

سرمقاله

اقتصاد با دستور ارزان نمی‌شود

دکتر محمدرضا قدیمی
مدیر مسئول

وقتی تب بالا می‌رود، شکستن دماسنج دمای بدن را پایین نمی‌آورد. این مثال ساده شاید یکی از بهترین تشبیه‌ها برای توضیح بخشی از مسئله قیمت در اقتصاد باشد. قیمت در بسیاری از بازارها خود بیماری نیست؛ علامتی است که درباره اتفاقی در پشت صحنه اقتصاد خبر می‌دهد. ممکن است عرضه کاهش یافته باشد، هزینه تولید بالا رفته باشد، تقاضا افزایش یافته باشد، پول بیشتری وارد بازار شده باشد یا ریسک فعالیت اقتصادی بیشتر شده باشد. اگر به جای علت، فقط عددی را که روی برچسب قیمت دیده می‌شود هدف قرار دهیم، ممکن است برای مدتی علامت را کنترل کنیم، اما الزاماً بیماری را درمان نکرده‌ایم. این مسئله در اقتصاد با تورم مزمن اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. وقتی قیمت مواد اولیه، دستمزد، حمل‌ونقل، سرمایه، ماشین‌آلات و بسیاری از خدمات موردنیاز بنگاه افزایش می‌یابد، قیمت تمام‌شده محصول نیز تحت فشار قرار می‌گیرد. تولیدکننده ممکن است بخشی از این فشار را با افزایش بهره‌وری جذب کند و بخشی را از حاشیه سود خود بپردازد، اما ظرفیت هر دو محدود است. ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



چرا هر کارخانه باید همه چیز را خودش بخرد؟

اقتصاد با دستور ارزان نمی‌شود

عدالت، امنیت غذایی و حداقل استاندارد زندگی اهمیت دارد و دولت نمی‌تواند نسبت به قدرت خرید خانوارهای کم‌درآمد بی‌تفاوت باشد.

اما حمایت از مصرف‌کننده الزاماً مترادف با پایین نگه داشتن دستوری قیمت تولیدکننده نیست. اگر جامعه تصمیم گرفته است کالایی برای گروهی از مردم ارزان‌تر باشد، باید روشن شود هزینه این تصمیم را چه کسی پرداخت می‌کند. دولت؟ مالیات‌دهنده؟ تولیدکننده؟ سهامدار؟ بانک؟ یا نسل آینده از طریق کسری بودجه و تورم؟ هیچ سیاست حمایتی بدون هزینه نیست. تفاوت سیاست خوب و بد گاهی فقط در این است که در سیاست خوب، هزینه شفاف است.

فرض کنیم قیمت اقتصادی یک کالا ۱۲۰ واحد است اما سیاست‌گذار می‌خواهد خانوار کم‌درآمد آن را ۹۰ واحد بخرد. یک راه این است که تولیدکننده مجبور شود ۹۰ واحد بفروشد و ۳۰ واحد اختلاف را خودش تحمل کند. راه دیگر این است که قیمت واقعی حفظ شود و حمایت مستقیماً به مصرف‌کننده هدف منتقل شود. در هر دو حالت کسی باید آن ۳۰ واحد را بپردازد؛ اما پیامدهای دو روش برای تولید، سرمایه‌گذاری و توزیع منابع یکسان نیست.

همین نکته درباره بنگاه‌های دولتی و عمومی نیز صادق است. گاهی پایین نگه داشتن ظاهری قیمت به زیان انباشته تبدیل می‌شود و زیان انباشته در نهایت از مسیر بودجه، بانک یا منابع عمومی دوساره به جامعه بازمی‌گردد. مصرف‌کننده تصور می‌کند کالا را ارزان‌تر خریده است، در حالی که بخشی از قیمت آن را بعداً و از کانالی دیگر پرداخت می‌کند. اقتصاد پر از چنین هزینه‌های پنهانی است.

از سوی دیگر، تولیدکننده نیز نمی‌تواند هر افزایش هزینه‌ای را بهانه‌ای برای بالا بردن قیمت بداند. فشار هزینه باید بنگاه را مجبور کند که پیش از مراجعه به مشتری، داخل کارخانه خود را بررسی کند. آیا بهره‌وری پایین است؟ آیا موجودی بیش از اندازه نگهداری می‌شود؟ آیا ضایعات بالاست؟ یا افزایش ناکارآمدند؟ آیا ساختار سازمانی بیش از اندازه پرهزینه شده است؟

در یک بازار رقابتی، شرکت نمی‌تواند تمام ناکارآمدی

به تولیدکننده علامت می‌دهد که شاید افزایش عرضه آن جذاب‌تر شده است. این سازوکار البته در دنیای واقعی کامل نیست، اما حذف سیگنال قیمت نیز مسئله اصلی را از بین نمی‌برد.

اگر قیمت کالایی پایین‌تر از سطحی نگه داشته شود که تولید و عرضه آن برای فعال اقتصادی صرفه داشته باشد، رفتار تولیدکننده تغییر خواهد کرد. ممکن است تولید کاهش یابد، سرمایه از آن فعالیت خارج شود یا عرضه‌کننده راه دیگری برای جبران هزینه پیدا کند. در برخی بازارها نتیجه می‌تواند صف، سهمیه‌بندی، فروش مشروط، بازار غیررسمی یا کاهش کیفیت باشد.

به همین دلیل اقتصاددان هنگام مشاهده افزایش قیمت فقط نمی‌پرسد «چگونه این قیمت را پایین بیاوریم؟» پرسش مهم‌تر این است که چرا این قیمت بالا رفته است؟

این دو سؤال ممکن است به سیاست‌هایی کاملاً متفول منجر شوند.

اگر علت افزایش قیمت انحصار باشد، افزایش رقابت و تنظیم‌گری می‌تواند پاسخ مناسبی باشد. اگر دلیل آن کمبود عرضه باشد، باید موانع افزایش عرضه را بررسی کرد. اگر هزینه حمل‌ونقل بالا رفته، مسئله در لجستیک است. اگر افزایش نقدینگی و تورم عمومی پشت موج قیمت‌ها قرار دارد، سیاست پولی و مالی اهمیت پیدا می‌کند. اگر واردات یک نهاده با مانع مواجه شده، باید سراغ زنجیره تأمین رفت. اما اگر برای همه این بیماری‌های متفاوت فقط یک نسخه داشته باشیم — «قیمت بالا نرود» — احتمالاً علت اصلی بسیاری از آنها دست‌نخورده باقی خواهد ماند.

این سخن به معنای آن نیست که هر قیمتی که بازار ایجاد کرد لزوماً عادلانه، رقابتی یا قابل دفاع است. چنین برداشتی همان‌قدر ساده‌انگارانه است که تصور کنیم هر افزایش قیمتی را می‌توان با دستور متوقف کرد. بازارهای واقعی همیشه رقابت کامل ندارند. انحصار، تبانی، عدم تقارن اطلاعات، قدرت بازار، موانع ورود و انواع شکست بازار وجود دارند و دقیقاً به همین دلیل اقتصاد مدرن برای دولت نقش تنظیم‌گری قائل است.

در کالاهای اساسی نیز مسئله فقط کارایی اقتصادی نیست.

اگر هزینه به شکل مستمر افزایش یابد و قیمت فروش اجازه تعدیل متناسب پیدا نکند، اختلاف میان این دو عدد جایی در اقتصاد ظاهر خواهد شد. فرض کنیم یک بنگاه کالایی را ۱۰۰ واحد می‌فروشد که تولید آن ۸۰ واحد هزینه دارد. حاشیه میان قیمت فروش و هزینه ۲۰ واحد است. حال اگر به دلیل افزایش مواد اولیه، دستمزد، حمل‌ونقل و هزینه مالی، قیمت تمام‌شده به ۱۰۴ واحد برسد اما بنگاه فقط اجازه داشته باشد قیمت فروش را به ۱۱۰ واحد افزایش دهد، چه اتفاقی افتاده است؟ از نگاه مصرف‌کننده قیمت ۱۰ درصد افزایش یافته، اما از نگاه بنگاه حاشیه‌ای که قبلاً ۲۰ واحد بود به شش واحد کاهش یافته است.

در کوتاه‌مدت شاید شرکت بتواند این فشار را تحمل کند، اما اگر وضعیت ادامه پیدا کند، آن ۱۴ واحد از دست‌رفته برای همیشه در هوا معلق نمی‌ماند. ابتدا از سود شرکت کم می‌شود. سپس سرمایه‌گذاری جدید به تعویق می‌افتد. تعمیر و نوسازی تجهیزات محدود می‌شود. شرکت در استخدام محتاط‌تر می‌شود، برای کاهش هزینه به سراغ مواد یا خدمات ارزان‌تر می‌رود و در نهایت ممکن است مقدار تولید خود را کاهش دهد. در نقطه‌ای دورتر حتی ادامه فعالیت برخی تولیدکنندگان توجیه اقتصادی خود را از دست می‌دهد.

این همان نکته‌ای است که در سیاست قیمت‌گذاری گاهی نادیده گرفته می‌شود: هزینه‌ای که اجازه نمی‌دهیم در قیمت دیده شود، الزاماً از اقتصاد حذف نمی‌شود.

ممکن است آن هزینه به شکل کاهش سود ظاهر شود، ممکن است تبدیل به افت کیفیت شود، ممکن است سرمایه‌گذاری را کاهش دهد، ممکن است تولید را محدود کند یا در نهایت در جایی دیگر از زنجیره خود را نشان دهد. اقتصاد راه‌های زیادی برای انتقال فشار دارد.

قیمت در اقتصاد فقط عددی نیست که مصرف‌کننده پرداخت می‌کند. قیمت یک سیگنال است. اطلاعات مربوط به کمیابی، تقاضا، هزینه و ترجیحات میلیون‌ها تولیدکننده و مصرف‌کننده از طریق قیمت منتقل می‌شود. وقتی قیمت یک کالا افزایش پیدا می‌کند، به مصرف‌کننده می‌گوید این کالا نسبت به گذشته گران‌تر یا کمیاب‌تر شده و هم‌زمان

گمرک ایران مصوبه کارگروه ماده ۱۲ قانون ساماندهی مبادلات مرزی درباره تغییر مقدار وزنی کالاهای قابل ورود توسط مرزنشینان و شرکت‌های تعاونی آنها را ابلاغ کرد؛ مصوبه‌ای که براساس آن سهمیه سالانه برنج برای هر نفر از ۵۰ به ۱۰۰ کیلوگرم افزایش یافته و میزان مجاز ورود ۱۰ قلم کالای دیگر نیز تعیین یا اصلاح شده است. به گزارش ایسنا، دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت ایران در نامه‌ای به گمرک جمهوری اسلامی ایران، تصمیم‌های کارگروه ماده ۱۲ قانون ساماندهی مبادلات مرزی درباره تغییر مقدار وزنی و اقلام قابل ورود توسط مرزنشینان و شرکت‌های تعاونی آنها را اعلام کرد.

قیمت‌های غیر واقعی در پلتفرم‌های آنلاین خودرو

بازار خودرو این روزها از یک‌سو با قیمت‌های غیرواقعی در پلتفرم‌های آنلاین و از سوی دیگر با افت تولید، واردات کم‌رق و نوسانات ارزی مواجه است؛ شرايطی که به گفته یک کارشناس خودرو بار دیگر این کالا را به محلی برای حفظ ارزش پول و یک سرمایه‌گذاری در برابر تورم تبدیل کرده است.

مسبح فرزانه – کارشناس و فعال صنعت و بازار خودرو – در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به روند

پایان مزیت ارزان

فرصت امروز: سال‌ها بخش مهمی از رقابت‌پذیری صنعت ایران بر مزیت‌هایی بنا شده بود که لزوماً در داخل کارخانه ساخته نمی‌شدند. انرژی نسبتاً ارزان، دستمزد پایین‌تر نسبت به بسیاری از بازارهای رقیب، دسترسی داخلی به برخی مواد اولیه و در مقاطعی نرخ ارز، به تولیدکننده ایرانی امکان می‌داد حتی با بهره‌وری متوسط نیز محصولی با قیمت قابل رقابت تولید کند. اما هرچه این مزیت‌ها ضعیف‌تر می‌شوند، یک پرسش جدی‌تر مقابل مدیران صنعتی قرار می‌گیرد: اگر دیگر نتوانیم با «ارزان بودن» رقابت کنیم، با چه چیزی قرار است رقابت کنیم؟ بحث درباره فرسایش مزیت‌های سنتی تولید در شرایطی دوباره مطرح شده که افزایش هزینه نهاده‌ها، حمل‌ونقل و سایر اجزای تولید، فشار بیشتری بر حاشیه سود صنایع وارد کرده است. در مقابل، سیاست‌گذاران صنعتی نیز بیش از گذشته از فناوری، نوآوری و ارتقای بهره‌وری به‌عنوان مسیر آینده صنعت سخن می‌گویند. اما مسئله فقط اضافه کردن چند دستگاه جدید یا دیجیتالی کردن بخشی از کارخانه نیست. تغییر بزرگ‌تر باید در تعریف خود «مزیت رقابتی» اتفاق بیفتد.

مزیتی که کارخانه نساخته است

فرض کنیم کارخانه‌ای محصول خود را ۱۰۰ واحد می‌فروشد و هزینه تولید آن ۸۰ واحد است. شرکت ۲۰ واحد حاشیه دارد و کسب‌وکار ظاهراً سودآور است. اما سؤال مهم‌تر این است که این ۲۰ واحد از کجا آمده است؟ اگر بخش بزرگی از آن نتیجه انرژی ارزان، دستمزد پایین، ماده اولیه یا ارائه‌ای با مزیتی ناشی از شرایط محیطی...

سپرده قانونی تفکیکی؛ راهی برای مهار بانک‌های ناتراز

مدیریت و کسب‌وکار

موفقیت کار آفرینی در بازارهای رقابتی

دهکده جهانی، جهانی شدن و عصر تبادل اطلاعات تنها بخشی از مفاهیمی است که دوران زندگی ما را تعریف می‌کند. اگر تا چند دهه قبل حضور در بازارهای بین‌المللی مثل عبور از هفت خان رستم بود، این روزها به لطف آمازون و eBay هر کسب و کار کوچکی می‌تواند در چهار گوشه دنیا فروش داشته باشد و حتی پشت برندهای بزرگ را به خاک بمالد. در سوی دیگر این میدان مسابقه، مشتریان دیگر همینطوری الکی به برندهای بزرگ اعتماد نمی‌کنند. دورانی که گول‌های بازار با تبلیغات پر زرق و برق دل هر مشتری را می‌بردند، دیگر به تاریخ پیوسته است. حالا موفقیت در عرصه کارآفرینی بدون سازگاری با تغییرات جدید فقط یک آرزوی محال است، نه چیزی بیشتر! آدم‌ها معمولاً با تغییرات سریع میانه خوبی ندارند. در عوض همه ما ترجیح می‌دهیم در داستان لاک‌پشت و خرگوش نقش آن لاک‌پشت دوست‌داشتنی را داشته باشیم که آهسته و پیوسته جلو...

حتی گاهی قیمت پایین ظاهری می‌تواند مصرف‌کننده را فریب دهد. کالایی ممکن است روی کاغذ ارزان باشد، اما اگر خرید آن باید ساعت‌ها جست‌وجو کرد، در صف ماند، محصول جایگزین خرید یا آن را در بازار دیگری با قیمت بالاتر تهیه کرد، قیمت واقعی آن فقط عدد درج‌شده روی برچسب نیست.

اقتصاددان میان قیمت پولی و هزینه واقعی دسترسی تفاوت قائل می‌شود. زمان، انتظار، عدم اطمینان و کیفیت پایین‌تر نیز هزینه‌اند، حتی اگر در فاکتور نوشته نشوند.

به همین دلیل سیاست حمایت از قدرت خرید باید از سیاست سرکوب علامت قیمت جدا شود. اگر خانوارها زیر فشار تورم قرار دارند، مسئله واقعی کاهش قدرت خرید است در درمان پایدار آن نیز مهار تورم، رشد درآمد واقعی و افزایش بهره‌وری اقتصاد است. کنترل یک یا چند قیمت ممکن است در شرایط خاص به‌عنوان ابزار موقت مورد استفاده قرار گیرد، اما نمی‌تواند جایگزین درمان علت تورم شود.

در نهایت یک واقعیت ساده باقی می‌ماند: هیچ مقام، بنگاه یا بازاری نمی‌تواند هزینه واقعی منابع را برای همیشه نادیده بگیرد.

