

نامگذاری سال ۱۳۹۸ به نام رونق تولید از سوی مقام معظم رهبری نشانه محکمی بر عزم حاکمیت در مسیر توسعه اقتصادی است. بیش یک دهه است که به صورت پی در پی عنوان‌های اقتصادی برای سال‌ها انتخاب می‌شود. عالی‌ترین مقام کشور بیشترین توجه و تمرکز مسئولان را به سوی مسائل اقتصادی معطوف ساخته‌اند. عناوین سال‌ها قرار است به عنوان قطب‌نما، مسیر حرکت مردم و مسئولان را نشان دهد تا هدف روشن و ملموسی برای فعالیت‌ها ترسیم شده باشد. این برای سومین سال پیاپی است که موضوع تولید ملی در شعار سال جایگاه ثابتی دارد. سالی که گذشت با عنوان «حمایت از کالای ایرانی» عملاً به تولید ملی مرتبط بود و سال قبل از آن نیز به عنوان «اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال» مزین شده بود. تکرار موضوع تولید به عنوان هدف اصلی نظام در سال‌های اخیر، هم نشانه اهمیت این موضوع در مسیر توسعه اقتصادی است و هم از ناکافی...



وعده همتی محقق می‌شود؟

شمارش معکوس برای راهاندازی بازار متشکل ارزی

مهم‌ترین اخبار اقتصادی در نوروز ۹۸

سیلاب بهاره؛ مهمان پرخرج در سال سخت اقتصاد

درگیر کرد. شهرهای پلدختر، معمولان، کوهدشت، نورآباد، درود، الیگودرز و خرم‌آباد از جمله شهرهایی بودند که در استان لرستان دچار آسیب‌هایی جدی از سیلاب نوروزی شدند. علاوه بر استان‌های لرستان، گلستان، شیراز و شرق استان مازندران سیل همچنین باعث تخریب منازل بسیاری از هموطنان‌مان در استان‌های سمنان و خراسان شمالی شد که در این باره مدیرکل بازسازی بنیاد مسکن گفت که براساس برآوردهای اولیه، سیل تاکنون به ۵۰ هزار خانه خسارت وارد کرده که حدود ۳۵ هزار واحد دچار خسارت و ۱۵ هزار واحد تخریب شده است. مجید جودی گفت: تاکنون برای ۵۰ هزار واحد مسکونی در سراسر کشور که از سیل اخیر دچار خسارت شده‌اند ارزیابی صورت گرفته که ۱۲ هزار واحد در استان گلستان، ۶۰۰۰ واحد در مازندران، ۳۰۰۰ واحد در لرستان (به علت شدت باران، ارزیابی متوقف شده است)، ۷۰۰۰ واحد در فارس، ۱۰۰۰ واحد در سمنان و ۲۷۰۰ واحد در خراسان شمالی به دلیل سیل دچار خسارت شده‌اند. او اضافه کرد: براساس مصوبه دولت، برای واحدهای احداثی شهری ۵۰میلیون تومان وام و ۱۲ میلیون تومان کمک بلاعوض پرداخت می‌شود. به واحدهای روستایی نیز ۴۰ میلیون تومان وام و ۱۰ میلیون تومان کمک بلاعوض اختصاص می‌یابد. واحدهای تعمیری شهری و روستایی نیز ۱۵میلیون تومان وام و ۵ میلیون تومان کمک بلاعوض دریافت خواهند کرد.

۷۰۰ هزار هکتار از اراضی کشاورزی آسیب دیدند

در حوزه محصولات کشاورزی هم سیل باعث بروز خسارت‌هایی جدی شد. در این باره سیدمحمد موسوی، مدیرکل دفتر مدیریت بحران و کاهش مخاطرات بخش کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی با اعلام این خبر اظهار کرد: سیل اخیر ۷۰۰ هزار هکتار اراضی زراعی و ۹۰ هزار هکتار اراضی باغی را مورد تهدید جدی قرار داده است. وی گفت: این خسارت در استان گلستان ۳۶درصد، خوزستان ۱۴درصد، مازندران ۱۳درصد، لرستان ۱۲درصد و فارس ۷درصد بوده و ۱۸درصد باقیمانده یا ۸ استان کرمانشاه، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، اصفهان، خراسان شمالی، سمنان و سیستان و بلوچستان وارد شده است.

۱۶۰۰ میلیارد خسارت در بخش راهسازی

در حوزه راهسازی هم وزیر راه و شهرسازی از بروز خسارت‌های جدی در حوزه زیرساختی خبر داده و گفته است که مجموعه خسارت برآورد شده ناشی از سیل در سطح زیرساخت‌ها بیش از ۱،۶۰۰ میلیارد تومان بوده است که این رقم غیر از هزینه ترمیم‌های اساسی و جایگزین است که باید انجام شود و این هزینه‌ها باید برآورد شود. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات هم که به عنوان نماینده دولت در استان لرستان حضور دارد، گفته است: زیرساخت‌های ارتباطی در کشور ۱،۵۰۰ میلیارد تومان خسارت دیده که در استان لرستان بیشترین حجم خسارت را داشته‌ایم. **۵میلیون تومان کمک بلاعوض از ۱۷ فروردین**
ام‌رئیس بنیاد مسکن کشور درباره جبران خسارت آسیب‌دیدگان از سیل گفته است که پرداخت ۵میلیون تومان کمک بلاعوض به سیل زدگان لرستان از شنبه ۱۷ فروردین آغاز می‌شود. علیرضا تابش، رئیس بنیاد مسکن کشور اظهار کرد: در استان‌ها و

سیلاب بهاره مهمان ناخوانده تعطیلات نوروزی بود که علاوه بر خسارت‌های جبران‌ناپذیر جانی، باعث بروز خسارت‌های سهمگینی بر پیگیره اقتصاد کشور شده است. آسیب دیدن زیرساخت‌های ارتباطاتی، ریلی، جاده‌ای و مسکونی تنها بخشی از خسارت سیل در نوروز ۹۸ است. به گزارش ایسنا، نوروز ۹۸ یکی از خسارت‌بارترین و شاید ناخوشایندترین تعطیلات ایرانیان در سال‌های گذشته بوده است. تنها ۲۴ ساعت مانده به تعطیلات نوروز شهرهای آق‌قلا و گمیشان در استان گلستان به زیر آب رفت تا ایران با چهره‌ای سیلابی به استقبال سال جدید برود. این قضیه سرآغاز ایجاد خساراتی جانی و مالی برای هموطنان‌مان در برخی نقاط مختلف کشور شد. براساس برآوردهای اولیه صورت گرفته از سیل در استان گلستان میزان خسارت وارده به این استان ۴،۸۰۰ میلیارد تومان برآورد شد که البته برآورد میزان کلی و دقیق خسارت در صورت فروکش کردن آب ممکن است.

تکلیف خودروهای بدون بیمه در سیل اخیر چیست؟

چند روز بعد از بروز حادثه سیل در گلستان، این بار شیراز هم دستخوش حادثه شد. بسیاری از شهروندان در خودروهای‌شان در دروازه ورودی شهر گرفتار شدند. این حادثه که به خاطر بستن مسیر ورودی شهر به وقوع پیوست متأسفانه باعث کشته شدن ۱۴ تن از هموطنان‌مان شد. در این حادثه همچنین خودروهای زیادی آسیب دیدند که بیمه موظف به پرداخت آنها است. در این باره رئیس کل بیمه مرکزی در گفت‌وگو با ایسنا از اتخاذ راهکارهایی برای جبران خسارت آن دسته از خودروهایی که بیمه نبوده‌اند خبر داد. غلامرضا سلیمانی، رئیس کل بیمه مرکزی همچنین با بیان اینکه بررسی‌ها از ابعاد خسارت‌های سیل آغاز شده است، گفت: اکثر شرکت‌های بیمه‌ای به‌ویژه در استان گلستان و شرق استان مازندران بررسی‌های خود را از ابعاد خسارت وارد شده آغاز کرده‌اند؛ با این حال ارزیابی دقیق خسارت در واحدهای تجاری، مسکن، ائانه منزل، واحدهای مسکونی شهرستان‌های آق‌قلا و گنبد و روستاهای اطراف که تحت پوشش کمیته امداد و بنیاد مسکن بوده‌اند، همگی بیمه هستند که از این نظر بخشی از آسیب‌هایی که وارد شده است توسط شرکت‌های بیمه مشمول پرداخت خواهد شد.

تعمیرات بدنه را یگان خودروهای آسیب دیده

همچنین مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا گفت: تعمیرات بدنه محصولات آسیب‌دیده گروه خودروسازی سایپا در سیل اخیر به صورت رایگان انجام خواهد شد. سیدجواد سلیمانی با بیان اینکه پس از پایان بلایای طبیعی، مهمترین موضوع تلاش برای جبران خسارت‌ها و بازگشت به جریان عادی زندگی است، افزود: متأسفانه تعداد قابل توجهی از خودروهای هموطنان در سیل اخیر آسیب دیده که سایپا تعمیرات بدنه محصولات آسیب‌دیده خود در این سیل‌ها را بدون دریافت اجرت و دستمزد در نمایندگی‌های مجاز منتخب در سراسر کشور انجام خواهد داد.

۵۰ هزار خانه آسیب دیدند

سیل در روزهای بعد مناطق بیشتری از کشور را به خود

سرمایه‌های سرگردان بازار مسکن را به هم ریخت

تله رکود تورمی امسال با بازار مسکن چه می‌کند؟

بازار مسکن یکی از بازارهای پر توجه و مهم در سال ۹۷ بود و پیش‌بینی می‌شود سال ۹۸ نیز این وضعیت ادامه داشته و سمت و سوی بازار مسکن زیر ذره‌بین...

رشد اقتصادی در دور برگردان

چشم‌انداز اقتصاد ایران در سال ۹۸

سال ۹۷ را می‌توان سال عبقگرد رشد اقتصادی ایران لقب داد؛ سالی که اقتصاد ایران پس از خروج لاک‌پشتی از رکود سنگین و رسیدن به بازه رشد مثبت، دوباره تحت تأثیر تحولات اقتصادی و سیاسی مسیر رفته را برگشت و با رشد منفی مواجه شد. در این سال، شاخص رشد اقتصادی که با مشقت فراوان در سایه گشایش‌های موقتی پسابرجامی وارد مدار مثبت شده بود دوباره با بازگشت تحریم‌ها عقبگرد کرد، به‌گونه‌ای که حتی پیش‌بینی می‌شود سال ۱۳۹۸ را نیز در بازه‌های منفی شدید به پایان برساند و یکب اقتصاد ایران از آنچه هست کوچک‌تر شود. به گزارش اتاق ایران، اگر پیش‌بینی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس را ملاک قرار دهیم، رشد اقتصادی...

لژوم مهار سفته‌بازی در بازارهای موازی سود بانکی

نرخ سود بانکی در سال جاری تغییر می‌کند؟

مدیریت و کسب‌وکار



اوبر با پرداخت ۳/۱ میلیارد دلار کریم را تصاحب می‌کند

- رازهای موفقیت از زبان نویسندگان بزرگ جهان
- چگونه با سرعت بالای رشد استار تاپ هماهنگ شویم؟
- ۳۴ ایده برای بسته‌بندی خلاقانه محصولات
- دوراهی بازار یابی برند و محدودیت بودجه
- بررسی ۲۲ طراحی مینیمال بر تر برندهای دنیا
- فوت‌های کوزه‌گری در دنیای فریلنسری

۸ تا ۱۶

اکوسیستم استارت‌آپی ایران در سال ۹۷

جنگ نابرابر پول در برابر دانش ادامه دارد؟

سال ۱۳۹۷ را برای اکوسیستم استارت‌آپی ایران می‌توان اینگونه خلاصه کرد: سالی که در آن ایده‌های تازه به دلیل نبود منابع مالی مسکوت ماندند و استارت‌آپ‌های سرمایه‌داری که به دلیل نداشتن ایده جدید و خلاق ورشکست شدند، در این سال برخی ایده‌های نو، در یک جنگ نابرابر در مقابل قدرت و ثروت سرمایه‌داران بی‌ایده بر باد رفتند. به گزارش ایسنا، سال ۱۳۹۷ برای استارت‌آپ‌های ایرانی سالی پر از شکست و ناگامی بود. دارندگان ایده‌های نوپی که فکر می‌کردند می‌توانند از طرق مختلف تأمین مالی کنند سرمایه‌گذار گیر نیاوردند و استارت‌آپ‌های بی‌ایده‌ای که تنها با زور منابع مالی به حیات خود ادامه می‌دادند یا نابود شدند یا علی‌رغم داشتن مشکلات شدید مالی به سختی راه خود را ادامه دادند، اما برای ادامه مسیر مجبور شدند که بخش عظیمی از نیروهای خود را تعدیل کنند.

سال ۱۳۹۶ بود که عده‌ای از همین سرمایه‌داران ادعا کردند که استارت‌آپ‌شان به ارزش یک میلیارد دلار رسیده است و اعلام کردند که می‌خواهند از طریق ورود به بورس یا فرابورس از بخشی از سرمایه‌گذاری خود اگزیت کنند. آنها که متهم بودند با معاملاتی صوری اقدام به ارزش‌گذاری حباب‌گونه کردند سعی کردند که از طریق تریبون‌های رسمی و غیررسمی ارزش خود را بالا جلوه دهند، اما سازمان بورس در اظهار نظری اعلام کرد که این ارزش‌گذاری‌های غیرواقعی و حباب‌گونه به هیچ وجه مورد قبول نیست و آنها را قبول ندارد حتی مدیرعامل شرکت بورس در اولین نشست خبری خود با رسانه‌ها اعلام کرد که استارت‌آپ‌ها به دلیل ریسک بالایی که دارند در بورس عرضه نخواهند شد. این ارزش‌گذاری غیرواقعی که برخی بر آن دامن زدند سبب شد که پروسه تأمین مالی استارت‌آپ‌ها از طریق سرمایه‌های مختلف کند شود و سرمایه‌گذاران به این بخش اعتماد نکنند. این شد که امروز بسیاری از سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه و خارج از بازار سرمایه و فعالان اکوسیستم استارت‌آپی معتقدند اگر این شرایط بخواهد ادامه داشته باشد سال ۱۳۹۸ هم سالی پر از ورشکستگی برای استارت‌آپ‌ها خواهد بود. بسیاری معتقدند که نهادهای نظارتی باید با کسانی که سعی کردند با هدف دستیابی به منافع شخصی ارزش‌گذاری‌های حبابی برای استارت‌آپ‌ها رواج یابد، برخورد کنند. سال ۱۳۹۷ برای صاحبان ایده سالی سخت بود سالی که ایده‌ها در مقابل استارت‌آپ‌های سرمایه‌دار بی‌ایده و پول بنیان مسکوت ماندند و فرصت چندانی برای رشد و شکوفایی پیدا نکردند. در این سال صندوق‌های خطرپذیر فرابورسی باز هم خالی ماندند. بسیاری معتقدند نقش فرابورس ایران برای از بین بردن فضای تاریک موجود، می‌تواند بسیار پررنگ باشد نقشی که اگر به درستی و با درایت ایفا نشود، سال آینده برای استارت‌آپ‌ها سالی تاریک‌تر از امروز خواهد بود.

چند سال است که در فرابورس ایران ابزاری مالی با نام صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر یا به بیانی صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه تأسیس شده است تا منابعی که در این صندوق‌ها جمع می‌شود در کسب و کارهای با ریسک بالا و استارت‌آپ‌ها سرمایه‌گذاری شود، اما در این مدت منابع بسیار اندکی در آنها جذب شده و قسمت عمده همین منابع اندک، در اوراق با درآمد ثابت یا سپرده‌های بانکی که بدون ریسک هستند سرمایه‌گذاری شده است. اما چرا سرمایه‌گذاران خبره و حرفه‌ای به این صندوق‌ها اعتماد نمی‌کنند و طی این سال‌ها حاضر نشدند در صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر سرمایه‌گذاری کنند؟ این سوال، پرسش بسیاری از فعالان بازار سرمایه که در حوزه مدیریت ریسک مطالعه می‌کنند است. چرا با اینکه افرادی خلاق و صاحب ایده در ایران وجود دارند کسی حاضر نیست با ورود منابع به صندوق‌های خطرپذیر روی ایده‌های آنها (که طبیعتاً ریسک‌دار هم است) سرمایه‌گذاری کند؟

به منافع شخصی از ارزش‌گذاری‌های حبابی برای استارت‌آپ‌ها رواج یابد، برخورد کنند. سال ۱۳۹۷ برای صاحبان ایده سالی سخت بود سالی که ایده‌ها در مقابل استارت‌آپ‌های سرمایه‌دار بی‌ایده و پول بنیان مسکوت ماندند و فرصت چندانی برای رشد و شکوفایی پیدا نکردند. در این سال صندوق‌های خطرپذیر فرابورسی باز هم خالی ماندند. بسیاری معتقدند نقش فرابورس ایران برای از بین بردن فضای تاریک موجود، می‌تواند بسیار پررنگ باشد نقشی که اگر به درستی و با درایت ایفا نشود، سال آینده برای استارت‌آپ‌ها سالی تاریک‌تر از امروز خواهد بود.

حالا که این صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر خالی ماندند مسئولان در بازار سرمایه خبر از تأسیس ابزارهای جدید همچون private equity funds و Fund of funds برای تأمین مالی استارت‌آپ‌ها می‌دهند در حالی که این ابزارهای مالی موجب نمی‌شود که اعتماد از دست رفته سرمایه‌گذاران حرفه‌ای باز گردد. بسیاری از کارشناسان معتقدند برای حل این مشکل باید اعتمادسازی کرد و نه ابزارسازی؛ این اعتماد به دست نمی‌آید مگر اینکه ارزش‌گذاری‌های غیرواقعی و سوداگری‌ها از بین برود. در چنین شرایطی عده‌ای در بازار سرمایه و بازار پول سعی دارند که صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر را با سپرده‌های بانکی مردم پر کنند. استدلال آنها این است که منابع مورد نیاز صندوق‌های خطرپذیر آنقدر نیست که منابع بانکی را با ریسک‌های فزاینده رو به رو کند، اما در عین حال خود این افراد که سرمایه‌گذاران حرفه‌ای به حساب می‌آیند به دلیل ریسک‌های بالای این صندوق‌ها حاضر نیستند ریالی از منابع شخصی‌شان به این صندوق‌ها برود و این تناقضی آشکار در سیاست‌های سرمایه‌گذاری این افراد است. جالب اینکه در برنامه ششم توسعه هر گونه سرمایه‌گذاری بانک‌ها و شرکت‌هایی که سهامدار عمده‌شان بانکی هستند در صندوق‌های سرمایه‌گذاری از جمله صندوق‌های خطرپذیر منع شده است.



۳ گام بزرگ، پیش‌نیاز رونق تولید

 غلامحسین شافعی
 رئیس اتاق ایران

نامگذاری سال ۱۳۹۸ به نام رونق تولید از سوی مقام معظم رهبری نشانه محکمی بر عزم حاکمیت در مسیر توسعه اقتصادی است. بیش یک دهه است که به صورت پی در پی عنوان‌های اقتصادی برای سال‌ها انتخاب می‌شود. عالی‌ترین مقام کشور بیشترین توجه و تمرکز مسئولان را به سوی مسائل اقتصادی معطوف ساخته‌اند. عناوین سال‌ها قرار است به عنوان قطب‌نما، مسیر حرکت مردم و مسئولان را نشان دهد تا هدف روشن و ملموسی برای فعالیت‌ها ترسیم شده باشد. این برای سومین سال پیاپی است که موضوع تولید ملی در شعار سال جایگاه ثابتی دارد. سالی که گذشت با عنوان «حمایت از کالای ایرانی» عملاً به تولید ملی مرتبط بود و سال قبل از آن نیز به عنوان «اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال» مزین شده بود. تکرار موضوع تولید به عنوان هدف اصلی نظام در سال‌های اخیر، هم نشانه اهمیت این موضوع در مسیر توسعه اقتصادی است و هم از ناکافی بودن تلاش‌ها در این بخش حکایت دارد.

اقتصادگردانان ایران نامگذاری سال ۱۳۹۸ به عنوان «رونق تولید» را به فال نیک می‌گیرند و همچنان چشم انتظار رفع موانع تولید هستند. تمرکز و توجه به تولید ملی در شرایطی که سایه تحریم‌ها بر اقتصاد ایران سایه افکنده، بیش از گذشته ضروری است. همانگونه که مقام معظم رهبری در پیام نوروزی و سخنرانی حرم رضوی مورد تاکید قرار دادند، با توسعه تولید ملی می‌توان بسیاری از دشواری‌های موجود را هموار ساخت و به تعبیر ایشان راه نهایی حل مسائل اقتصاد ایران، رونق تولید داخلی است.

فعالان اقتصادی به عنوان جامعه هدف این پیام، بهترین پاسخگران فضای اقتصاد هستند و انتظار دارند قوای سه‌گانه و سایر ارکان تاثیرگذار بر فعالیت‌های اقتصادی، از پیش رو با توجه به خطریر بودن شرایط اقتصادی ایران، بیش از گذشته در راه رونق تولید اهتمام داشته باشند.

گام نخست در این مسیر این است که ابتدا باید از وضعیت موجود شناخت کافی و تصویر واقعی داشت. باید نیازها و کاستی‌ها را درک کرد و بر مبنای آن قدم برداشت چرا که فرصت چندانی برای آزمون و خطا وجود ندارد. تصویر واقعی نشان می‌دهد که تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۱۳۹۷ با تهدید مواجه شد و رشد اقتصادی پس از دو سال به زیر صفر تنزل کرد. از همین رو در سالی که گذشت با عبقگرد در تولید ملی مواجه بودیم. نشانه‌های رکود در حالی نمایان شده است که تورم نیز در مسیر رشد گام برمی‌دارد، بنابراین باید مراقب بیماری هلندی در اقتصاد بود. آمارها و گزارش‌های رسمی نشان می‌دهد که اوضاع تولید و به طور کلی اقتصاد، عادی نیست بنابراین اولین قدم برای بهبود شرایط این است که تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران به عادی نبودن شرایط اذعان داشته باشند و سیاست‌ها را براساس شرایط واقعی تدوین کنند. گام دوم این است که مطابق با قانون بهبود مستمر محیط کسب‌کار، پیش از هر تصمیمی در فضای اقتصاد، نظرات بخش خصوصی را بشنوند و سپس به سیاست‌گذاری بپردازند.

گام سوم این است که طبق توصیه‌ها و تاکیدات مقام معظم رهبری در سخنرانی حرم رضوی، تمام تلاش دولت و سایر قوا بر هموارسازی مسیر تولید و برداشتن موانع از پیش پای فعالان اقتصادی استوار شود.

اگر اینچنین نشود، گام‌های بعدی را فعالان اقتصادی بر خواهند داشت. دولت به معنای عام کلمه (اعم از همه دستگاه‌ها و نهادهای سیاست‌گذار و مجری) مسیر سنگلاخ فعلی را با رفع موانع تولید، هموار سازد و فعالان بخش خصوصی را به حرکت در این مسیر ترغیب کند. در این‌صورت رونق تولید ملی به عنوان نتیجه همکاری و همراهی دولت و بخش خصوصی، نمایان خواهد شد تا بتوان در کنار آن به هدف‌های دیگر نظیر ایجاد اشتغال و کاهش نرخ تورم نیز رسید.

نرخ تورم جهش نمی‌کند

 هادی حق‌شناس
 کارشناس اقتصادی

همان‌طور که پیش‌بینی شده بود نرخ تورم ۱۲ ماهه در سال ۹۷ در حال رسیدن به محدوده ۲۵ تا ۲۷درصدی است که ۱۵۰ تا ۱۷۰درصد از سقف تورم تکررقمی مورد انتظار دولت یعنی ۹۹٫۹درصد بالاتر است، اما آیا این رشد سرسام‌آور نرخ تورم در سال ۹۸ نیز تکرار خواهد شد؟ یقیناً نه؛ چراکه اگر اتفاق خارق‌العاده‌ای رخ ندهد، ما در سال ۹۸ در بدترین حالت نیز محرک‌های فعلی نرخ تورم را نخواهیم داشت. سال ۹۷ از یک‌سو جهش نرخ ارز را تجربه کردیم که مستقیماً به بالا رفتن قیمت کالاها دامن زد و منجر به رشد نرخ تورم شد و از سوی دیگر انتظارات تورمی جامعه را نیز شاهد بودیم که به افزایش تقاضا در بازار انجامید و قیمت برخی از کالاها را به بیش‌ازحد معقول رساند. در این وضعیت جهش شدید قیمت کالاهایی مانند مسکن که سهم بالایی در سبد تورم دارند نیز به جهش نرخ تورم کمک کرد هرچند به نظر می‌رسد وزن‌دهی این کالاها در سبد مصرفی خانوار برای تعیین نرخ تورم تغییراتی داشته و اثرگذاری آنها به‌اندازه‌ای که باید باشد در نرخ تورم متعکس نمی‌شود اما باز هم جهش ۱۰۰درصدی قیمت مسکن تأثیر زیادی در نرخ تورم ۹۷ داشته است.

