‌های زنجیره تولید وابسته است.

ادغام زمین‌های خرد و حرکت به سمت تولید مقیاس‌پذیر می‌تواند از طریق «صرفه مقیاس» هزینه متوسط تولید را کاهش داده و بهره‌وری منابع را افزایش دهد.

کارشناسان اقتصاد کشاورزی تأکید می‌کنند که ادغام زمین‌های خرد و حرکت به سمت تولید مقیاس‌پذیر می‌تواند از طریق «صرفه مقیاس» هزینه متوسط تولید را کاهش داده و بهره‌وری منابع را افزایش دهد.

آبیاری سنتی و ماشین‌آلات فرسوده تولید را گران‌تر کرده‌است در کنار خورد بودن اراضی، بهره‌وری پایین آب و زمین نیز از عوامل افزایش هزینه تولید در بخش کشاورزی به شمار می‌رود. در برخی مناطق کشور همچنان از روش‌های سنتی آبیاری استفاده می‌شود که مصرف آب را افزایش داده و هزینه تولید را بالا می‌برد.

حرکت به سمت آبیاری نوین و «کشاورزی دقیق» روشی که با استفاده از فناوری و داده، مصرف آب، کود و سم را متناسب با نیاز هر بخش از مزرعه تنظیم می‌کند، از مهم‌ترین راهکارهای افزایش بهره‌وری منابع طبیعی به شمار می‌رود. در مقابل فرسودگی ناوگان ماشین‌آلات کشاورزی از جمله تراکتورها و کمباین‌ها، باعث افزایش مصرف سوخت، هزینه تعمیرات، کاهش سرعت عملیات و افزایش ضایعات برداشت شده است؛ موضوعی که به‌طور مستقیم هزینه تمام‌شده تولید را بالا می‌برد.