می‌توان درباره اینکه این هزینه چگونه میان تولیدکننده، مصرف‌کننده و دولت تقسیم شود بحث کرد. می‌توان از گروه‌های آسیب‌پذیر حمایت کرد. می‌توان با انحصار مقابله کرد و جلوی سوءاستفاده از قدرت بازار را گرفت. همه اینها بخشی از سیاست اقتصادی است.

اما هیچ‌کدام قانون بنیادی مسئله را تغییر نمی‌دهد. اقتصاد با پایین نگه داشتن عدد روی برچسب ارزان نمی‌شود.

اگر می‌خواهیم قیمت‌ها به شکلی پایدار پایین‌تر باشند، باید چیزی در پشت قیمت تغییر کند: تولید باید بهره‌ورتر شود، عرضه افزایش پیدا کند، رقابت بیشتر شود، هزینه سرمایه کاهش یابد، لجستیک بهتر شود، تورم مهار شود یا فناوری هزینه تولید را پایین بیاورد.

دماسنج را می‌توان روی عدد دلخواه تنظیم کرد، اما بدن فقط زمانی خنک می‌شود که علت تب درمان شده باشد.

اقتصاد نیز تفاوت چندانی ندارد.

خود را برای همیشه به مشتری منتقل کند. همان‌طور که سیاست‌گذار نمی‌تواند افزایش واقعی هزینه را با دستور حذف کند، تولیدکننده نیز نمی‌تواند از بازار بخواهد هزینه هر ناکارآمدی داخلی را بپردازد.

این تعادل مهم است. قیمت باید تا حد امکان واقعیت اقتصادی را منعکس کند و رقابت باید تولیدکننده را وادار کند که آن واقعیت را بهبود دهد.

اگر شرکتی بتواند همان محصول را با انرژی کمتر، ضایعات پایین‌تر، سرمایه در گردش کمتر یا فرآیند بهتر تولید کند، قیمت تمام‌شده کاهش می‌یابد. این کاهش قیمت از جنس دیگری است. قیمت پایین نیامده چون کسی دستور داده عدد روی برچسب تغییر کند؛ چیزی در پشت قیمت واقعاً ارزان‌تر شده است.

همین تمایز شاید مهم‌ترین نکته بحث باشد. اقتصاد زمانی واقعاً ارزان‌تر می‌شود که بهره‌وری افزایش یابد، رقابت بیشتر شود، هزینه مبادله پایین بیاید، تأمین مالی کارآمدتر شود، حمل‌ونقل بهتر شود، زنجیره تأمین روان‌تر کار کند، فناوری پیشرفت کند و تولیدکننده بتواند با منابع کمتر محصول بیشتری تولید کند.

اینها کارهای دشواری هستند. نتیجه آنها نیز معمولاً فوری نیست.

در مقابل، تغییر یک عدد در یک بخش‌نامه بسیار آسان‌تر است.

شاید به همین دلیل سیاست‌گذاری اقتصادی همیشه در معرض وسوسه کنترل معلول به جای علت قرار دارد. اثر دستور روی کاغذ فوری دیده می‌شود؛ اصلاح ساختار تولید، رقابت، سیاست پولی یا بهره‌وری زمان می‌برد.

اما اقتصاد در نهایت حساب خود را تسویه می‌کند.

اگر هزینه تولید بالا رفته باشد، کسی باید آن را بپردازد. اگر کالایی کمیاب شده باشد، کمیابی باید به شکلی میان متقاضیان توزیع شود. اگر تقاضا بیشتر از عرضه باشد، این شکاف باید جایی بسته شود. می‌توان شکل تسویه را تغییر داد، اما نمی‌توان اصل محدودیت منابع را با دستور حذف کرد.

جزئیات تغییر سهمیه واردات ۱۱ قلم کالا برای مرزنشینان

وانیل نیز از دیگر اقلام مشمول این تصمیم است که با سهمیه یک کیلوگرم به ازای هر نفر به سامانه اضافه خواهد شد. همچنین ورود انواع موتور زئران‌تر تا ظرفیت «۴۰۰kV» با عنوان «اصلاح ظرفیت»، بدون محدودیت اعلام شده و برای ورود چوب ارمشده با کد تعرفه ۴۴۰۷ نیز محدودیتی در نظر گرفته نشده است.

پس از اعلام این تصمیم‌ها از سوی سازمان توسعه تجارت، گمرک جمهوری اسلامی ایران با صدور بخش‌نامه شماره ۷۹۶۴۴۱/۱۲ در تاریخ ۱۱ شهریور ۱۴۰۵، مصوبه کارگروه ماده ۱۲ را به گمرکات مشمول ابلاغ کرد. در نامه گمرک به‌طور مشخص به نامه ۱۶ خرداد دفتر مقررات صادرات و

هفت کیلوگرم و سهمیه روغن نباتی از ۱۰ به ۳۰ کیلوگرم برای هر نفر در سال اصلاح شده است. در ادامه این تغییرات، سقف ورود سالانه فندق برای هر نفر از یک به پنج کیلوگرم افزایش یافته و میزان مجاز ورود قند و شکر نیز از ۱۵ به ۳۰ کیلوگرم رسیده است. سهمیه تخم کتان هم افزایش قابل‌توجهی داشته و از سه به ۵۰ کیلوگرم برای هر نفر در سال اصلاح شده است. طبق این مصوبه، میزان مجاز ورود گردو با پوست یا بدون پوست برای هر نفر سالانه ۱۵ کیلوگرم تعیین شده است. سهمیه بادام درختی با پوست یا بدون پوست نیز ۱۵ کیلوگرم برای هر نفر در سال خواهد بود. در جدول ابلاغی، میزان قبلی سهمیه گردو و بادام درختی درج نشده است.

این نامه با شماره ۷۹۰۸۷۹۵ و تاریخ ۱۶ خرداد ۱۴۰۵، با امضای نرگس باقری زمردی، مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات، خطاب به مدیرکل دفتر واردات گمرک جمهوری اسلامی ایران صادر شده است. سازمان توسعه تجارت در این مکانیه، با اشاره به نامه سوم خرداد ۱۴۰۵، تصمیم‌های اتخاذشده در جلسه دوم خرداد همان سال کارگروه ماده ۱۲ را برای اطلاع‌رسانی به گمرکات اجرایی ذی‌ربط ارسال کرده است.

براساس جدول مندرج در نامه سازمان توسعه تجارت، سهمیه ورود سالانه برنج برای هر نفر از ۵۰ به ۱۰۰ کیلوگرم افزایش یافته است. میزان مجاز ورود انواع تخمه نیز از سه به

پایان مزیت ارزان



رقابت را بسازند.

ارزان بودن همیشه مزیت خوبی نیست

حتی اگر امکان ادامه رقابت بر پایه قیمت پایین وجود داشته باشد، باید پرسید آیا این بهترین استراتژی است؟ رقابت صرفاً قیمتی یک ویژگی خطرناک دارد: همیشه ممکن است کسی ارزان‌تر پیدا شود.

یک تولیدکننده بزرگ‌تر می‌تواند از صرفه مقیاس استفاده کند. کشوری دیگر ممکن است انرژی ارزان‌تری داشته باشد. رقیبی تازه ممکن است با فناوری جدید هزینه تولید را کاهش دهد. حتی یک شرکت ممکن است برای ورود به بازار مدتی با حاشیه سود بسیار پایین فعالیت کند.

اگر تنها دلیل خرید مشتری «قیمت پایین‌تر» باشد، وفاداری او نیز تا زمانی ادامه دارد که ارزان‌ترین گزینه باقی بماند.

در مقابل، شرکت‌هایی که مزیت خود را بر ترکیبی از قیمت، کیفیت، اعتماد، خدمات، دسترسی، سرعت و دانش بنا می‌کنند، مقاومت بیشتری در برابر جنگ قیمت دارند.

این موضوع به‌ویژه برای صادرات اهمیت دارد. تولیدکننده ایرانی در بازار جهانی نمی‌تواند انتظار داشته باشد خریدار خارجی مشکلات اقتصاد داخلی ایران را در قیمت محصول بپذیرد. او محصول ایرانی را با گزینه ترکیه‌ای، چینی، هندی یا هر رقیب دیگری مقایسه خواهد کرد.

یک نقشه ساده برای مدیران

مدیران می‌توانند مزیت‌های فعلی شرکت را روی یک کاغذ بنویسند و آنها را در سه ستون قرار دهند.

ستون اول: مزیت‌هایی که شرکت کنترلی بر آنها ندارد. مانند قیمت انرژی، نرخ ارز، تعرفه، برخی مواد اولیه یا سیاست‌های حمایتی.

ستون دوم: مزیت‌هایی که رقبا می‌توانند نسبتاً سریع کپی کنند. مانند تخفیف، بسته‌بندی ساده، برخی تجهیزات یا ویژگی‌های معمول محصول.

ستون سوم: مزیت‌هایی که شرکت ساخته و کپی کردن آنها دشوار است. مانند برند، شبکه فروش، دانش تخصصی، داده، فناوری اختصاصی، فرآیند بسیار کارآمد یا رابطه عمیق با مشتری. هرچه وزن ستون سوم کمتر باشد، آسیب‌پذیری استراتژیک شرکت بیشتری است.

این تمرین ساده می‌تواند تصویر ناخوشایندی ایجاد کند. ممکن است مدیری متوجه شود شرکتی که سال‌ها موفق تصور می‌شده، بخش بزرگی از موفقیت خود را مدیون عواملی بوده که خارج از کنترل سازمان قرار داشته‌اند.

اما دانستن این واقعیت بهتر از کشف آن زمانی است که مزیت‌های محیطی کاملاً از بین رفته‌اند.

پایان مزیت ارزان می‌تواند آغاز یک مزیت بهتر باشد

افزایش هزینه‌های تولید بدون تردید فشار سنگینی بر صنعت وارد می‌کند، اما از منظر بلندمدت یک پیام نیز دارد: شرکت‌ها نمی‌توانند برای همیشه مدل کسب‌وکار خود را بر نهاده ارزان بنا کنند.

رقابت‌پذیری پایدار از کارخانه‌ای شروع می‌شود که بتواند با همان مقدار سرمایه، انرژی و نیروی انسانی ارزش بیشتری تولید کند؛ محصولی بسازد که مشتری برای آن دلیل خرید داشته باشد؛ فرایندی ایجاد کند که رقبا به‌راحتی نتوانند تقلید کنند و دانشی انباشته کند که هر سال بر توان سازمان اضافه شود. پرسیدن «کدام هزینه دوباره گران شد؟» سؤال سخت‌تری را روی میز جلسه مدیریت بگذارد:

اگر فردا تمام مزیت‌های ارزان ما حذف شوند، چه چیزی از مزیت این شرکت باقی می‌ماند؟

اگر پاسخ روشن و قدرتمندی برای این سؤال وجود داشته باشد، شرکت احتمالاً آینده‌ای فراتر از انرژی، مواد اولیه و نیروی کار ارزان دارد.

اگر پاسخ «هیچ» باشد، مسئله اصلی کارخانه افزایش هزینه نیست. مسئله این است که هنوز مزیت رقابتی خودش را نساخته است.

قیمت را تا کجا می‌توان بالا برد؟ واکنش طبیعی بسیاری از شرکت‌ها به افزایش هزینه، افزایش قیمت است. مواد اولیه ۱۵ درصد گران شده، پس قیمت محصول نیز باید افزایش پیدا کند. دستمزد بالا رفته، پس آن را به مشتری منتقل می‌کنیم. هزینه حمل‌ونقل بیشتر شده، پس دوباره قیمت را اصلاح می‌کنیم.

این منطق تا زمانی کار می‌کند که بازار اجازه دهد.

فرض کنیم محصولی ۱۰۰ واحد قیمت دارد و ۸۰ واحد هزینه. افزایش هزینه‌ها قیمت تمام‌شده را به ۹۰ واحد می‌رساند. اگر شرکت بخواهد همان حاشیه قبلی را حفظ کند، باید قیمت را افزایش دهد.

اما اگر رقیب محصول مشابهی را ۱۰۵ واحد بفروشد، توان انتقال هزینه به مشتری محدود می‌شود. در این نقطه مسئله دیگر حسابداری نیست؛ مسئله استراتژی است.

بازار هیچ تعهدی ندارد که افزایش هزینه تولیدکننده را جبران کند. مشتری به این دلیل که انرژی کارخانه گران شده، دستمزد افزایش یافته یا تأمین مالی دشوارتر شده است، الزاماً حاضر نیست پول بیشتری پرداخت کند. او محصول را با گزینه‌های دیگر مقایسه می‌کند.

در نتیجه شرکت با دو مسیر روبه‌رو می‌شود: یا هزینه را بهتر از رقبا مدیریت کند، یا دلیلی ایجاد کند که مشتری حاضر باشد برای محصول آن پول بیشتری بپردازد.

مسیر دوم همان جایی است که مزیت رقابتی واقعی آغاز می‌شود.

مزیت رقابتی باید در داخل شرکت ساخته شود

یکی از اشتباهات رایج این است که مزیت رقابتی را با «محصول خوب» یکی بدانیم. کیفیت مهم است، اما اگر همه رقبا کیفیت مشابهی داشته باشند، کیفیت دیگر مزیت نیست؛ تبدیل به شرط ورود به بازار شده است.

مزیت زمانی شکل می‌گیرد که شرکت چیزی داشته باشد که برای مشتری ارزشمند باشد و رقبا نتوانند آن را بسادگی و با سرعت کپی کنند.

برای یک تولیدکننده ممکن است این مزیت دانش فنی باشد. برای دیگری شبکه توزیع باشد که طی ۲۰ سال ساخته شده است. شرکت دیگری ممکن است در تحویل سریع‌تر، خدمات پس از فروش یا امکان سفارشی‌سازی محصول برتری داشته باشد.

حتی اطلاعات نیز می‌تواند مزیت باشد. شرکتی که رفتار مشتریان خود را بهتر می‌شناسد و براساس داده واقعی تولید و فروش را تنظیم می‌کند، ممکن است موجودی کمتری نگه دارد، محصول مناسب‌تری عرضه کند و سریع‌تر به تغییر تقاضا واکنش نشان دهد.

براین‌این پرسش استراتژیک مدیر نباید فقط این باشد که «چگونه ارزان‌تر تولید کنیم؟» سؤال کامل‌تر این است:

چه چیزی می‌توانم بسازم که مشتری برای آن ارزش قائل باشد و رقیب نتواند فردا صبح مشابهش را ارائه کند؟

کارخانه‌ای که فقط ماشین‌آلات دارد

سال‌ها در بسیاری از کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری صنعتی تقریباً متراحد خرید زمین، شبکه تأمین و توان نوآوری ممکن است در ترازنامه دیده می‌شود، قابل ارزش‌گذاری است و در ترازنامه ثبت می‌شود. اما بخش بزرگی از ارزش شرکت‌های رقابت‌پذیر امروز در دارایی‌هایی قرار دارد که کمتر دیده می‌شوند.

دانش سازمانی، فرآیند تولید، نرم‌افزار، داده، برند، رابطه با مشتری، طراحی محصول، شبکه تأمین و توان نوآوری ممکن است در ترازنامه ارزش محدودی داشته باشند، اما در میدان رقابت تعیین‌کننده باشند. دو کارخانه ممکن است ماشین‌آلات تقریباً مشابهی داشته باشند، اما یکی دو برابر دیگری بهره‌وری داشته باشد. دلیل این تفاوت الزاماً دستگاه بهتر نیست؛ ممکن است برنامه‌ریزی تولید، نگهداری تجهیزات، آموزش نیروی انسانی، کنترل کیفیت یا مدیریت زنجیره تأمین بهتر باشد.

این همان نقطه‌ای است که مفهوم «مزیت ساخته‌شده» اهمیت پیدا می‌کند.

کشورها منابع طبیعی را به ارث می‌برند، اما شرکت‌ها باید توان

فرصت امروز: سال‌ها بخش مهمی از رقابت‌پذیری صنعت ایران بر مزیت‌هایی بنا شده بود که لزوماً در داخل کارخانه ساخته نمی‌شدند. انرژی نسبتاً ارزان، دستمزد پایین‌تر نسبت به بسیاری از بازارهای رقیب، دسترسی داخلی به برخی مواد اولیه و در مقطعی نرخ ارز، به تولیدکننده ایرانی امکان می‌داد حتی با بهره‌وری متوسط نیز محصولی با قیمت قابل رقابت تولید کند. اما هرچه این مزیت‌ها ضعیف‌تر می‌شوند، یک پرسش جدی‌تر مقابل مدیران صنعتی قرار می‌گیرد: اگر دیگر نتوانیم با «ارزان بودن» رقابت کنیم، با چه چیزی قرار است رقابت کنیم؟

بحث درباره فرسایش مزیت‌های سنتی تولید در شرایطی دوباره مطرح شده که افزایش هزینه نهاده‌ها، حمل‌ونقل و سایر اجزای تولید، فشار بیشتری بر حاشیه سود صنایع وارد کرده است. در مقابل، سیاست‌گذاران صنعتی نیز بیش از گذشته از فناوری، نوآوری و ارتقای بهره‌وری به‌عنوان مسیر آینده صنعت سخن می‌گویند. اما مسئله فقط اضافه کردن چند دستگاه جدید یا دیجیتالی کردن بخشی از کارخانه نیست. تغییر بزرگ‌تر باید در تعریف خود «مزیت رقابتی» اتفاق بیفتد.