بر این اساس در سال ۹۸ محرک‌های شدید نرخ تورم در اقتصاد ایران نقش پررنگی ندارند و این موضوع می‌تواند به تثبیت نرخ تورم و حتی کاهش آن بینجامد که در این صورت می‌توان گفت نرخ تورم سال ۹۸ پایین‌تر از نرخ تورم امسال خواهد بود، هرچند تا تکررقمی شدن راه درازی در پیش دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد هر ۱۰درصد رشد نرخ ارز، نرخ تورم را یک درصد افزایش می‌دهد ازاین‌رو اگر نرخ ارز در سال آینده تثبیت شود، بعد از تخلیه کامل اثرات تورمی جهش نرخ ارز در سال جاری، یکی از محرک‌های نرخ تورم کم‌رنگ می‌شود.

رشد اقتصادی در دور برگردان

چشم‌انداز اقتصاد ایران در سال ۹۸



ما به چهار کشور عمده گرہ خورده و مشکلاتی برای جذب سرمایه و رقابت‌پذیر کردن اقتصاد کشور پیش آورده است.

او در ادامه سخنانش به نفت اشاره کرد و گفت: علاوه بر همه اینها، اقتصاد ایران عملاً تابع نفت است؛ به‌گونه‌ای که کاهش رشد این بخش می‌تواند رشد مثبت سایر بخش‌ها را به چالش بکشد. به‌عنوان مثال در سال ۱۳۹۱ که اقتصاد ایران یکی از منفی‌ترین رشد‌ها را تجربه کرد، رشد بخش کشاورزی ۴٫۷درصد، بخش صنعت و معدن ۲٫۳درصد و رشد بخش خدمات ۱٫۵درصد بود، اما همه اینها تحت تأثیر رشد منفی ۳٫۶درصدی بخش نفت خنثی شد. در مقابل این وضعیت ما در سال ۹۵ رشد اقتصادی چشمگیر ۱۲٫۵درصدی را تجربه کردیم که در این سال هم رشد بخش کشاورزی ۴٫۲درصد، صنعت و معدن ۲٫۲درصد و رشد بخش خدمات ۳٫۶درصد برآورد شد، اما این رشد ۱٫۶درصدی بخش نفت بود که بن‌مایه تحقق رشد ۱۲٫۵درصدی کل اقتصاد را فراهم کرد.

حشقاتی شهری در پایان نتیجه گرفت: این داده‌ها ثابت می‌کند که باوجود تمام حرف و عمل‌هایی که برای کاهش وابستگی اقتصاد ایران به نفت وجود داشته، همچنان نفت اثر قابل توجه و انکارناپذیری بر اقتصاد ایران دارد و در شرایطی که تحریم‌ها بخش نفت ایران را نشانه گرفته‌اند، تحقق رشد منفی قابل‌توجه، دور از انتظار خواهد بود. همه این مسائل، وضعیتی ایجاد کرده که رشد اقتصادی ایران نمی‌تواند پایدار باشد چراکه این شاخص در ایران تابعی از سرمایه‌گذاری خارجی، تجارت خارجی و درنهایت صادرات نفت بوده و رفتار شرکای اقتصادی ایران در اثرگذاری این موضوع تعیین‌کننده است.

سال‌های ۹۷ و ۹۸ است.

چندی پیش بانک جهانی پیش‌بینی کرده بود رشد اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۷ به منفی ۱٫۶درصد برسد و صندوق بین‌المللی پول نیز این شاخص را ۱٫۵درصد پیش‌بینی کرده بود، اما حالا پیش‌بینی‌های مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد اقتصاد ایران به‌واسطه تحولات سریع ماه‌های اخیر در وضعیت انقباضی شدیدی قرار گرفته که حتی از نگاه این دو نهاد معتبر بین‌المللی نیز بعید به نظر می‌رسیده است. قبلاً پژوهشکده امور اقتصادی وزارت اقتصاد نیز رشد اقتصادی سال ۹۷ را در بازار منفی ۱٫۱ تا منفی ۲٫۵درصد پیش‌بینی کرده بود.

رشد اقتصادی منفی و بی‌ثبات

در همین زمینه، وحید شقاقی شهری، عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی معتقد است: رشد اقتصادی ایران در سال ۹۸ می‌تواند اتفاقی مانند سال ۱۳۹۱ را تجربه کند که تحت تأثیر اتفاقاتی نظیر تحریم به محدوده منفی ۶درصد رسید و پس از آن به‌واسطه افزایش هزینه‌ای که از ناحیه جهش نرخ ارز متحمل شده بود وارد یک دوره رکود بلندمدت و سنگین شد.

به گفته این اقتصاددان، امسال نیز اتفاقاتی از جنس اتفاقات سال‌های ۹۰ و ۹۱ در اقتصاد ایران تجربه شده و در شرایطی که تحریم‌های اقتصادی بازگردانند شده، جهش شدید نرخ ارز را نیز تجربه کرده‌ایم. به تعبیر شقاقی شهری، نکته قابل‌تأمل در اقتصاد ایران، متنوع نبودن شرکای عمده تجاری است؛ به‌گونه‌ای که فعلاً عمده واردات و صادرات ما فقط با چهار – پنج کشور انجام می‌شود و بیش از نیمی از تجارت خارجی

اقتصاد ایران به کدام سو می‌رود؟

میخ آخر بر تابوت تورم تکررقمی

دورقمی به پایان می‌رسد، در سال ۹۸ نیز حتی اگر با کاهش شیب نرخ تورم مواجه شویم، باز هم دستیابی به تورم تکررقمی بعید خواهد بود.

سرمایه‌گذاری خارجی در دست‌انداز

سال ۹۷ از هر منظر سال تلخی برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی بود به‌خصوص که از یک سو با خروج آمریکا از برجام، سرمایه‌گذاران ترغیب شدند تا مشخص شدن موضع نهایی اروپا در قبال برجام منتظر بمانند و از سوی دیگر با جهش نرخ ارز عملاً ورود سرمایه خارجی به کشور با چالش بی‌ثباتی نرخ برابری ارزش‌مواجه شد.

جذب سرمایه‌گذاری خارجی در ایران همواره در اولویت کاری دولت‌ها قرار داشته و فارغ از میزان موفقیت برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده برای این مسئله، در همه برنامه‌های بالادستی کشور سهم قابل‌توجهی برای جذب سرمایه خارجی منظور شده است؛ چراکه ایران به‌عنوان کشوری نفت‌خیز و درحال‌توسعه، برای افزایش توان رقابتی و بهبود جایگاه خود در میان کشورهای درحال‌توسعه، انگیزه بالایی برای جذب فناوری‌های خارجی داشته و برای این کار روی جذب سرمایه خارجی نیز حساب ویژه‌ای باز کرده است.

این مسئله که انعکاس آن را می‌توان به‌روشنی در اسناد بالادستی سیاست‌گذاری کشور دید، باعث شد در چند دهه اخیر تلاش زیادی برای جذب فناوری‌های مدرن توسط نظام اجرایی کشور صورت گیرد، به‌گونه‌ای که بررسی روند سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد ایران نشان می‌دهد علی‌رغم بروز مناقشات سیاسی در عرصه بین‌الملل و اعمال تحریم‌های اقتصادی، اقتصاد ایران از سال ۲۰۰۰ میلادی رشد بالا و پایداری در جذب سرمایه‌گذاری خارجی تجربه کرده هرچند هیچ‌گاه این سرمایه‌گذاری‌ها در مقایسه با ظرفیت‌های بالقوه اقتصاد ایران چشمگیر نبوده است.

آمارها نشان می‌دهد که از سال ۲۰۰۰ تاکنون سیر صعودی و پایدار ورود سرمایه‌گذاری خارجی در صنایع بزرگ کشور اعم از صنعت نفت و گاز، پتروشیمی و خودروسازی تداوم داشته است، اما در دوره‌های متوالی این مسئله تحت تأثیر تحولات سیاسی قرار گرفته و مانند دوره اخیر تحریم‌ها که باعث شد شرکت توتال از توسعه پارس جنوبی و شرکت‌های رنو و پژو از صنعت خودروسازی ایران خارج شوند، زمینه کاهش سرمایه‌گذاری‌ها یا متوقف شدن آنها را فراهم آورده است.

پس از اجرایی شدن برجام در سال ۱۳۹۴، سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران نسبت به اعطای مجوزهای لازم برای انجام سرمایه‌گذاری‌های خارجی و آغاز فعالیت شرکت‌های خارجی در ایران اقدام کرد و این روند تا اواخر سال ۹۶ که احتمال خروج آمریکا از برجام جدی شد، ادامه داشت به‌گونه‌ای که براساس آمارهای منتشرشده از سوی کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (آنکتاد) در سال ۱۳۹۶ بیش از ۱۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی در کشور به تصویب رسیده که حدود ۵۰درصد این رقم جذب شده است.

سال ۹۷ را می‌توان سال عقبگرد رشد اقتصادی ایران لقب داد؛ سالی که اقتصاد ایران پس از خروج لاک‌پشتی از رکود سنگین و رسیدن به بازه رشد مثبت، دوباره تحت تأثیر تحولات اقتصادی و سیاسی مسیر رفته را برگشت و با رشد منفی مواجه شد. در این سال، شاخص رشد اقتصادی که با مشقت فراوان در سایه گشایش‌های موقتی پسابرجامی وارد مدار مثبت شده بود دوباره با بازگشت تحریم‌ها عقبگرد کرد، به‌گونه‌ای که حتی پیش‌بینی می‌شود سال ۱۳۹۸ را نیز در بازه‌های منفی شدید به پایان برساند و کیک اقتصاد ایران از آنچه هست کوچک‌تر شود.

به گزارش اتاق ایران، اگر پیش‌بینی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس را ملاک قرار دهیم، رشد اقتصادی ایران در سال ۹۷ می‌تواند در دو سناریو اراقمی در محدوده منفی ۲۶ تا منفی ۵۵درصد را تجربه کند. بازوی پژوهشی مجلس شورای اسلامی، رشد اقتصادی سال ۹۷ را بر پایه دو سناریوی میزان فروش نفت، پیش‌بینی کرده که براساس آن در سناریوی اول اگر در شش ماهه دوم سال ۹۷ افت میانگین صادرات نفت و میعانات گازی حدود ۸۰۰ هزار بشکه در روز باشد، رشد اقتصادی به منفی ۲۶درصد خواهد رسید و در سناریوی دوم اگر افت میانگین صادرات نفت و میعانات گازی در نیمه دوم ۹۷ به حدود ۱۶ میلیون بشکه در روز برسد رشد اقتصادی به منفی ۵۵ خواهد رسید.

نهاد پژوهشی مجلس همچنین با اشاره به شباهت تحریم‌های اخیر با دور قبلی تحریم‌های اقتصادی، نرخ رشد اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۸ را در بازه منفی ۴٫۵ تا منفی ۵۵درصد پیش‌بینی کرده که در صورت محقق شدن به معنای کم شدن حدود ۱۰درصد از بزرگای اقتصادی ایران در

در سال ۱۳۹۷، با جهش قیمت ارز و کالا، نرخ تورم نیز با چند ماه تأخیر در روند صعودی قرار گرفت و از محدوده تکررقمی در بهار به بالای ۲۰درصد در فصل زمستان رسید و میخ آخر را بر تابوت رؤیای تورم تکررقمی کوبید. حالا در خوش‌بینانه‌ترین حالت برآورد می‌شود شتاب فعلی رشد نرخ تورم در سال ۹۸ تکرار نشود و رشد این شاخص با شیبی ملایم‌تر ادامه پیدا کند.

در واقع، سال ۹۷ را می‌توان سال ناکامی رؤیای تورم تکررقمی دانست. در این سال سیاست کنترل نرخ تورم و تثبیت آن در محدوده تکررقمی که از سال ۹۲ در دستور کار دولت قرار گرفت و در سال ۹۵ محقق شد، عملاً کارایی خود را از دست داد چراکه در سایه جهش نرخ ارز و پرش قیمت کالاها، نرخ تورم نیز روند پرشتابی به خود گرفت و تا پایان بهمن‌ماه به ۲۳٫۵درصد رسید. از سوی دیگر، بررسی شاخص‌های آینده‌نگر به‌خصوص نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه نشان می‌دهد فعلاً در ماه‌های پیش رو نیز با رشد نرخ تورم مواجه خواهیم بود. اطلاعات منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران نشان می‌دهد در بهمن‌ماه ۹۷ در شرایطی که میانگین شاخص تورم ۱۲ ماهه به ۲۳٫۵درصد رسیده، میانگین نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه ۲۲٫۳درصد برآورد شده که اثرگذاری آن در میانگین نرخ تورم سالانه در ماه‌های بعد حتمی خواهد بود. نکته قابل‌توجه در این مورد، شکاف بزرگ نرخ تورم احساس شده در استان‌های مختلف است که در بهمن‌ماه ۹۷ به ۱۷درصد نیز رسیده است. گزارش مرکز آمار ایران از وضعیت نرخ تورم در ۳۱ استان ایران در بهمن‌ماه ۹۷، از شکاف ۱۷درصدی نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه بین استان قم با نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه ۵۲٫۳درصد با استان کردستان با نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه ۵۲٫۵درصد دارد. در این ماه مردم ۱۷ استان کشور، نرخ تورم بالاتر از میانگین کشوری را نسبت به بهمن سال گذشته شاهد بودند و در این میان مردم استان‌های خراسان شمالی، چهارمحال و بختیاری و کردستان نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه بالای ۵۰درصد را تجربه کرده‌اند.

در مقابل استان‌های قم، هرمزگان و کرمان شاهد شاخص احساس تورم کمتر از ۲۷درصد بوده‌اند. طبق اعلام مرکز آمار ایران در بهمن‌ماه ۹۷، سرعت افزایش قیمت کالاها و خدمات مصرفی در استان یزد ۳٫۵درصد بوده که بالاترین آهنگ رشد تورم را نشان می‌دهد درحالی‌که استان هرمزگان سرعت رشد تورم ۱٫۶درصدی را تجربه کرده است، از سوی دیگر خانوارهای ساکن استان کردستان به‌طور متوسط ۱۰درصد بیش‌تر از میانگین کل کشور و خانوارهای ساکن استان قم به‌طور میانگین ۷درصد کمتر از متوسط نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه برای خرید یک سبد کالا و خدمات یکسان هزینه کرده‌اند. ازآنجایی‌که لازمه تورم تکررقمی، پایین آمدن تورم ماهانه به ۰٫۸۲ درصد یا پایین‌تر از آن است، به نظر نمی‌رسد فعلاً چنین اتفاقی در کشور تجربه شود و بر همین اساس، علاوه بر اینکه سال ۹۷ با نرخ تورم

حمل و نقل

قیمت بلیت هواپیما پر کشیده است

ماهگیری ایرلاین‌ها از سیلاب گل آلود

اگر سیل مهیبی که جنوب غرب کشور را درنوردید، برای بخشی از مردم ایران ویرانی به همراه داشت، برای برخی از شرکت‌های هواپیمایی حساسی نان داشته است، چرا که یک شبه نرخ بلیت هواپیما تا سقف ممکن گران شد.

به گزارش خبرآنلاین، در سیل امسال، مردم گلستان داوطلبانه برای جلوگیری از ویرانی شهرها و روستاها، سوار قایق شدند تا جلوی تخریب بیشتر سیلاب را بگیرند، قایق چند نفر از داوطلبان مردمی واژگون شد و خانواده‌های زیادی عزادار شدند. در شیراز، سیل، حدود ۲۰۰ خودرو را در هم کوبید، ولی اصفاف مختلف شیرازی‌ها، اطلاعیه دادند و خانه و کاشانه خود را به رایگان در اختیار مسافران گذاشتند، خودروها را به رایگان تعمیر کردند تا تلخی کشته شدن ۲۲ هموطن در سیل شیراز با ناکامی خرابی خودروی مسافران بیشتر نشود.

در استان‌های سیل‌زده جنوب غرب کشور، نیروهای مردمی، هلال احمر و نیروهای مسلح، شبانه روز تلاش کردند تا جلوی خرابی‌های سیلاب را بگیرند، ولی باز هم در میان عزم ملی برای جلوگیری از آسیب بیشتر سیلاب، برخی شرکت‌ها و اشخاص پیدا می‌شوند که از آب گل‌آلود ماهی بگیرند. اینطور که اخبار می‌گوید شرکت‌های هواپیمایی ناگهان نرخ بلیت خود را افزایش داده‌اند.

واقعیت‌های میدانی حکایت از آن دارد که برخی مسیرهای جنوب غرب کشور به کلی مسدود است. هرچند وزارت راه قول داده است تا ابتدای هفته آینده، شریان‌های اصلی زمینی استان‌های سیل‌زده بازگشایی شود ولی هم‌اکنون دسترسی زمینی به برخی از شهرها، به سختی مقدور است. حتی راه آهن هم اطلاعیه داده که مسیرها مسدود است و مسافران برای پس گرفتن پول بلیت خود اقدام کنند.

به بیان دیگر دسترسی مسافران نوروزی سایر استان‌ها برای بازگشت به خانه و کاشانه خود از استان‌های جنوب غرب کشور، فقط از طریق هوایی امکان دارد که آن هم خبر رسیده که نرخ بلیت هواپیما، نجومی شده است.

یکی از نمایندگان مجلس از استان خوزستان با انتشار تصویر نرخ ۸۰۰ هزار تومانی بلیت یکی از شرکت‌های هواپیمایی در مسیر اهواز- تهران پرسیده است آیا ارتباطی بین سیل‌زدگی و مسدودشدن راه زمینی استان‌های جنوب غرب کشور با نرخ‌های نجومی هواپیماسواری وجود دارد؟ به نظر می‌رسد رشد شرکت‌های هواپیمایی بلیت هواپیما با استفاده از نهایت سقف تعیین شده برای بلیت هواپیما، سعی دارند در محدوده قانونی نرخ‌ها، هرچه می‌توانند از مسافران پول دریافت کنند.

در این شرایط تنها جایی که پناه مردم است، نهادهای دولتی جلوگیری از گران فروشی و سوءاستفاده از موقعیت بحرانی این روزهاست. انتظار می‌رود سازمان‌هایی مانند تعزیرات و وزارت راه و شهرسازی با توجه به موقعیت بحرانی که در استان‌های جنوب غرب کشور وجود دارد، با استفاده از اختیارات قانونی در شرایط ویژه (فورس‌ماژور) سقف مجاز نرخ بلیت هواپیما را کاهش داده تا جلوی سوءاستفاده شرکت‌های هواپیمایی شکایت‌های خود را اح محتمل بگیرند.

این‌را باید در نظر داشت که نرخ‌های مصوب در سایت سازمان هواپیمایی اعلام شده و شرکت‌های هواپیمایی تا حدود سقف مجاز نرخ‌ها، می‌توانند قیمت بلیت را افزایش دهند ولی درک شرایط اضطراری حاکم بر جنوب غرب کشور، باعث می‌شود دست کم شبهه و شایبه گرانفروشی و ماهگیری از سیلاب گل آلود به وجود نیاید.

با این حال مسافران می‌توانند در صورت نیاز و مشاهده هر گونه تخلف در نحوه توزیع و قیمت بلیت هواپیما ابتدا به شرکت مربوطه و با شماره تلفن‌های اعلامی تماس گرفته یا از طریق سایت سازمان هواپیمایی کشوری و انجمن شرکت‌های هواپیمایی شکایت‌های خود را ارسال کنند، علاوه بر این شماره تلفن شرکت‌های هواپیمایی مختلف در سایت سازمان هواپیمایی اعلام شده است که مسافران می‌توانند در صورت نیاز و مشاهده هرگونه تخلف در نحوه توزیع و قیمت بلیت هواپیما به آن مراجعه کنند.

جابه‌جایی ۳ میلیون مسافر نوروزی در فرودگاه‌های کشور

مهرآباد، همچنان شلوغ‌ترین

اما وضعیت فرودگاه‌های کشور نشان می‌دهد از روزهای پایانی سال گذشته تا ۱۴ فروردین امسال، نزدیک به ۳میلیون نفر از حمل و نقل هوایی استفاده کرده‌اند.

به گزارش شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران، از ۲۵ اسفندماه سال ۹۷ تا ۱۴ فروردین ماه سال ۹۸، در مجموع فرودگاه‌های کشور نزدیک به ۳ میلیون مسافر را پذیرش و اعزام کردند و هدایتگر نشست و برخاست ۲۳ هزار و ۱۷۰سورتی پرواز بودند.

براساس آمار آرسالی از فرودگاه‌ها نیز در این مدت؛ فرودگاه مهرآباد با اعزام و پذیرش بیش از ۷۶۰ هزار مسافر و میزبانی نشست و برخاست ۶ هزار و ۲۵۸پرواز، بیشترین مسافر نوروزی را جابه‌جا کرد.

پس از فرودگاه مهرآباد، فرودگاه امام خمینی (ره) با میزبانی نشست و برخاست ۲ هزار و ۸۰۹ پرواز، حدود ۴۵۶ هزار مسافر را به مقاصد خارج از کشور اعزام و پذیرش کرد و در رتبه دوم قرار گرفت.

براساس آمار سامانه جامع آماری وزارت راه و شهرسازی، فرودگاه مشهد با اعزام و پذیرش بیش از ۴۰۳ هزار مسافر در مقاصد داخلی و خارجی و میزبانی نشست و برخاست ۲ هزار و ۷۶۸ پرواز در جایگاه سوم، فرودگاه شیراز با اعزام و پذیرش بیش از ۱۶۳ هزار مسافر و میزبانی یک هزارو ۵۱۷ پرواز، در جایگاه چهارم و فرودگاه اصفهان با اعزام و پذیرش حدود ۱۰۳ هزار مسافر در قالب ۹۲۵ پرواز، در جایگاه پنجم قرار گرفتند.

تله رکود تورمی امسال با بازار مسکن چه می‌کند؟



مصرف‌کننده واقعی کجاست؟

وی با اشاره به اینکه رشد شدید قیمت مسکن، این کالا را از دسترس مصرف‌کننده واقعی خارج کرده است، ادامه داد: بسیاری با تسهیلات کنونی و سطح درآمدها توان خرید مسکن را ندارند، به عبارت دیگر دوره خرید مسکن طولانی‌تر از گذشته شده است و همین امر سبب می‌شود بسیاری از کسانی که به مسکن مناسب دسترسی ندارند، در همین شرایط باقی بمانند. از سوی دیگر کسانی را داریم که با هدف سرمایه‌گذاری وارد این بازار می‌شوند و به ناتوانی مالی طبقه‌ای که گفتیم دامن می‌زنند چرا که خانه‌های دوم و سوم را می‌خرند تا از آن کسب درآمد کنند و بخش مهمی از به رم یختگی بازار مسکن را سرمایه‌های سرگردان رقم زده‌اند. این کارشناس اقتصادی تأکید کرد: در این وضعیت معلوم است سیاست‌های نادرست اقتصادی موجبات شکل‌گیری چنین وضعیتی را فراهم آورده است. ارز دو نرخی، رانت موجود در اقتصاد را در اختیار عده‌ای خاص قرار می‌دهد و قوانین نیز در خدمت کسانی است که کار کمتر می‌کنند و پول بیشتر دارند.

سلطان محمدی گفت: دلیل این مدعا وضعیت حاشیه شهرها و مناطق خوش آب و هوای ویلانشینی است که قیمت املاک‌شان با بعد متعارف حقوق و دستمزد و درآمد هیچ همخوانی ندارد.

نقش ارز در رشد قیمت مسکن

او با اشاره به اینکه داده‌های اقتصادی در حوزه مسکن البته تحت تأثیر رشد قیمت ارز قرار دارد، ادامه داد: طبیعی است وقتی قیمت ارز

بازار مسکن یکی از بازارهای پرتوجه و مهم در سال ۹۷ بود و پیش‌بینی می‌شود سال ۹۸ نیز این وضعیت ادامه داشته و سمت و سوی بازار مسکن زیردربین گروه‌های مختلف باشد. بازار مسکن در سالی که گذشت، از یکسو با خیز تاریخی قیمت آپارتمان‌ها در شهر تهران مواجه شد و از سوی دیگر، افت رکوردساز حجم معاملات خرید آپارتمان را تجربه کرد. در واقع، مهم‌ترین اتفاق در این بازار در سال ۹۷، سلایه سنگین تحولات ارزی بر بخش مسکن بود.