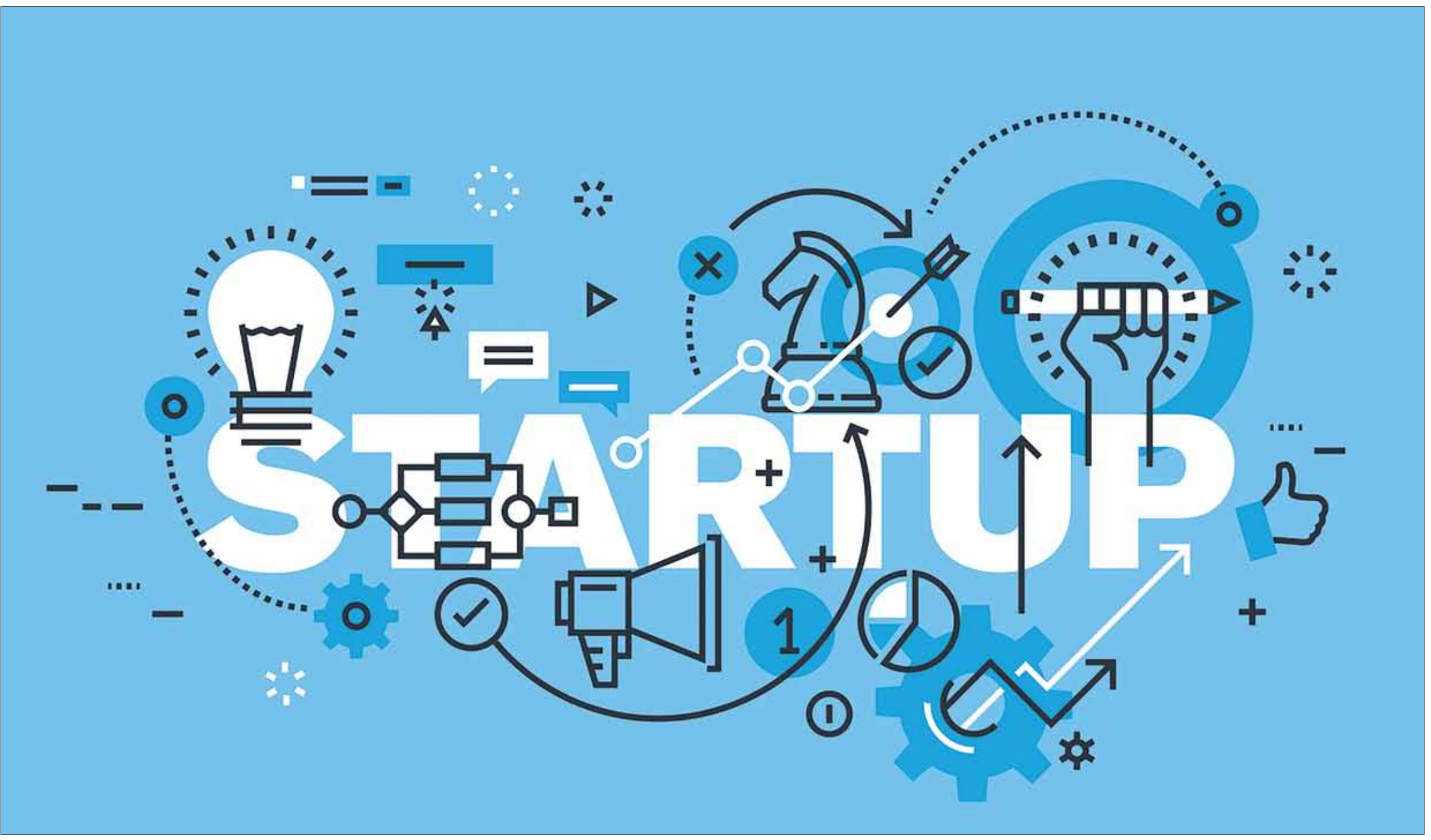
کمبود سرمایه، چالش بزرگ نوسازی کشاورزی

در کنار چالش‌های فنی، هزینه بالای تأمین مالی و محدودیت دسترسی به سرمایه در گردش نیز از عوامل مهم افزایش هزینه تولید عنوان می‌شود؛ مسئله‌ای که مانع نوسازی تجهیزات و توسعه فناوری شده است.

نوسانات نرخ ارز نیز یکی از عوامل اثرگذار بر هزینه تولید است که قیمت نهاده‌هایی مانند کود، سم، بذر و ماشین‌آلات را به‌طور مستقیم تحت تأثیر قرار داده و برنامه‌ریزی تولید را با بی‌ثباتی مواجه کرده است. در حوزه زنجیره تأمین نیز ضایعات بالا در مراحل برداشت، حمل‌ونقل و نگهداری، از دیگر عوامل افزایش هزینه محسوب می‌شود؛ موضوعی که به ضعف زیرساخت‌های سردخانه‌ای و لجستیک مرتبط است.

با وجود چالش‌ها، ایران در برخی حوزه‌ها دارای مزیت نسبی است با وجود چالش‌ها، ایران در برخی حوزه‌ها دارای مزیت نسبی است؛ از جمله انرژی نسبتاً ارزان‌تر، نیروی کار فعال در بخش کشاورزی و تولید داخلی بخشی از نهاده‌ها مانند برخی کودها. با این حال این مزیت‌ها برای جبران شکاف بهره‌وری کافی نیستند. در حوزه عملکرد تولید، داده‌های مقایسه‌ای نشان می‌دهد فاصله قابل توجهی میان ایران و کشورهای پیشرو وجود دارد. به‌عنوان نمونه، عملکرد گندم در ایران حدود ۱.۷ تن در هکتار گزارش شده، در حالی که در کشورهایی مانند آلمان، فرانسه، هلند و چین این رقم بین ۵ تا ۸ تن در هکتار است. بر اساس داده‌های FAO، مصرف کود شیمیایی در ایران حدود

توسعه استارت آپها با راهکارهای بازاریابی پولی



به قلم: کنت برک

کارشناس مدیریت کسب و کار
ترجمه: علی آل علی

بسیاری از استارت آپها با امید تاثیرگذاری فراینده بر روی مشتریان طراحی و حتی اجرا می‌شوند. این امر برای کارآفرینان تجربه‌های منحصر به فرد در عرصه کسب و کار را به همراه داشته و می‌تواند برای آنها به طور قابل ملاحظه‌ای هیجان‌انگیز محسوب شود. یادتان نرود در دنیای امروز بسیاری از کارآفرینان برای بهینه‌سازی شرایطشان چه در عرصه برندسازی شخصی و چه در زمینه توسعه استارت آپ در بازاریابی به مثابه ابزاری اساسی سود می‌برند. شما نیز در این میان می‌توانید به خوبی از این ابزار برای پیگیری اهدافتان استفاده کرده و اوضاع‌تان در بازار را به طور چشمگیری بهبود بخشید.