مزیتی که کارخانه نساخته است

فرض کنیم کارخانه‌ای محصول خود را ۱۰۰ واحد می‌فروشد و هزینه تولید آن ۸۰ واحد است. شرکت ۲۰ واحد حاشیه سود دارد و کسب‌وکار ظاهراً سودآور است. اما سؤال مهم‌تر این است که این ۲۰ واحد از کجا آمده است؟

اگر بخش بزرگی از آن نتیجه انرژی ارزان، دستمزد پایین، ماده اولیه یارانه‌ای یا مزیتی ناشی از شرایط محیطی باشد، شرکت ممکن است سودآور باشد بدون آنکه واقعا یک بنگاه رقابت‌پذیر ساخته باشد.

این تمایز بسیار مهم است. می‌توان مزیت‌های یک کسب‌وکار را به دو گروه تقسیم کرد: مزیت‌های به‌ارث‌رسیده و مزیت‌های ساخته‌شده. موقعیت جغرافیایی مناسب، منابع طبیعی، انرژی ارزان یا نیروی کار کم‌هزینه نمونه‌هایی از مزیت‌های به‌ارث‌رسیده‌اند. بنگاه از آنها

استفاده می‌کند، اما خالق آنها نیست. در مقابل، برند معتبر، دانش فنی اختصاصی، شبکه توزیع قدرتمند، فناوری تولید، کیفیت پایدار، داده مشتری، سرعت تحویل و طراحی محصول مزیت‌هایی هستند که شرکت طی زمان ساخته است.

تفاوت این دو زمانی آشکار می‌شود که شرایط محیط تغییر می‌کند. مزیت به‌ارث‌رسیده ممکن است با یک تغییر قیمت، مقررات یا ظهور رقیب جدید از بین برود، اما مزیت ساخته‌شده معمولاً مقاومت بیشتری دارد.

به همین دلیل شاید یکی از مهم‌ترین پرسش‌هایی که امروز مدیر یک کارخانه ایرانی باید از خود بپرسد این باشد: چه بخشی از سود من حاصل عملکرد خود شرکت است و چه بخشی هدیه محیط اقتصادی بوده است؟

آزمون حذف مزیت

برای پاسخ به این پرسش می‌توان یک آزمایش ذهنی ساده انجام داد: چیزی که می‌توان آن را «آزمون حذف مزیت» نامید.

فرض کنید از فردا انرژی ارزان دیگر وجود نداشته باشد. آیا شرکت همچنان می‌تواند محصول خود را بفروشد؟

فرض کنید فاصله دستمزد نیروی انسانی ایران با کشورهای رقیب کمتر شود. آیا هنوز مزیتی باقی می‌ماند؟

فرض کنید ماده اولیه داخلی دیگر با شرایط ترجیحی در اختیار تولیدکننده قرار نگیرد. آیا مشتری همچنان دلیلی برای انتخاب محصول این شرکت خواهد داشت؟

و در نهایت، اگر یک رقیب بتواند محصولی مشابه را با همان قیمت عرضه کند، مشتری چرا باید شما را انتخاب کند؟

اگر پاسخ روشنی برای این سؤال وجود نداشته باشد، مسئله بسیار فراتر از افزایش هزینه تولید است. شرکت ممکن است اساساً مزیت رقابتی مستقلی نساخته باشد.

بنگاه‌ی که فقط به دلیل ارزان بودن نهاده‌ها رقابت می‌کند، در حقیقت بخشی از استراتژی خود را به متغیرهایی واگذار کرده است که کنترلی بر آنها ندارد.

خبرنامه

سپرده قانونی تفکیکی؛ راهی برای مهار بانک‌های ناتراز

سپرده قانونی بالاتر برای بانک‌های پریسک، در کنار کنترل اضافه‌برداشت و اجرای گزیر، می‌تواند از سرایت ناترازی به کل شبکه بانکی جلوگیری کند.

به گزارش خبرنگار مهر، ناترازی بانک‌ها یکی از مسائل مهم اقتصاد ایران است؛ مسئله‌ای که آثار آن فقط در صورت‌های مالی یک بانک باقی نمی‌ماند، بانکی که دارایی‌های کم‌کیفیت، مطالبات وصول‌نشده یا تعهدات سنگین دارد، برای انجام پرداخت‌های روزمره خود با کمبود نقدینگی روبه‌رو می‌شود. اگر این کمبود از منابع داخلی یا بازار بین‌بانکی تأمین نشود، بانک ممکن است به اضافه‌برداشت از بانک مرکزی روی بیاورد.

اضافه در صورت‌таشت، در صورت تداوم، می‌تواند به افزایش پایه پولی و رشد نقدینگی منجر شود. در چنین شرایطی، زبان و ضعف یک بانک به مسئله‌ای عمومی تبدیل می‌شود و هزینه آن را در نهایت کل اقتصاد، از طریق تورم و کاهش قدرت خرید، پرداخت می‌کند.

سپرده قانونی یکی از ابزارهایی است که بانک مرکزی برای مدیریت نقدینگی و کنترل قدرت خلق اعتبار بانک‌ها در اختیار دارد. بانک‌ها موظفاند بخشی از سپرده‌های جذب‌شده را نزد بانک مرکزی نگهداری کنند. این بخش از منابع، مستقیماً در اختیار بانک برای پرداخت تسهیلات قرار نمی‌گیرد و به همین دلیل، افزایش سپرده قانونی می‌تواند سرعت رشد ترازنامه و اعتباردهی بانک‌را کاهش دهد. با این حال، تعیین یک نرخ ثابت برای همه بانک‌ها لزوماً تصمیم مناسبی نیست. بانک‌ها از نظر کفایت سرمایه، کیفیت دارایی‌ها، میزان مطالبات غیرجاری، ترکیب سپرده‌ها، وضعیت نقدینگی و میزان وابستگی به منابع بانک مرکزی با یکدیگر تفاوت دارند. بنابراین، بانک سالم و منضبط نباید به اندازه بانکی که به‌طور مستمر اضافه‌برداشت دارد، مشمول محدودیت شود.

در الگوی سپرده قانونی تفکیکی، بانک‌ها براساس شاخص‌های سلامت و انضباط مالی رتبه‌بندی می‌شوند. بانک‌های سالم می‌توانند از نرخ پایه سپرده قانونی استفاده کنند؛ اما برای بانک‌هایی که از حدود رشد ترازنامه عبور کرده‌اند، نرخ بالاتری در نظر گرفته می‌شود. بانک‌های دارای ناترازی جدی نیز باید با محدودیت‌های شدیدتر مواجه شوند.

این سیاست در واقع نوعی جریمه احتیاطی است. بانک پریسک به جای آنکه بتواند با جذب سپرده بیشتر و پرداخت تسهیلات جدید، مشکلات گذشته خود را پنهان کند، با هزینه بیشتری برای استفاده از منابع مواجه می‌شود. به بیان ساده، هرچه ریسک و بی‌انضباطی یک بانک بیشتر باشد، بخش بزرگ‌تری از سپرده‌های آن نزد بانک مرکزی بلوکه می‌شود و ظرفیت خلق اعتبار آن کاهش می‌یابد.

تنبیه بانک بد بدون ایجاد چرخه اضافه‌برداشت

سپرده قانونی تفکیکی، به‌تنهایی مشکل ناترازی را حل نمی‌کند. اگر بانک ناتراز پس از افزایش سپرده قانونی همچنان بتواند کسری خود را از طریق اضافه‌برداشت بدون محدودیت جبران کند، سیاست تنبیهی عملاً اثر خود را از دست می‌دهد. در این حالت، بانک ابتدا منابع بیشتری نزد بانک مرکزی نگه می‌دارد و سپس برای تأمین نقدینگی به همان بانک مرکزی مراجعه می‌کند. نتیجه، شکل‌گیری چرخه‌ای است که در آن ناترازی بانک به رشد پایه پولی منتقل می‌شود.

برای جلوگیری از این چرخه، افزایش سپرده قانونی باید با قاعده‌مند شدن دسترسی بانک‌ها به منابع بانک مرکزی همراه باشد. تأمین نقدینگی کو‌تأمیمت باید تا حد امکان در قالب ابزارهای شفاف، مدت‌دار و وثیقه‌محور انجام شود. بانک متقاضی باید دارایی قابل قبول، مانند اوراق دولتی یا سایر وثایق معتبر، در اختیار داشته باشد و منابع را با نرخ مشخص و متناسب با ریسک دریافت کند.

همچنین لازم است سقف استفاده به بانک از منابع بانک مرکزی از پیش تعیین شود. این سقف می‌تواند براساس اندازه بانک، کیفیت دارایی‌ها، کفایت سرمایه، سابقه بازپرداخت و اهمیت آن بانک در شبکه پرداخت تعیین شود. بانکی که به‌طور مستمر از سقف‌های تعیین‌شده عبور می‌کند، نباید صرفاً با دریافت منابع جدید به فعالیت عادی خود ادامه دهد؛ بلکه باید وارد برنامه اصلاحی و نظارتی شود.

در این چارچوب، اضافه‌برداشت نباید به یک منبع دائمی تأمین مالی تبدیل شود. بانک مرکزی می‌تواند میان کمبود نقدینگی موقت و ناترازی ساختاری تفاوت قائل شود. بانک سالمی که به دلیل یک شوک کوتاه‌مدت با کمبود منابع مواجه شده است، با بانک‌هایی که سال‌ها زبان انباشته و دارایی‌های منجمد داشته‌اند، وضعیت یکسانی ندارد. حمایت نقدینگی از بانک سالم، بخشی از وظیفه ثبات مالی است؛ اما تأمین دائمی کسری بانک ناتراز، به معنای انتقال زبان آن به جامعه خواهد بود.

در کنار این اقدامات، نظارت بر بازار بین‌بانکی نیز اهمیت دارد. بانک‌های سالم نباید بدون وثیقه و بدون ارزیابی دقیق ریسک، منابع قابل توجهی در اختیار بانک‌های ناتراز قرار دهند. انتشار اطلاعات منظم درباره وضعیت نقدینگی، میزان اضافه‌برداشت و برنامه اصلاحی بانک‌ها نیز می‌تواند از شکل‌گیری شایعات و رفتارهای هیجانی جلوگیری کند.

رتبه‌بندی، برنامه اصلاحی و جلوگیری از سرایت

اجرای موفق سپرده قانونی تفکیکی به یک نظام رتبه‌بندی دقیق نیاز دارد. این رتبه‌بندی نباید فقط براساس یک شاخص مانند کفایت سرمایه انجام شود. مجموعه‌ای از شاخص‌ها باید در ارزیابی بانک‌ها مورد استفاده قرار گیرد؛ از جمله کیفیت دارایی‌ها، نسبت مطالبات غیرجاری، میزان زبان انباشته، تمرکز تسهیلات، وابستگی به اضافه‌برداشت، توان نقدشوندگی دارایی‌ها و رعایت مقررات مربوط به رشد ترازنامه.

برای نمونه، بانک‌های سالم می‌توانند در گروه عادی قرار بگیرند و از دسترسی معمول به بازار بین‌بانکی و ابزارهای سیاست پولی برخوردار باشند. بانک‌های در معرض خطر باید در گروه هشدار قرار گیرند و برای آنها محدودیت رشد دارایی، الزام به افزایش سرمایه و برنامه کاهش اضافه‌برداشت تعیین شود. بانک‌های ناتراز نیز باید در گروه اصلاح قرار بگیرند و با محدودیت جدی در پرداخت تسهیلات، جذب سپرده‌های پر هزینه و گسترش شعب مواجه شوند.

نکته مهم این است که نرخ سپرده قانونی تنبیهی باید قابل پیش‌بینی و مبتنی بر قواعد روشن باشد. اگر بانک‌ها ندانند بر چه اساسی مشمول افزایش نرخ می‌شوند، ممکن است این ابزار را تصمیمی سلیقه‌ای تلقی کنند. بانک مرکزی باید شاخص‌ها، دوره ارزیابی و مهلت اصلاح را اعلام کند و در عین حال، امکان بازگشت بانک منضبط به نرخ پایه را نیز در نظر بگیرد. هدف سیاست، صرفاً مجازات نیست؛ بلکه ایجاد انگیزه برای اصلاح است.

اگر بانکی در مهلت تعیین‌شده نتواند وضعیت خود را اصلاح کند، افزایش سپرده قانونی دیگر کافی نخواهد بود. در این مرحله باید ابزارهای نظارتی شدیدتر فعال شود؛ از تغییر مدیران و محدود کردن فعالیت‌های پریسک تا افزایش سرمایه اجباری، ادغام، انتقال دارایی‌های سالم و در نهایت اجرای فرآیند گزیر. در این فرآیند، باید میان سپرده‌گذاران خرد و سهامداران و مدیران تصمیم‌گیرنده تفاوت گذاشته شود. حمایت از سپرده‌های مردم با حمایت از عملکرد نادرست مدیران یکسان نیست.

برای جلوگیری از سرایت، بانک مرکزی همچنین باید مسیرهای انتقال بحران را شناسایی و محدود کند. اتصال بانک ناتراز به سامانه‌های پرداخت، میزان بدهی آن به سایر بانک‌ها، تعهداتش در بازار بین‌بانکی و ارتباط آن با مؤسسات مالی باید به‌طور مستمر پایش شود. در صورت تشدید بحران، برنامه‌ای از پیش آماده برای تدلوم خدمات ضروری، پرداخت سپرده‌های خرد و جداسازی دارایی‌های سالم از دارایی‌های مسئله‌دار لازم است.

در مجموع، سپرده قانونی تفکیکی می‌تواند بانک‌های سالم را از بانک‌های بد جدا کند و هزینه بی‌انضباطی را بالا ببرد؛ اما این ابزار تنها زمانی مؤثر است که با رتبه‌بندی شفاف، محدودیت اضافه‌برداشت، تأمین نقدینگی وثیقه‌محور و اجرای واقعی برنامه اصلاحی همراه شود. در غیر این صورت، افزایش سپرده قانونی ممکن است فقط ظاهر مسئله را تغییر دهد و کسری بانک ناتراز را از مسیر دیگری به پایه پولی و تورم منتقل کند.

اخبار

قیمت‌های غیر واقعی در پلنفرم‌های آنلاین خودرو

بازار خودرو این روزها از یک‌سو با قیمت‌های غیرواقعی در پلنفرم‌های آنلاین و از سوی دیگر با افت تولید، واردات کم‌رقم و نوسانات ارزی مواجه است؛ شرایطی که به گفته یک کارشناس خودرو بار دیگر این کالا را به محلی برای حفظ ارزش پول و یک سرمایه‌گذاری در برابر تورم تبدیل کرده است. مسیح فرزانه - کارشناس و فعال صنعت و بازار خودرو - در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به روند نوسانات نرخ ارز و تاثیر آن بر بازار خودرو در هفته‌های اخیر گفت: در طی چند هفته گذشته به صورت میانگین بین ۱۳ تا ۱۵ درصد، شاهد افزایش نرخ ارز هستیم و نرخ دلار یکی از شاخصه‌های بسیار مهم در ارزشگذاری خودرو در بازار ایران، اعم از خودروهای داخلی، مونتاژی و وارداتی محسوب می‌شود؛ با این حال، در بازار خودرو و در چند روز گذشته به صورت میانگین شاهد ۱۰ درصد افزایش قیمت هستیم و با توجه به روند افزایشی نرخ ارز به نظر می‌رسد که در حال حاضر بازار خودرو هم راستای با دلار نیست. وی افزود: از آنجایی که بازار خودرو به عنوان بازار سرمایه‌ای، یک بازار هوشمند است، ضربه‌های خودش را از بطن واقعی اقتصاد می‌گیرد و تغییرات را با توجه به شرایط بازار تنظیم می‌کند. وقتی میبینیم که مصرف کننده به مقدار قابل توجهی از بازار خودرو فاصله گرفته و قدرت خرید در خودروهای وارداتی میلیاردی و چند ده میلیاردی بسیار کاهش یافته، بازار خودرو طبیعتاً برای اینکه بتواند چرخه اقتصادی خود را حفظ کند، با تغییرات به صورت لحظه‌ای هم راستا نمی‌شود.