در همین زمینه، یک کارشناس اقتصاد مسکن معتقد است: قیمت مسکن در کلانشهرها در حالی رشد نزدیک به صد درصد را در سال ۹۷ تجربه کرد که میزان تورم مصالح ساختمانی در این دوره زمانی ۵۰درصد بود.

مهدی سلطان محمدی در گفت‌وگو با خبرآنلاین، گفت: به این ترتیب دلیل اصلی افزایش شدید قیمت مسکن نه فقط افزایش قیمت تمام شده که فاصله عرضه از تقاضا در اثر نبود سرمایه‌گذاری مناسب در این سال‌ها بوده است.

او با هشدار نسبت به اینکه در حال حاضر نیز سرمایه‌گذاری مسکن به میزان کافی نیست، گفت: میزان رشد سرمایه‌گذاری در حوزه مسکن در این دوره زمانی به رغم رشد شدید قیمت‌ها بین ۱۰ تا ۲۰درصد بوده است. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت فاصله میزان عرضه همچنان با تقاضا حفظ شود که این اتفاق خود مانعی بر سر راه متعادل شدن قیمت مسکن تلقی می‌شود.

سوددهی پایین بازار اجاره‌داری نسبت به بازارهای موازی

آیا صنعت اجاره‌داری در ایران حرفه‌ای می‌شود؟

اقتصادی در زمینه اجاره‌داری خصوصاً اجاره‌داری شرکتی با مالکیت تعداد واحد مسکونی بالا باقی نماند.

کارشناسان اقتصادی یکی دیگر از دلایل عدم اقبال سرمایه‌گذاران به ورود به بخش اجاره‌داری شرکتی و صنعت اجاره‌داری را، نرخ‌های بالای مالیاتی می‌دانند. یکی از ضعف‌های قانونی در این زمینه، صفر بودن نرخ مالیات بر درآمد از محل اجاره دادن واحد مسکونی برای موجران حقیقی است؛ اما اگر فردی بخواهد تعداد بالای واحد مسکونی را به‌صورت حقوقی و شرکتی وارد بازار اجاره مسکن کند، مجبور به پرداخت مالیات تا نرخ ۲۵درصد خواهد بود.

مشکلی که برای سازندگان حرفه‌ای و انبوه‌سازان نیز وجود دارد؛ چراکه سازندگان خرد و اصطلاحاً «بسازوبفروش‌ها» با چنین مشکلی روبه‌رو نیستند که در نتیجه اجرای بسیاری از برنامه‌های اقتصادی بخش مسکن مانند «ایجاد تعادل در بازار عرضه و تقاضای مسکن با استفاده از عرضه بالا» را به دلیل ناتوانی بسازوبفروش‌ها در اجرای این برنامه از یک‌سو و سوده نبودن آن برای انبوه‌سازان حرفه‌ای از سوی دیگر و همچنین «کنترل رعایت مقررات ملی ساختمان به‌خصوص آیین‌نامه‌های مرتبط با مقاومت در برابر زلزله در زمان ساخت‌وساز از سوی سازندگان غیرحرفه‌ای» را برای نهادهای ناظر مانند شهرداری‌ها و سازمان‌های نظام‌مهندسی ساختمان استان‌ها با مشکل مواجه کند. این در حالی است که در کشورهای پیشرفته که صنعت «اجاره‌داری» در آنها سبب ایجاد تعادل در اجاره‌بها شده، عمدتاً با دولت‌های ملی و محلی (شهرداری‌ها) متولی تولید و مدیریت واگذاری واحدهای اجاره‌ای با نرخ پایین به زوج‌های جوان یا دهک‌های پایین جامعه، هستند یا اگر بخش خصوصی وارد این عرصه می‌شود، با انواع حمایت‌ها و یارانه‌های مالیاتی بانکی روبه‌رو خواهند شد. با توجه به اینکه در ایران نهادهای متولی دولتی بخش مسکن و شهرداری‌ها به دلایل مختلف، توانایی سرمایه‌گذاری در ساخت و عرضه واحدهای مسکونی اجاره‌ای را ندارند، چاره‌ای جز ترغیب بخش خصوصی به حضور در این بخش نداریم که لازمه استقبال بخش خصوصی از اجاره‌داری حرفه‌ای و شرکتی، تخصیص حمایت‌های متنوع و یارانه‌های مالیاتی و بانکی به سرمایه‌گذاران در این بخش است؛ در غیر این صورت باید همچنان شاهد ورود سوءاستفاده‌گران از خلأهای قانونی مالیاتی در بخش اجاره‌بها به حوزه اجاره‌داری غیرحرفه‌ای و غیرشفاف خواهیم بود.

کارشناسان می‌گویند برای کنترل بازار اجاره‌بها، باید این صنعت حرفه‌ای شود، اما آیا بدون کمک دولتی، امکان تحقق این اتفاق وجود دارد؟ بسیاری از فعالان اقتصادی بخش مسکن، نمایندگان مجلس و برخی مدیران ارشد وزارت راه و شهرسازی تاکنون بارها بر ضرورت رانندازی صنعت «اجاره‌داری» در ایران تأکید کرده‌اند، اما این فعالیت اقتصادی- اجتماعی، تابه‌حال نتوانسته به شکل درست و اقتصادی در ایران شکل بگیرد.

به گزارش مهر، بسیاری از کارشناسان علت این امر را غیراقتصادی بودن فعالیت «اجاره‌داری» می‌دانند. اگرچه اجاره‌بها در پایتخت و بسیاری دیگر از کلانشهرهای کشور در پی گرانی مسکن، افزایش چشمگیری داشته است، اما با توجه به اینکه قرارداد اجاره مسکن، یک روند حداقل یک‌ساله است، در هر بار افزایش اجاره‌بها در ماه‌های گذشته، تنها تعداد اندکی از واحدهای مسکونی که موعد تمدید قرارداد آنها بوده، از سوی موجر با افزایش اجاره مواجه شده است.

بنا بر آمار اعلامی از سوی مرکز آمار ایران، در سرشماری سال ۱۳۹۵ و معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی، حدود یک‌سوم جمعیت تهران اجاره‌نشین هستند. از سوی دیگر، کمبود واحد مسکونی مناسب برای استفاده از سوی خانوارهای متوسط به پایین جامعه و همچنین زوج‌های جوان که علاوه بر بروز گرانی در بخش خریدوفروش مسکن، در بخش اجاره‌بها نیز آثار آن نمایان است، سبب شده تا محدود بودن واحد مسکونی آماده اجاره، به محملی برای جولان برخی موجران و مالکان و سوءاستفاده آنان در جهت سودجویی از افزایش افسارگسیخته اجاره‌بها تبدیل شود.

در این میان، اگرچه در بسیاری از کشورها، گرانی اجاره‌بهای مسکن را با رانندازی صنعت «اجاره‌داری» مهار کرده‌اند، اما به نظر می‌رسد امکان پیچیدن چنین نسخه‌ای برای ایران به‌راحتی سایر کشورها نیست. به‌خصوص که اجاره‌بها از یک‌سو تابعی از قیمت مسکن و از سوی دیگر تابعی از شاخص‌های اقتصاد کلان مانند نرخ تورم عمومی یک‌ساله است تا سودده بودن آن در بستر زمانی یک‌ساله، برای سرمایه‌گذار در بخش اجاره‌بها نسبت به خریدوفروش مسکن، توجیه‌پذیر باشد.

به نظر می‌رسد در حال حاضر با توجه به تورم بخش مسکن و حاشیه سود بالای آن در زمینه خریدوفروش این کالا، دیگر جایی برای توجیه

لزوم مهار سفته‌بازی در بازارهای موازی سود بانکی

نرخ سود بانکی در سال جاری تغییر می کند؟



لازم است سود بانکی نه به عنوان یک منبع درآمد و محل سرمایه‌گذاری بلکه در جایگاه واقعی خودش مورد بررسی قرار گیرد. وی با اشاره به بالا بودن قیمت تمام‌شده پول در ایران، ایجاد ثبات اقتصادی، کاهش قیمت تمام‌شده پول و سپس بازنگری در ساختار بانک‌ها به منظور ساماندهی نرخ سود بانکی را اولویت دولت در سال جاری عنوان کرد.

شاید وقتی دیگر

کامران ندری، کارشناس اقتصادی و رئیس پژوهشکده پولی و بانکی هم معتقد است کاهش نرخ سود بانکی در شرایط تورمی کنونی به صلاح نیست چرا که منجر به مهاجرت نقدینگی از بانک‌ها به سمت دیگر بازارها می‌شود و این امر خود در رشد تورم تاثیرگذار خواهد بود. او ضمن حمایت از اصلاحات در نظام بانکی با تاکید بر اینکه برای مقابله با تورم و اصلاحات ساختاری اقتصاد لازم است تدابیری برای ممانعت از خلق پول اندیشیده شود، گفت: در صورتی بحران اقتصاد ایران که همان تورم است، حل می‌شود که نگاه حاکمیت به نفت تغییر کند و استقلال بانک مرکزی را به رسمیت بشناسد.

ندری تاکید کرد: سالیان طولانی است که می‌شنویم اقتصاد ایران وابسته به نفت است در حالی که بررسی دقیق عملکرد نشان می‌دهد خلق پول و درآمد نفتی توانان شکل کنونی اقتصاد را ایجاد کرده است و برای عبور از این وضعیت ضرورت دارد دولت از مرحله درآمد نفتی و بانک مرکزی وابسته عبور کند چرا که شرط توسعه چیزی جز این نیست.

قرار داد، خوشبختانه موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز در حال حاضر ساماندهی شده‌اند و نمی‌توانند سودهای واهی و بالایی را به مردم پیشنهاد کنند، اما در عین حال نظارت کافی بر بانک‌ها نیز باید صورت گیرد که سودهای نامتعارف به سپرده‌گذاران ندهند.

او گفت: من در شرایط فعلی کاهش سود بانکی را به صلاح نمی‌دانم، در ضمن افزایش دو سه درصدی آن نیز تاثیری در جذب سپرده‌ها ندارد، اما معتمد تاووم روند کنونی در حوزه بانکی یعنی شفاف کردن مبادلات و معاملات می‌تواند فضای اقتصاد ایران را سالم‌تر کند. به گفته وی بهتر است در این شرایط تغییری در نرخ سود ایجاد نشود بلکه تلاش برای مهار سفته‌بازی و کسب سود واهی از دیگر بازارها در دستور کار قرار گیرد. سال گذشته بانک مرکزی با هدف سالم‌سازی اقتصاد نسبت به ایجاد محدودیت در ترانکش‌های بانکی بر مبنای کد ملی اقدام کرد و در عین حال قوانین مرتب‌تر بر چک‌های بانکی را دستخوش تغییر کرد. در عین حال باحذف سود ماه‌شمار تلاش کرد باری سنگین را از شانه بانک‌ها بردارد.

آنها که پای تورم را پیش می‌کشیدند پاسخ دهند

آلبرت یغزبان، کارشناس اقتصادی و استاد دانشگاه تهران نیز با اشاره به معادله تورم و سود بانکی گفت: آنها که سرنوشت این دو را گره زدند و دائم می‌گفتند به دلیل کاهش نرخ تورم باید سود بانکی کاهش یابد، امروز پاسخ بدهند که در این شرایط تکلیف چیست؟ او با اشاره به اینکه گره زدن این دو به یکدیگر اشتباهی استراتژیک است، اضافه کرد: از تجربه آموخته شده بانک‌ها در جهان باید بهره برد و

آیا نرخ سود بانکی امسال دستخوش تغییر می‌شود؟ این سوالی است که کارشناسان بدان پاسخی صریح نمی‌دهند و معتقدند باید صبر کرد تا نتیجه سیاست‌های ایجاد ثبات بانک مرکزی در بازارها را دید. به گزارش خبرآنلاین، نرخ سود بانکی برای سپرده‌های بلندمدت در حال حاضر حداکثر ۱۵درصد و نرخ سود بانکی برای سپرده‌های کوتاه‌مدت حداکثر ۱۰درصد است. در سال گذشته نرخ سود روزشمار نیز حذف و تنها به مانده حساب‌ها در پایان ماه سود تعلق می‌گیرد.

تابستان سال گذشته بود که پیشنهاد افزایش نرخ سود بانکی با هدف ایجاد شرایطی آرام‌تر در بازارهای ارز و طلا و سکه مطرح شد، اما رای لازم را نیاورد. حالا اما مزه‌مه‌هایی درخصوص بازنگری نرخ سود بانکی به گوش می‌رسد. گفته می‌شود دومین ماه بهار موضوع نرخ سود بانکی بار دیگر در دستور کار قرار خواهد گرفت.

مهدی تقوی، کارشناس اقتصادی و استاد دانشگاه علامه طباطبایی نیز در پاسخ به این سوال که در سال جاری سود بانکی باید چقدر باشد؟ گفت: سود بانکی طبیعتاً نمی‌تواند تنها با استناد به میزان بازدهی بانک‌ها تعیین شود چرا که سایر شرایط نیز لازم است در این حوزه دخیل باشد، به عنوان مثال تعیین اینکه نرخ سود بانکی بر بازارهای دیگر چقدر تاثیر می‌گذارد، اهمیتی بالا دارد چرا که اگر بازدهی در این بخش با سایر بخش‌ها همراهی نداشته باشد، طبیعی است که پول از بانک‌ها به دیگر بازارها مانند طلا و سکه و ... مهاجرت خواهد کرد و موجبات رشد تورم را فراهم خواهد آورد. وی گفت: باید با دقت نظر کافی موضوع سود بانکی را مورد بررسی

بانک‌نامه

حمایت‌های بانک پاسارگاد از واحدهای تولیدی افزایش می‌یابد

بانک پاسارگاد، با حمایت از تولیدکنندگان، در راستای تحقق رونق تولیدات کشور و خودکفایی صنعت، اعطای تسهیلات ارزان قیمت را افزایش می‌دهد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، این بانک در راستای حمایت از تولیدکنندگان، در سال ۱۳۹۷ نزدیک به ۶۰۰هزار میلیارد ریال تسهیلات به بخش صنعت و تولید کشور اعطا کرده است و در سال ۱۳۹۸، نسبت به پرداخت تسهیلات به منظور رفع موانع تولید و افزایش اشتغال‌زایی در کشور اقدام می‌کند.

حمایت‌های بانک پاسارگاد موجب ایجاد اشتغال مستقیم برای بیش از ۳۰۰ هزار نفر در بخش صنعت و تولید گردیده و این تعداد، در سال ۱۳۹۸ افزایش می‌یابد. گفتنی‌است در سال گذشته، برای اولین بار در جهان، تولید کاند مس به روش تانک بایولیجینگ، در مجتمع پالک مس ایرانیان از شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ میدکو، با حمایت بانک پاسارگاد انجام شد که از مزایای اصلی روش تانک بایولیجینگ می‌توان به حذف کوره‌های ذوب و در نتیجه کاهش قابل ملاحظه آلایندگی و همچنین صرفه‌جویی در مصرف آب و منابع انرژی در راستای حمایت از محیط زیست و مسئولیت‌های اجتماعی اشاره کرد. همچنین، این بانک در جهت ایجاد تسهیل در افزایش رونق تولید و صادرات، صدور ضمانت‌نامه‌ها و گشایش اعتبارات اسنادی را در اسرع وقت به انجام می‌رساند.

کمک‌های بانک پاسارگاد به مناطق سیل‌زده ادامه دارد

بانک پاسارگاد ضمن ابراز همدردی و عرض تسلیت به هموطنان عزیز در مناطق سیل‌زده در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، آمادگی خود را جهت کمک‌های نقدی و غیرنقدی به استان‌های سیل‌زده ادامه خواهد داد. این کمک‌ها با هماهنگی استانداران و نهادهای ذی‌ربط انجام خواهد شد.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، این بانک برای ابراز همدردی و همبستگی با هموطنان شریف و نجیبی که در ابتدای سال جدید لحظه‌های سخت و سنگینی را سپری کرده‌اند در اولین روز کاری سال ۱۳۹۸ مبلغ ۱۰میلیارد ریال کمک نقدی و یک روز حقوق سرمایه‌های انسانی خود را به مناطق سیل‌زده اختصاص داده و ۲۰ کامیون آب شرب برای منطقه پل‌دختر در حال تهیه و ارسال است. علاوه بر آن همچنان کمک‌های نقدی و غیرنقدی بانک پاسارگاد در اسرع وقت ضمن هماهنگی با استانداران و نهادهای ذی‌ربط تهیه و ارسال خواهد شد.

پشت پرده حملات سایبری به بانک‌ها کیست؟

نتایج جدیدترین تحقیقات صورت گرفته حاکی از آن است که حملات سایبری به بانک‌ها با حمایت دولت‌های مختلف در جهان رو به گسترش و افزایش خواهد رفت.

به گزارش ایسنا، در سال‌های اخیر که حملات سایبری به نهادهای مختلف دولتی، بانکی و غیردولتی شدت گرفته است، کارشناسان و متخصصان فعال در حوزه امنیت سایبری بارها هشدار داده‌اند که بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری در سراسر جهان موظف خواهند بود که به افزایش امنیت سایبری و مقابله با هرگونه نفوذ مجرمان و هکرها به اطلاعات مجرمانه، مالی و بانکی خود بپردازند تا بدین وسیله اصل امانت را رعایت کرده و به حفاظت از حقوق مشتریان و همچنین دولت‌ها پایبند باقی بمانند.

در سال‌های اخیر به خصوص سال گذشته میلادی، حملات سایبری و نفوذهای به بانک‌ها، مؤسسات مالی و اعتباری کوچک و بزرگ در جهان اتفاق افتاد، بعد از بررسی و تحقیقات فراوان معلوم شد که ردپایی از حمایت دولت‌های مختلف نظیر روسیه و کره شمالی نیز در آن وجود داشته است و این بدان معناست که هکرها و مجرمان سایبری بدون حمایت مستقیم یا غیرمستقیم افراد و نهادهای دولتی دست به هک و نفوذ به اطلاعات بانک‌های جهان نمی‌زنند چراکه از خطرات و تهدیدهای بزرگ آن باخبر و مطلع بوده و بدون حمایت‌های مالی هنگفت حاضر به انجام چنین کاری با ریسک بالا نخواهند بود.

براساس گزارشی که در خلیج تایمز آمده است، این کارشناسان بر این باورند که دست‌های پشت پرده حملات سایبری به بانک‌ها بدون شک به دولت‌هایی که به دنبال دسترسی به اطلاعات مالی، بانکی و هویتی بانک‌های مختلف و حساب‌های مشتریان آنها هستند باز می‌گردد.

با توجه به افزایش روزافزون حملات سایبری از سوی هکرها، کشورهای مختلف زیادی در سراسر جهان هدف این‌گونه حملات قرار گرفته‌اند و خسارات جبران‌ناپذیری را متحمل شده‌اند. آمار حملات سایبری و هک در سال ۲۰۱۸ میلادی به اوج خود رسیده است.

اخبار و گزارش‌هایی که طی ماهه و سال‌های اخیر از حملات سایبری و هک به بانک‌ها و مؤسسات بزرگ تجاری و اقتصادی شنیده‌ایم، همگی حاکی از یک اتفاق بسیار ناخوشایند و وحشتناک در حال وقوع هستند. بدیهی است که دیگر نمی‌توان گفت هیچ فرد و یا هیچ سازمانی از گزند خطرات و تهدیدهای حملات سایبری در امان است و معلوم نیست این تهدید رو به رشد، تا چه زمانی قرار است به طول بینجامد.

بیمه پاسارگاد با تمام توان به یاری سیل‌زدگان شتافت

بیمه پاسارگاد ضمن اظهار تأسف و همدردی با خانواده‌های داغ‌دیده به ارائه خدمات به بیمه‌گذاران مسافر و همشهریان پرداخت.

به گزارش روابط عمومی بیمه پاسارگاد و با توجه به اضطرار پیش آمده در استان فارس و ضرورت رسیدگی به امور خسارتی و سرویس‌دهی‌های عاجل به مراجعین و زیان‌دیدگان، تیم مدیریت بحران با حضور مدیران، همکاران و کارشناسان در شعبه شیراز تشکیل و تیم‌های رسیدگی و ارزیاب خسارت بیمه اتومبیل و آتش‌سوزی در شعبه شیراز بدون وقفه و در ایام تعطیلات به خدمات‌رسانی به حادثه‌دیدگان پرداختند.

همچنین پرداخت سریع خسارت به بیمه‌شدگان آسیب‌دیده از سیل و توفان در استان مازندران نیز انجام شد. تمامی شعبه‌های بیمه پاسارگاد در استان‌های آسیب دیده از سیل، از همان ساعات اولیه آمادگی کامل خود را جهت رسیدگی به پرونده‌های خسارت بیمه‌گذاران خود اعلام و به رسیدگی سریع به پرونده‌های اعلامی و برآورد خسارت پرداختند.

وعده همتی محقق می‌شود؟

شمارش معکوس برای راهاندازی بازار متشکل ارزی

کرد.» رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه بازار متشکل ارزی برای خرید و فروش عمده اسکناس صرافی‌ها و بانک‌ها طراحی شده است، افزود: بانک مرکزی نیز از طریق بانک‌های عامل، بازیگردان اصلی این بازار خواهد بود.» وعده دوم رئیس کل بانک مرکزی برای راهاندازی بازار متشکل ارزی، ۴۱ روز بعد یعنی درست ۱۲ اسفندماه بود که بار دیگر وی در گفت‌وگوی تلویزیونی که به منظور تشریح جزئیات ادغام بانک‌های نظامی انجام شده بود، اعلام کرد که مقدمات راهاندازی این بازار فراهم شده، اما صلاح بر این است که راهاندازی آن در فروردین ماه سال ۹۸ صورت گیرد.

همتی با بیان اینکه بازار متشکل ارزی آماده راهاندازی است، گفت: «صلاح بر این است که این بازار از اواسط فروردین ماه کار خود را آغاز کند.»

او همچنین بر این نکته تاکید کرد که «بازار متشکل ارزی تقریباً آماده است و تمام کارهای زیرساختی آن انجام شده است. می‌توانیم در این دو هفته باقی مانده از سال ۹۷ آن را اجرایی کنیم و مصوبات را از شورای پول و اعتبار گرفته‌ایم، ولی صلاح است از نیمه دوم فروردین کلید اجرای رسمی را بزنیم.»

بازار متشکل ارزی دقیقاً چه کاری قرار است انجام دهد؟

بازار متشکل ارزی، براساس مصوبه شورای پول و اعتبار و به منظور ساماندهی و توسعه بازار شفاف، منصفانه و کارا، تشکیل خواهد شد تا ازها در آن به صورت نقد، مطابق مقررات این مصوبه و سایر مقررات مرتبط با آن، در بستر الکترونیکی مورد معامله قرار گیرند. ساختار این بازار، براساس مطالعات و بررسی‌های انجام شده در بانک مرکزی و جلسات کارشناسی با بانک‌ها و صرافی‌ها تهیه و مجمع مؤسس این شرکت، براساس مصوبه شورای پول و اعتبار در تاریخ ۱۸ دی ماه سال ۹۷ آغاز به کار کرده است. مدل کلی بازار به نحوی طراحی شده است که در فاز اول، معاملات نقدی ارز (اسکناس) راهاندازی و سایر روش‌های معاملات ارزی در مراحل بعد گسترش می‌یابد.

این بازار، کارگزارمحور بوده و عملیات مدیریت بازار توسط تشکیلی خودانتظام انجام شده و براساس دستورالعمل‌های مصوب بانک مرکزی فعالیت خواهد کرد. ضمناً سیستم سفارشات و معاملات(Order Driven) مبتنی بر سفارش خواهد بود. در این میان، براساس ارزیابی‌های فنی، سامانه معاملات ICE که یکی از زیرساخت‌های استاندارد در چارچوب‌های معاملاتی است جهت استفاده به عنوان زیرساخت معاملاتی

تعیین گردیده و زیرساخت سخت‌افزاری نیز انتخاب و نهایی شده است. سهامداران بازار متشکل ارزی چه کسانی هستند؟

امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس در نامه‌ای به اداره نظارت بر ناشران فرابورسی سازمان بورس، اعلام کرد که هیچ‌گونه معامله‌ای از بازار متشکل ارزی، در بازار سرمایه انجام نخواهد شد و فرابورس تنها سهامدار است. در بخشی از نامه ارسالی از سوی هامونی آمده است: ساختار بازار متشکل ارزی، براساس مطالعات و بررسی‌های انجام شده در بانک مرکزی و جلسات کارشناسی شده با بانک‌ها و صرافی‌ها تهیه شده و عملیات مدیریت بازار توسط تشکیلی خودانتظام انجام می‌شود.