اغلب استارت آپها به دنبال استفاده از ایده‌های بازاریابی به طور رایگان هستند. این امر شامل تولید محتوای تاثیرگذار و سرمایه‌گذاری بر روی جلب نظر مشتریان با استفاده از تجربه دیگران است. شاید این امر در نگاه نخست جذابیت بسیار زیادی داشته باشد، اما نکته مهم اینکه شما برای بهبود اوضاع‌تان در عرصه کسب و کار باید به چیزی فراتر از ایده‌های رایگان و بدون بودجه بازاریابی فکر کنید. گاهی اوقات برندها چاره‌ای به غیر از سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی ندارند. خوشبختانه در اغلب موارد نیز این سرمایه‌گذاری سودآور بوده و امکان توسعه استارت آپها را فراهم می‌سازد. درست به همین خاطر اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای هستید، می‌توانید کارتان را با برخی از راهکارهای کاربردی در این راستا شروع کنید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و کارتان در رقابت با برندهای بزرگ را نیز به طور قابل توجهی ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد کرد.

هدف ما در این مقاله بررسی برخی از راهکارهای حرفه‌ای برای بازاریابی با استفاده از بودجه‌های مناسب و تاثیرگذار است. این امر به شما کمک ویژه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کرده و وضعیت‌تان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال بهینه‌سازی اوضاع استارت آپ‌تان هستید، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله می‌تواند به شما کمک شایانی نماید.

تبلیغات پولی در شبکه‌های اجتماعی و جلب نظر مشتریان

بسیاری از برندها برای تبلیغات پولی ایده‌های تازه یا متفاوتی ندارند. امروزه دیگر فقط کانال‌های تلویزیونی پرطرفدار تنها راهکار برای تبلیغات پولی شناخته نمی‌شود. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و شانس‌تان در این میان را نیز افزایش دهد. ظهور شبکه‌های اجتماعی تا حد زیادی تنوع تبلیغات و بازاریابی پیش روی برندها قرار داده است. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال بهینه‌سازی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، می‌توانید کارتان را به بهترین صورت دنبال کرده و به خوبی بر روی مخاطب هدف تاثیرگذاری لازم را داشته باشید.

طراحی ویدئو به دلیل استقبال بیشتر کاربران در

شبکه‌های اجتماعی از آن باید همیشه در اولویت شما قرار داشته باشد. این امر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه نتایج سرمایه‌گذاری شما بر روی عرصه تبلیغات را نشان دهد. به این ترتیب شما می‌توانید کارتان را به خوبی مدیریت کرده و به خوبی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را توسعه دهید. اشتباه برخی از برندها در این میان تمرکز بر روی فرمت‌های دیگر محتوا در عرصه کسب و کار است. این امر می‌تواند موجب ناتوانی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شده و هزینه بازاریابی‌تان را نیز از بین ببرد. وقتی شما بر روی عرصه بازاریابی سرمایه‌گذاری می‌کنید، باید این سرمایه‌گذاری را به بهترین شکل ممکن سودآور سازید، در غیر این صورت همیشه مشکلات عمده‌ای در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی اوضاع مالی‌تان را هم پیدا نکنید. شبکه‌های اجتماعی در این دوران مهمترین منبع برای بازاریابی و تعامل با مشتریان محسوب می‌شود. استارت آپ شما برای رقابت در این حوزه نیازمند استفاده از تکنیک‌های دقیق است. یکی از این تکنیک‌ها می‌تواند سرمایه‌گذاری بر روی تبلیغات پولی با ویدئوهای با کیفیت باشد. این امر استارت آپ شما را به خوبی در میان سایر رقبا مشهور و جذاب نمایش خواهد داد.