قیمت واقعی در کف بازار تعیین می‌شود؛ قیمت‌های آنلاین غیرواقعی است

این کارشناس حوزه خودرو با تاکید بر این نکته که ملاک قیمت در بازار خودرو، پلنفرم‌های آنلاین و فضای مجازی نیست، تصریح کرد: برخی از قیمت‌ها که در فضای آنلاین و پلنفرم‌ها اعلام می‌شود از نسوی برخی افراد و مالکین، کاملاً غیرواقعی است و عملاً معاملات را انجام ناپذیر می‌سازد. در اصل قیمت واقعی خودرو همیشه در کف بازار تعیین می‌شود و به دست آوردن این عدد چیزی نیست که با نشستن در یک دفتر یا منزل، مصرف کنندگان بتوانند به آن پی ببرند و باید در بازار حضور پیدا کرده، به دفتر و نمایشگاه‌ها و تأمین کنندگان مختلف سر ببرند تا میانگین قیمت را به دست آورند. فرزانه یکی دیگر از عوامل اعلام قیمت رقابتی در شرایط کنونی را تلاش فعالین بازار خودرو و شرک‌ها دانست و گفت: به هر حال فعالین بازار و شرک‌ها تلاششان بر این است که با میزان سود متعارف فروش خود را داشته باشند تا بتوانند نقدینگی مورد نیاز خود را تأمین کنند؛ بنابراین سعی می‌کنند هم راستا با طبیعت واقعی بازار خودرو خودشان اعلام کنند.

۲۵ درصد افت تولید خودرو در شش ماهه نخست ۱۴۰۵

وی گفت: در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۵، میانگین افت تولید خودرو در حدود ۲۵ درصد بوده و خودروهای مونتاژی نیز همین شرایط را دارند و از سوی دیگر و علیرغم اینکه به ظاهر یک ویرترین جذاب برای موضوع واردات خودرو برای تنظیم بازار به نمایش گذاشته می‌شود، اما وقتی به عمق بازار توجه می‌کنیم، متوجه می‌شویم که پویایی و نشاط در حوزه واردات و عرضه وجود ندارد؛ بنابراین عرضه و تقاضا هم در بازار دستخوش نوسان شده است. این کارشناس حوزه خودرو در ادامه تصریح کرد: از آنجا که تأمین خودرو نسبت به گذشته کار دشواری شده، در مورد خودروهای داخلی و خودروهای مونتاژی تأمین مواد اولیه و قطعات اولیه پر چالش شده و این موارد، هزینه‌هایی است که در کنار موضوع افزایش نرخ دلار بر افزایش نرخ اصلی خودرو تاثیر خود را بر جای می‌گذارد.

خروج خریداران از بازار

فرزانه با تشریح وضعیت فعلی بازار خودرو گفت: طی چند هفته گذشته، مانند ماه‌های اخیر شاهد این نیتسیم که مصرف کننده در بازار حضور هیجانی نداشته باشد و از هر صف ثبت نام بمانند. از سوی دیگر، مصرف کننده، چه در خودروهای داخلی و مونتاژی و حتی مصرف کننده متمولی که سراغ خودروهای وارداتی می‌رود، تا حد مشخصی می‌تواند خودش را با روند تورم هم راستا کند و از جایی به بعد نمی‌تواند از خودرویی که سواری می‌شود استفاده کند و یا خودرو مورد نظر خود را تهیه کند و در حال حاضر هم شاهد آن هستیم که بازار خودرو در زمانی که ارز نوسان قیمتی قابل ملاحظه را تجربه می‌کند، به اصطلاح معروف بازار، چراغ معاملات خاموش می‌شود. وی درباره وضعیت تأمین کنندگان و خریداران خودروهای واردتی توضیح داد: بخشی از این ماجرا عرضه‌کنندگان، فعالین و مصرف کنندگانی هستند که خودروهای واردتی را خریداری و ثبت نام کردند و در پارکینگ‌ها به عنوان کالای سرمایه‌ای نگهداری می‌کنند و خودرو عملاً به سپر تورمی تبدیل شده است.

ایهام در آینده تعرفه واردات خودرو

فرزانه در خصوص گمانه زنی‌های مطرح شده درباره احتمال یکسان سازی تعرفه واردات خودرو به عدد ۱۰۰ درصد گفت: طبق گفته‌ها به نظر رسیده که وزارت صمت و دولت مخالف آن هستند. با این حال اگر این موضوع واقعیت داشته باشد، بخش قابل توجهی از خودروهایی که به ظاهر خودرو اقتصادی تعریف و معمولاً زیر ۲۵۰۰ سسی سی، برقی و هیبرید هستند؛ با افزایش قابل ملاحظه قیمت به صورت میانگین تا ۴۰ درصد روبرو خواهند شد. وی در پایان در تشریح تناقضات این طرح گفت: اصل این اتفاق در تقاد متعددی با طرح قانون هوای پاک و قانون ساماندهی صنعت خودرو است که در آن سیاست‌گذار مکلف شده تا تعرفه واردات خودروهای برقی و هیبریدی را به صورت پلکانی و نزدیک صفر درصد حفظ کند، قرار دارد.

تصمیم تازه برای ناوگان فرسوده

به گفته مدیر ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده در کار گروه ملی طرح نوسازی حمل‌ونقل عمومی، طرح پیشنهادی برای نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی با اولویت شهرهای تهران، اصفهان و مشهد، تصویب و مقرر شده در صورت تحقق تولید و واردات خودرو و موتورسیکلت به میزان یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه؛ هدف گذاری اسقاط در سال ۱۴۰۶ به ۷۰۰ هزار دستگاه برسد. محمدصادق حاتمى - مدیر ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده - در گفت‌وگو با ایسنا، در تشریح آخرین وضعیت برنامه اسقاط خودرو گفت: در جلسه اخیر کارگروه ملی طرح نوسازی حمل و نقل عمومی، طرح نوسازی حمل‌ونقل عمومی با اولویت شهرهای تهران، اصفهان و مشهد تصویب شد و هدف گذاری این ستاد برای سال ۱۴۰۶، اسقاط ۷۰۰ هزار دستگاه خودرو است که تحقق این هدف، مشروط به تولید داخلی خودرو و موتورسیکلت و همچنین واردات آن‌ها به میزان مجموعاً یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه خواهد بود. وی همچنین با ارائه آماری از وضعیت ناوگان فرسوده کشور گفت: حدود یک میلیون و ۹۰۰ هزار دستگاه خودرو، ۷۰۰ هزار دستگاه وانت، ۱۱ میلیون و ۳۰۰ هزار دستگاه موتورسیکلت و بیش از ۱۱۴ هزار دستگاه کامیون و کشنده فرسوده در کشور تردد دارند که از مجموع کامیون‌ها و کشنده‌های فرسوده، ۱۶ سال در دستگاه به بیش از ۵۰ سال می‌رسد. مدیر ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده در پایان خاطرنشان کرد: در راستای مدیریت این فرآیند، بیش از ۴۵ درصد از کل حجم آمار اسقاط در کشور، یعنی معادل ۶۸۰ هزار دستگاه، طی دوره سه ساله اخیر توسط وزارت صمت به عنوان متولی این موضوع، انجام شده است.

چرا هر کارخانه باید همه‌چیز را خودش بخرد؟



آیا برای داشتن این قابلیت، الزاماً باید مالک آن باشیم؟

مالکیت، خرید یا اشتراک؟

برای پاسخ، مدیر می‌تواند فعالیت‌های شرکت را به سه گروه تقسیم کند. گروه اول فعالیت‌های اختصاصی هستند. اینها قابلیت‌هایی‌اند که مستقیماً به مزیت رقابتی شرکت مربوط می‌شوند. اگر فرمول محصول، فناوری تولید یا داده مشتری عامل تمایز شرکت است، منطقی است کنترل آن در داخل سازمان باقی بماند.

گروه دوم فعالیت‌های قابل خرید هستند. بازاری می‌تواند آنها را با کیفیت بهتر یا هزینه پایین‌تر ارائه دهد. حسابداری بخشی از شرکت، حمل‌ونقل، خدمات حقوقی یا بعضی فعالیت‌های فناوری ممکن است در این گروه قرار بگیرند.

گروه سوم فعالیت‌های قابل اشتراک هستند. این همان بخشی است که در بسیاری از صنایع کمتر مورد توجه قرار گرفته است. چند شرکت ممکن است به یک قابلیت نیاز داشته باشند، اما هیچ‌کدام به تنهایی آن قدر از آن استفاده نکنند که مالکیت کاملش اقتصادی باشد.

آزمایشگاه تخصصی نمونه روشن است، اما فهرست بسیار طولانی‌تر است: تجهیزات اندازه‌گیری، سردخانه، انبار، مرکز آموزش، مرکز طراحی، خدمات صادراتی، تحقیقات بازار، بازیافت صنعتی، تصفیه پساب و حتی زیرساخت پردازش داده.

هر فعالیتی که هزینه ثابت بالا و نرخ استفاده پایین دارد، نامزد بررسی برای اشتراک است.

کارخانه‌ها چقدر از دارایی‌هایشان استفاده می‌کنند؟

یکی از شاخص‌هایی که در چنین تصمیمی اهمیت دارد Utilization Rate یا نرخ بهره‌برداری از ظرفیت است.

فرض کنید دستگاهی ۵۰ میلیارد تومان قیمت دارد و از نظر فنی می‌تواند سالانه ۴۰۰۰ ساعت کار کند، اما شرکت فقط ۸۰۰ ساعت از آن استفاده می‌کند.

نرخ بهره‌برداری ۲۰ درصد است.

یعنی بخش بزرگی از سرمایه شرکت در دارایی‌ای قرار گرفته که ۸۰ درصد ظرفیت آن بلااستفاده مانده است.

ممکن است مالکیت دستگاه به دلایل فنی یا استراتژیک همچنان منطقی باشد، اما حداقل مدیر باید این سؤال را مطرح کند که آیا راه دیگری برای دسترسی به این ظرفیت وجود دارد؟

اگر چهار کارخانه نیاز مشابهی داشته باشند و زمان استفاده آنها قابل برنامه‌ریزی باشد، یک دارایی مشترک می‌تواند سرمایه موردنیاز مجموعه را به شکل قابل‌توجهی کاهش دهد.

در اقتصاد که تأمین سرمایه برای بنگاه‌ها دشوار است، آزاد کردن سرمایه از دارایی‌های کم‌استفاده می‌تواند اهمیت بیشتری از گرفتن تسهیلات جدید داشته باشد.

همه صرفه‌جویی‌ها مالی نیستند

مزیت اشتراک فقط کاهش هزینه نیست.

فرض کنید یک شرکت کوچک برای صادرات محصول خود نیازمند متخصص مقررات گمرکی، بازاریابی خارجی، قرارداد بین‌المللی و استانداردهای مقصد است. ایجاد یک تیم کامل صادرات برای شرکتی که حجم صادرات محدودی دارد ممکن است اقتصادی نباشد. در نتیجه شرکت با صادرات نمی‌کند یا این کار را با کیفیت پایین انجام می‌دهد.

اما اگر مجموعه‌ای از بنگاه‌های یک خوشه صنعتی بتوانند به مرکز خدمات صادراتی حرفه‌ای دسترسی داشته باشند، هزینه تخصص میان چند شرکت تقسیم می‌شود.

همین اتفاق در آموزش نیروی انسانی رخ می‌دهد. یک کارخانه کوچک ممکن است نتواند برای آموزش تخصصی ۱۰ نفر دوره‌ای حرفه‌ای برگزار کند، اما اگر ۱۰ کارخانه نیاز مشابهی داشته باشند، کلاس ۱۰۰ نفره کاملاً اقتصادی می‌شود.

بنابراین اشتراک ظرفیت فقط Cost Sharing نیست؛ می‌تواند به Capability Sharing یا اشتراک قابلیت تبدیل شود.

و تفاوت این دو مهم است.

در اولی شرکت همان کار قبلی را ارزان‌تر انجام می‌دهد. در دومی به کاری دسترسی پیدا می‌کند که قبلاً اصلاً قادر به انجامش نبود.

اکوسیستم واقعی از معامله میان بنگاه‌ها ساخته می‌شود شهرک صنعتی زمانی از مجموعه‌ای از کارخانه‌ها به اکوسیستم تبدیل می‌شود که میان اعضای آن جریان واقعی ارزش ایجاد شود.

کارخانه A ممکن است ضایعاتی تولید کند که ماده اولیه کارخانه B باشد. شرکت C آزمایشگاهی داشته باشد که D نیز بتواند از آن استفاده کند. چند شرکت بتوانند خرید یک ماده اولیه را تجمیع کنند و قدرت مذاکره بالاتری به دست آورند. شرکت‌های یک خوشه ممکن است مرکز آموزش مشترک ایجاد کنند یا هزینه حضور در نمایشگاه خارجی را تقسیم کنند.

حتی داده نیز می‌تواند مشترک شود. اگر چند تولیدکننده غیررقیب

فرصت امروز: وقتی از شهرک صنعتی صحبت می‌کنیم، نخستین تصویری که به ذهن می‌رسد مجموعه‌ای از کارخانه‌هاست که در کنار یکدیگر ساخته شده‌اند؛ خیابان مشترک دارند، از شبکه آب و برق استفاده می‌کنند و کامیون‌ها میان واحدهای مختلف رفت‌وآمد می‌کنند. اما کنار هم قرار گرفتن چندصد کارخانه الزاماً به معنای شکل‌گیری یک اکوسیستم صنعتی نیست. ممکن است صدها بنگاه تنها چند متر با یکدیگر فاصله داشته باشند، اما از نظر اقتصادی تقریباً همان‌قدر از هم جدا باشند که اگر در چند استان مختلف فعالیت می‌کردند.

بحث درباره حرکت شهرک‌های صنعتی نسل جدید به سمت اکوسیستم‌های هوشمند، یک پرسش مهم‌تر را پیش روی صنعت ایران قرار می‌دهد: اگر ده‌ها یا صدها بنگاه در یک منطقه فعالیت می‌کنند، چرا بسیاری از آنها هنوز تقریباً همه نیازهای خود را به‌صورت مستقل تأمین می‌کنند؟

شاید بخشی از بهرهوری از دست‌رفته صنعت نه در خط تولید، بلکه در همین تکرار پنهان شده باشد.

صد کارخانه، صد بار یک هزینه

فرض کنیم در یک شهرک صنعتی ۲۰ شرکت به خدمات یک آزمایشگاه تخصصی نیاز دارند. هر شرکت اگر بخواهد آزمایشگاه مستقلی ایجاد کند باید تجهیزات بخرد، فضا اختصاص دهد، نیروی متخصص استخدام کند، تجهیزات را نگهداری و استانداردهای لازم را رعایت کند.

اگر هزینه سالانه هر واحد برای چنین مجموعه‌ای پنج میلیارد تومان باشد، این ۲۰ شرکت در مجموع ۱۰۰ میلیارد تومان هزینه خواهند کرد. حالا فرض کنیم یک مرکز تخصصی مشترک بتواند با تجهیزات بهتر و ظرفیت بالاتر همان خدمات را با هزینه سالانه ۴۰ میلیارد تومان در اختیار تمام شرکت‌ها قرار دهد.

در ظاهر ۶۰ میلیارد تومان صرفه‌جویی شده است، اما اثر واقعی بزرگ‌تر از این عدد است.

ممکن است چند شرکت کوچک در حالت اول اصلاً نتوان ایجاد آزمایشگاه را نداشته باشند و به همین دلیل کیفیت محصول، سرعت توسعه یا امکان دریافت استاندارد آنها محدود شود. مرکز مشترک نه فقط هزینه شرکت‌های بزرگ‌تر را کاهش می‌دهد، بلکه به بنگاه کوچک امکان دسترسی به قابلیتی را می‌دهد که به تنهایی نمی‌توانست بخرد.

ایجاد تفاوت میان «زیرساخت مشترک» و «اکوسیستم» آغاز می‌شود.

چرا شرکت‌ها کنار هم قرار می‌گیرند؟

در اقتصاد شهری و صنعتی مفهومی با عنوان Economies of Agglomeration یا صرفه‌های ناشی از تجمع وجود دارد. منطق آن ساده است: تمرکز جغرافیایی بنگاه‌ها می‌تواند هزینه برخی فعالیت‌ها را کاهش و بهرهوری را افزایش دهد.