وی به این نکته هم اشاره کرده که بازار مزبور براساس دستورالعمل‌های مصوب بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و تحت نظارت آن بانک محترم فعالیت خواهند داشت، لذا هیچ‌گونه معاملاتی از این بابت، در بازار سرمایه انجام نخواهد شد و در مقطع کنونی شرکت فرابورس، صرفاً به عنوان سهامدار و عضو هیأت مدیره در آن شرکت حضور دارد. خبرگزاری مهر تصویر و متن کامل نامه مدیرعامل فرابورس به جعفروند، رئیس اداره نظارت بر ناشران فرابورسی سازمان بورس و اوراق بهادار را سال ۹۷ منتشر کرد که براساس آن، اعلام شده بود که مطابق مصوبه مجمع موسسین مبلغ کل سرمایه و سرمایه پرداخت شده شرکت «سهامی مدیریت بازار متشکل معاملات ارزی» به ترتیب ۲۰۰ میلیارد ریال و ۱۰۰ میلیارد ریال تعیین شده است، لذا سرمایه‌گذاری این شرکت با توجه به درصد سرمایه‌گذاری (۲۰درصد) مبلغ ۴۰ میلیارد ریال خواهد بود که مبلغ ۲۰میلیارد ریال آن پرداخت و الباقی در تعهد شرکت باقی خواهد ماند. رضا ترکانشوند با اشاره به برنامه بانک مرکزی درخصوص راهاندازی بازار متشکل ارزی گفت: بسیاری از صرافان کشور درخواست تشکیل بازار یا اتاقی شفاف برای معاملات نقدی را داشتند که براساس مصوبه شورای پول و اعتبار، این درخواست در حال عملیاتی شدن است.

وی افزود: براساس بازار متشکل ارزی، درخواست تمامی فرآیندهای خرید و فروش ارز در بازار از خریدار تا بانک عامل، حساب بانکی و فروشنده به صورت شفاف مشخص خواهد شد.

ترکانشوند با بیان اینکه راهاندازی بازار متشکل ارزی، مرجعیت تعیین روزانه نرخ ارز را به عهده خواهد گرفت، تصریح کرد: با تشکیل بازار متشکل معاملات ارزی، قیمت‌گذاری و فعالیت شفاف و واقعی مشابه بازار سرمایه خواهد شد.



بورس کالا

مروری بر مهمترین رویدادهای تالار نقره‌ای

نیمه اول فروردین ۹۸ با بورس کالا

طی نیمه اول فروردین ۹۸ و با توجه به نام‌گذاری امسال به نام سال «رونق تولید» اظهارنظرهای مهمی پیرامون بورس کالای ایران صورت گرفت که ازجمله آنها، پیام نوروزی مدیرعامل بورس کالای ایران بود. به گزارش سنا، حامد سلطانی‌نژاد در پیام نوروزی خود گفت: در سال ۹۷ کارنامه بازار سرمایه ایران کارنامه درخشانی بود. آمار معاملات بازار سرمایه در این سال به رقمی فراتر از ۴۰۰ هزار میلیارد تومان رسید که ضمن ثبت رکوردی تازه نشان‌دهنده تثبیت روزافزون جایگاه بازار سرمایه در اقتصاد ایران است، اما بورس کالا نیز با سهمی بالغ بر ۱۸۰ هزار میلیارد تومان از این میزان توانست مقام اول خود را در بازار سرمایه حفظ کند. افزایش ارزش معاملات بورس کالا رشدی ۵۴درصدی را نسبت به سال ۹۶ نشان می‌دهد و این امر با در نظر گرفتن شرایط خاص اقتصاد ایران می‌تواند کارنامه مثبتی برای بورس کالا محسوب شود.

راه‌اندازی معاملات آتی زعفران و رونق معاملات آن در سالی که گذشت می‌تواند نویددهنده توسعه ابزارهای مشتقه بر روی کالاهای جدید باشد که امیدواریم در سال پیش رو این امر محقق شود، اما شاید مهمترین نقشی که بورس کالا در سالی که گذشت ایفا کرد حضور موثر در جهت بهبود زیرساخت بازار و تخصیص بهینه محصولات صنعتی و پتروشیمی در کشور بود.

برنامه‌های بورس کالا در سال رونق تولید

مدیرعامل بورس کالای ایران به برنامه‌های این بورس در سال رونق تولید اشاره کرد و گفت: راه‌اندازی صندوق‌های کالایی محصولات کشاورزی، معرفی صندوق‌های سرمایه‌گذاری ایجادشده به عنوان دارایی پایه بازارهای آتی و اختیار معامله، راه‌اندازی گواهی سپرده مس و میلگرد، راه‌اندازی معاملات اوراق خرید دین و حق امتیاز به همراه اتخاذ روش‌های معاملاتی و تسویه جدیدی در بازار فیزیکی از جمله مهم‌ترین برنامه‌های بورس کالا در سال ۹۸ است. حامد سلطانی‌نژاد افزود: بورس کالای ایران هم‌اکنون قراردادهای معاملاتی متنوعی ایجاد کرده است و در سال‌های آینده قصد دارد محصولات جدیدی را به عنوان دارایی‌های پایه ابزارهای موجود معرفی کند. به عنوان نمونه یکی از برنامه‌های بورس کالای ایران در سال آینده راه‌اندازی صندوق‌های کالایی بر روی محصولات کشاورزی است تا بتواند از این طریق سرمایه‌های سرگردان کشور را در جهت تأمین مالی بخش کشاورزی جذب کند.

وی اضافه کرد: همچنین در سال آینده بورس کالای ایران قصد دارد صندوق‌های سرمایه‌گذاری ایجادشده را به عنوان دارایی پایه جدید برای بازارهای آتی و اختیار معامله به فعالان بازار معرفی کند و بازار مشتقه را توسعه دهد. در حوزه گواهی سپرده کالایی نیز بورس کالای ایران در حال حاضر مقدمات راه‌اندازی گواهی سپرده مس و همچنین میلگرد را فراهم کرده است و در صورت موافقت سازمان بورس در سال آینده معاملات گواهی سپرده کالایی بر روی این دو محصول جدید نیز راه‌اندازی خواهد شد.

بورس کالا زعفران‌کاران خرده‌پا را تقویت کرد

معاون وزیر جهاد کشاورزی از هدف‌گذاری برای توسعه معاملات محصولات کشاورزی در بورس کالای ایران خبر داد و گفت: در سال گذشته با اقداماتی که در حوزه معاملات زعفران در بورس کالا رقم خورد، شاهد ساماندهی در مبادلات سنتی این محصول، حمایت از زعفران‌کاران خرده‌پا و ایجاد امکانات جدید برای فعالان این حوزه با راه‌اندازی ابزارهای مالی در بورس کالا بودیم. حسین شیرزاد با بیان اینکه حضور بورس کالا توانسته مشکلات و چالش‌های موجود در بازار سنتی را مرتفع سازد، گفت: ما نیاز به ثبت شرکت‌هایی در بازارهای هدف صادراتی و جابجاندختن نوعی استاندارد ملی داریم که بورس کالا در حوزه استانداردسازی محصول اقدامات مثبتی انجام داده و با توسعه و رونق بخشیدن به معاملات قرارداد اختیار معامله زعفران می‌توانیم به کشاورزان کمک کنیم. وی تأکید کرد: در بستر فعل وانفعالات بورس، در حال حاضر زعفران بر مبنای مکانیسم عرضه و تقاضا و کشف قیمت واقعی، مورد معامله قرار می‌گیرد و با استفاده از ابزارهای مالی مدرن، می‌توان زمینه‌ایجاد رقابت و تنظیم بازار، امکان نظارت لحظه‌ای و در نهایت ساماندهی قیمت زعفران را فراهم آورد. در این شرایط می‌توان مطمئن بود که سود واقعی تولید به تولیدکننده می‌رسد.

آمار قابل قبول بورس کالا نتیجه اعتماد صنایع بوده است

کارشناس ارشد بازار سرمایه درخصوص عملکرد بورس کالای ایران گفت: یکی از معضلات مهم اقتصاد کشور ما وجود واسطه‌ها در بازارها است. این گروه همیشه با دستکاری بازارها و ایجاد نوسان‌های قیمتی شدید، باعث عدم شفافیت و ایجاد رانت در بازارهای کالایی هستند که بورس کالا در سامانه‌هی مبادلات کالاها نقش بسیار مهمی داشته است. سید ابراهیم عنایت با اشاره به اینکه بورس کالا از بدو تأسیس تا امروز با هدف ایجاد شفافیت در بازار کالا راه‌اندازی شد، گفت: در حال حاضر آمار همه معاملات بورس کالا به‌طور کامل منسجمی ثبت می‌شود و امکان بازگشت به گذشته و بررسی آمار معاملات و قیمت کالاها در این بازار وجود دارد. این در حالی است که تا قبل از راه‌اندازی این بازار اطلاعات مربوط به تأمین مواد اولیه کارخانه‌ها در جریان عرضه و تقاضا به‌طور شفاف و کامل ثبت نمی‌شد و همیشه نواقصی داشت. مدیرعامل کارگزاری بانک سپه افزود: در صورتی که سیاست‌گذاران به جای شیوه پرداخت یارانه غیراصولی و قیمت‌های دستوری به مکانیسم عرضه و تقاضا احترام بگذارند و از این شیوه حمایت نکنند، بورس کالا به‌طور قطع می‌تواند جایگاه خود را در اقتصاد قوی‌تر و پرنرگتر کند.

نقش آفرینی بورس کالا در رونق تولید

یک کارشناس بازار سرمایه گفت: بورس کالا یکی از مجراهای هدایت نقدینگی به سمت تولید است به طوری‌که این بورس ابزارهایی برای تأمین مالی صنایع دارد همچنین عرضه مواد اولیه و کالاهای اساسی از سوی تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان باعث می‌شود تا سود اصلی حاصل از تولید به جیب تولیدکنندگان برود و این اتفاق به تحقق شعار سال ۹۸ کمک شایانی می‌کند. مصطفی محمدباقری به نقش بورس کالا در تحقق شعار «رونق تولید» اشاره و بیان کرد: با توجه به نقش موثر بورس کالا در جذب و هدایت نقدینگی به سمت تولید، بازار سرمایه و بورس کالا می‌تواند نقش آفرینی خوبی را در رونق تولید ملی داشته باشند. از سویی دیگر تمام بنگاه‌های اقتصادی کوچک و بزرگ می‌توانند از ظرفیت‌های بورس کالا در تأمین مالی و نیز رونق تولیدات خود بهره‌مند شوند.



شاخص‌ساز بازار سرمایه هستند و استقبال از آنها می‌تواند به مثبت شدن جو بازار کمک کنند.

رضاوپر افزود: نکته قابل تأکید این است که در سال ۹۸ به دلیل نزدیک شدن انتخابات مجلس این احتمال وجود دارد که فضای سیاسی حاکم بر جامعه و تحولاتی که در این زمینه رخ می‌دهد، اثرات غیرمترقبه‌ای نیز بر بازار سرمایه داشته باشد؛ ازاین‌رو پیش‌بینی این بازار به‌جز تا چهار ماه ابتدایی سال که موعد برگزاری مجمع شرکت‌هاست، چندان کارشناسی نیست و احتمال عدم تحقق آن بالاست، اما در چهار ماهه ابتدایی سال که مجامع بخش عمده شرکت‌های بورسی با تقسیم سود نقدی برگزار می‌شود، این انتظار وجود دارد که سهامداران بزرگ و حقوقی استقبال خوبی از خرید سهام بنیادی داشته باشند و این موضوع به جو مثبت بازار دامن بزند.

او سپس به موضوع ارز اشاره کرد و ادامه داد: ارز نیز یکی از فاکتورهای اثرگذار بر بازار سرمایه است که با توجه به تأثیری که بر قیمت تولیدات شرکت‌ها و نرخ تورم دارد، می‌تواند به رونق بازار سرمایه بینجامد به‌خصوص که فضای تورمی، جدای از اثری که روی نرخ فروش محصولات دارد، زمینه‌ساز ورود زود هنگام تقاضا به بازار و بالا رفتن حجم فروش شرکت‌ها شود که اثر مستقیمی بر سودسازی آنها دارد. در این زمینه تا زمانی که قیمت دلار بالای ۱۱ تا ۱۲ هزار تومان باشد نگرانی خاصی برای بازار سرمایه متصور نیست و شرکت‌ها گزارش‌های آتی خود را با شناسایی سودهای بالاتر و تعدیل مثبت روانه کدال خواهند کرد.

به گفته رضاوپر، مسئله دیگر این است که خبرهای سیاسی مانند امکان تمدید مهلت خرید نفت ایران توسط مشتریان عمده یا تصویب لایح مرتبط با FATF و حتی الحاق ایران به این گروه نیز از ماجراهایی است که سرنوشت بازار سرمایه را حداقل در کوتاه‌مدت تحت تأثیر جدی قرار خواهد داد. پیرو همه این مباحث، می‌توان انتظار داشت که کلیت بازار سرمایه ایران در سال ۹۸ از سال قبل هم بهتر باشد و از آنجایی‌که پس از سیاست‌های انضباطی بانک مرکزی و همچنین نرخ رشد تورم، جذابیت سود بانکی برای سرمایه‌گذاران به‌شدت کم شده است، این احتمال نیز وجود دارد که ورود نقدینگی به بازار سرمایه با شتاب بیشتری دنبال شود و ظرف تقاضا در این بازار بیشتر تقویت شود.

در این وضعیت شاخص کل بازار سرمایه از محدوده ۱۹۵ هزار واحد به ۱۷۵ هزار واحد سقوط کرد و در ادامه با تداوم اصلاح به ۱۵۴ هزار واحد نیز رسید. این اصلاح تا پایان بهمن‌ماه ادامه پیدا کرد اما در اسفندماه دوباره بازار به روند صعودی برگشت تا بخشی از عقب‌ماندگی آن نسبت به بازارهای موازی جبران شود. البته آن‌گونه که تجربه دوره‌های گذشته جهش نرخ ارز نشان می‌دهد و کارشناسان نیز بر آن تأکید دارند، ارز بازار سرمایه عاقبت با تغییرات قیمتی بازار ارز متناسب می‌شود و شرکت‌ها در میان‌مدت به ارزش واقعی خود نزدیک خواهند شد.

بازار سرمایه در مدار رشد

در همین زمینه، احسان رضاپور، کارشناس بازار سرمایه درباره چشم‌انداز این بازار در سال ۹۸ گفت: بازار سرمایه در سال ۹۸ نیز با داستان ریسک‌های سیاسی و تحریم مواجه خواهد بود و این موضوع همان‌گونه که در سال ۹۷ نیز تجربه شد، به نوسانات مقطعی و احتمالاً شدید بازار منجر خواهد شد، اما علاوه بر این، شرکت‌های حاضر در بازار سرمایه سال ۹۸ را با دغدغه فروش تولیدات و دریافت پول آن آغاز خواهند کرد و همه این مسائل باعث می‌شود سرمایه‌گذاران بورسی محتاط‌تر باشند و کل منابع خود را در گیر بازار نکنند یا حتی آن سرمایه‌ای که برای سرمایه‌گذاری بورسی کنار گذاشته‌اند را به خرید سهم تخصیص ندهند و به سمت خرید اوراق بدون ریسک بروند.

به گفته رضاپور، البته این مسئله می‌تواند تحت تأثیر تحولات بازارهای جهانی قابل‌تغییر باشد. به‌خصوص به‌فلاً چین توانسته است با بازی ارزی و کاهش ارز یوان، شیطنت‌های تعرفه‌ای آمریکا را خنثی کند و بازی ترامپ را به بن‌بست بکشاند. در حقیقت چین با این مدیریت جفت ارزی باعث شد بخشی از اثرگذاری تعرفه‌گذاری‌های ترامپ از بین برود و ازاین‌رو به نظر می‌رسد در این حوزه توافقاتی میان دو اقتصاد بزرگ جهانی شکل بگیرد که به بهبود بازارهای جهانی کمک خواهد کرد.

این کارشناس بازار سرمایه در ادامه سخنانش گفت: از سوی دیگر به نظر نمی‌رسد ظرفیتی برای کاهش قیمت جهانی کامودیتی‌ها وجود داشته باشد که این موضوع نیز اثرگذاری بالایی بر بازار سرمایه ایران خواهد داشت و می‌تواند به استقبال سرمایه‌گذاران از سهام شرکت‌های فعال در این حوزه منجر شود. شرکت‌هایی که اغلب جزو صنایع بزرگ و

جهش ۱۶۰درصدی نرخ ارز در سال ۱۳۹۷ جدای از اینکه به جهش قیمت کالا و خدمات دامن زد و قیمت فروش محصولات بنگاه‌های اقتصادی و از جمله شرکت‌های حاضر در بازار سرمایه را رقم زد، ارزش جایگزینی بنگاه‌های اقتصادی را نیز نسبت به قبل افزایش داد و این مسائل مستقیماً به مهیا شدن زمینه رشد قیمت سهام شرکت‌های بورسی انجامید.

البته روی دیگر ماجرای اثرگذاری رشد نرخ ارز و تورم بر بنگاه‌های اقتصادی یعنی رشد هزینه تداوم فعالیت و تولید بنگاه‌ها نیز مسئله‌ای بود که توانست بخش قابل‌توجهی از زمینه فراهم شده برای رشد قیمت سهام شرکت‌ها را خنثی کند به‌گونه‌ای که باوجود رشد ۱۶۰درصدی نرخ ارز در سال گذشته و رسیدن قیمت دلار از ۴۹۲۱ تومان در ابتدای سال به محدوده ۱۳ هزار تومان در پایان سال، شاخص بازار سرمایه فقط ۸۵٫۵درصد یعنی معادل نیمی از رشد نرخ ارز افزایش یافت. در سال ۱۳۹۷ شاخص بازار سرمایه کار خود را با رقم ۹۶ هزار و ۲۸۹ واحد آغاز کرد و پس از یک فراز و نشیب قابل‌تأمل، روی رقم ۱۷۸ هزار و ۶۵۹ واحد ایستاد. به عبارت دیگر، شاخص بازار سرمایه سال ۹۷ را با رشد ۸۵٫۵درصدی به پایان رساند که معادل نصف رشد نرخ ارز در این سال بود. افزایش ارزش جایگزینی و رشد قیمت محصول و خدمت بنگاه‌های اقتصادی در سایه جهش نرخ ارز، اصلی‌ترین عامل رشد بورس در این سال بود، اما در مقابل رشد قیمت مواد اولیه و بالا رفتن هزینه فعالیت بنگاه‌ها توانست ترمز رشد قیمت سهام را بکشد.

به گزارش اتاق ایران، برگشت فضای حاکم بر بازار سرمایه در نهم مهرماه ۹۷ را می‌توان یکی از اتفاقات تعیین‌کننده این بازار دانست که ابهامات مطرح شده درباره آن نیز برای فعالان این بازار روشن نشد و اصلاح نسبت طولانی‌مدت قیمت سهام بورسی را رقم زد، به‌گونه‌ای که در نیم ساعت دوم جلسه معاملاتی بازار سرمایه در نهم مهرماه ۱۳۹۷، به‌یک‌باره عرضه سنگینی در اغلب سهام بورسی شکل گرفت و روند کاملاً صعودی بازار را به یک روند نزولی شدید تبدیل کرد و این ریزش یکسره تا پایان جلسه معاملاتی این بازار در ۱۶ مهرماه ادامه پیدا کرد تا شاخص کل بورس یکی از سریع‌ترین ریزش‌های تاریخ خود را تجربه کند و ظرف ۵ روز ۲۰هزار واحد از ارتفاع خود را از دست بدهد.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار:

بازار با آتی سبد سهام منطقی‌تر می‌شود

به لحاظ معاملاتی موضوعیت داشته باشد که این هم مزیت دیگری است، سنگنوی سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه در موضوع ریسک نیز سبد سهام با آتی که روی این سبد تعریف می‌شود، امکان پوشش ریسک بیشتری فراهم می‌کند، تأکید کرد: اینکه بشود در یک بخش از صنعت سرمایه‌گذاری کرد- مثلاً بخش پتروشیمی‌ها، معدنی‌ها، بانکی‌ها و بیمه‌ها - با قرارداد آتی روی سبد سهام قابل تعریف است، لذا این مزیت، هم به افزایش حجم معاملات کمک می‌کند و هم به واسطه آن کشف قیمت صحیح‌تر انجام می‌شود . دبیر شورای عالی بورس خاطرنشان کرد: اگر قرار باشد اجزای یک سبد، مسیری را در خارج از سبد به لحاظ قیمتی طی کند اما سبد مسیر دیگری را طی کند، طبیعتاً فرصت آربیتراژی به وجود می‌آید. محمدی ادامه داد: این مزیت خود به کنترل، مدیریت و روند منطقی‌تر بازار کمک می‌کند و باعث می‌شود که بازار ما بتواند منطقی‌تر قیمت را کشف کند .

وی با بیان اینکه این ویژگی هم یک ویژگی کلان است و شاید برای سرمایه‌گذاران زیاد مورد توجه نباشد، افزود: با این حال این مساله برای سرمایه‌گذاران از جهت افزایش سودآوری آنها فرصت بیشتری فراهم می‌کند و می‌توانند سود بیشتری با قراردادهای آتی کسب کنند. چون

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، قراردادهای آتی روی سبد سهام را مزیتی بزرگ برای تعادل‌بخشی به بازار سهام دانست و گفت از آنجا که این ابزار در مقایسه با دیگر ابزارها تنوع بیشتر و ریسک کمتری دارد انتظار می‌رود موفق‌تر از دیگر ابزارها عمل کند.

دکتر شاپور محمدی به سنا، گفت: البته ما قرارداد آتی تک سهم را در بازار سرمایه داشتیم، اما قرارداد آتی روی سبد سهام که اخیراً طراحی شد، ابزار مهمی برای تعادل‌بخشی و ایجاد فرصت در بازار سهام بوده و در عین حال می‌تواند در مدیریت ریسک برای اشخاص به کار گرفته شود که اینها همه مزیت‌های این ابزار نوین است.

دبیر شورای عالی بورس افزود: یکی از مزیت‌های قراردادهای آتی روی سبد سهام این است که تنوع خوبی دارد و چند سهم در این سبد قرار گرفته‌اند، از همین رو، ریسک آن کمتر است. دومین مساله این است که اگر یک نماد بسته شود، قرارداد آتی آن هم بسته می‌شود و در واقع معامله آن بلاموضوع است.

محمدی ادامه داد: وقتی به جای یک سهم یک سبد قرار می‌گیرد، طبیعتاً در این سبد می‌تواند حتی بعضی از نمادها به خاطر مسائل ملی همچون مجمع یا امثال آن بسته باشد، ولی قرارداد آتی و خود آن سبد

سازمان حمایت بر قیمت‌ها نظارت دارد

ارز تعیین‌کننده قیمت کالا در بازار

رئیس اتحادیه فناوران رایانه با تأکید بر اینکه ارز ارائه‌شده برای واردات کالای حوزه فناوری تماماً به واردات منجر شده است، گفت قیمت کالاهای وارداتی در بازار با توجه به ارز تأمینی آن تعیین‌شده و سازمان حمایت بر روند قیمت‌گذاری نظارت دارد.

محمدمهدی میرمهدی در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با واردات ارز دولتی و عرضه کالا به نرخ ارز آزاد در برخی بازارها گفت: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با توجه به اطلاعات مراجع رسمی در زمینه تأمین ارز در قیمت‌گذاری کالاهای صنف فناوران رایانه نظارت و بازرسی دقیق دارد.

رئیس اتحادیه فناوران رایانه ادامه داد: کالاها تماماً با توجه به ارز دریافتی قیمت‌گذاری می‌شوند و اگر ارزی برای واردات اختصاص یافته، کالای آن به بازار وارد شده و کالاها قابل رصد و پیگیری هستند. وی یادآور شد: از سه سال پیش اتحادیه پیشنهاد کرد تا برای واردات کالا به کشور از اتحادیه مربوطه استعلامات لازم همچون صلاحیت واردکننده و نیاز بازار تأیید شود، که در ماه‌های اخیر این پیشنهاد به دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت عملی شده و افراد واجد شرایط که دارای سابقه واردات و فعالیت‌های صنعتی هستند، می‌توانند به واردات بپردازند البته در تأیید استعلامات تجربه صنفی و میزان شکایات ثبت‌شده تأثیرگذار است.

میرمهدی با بیان اینکه برخی افراد تنها به‌واسطه داشتن سرمایه قابل توجه به واردات می‌پردازند، گفت: شرکت‌ها و واردکنندگان بعد از ترخیص کالا موظف هستند طبق تعهدنامه، قیمت تمام‌شده خود را طبق اسناد و مدارک رسمی به اتحادیه و دیگر مراجع اعلام کنند و نرخ‌های اعلامی از سوی اتحادیه با توجه به هزینه تمام‌شده واردات، نرخ‌های رسمی بازارهای جهانی و تعرفه واردات مورد بررسی قرار می‌گیرد.