سرمایه‌گذاری بر روی تبلیغات در گوگل

گوگل یکی از بهترین پلتفرم‌ها برای نمایش تبلیغات و محتوای بازاریابی از سوی برندها محسوب می‌شود. صرف نظر از بحث مربوط به سئو برای نمایش محتوای برند در رتبه‌های بالاتر نتایج گوگل، همیشه امکان همکاری تبلیغاتی با این پلتفرم نیز برای کاربران وجود دارد. شما به این ترتیب امکان تاثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف را پیدا کرده و اوضاع‌تان در بازار به طور چشمگیری بهبود پیدا خواهد کرد.

تبلیغات پولی در گوگل، محتوا یا لینک‌های مورد نظر شما را بالاتر از دیگر رقبا در رتبه‌های برتر نمایش می‌دهد. این امر می‌تواند باعث افزایش ترافیک سایت‌تان شده و میزان فروش‌تان را نیز بیشتر کند. اگر استارت آپ شما آمادگی ورود به عرصه فروش را دارد، می‌توانید از این تکنیک برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده کرده و شانس‌تان در این میان را نیز توسعه دهید. این امر کارتان را به خوبی در کانون توجه کاربران قرار داده و آشنایی بیشتری از سوی آنها با برندها به همراه خواهد داشت.

سرمایه‌گذاری بر روی بازاریابی در همایش‌های تخصصی

همایش‌های تخصصی در عرصه کسب و کار برای بسیاری از برندها جذابیت زیادی دارد. در این میان برخی از استارت آپها که توانایی شرکت کامل در این همایش‌ها را ندارند، می‌توانند به جای تلاش برای استفاده از فرصت‌های سخنرانی به دنبال تبلیغات بازاریابی پولی در حاشیه مراسم باشند. این امر شاید عجیب به نظر برسد، اما به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان می‌دهد. تمام ماجرا در این میان حول محور مشتریان یک برند می‌گذرد. در این صورت شما می‌توانید به خوبی بر روی مشتریان دیگر برندها تاثیر گذاشته و آنها را به سوی برند خودتان جلب کنید.

نکته مهم در بازاریابی پولی تلاش برای طراحی محتوایی به شدت جذاب و هیجان‌انگیز است. هرچه باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فرصت‌های بسیار بیشتری در زمینه بازاریابی ارگانیک دارید، اما وقتی پای تبلیغات پولی در میان باشد فرصت‌های شما به شدت کم می‌شود. در این معنا شما باید خیلی زود بر روی مخاطب هدف‌تان تاثیر گذاشته و کارتان را توسعه دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهبود اوضاع تجاری‌تان پیدا نکرده و اوضاع‌تان در بازار به طور مداوم بدتر از هر زمان دیگری شود. در این صورت شما خیلی زود از نقطه نظر بهینه‌سازی اوضاع و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به مشکل می‌خورید.

همایش‌های کاری که مرتبط با حوزه فعالیت برند شما هستند، امکان تاثیرگذاری بسیار خوبی بر روی مخاطب هدف به همراه دارند. این امر می‌تواند برای شما به مثابه یک محرک قوی در راستای سرمایه‌گذاری بر روی این حوزه‌ها عمل کند. درست به همین دلیل شما باید از هر فرصت به عبارت بهتر همایشی برای بهبود اوضاع‌تان در این میان به خوبی استفاده نمایید، در غیر این صورت شاید خیلی زود اوضاع‌تان به هم ریخته و توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست بدهید.

طراحی ویدئوهای تبلیغاتی باکیفیت

ویدئوهای تبلیغاتی همیشه مسیر مطمئن‌تری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. این نوع ویدئوها به طور معمول نه تنها برای کاربران عادی، بلکه به طور ویژه‌ای برای مشتریان جذابیت دارد. درست به همین دلیل شما می‌توانید با خیال راحت ویدئوهای تبلیغاتی طراحی کرده و از آنها در جاهای مختلف سود ببرید. یادتان باشد امروزه تنها برخی از برندها در تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کامیابی مطلق دارند. سایر برندها باید برای این موفقیت تلاش زیادی نمایند. در این میان نیز ویدئو بهترین فرمت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بوده و شانس شما در عرصه کسب و کار را نیز به خوبی توسعه می‌دهد.