اما نزدیکی جغرافیایی به خودی خود کافی نیست.

اگر ۵۰۰ کارخانه فقط زمین مجاور داشته باشند، اتفاق اقتصادی ویژه‌ای رخ نداده است. مزیت زمانی شکل می‌گیرد که این نزدیکی باعث اشتراک منابع، دسترسی بهتر به نیروی متخصص، شکل‌گیری شبکه تأمین‌کنندگان، انتقال دانش، خدمات تخصصی مشترک و کاهش هزینه مبادله شود.

نمونه‌های موفق خوشه‌های صنعتی جهان نیز فقط به دلیل ساخت کارخانه‌های زیاد در یک نقطه موفق نشده‌اند. شبکه‌ای پیرامون آنها شکل گرفته است: دانشگاه، تأمین‌کننده تخصصی، شرکت فناوری، آزمایشگاه، خدمات مالی، لجستیک، آموزش و بازار نیروی انسانی.

هرچه این شبکه متراکم‌تر شود، بنگاه برای دسترسی به یک قابلیت جدید مجبور نیست همه چیز را از صفر ایجاد کند.

و این موضوع برای شرکت‌های کوچک و متوسط اهمیت بیشتری دارد. بیماری «همه‌چیز را خودمان داشته باشیم»

در بسیاری از بنگاه‌ها نوعی تمایل طبیعی به مالکیت وجود دارد. اگر کاری برای شرکت مهم است، تصور می‌شود باید واحدی برای آن ایجاد کرد، نیرو استخدام کرد و تجهیزات خرید. اما مالکیت همیشه معادل کارایی نیست.

فرض کنید یک کارخانه فقط چند بار در ماه به دستگاهی گران‌قیمت نیاز دارد. خرید دستگاه باعث می‌شود سرمایه بزرگی در دارایی‌ای قفل شود که بخش زیادی از زمان بلااستفاده است. شرکت علاوه بر قیمت خرید، هزینه تعمیر، نگهداری، فضای فیزیکی و نیروی متخصص را نیز می‌پردازد.

اگر بمان دستگاه بتواند میان پنج شرکت به اشتراک گذاشته شود، نرخ استفاده از ظرفیت افزایش می‌یابد و هزینه هر بار استفاده کاهش پیدا می‌کند.

همین منطق را می‌توان درباره انبار، آزمایشگاه، مرکز آموزش، خدمات صادراتی، تجهیزات تخصصی، لجستیک و حتی برخی قابلیت‌های مدیریتی به کار برد.

سؤال اقتصادی این نیست که «با این فعالیت برای ما مهم است؟» سؤال درست‌تر این است:

خبرنامه

اعلام آمادگی ایمیدرو برای واگذاری برخی محدوده‌های اکتشافی به بخش خصوصی

رئیس هیأت عامل ایمیدرو از آمادگی این سازمان برای واگذاری برخی محدوده‌های اکتشافی به بخش خصوصی جهت تکمیل خبر داد.

به گزارش ایسنا، محمدمسعود سمیعی‌نژاد - معاون وزیر صمت و رئیس هیأت عامل سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) در نشست پایش عملکرد اکتشافی ایمیدرو ضمن بیان این مطلب، گفت: ایمیدرو هدفگذاری سالانه یک میلیون حفاری اکتشافی را با مشارکت شرکت‌های زیرمجموعه در برنامه دارد و شرکت‌های فعال در این زمینه، باید همه همت خود را برای تحقق این هدف به‌کار بگیرند.

وی افزود: شرکت‌های فعال در امر اکتشاف باید از تجهیزات موجود در کشور و همچنین از ظرفیت‌های استانی برای رفع مشکلات زیرساختی برای دستیابی به هدفگذاری برنامه حفاری استفاده کنند و با توجه به روند رو به گسترش حجم عملیات‌های اکتشافی در کشور، باید نسبت به توسعه ظرفیت آزمایشگاه‌ها برنامه‌ریزی کرد.

معاون وزیر صمت با بیان اینکه رشته‌های معدنی به دلیل عدم جذابیت و بازار کار، سبب کاهش علاقه دانش‌آموزان و دانشجویان شده است، گفت: این مسأله، دانشگاه‌های معدنی را با خطر تعطیل شدن مواجه و در صورت تداوم، می‌تواند به یک بحران منابع انسانی در بخش معدن تبدیل شود.

وی ادامه داد: از این رو، با وزارت آموزش و پرورش و خانه معدن ایران در دی‌ماه ۱۴۰۴، تفاهم‌نامه‌ای برای ایجاد علاقه و جذب نیروی متخصص از مقطع متوسطه به سمت حوزه معدن و کسب مهارت‌های بیشتر و آکادمیک منعقد شده تا نیروی انسانی مورد نیاز تامین شود.

معاملات بورس کالا از ۱۲۵ هزار میلیارد تومان عبور کرد

در معاملات هفته منتهی به ۲۰ شهریور، بازار بورس کالا شاهد دادوستد ۳ میلیون و ۶۹ هزار و ۴۶۳ تن انواع محصول به ارزش ۱۲۵.۶ هزار میلیارد تومان بود.

به گزارش خبرگزاری مهر، در معاملات هفته منتهی به ۲۰ شهریور ۱۴۰۵، بازار فیزیکی بورس کالای ایران شاهد دادوستد ۳ میلیون و ۶۹ هزار و ۴۶۳ تن انواع محصول به ارزش ۱۲۵.۶ هزار میلیارد تومان بود.

حجم معاملات در این هفته نسبت به هفته گذشته ۲.۱ درصد افزایش یافت که نشان‌دهنده رشد نسبی فعالیت معامله‌گران و تقاضا در بازار فیزیکی بورس کالا است.

اختصاص ۴۰۰ هزار میلیارد تومان اعتبار ویژه برای احیای زنجیره تأمین صنعت

معاون وزیر صمت از اختصاص ۴۰۰ هزار میلیارد تومان برای واحدهای صنعتی و تدوین بسته ۴۰ بندی برای مدیریت گاز صنایع در فصل زمستان خبر داد.

به گزارش خبرنگار مهر، سعید شجاعی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، امروز در جمع خبرنگاران با اشاره به برنامه حمایت از واحدهای صنعتی متأثر از شرایط موجود اظهار داشت: در حال برنامه‌ریزی مشترک با بانک مرکزی هستیم و بر اساس توافق انجام‌شده میان وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس‌کل بانک مرکزی، مقرر شده است مبلغی بالغ بر ۴۰۰ هزار میلیارد تومان برای واحدهایی که زنجیره تأمین آن‌ها تحت تأثیر شرایط فعلی دچار چالش شده است، اختصاص یابد.

وی افزود: سازوکار اجرایی و شیوه تخصیص این منابع در حال طراحی است تا به‌زودی بتوانیم آن را به واحدهای صنعتی که از شرایط موجود آسیب دیده‌اند، اختصاص دهیم. شجاعی در بخش دیگری از سخنان خود پیرامون احتمال اعمال محدودیت گاز صنایع در فصل زمستان گفت: با توجه به نزدیک شدن به فصل سرما و احتمال وقوع کمبود و قطعی گاز، برای مدیریت این شرایط، کارگروهی زیر نظر شورای عالی انرژی به‌صورت مستمر در حال برگزاری جلسات تخصصی است.

وی ادامه داد: یک بسته ۴۰ بندی برای مدیریت فصل سرما تدوین شده است که تلاشی می‌کنیم با اجرای آن، فصل سرما را با حداقل محدودیت برای صنایع پشت سر بگذاریم. فاز کارشناسی این بسته تقریباً به پایان رسیده و قرار بود شورای عالی انرژی این هفته تشکیل جلسه دهد که به دلیل تراکم برنامه‌ها، به هفته آینده موکول شد.

کاهش محدودیت برق شهرک‌های صنعتی به یک روز
معاون وزیر صمت با اشاره به بهبود وضعیت برق شهرک‌های صنعتی تصریح کرد: پس از روز صنعت و معدن و با دستور رئیس‌جمهور، کارگروهی در این زمینه تشکیل شد و همکاری‌های مؤثری میان سازمان صنایع کوچک و وزارت نیرو شکل گرفت. شجاعی افزود: اگرچه تمامی تعهدات به‌طور کامل اجرا نشد، اما توانسیم در اکثر شهرک‌های صنعتی، میزان محدودیت برق را به حداکثر یک روز کاهش دهیم.

وی با اشاره به آسیب‌های واردشده به برخی زنجیره‌های تولید بیان کرد: متأسفانه در برخی زنجیره‌ها آسیب‌هایی ایجاد شد و به‌ویژه واحدهای تولید اسلب با چالش‌های اساسی مواجه شدند، اما تمام تلاش ما این بود که تا حد امکان از آسیب دیدن زنجیره تولید جلوگیری کنیم.

برنامه‌ریزی برای سوخت جایگزین صنایع

شجاعی در پاسخ به سوآلی درباره تأثیر افزایش قیمت بنزین و سوخت بر فعالیت صنایع اظهار داشت: تاکنون گزارش رسمی از مبادی ذریط درباره تأثیر این موضوع به دست ما نرسیده است، اما در حال انجام برنامه‌ریزی‌های پیشگیرانه هستیم.

وی خاطرنشان کرد: با شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، شرکت پالایش و پخش و مجموعه وزارت نفت در حال هماهنگی هستیم تا در صورت بروز هر گونه مشکل، بتوانیم سوخت جایگزین یا روش‌های جایگزین تأمین انرژی را برای صنایع فعال کشور دنبال کنیم.

یک پژوهشگر حقوق بانکی با بیان اینکه سیاست کنترل ترازنامه بانک‌ها در رویکرد جدید بانک مرکزی از محدودسازی صرف رشد دارایی‌ها فراتر رفته است، گفت: معیارهای تعیین ظرفیت رشد بانک‌ها باید شفاف، قابل اندازه‌گیری، قابل پیش‌بینی و متناسب با وضعیت هر بانک باشد و میان بانک سالم و ناتراز تفاوت ایجاد کند.

علی نظافتیان در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اهمیت کنترل ترازنامه بانک‌ها اظهار کرد: کنترل ترازنامه بانک‌ها در سال‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین ابزارهای بانک مرکزی برای مهار رشد نقدینگی، کنترل تورم و جلوگیری از تشدید ناترازی بانک‌ها تبدیل شده است. راهاندازی سامانه یکپارچه نظارت (سسین) را نیز می‌توان اقدامی هدفمند از سوی بانک مرکزی برای اصلاح نظام بانکی و کنترل و نظارت بر عملکرد بانک‌ها دانست.

وی افزود: سیاست اصولی و مؤثر بانک مرکزی در این زمینه در سال ۱۴۰۴ وارد مرحله تازه‌ای شده است؛ مرحله‌ای که در آن دیگر فقط این پرسش مطرح نیست که دارایی‌های یک بانک با چه سرعتی رشد کرده است، بلکه باید پرسید این رشد از چه محلی تأمین شده، چه میزان بدهی ایجاد کرده و منابع بانک چگونه تخصیص یافته است. نظافتیان ادامه داد: اصلاحیه «ضوابط ناظر بر کنترل مقداری ترازنامه شبکه بانکی کشور» که در ۳۱ شهریور ۱۴۰۴ به تصویب هیأت عامل بانک مرکزی رسید و در ۹ مهر همان سال ابلاغ شد، از اول مهر ۱۴۰۴ لازم‌الاجرا شده و مقررات قبلی را ملغی کرده است. این موضوع سیاست کنترل ترازنامه بانک‌ها را وارد مرحله‌ای تازه کرده است.

کنترل ترازنامه برای چیست؟

این پژوهشگر حقوق بانکی با بیان اینکه بانک از یک سو منابع مردم و سایر منابع مالی را تجهیز و از سوی دیگر آنها را در قالب تسهیلات، سرمایه‌گذاری و سایر دارایی‌ها به کار می‌گیرد، گفت: اگر این فرآیند بدون توجه به ظرفیت مالی بانک گسترش یابد، می‌تواند به رشد سریع اعتبارات و نقدینگی منجر شود.

وی افزود: مسئله زمانی جدی‌تر می‌شود که بانک برای تأمین نقدینگی خود به بانک مرکزی یا بازار بین‌بانکی وابسته شود. در چنین شرایطی، رشد ترازنامه دیگر الزاماً نشانه توسعه فعالیت بانکی نیست و می‌تواند علامتی از ناترازی و وابستگی به منابع کوتاه‌مدت باشد. نظافتیان اظهار کرد: فلسفه کنترل ترازنامه را می‌توان در سه هدف خلاصه کرد: کنترل رشد نقدینگی، حفظ سلامت و ثبات بانکی و جلوگیری از رشد نامتوازن اعتبارات و بدهی‌ها.

از کنترل دارایی‌ها تا کنترل بدهی‌ها

وی مهم‌ترین تحول در ضوابط بانک مرکزی را تغییر مرکز ثقل سیاست کنترل ترازنامه دانست و گفت: در چارچوب قبلی، تمرکز اصلی بر کنترل رشد برخی اقلام سمت دارایی‌های ترازنامه بود، اما در اصلاحیه جدید، «اقلام خالص بدهی مشمول» در مرکز کنترل مقداری قرار گرفته است. این پژوهشگر حقوق بانکی افزود: به زبان ساده، بانک مرکزی دیگر فقط نمی‌پرسد «دارایی‌های بانک چقدر رشد کرده است؟»، بلکه سؤال مهم‌تر این است که این رشد با چه منابعی ایجاد شده و بانک برای ایجاد آن چه میزان بدهی به وجود آورده است.

وی ادامه داد: در این چارچوب، سپرده‌های اشخاص غیردولتی، خالص بدهی بانک به بانک مرکزی و خالص بدهی بانک به سایر مؤسسات اعتباری اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند. ممکن است یک بانک ظاهرآ رشد دارایی متعارفی داشته باشد، اما همزمان برای تأمین نقدینگی به بانک مرکزی یا بازار بین‌بانکی وابستگی زیادی پیدا کرده باشد.

همه بانک‌ها یک سقف رشد ندارند

نظافتیان با اشاره به حرکت ضوابط جدید از یک سقف عمومی به سمت تعیین ظرفیت متناسب با وضعیت هر مؤسسه اعتباری گفت: مطابق چارچوب جدید، حد مجاز خالص بدهی مشمول هر مؤسسه با توجه به امتیاز معیارهای ارزیابی و رشد نقدینگی هدف‌گذاری‌شده تعیین می‌شود. بنابراین بانک سالم و بانک ناتراز نباید الزاماً ظرفیت رشد یکسانی داشته باشند.

وی افزود: بانکی که سرمایه کافی، نقدینگی مناسب و کیفیت مطلوب دارایی‌ها دارد، با بانکی که با کمبود سرمایه، مطالبات غیر جاری بالا یا اضافه‌برداشت مواجه است، شرایط یکسانی ندارد.

این پژوهشگر حقوق بانکی گفت: در ارزیابی مؤسسات اعتباری، سه گروه معیار اهمیت پیدا کرده است: نخست سلامت بانکی شامل شاخص‌هایی مانند رتبه‌بندی CAMELS، کفایت سرمایه، وضعیت مالی، اضافه‌برداشت و مطالبات غیرجاری؛ دوم عملکرد اعتباری شامل نسبت تسهیلات به سپرده‌ها، تأمین مالی زنجیره تولید، تمرکز تسهیلات و وضعیت مطالبات غیرجاری مشتریان بزرگ؛ و سوم قضاوت حرفه‌ای و نحوه تعامل با بانک مرکزی، از جمله میزان رعایت مصوبات، کیفیت و سرعت ارائه اطلاعات و رعایت حدود تعیین‌شده در دوره‌های قبلی.

وی افزود: در نتیجه، کنترل ترازنامه دیگر صرفاً یک محدودیت کمی نیست، بلکه ترکیبی از کنترل مقداری، نظارت احتیاطی، ارزیابی سلامت و هدایت اعتبارات است.

از ابلاغ سقف تا پایش سامانه‌ای

نظافتیان با اشاره به اهمیت سامانه‌ای و داده‌محور شدن فرآیند نظارت اظهار کرد: کنترل ترازنامه زمانی می‌تواند به‌صورت مؤثر اجرا شود که صرفاً به ابلاغ یک سقف و دریافت گزارش‌های دوره‌ای محدود نباشد، بلکه اطلاعات واقعی بانک‌ها به‌صورت مستمر دریافت، پردازش و با حدود تعیین‌شده مقایسه شود.