به گزارش ایسنا، برخی اخبار و گزارش‌ها در چند وقت اخیر حکایت از آن دارد که ارز ارائه‌شده از سوی دولت برای واردات کالاها در مسیر واردات خرج نشده و مسیر دیگری به خود گرفته است و از سوی دیگر برخی افراد که ارز دولتی دریافت کرده و آن را در مسیر واردات هزینه کرده‌اند قیمت نهایی محصول خود را بر پایه ارز آزاد محاسبه کرده و عرضه می‌کنند.

پارچه احتکارشدنی نیست

کالای وارداتی به بازار آمده است

در واردات کالا و مواد اولیه ارز قابل‌توجهی از طریق دولت و سامانه نیما در اختیار افراد قرار گرفته، اما بازار مدعی آن است که تمام ارزها در مسیر واردات هزینه نشده و کالا به بازار وارد نشده است.

به گزارش ایسنا، برخی اخبار حکایت از آن دارد که برخی افراد به نام واردات مواد اولیه و کالای نهایی از دولت و سامانه نیما ارز دریافت کرده‌اند، اما کالایی به بازار وارد نشده است و از سوی دیگر اگر کالایی به کشور واردشده با وجود آنکه ارز دولتی و نیمایی به آن اختصاص یافته به نرخ ارز آزاد در بازار عرضه می‌شود.

امیر قدیمی‌نژاد، رئیس اتحادیه بنکداران و طاقه‌فروشان به ایسنا، گفت: بازار پارچه در سال گذشته و ماه‌های پایانی شرایط مناسبی داشت و در کنار آن ۳۰ درصد بازار منسوجات از طریق واردات پارچه، ۴۰ درصد از طریق پوشاک وارداتی و ۳۰ درصد از طریق تولید داخلی تأمین می‌شود و این در حالی است که با وجود رشد قابل توجه نرخ ارز و هزینه‌های تولید و واردات، قیمت پارچه به تناسب به رشد قیمت‌های اعلامی، رشد نکرده است.

رئیس اتحادیه بنکداران و طاقه‌فروشان در پاسخ به این سوال که آیا در این صنف احتکار رخ داده است، گفت: شرایط بازار پارچه به گونه‌ای است که نمی‌توان اجناس را احتکار کرد زیرا نقش، طرح و رنگ پارچه با تغییر فصول و ماه‌ها تغییر می‌کند و اگر کسی در این بازار دست به احتکار بزند عملاً بازار را از دست داده است.

وی خاطر‌نشان کرد: افرادی که برای واردات پارچه ارز دولتی و نیمایی دریافت کرده‌اند از سوی مراجع مربوطه رصد و پایش می‌شوند و تمام ارزهای دریافتی در این صنف در مسیر واردات پارچه هزینه شده‌اند. این مسائل در حالی مطرح می‌شود که در چند وقت اخیر به دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت مقرر شده تا استعلاماتی همچون تأیید صلاحیت، تجربه و نیاز بازار از سوی اتحادیه‌ها در زمینه واردات کالا به کشور ارائه شود که البته به نظر می‌رسد در کنار این موارد باید در زمان عرضه کالا به بازار نظارت و پایش قابل‌توجهی از سوی دستگاه‌های مختلف همچون سازمان حمایت صورت گیرد البته این نظارت باید به گونه‌ای باشد که آخرین حلقه عرضه که فروشندگان خرد به حساب می‌آیند تنها مورد بررسی قرار نگیرند و نظارت‌ها بر رفتار و قیمت‌گذاری واردکنندگان و فروشندگان عمده نیز وجود داشته باشد.

به ازای هر تَن کالای صادراتی به عراق چقدر

پول نصیب ایران شد؟

سرپرست سازمان توسعه صادرات، جزئیاتی از ارزش متوسط کالاهای صادراتی ایران به عراق در سال ۹۷ را تشریح کرد.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، به مقایسه ارزش متوسط کالاهای صادراتی کشورمان به عراق در سال گذشته اظهار کرد: در سال ۹۷، ارزش متوسط کالاهای صادراتی کشور به ازای هر تن، ۳۶۰ دلار بود و این در حالی است که ارزش متوسط هر تن کالای صادراتی ایران به عراق ۵۰۰ دلار بود. سرپرست سازمان توسعه تجارت گفت: این موضوع نشان می‌دهد که در سال ۹۷، صادرکنندگان کشورمان توانستند کالاهای با ارزش افزوده بالاتر به کشور عراق صادر کنند.

به گفته وی سهم عراق در تجارت با ایران بیش از ۵۰ درصد افزایش داشته و ایران توانست ۲۹ درصد سهم بازار عراق را در سال ۹۷ از آن خود کند.

به گزارش تسنیم، در سال گذشته، کشور عراق بعد از چین بزرگترین واردکننده محصولات و کالاهای ایرانی بود و از نظر تنوع کالاهای وارداتی، در جایگاه نخست بین کشورهای واردکننده کالاهای ایرانی قرار گرفت و رکورد ۹ میلیارد دلار صادرات ایران به عراق ثبت شد.



داشته‌های خود تکیه کنیم و براساس سرمایه عمومی کشور اقدام و ان شاءالله تولید را رونق ببخشیم.» وی ادامه داد: «امسال در سایه شرایط ایجادشده، اگر دغدغه تولیدکنندگان و مردم بر این باشد تا بر داشته‌های داخلی توجه داشته باشند و آن را تقویت کرده و رشد دهیم، قطعاً بر مشکل تحریم‌ها غلبه خواهیم کرد.»

مافی افزود: «در حوزه قانونگذاری قوانین دست و پا گیر شناسایی شده و هم و غم مجلس بر این است که مسائلی که تولید را از چرخه حقیقی دور می‌کند، مورد برخورد قرار داده و برخی از این قوانین را تغییر دهد.»

نامگذاری سال جاری با نام رونق تولید از سوی معظم له باید مسیر خیر و برکت برای رونق واقعی در کشور باشد، ادامه داد: «درخصوص تحریم‌های آمریکا، شرایط برای تولید و حضور تولیدکنندگان به صورت موثر و فعال قابل فهم تر است؛ درست است که در بحث مواد اولیه و بخشی از تجهیزات وارداتی قطعاً دچار مشکل خواهیم بود، ولی در عرصه فروش و تولید ملی شرایط بهتری خواهیم داشت.»

مافی گفت: «باید دست به دست هم دهیم تا مشکلات ناشی از کمبودهای وارداتی تولیدکنندگان به اشکال مختلف رفع شود تا به

عضو هیات رئیسه کمیسیون امور داخلی مجلس با اشاره به لزوم تمرکز بر رونق تولید در سال جاری گفت امسال در سایه شرایط ایجادشده، اگر دغدغه تولیدکنندگان و مردم بر این باشد تا بر داشته‌های داخلی توجه داشته باشند قطعاً بر تحریم‌ها غلبه خواهیم کرد.

به گزارش تسنیم، پروانه مافی در رابطه با مسئله رونق تولید اظهار کرد: «تولید بحثی ساده و تازه نیست و طی سالیان بسیار همواره از سوی رهبری مطرح شده است.»

عضو هیات رئیسه کمیسیون امور داخلی مجلس با تأکید بر اینکه

هدف دشمن تضعیف تولید داخل است

تجری تصریح کرد: «در سال رونق تولید انتظار می‌رود آحاد مردم همچون توطئه‌شناسی‌های قبل، با آزادی و بصیرت شعار سال را پیش بگیرند و مسئولان نیز تدابیر ویژه‌ای را در نظر داشته باشند.» وی تولید داخل را منجر به امنیت اقتصادی دانست و افزود: «رهبری با عنایت به اینکه بر حواشی داخل و خارج کشور اشراف دارند، نامگذاری سال را به عنوان یک تکلیف شرعی و ملی برای ما حکم کردند.» تجری همچنین هماهنگی بیشتر سه قوه را منجر به هماهنگی در راستای تحقق شعار سال دانست و گفت: «اگر عزت و اقتدار و استقلال را دوست می‌داریم، مکلف به قدم برداشتن در این حوزه هستیم.»

زورگویی دنیای غرب و در رأس آن آمریکا و صهیونیست وجود دارد و از این جهت، مقام معظم رهبری که کشتنی انقلاب را با صحت هدایت کرده‌اند، بارها تأکید داشتند توجه به خودکفایی و تولید داخل باید عملیاتی شود.»

نایب رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی گفت: «هدف دشمن تضعیف تولید داخل و ایجاد مشکل در حوزه اشتغال کشور است، لذا فشار و تحریم‌های ظالمانه را در پی گرفته تا نارضایتی عمومی ایجاد کند ولی ان شاءالله با تدبیر رهبری و مردم این توطئه نیز با شکست رو به رو خواهد شد.»

نایب رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی گفت هدف دشمن تضعیف تولید داخل و ایجاد مشکل در حوزه اشتغال کشور است، به گزارش تسنیم، فرهاد تجری با اشاره به شکست نقشه‌های دشمن در عرصه‌های سیاسی و نظامی اظهار داشت: «دشمن این بار از مسیر اقتصادی سعی بر ایجاد تحریم دارد و تلاش می‌کند با جنگ اقتصادی به مبارزه با جمهوری اسلامی بپردازد.»

وی ادامه داد: «آمریکا به هیچ معاهده بین‌المللی پایبند نیست و یک طرفه از برجام خارج و به اعمال تحریم یکجانبه پرداخت.»

تجری افزود: «در جامعه بین‌الملل و بسیاری نهادهای هنوز ابزاری برای

صادرکنندگان چگونه از مالیات معاف می‌شوند؟

اعلامی بانک مرکزی به چرخه اقتصادی برگردانده نشود برای عملکرد سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ قابل اعمال نخواهد بود. همچنین طبق قانون بودجه امسال، پرداخت هرگونه جایزه و مشوق صادراتی برای صادرکنندگان منوط به حصول اطمینان از برگشت ارز حاصل از صادرات کالا و خدمات به چرخه اقتصاد براساس دستورالعمل بانک مرکزی است.

این در حالی است که پیش از این خانلو-سخنگوی سازمان برنامه و بودجه در بودجه -۱۳۹۸ به ایسنا، گفته بود که دیگر دلیلی برای ادامه معافیت تمامی صادرکنندگان از مالیات وجود ندارد آن هم در بازار صادراتی که از کنار افزایش نرخ ارز صادرات رونق خوبی پیدا کرده است، ولی صادرکنندگان ارز کافی به چرخه اقتصادی برگردانده‌اند آن‌هم در شرایطی که در مقایسه با آمار عملکرد ۳۳میلیارد دلار صادرات ۹ ماهه (۱۳۹۷) آنچه صادرکنندگان به چرخه اقتصاد بازگرداندند عدد قابل توجهی نیست.

نوسان می‌خورد، اختلاف داشت و صرفه‌چندانی برای صادرکننده ایجاد نمی‌کرد در عین حال که یکی از گلابه‌های صادرکنندگان به این برمی‌گشت که با توجه به اینکه خود به نوعی واردکننده هم بودند، باید این حال بارها از سوی دولت و بانک مرکزی مصوباتی برای بازگشت ارز صادرات تصویب و ابلاغ شد، اما ظاهراً نتیجه مورد انتظار ایجاد نشد تا اینکه در زمان ارائه لایحه بودجه ۱۳۹۸ شرایطی برای برگشت ارز حاصل از صادرات تدوین شد که درنهایت هم با تغییراتی اندک مورد تصویب مجلس قرار گرفت.

براساس بند «ج» تبصره (۸) قانون بودجه ۱۳۹۸ هرگونه نرخ صفر و معافیت‌های مالیاتی برای درآمدهای حاصل از صادرات کالا و خدمات از جمله خدمات غیرنفتی، محصولات بخش کشاورزی و مواد خام و همچنین استرداد مالیات و عوارض موضوع ماده (۱۳) قانون مالیات بر ارزش افزوده در مواردی که ارز حاصل از صادرات طبق مقررات

قیمت خودرو در تعطیلات پس از نوروز امسال چه خواهد شد؟



بازار خودرو در سال ۹۷ روزهای پرنوسانی را پشت سر گذاشت، اما آیا در سال ۹۸ وضعیت مثل سال گذشته خواهد بود؟ آیا قیمت خودرو در سال ۹۸ هم مثل سال ۹۷ پرنوسان خواهد بود؟ قیمت خودرو در تعطیلات پس از نوروز امسال چه خواهد شد؟

به گزارش پدال نیوز، بازار خودرو در سال گذشته با وجود نوساناتی که داشت اما در روزهای پایانی سال شاهد کاهش ناچیز قیمت‌ها بود. در این مورد وزیر صنعت، معدن و تجارت ۲۷ اسفندماه از کاهش ۱۰درصدی قیمت خودرو خبر داد و گفت: در چند ماه گذشته تولید دو خودروساز اصلی کشور بین ۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰ دستگاه در روز بود که الان این رقم به بیش از ۴ هزار دستگاه رسیده این یعنی تولید بیشتر شده و قدرت ایفای تعهدات خودروسازان هم بیشتر شده و ما این روند را ادامه خواهیم داد. بنابراین مقوله تولید به نظر می‌رسد نقش قابل توجهی در قیمت خودرو در سال جدید دارد. برنامه‌های وزارت صنعت برای خودروسازی نیز حاکی از این است که بیش از ۱۰۰ پروژه در حوزه خودروسازی برای سال ۱۳۹۸ تعریف شده است.

با این حال فرا رسیدن ایام نوروز باعث شده که برخی از رسانه‌ها پیش از پایان سال گذشته هشدار دهند که شاید این ایام باعث کاهش یا توقف روند تولید پیش از سال گذشته شود. بدین ترتیب شاید انتظار وجود

همان روند قیمت‌های سال گذشته در ایام پس از عید چندان منطقی به نظر نمی‌رسد. با این حال اگر روند تولید خودرو در سال ۹۸ طبق وعده مسئولان صعودی باشد در بقیه ماه‌های سال شاید بازار باثبات‌تری را شاهد باشیم. در عین حال چالش‌های صنعت خودرو را نمی‌توان نادیده گرفت که مسائلی مثل کمبود قطعات و افزایش هزینه تولید در دوره‌های گذشته مشکلاتی را برای تولید آنها به وجود آورده بود. اسفندماه سال گذشته بازاری پژوهشی مجلس هشدار داد، زبان انباشته دو خودروساز بزرگ کشور یعنی ایران خودرو و سایپا براساس صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای ۹ ماهه منتهی به ۳۰ آذرماه سال ۹۷ به ۱۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. درباره تورم خودرو (افزایش هزینه تولید خودرو) نیز مرکز پژوهش‌های مجلس در همان گزارش مذکور به تغییرات قیمت مواد اولیه مصرفی در صنعت خودرو در آیان ماه ۹۷ نسبت به اسفند ماه ۹۶ اشاره کرده که بررسی این تغییرات حاکی از تورم حدود ۸۵درصدی در مواد اولیه مورد نیاز تولید خودرو است.

از سوی دیگر بحران پیش‌فروش خودرو را نیز نمی‌توان نادیده گرفت که احتمالاً در قیمت خودرو سال جدید می‌تواند اثرگذار باشد. اگر بار دیگر تعهدهای خودروسازان عملی نشود احتمالاً این ماجرا به بازار خودرو نیز سرایت می‌کند و قیمت‌ها را متاثر خواهد کرد.

حذف شورای رقابت بهترین اقدام سال گذشته صنعت خودرو

آزادسازی قیمت به درستی انجام نشد

آشفتنگی بازار خودرو در حالی که این وضعیت متناقض با بحث آزادسازی است و از آنجا که موضوع مهمی به نام آزادسازی را غلط اجرا کردیم با چنین التهاباتی مواجه شدیم. این کارشناس صنعت خودرو خاطرنشان کرد: آزادسازی اقتصاد، ریشه حل تمام مسائل از جمله مشکلات صنعت خودرو است و این موضوع فقط منحصر به آزادسازی قیمت نیست، بلکه باید مدیریت شرکت‌های خودروسازی نیز از یک شرایط رقابت‌پذیر و آزادانه‌ای برخوردار شوند.

او همچنین به عوامل اصلی تاثیرگذار در افزایش قیمت خودرو اشاره کرد و گفت: عوامل متعددی در افزایش قیمت خودرو در سال ۹۷ نقش داشتند که عمده‌ترین آنها شرایط بد اقتصادی، تورم، کاهش ارزش پول و جهش نرخ ارز، محدودیت منابع، سیل نقدینگی، وجود تقاضاهای کاذب در این بازار بود.

این کارشناس خودرو تصریح کرد: البته محدودیت تولید، سوءاستفاده نظام‌های دلالی در بازار و تحریم‌ها نیز در تشدید این

در همین حال کاهش قیمت خودروهای داخلی در اولین گزارش‌های تجارت‌نیوز از بازار امسال قابل مشاهده است. بر این اساس، در روزهای نخست سال ۹۸ قیمت‌ها در بازار خودروهای داخلی سیر نزولی داشته است. خودروهای دنا و پژو GLX ۴۰۵ در هفته نخست امسال بیش‌ترین کاهش قیمت را داشته‌اند.

اما قیمت خودروهای خارجی در سال ۹۸ با یک روند صعودی به نظر می‌رسد شروع شده است. بر این اساس، شروع سال ۹۸ در بازار برخی خودروهای خارجی همراه با افزایش قیمت قابل توجهی بوده است. در برخی از مدل‌های خودروهای خارجی قیمت‌هایی در آگهی‌های فروش آنها مشاهده می‌شود که نشان می‌دهد روند صعودی قابل توجهی نسبت به سال گذشته داشته‌اند.

مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو نیز درباره قیمت خودروهای خارجی در امسال می‌گوید: با وجود تشدید تحریم‌ها وضعیت واردات خودروهای آمریکایی، اروپایی و چینی در سال ۹۸ سخت‌تر خواهد شد و قیمت‌ها نیز ۲۰درصد گران می‌شود.

با این حال باید دید آینده قیمت خودرو چه می‌شود؟ آیا پس از کاهش تولید به دلیل ایام تعطیل نوروز خودروسازان می‌توانند روند تولید را مجدداً صعودی کنند تا بازار روی آرامش به خود بگیرد؟

وضعیت سهیم بودند. کربمی خصوصی‌سازی را راهکار نجات صنعت خودرو دانست و گفت: این شرکت‌ها باید به سمت خصوصی‌سازی یعنی کاهش دخالت و سهم‌خواهی دولت حرکت کنند زیرا ورود دولت به تمام فرآیندهای این صنعت از جمله انتصابات و قیمت‌گذاری‌ها نتیجه مثبتی به همراه ندارد.

او افزود: البته خصوصی‌سازی به این معنا نیست که دولت تمام سهامش را به بخش خصوصی واگذار کند زیرا در شرایط فعلی سهم‌مداری دولت آنچنان هم بد نیست، اما باید دخالت خود را در صنعت خودرو به حداقل برساند و اجازه دهد افراد متخصص بدون وابستگی دولتی در این صنعت ورود کنند.

کربمی همچنین با اشاره به پیش‌فروش‌های سال ۹۷ نیز تاکید کرد: متأسفانه تعهدات مدت‌داری که خودروسازان ایجاد کردند بخشی از ظرفیت تولیدشان را به خودش اختصاص داده و با توجه به اینکه فروش‌های نقدی نیز کم است تاثیر موقتی بر کنترل بازار دارد، بنابراین برای کنترل بازار پیش‌فروش‌ها باید ادامه‌دار باشد.

بلندترین خط مترو خاورمیانه در تهران هفته آینده افتتاح می‌شود

مدیرعامل شرکت متروی تهران از افتتاح نیمه جنوبی خط ۶ مترو در هفته آینده با حضور رئیس‌جمهور خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، علی امام با بیان اینکه خط ۶ متروی تهران به طول ۳۲ کیلومتر با ۲۷ ایستگاه در حال تکمیل است، گفت: نیمه جنوبی خط ۶ به طول ۹ کیلومتر با ۳ ایستگاه میدان شهدا، بعثت و دولت‌آباد آماده بهره‌برداری است.

وی با بیان اینکه مراسم افتتاح نیمه جنوبی خط ۶ مترو با حضور رئیس جمهور و مقامات کشوری و لشکری انجام خواهد شد، گفت: در هفته آینده نیمه جنوبی خط ۶ افتتاح می‌شود.

امام با بیان اینکه خط ۶ از دولت‌آباد آغاز شد و با پی‌موند قطر تهران نهایتاً به سولقان در شمال غرب تهران می‌رسد، افزود: این خط از نقاط مهم جمعیتی تهران همچون میدان امام حسین (ع)، خیابان ولیعصر (عج)، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بزرگراه ستاری و ... عبور می‌کند که با راه‌اندازی و تکمیل این خط تاثیر بسزایی بر کاهش سفرها با وسایل حمل و نقل شخصی انجام می‌گیرد.

وی با بیان اینکه برای اولین بار در این خط مترو تمهیدات ویژه برای دسترسی افراد کم‌توان دیده شده است، گفت: از آنجایی که این خط مترو از زیر مراکز حساس بیمارستانی همچون مرکز قلب تهران می‌گذرد از روش‌های جدیدی برای عدم احساس لرزش استفاده کردیم.

وی افزود: دستگاه‌های بیمارستان قلب تهران بسیار حساس هستند و نباید لرزشی را که بر اثر عبور قطار ایجاد می‌شود، احساس می‌کردند و به همین دلیل برای اولین بار از تکنولوژی «پایند ونگارد» برای عدم احساس ارتعاشات حرکت قطارها استفاده کردیم.

به گفته امام، با استفاده از این تکنولوژی دیگر ارتعاشات ناشی از حرکت قطارها بر روی دستگاه‌های بیمارستانی اثرگذار نیست.

وی با بیان اینکه خط شش مترو به دلیل ویژگی‌های منحصر به فردش توانست در جایزه بین‌المللی انجمن تونل، جزو چهار ابر پروژه بزرگ تونلی در جهان شود، افزود: با الحاق نیمه جنوبی خط ۶ مترو که از دولت‌آباد تا حرم عبدالعظیم حسنی (ع) است، می‌توان گفت که طول خط ۶ مترو به ۳۸ کیلومتر می‌رسد که بلندترین خط مترو خاورمیانه لقب خواهد گرفت. وی افزود: امیدواریم تا پایان سال ۹۸ بتوانیم ۱۵ کیلومتر دیگر این خط را با شش ایستگاه به بهره‌برداری برسانیم.

بازار شرکای خارجی خودروسازان پس از تحریم و ترک ایران چگونه است؟

بازار خودرو ایران تا پیش از آنکه تحریم‌های آمریکا بر آن اعمال شود همیشه برای شرکای خارجی ایرانی‌ها بازاری پر سود بود است و از دست دادن این بازار پر سود خود یک ضرر به حساب می‌آید، اما حال که چند ماهی است از اعمال جدید تحریم‌ها برای ایران و کاهش و تعلیق فعالیت برخی شرکای خارجی ایران می‌گذرد این سوال وجود دارد که اکنون بازار آنها چگونه است؟

به گزارش پدال نیوز، ایران همواره بازار بالقوه‌ای برای شرکای خارجی خود به حساب می‌آید و علت آن توان تولید و وجود نیروهای انسانی کارآمد و بادانشی است که توانسته در عرصه تولید چه در تولید قطعات خودرویی و چه صنایع کوچک و چه تولید خودرو موفق عمل کند.

همچنین بازار ایران نیز به دلیل نزدیکی به کشورهای عربی و ارتباط تجاری ایران با همسایگانش مورد توجه اروپایی‌ها و آسیای شرقی‌ها بوده است. به همین جهت، شرکای اروپایی ایران از جمله، ایتالیا و فرانسه که از جمله قدیمی‌ترین هم‌پیمانان ایران بر سر قراردادهای صنعتی بوده‌اند، بازار ایران را به عنوان بازاری با پتانسیل بالا چه در فروش محصولات و چه در تولید برگزیده‌اند.

پیش از موفقیت برجام، ایتالیایی‌ها، فرانسوی‌ها و آسیای شرقی‌ها از جمله مهم‌ترین شرکای ایرانی در بخش صنعت به ویژه صنعت خودرو ایران به شمار می‌روند؛ شرکایی که توانستند نوسالژی‌های زیادی را برای ایرانیان یادآوری کنند؛ زیرا خریداران خودروهای فرانسوی در ایران کم نبوده‌اند و همین امر باعث شد تا ورود خودروهای جدید رنو و پژو به ایران همواره مورد توجه قرار گیرد و بازار خوبی را برای آنها رقم زند.