یادتان باشد شما لازم نیست همیشه ویدئوهای متفاوت و پرتعداد برای کاربران آماده کنید. در این راستا استفاده از قانون ۸۰/۲۰ بهترین ایده است. بر این اساس شما با ۲۰ درصد کار درست، یا به عبارت بهتر کیفیت بالاتر محتوا، می‌توانید تاثیرگذاری بهتری بر روی مخاطب‌تان داشته باشید.

بسیاری از برندها به طور مداوم دنبال استفاده از ویدئوهای بازاریابی و تبلیغاتی طولانی و پرتعداد هستند. این امر شاید برای شما ایده‌ای بسیار جذاب به نظر برسد، اما در بلندمدت توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. پس یادتان باشد همیشه ویدئوهای نه چندان زیاد اما از نظر کیفی عالی در اختیار کاربران قرار دهید. این طوری هم توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای را پیدا می‌کنید، هم اینکه شرایط‌تان در بازار به طور مداوم بهتر خواهد شد. با این حساب شما دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در عرصه بازاریابی نخواهید داشت. این امر می‌تواند یک خبر بی‌نهایت امیدوارکننده برای شما و کسب و کارتان باشد.

فعالیت به عنوان اسپانسر مراسم‌ها

یکی از شیوه‌های عالی برای بازاریابی و توسعه استارت آپها فعالیت به عنوان اسپانسر مراسم‌های بزرگ و معتبر است. بدون تردید شما به عنوان یک استارت آپ توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور متفاوت یا کاملاً نوآورانه را ندارید. این امر می‌تواند گاهی اوقات برای شما دردسرساز شود. توصیه ما در این میان شروع کارتان با اسپانسر مراسم‌های محلی و توسعه کارتان به سطح مراسم‌های بزرگ در بلندمدت است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و اوضاع مالی‌تان در بازار را نیز بهینه‌سازی می‌کند.

اشتباه برخی از استارت آپها در زمینه فعالیت به عنوان اسپانسر مراسم‌ها تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با تمرکز بر روی مراسم‌های بی‌نهایت بزرگ است. این امر هزینه بی‌نهایت زیادی روی دست برند شما خواهد گذاشت و شانس‌تان در این راستا را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی خواهد کرد. یادتان باشد شما در عرصه کسب و کار با بازاریابی هیچ وقت بودجه بی‌نهایت ندارید. درست به همین دلیل باید تمام شرایط را با توجه به بودجه در دسترس مدیریت کرده و به دنبال تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف‌تان باشید، در غیر این صورت خیلی زود بودجه‌تان تمام شده و دیگر شانس‌های برای بهینه‌سازی اوضاع‌تان در بازار پیدا نخواهید کرد. این امر می‌تواند برای شما دردسرهایی زیادی به همراه داشته و حتی اوضاع‌تان در بازار را بیش از هر زمان دیگری ناگوار سازد.

همیشه شروع کار در سطحی استاندارد و سپس توسعه آن می‌تواند به شما برای بهبود اوضاع در بازار کمک کند. درست به همین دلیل شما باید به طور مداوم این نکته مهم را مد نظر داشته باشید. پس اگر به دنبال بهبود اوضاع‌تان در عرصه کسب و کار هستید، می‌توانید از همین امروز کارتان را شروع کرده، اما به این نکته توجه داشته باشید که قرار نیست یک شبه تبدیل به رقیب برندهای بزرگ دنیا شوید.

همکاری با دیگر استارت آپها

همکاری با دیگر استارت آپها می‌تواند به شما برای بهینه‌سازی اوضاع‌تان کمک کرده و شرایط‌تان را نیز از نظر مالی توسعه دهد. گاهی اوقات یک استارت آپ برای اینکه دل مشتریان را به دست بیاورد، مسیر بی‌نهایت طولانی پیش رو دارد. این امر می‌تواند هر بازاریابی را از ادامه مسیر و تلاش برای تولید محتوا ناامید سازد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال بهینه‌سازی اوضاع‌تان در عرصه کسب و کار هستید، باید به طور مداوم شرایط‌تان در این راستا را مدیریت کرده و اوضاع‌تان را بهینه‌سازی نمایید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی اوضاع کاری‌تان به دست نیابید. نکته مهم در این راستا استفاده از قدرت جمعی استارت آپهاست. این نکته می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و اوضاع‌تان در عرصه کسب و کار را نیز به طور قابل توجهی بهبود بخشد. وقتی یک استارت آپ به تنهایی در بازار توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را ندارد، این امر به معنای پایان دنیا برای این استارت آپ نیست. شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر خودتان را برای آینده‌های بهتر امیدوار نگه دارید. تنها مسئله مهم در این میان همکاری با برخی