وی افزود: حرکت به سمت پایش سامانه‌ای، ادامه طبیعی سیاست کنترل مقداری ترازنامه است و در چنین مدلی، بانک مرکزی می‌تواند وضعیت منابع، بدهی‌ها، نقدینگی، تسهیلات و سایر شاخص‌های مؤثر بر ظرفیت رشد هر بانک را به‌صورت مستمر پایش کند و در صورت نزدیک شدن بانک به حدود تعیین‌شده، امکان واکنش سریع‌تر نظارتی داشته باشد.

این پژوهشگر حقوق بانکی ادامه داد: به این ترتیب، فاصله میان «مقررات» و «نظارت بر اجرای مقررات» کاهش پیدا می‌کند؛ اما سامانه‌ای شدن نظارت، یک الزام مهم دیگر نیز ایجاد می‌کند و آن شفافیت داده و محاسبات است.

وی گفت: هر چه تعیین ظرفیت رشد بانک‌ها بیشتر به اطلاعات سامانه‌ای وابسته شود، بانک باید بتواند بداند اطلاعات مبنای محاسبه از کدام اقلام استخراج شده، چه شاخص‌هایی در تعیین ظرفیت رشد مؤثر بوده، وزن هر شاخص چقدر است و در صورت اشتباه در داده یا محاسبه، چگونه می‌تواند درخواست اصلاح یا بازنگری کند.

نظافتیان در پاسخ به این پرسشش که آیا برای کنترل ترازنامه، جذب سپرده یا اعطای تسهیلات ممنوع شده است، گفت: خیر؛ ضوابط جدید ممنوعیت عمومی برای جذب سپرده ایجاد نمی‌کند، اما رشد سپرده و سایر منابع، در ظرفیت رشد بدهی‌های بانک مؤثر است. بنابراین بانک نمی‌تواند بدون توجه به ظرفیت تعیین‌شده، ترازنامه خود را نامحدود گسترش دهد.

وی افزود: به همین ترتیب، کنترل ترازنامه به معنای توقف اعطای تسهیلات نیست. موضوع اصلی، مدیریت حجم و کیفیت تسهیلات متناسب با منابع، سلامت مالی و ظرفیت بانک است. در این میان، جهت‌دهی اعتبارات، تأمین مالی زنجیره تولید، کاهش تمرکز اعتباری و کنترل مطالبات غیر جاری نیز اهمیت پیدا می‌کند.

چرا بانک ناتراز باید محدودتر شود؟

این پژوهشگر حقوق بانکی با بیان اینکه بانک ناتراز نباید از ظرفیت رشد یک بانک سالم برخوردار باشد، اظهار کرد: اگر بانکی سرمایه کافی نداشته باشد، بخش قابل توجهی از تسهیلات آن غیرجاری باشد، دارایی‌های منجمد داشته باشد، سودآوری واقعی آن ضعیف باشد و برای ایفای تعهدات خود به بازار بین‌بانکی یا بانک مرکزی متکی باشد، افزایش بدون محدودیت ترازنامه می‌تواند به جای حل مشکل، ناترازی را بزرگ‌تر کند. وی افزود: در مقابل، بانک سالمی که از سرمایه، نقدینگی و کیفیت دارایی مناسب برخوردار است، طبیعتاً ظرفیت بیشتری برای توسعه فعالیت اعتباری دارد. بنابراین تفاوت در ظرفیت رشد بانک‌ها بر اساس سلامت مالی آنها، نه‌تنها قابل دفاع بلکه از الزامات نظارت احتیاطی است. نظافتیان درباره تفاوت بانک‌های دولتی و خصوصی نیز گفت: در اصل استانداردهای سلامت و نظارت احتیاطی، نباید میان بانک دولتی و خصوصی تفاوتی وجود داشته باشد؛ اما در نحوه ارزیابی آثار تکالیف قانونی و سیاست‌های عمومی، تفاوت‌هایی می‌تواند منطقی و ضروری باشد.

وی افزود: بانک دولتی و خصوصی هر دو بانک‌اند و هر دو با ریسک اعتباری، نقدینگی، سرمایه و منابع سپرده‌گذاران مواجه‌اند. بنابراین صرف دولتی یا خصوصی بودن نباید موجب برخورداری از استانداردهای متفاوت در زمینه کفایت سرمایه، نقدینگی، مطالبات غیرجاری یا انضباط بانکی شود. معیار اصلی باید سلامت، ریسک و عملکرد بانک باشد، نه نوع مالکیت آن.

این پژوهشگر حقوق بانکی ادامه داد: با این حال، بانک‌های دولتی ممکن است به موجب قانون یا سیاست‌های عمومی، مکلف به اجرای برخی برنامه‌های اعتباری دولت باشند. اگر اجرای این تکالیف موجب افزایش ترازنامه بانک شود، منطقی نیست این رشد بدون تفکیک، همانند رشدی ارزیابی شود که ناشی از تصمیم تجاری خود بانک بوده است.

وی گفت: از این رو باید میان رشد ناشی از تصمیم تجاری بانک و رشد ناشی از تکالیف قانونی و سیاست‌های عمومی تفاوت گذاشت. خود ضوابط نیز در موضوع تسهیلات تکلیفی، ضرورت توجه به این مسئله را مطرح کرده‌اند.

نظافتیان تأکید کرد: بنابراین تفاوت مطلوب میان بانک دولتی و خصوصی، تفاوت در استانداردهای سلامت بانکی نیست؛ بلکه تفاوت در نحوه محاسبه و ارزیابی آثار تکالیف قانونی است. اگر بانک خصوصی به دلیل تصمیم تجاری خود رشد پرسرگی ایجاد کند، باید پاسخگوی آن باشد؛ همان‌گونه که بانک دولتی نیز نباید صرفاً به دلیل دولتی بودن از انضباط احتیاطی معاف شود.

شفافیت در تعیین سقف‌ها یک مطالبه اساسی است

وی با اشاره به ضرورت شفافیت در تعیین ظرفیت رشد بانک‌ها اظهار کرد: با وجود مزایای رویکرد جدید، یک سؤال مهم همچنان مطرح است و آن اینکه آیا معیارهای تعیین ظرفیت رشد بانک‌ها به اندازه کافی شفاف، عینی و قابل پیش‌بینی هستند؟

این پژوهشگر حقوق بانکی افزود: در کنار شاخص‌های کمی مانند کفایت سرمایه و مطالبات غیرجاری، «ملاحظات حرفه‌ای معاونت تنظیم‌گری و نظارت» نیز در ارزیابی مؤسسات اعتباری مورد توجه قرار گرفته است. اصل استفاده از قضاوت حرفه‌ای در نظارت بانکی قابل دفاع است؛ زیرا وضعیت همه بانک‌ها را نمی‌توان با چند نسبت عددی سنجید، اما از منظر حقوقی و رقابت بانکی، ضروری است دامنه این اختیار و نحوه اعمال آن تا حد امکان روشن، مستند و قابل پیش‌بینی باشد.

وی ادامه داد: بانک باید بداند چرا سقف فعالیت آن افزایش یا کاهش یافته و بر اساس چه معیارهایی امتیاز گرفته است.

ضمانت اجرا؛ پایان دوره توصیه‌های صرف

نظافتیان گفت: ضوابط جدید صرفاً جنبه توصیه‌ای ندارد و در صورت تخلفی مؤسسه اعتباری از حدود تعیین‌شده، امکان اعمال تنبیهات، ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های مقرر در ضوابط پیش‌بینی شده است. وی افزود: از این رو، کنترل ترازنامه به موضوعی انضباطی و نظارتی تبدیل شده و اهمیت کنترل‌های داخلی بانک‌ها افزایش یافته است. بانک نیز باید رعایت ضوابط را به صورت مستمر پایش کند؛ بنابراین کنترل ترازنامه دیگر نباید صرفاً وظیفه واحد مالی باشد، بلکه مدیریت ارشد، مدیریت ریسک، خزانه‌داری، اعتبارات و فناوری اطلاعات نیز باید در این فرآیند نقش داشته باشند.

تسهیلات تکلیفی؛ نقطه حساس اجرای سیاست پولی

این پژوهشگر حقوق بانکی با اشاره به چالش رابطه میان کنترل ترازنامه و تسهیلات تکلیفی اظهار کرد: اگر بانک از یک سو با محدودیت رشد منابع و بدهی مواجه باشد و از سوی دیگر مکلف به پرداخت تسهیلات قابل توجهی شود، ممکن است میان دو سیاست تعارض ایجاد شود. وی افزود: بنابراین در ارزیابی عملکرد بانک‌ها باید میان رشد ناشی از تصمیم تجاری بانک و رشد ناشی از تکالیف قانونی و سیاست‌های عمومی تفاوت قائل شد. این مسئله برای بانک‌های خصوصی نیز اهمیت دارد؛ زیرا بانک خصوصی نباید بابت تکالیفی که خارج از تصمیم تجاری و اختیار مدیریتی آن تحمیل شده است، بدون لحاظ آثار آن ارزیابی شود.

کنترل ترازنامه یا مدیریت بانک؟

نظافتیان با بیان اینکه بانک مرکزی به دلایل اقتصادی و ثبات مالی نمی‌تواند نسبت به ترازنامه بانک‌ها بی‌تفاوت باشد، گفت: با این حال، نظارت احتیاطی نباید به مدیریت مستقیم بانک تبدیل شود و مرز میان نظارت بانک مرکزی و مدیریت فعالیت بانک باید روشن باقی بماند. وی افزود: هر چه شاخص‌ها دقیق‌تر، ضوابط شفاف‌تر و فرآیند تصمیم‌گیری قابل پیش‌بینی‌تر باشد، این مرز بهتر حفظ خواهد شد. مهم‌تر از همه، باید اصل تناسب مقررات مورد توجه قرار گیرد؛ به این معنا که محدودیت‌ها متناسب با ریسک، سرمایه، سلامت، مدل کسب‌وکار و وضعیت نقدینگی هر بانک اعمال شود.

این پژوهشگر حقوق بانکی ادامه داد: اگر ظرفیت رشد هر بانک بر اساس امتیاز سلامت تعیین می‌شود، بانک باید بتواند بداند چه امتیازی گرفته، کدام شاخص‌ها موجب کاهش امتیاز شده‌اند، وزن هر شاخص چقدر بوده و برای اصلاح وضعیت خود چه اقداماتی می‌تواند انجام دهد.

مسئله فقط «چقدر رشد کنیم» نیست

نظافتیان در جمع‌بندی گفت: در حال حاضر کنترل ترازنامه در سیاست جدید بانک مرکزی دیگر صرفاً ابزار محدود کردن رشد تسهیلات بانک‌ها نیست، بلکه به سمت یک چارچوب جامع‌تر برای نظارت بر رشد، منابع، بدهی‌ها، نقدینگی و کیفیت فعالیت بانک‌ها حرکت کرده است. وی افزود: تفاوت اصلی نیز همین‌جاست؛ در نسل نخست این کنترل، تمرکز عمده بر مقدار رشد دارایی بانک بود، اما در رویکرد جدید، منبع رشد، کیفیت رشد و سلامت بانک نیز اهمیت پیدا کرده است.

این کارشناس پولی و بانکی ادامه داد: ورود سامانه‌های اطلاعاتی و پایش مستمر نیز می‌تواند این تحول را از سطح مقررات به سطح اجرا منتقل کند. با این حال، موفقیت سیاست کنترل ترازنامه به یک شرط اساسی وابسته است و آن اینکه معیارهای تعیین ظرفیت رشد بانک‌ها باید شفاف، قابل اندازه‌گیری، قابل پیش‌بینی و متناسب با وضعیت هر بانک باشد.

نظافتیان تأکید کرد: در اصل نظارت احتیاطی، بانک دولتی و خصوصی نباید دو استاندارد متفاوت داشته باشند؛ اما آثار تسهیلات و تکالیف قانونی دولت باید از رشد تجاری بانک تفکیک و در ارزیابی ترازنامه لحاظ شود. وی گفت: مالکیت بانک‌های خصوصی و دولتی نباید معیار تفاوت در نظارت باشد، ریسک و سلامت باید معیار باشد.

این پژوهشگر حقوق بانکی با اشاره به پرسش‌های مهم درباره اجرای سیاست کنترل ترازنامه اظهار کرد: برای بانک‌های خصوصی دیگر فقط این پرسش نیست که «سقف رشد ترازنامه چقدر است؟» بلکه پرسش‌های مهم‌تر این است که سقف چگونه تعیین می‌شود، بر اساس چه شاخص‌هایی است، امتیاز هر بانک چگونه محاسبه می‌شود، نقش قضاوت حرفه‌ای چیست، اطلاعات سامانه‌ای چگونه پردازش می‌شود و آیا بانک امکان اصلاح اطلاعات، اعتراض یا درخواست بازنگری دارد.

وی افزود: همچنین باید مشخص شود آیا این نظام واقعا میان بانک سالم و بانک ناتراز تفاوت ایجاد می‌کند یا خیر.

نظافتیان خاطرنشان کرد: پاسخ روشن به این پرسش‌ها می‌تواند مبنای یک گفت‌وگوی حرفه‌ای و سازنده میان شبکه بانکی، کانون بانک‌های خصوصی، شورای هماهنگی بانک‌های دولتی و بانک مرکزی درباره آینده سیاست کنترل ترازنامه باشد.

این کارشناس پولی و بانکی در پایان گفت: کنترل ترازنامه بانک‌ها ابزار اصلی بانک مرکزی به عنوان عالی‌ترین ناظر پولی کشور برای کنترل عملیات بانک‌ها و بررسی دقیق و کارشناسی دارایی‌ها و بدهی‌های آنهاست. بنابراین ضابطه‌گذاری صحیح در کنار اجرای کارشناسی این نظارت می‌تواند میزان سلامت نظام بانکی را افزایش دهد و از تجمع دارایی‌های مازاد و منجمد آنها جلوگیری کند. البته مانند هر فرآیند اجرایی دیگری، ضوابط یا نحوه اجرای کنترل ترازنامه بانک‌ها نمی‌تواند عاری از انتقاد باشد. چنین گفت‌وگوهای کارشناسی می‌تواند محل طرح نظرات یا انتقادات مدیران بانکی درباره «ضوابط ناظر بر کنترل مقداری ترازنامه شبکه بانکی کشور» و افزایش کیفیت کارشناسی و قابلیت اجرایی دستورالعمل مورد اشاره باشد.

ترازنامه بانک‌ها در سیاست جدید بانک مرکزی چگونه کنترل می‌شود؟



اخبار

تشدید بارش‌ها در ۷ استان طی ۴۸ ساعت آینده

یک کارشناس هواشناسی گفت: طی دو روز آینده، علاوه بر کاهش شدید دما، بارش‌ها در استان‌های اردبیل، تهران، البرز، زنجان و آذربایجان شرقی و غربی تشدید می‌شود و احتمال وقوع سیلاب وجود دارد.

به گزارش خبرگزاری مهر، محمد اصغری، کارشناس هواشناسی با تشریح آخرین وضعیت جوی کشور اظهار کرد: طی دو روز آینده، علاوه بر سواحل دریای خزر، در شمال‌غرب کشور و استان‌های واقع در دامنه‌های البرز نیز شدت رگبارها گاهی قابل توجه خواهد بود و در ساعات بعدازظهر، ابرهای باران‌زا مناطق گسترده‌تری را دربر می‌گیرند.

وی افزود: برای نمونه، در استان زنجان اگر در مرکز استان یا مناطقی مانند چورزق، آب‌بر، ارمغانخانه یا حتی آق‌کند حضور دارید، توجه داشته باشید که احتمال وقوع سیلاب وجود دارد. بنابراین به هیچ عنوان محصولات کشاورزی را در فضای باز قرار ندهید. اصغری بیان کرد: برای استان قزوین، به‌ویژه نیمه شمالی استان، هشدار نازنجی برای بارندگی صادر شده است و احتمال صاعقه نیز وجود دارد. در ساعات بعدازظهر به هیچ عنوان به ارتفاعات صعود نکنید.

وی ادامه داد: اگر در استان البرز هستید، امروز و فردا در مناطقی مانند آستارا، اشتهارد، دیزین، طالقان، نظرآباد و هشتگرد، ناپایداری‌های جوی نسبتاً بازی پیش‌بینی می‌شود و پدیده‌هایی همچون رگبار، رعدوبرق و گردوخاک دور از انتظار نیست. احتمال وقوع سیلاب در ابعلی، دماوند و فشم؛ از رودخانه‌ها فاصله بگیریدد این کارشناس هواشناسی گفت: در نیمه شمالی استان تهران نیز طی ۴۸ ساعت آینده احتمال وقوع سیلاب در نقاطی مانند ابعلی، دماوند، آبسر، فیروزکوه، جاپان، فشم و لواسان وجود دارد، لطفاً تا حد امکان از رودخانه‌ها فاصله بگیرید و در حاشیه رودخانه‌ها توقف نکنید.