اما پس از موفقیت برنامه جامع اقدام مشترک، قراردادهای ایران و شرکای فرانسوی محکم‌تر از قبل شد؛ به گونه‌ای که قراردادهای مشترک یکی پس از دیگری با بخش خصوصی و دولتی منعقد شد و مسیر تولید و عرضه خودروهای جوینت ونچری رونق گرفت و پژو ۲۰۰۸ نیز با همکاری ایران خودرویی‌ها از دل این قرارداد زاینده و به خیابان‌های کشور روانه شد.

پس از آن نیز راه‌اندازی خط تولید پژو سیتروئن با گروه سایپا کلید خورد و دیگر فرزند برجامی به خط تولید رسید، اما به دلیل تعلیق فعالیت پژو در ایران، هنوز تولید انبوه و تحویل پیش‌فروش شده‌ها بلاتکلیف است.

پیش از اجرای تحریم‌های جدید، سایر قراردادهای خودرویی و قطعه‌سازی‌ها روی روال پیگیری می‌شد، اما رفته رفته با اعلام خروج آمریکا از برجام فشارها، موانع و سنگ‌اندازی‌ها بر سر ادامه همکاری‌ها بیش از پیش شد و گویی انرژی تازه همکاری‌های جوینت ونچری گرفته شد، به گونه‌ای که با به گوش رسیدن زمزمه‌های خروج آمریکا از برجام و اعمال فشارهای بین‌المللی آمریکا بر کشورهای عضو گروه ۵+۱، فرانسوی‌ها هم ساز خروج‌شان را کوک کردند و خبر از خروج‌شان از صنعت خودروسازی ایران را دادند.

اهمیت موضوع کار آفرینی و کسب و کار در دانشگاه‌ها

رئیس دانشگاه فردوسی مشهد گفت انتشار بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی مسئولیت تمام دست‌اندرکاران علم و پژوهش را سنگین‌تر کرده است. محمد کافی افزود: موضوع علم و فناوری یکی از اولویت‌های مهم این بیانیه است بنابراین در دانشگاه فردوسی مشهد برنامه‌ای برای تحقق این بیانیه تدوین شده و براساس آن حرکت خواهیم کرد. به گزارش مهر، وی اظهار داشت: مقام معظم رهبری همواره بر موضوع علم و فناوری توجه ویژه‌ای داشته‌اند و برنامه داریم در راستای تحقق بیانییه گام دوم انقلاب به صورت ویژه نقش‌آفرینی کنیم. کافی اظهار داشت: موضوع کارآفرینی و کسب و کار در دانشگاه‌ها بسیار مهم است اما برای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی باید به دنبال پژوهش‌های اصیل و کاربردی باشیم.



دریچه

۲۰ نقل قول الهام‌بخش از کارآفرینان موفق

• رابرت ایگلر، مدیرعامل والت دیزنی: قلب و روح یک شرکت خلاقیت و نوآوری است.

• جرمی استپپلمن، مدیرعامل یلپ: شما باید زیرک باشید و ذهنی باز در اختیار داشته باشید. موفقیت شما در گروی این است که بتوانید در مواقع مورد نیاز سریعاً خود را با شرایط موجود وفق دهید.

• رایان فریتس، بنیانگذار سایت About.me: تجربه‌ای که کسب می‌کنید بسیار ارزشمندتر از پولی است که به حساب‌تان ریخته می‌شود. اعتبار و درستی شما بسیار بارزتر از شهرتی است که کسب می‌کنید.

• آنتونی ولدکین، بنیانگذار هاپ ماشین: صادقانه خوب باشید. هیچ تبلیغی یا حتی ترندهای بازاریابی متفاوت نمی‌تواند جایگزینی برای این خصوصیت باشد.

• جفری زلدمن، بنیانگذار مجله A List Apart: نگران این نباشید که دیگران کار یا طراحی شما را بدزدند، روزی که دیگران چنین کاری کردند، نگران کیفیت پایین کارتان بشوید.

• توماس ادیسون، بنیانگذار جنرال الکتریک: ارزش یک ایده زمانی مشخص می‌شود که بتوانید از آن استفاده کنید.

• جک دورسی، بنیانگذار توییتر: همه جزئیات را در بهترین حالت رعایت کنید و جزئیات را محدود کنید تا بهترین حالت را به ارمغان آورید.

• هاوارد شولتز، بنیانگذار و مدیرعامل استارباکس: بیشتر از آنچه دیگران تصور می‌کنند ریسک کنید، بیشتر از آنچه دیگران فکر می‌کنند رویاپردازی کنید. شک نکنید که موفق خواهید شد.

• لری پیج، بنیانگذار گوگل: همیشه بیشتر از آنچه دیگران انتظار دارند کار کنید و چیزی بیشتر از حد انتظارشان تحویل دهید.

• ریچارد برانسون، مدیر ویرجین گروپ: شما با رعایت کردن قوانین، چیزی یاد نمی‌گیرید. شما باید آنها بشکنید، شکست بخورید و زمین بقیتد تا چیزی بیاموزید.

• بیل گیتس، بنیانگذار مایکروسافت: من از ۲۰ سالگی تا ۳۰ سالگی، حتی یک روز هم مرخصی نگرفتم، حتی یک روز.

• بن سلبرمن، بنیانگذار پینترست: بیشتر از حد نیاز از دیگران راهنمایی نگیرید. بیش از حد یک مسئله را تحلیل و آنالیز نکنید. فقط چیزی را خلق کنید و ببینید کارایی لازم را دارد یا خیر. اگر شکست خوردید، چیز دیگری خلق کنید.

منبع: business/digiatو



در تجارت مدرن به طور معمول داشتن انگیزه و تجربه می‌تواند به موفقیت و آگاهی منجر شود. ۹۰ درصد کسب و کارهای مدرن در سال اول شکست می‌خورند و به همین دلیل است که مدیران سعی می‌کنند هر چه در توان دارند به کار ببرند تا عملکرد تیم‌شان را بهبود بخشند. یکی از راههایی که کارآفرینان می‌توانند شانس خود را در موفقیت بیشتر کنند این است که فلسفه و صحبت‌های کارآفرینان موفق را مرور کنند تا بتوانند روش مناسبی برای کار خود برگزینند.

به همین دلیل ۲۰ نقل قول الهام‌بخش از کارآفرینان موفق را در این مطلب کنار هم جمع کردیم تا شما بتوانید با مطالعه آنها، به آگاهی و موفقیت برسید.

• ریچارد برانسون، مدیر ویرجین گروپ: برای من تجارت به این معنی نیست که کت و شلوار بپوشید یا سهامداران را خوشحال کنید. بدین معنی است که با خود و ایده‌های‌تان روراست باشید و روی انجام آنها تمرکز کنید

• بن هورویتز مدیر Opsware: هر بار که شما تصمیم سخت و درستی می‌گیرید، شجاع‌تر می‌شوید. از سوی دیگر هر بار که تصمیم آسان و اشتباهی می‌گیرید، ترسو‌تر می‌شوید. روش تصمیم‌گیری شما مشخص می‌کند که شرکت‌تان ترسو و بازنده باشد یا شجاع و برنده.

• تونی هیش، مدیرعامل Zappos: به دنبال ایده‌ها بروید نه پول و سرمایه. اگر ایده خوبی داشته باشید، درآمد لازم را به دست می‌آورید.

• درو هیوستن، مدیرعامل دراپ باکس: نگران شکست‌های‌تان نباشید. شما تنها کافی است که یک بار موفق شوید و این شکست‌ها مقدمه پیروزی هستند

• ران کانوی، بنیانگذار Angel Investors: هر روز، روز خوبی برای ساخت و افتتاح یک شرکت جدید تلقی می‌شود.

• سم والتون، بنیانگذار فروشگاه‌های زنجیره‌ای والمارت: از خودتان انتظار بالایی داشته باشید. کمال طلبی کلید موفقیت در تمام زمینه‌ها به شمار می‌رود.

• دیوید سارنوف، مدیرعامل RCA: اگر کار خود را دوست نداشته باشید، هیچ وقت موفق نخواهید شد.

• مایکل دل، مدیرعامل کمپانی دل: نیازی نیست که نابغه یا آینده‌نگر باشید. تنها کافی است که رویایی داشته باشید و چارچوب‌های لازم برای تبدیل واقعیت به رویا را در خود ایجاد کنید.

صندوق‌های غیردولتی پژوهش و فناوری با هدف ایجاد زمینه‌های مشارکت و سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی در عرصه فناوری و نوآوری و حمایت از پژوهش‌های کاربردی در کشور ایجاد شده‌اند. سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارها و شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان کوچک و متوسط و رشد دادن و کسب سود از این شرکت‌ها، مهم‌ترین کارکرد این صندوق‌ها است.

به گزارش مهر، این صندوق‌ها با ارائه راه‌حل‌های مالی ویژه شرکت‌های فناور کوچک و متوسط و با تکیه بر ابزارهای نوین تأمین مالی به تکمیل زنجیره ایده تا بازار کمک می‌کنند. آنها از طریق سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی به جایگزینی هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه کمک می‌کنند و می‌توانند با سرمایه‌گذاری در زمینه‌های با فناوری بالا، به سودآوری بالا دست یابند.

بستر قانونی ایجاد و توسعه فعالیت‌های این صندوق‌ها با ماده ۱۰۰ قانون برنامه سوم و ماده ۴۵ قانون برنامه چهارم توسعه فراهم شد. دولت اجازه دارد با سهام حداکثر ۴۹ درصدی در تأسیس این صندوق‌ها مشارکت داشته

اوبر با پرداخت ۳.۱ میلیارد دلار کریم را تصاحب می‌کند

شنیده‌ها نشان از این دارد که اوبر در حال تصاحب بزرگ‌ترین رقیب خود در خاورمیانه با پرداخت بیش از ۳.۱ میلیارد دلار است.

به گزارش زومیت، منابع نزدیک اعلام کرده‌اند که اوبر طی هفته جاری تصاحب کریم، بزرگ‌ترین سرویس رقیب در خاورمیانه را تصاحب خواهد کرد. کریم یک سرویس اشتراک‌گذاری خودرو با مرکزیت دوبی است. براساس شنیده‌ها اوبر ۱.۴ میلیارد دلار به‌صورت نقدی و ۱.۷ میلیارد دلار را در قالب اسناد مالی که قابلیت تبدیل به سهام اوبر را دارند، پرداخت خواهد کرد. باتوجه‌به قیمت مورد توافق، هر سهم از کریم با ارز ۵۵ دلار مبادله خواهد شد.

منابع آگاه از این معامله اعلام کرده‌اند که اصلی‌ترین سرمایه‌گذاران کریم که شامل شرکت سرمایه‌گذاری الولید بن تلال، میلیاردر سعودی و شرکت ژاپنی راکوتن است، فرصت دارند تا پایان امروز موافقت خود را با نهایی شدن این معامله اعلام کنند و در صورت موافقت، تصاحب کریم توسط اوبر فردا به‌صورت رسمی اعلام خواهد شد.

خرید کریم توسط اوبر را باید جزو آخرین اقدامات استارت‌آپی خواند که قرار است در آینده‌ای بسیار نزدیک سهام خود را به‌صورت عمومی در بورس اوراق بهادار نیویورک عرضه کند. عرضه عمومی سهام اوبر را باید جزو بزرگ‌ترین عرضه‌های اولیه سهام بین شرکت‌های حوزه فناوری خواند. برآوردها نشان از این دارد که ارزش اوبر پس از ورود به بازار سهام به بیش از ۱۲۰ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت.

کریم در سال ۲۰۱۶ میلادی بیش از یک میلیارد دلار ارزش‌گذاری شده بود که از این‌رو نام خود را به‌عنوان یکی از باارزش‌ترین استارت‌آپ‌های خاورمیانه بر سر زبان‌ها انداخت. کریم بیش از یک میلیون راننده داشته و در ۹۰ شهر به گستردگی ۱۵ کشور در حال فعالیت است.

تصاحب کریم توسط اوبر را باید نشانه‌ای دال بر توجه اوبر به منطقه خاورمیانه خواند که یکی از پرجمعیت‌ترین مناطق جهان به شمار می‌رود.

آینده روشن پیش روی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در سال ۹۸

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با اشاره به سخن مقام معظم رهبری درباره این ستاد اظهار کرد: ایشان در یکی از سخنرانی‌های خود فرمودند: خوشبختانه یک معاونت فرهنگی در همین معاونت علمی درست

کرده‌اند و کار خوبی می‌کند منتها سعی کنند راقیه باشد. وی تصریح کرد: دو سال پیش هنگامی که درباره اکوسیستم نوآوری صحبت می‌کردیم این موضوع برای اکثر مردم غریب بود، اما اکنون بسیاری از نهادها پای کار آمده‌اند و اکوسیستم پا گرفته و بازار پولی و مالی خوبی ایجاد شده است.

کریمی با بیان اینکه برای کمک به استارت‌آپ‌ها کلاس‌های توجیهی برگزار شده است، گفت: دوره تربیت مربیگری به کمک دانشگاه شریف برای استارت‌آپ‌ها برگزار شده و در تمام دانشگاه‌های ما مراکز نوآوری ایجاد شده است.

مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری یادآوری کرد: آینده پیش روی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در سال ۹۸ بسیار روشن است و امیدواریم تا به کمک یکدیگر بتوانیم محیط مناسب فرهنگی و اقتصادی دانش‌بنیان کشور را پیش ببریم.

پرویز کریمی، مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره اقبال عمومی که به سمت شرکت‌های دانش‌بنیان آمده است، اظهار کرد خوشبختانه توانسته‌ایم در این حوزه عملکرد خوبی داشته باشیم و تعداد شرکت‌های

دانش‌بنیان و فروش آنها نشان‌دهنده این عملکرد است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش بنیان اظهار کرد: برنامه‌های جدیدی برای استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده‌های تکنولوژی محور در دستور کار است و نوید ما برای سال ۹۸ اقتصاد مستقل، نوآور و شکوفا خواهد بود. وی با اشاره به ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان گفت: با حمایت، هدایت و راهبردهای مقام معظم رهبری در این حوزه توانستیم موفقیت‌های خوبی را به دست آوریم. کریمی ادامه داد: شتاب‌دهنده‌های اقتصادی و فرهنگ‌سازی ایجاد شده‌اند و با پیگیری مقام معظم رهبری و برگزاری جلسات هماهنگی در این حوزه توانسته‌ایم موفقیت‌هایی را به دست آوریم فرا روی ما آینده روشن قرار دارد. نظر مقام معظم رهبری درباره ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان



تا سال ۲۰۲۰ صد میلیون نفر برای خرید از واقعیت افزوده استفاده خواهند کرد

محققان معتقدند که تا سال ۲۰۲۰، در حدود ۱۰۰ میلیون نفر برای خرید خود در فروشگاه‌های مختلف از واقعیت افزوده استفاده خواهند کرد. به گزارش زومیت، گارتنر پیش‌بینی کرده است که تا سال آینده میلادی در حدود ۱۰۰ میلیون نفر از واقعیت افزوده برای خرید محصولات مورد نظر خود در فروشگاه‌های آنلاین و سایر فروشگاه‌های غیر آنلاین استفاده خواهند کرد. تابستان سال گذشته، گارتنر از خرده‌فروشی‌ها نظرسنجی کرد و متوجه شد که در حدود ۴۶ درصد فروشگاه‌های خرده‌فروشی قصد دارند واقعیت افزوده یا واقعیت مجازی را در بخش فروش محصولات خود اضافه کنند. گارتنر معتقد است که با معرفی شبکه پرسرعت اینترنت بی‌سیم ۵G، فروشگاه‌های بیشتری از فناوری‌های مبتنی بر واقعیت افزوده و واقعیت مجازی در فروش محصولات خود کمک خواهند گرفت.



یادداشت

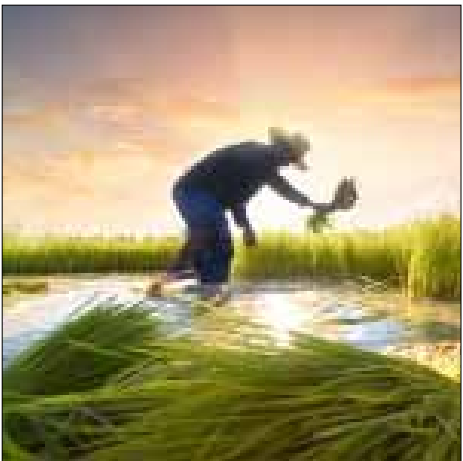
وقتی «نوآوری باز» به حل چالش‌های صنعت کشاورزی کمک می‌کند

راه‌حلی که برای رویارویی با این چالش ارائه و برنده شد، «Weedspot» بود که فناوری بازی‌سازی را با استفاده از هوش مصنوعی برای شناسایی علف‌های هرز استفاده کرد. این راه‌حل شکل ماهرانه‌تری از شناسایی و تشخیص علف‌های هرز را ارائه می‌داد. در واقع اگر کشاورزان دقیقاً ندانند که علف‌های هرز در کدام قسمت‌های می‌رویند، متوقف کردن رشد و جلوگیری از انتشار گسترده آنها مشکل‌تر خواهد بود.

نوآوری WeedSpot از یک موتور بازی برای ایجاد تصاویر سه بعدی از علف‌های هرز استفاده کرد. به‌منظور کمک به الگوریتم‌های آموزش طبقه‌بندی علف‌های هرز، داده‌های عینی که توسط بشر ایجاد شده بود با داده‌های دنیای واقعی تکمیل شدند تا اعتبارسنجی شوند. رقابت تیم‌ها بر سر چالش دوم:

هر سه تیم در چالش دوم شرکت کردند تا «روش‌های جدیدی برای تولید محصولات غذایی قابل دسترس‌تر» ارائه دهند. تیم‌ها می‌بایست افکار و ایده‌های‌شان را به سمت سیستم‌های رشد عمودی متمایل می‌کردند که از آب و مواد مغذی محلول به‌جای خاک استفاده کنند. گرچه چنین روش‌هایی امکان تولید محصولات غذایی را در مکان‌های غیرمنتظره فراهم می‌کنند، اما نیاز دارد به بهبود سیستم‌های کنترلی برای اطمینان یافتن از شرایط بهینه رشد محصولات مختلف.

در این رقابت، راه‌حل برنده متعلق به تیم «Grow» به‌خاطر سیستم تحت کنترل هوش مصنوعی‌شان بود که درک چگونگی استفاده از داشبورد این سیستم بسیار ساده و آسان است. رقابت تیم‌ها بر سر چالش سوم: چالش سوم مربوط به «چگونگی یکپارچه‌سازی و به کارگیری داده‌های کلان هنگام کشاورزی»



است. کشاورزان هنگام نظارت و مدیریت مزارع خود، اطلاعات زیادی را از منابع مختلف جمع‌آوری می‌کنند. از جمله: اطلاعات مربوط به بازده محصول یا داده‌های مربوط به رطوبت خاک. با این حال، این داده‌ها تنها زمانی مفیدند که برای مکانی خاص به اندازه کافی مشخص شده باشند. نمونه‌هایی که در اختیار تیم‌های شرکت‌کننده قرار گرفته بود؛ دو ایستگاه آب و هوایی بودند که شش مایل باهم فاصله داشتند. یکی بارش را ثبت می‌کرد و دیگری خیر. چهار تیم در این چالش شرکت داشتند و برنده تیم «Durian Pi» بود. راه‌حل آنها داده‌های موجود را برای شناسایی همبستگی و ارتباطات جدید کنار هم قرار داد و از تکنیک‌های آماری برای پیش‌بینی شرایط آب و هوایی بین ۲۶ ایستگاه آب و هوایی استفاده کرد.

و اما گام‌های بعدی برای آیندگان:

گام‌های بعدی این است که مفاهیم و نمونه‌های برنده را به فرصت‌های تجاری تبدیل کنید. همه راه‌حل‌های ارائه شده این پتانسیل را دارند که تاثیر زیادی بر صنعت کشاورزی داشته باشند.

منبع: ideaconnection/modirinfo

مترجم: نازنین توکلی
کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

«نوآوری باز» رویکردی کاربردی نسبت به مفهوم نوآوری است. امروزه نوآوری‌ها به‌راحتی می‌توانند اثراتی را در سطح مصرف‌کننده، شرکت، صنعت و جامعه از خود به‌جای بگذارند.

رویکرد نوآوری باز و دستاوردی جدید در صنعت کشاورزی:

ارائه فناوری بازی‌سازی برای تشخیص علف‌های هرز

صنعت کشاورزی و رویداد نوآوری باز:

کشاورزی هم مانند بسیاری از صنایع دیگر از چالش‌ها و مشکلات زیادی رنج می‌برد که هر کدام می‌تواند به نوبه خود فرصتی برای ارائه راهکارهای خلاقانه و نوآورانه باشد. به‌منظور حل بعضی از این چالش‌ها کسب‌وکاری به نام «Agri-Tech East» به میزبانی هاکاتون در سال ۲۰۱۸ روی بخشی از سازمان‌های کشاورزی در انگلستان متمرکز شد.

این اولین باری بود که چنین رویکردی اتخاذ می‌شد و کسب‌وکار Agri-Tech East امیدوار بود که بتواند با استفاده از نوآوری باز افکار و ایده‌های متنوعی را برای رویارویی با سه چالش حوزه کشاورزی ارائه دهد.

این چالش‌ها عبارت بودند از:

۱. ارتقای رویکردهای سنتی

کنترل علف‌های هرز

۲. تولید محصولات غذایی قابل

دسترس‌تر

۳. یکپارچگی داده‌ها برای ارزیابی

دقیق‌تر شرایط رشد

در این «هاکاتون»،

شرکت‌کنندگانی از چهار قاره و

از رشته‌های متعدد جذب شدند.

برنامه نویسان کامپیوتر، متخصصان

ماشین‌آلات، کشاورزان، دانشمندان

گیاه‌شناسی در این رویداد شرکت کردند و بیش از ۹ تیم چند رشته‌ای تشکیل شد. شرکت‌کنندگان این رویداد آخر هفته را به ارائه راه‌حل‌های‌شان اختصاص دادند.

اهداف «هاکاتون»:

هاکاتون نه تنها برای حل مشکلات با نگاه و رویکردی جدید است، بلکه برای سرعت بخشیدن به جریان خلق ایده‌هاست، چرا که مشاهده نتایج نوآوری در صنایع غذایی و کشاورزی سنتی به زمان بیشتری نیاز دارد.

فرایند کار کردن روی چالش‌ها:

رقابت تیم‌ها بر سر چالش اول:

دو تیم روی اولین چالش یعنی «روش‌های جدید بهبود رویکردهای سنتی به منظور کنترل علف‌های هرز» کار کردند. یکی از مشکلات مهمی که صنعت کشاورزی انگلستان را تهدید می‌کرد، رشد «بلک گراس»‌ها بوده که بیش از یک میلیون هکتار محصولات زراعی را در انگلستان آلوده کرده است. در طول سال‌ها این نوع علف‌های هرز نسبت به علف‌کش‌ها مقاوم‌تر شده‌اند.

رسانه ملی از استارت‌آپ‌ها حمایت کند

وی ادامه داد: حال سوال پیش می‌آید که آیا این شائبه وجود دارد که صدا و سیما با مجموعه‌ای که مناسبات خاصی دارد قرارداد منعقد کرده است؟ البته بحث مناسبات یک طرف این قضیه است و بحث شفاف بودن قرارداد با رعایت تشریفات قانونی طرف دیگر این ماجراست.

بهداری با تاکید بر اینکه در ماده ۴۵ آیین‌نامه مجلس موضوع نظارت بر تمام ارکان کشور وجود دارد، گفت: هرچا احساس شود تخلفی در مجموعه‌ای رخ داده، کمیسیون‌های تخصصی مجلس می‌تواند بررسی‌های لازم را انجام دهد؛ در نهایت اگر از سوی مسئولان مربوطه پاسخ قانع‌کننده‌ای داده نشود موضوع می‌تواند در صحن مجلس مطرح شود. استارت‌آپ در فارسی به معنای شرکت نوپاست؛ اگرچه در تعریف استارت‌آپ

بر این مسئله تأکیدی وجود ندارد که حتماً فعالیت آن در حوزه تکنولوژی یا فناوری اطلاعات باشد اما بسیاری از استارت‌آپ‌ها در سال‌های اخیر، حول این زمینه‌ها شکل گرفته‌اند.