از استارت آپهای بزرگ دیگر است. به عنوان مثال، شما می‌توانید در عرصه بازاریابی برای اینکه هزینه‌های‌تان کاهش پیدا کرده و شانس بالاتری برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشید، با گروهی از استارت آپهای دیگر همراه شوید.

یکی از مهمترین نکات در زمینه فعالیت استارت آپها مربوط به زمانی است که نیاز به همکاری با بقیه استارت آپها یا برندها دارند. در این صورت شما هرگز نباید به سراغ رقیب اصلی‌تان بروید. این امر می‌تواند اوضاع شما در بازار را به طور کامل تغییر داده و شانس‌تان را نیز کاهش دهد. به هر حال در بازار هم کمتر رقیبی حاضر به همکاری مستقیم با شما خواهد بود. درست به همین خاطر باید با انتخابی درست به سراغ همکاری در عرصه بازاریابی بروید. توصیه ما در این بخش انتخاب برندی است که دارای زنجیره مشتریان مشترک با شما باشد. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه خدمات پس از فروش اتموبیل فعالیت دارید، می‌توانید با یک برند کارواش زنجیره‌ای همکاری داشته و کارتان را به خوبی توسعه دهید. این امر شما را بدل به یکی از برندهای بی‌نهایت معتبر در عرصه کسب و کار خواهد کرد.

همکاری با سایر استارت آپها همیشه می‌تواند همراه با نکات و مزایای بسیار مهمی برای شما باشد. این امر به شما قدرت و اعتبار بسیار زیادی داده و شرایط‌تان را نیز به خوبی مدیریت خواهد کرد. پس یادتان باشد در عرصه بازاریابی اگر به مشکلی برخورد کردید، می‌توانید همیشه روی کمک دیگران حساب کرده و اوضاع‌تان از این نظر را بهبود بخشید.

برگزاری مراسم اختصاصی برند در حوزه کسب و کار

برگزاری مراسم‌های اختصاصی برای برند نیز می‌تواند ایده خوبی به منظور توسعه کسب و کار و حتی بازاریابی بهتر باشد. امروزه بسیاری از مشتریان در بازار به دنبال برندهایی هستند که اعتماد به نفس لازم برای اثرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از مراسم‌های حرفه‌ای را دارند. اینکه شما برگزارکننده یک مراسم جذاب با بخش‌های متنوع باشید، نقش مهمی در توسعه توانایی‌های‌تان خواهد داشت. شما اینطور می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر بر روی مخاطب هدف‌تان تاثیرگذاری و اوضاع‌تان از نظر بازاریابی را بهبود بخشید. یادتان باشد در دنیای کسب و کار بسیاری از برندها مشکلات زیادی برای جلب نظر مشتریان دارند. در این میان شما با برگزاری یک مراسم استاندارد و پوشش رسانه‌ای درست آن می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن توسعه داده و به مشتریان نشان دهید یک استارت آپ معتبر هستید.

متأسفانه بسیاری از استارت آپها هرگز به برگزاری یک مراسم فکر نمی‌کنند. درست به همین دلیل برای مدت زمانی طولانی در راستای بهبود اوضاع‌شان به مشکل خورده و توانایی‌شان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز از دست می‌دهد. این امر می‌تواند مشکلات برندها را به طور فزاینده‌ای بیشتر کرده و اوضاع‌شان در بازار را نیز تغییر دهد. درست به همین دلیل توصیه اساسی ما در این میان شروع کار بر روی برگزاری مراسم منحصر به فرد برندها در عرصه کسب و کار است.

منبع: entrepreneur