اصغری درباره وضعیت جوی استان اردبیل نیز اظهار کرد: اگر در مناطقی مانند خلخال، گیوی، هشتجین، اردبیل، سرعین، نمین، آبی‌بیگل و مشگین‌شهر حضور دارید، خود را برای بارندگی نسبتاً سنگین، هم امروز بعدازظهر و هم فردا آماده کنید.

وی یادآور شد: در نیمه شرقی آذربایجان شرقی و نیمه آذربایجان غربی نیز شرایط جوی مشابهی پیش‌بینی می‌شود.

این کارشناس هواشناسی در پایان خاطرنشان کرد: با توجه به این الگو، باید طی حداقل ۲۴ ساعت آینده در اغلب استان‌های کشور، منتظر کاهش دما و خنک‌تر شدن هوا باشیم.

بنگاه‌های بزرگ باید لوکوموتیو بنگاه‌های کوچک شوند

دبیرکل اتاق ایران گفت: باید سازوکاری ایجاد شود که بنگاه‌های بزرگ به‌عنوان «لوکوموتیو» حرکت اقتصادی، بنگاه‌های کوچک و متوسط را نیز به این زنجیره متصل کنند.

به گزارش خبرنگار مهر، ابوالفضل روغنی گلیایگانی، نایبرئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، در مراسم روز ملی حمایت از صنایع کوچک با اشاره به راه‌اندازی سامانه حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط، گفت: یکی از حلقه‌های مفقوده در بخش صنعت، ضعف ارتباط میان بنگاه‌های کوچک و متوسط با بنگاه‌های بزرگ است.

وی با بیان اینکه موضوع حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط سال‌هاست در اتاق ایران دنبال می‌شود، اظهار کرد: نخستین‌بار در سال ۱۳۴۶ موضوع حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط در اتاق مطرح شد و در سال ۱۳۹۶ نیز کارگروهی در اتاق ایران برای پیگیری این موضوع تشکیل شد.

روغنی گلیایگانی افزود: در سال‌های گذشته مأموریتی از سوی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی به اتاق ایران واگذار شد تا زمینه حمایت بیشتر از بنگاه‌های کوچک و متوسط و همچنین ایجاد شبکه‌های صادراتی فراهم شود و امروز پس از سال‌ها پیگیری، شاهد رومانیی از سامانه مربوط به این حوزه هستیم.

نایبرئیس اتاق ایران با تأکید بر ضرورت ایجاد ارتباط مؤثر میان بنگاه‌های بزرگ و کوچک گفت: تجربه سال‌ها فعالیت در بنگاه‌های صنعتی نشان می‌دهد که ارتباط میان بنگاه‌های کوچک و متوسط و بنگاه‌های بزرگ بسیار ضعیف است و در بسیاری از موارد این ارتباط عملاً وجود ندارد.

وی ادامه داد: باید سازوکاری ایجاد شود که بنگاه‌های بزرگ به‌عنوان «لوکوموتیو» حرکت اقتصادی، بنگاه‌های کوچک و متوسط را نیز به این زنجیره متصل کنند تا این بنگاه‌ها بتوانند از ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و انرژی موجود در بنگاه‌های بزرگ استفاده کنند.

روغنی گلیایگانی با اشاره به تجربه برخی کشورهای منطقه در این زمینه گفت: در کشورهای اطراف ایران، از جمله عمان، تجربه‌های موفقی در زمینه ایجاد ارتباط و شبکه‌سازی میان بنگاه‌ها وجود دارد که آثار مثبت آن را می‌توان در اقتصاد این کشور مشاهده کرد.

وی ابراز امیدواری کرد رومانیی از این سامانه زمینه‌ای برای شناسایی، جمعیت و اتصال بنگاه‌های کوچک و متوسط به یکدیگر و همچنین ایجاد ارتباط مؤثر تر آنها با بنگاه‌های بزرگ فراهم کند.

نایبرئیس اتاق ایران در پایان تأکید کرد: اتاق ایران آمادگی دارد با ادامه همکاری‌های انجام‌شده در سال‌های گذشته، این مسیر را با شتاب بیشتری دنبال کند تا در نهایت سازوکاری مناسب برای ایجاد هم‌افزایی و تقویت بنگاه‌های کوچک و متوسط شکل گیرد.

هشدار رئیس کل بانک مرکزی: بر خورد قاطع با متخلفان حوزه پولشویی

عبدالنصر همتی در نشست با مدیران بانکی، از رصد مستمر تراکنش‌ها و برخورد قاطع با متخلفان حوزه پولشویی و اخلاخل‌گران بازار ارز و طلا خبر داد.
به گزارش خبرنگار مهر به نقل از روابط عمومی بانک مرکزی، عبدالنصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی، در نشست مشترک با مدیران عامل و اعضای هیات مدیره بانک‌های کشور، با تأکید بر اینکه موضوع تخلفات در حوزه مبارزه با پولشویی با جدیت از سوی بانک مرکزی پیگیری می‌شود، تصریح کرد: «با تمامی متخلفان در سطح بانک‌ها، شعب و افراد خاطی، برخورد قاطع و قانونی صورت خواهد گرفت.»

رئیس کل بانک مرکزی در ادامه این جلسه با بیان اینکه سیستم‌های نظارتی بانک مرکزی به طور مستمر و دقیق در حال رصد تراکنش‌های بانکی هستند، گفت: «تراکنش‌های مشکوکی که منجر به اخلاخل در نظام پولی و بانکی کشور، به‌ویژه در بازارهای ارز و طلا شود، شناسایی شده و بلافاصله به مراجع قضایی معرفی خواهند شد.»

همتی با اشاره به اقدامات اجرایی این نهاد افزود: «مطابق با ضوابط موجود، حساب‌های اشخاص مظنون به پولشویی مسدود شده و محدودیت‌های بانکی لازم برای این افراد اعمال می‌گردد. همچنین، بازرسی‌های حضوری از شعب واحدهای بانکی به طور مستمر در دستور کار قرار دارد و در صورت احراز هرگونه تخطی از ضوابط و مقررات، پرونده بانک‌ها و شعب متخلف بلافاصله به هیات انتظامی بانک‌ها ارجاع داده شده و برخوردهای قانونی لازم اعمال خواهد شد.»
رئیس کل بانک مرکزی در پایان تأکید کرد: بانک مرکزی با تداوم تعاملات سازنده و نزدیک با دستگاه قضا، تخلفات این حوزه را با جدیت پیگیری می‌کند و برخوردهای قانونی و قاطع در این زمینه بدون اغماض تداوم خواهد یافت.»

آماده‌سازی کشور برای مواجهه با ال‌نینو



علی‌آبادی با بیان اینکه ایران کشور پرآبی نیست، گفت: امسال پیش‌بینی شده که وضعیت بارشی کشور بهتر باشد و امیدواریم این پیش‌بینی محقق شود. از مردم عزیز کشور می‌خواهم همان روندی را که در سال‌های گذشته با همکاری خود به ما کمک کردند، ادامه دهند. باید یاد بگیریم اسراف نکنیم؛ البته به هیچ عنوان توصیه نمی‌کنم که مصرف نکنیم، بلکه باید بهینه مصرف کنیم و از مصرف بی‌مورد جلوگیری کنیم.

وزیر نیرو ادامه داد: تمهیدات لازم برای بهینه‌سازی مصرف در نظر گرفته شده و طرح‌هایی در دست اجراست؛ از جمله استفاده از کاهنده‌های مصرف که می‌تواند بدون ایجاد احساس نامطلوب برای مردم، به کاهش مصرف کمک کند.

علی‌آبادی همچنین توصیه کرد: بهتر است مردم در منازل خود مخازن ذخیره آب داشته باشند؛ چراکه در شرایط اضطراری و حوادث غیرمترقبه می‌تواند کمک‌کننده باشد و از سوی دیگر امکان ذخیره محدود آب و کاهش تلفات شبکه را فراهم می‌کند.

وی با اشاره به اجرای طرح‌های مختلف برای کاهش تلفات آب گفت: طرح‌های مختلفی برای کاهش تلفات در دست اجراست و این اقدامات همچنان دنبال خواهد شد، اما تحقق اهداف آن نیازمند همکاری مردم است.

وزیر نیرو درباره وضعیت ذخایر سوخت نیروگاه‌ها نیز گفت: مخازن سوخت برای شرایط اضطراری در نظر گرفته شده‌اند و امسال نسبت به سال‌های گذشته وضعیت بهتری داریم، اما باید توجه داشت که این مخازن در طول سال چندین بار باید پر شوند و در این زمینه نیز نیازمند همکاری مردم هستیم.

به گزارش ایسنا، عباس علی‌آبادی در مراسم بهره‌برداری از ۴ واحد نیروگاه برق‌آبی سد چمششیر، با گرامیداشت حضور مسئولان و فعالان صنعت آب و برق اظهار کرد: امروز در این ابرسازه افتخارآفرین و در میان توربین‌های عظیم نیروگاه چمششیر گرد هم آمده‌ایم و امیدواریم با بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود، گام‌های مؤثری برای توسعه صنعت آب و برق کشور برداریم.

وی گفت: در سال‌های گذشته کشور در مقطعی به سمت استفاده بیشتر از نیروگاه‌های حرارتی حرکت کرد، اما تجربه نشان داد که انتخاب فناوری و مدل توسعه نیروگاه‌ها باید متناسب با شرایط کشور باشد و نمی‌توان بدون توجه به اقتضات موجود، یک مسیر را برای همیشه دنبال کرد.

علی‌آبادی افزود: در بررسی تجربه‌های گذشته مشخص شد که برخی فناوری‌ها با مشکلات و محدودیت‌هایی مواجه شدند و امروز باید با نگاه واقع‌بینانه و متناسب با شرایط کشور، سبد تولید انرژی را متنوع کنیم. وزیر نیرو با اشاره به شرایط فعلی کشور تأکید کرد: ایران برای قدرتمند ماندن نیازمند تولید است و برای حفظ قدرت و توسعه کشور باید ظرفیت‌های تولید را افزایش دهیم.

وی ادامه داد: اگر می‌خواهیم ایران قدرتمند باقی بماند، باید محکم بایستیم و با تمام توان برای افزایش تولید تلاش کنیم. تولید برق و بسپاری از این طرح‌ها سال‌ها به طول انجامیده و عبور از موانع متعدد احیای ظرفیت‌های تولید نداریم.

علی‌آبادی ضمن قدردانی از تلاش دست‌اندرکاران صنعت آب و برق گفت: باید از همه کسانی که از ابتدای اجرای این پروژه‌ها تلاش کردند و در نهایت آنها را به مرحله بهره‌برداری رساندند، تشکر کرد؛ چراکه بسیاری از این طرح‌ها سال‌ها به طول انجامیده و عبور از موانع متعدد برای تکمیل آنها کار ساده‌ای نبوده است.

وزیر نیرو با اشاره به ظرفیت‌های گردشگری سدها و نیروگاه‌ها گفت: موضوع استفاده از ظرفیت‌های گردشگری در طرح‌های آبی کشور دیگر صرفاً یک آرزو نیست و باید به‌صورت جدی در دستور کار قرار گیرد. وی افزود: در گذشته یکی از مزیت‌هایی که در توجیه برخی پروژه‌ها

وزیر نیرو با تأکید بر ضرورت توسعه ظرفیت‌های تولید و ذخیره‌سازی انرژی در کشور گفت: ایران برای حفظ قدرت و پیشرفت خود نیازمند افزایش تولید است و در شرایط کنونی راهی جز توسعه ظرفیت‌های تولید برق و احیای صنعت نیروگاه‌سازی نداریم.

به گزارش ایسنا، چهار واحد نیروگاه برق‌آبی چم‌ششیر در مجموع به ظرفیت ۱۲۰ مگاوات و همچنین یک واحد نیروگاهی در رودبار لرستان، امروز در مراسمی با حضور وزیر نیرو، معاونان و مدیران ارشد صنعت آب و برق، در محل شرکت توسعه منابع آب و نیروی ایران به بهره‌برداری رسید و انرژی پاک تولیدی این نیروگاه‌ها به شبکه سراسری برق کشور تزریق شد.

وزیر نیرو در حاشیه این مراسم در جمع خبرنگاران با اشاره به افتتاح مجدد پروژه رودبار لرستان اظهار کرد: این پروژه توسط پیمانکاران ایرانی انجام شده و کار ارزشمندی در آن صورت گرفته است.

وی افزود: نیروگاه چمششیر نیز از نیروگاه‌های بااهمیت کشور است که امروز دو واحد آن به همراه دو واحد کوچک، مجموعاً به مدار تولید برق اضافه شدند؛ هرچند عملیات اجرایی و آماده‌سازی این واحدها از چند روز قبل انجام شده بود. وزیر نیرو با اشاره به اهمیت نیروگاه‌های برق‌آبی گفت: نیروگاه‌های برق‌آبی از این جهت اهمیت دارند که می‌توانند در ترکیب با نیروگاه‌های خورشیدی، بخشی از مشکلات و نواقص این نیروگاه‌ها را برطرف کنند و ظرفیت پذیرش بارهای مختلف در شبکه را افزایش دهند. علی‌آبادی ادامه داد: یکی از موضوعاتی که در این جلسه دنبال می‌کنیم، حرکت به سمت خودکفایی و بومی‌سازی در حوزه برق‌آبی و داشتن نگاهی متناسب با شرایط کشور است. باید از قدرت فنی موجود در این بخش حداکثر استفاده را ببریم.

وی با اشاره به نقش انرژی‌های تجدیدپذیر در شبکه برق کشور گفت: انرژی‌های تجدیدپذیر نقش بسیار مؤثری در شبکه دارند و باید ظرفیت نیروگاه‌های برق آبی را نیز متناسب با توسعه این منابع مورد توجه قرار دهیم.

آماده‌سازی کشور برای مواجهه با ال‌نینو

وزیر نیرو همچنین در پاسخ به سوال ایسنا درباره تمهیدات وزارت نیرو برای شرایط خاص جوی در پاییز و پدیده ال نینو اظهار کرد: در خصوص پدیده‌های هواشناسی و احتمال بارش‌های قابل توجه در پاییز، در حال آماده‌سازی کشور هستیم تا از ظرفیت این بارش‌ها حداکثر استفاده و در عین حال کمترین آسیب را تجربه کنیم.

علی‌آبادی افزود: در حال حاضر اقداماتی برای ذخیره‌سازی آب در سفره‌های زیرزمینی، تغذیه مصنوعی و استفاده از ظرفیت‌های آبخیزداری در حال انجام است. همچنین پاکسازی مسیرها و آماده‌سازی مناطق برای جلوگیری از ایجاد مشکل برای مردم در صورت وقوع بارش‌های شدید در دستور کار قرار دارد.

وزیر نیرو با اشاره به برخی طرح‌های بزرگ برق آبی کشور اظهار کرد: بخشی از ظرفیت‌های انرژی کشور همچنان معطل مانده است؛ از جمله سد بختیاری که سال‌هاست موضوع احداث آن مطرح بوده و اکنون روند اجرای آن دوباره آغاز شده است. تلاش می‌کنیم با برداشتن چند گام دیگر، از این ظرفیت استفاده کنیم. وی همچنین از سد خرسان ۳، سد کارون ۲ و دیگر پروژه‌های برق‌آبی به عنوان طرح‌های در دست پیگیری نام برد.

وی درباره تداوم سدسازی در کشور نیز گفت: سدسازی هیچ‌گاه متوقف نمی‌شود؛ چراکه بخشی از این طرح‌ها با هدف اصلاح و بهبود شرایط محیط‌زیستی اجرا می‌شوند. طرح‌هایی که مجوزهای زیست‌محیطی دریافت کنند، اجرا خواهند شد.

وزیر نیرو با اشاره به برخی پروژه‌های قدیمی مدیریت آب افزود: برخی از این طرح‌ها پیش از انقلاب احداث و توسط پیمانکاران خارجی اجرا شده‌اند و اکنون اصلاحاتی در آنها در حال انجام است تا عملکرد آنها دوباره به اهداف اولیه طراحی نزدیک شود.