سید هادی بهادری با بیان اینکه مجلس برای حمایت از استارت‌آپ‌ها توسط رسانه ملی حساسیت دارد، بیان کرد صدا و سیما مجموعه‌ای ملی و عمومی است و باید در انعقاد قراردادها به گونه‌ای رفتار کند که شائبه حمایت جهت‌دار از مجموعه‌ای

خاص به وجود نیاید. به گزارش ایرنا، وی افزود: صدا و سیما از بودجه عمومی ارتزاق می‌کند و در حمایت از استارت‌آپ‌ها به ویژه در بحث تبلیغات باید طوری حرکت کند که منافع عمومی

تأمین شود. نماینده مردم ارومیه در خانه ملت با شائبه‌برانگیز خواندن برخی از قراردادهای صدا و سیما در این راستا، اظهار داشت: ظاهراً در برخی از قرارداد مذکور حمایت‌هایی صورت گرفته که مقداری شائبه حمایت جهت‌دار را ایجاد کرده

است؛ در همین راستا با ارسال نامه‌ای به هیات رئیسه مجلس خواستیم صدا و سیما با ارائه توضیحاتی از این موضوع اعلام برائت کند.



ارزش بیت کوین به یک‌باره با رشدی ۲۰ درصدی مواجه شد

نخستین‌بار از آوریل سال گذشته است که ارزش بیت‌کوین طی یک‌روز، تا این‌میزان رشد می‌کند. ارزش بیت‌کوین در اواخر سال ۲۰۱۷ تا نزدیک ۲۰۰۰۰ دلار بالا رفت؛ با این حال، چیزی نگذشت که قیمت آن فروکش کرد. در واقع آمار نشان می‌دهد که در سال گذشته، ارزش این رمزارز طی سه‌فصل متوالی، با کاهش روبه‌رو شده است.

تحلیلگران می‌گویند افزایش ناگهانی ارزش بیت‌کوین، احتمالاً به‌دلیل ثبت سفارشی به‌ارزش ۱۰۰ میلیون دلار توسط فردی ناشناس از طریق مراکز مبادلاتی Coinbase و Kraken (در آمریکا) و Bitstamp (در لوکزامبورگ) بوده است.

مدیر اجرایی ارشد شرکت BCB Group در این زمینه می‌گوید: «احتمال می‌دهیم که دلیل این اتفاق، به یک سفارش بزرگ از طریق مراکز مبادلاتی یادشده مربوط شود؛

این سفارش توسط الگوریتمی خاص سازماندهی شده و در حدود ۲۰ هزار بیت‌کوین، ارزش داشته است». با همه اینها، تاکنون تحلیلگران نتوانسته‌اند دلیل ثبت چنین سفارشی را از سوی خریدار مرموز، شرح دهند.

سه‌شنبه گذشته، ارزش بیت‌کوین به یک‌باره به‌بالترین حد خود در تقریباً پنج ماه اخیر رسید، اما داستان چه بود و چرا این اتفاق افتاد؟

به گزارش زومیت، بیت‌کوین، رمزارز پرسروصدایی است که سال‌ها از تولد

آن می‌گذرد؛ ارزش این رمزارز طی سال گذشته میلادی روندی غالباً نزولی را طی کرد و تعجب برخی تحلیلگران را به‌دنبال داشت، اما سه‌شنبه گذشته در اتفاقی تأمل‌برانگیز، ارزش بیت‌کوین مجدداً بالا رفت و به بیشترین حد خود طی پنج ماه اخیر رسید. افزایش ناگهانی ارزش بیت‌کوین تنها به‌خود بیت‌کوین محدود نشد و ارزش رمزارزهای کوچک دیگری نیز با رشد مواجه شد. براساس آنچه خبرنگار رسانه روتنر می‌نویسد، این اتفاق در پی ثبت‌شدن یک سفارش بزرگ از سوی خریداری ناشناس به‌وقوع پیوسته است. ارزش بیت‌کوین روز سه‌شنبه در آسیا به‌میزان ۲۰ درصد بالا رفت و برای اولین‌بار از اواسط ماه

نوامبر گذشته، مرز ۵۰۰۰ دلار را رد کرد. تا اواسط بهدازظهر روز سه‌شنبه، ارزش بیت‌کوین اندکی کاهش یافت و به ۴۸۰۰ دلار رسید؛ همین ۴۸۰۰ دلار هم به‌نوبه خود رشدی ۱۶ درصدی نسبت به قبل به‌شمار می‌آید. برای



فوت‌های کوزه‌گری در دنیای فریلنسری (۱)

نویسنده: محمد مرتجی

می‌گویند در زمان‌های دور که حرفه‌ها را به صورت استاد و شاگردی یاد می‌گرفتیم (کاش بتوانیم از آن دوران، رابطه استاد و شاگرد را به دنیای امروزمان بیاوریم)، نوجوانی به کوزه‌گری علاقمند می‌شود. در آن دوران هنوز مدرک سطح یک و سطح دو فنی و حرفه‌ای، مدرک پژوهش در صنایع دستی، مدرک کارشناسی صنایع دستی و مدارک دیگر وجود نداشت. رزومه به دست‌ها هم وجود نداشتند. بیشترین چیزی که باعث می‌شد بتوانید وارد بازار کار شوید، تایید استادی باسابقه بود که خارجی‌ها امروز آن را با نام Reference Name می‌شناسند. نوجوان داستان ما هم برای گرفتن این تاییدیه و آموختن حرفه کوزه‌گری، به سراغ کوزه‌گر شهرشان می‌رود و کار را با او شروع می‌کند.

استاد کوزه‌گر، آرام آرام جزئیات کار را یاد شاگرد می‌دهد. هفته‌های اول، مجبور بود به دنبال خاک مناسب برود. شاگرد نوجوان، انقدر خاک بد آورد و آزمون و خطا کرد تا بالاخره از روی گیاهان، رنگ خاک، فاصله از شهر چندین فاکتور دیگر خاک خوب را تشخیص می‌داد. به قول معروف، در خاک‌شناسی برای خودش استادی شده بود.

شش ماه بعدی، فقط به این صرف شد که شاگرد، گل را «بسپرشد» و آن را ورز دهد. خمیر و گل کوزه‌گری هم به این سادگی ورز نمی‌خورد. شش ماه طول کشید تا دست‌های نوجوان توانمند شود و بتواند فن ورز دادن را یاد بگیرد. من و شما هم اگر به جایش بودیم، شاید همین اندازه زمان نیاز داشتیم. بحث مهارت است؛ چیزی که بدون صرف زمان و با درس خواندن شب امتحان به دست نمی‌آید.

بعد از چهار سال، نوجوان پا به پای استاد فعالیت می‌کرد. استاد از او راضی بود و یک چهارم درآمد را به او می‌داد. شاگرد هم با استادش رابطه خوبی داشت و از اینکه می‌توانست پیش دیگران سری بلند کند، راضی بود. روزی از روزها، نوجوان حکایت (که حالا تبدیل به جوانی ۲۰ ساله شده بود) تصمیم می‌گیرد که برای خودش کارگاهی کوچک باز کند. دعوای بین شاگرد و استاد، از همین جا شروع می‌شود.

استاد مخالف این کار بود. می‌گفت من به صلاحت نمی‌دانم که الان کارگاه داشته باشی. چند سال می‌گذرد و عمرت را هدر می‌دهی. پشیمان می‌شوی. درخت دانشت تنومند است، ولی هنوز میوه‌ای ندارد. صبر کن تا میوه‌دار شود و بعد برو. شاگرد هم مخالف استاد بود. می‌گفت اگر تو یک روز هم به کارگاه نیایی، خود من تمام کارها را انجام می‌دهم. چرا باید باز هم پشت بمانم؟ می‌خواهم بیرون بزنم و برای خودم کار کنم. می‌خواهم ۱۰۰درصد عایدی کارگاه مال من باشد.

استاد کمی مقاومت کرد، ولی بحث داشت به سمت ناخوشایندی می‌رفت. شاگرد حس کرد که استاد می‌خواهد استثمارش کند. استاد هم که نمی‌خواست شاگرد به او حس بدی داشته باشد، مقاومت نکرد و گفت هر کاری می‌خواهی بکن، ولی تاییدیه من را نخواهی داشت.

شاگرد پول هایش را جمع کرد و برای خودش کارگاه زد. برای اولین بار، کوزه‌ها را داخل کوره گذاشت و منتظر ماند، ولی زمانی که کوزه‌ها را از تنور خارج کرد، همه شکسته بودند. بار دوم، سوم و چهارم هم همین اتفاق افتاد. کوزه‌ها بدون دلیلی خاص، می‌شکستند. انواع گل‌ها، ذغال‌ها و روش‌های ورزدادن را امتحان کرد، ولی کوزه‌ها باز هم می‌شکستند. جوان کوزه‌گر کاملاً کلافه و اشفته شده بود، ولی غرورش اجازه نمی‌داد پیش استادش برود. چند ماه گذشت و او حتی یک کوزه هم نساخته بود. مغزهاش خالی بود و مردم هم اعتنایی به او نداشتند. آبرویش کم کم رفت و دیگر چیزی برایش باقی نماند. دست از پا درازتر، پیش استادش بازگشت. استاد هم سنگ تمام گذاشت و تا می‌توانست سر کوفت زد. جوان شکسته شده بود و دوباره می‌خواست شاگردی کند. استاد هم می‌خواست دق و دلی‌اش را سر شاگرد قدیمی خالی کند. خلاصه اینکه بالاخره شاگرد التماس کرد و استاد هم که از لذت انتقام و آزار راضی شده بود، پذیرفت که جوان دوباره سر کارش برگردد. چند سالی گذشت و جوان، هنوز اندر خم کوچه‌ای بود که کوزه‌ها در آن می‌شکستند. در این چند سال، متوجه شد که اگر هم می‌توانست کوزه بسازد، نمی‌توانست مغازه‌داری کنند. شاگرد جدیدی هم که برای کارگاه آمده بود، به او نشان داد که بلد نیست با شاگردهای کم‌سن و سال ارتباط برقرار کند.

در یک روز شنبه (شاید هم دوشنبه)، استاد که حالا کاملاً پیر و ناتوان شده بود صدایش زد و کوزه‌های نیمخته را نشان داد. از جوان خواست که آنها را داخل کوره بگذارد، ولی باز هم همه کوزه‌ها شکستند.

استاد گفت طبقی دیگر آماده کند و کوزه‌ها را قبل از گذاشتن داخل کوره، «فوت» کند. این کار، گرد و خاک روی کوزه را پاک می‌کرد. کوزه‌ها بعد از پخته شدن، سالم و آماده تحویل جوان شدند. جوان بسیار شگفت‌زده بود، ولی دیگر می‌دانست که چرا استاد، این «فوت کوزه‌گری» را قبلاً یادش نداده بود. استاد به او گفت که می‌خواهد بازنشنسته شود، بنابراین کارگاه را به او خواهد داد و مبلغی هم برای سال‌های آخر عمرش از او می‌گیرد. جوان کوزه‌گر دیگر خوشحال نبود. چیزی را به سادگی به دست نیابوده بود که بخواهد خوشحال باشد. کارگاه هم برایش عزیزتر از جان بود و مصمم بود تا لحظه مرگ، برپا نگهش دارد. فوت کوزه‌گری یکی از استعاره‌های ادبی ماست. چند سال پیش، فکر می‌کردم که بیشتر شبیه گنج است؛ اگر پیدایش کنی، یک‌شنبه ر ۱۰۰ ساله می‌روی. ولی امروز نظرم تغییر کرده است.

گفتن اینکه «تو در بازاریابی خبره نیستی» بسیار سخت است. مخاطب اصلاً نمی‌داند بازاریابی چیست و فقط چند جمله از بزرگان را دربارهاش خوانده است. شاید هم چند سمینار شرکت کرده و پول زیادی خرج کرده باشد، ولی به جای گفتن این جمله، می‌توان راه کم‌تنش‌تری را انتخاب کرد. می‌توان رمزی در حد «فوت کردن» را پیش خود نگه داشت و تا زمانی که شاگرد به مهارت‌هایی انتزاعی مثل «بازاریابی»، «مذاکره» و «مدیریت» چیره نشده است، فوت کردن را به او نیاموخت، ولی متأسفانه (و بسیار متأسفانه) این راهکار امروز جواب نمی‌دهد.

مشکلی که من و شمای تحصیلکرده امروز با آن مواجهیم، این است که فوت‌های کوزه‌گری را در کسری از ثانیه به دست میآوریم. هنوز نمی‌توانیم کارگاه را بچرخانیم و جنس‌مان را بفروشیم، ولی دینابیس‌های زیادی برای‌مان نکته و «How to» آماده دارند. ما با مهارت و مفهوم پخته شدن ذهن‌مان بیگانه‌ایم و جذب تیتروهایی مثل «۱۰ نکته در فروش و بازاریابی» می‌شویم. به هر حال، من هم هرچه نکته دارم روی دایره می‌ریزم تا از آن استفاده کنید. استدلالم این است که نگفتن‌شان در این روزگار معنایی ندارد. کسی که طالب باشد، بالاخره جواب را پیدا می‌کند، ولی انتظار ندارم که با تزریق این نکته‌ها در یک نوشته، به فریلنسری موفق و خفن تبدیل شوید. راه درازی پیش روی‌تان است و واماندن در آن هم باعث شکست‌تان می‌شود.

ادامه دارد ...

منبع: modirinfo

چگونه برای برندمان طرح مینیمال خلق کنیم؟(۱)

بررسی ۲۲ طراحی مینیمال برتر برندهای دنیا

با طرح‌های مینیمالیستی ساده تصاویر جذاب مخاطب را به وجد آورده است. این اطلس به طور عمده تصاویر جذاب اقیانوس‌های مختلف را در خود می‌دارد. همچنین متن‌های توضیحی پیرامون هر تصویر نیز با فونت و رنگی ساده در گوشه‌ای از تصاویر نقش بسته‌اند. به این ترتیب متن راهنما هیچ تأثیری بر روی تصویر اصلی ایجاد نمی‌کند. نکته جالب طراحی کتاب هیتز شاو نقشه راهنمای پس‌زمینه آن است. به این ترتیب هر تصویر دارای نقشه راهنمایی برای تعیین موقعیت جغرافیای آن منطقه است. این نقشه به صورت نقاشی سیاه و سفید در پس‌زمینه هر تصویر (گوشه سمت چپ) قرار دارد. به این ترتیب مخاطب به راحتی امکان مشاهده مکان ثبت عکس‌ها را خواهد داشت.

۴. کارت‌های هلیکس اسلیپ با طراحی استفانی بروکر



برند هلیکس اسلیپ اخیرا اقدام به خلق کارت‌های جالبی کرده است. بر این اساس روی این کارت‌ها توصیه‌هایی مختلف برای مخاطب درج شده است. استفانی بروکر به عنوان یک طراح خلاق به گونه‌ای مناسب از طراحی مینیمالیستی سود برده است. کارت‌های هلیکس اسلیپ در عین سادگی دارای طیف رنگ‌های چشم‌نوازی هستند. نکته جالب اینکه در طراحی استفانی هیچ رنگ تندی مشاهده نمی‌شود.

۵. طراحی مینیمال برند پیکسیت با طراحی پیتر کومیروفسکی



کومیروفسکی در سایت رسمی خود پیرامون این طراحی‌اش اینگونه اظهار نظر کرده است: «برند پیکسیت از من درخواست طراحی مجموعه‌ای از طرح‌های الگوبرداری شده از طبیعت را کرد. هدف اصلی آنها انتخاب آیکنونی مناسب برای اپ تازه‌شان تحت عنوان Fragment بود.» طراح نهایی کومیروفسکی به معنای دقیق کلمه تمام درخواست‌های برند پیکسیت را در خود جای داده است. به این ترتیب با الگوبرداری از ظاهر روباه قرمز طرحی بی‌نهایت جذاب خلق شده است. نکته جالب اینکه کومیروفسکی برای پیکسیت مجموعه متنوعی از طرح‌ها را تولید کرد. در نهایت هم با نظر مشترک دو طرف روباه قرمز به عنوان کار نهایی انتخاب شد.

۶. طرح مستر کارت با طراحی پنتاگرام



بدون تردید یکی از به یاد ماندنی‌ترین طراحی‌های مینیمال تاریخ متعلق به برند مستر کارت است. در حقیقت این طرح به خوبی بیانگر کسب‌وکار مستر کارت و حوزه تخصصی‌اش است. این طرح بر پایه دو رنگ قرمز و نارنجی قرار دارد. به این ترتیب با تلاقی آنها رنگ سومی خلق می‌شود. در پایین طرح نیز نام مستر کارت نقش بسته است. طراحی این اثر به اندازه‌ای تأثیرگذار بوده که هنوز هم پس از گذشت سال‌ها برند مستر کارت در آن تغییری ایجاد نکرده است.

ادامه دارد ...

منبع: hubspot

به قلم: کارولین فوریسی نویسنده مطالب بازاریابی در سایت Hubspot.com ترجمه: علی آل‌علی

طراحی مینیمال امروزه بدل به یکی از نیازهای اساسی هر برندی شده است. در این میان تفاوتی بین تلاش برای فراهم سازی پست‌های جذاب در اینستاگرام، صفحه سایت یا سایر طرح‌های اصلی برندمان نیست. مزیت اصلی طرح‌های مینیمال تغییر نحوه برقراری ارتباط ما با مخاطب‌های برندمان است. به این ترتیب به جای استفاده از چند سطر مطلب کسل‌کننده یا طرح‌های ساده و ابتدایی در قالبی جذاب به تعامل با مخاطب هدف‌مان خواهیم پرداخت. طرح‌های مینیمال معمولاً تأکید واضحی روی اهداف مورد نظر برندها دارند. به همین دلیل به سادگی از سوی مخاطب مورد شناسایی قرار می‌گیرند. برخلاف تصور عمومی مردم، طراحی مینیمالیستی فقط شامل فضایی سفید نیست. بدون تردید برای پیشگیری از خلق طرح‌های مینیمال کسل‌کننده و غیر جذاب باید نگاهی دقیق به نمونه‌های موفق چنین طراحی‌هایی داشته باشیم. در این مقاله هدف اصلی من بررسی برخی از طرح‌های مینیمالیستی موفق است. در زمینه انتخاب موارد موفق نیز به طور عادلانه از پوسترها گرفته تا لوگوها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

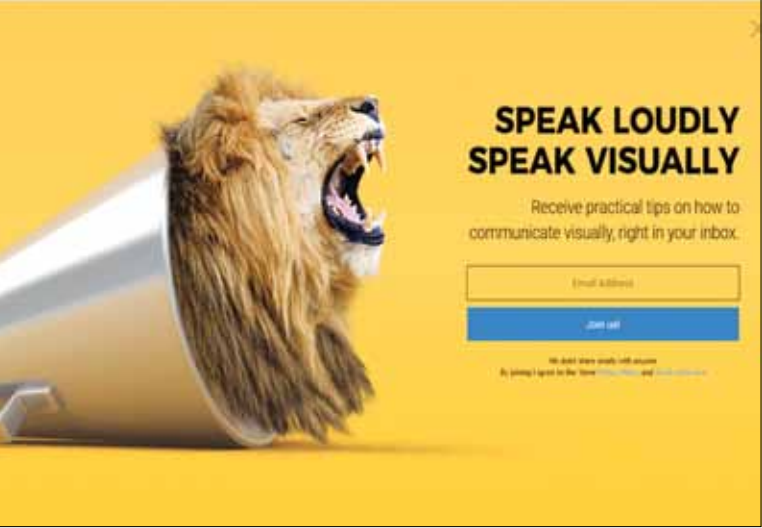
طرح‌های گرافیکی مینیمالیستی

۱. براگا دا کروز



کارت کسب‌وکار برند براگا دا کروز مانند جواهرات این برند چشم‌نواز هستند. لوک هالوتا با طراحی کارت‌هایی بسیار زیبا کمک شایانی به این برند در راستای نمایش جلوه‌ای خلاق و جذاب از خود کرده است. در حقیقت نمونه براگا دا کروز مثال موثقّی از نحوه تأثیرگذاری طراحی مینیمالیستی بر روی نمای کلی کسب‌وکارهاست. هالوتا در طراحی این کارت‌ها از دو رنگ اصلی سیاه و سفید استفاده کرده است. به این ترتیب یک سوی کارت‌ها به رنگ مشکی طراحی شده است. در این سو ما لوگو و نام براگا دا کروز را در مرکز داریم. رنگ فونت این صفحه در تضاد با پس‌زمینه مشکی در قالب سفید انتخاب شده است. به این ترتیب تأثیر بیشتری بر روی جلب نظر مخاطب خواهد داشت. پشت کارت براگا دا کروز به رنگ سفید طراحی شده است. در این صفحه نام مدیرعامل شرکت، آدرس سایت رسمی و شماره تماس قرار دارد. در اینجا نیز ما با پس‌زمینه‌ای سفید و رنگ فونتی متضاد یعنی سیاه مواجه هستیم. به این ترتیب تأثیرگذاری ترکیب رنگ این طراحی در عین سادگی تا حد زیادی افزایش خواهد یافت.

۲. ویسمی



طرح‌های مینیمالیستی الزاماً نباید حوصله مخاطب را سر ببرد. در اینجا برند ویسمی یک آگهی تبلیغاتی بسیار خلاقانه را طراحی کرده است. تمرکز اصلی در این طراحی روی کادر آبی «به ما بپیوندید» است. در حقیقت پس‌زمینه این آگهی به رنگ نارنجی است. به همین دلیل طراحی کادری هرچند کوچک به رنگ آبی نگاه مخاطب را به خود جلب می‌کند. البته برند ویسمی برای جلب نظر مخاطب فقط به بازی با رنگ‌ها اکتفا نکرده است. به این ترتیب آنها بوفی بزرگ با سر شیر را نیز در سمت راست آگهی‌شان قرار داده‌اند. به این ترتیب نگاه مخاطب بیش از هر زمان دیگری به این شیر در حال نعره زدن جلب خواهد شد.

۳. طراحی کتاب هیتز شاو



برند هیتز شاو نامی شناخته شده در عرصه طراحی گرافیکی است. این برند در طراحی کتاب اطلس اقیانوس‌های خود

ایستگاه بازاریابی

بازاریابی رابطه‌ای و ایجاد اعتماد در مشتریان

نویسنده:ملیکانصیر
کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

در «بازاریابی رابطه‌ای» بازاریاب به جای توجه به فرآیند مبادله، به حداکثر سودی که از گفت‌وگو میان مشتری و تامین‌کننده به‌دست می‌آید، توجه می‌کند. در این نوع بازاریابی مشتری و بازاریاب به عنوان شریک یکدیگر در نظر گرفته می‌شوند و این ویژگی سبب می‌شود بر مبانی اعتماد و وفاداری متقابل سود نصیب هر دو شریک یعنی بازاریاب و مشتری شود. در حقیقت به دلیل اهمیت بسیار زیاد حفظ مشتریان، از این نوع بازاریابی استفاده می‌شود. می‌توان بازاریابی رابطه‌ای را فرآیندی معرفی کرد که در آن چندین گروه با اهداف مختلف وجود دارند و باید اهداف هر یک از این گروه‌ها تامین شود، بنابراین «اعتماد» نقش مهمی در این نوع بازاریابی ایفا می‌کند.

بازاریابی رابطه‌ای در ابتدا در بازاریابی بنگاه به بنگاه یا به عبارتی B۲B شکل گرفت، اما با توجه به در اولویت قرار گرفتن مشتریان، امروزه این نوع بازاریابی شکل گرفته است.

در این نوع بازاریابی، بر توسعه روابط بلندمدت با مشتریان توجه و تاکید می‌شود و تا حدی اعتماد شکل می‌گیرد که مشتریان به‌عنوان شریکی برای کسب و کارها در نظر گرفته شوند.

دلیل رشد بازاریابی رابطه‌ای

۱- با وجود مشتریان وفادار و روابط متکی بر اعتماد، هزینه تبلیغات کاهش یافته و در فعالیت‌های بازاریابی می‌توان صرفه‌جویی کرد.

۲- این نوع بازاریابی برای مشتریان منافع بیشتری را تضمین می‌کند و سبب می‌شود تا هزینه زمانی و میزان ریسک در خرید کالا و خدمات برای آنان کاهش پیدا کند.

اما سوال مهمی که همیشه چالش این نوع بازاریابی‌ها بوده این است که، چگونه تشخیص دهیم که مشتریان ما استحقاق چنین روابطی را دارند؟

به طور کلی می‌توان گفت در خصوص کالاهای مصرفی دو طیف مشتریان وجود دارد:

۱- مشتریان با سهم همیشگی:

چنین مشتریانی افرادی هستند که هزینه جا به جایی و تغییر تامین‌کننده برای آنان کم است. آنان برای خرید کالاهای مصرفی گران‌قیمت تمایل بیشتری دارند تا به شکل حضوری و از طریق مذاکره فردی با فروشنده فرآیند خرید خود را طی کنند.

۲- مشتریان بی‌علاقه نسبت به ایجاد روابط بلندمدت:

چنین مشتریانی پایبند به نام تجاری خاصی نبوده و مشتریان تنوع‌طلبی هستند که در صدد تجربه نام‌های تجاری مختلف و برندهای گوناگون هستند.