موفقیت کار آفرینی در بازارهای رقابتی



نویسنده: علی آل علی

دهکده جهانی، جهانی شدن و عصر تبادل اطلاعات تنها بخشی از مفاهیمی است که دوران زندگی ما را تعریف می کند. اگر تا چند دهه قبل حضور در بازارهای بین المللی مثل عبور از هفت خان رستم بود، این روزها به لطف آمازون و eBay هر کسب و کار کوچکی می تواند در چهار گوشه دنیا فروش داشته باشد و حتی پشت برندهای بزرگ را به خاک بمالد. در سوی دیگر این میدان مسابقه، مشتریان دیگر همینطوری الکی به برندهای بزرگ اعتماد نمی کنند. دورانی که گول های بازار با تبلیغات پر زرق و برق دل هر مشتری را می بردند، دیگر به تاریخ پیوسته است. حالا موفقیت در عرصه کار آفرینی بدون سازگاری با تغییرات جدید فقط یک آرزوی محال است، نه چیزی بیشتر!

آدمها معمولا با تغییرات سریع میانه خوبی ندارند. در عوض همه ما ترجیح می دهیم در داستان لاک پشت و خرگوش نقش آن لاک پشت دوست داشتنی را داشته باشیم که آهسته و پیوسته جلو می رود. البته از آنجایی که زندگی همیشه مطابق میل ما پیش نمی رود، گاهی اوقات به اجبار تغییرات سریع پشت سر می گذاریم. واضح ترین نمونه هم در این میان پاندمی کروناست. در حالی که خیلی از تغییرات در دنیای کسب و کار به آهستگی در جریان بود، یکپو کرونا همه معادلات را به هم ریخت. فکر می کنم همگی توسعه آرام خرده فروشی های آنلاین را به یاد داریم. کرونا این جریان آهسته و آرام را به ناگهان تبدیل به یک سونامی قدرتمند کرد. به طوری که دیگر حتی یک نفر هم توانایی مقابله با آن را نداشت.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان برای موفقیت در بازارهای رقابتی امروز چاره ای به غیر از تغییر روش کاری شان ندارند. وگرنه مثل راننده های فرمول یکی می شوند که بعد از گذشت ۲۰ سال هنوز هم با ماشین های قدیمی پا به پیست مسابقه می گذارند و انتظار قهرمانی هم دارند. اگر شما هم دوست دارید دستی به سر و گوش کارتان بکشید، اما نمی دانید باید از کجا شروع کنید، این مقاله سکوی پرتاب عالی برای تان خواهد بود. ما در ادامه قصد داریم مهمترین تغییراتی که در بازارهای رقابتی اجتناب ناپذیر به نظر می رسد را زیر ذره بین ببریم. پس منتظر چه هستید؟ کوله پشتی تان را آماده کنید تا سفرمان را شروع کنیم.

کار آفرینی + بازارهای رقابتی: توصیه هایی برای موفقیت آسان
مسابقه سوپرپال با آن همه طرفدارهایی که دارد، همینطور الکی میلیون ها نفر را میخکوب نمی کند. ماهها قبل از اینکه چنین مسابقه ای شروع شود، ورزشکاران خودشان را برای یک رقابت نفسگیر آماده می کنند. از طرف دیگر مربی های دو تیم هم خیلی خوب می داند نمایش افتضاح در چنین مسابقه ای به مثابه امضای حکم اخراج شان خواهد بود. دقیقا به همین خاطر هر دو تیم در چنین رویدادی از جان و دل مایه می گذارند. نکته طنز ماجرا نظرات کلی از ورزش دوستان مبنی بر سادگی این بازی سنتی است. اگر نظر ما را بخواید، آدم تا وقتی خودش وارد گود نشود، همه چیز را ساده ارزیابی می کند. این ماجرا درباره موفقیت در بازارهای رقابتی هم مصداق دارد.

مشتریان معمولا انتظارات بی نهایت زیادی از برندها دارند. وقتی هم کوچک ترین اشتباهی از یک کارآفرین سر بزند، طوری او را فراموش می کنند که انگار از اول در بازار کسسی به این اسم وجود نداشته است. با این حساب شما نه فرصتی برای اشتباه دارید، نه حتی می توانید دست از پا خطا کنید. امیدوارم این سناریو ترسناک خیلی شما را نترسانده باشد؛ چراکه ما فرمول های طلایی برای دور زدن این بحران بزرگ در چنته داریم. در ادامه بعضی از توصیه های کلیدی برای موفقیت آسان در بازارهای رقابتی امروز را بررسی خواهیم کرد. با ما همراه باشید تا یک بار برای همیشه از شر کابوس شکست و آخر شدن در مارتن کارآفرینی خلاص شوید.

بازنگری در شیوه های کاری سنتی

نواوری حتی در کوچک ترین کارها هم حساسی دردرساز است.

همانطور که یک سرمربی کهنه کار ترجیح می دهد تیم فوتبالتش همیشه با تاکتیک های قدیمی و مطمئن به زمین برود، کارآفرینان هم دوست دارند تا جایی که می شود دست به ترکیب برنده شان نزنند. البته در دنیایی که همه چیز به سرعت نور در حال تغییر است، تاکید بر ثبات بیشتر شبیه یک شوخی بی مزه است تا راهبردی واقعی.

باور کنید یا نه، این روزها دیگر دنیای کسب و کار مثل سابق نیست. خیلی از شرکتها دور فعالیت حضوری را خط کشیده اند و هر چه بیشتر به سمت دور کاری پیش می روند. این استراتژی جذاب به کارآفرینان برای کاهش هزینه های کسب و کار آفرینی از یکسو و همکاری با بهترین نیروهای کار از سراسر دنیا کمک می کند. اگر شما هم در طول سال های اخیر تجربه دور کاری را داشته باشید، از وسعت دسترسی به منابع انسانی در چنین شیوه ای شگفت زده شده اید. هرچه باشد اینجا پای استراتژی وسط است که شاخ غول سرمایه اولیه کلان برای شروع کسب و کار را شکسته است.

اگر شما هنوز هم دفتر کار بزرگی دارید و فقط به نیروی کار محلی فکر می کنید، تا همین جا هم کلی از فرصت های طلایی موفقیت تان دود شده است. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم جلوی ضرر را از هر جایی بگیریم، منفعت است. پس از همین امروز دور کاری را به مثابه یک روش جدید مدیریت کسب و کار مد نظر قرار دهید. حتی اگر این روش به کارتان هم نیاید، دست کم یک قدم رو به جلو برای سازگاری با شرایط جدید در دنیای کسب و کار برداشته اید.

شیوه جدید دیگری که در دنیای کسب و کار حساسی سر و صدا کرده است، کلاس های آنلاین یا به اصطلاح مجازی است. این کلاس ها کم کم جایگزین همه انواع کلاس های دیگر شده و اتفاقا کاملا مناسب شرایط کارآفرینان است. شما را نمی دانم، ولی من که ساعت کاری ام اصلا اجازه شرکت در کلاس های سنتی را نمی دهد. به علاوه، دیگر سن و سال کارآفرینان هم به شرکت در کلاس نمی خورد. کلاس های آنلاین در این بین جایگزین بی نهایت جذابی برای نمونه های سنتی محسوب می شود. اینطوری دیگر لازم نیست خیلی به خودتان فشار بیاورید و ساعت کاری تان را تغییر دهید؛ چراکه خیلی از کلاس های آنلاین اصلا ساعت مشخصی ندارد و هر زمان که دل تان بخواهد امکان مشاهده فایل های کلاس درس را خواهید داشت؛ به همین سادگی.

برندینگ با سر و شکلی متفاوت!

از دوران یونان باستان تا همین چند دهه قبل راه و رسم برندینگ تقریبا به یک شکل بود. در این رویکرد یک برند فقط و فقط با مشتریان معنا پیدا می کند و باید همیشه دنبال جلب رضایت حداکثری آنها باشد. اشتباه نکنید، ما اینجا قصد نداریم اهمیت مشتریان را زیر سوال ببریم، بلکه فقط دنبال یک آپدیت تازه در این راستا هستیم. اجازه دهید قبل از اینکه بحث مان را حساسی پیچیده کنیم، با یک مثال جذاب حساسی سرحال تان بیاوریم.

فرض کنید در بازار همه برندها فقط با تحلیل سلیقه مشتریان برندسازی می کردند. شاید این ایده در اولین نگاه حساسی جذاب به نظر برسد، اما خروجی اش میلیون ها برند شبیه هم بود. آن وقت مشتریان هیچ معیاری برای انتخاب از بین این هم گزینه نداشتند. به علاوه، وقتی همه برندها

شبیه هم باشند، آدم حس زندگی در کنار کلی شرکت کپی کار را پیدا می کند. فکر کنم حالا دیگر خیلی خوب متوجه فاجعه تمرکز صرف روی مشتریان شدید، نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم تمرکز بر روی مشتریان باید متعادل باشد. کارآفرینان معمولا ارزش ها و حتی ایده های نوینی برای برندسازی در سر دارند. اگر فکر کرده اید چنین ایده هایی بدون تایید مشتریان مفت هم نمی ارزد، باید بگوییم کاملا در اشتباهید؛ چراکه همیشه ایده های نوآورانه خود کارآفرینان دنیای کسب و کار را تغییر می دهد. مثلا به اولین نسخه ویندوز دقت کنید. کمتر کاربر معمولی در دنیا حتی فکر طراحی چنین سیستم عاملی هم به سرش می زد. با این حال بیل گیتس و تیمش همین ایده دست نیافتنی را تبدیل به واقعیتی اجتناب ناپذیر برای مردم رنگارنگ مایکروسافت چرخ زندگی اش می چرخد، ما را هم بی خبر نگذارید. این روزها در دنیای مدرن تفاوت ها مرز باریک بین شکست و موفقیت را تعیین می کند. اگر شما در چنین شرایطی هنوز هم روی الگوهای قدیمی برندینگ حساب باز کرده اید، راه را کاملا اشتباه آمده اید؛ چراکه مشتریان به جای اینکه دنبال برندهای شبیه به هم بروند، تفاوت را ستایش می کنند. پس منتظر چه هستید؟ هر استراتژی یا تکنیکی که خیلی دم دستی شده را کنار بگذارید تا فضا برای کارهای خلاقانه فراهم شود. اینطوری تک تک مشتریان در بازار عاشق کسب و کارتان خواهند شد. خبر مگر یک کارآفرین به جز کلی مشتری که عاشق برندش هستند، آرزوی دیگری هم دارد؟

آزمون و خطا تا یادگیری کامل

هیچ کارآفرینی از همان روز اول مولتی میلیاردر یا بی نهایت مشهور نبوده است. حتی جف بزوس هم بارها و بارها در زندگی اش شکست خورده تا آخر سر گلیمش را از آب بیرون کشیده است. پس شما هم باید با اعتماد به نفس کافی دنبال یادگیری نکات تازه در بازار باشید. متأسفانه خیلی از کارآفرینان صفر کیلومتر انتظاراتی از خودشان دارند که حتی کارآفرین های کار درست هم به ذهن شان نمی رسد. اگر از ما می شنوید، کمی از سخت گیری تان کم کنید. این طوری فرصت بیشتری برای یادگیری در بازار خواهید داشت.

وقتی درباره یادگیری نکات تازه حرف می زنیم، چه راهی به ذهن تان می رسد؟ قبول دارم این سوال خیلی کلیدی تر از آنی است که یکپو بشود جوابش را داد. با این حال معمولا آزمون و خطا آخرین گزینه ای است که فکر آدم سراغش می رود؛ چراکه ترس از شکست تا عمق استخوان کارآفرینان نفوذ کرده است. پس چه بهتر که بدون حتی یک شکست کوچک در بازار کارتان را انجام دهید!

بی شک فعالیت بدون شکست در بازار برای هر کارآفرینی مثل مدال طلای المپیک بالرش است، اما از آنجایی که در بازار کسی دلش به حال شما نسوخته، باید یاد بگیرید بدون شکست هیچ چیز به دست نمی آید. هر تجربه ارزشمندی که اندازه هزاران دلار اهمیت دارد، فقط از دل شکست های تلخ به دست می آید. پس کمی گاردتان را برابر شکست های ریز و درشت شل تر کنید. وگرنه همیشه سر جای تان در جا خواهید زد؛ بدون اینکه حتی یک قدم هم به موفقیت نزدیک شوید.

مجدزه شخصی سازی تجربه مشتریان

مشتریان در برخورد با هر برند انتظارات خاصی دارند. اگر قرار باشد همه برندها یک نوع خدمات واحد به مشتریان ارائه کنند، دیگر سنگ روی سنگ بند نمی شود. درست در چنین شرایطی شخصی سازی به مثابه مهمترین استراتژی برای نجات شما در دل رقابتی نفسگیر ظاهر می شود. شخصی سازی به شما کمک می کند کلیشه هایی که برای مشتریان تکراری و حتی اعصاب خُردکن شده است را با روش های حیرت انگیز جایگزین کنید. مثلا برند آمازون وقتی قصد ورود به دنیای خرده فروشی حضوری را داشت، به جای اینکه مشتریان را در صف های طولانی صندوق خرید معطل کند، ایده خرید بدون صندوق حساب سفارش را مطرح کرد. این یعنی مشتریان بدون اینکه حتی یک لحظه در صف خرید معطل شوند، به سرعت بعد از برداشستن محصولات مورد نظرشان از فروشگاه خارج شده و سیستم هوشمند آمازون به طور خودکار هزینه خرید را از حساب آنها کم می کند.

همانطور که می بینید، آمازون یکی از دردرس های قدیمی مشتریان برای خرید حضوری را مثل آب خوردن تبدیل به مزیتی رقابتی کرده است. این فرمول طلایی بخشی از استراتژی گسترده تر شخصی سازی محسوب می شود. اگر شما از اینکه همیشه برند دوم بازار باشید خسته شده اید، دیگر لازم نیست خیلی به خودتان فشار بیاورید. کافی است کمی مثل آمازون فکر کرده و دنبال شخصی سازی تجربه های گوناگون مشتریان از برنداتان باشید؛ همین و بس.

منابع:
<https://www.entrepreneur.com/growing-a-ways-to-succeed-in-a-competitive-۵/business-۴۳۸۳۹/environment>

آگهی تجدید دوم فراخوان عمومی (نوبت دوم)

شبه مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۱۵

– مهلت ارائه پاکت ضمانتنامه در دبیرخانه شهرداری تا قبل از پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۱

– زمان اتمام مهلت شرکت در مناقصه در سامانه ستاد: ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۱

– زمان بازگشایی و رسیدگی به پیشنهادات در دفتر شهرداری: ساعت ۸ روز شبه مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۴

– اطلاعات و سایر جزئیات در اسناد مناقصه درج گردیده است.

ضمنا تنها اسناد پاکت های پیشنهاد دارای امضاء الکترونیکی مورد پذیرش است و در جلسه بازگشایی اسناد فیزیکی پاکت های (ب) و (ج) و فاقد امضای الکترونیک به هیچ وجه مورد پذیرش نیست.

شهرداری صیابشهر در نظر دارد به استناد مصوبه شماره ۹۸ ص ۶ ش مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۲۳

شورای اسلامی شهر نسبت به اجرای پروژه ساماندهی و اصلاح شبکه برق سطح شهر با اعتبار ۸۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال از طریق تجدید مناقصه عمومی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) اقدام نماید.

لذا از متقاضیان واجد شرایط دعوت بعمل می آید برای دریافت اسناد مناقصه به سامانه ستاد به آدرس الکترونیکی www.setad.ir به شرح ذیل مراجعه نمایند.

شهرداری صیابشهر در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.

– هزینه خرید اسناد ۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.

– مبلغ بریده شرکت در مناقصه به نفع شهرداری صیابشهر در اسناد مناقصه درج شده است.

تذکر: سیرده نقرات اول و دوم مناقصه تا زمان انجام معامله و قرارداد مسترد نخواهد شد.

– زمان در یافت اسناد مناقصه در سامانه ستاد: زمان انتشار آگهی ساعت ۸ روز یک

تاریخ چاپ نوبت اول: ۱۴۰۵/۰۶/۱۵

تاریخ چاپ نوبت دوم: ۱۴۰۵/۰۶/۲۲

حسین واژیر – شهردار صیابشهر

آگهی تمدید مناقصه شماره ۴۰۵/۱۱

مهرت مغارات منطقه لرسن در نظر دارد اجرای آفیر **SWAP** خیابان سید مصطفی مناطق (یادبود – کهنیت – چهار باغ مری – چهار راه چمن) شهرستان بویراحه را از طریق مناقصه عمومی اجرا نماید. متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به آگهی تمدید مناقصه در سایت پای شرکت مغارات ایران به آدرس WWW.IRSLT.PA یا مغارات منطقه لرسن به آدرس LOTCLR مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۶۶۲۳۳۲۰۰۱۸ تماس حاصل نمایند.

مغارات منطقه لرسن