در مفهوم بازاریابی رابطه‌ای اگر تعدادی از مشتریان ما از دست بروند و یک مشتری خوب و وفادار جایگزین شود، شرایط مساعدی را ایجاد کرده است. به نوعی می‌توان گفت برای ایجاد یک مشتری وفادار باید چند مشتری معمولی از بین بروند.

در این مبحث نوع بازار هدف و تقسیم بازار نیز حائز اهمیت است. برای مثال بنز با محصولات گران‌قیمت خود بازار هدف قشر کم‌درآمد و متوسط را از دست داده است و بر مشتریان خاص خود تمرکز کرده است.



برندینگ و تاثیر آن بر بازاریابی رابطه‌ای

دنیا دنیای برند و نام‌های تجاری است در چنین شرایطی، خود مشتریان به دنبال ایجاد رابطه بلندمدت با کسب و کارها هستند. از طرف دیگر این کسب و کارها با در نظر گرفتن بن‌های تخفیف و عضویت در باشگاه کسب و کارها و ... می‌توانند در ایجاد چنین روابط بلندمدتی موفق باشند.

اگر کسب و کار شما به بازاریابی رابطه‌ای نیازمند است ایجاد تغییرات زیر اهمیت می‌یابد:

۱- اعضای کسب و کارتان باید در هنگام معامله و فروش به مشتریان، دیدگاه بلندمدتی را در نظر بگیرند و برای دستیابی به این دیدگاه آموزش دیدگاه مشتری محوری اهمیت دارد.

۲- کار تیمی و تلاش‌های تیمی در کسب و کارها اهمیت بسیار زیادی دارد به نوعی می‌توان گفت فلسفه بازاریابی رابطه‌ای باید در یکایک اعضای تیم و سازمان نهادینه شود و برای احقاق این رویکرد، تلاش تیمی صورت گیرد.

۳- کسب و کار شما باید متمرکز بر رفع نیاز و خواسته مشتریان باشد و صرفا سود و افزایش فروش را مدنظر قرار ندهد.

برای حفظ مشتریان می‌توان دو اقدام زیر را انجام داد:

۱- مزایای مالی: پرداخت‌های مادی و پاداش پولی به مشتریان برای افزایش وفاداری آنان در قالب هدایای پستی و امتیازات و

۲- مزایای اجتماعی: ایجاد پیوندهای شخصی و اجتماعی اعضای کسب و کارتان با مشتریان در قالب ارائه برنامه بازاریابی خاص یکایک مشتریان.

منبع: modirinfo



ارسال‌شان نیز متفاوت خواهد بود. اگر به این نکات توجه نداشته باشیم، محتوای ایمیل‌مان برای مخاطب آزادنده خواهد شد.

خلق محتوای ارزشمند

ایجاد محتوای باارزش یکی دیگر از راهکارهای بازاریابی برای کسب‌وکارمان است. چنین شیوه‌ای معمولا تاثیر بسیار عمیق‌تری روی مخاطب اینترنتی دارد. همچنین در صورت طراحی محتوا از سوی خودمان نیاز به پرداخت هزینه به بازاریاب‌ها هم نیست.

نکته مهم درخصوص ایجاد محتوا برای مخاطب توجه به عدم برابری همه آنها با یکدیگر است. فقط محتوای باارزش در سطح اینترنت با بازخورد مناسب از سوی کاربران مواجه می‌شود. توجه ما نیز باید روی تولید محتوای باارزش باشد. در غیر این صورت محتوای‌مان به خیل عظیم «بی‌مصرف‌ها» در سطح اینترنت خواهد پیوست.

معنای کلی آنچه در سطرهای بالا گفته شد، خلق محتوایی مانند مطالب وبلاگی آموزنده یا سرگرم‌کننده است. در صورتی که فرمت مدنظر ما ویدئو باشد، باید آن را در عالی‌ترین کیفیتش تهیه کنیم. همچنین پیام ویدئوی ما نیز مهم است. یک ویدئو باید پیامی مشخص را برای مخاطب به همراه داشته باشد. بدون تردید سایت محتوای ارزشمند نیازمند صرف زمان بیشتری است. با این حال اگر سختی اختصاص زمان بیشتر را تحمل کنیم، فرآیند بازاریابی بهتری برای برندگان خواهیم داشت.

شروع همکاری با کسب‌وکارهای دیگر

شاید به نظر شما پرهیز از همکاری با دیگران گزینه منطقی باشد. به ویژه اگر آنها در صنعت تخصصی شما فعالیت داشته باشند، با این حال چنین طرز تفکری کاملا اشتباه است.

همکاری با شرکت‌های دیگر، برخلاف تصور رایج، سودمند است. به عنوان مثال، یک کسب‌وکار مکمل توانایی توسعه برند ما از طریق درج نام‌مان روی جعبه محصولات یا ساده‌تر از آن روی نایلون فروش دارد. همچنین بسیاری از برندهای همکار تخفیف‌های وسوسه‌کننده‌ای برای مشتریان یکدیگر قائل می‌شوند. البته باید توجه داشته که به عنوان پاسخ مناسب به این لطف آنها، ما نیز باید اقدامی مشابه را صورت دهیم.

همکاری با شرکت‌های فعال در صنعت تخصصی‌مان امکان سودآوری و صرفه‌جویی در هزینه‌ها برای هر دو طرف را دارد. به این ترتیب ما امکان همکاری با شرکت‌های دیگر برای تولید ارزان‌تر محصولات، دستیابی به مواد اولیه ارزان‌تر یا ورود شراکتی به بازاری جدید را خواهیم داشت. همچنین براساس تجربه، تولیدات ناشی از همکاری برندهای مختلف معمولا کیفیت برتری نسبت به سایر نمونه‌ها دارد.

امتحان مقدار اندکی بازاریابی گوریلی

تبلیغات پولی ممکن است تاثیرگذار باشد. با این حال آنها گونه‌هایی از بازاریابی به یاد ماندنی محسوب نمی‌شوند. به همین دلیل ما باید به سراغ بازاریابی گوریلی برویم.

بازاریابی گوریلی همیشه در زمینه جلب نظر مخاطب موفق عمل کرده است. از همه مهم‌تر، در اغلب موارد نیازمند پرداخت حتی یک پنی هم نیست. برخی از نمونه‌های بازاریابی گوریلی به شرح ذیل هستند:

• استفاده از برخی آثار هنری موقتی برای توسعه برندگان همیشه موثر

به قلم: ایوان ویدجایا صاحب سایت noobpreneur.com و کارشناس امور کسب‌وکار ترجمه: علی آل‌علی

اگر شما به دنبال رشد کسب‌وکارتان هستید، باید برای برندگان بازاریابی مناسب انجام دهید. در این زمینه فرقی ندارد شما در حال فروش کالا یا سرویس مشخصی هستید. در هر صورت یک برند باید توانایی ترکیب کلمات مناسب برای بیان آنچه انجام می‌دهد، داشته باشد.

نکته جالب درخصوص بازاریابی وجود راهکارهای متنوع برای نیل به اهداف است. به این ترتیب به اندازه برندهای به دنبال جذب مشتری راهکار برای بازاریابی برند وجود دارد. متأسفانه نقطه تاریک بازاریابی برای برندگان بحث مالی‌اش است. اگرچه راهکارهای ساده‌ای برای بازاریابی ارزان وجود دارد، اما هیچ راهکاری بدون صرف هزینه امکان‌پذیر نیست. هرچه تاثیرگذاری یک شیوه بازاریابی افزایش می‌یابد، هزینه مورد نیاز برای اجرا نیز بالاتر می‌رود. بسیاری از برندها به دو دلیل پرداخت هزینه برای بازاریابی برند را مورد بی‌توجهی قرار می‌دهند. نخست به دلیل عدم تمایل به صرف هزینه پیرامون امور بازاریابی و مهم‌تر از همه (علت دوم) ناتوانی در پرداخت هزینه. ناتوانی در پرداخت هزینه به طور کلی در ارتباط با محدودیت بودجه برندها تعریف می‌شود.

اگرچه بسیاری از راهکارهای بازاریابی نیازمند اختصاص هزینه بالایی نیست با این حال چنین اصلی در مورد همه استراتژی‌های بازاریابی صادق نخواهد بود. برخی از استراتژی‌های بازاریابی بودجه‌های بسیار هنگفتی را طلب می‌کند. البته در اینجا باید یک نکته مهم را مدنظر داشت. وقتی یک استراتژی بازاریابی هزینه بیشتری را طلب می‌کند، لزوما به معنای تاثیرگذاری بیشتر آن شیوه نیست. هدف اصلی این مقاله نیز بررسی راهکارهای بازاریابی برند تاثیرگذار و در عین حال هماهنگ با بودجه محدود بسیاری از برندهاست. در نگاه نخست شاید این ایده بسیار عجیب و تحقّق‌ناپذیر به نظر برسد، با این حال در ادامه تلاش خود را برای توضیح بیشتر هدف اصلی مقاله به کار خواهیم بست.

استفاده هوشمندانه از سرویس ایمیل

بسیاری از برندها نگاه ویژه‌ای به ارسال محتوای تازه برای مخاطبان خود از طریق سرویس‌های ایمیل دارند. مزیت اصلی این شیوه امکان طراحی قالب‌های مختلف، نگارش متن با دست باز و از همه مهم‌تر رایگان بودنش است. شما توانایی نگارش و ارسال هر تعداد ایمیل که بخواهید، دارید. همچنین اگر متن ایمیل را خودمان طراحی کنیم، دیگر نیازی به پرداخت هزینه اضافی به نویسندehای مشخص برای نگارش متن پیام‌مان نخواهد بود. در شروع کار معمولا هیچ برندی نیازمند پرداخت هزینه به سرویس ایمیلی نیست. این کار فقط در مراحل پیشرفته برای ارسال ایمیل به دامنه وسیع‌تری از مخاطب‌ها صورت می‌گیرد.

اگرچه ارسال ایمیل کاملا رایگان است، اما پیش از انتخاب گزینه «ارسال» باید اندکی پژوهش نیز انجام دهیم. نکته مدنظر من فهم تفاوت‌های میان ایمیل بازاریابی و ایمیل فروش‌محور است. در یک ایمیل متمرکز بر فروش محصولات ما رویه‌ای متفاوت از نمونه بازاریابی در پیش داریم. همچنین براساس تفاوت میان محتوای ایمیل‌ها زمان مناسب برای



چگونه با سرعت بالای رشد استارت‌آپ

هماهنگ شویم؟

سرعت بالای رشد استارت‌آپ علاوه‌بر دستاوردهای مثبتی که برای بنیان‌گذاران و کارمندان دارد، نیازمند هماهنگی و کنترل بیشتری هم هست.

بسیاری از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاران و کارآفرینان جهان اعتقاد دارند موفقیت استارت‌آپ زمانی رخ می‌دهد که بتوانند هماهنگی کاملی بین بازار و محصول خود ایجاد کند. در آن حالت، کارآفرین به این درک می‌رسد که بازاری بزرگ، نادیده گرفته شده است و او، محصولی متناسب با نیازهای آن دارد. البته، اولین بودن در ارائه راهکار به بازار، لزوماً به‌معنای تضمین موفقیت نیست. درواقع، چالش اصلی پس از آن ترکیب و رسیدن به مراحل مقیاس‌دهی شروع می‌شود.

رسیدن به موقعیت مقیاس‌دهی استارت‌آپ، خود مسیری دشوار محسوب می‌شود. شما به‌عنوان کارآفرین پس از تشکیل تیم و تأسیس استارت‌آپ، مراحل متعددی را باید پشت سر بگذارید که همه، مستلزم همان هماهنگی محصول با بازار هستند.

پس از مدتی تجربه آن چالش‌ها، به مرحله‌ای می‌رسید که استارت‌آپ برای مقیاس‌دهی و توسعه بازار آماده می‌شود. در آن مرحله، سرعت رشد به‌حدی سریع می‌شود که شاید نتوانید خود و تیم‌تان را با آن هماهنگ کنید.

در مراحل مقیاس‌دهی، نیاز به جذب، پرورش و رشد استعدادهای جدید بیش‌ازپیش حس می‌شود. همه کارآفرینان می‌دانند که آن مراحل، دشواری‌های زیادی دارند. در مرحله مقیاس‌دهی، نیاز به نیروی انسانی هم چندین برابر می‌شود که در نهایت به‌معنای چالش‌های بیشتر خواهد بود. شما باید زمان بیشتری را برای آن فرآیند اختصاص دهید تا افرادی مناسب فرهنگ سازمانی خود، جذب کنید.

چالش نیروی انسانی، در کنار دشواری‌ها، جذابیت‌هایی هم دارد که به‌هرحال آن را از وضعیت خسته‌کننده دور می‌کند. مقیاس‌دهی، علاوه‌بر آن چالش، موارد دیگری را هم به‌همراه دارد که شاید خسته‌کننده‌تر باشند. به‌عنوان مثال، احتمالاً با روندهای اداری و کاغذبازی‌های بیشتری روبه‌رو خواهید شد که قبلاً آن را در استارت‌آپ کوچک خود تجربه نکرده‌اید.

از آنها، می‌توان فرآیند مقیاس‌دهی و سرعت بالای رشد را کمی لذت‌بخش‌تر و آسان‌تر کرد. در ادامه این مطلب، راهکارهایی را شرح می‌دهیم که شاید در آسان‌تر کردن فرآیند مقیاس‌دهی برای استارت‌آپ‌ها مفید باشند.

۱- حذف هزینه‌های اضافی

مقیاس‌دهی و افزایش سرعت رشد، نیازمند هزینه‌های جدید در بخش‌های مختلف خواهد بود. اکثر استارت‌آپ‌ها هم از سرمایه‌گذاری بیرون از تیم خود در آن مرحله کمک می‌گیرند. قطعاً با بزرگ شدن تیم، هزینه‌ها هم بزرگ‌تر می‌شوند. درنتیجه، برخی هزینه‌ها که شاید زمانی اهمیت زیادی نداشتند، به یک‌باره به چالشی عظیم برای شما تبدیل خواهند شد.

به‌عنوان مثالی از هزینه‌های به‌ظاهر بی‌اهمیت که سریعاً افزایش می‌یابند، می‌توان به هزینه غذای کارمندان یا موارد ساده‌تر همچون کاغذ و ملزومات اداری اشاره کرد. همان ملزومات اداری، برخی اوقات به درگیری ذهنی اصلی مدیران بدل می‌شوند. می‌توان پیش از رسیدن به آن مراحل، برخی از هزینه‌های احتمالی را پیش‌بینی کرد و با تدبیر راهکارهای جایگزین، هزینه‌ها را قبل از مقیاس‌دهی، حذف کرد.

۲- شناخت زمان پایان نیاز به نوآوری

افراد نوآور در تیم‌های استارت‌آپی، عموماً محبوبیتی بالایی دارند، اما قطعاً نمی‌توان در فرآیندهای مقیاس‌دهی، به آنها مسئولیت‌های اصلی داد. جست‌وجوی دائمی برای راه‌های جدید کاری و روش‌های بهینه فرآیندی، نیازمند هزینه‌های بالای زمانی، انرژی و پول خواهد بود. در رشد سریع، به زمانی می‌رسید که وفاداری به روش‌های موجود و تلاش برای حفظ آنها، نسبت به نوآوری و امتحان کردن روش‌های جدید، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

زمانی که استارت‌آپ‌ها از مرحله نوپا بودن عبور می‌کنند و به استانداردهای صنعتی شدن نزدیک می‌شوند، دیگر نوآوری‌های آنچنانی و تغییرات اساسی در محصول، معنای خاصی نخواهد داشت. در آن مراحل، ارائه خدمات بهینه به مشتری، اهمیت بیشتری دارد و می‌تواند شما را نسبت به رقبای بزرگ خود متمایز کند. اگر بتوانید حتی پس از جذب چند صد هزار مشتری، هر فرد جدید را به‌عنوان اولین مشتری خود در نظر بگیرید، قطعاً در حفظ آنها و توسعه پایگاه مشتریان موفق خواهید بود.

۳- حفظ ثبات برندسازی

دوره‌های رشد سریع، بسیاری از کارآفرینان را به فکر فرآیندهایی همچون بازاریابی، تبلیغات و برندسازی بیشتر می‌اندازد. اگر شما در موقعیت مقیاس‌دهی قرار داشته باشید، به‌احتمال زیاد برند به ثبات قابل قبولی رسیده است و اکنون، باید برای حفظ آن تلاش کنید.

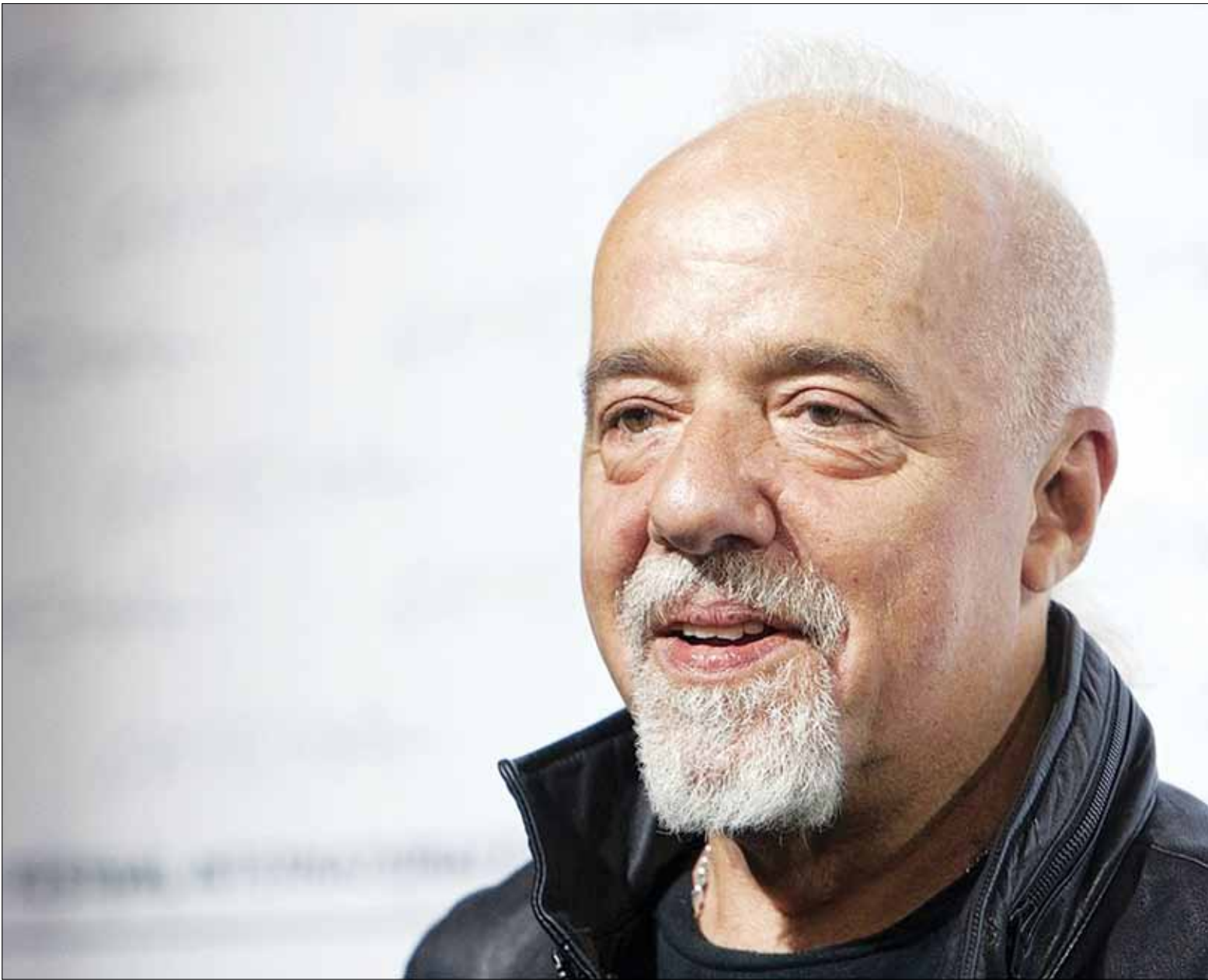
در آن مرحله، اهمیت حفظ هویت برند به‌صورت داخلی، بسیار بیشتر می‌شود، چرا که در مسیر حفظ اتحاد نیروی کاری خواهید بود.

در مرحله رشد سریع، احتمالاً نیازی به استخدام طراحان جدید نخواهید داشت (خودداری از هزینه‌های اضافی). البته، در آن مراحل هم نیاز به بهبود طراحی‌ها یا ایجاد تغییراتی جزئی خواهید داشت که در صورت راه‌اندازی کمپین‌های بازاریابی، بیشتر می‌شود، اما از آنجا که برند شما به ثباتی نسبی رسیده است، می‌توانید با استخدام تیم‌های دورکار یا برون‌سپاری کلی فرآیندهای گرافیکی، از ایجاد هزینه‌های ثابت اضافی خودداری کنید.

درنهایت باید بدانید که زندگی هیچ‌گاه برای یک بنیان‌گذار استارت‌آپ آسان نخواهد بود. البته، زندگی شما به‌عنوان کارآفرین و ارزش‌آفرین هیچ‌گاه هم خسته‌کننده نیست، چرا که در همه مراحل با چالش‌های جدید روبه‌رو خواهید شد.

منبع: INC/zoomit

رازهای موفقیت از زبان نویسندگان بزرگ جهان: پائولو کوئیلو (۴)



به قلم: بیپلاپ گوش نویسنده حوزه موفقیت، تکنولوژی و کسب‌کار

مترجم: امیرآل‌علی

پائولو کوئیلو، شاعر و نویسنده مطرح پرتغالی و صغیر صلح سازمان ملل است که نوشته‌های وی طرفداران بیشماری را در سرتاسر جهان پیدا کرده است. درواقع وی مطرح‌ترین نویسنده پرتغالی زبان محسوب می‌شود. وی از جمله افراد موفق محسوب می‌شود که تحصیل را رها کرده و به سفرهای گوناگون در کشورهای مختلف پرداخته است. همین امر نیز باعث شده تا وی تجربیات جالبی را به دست آورد. بدون تردید وی از جمله بزرگترین نویسنده‌های معاصر محسوب می‌شود. به همین خاطر نیز نظرات وی در رابطه با مقوله موفقیت می‌تواند حاوی نکات آموزنده و جذابی باشد. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰ راز موفقیت از نگاه وی خواهیم پرداخت.

۱- بیش از حد به مقوله شکست توجه نشان ندهید

تمامی افراد در طول زندگی خود بارها با شکست مواجه شده‌اند. با این حال در صورتی که تسلیم نشوید و به خود و مسیری که انتخاب کرده‌اید باور داشته باشید، در آخر موفقیت برای شما خواهد بود. درواقع بسیاری از شکست‌های انسان تنها به علت تصور غلط و اشتباه سایرین است. به همین خاطر در صورتی که با درِ بسته مواجه شدید، توصیه می‌شود تا به جای ماندن در وضعیت ساکن، به دنبال راه‌های جدید و مناسب‌تری باشید. در این رابطه اشعار و نوشته‌های پائولو کوئیلو نیز با عدم استقبال ناشران بسیاری مواجه شده بود. با این حال وی در نهایت موفق شد تا بهترین انتشارات را برای خود پیدا کرده و مسیر موفقیت خود را هموار سازد. در این رابطه وی همواره عنوان کرده است که در صورتی که انتشارات محلی نوشته‌های وی را می‌پذیرفتند، بدون شک او به جایگاه جهانی حال حاضر خود دست پیدا نمی‌کرد. درواقع این شکست‌ها باعث شد تا وی به دنبال راهکارهایی دیگر و انتشاراتی‌های قوی‌تری باشد که نتیجه آن فوق‌العاده بوده است.

۲- فعالیت خود را در هیچ نقطه‌ای متوقف نسازید

تنها یک راه برای یادگیری وجود دارد و آن نیز تلاش و فعالیت کردن است. درواقع شما نمی‌توانید بدون هیچ‌گونه فعالیتی در زمینه مورد نظر خود به سطح مطلوب دست پیدا کنید. در این رابطه همواره مشاهده می‌شود که افراد اقداماتی مقطعی را در دستور کار خود قرار داده و زمان‌هایی کاملاً بدون تحرک را سپری می‌کنند. این امر در حالی است که موفقیت تنها با رشدی مداوم امکان‌پذیر خواهد بود. به همین خاطر نیز ضروری است تا برنامه‌ریزی درستی را برای نظم‌بخشی به اقدامات و زندگی خود داشته باشید. با نگاهی به زندگی افراد موفق نیز به این نکته پی خواهید برد که تمامی آنها از یک برنامه مشخص و دقیق برخوردار هستند که در اثر گذشت زمان به عادت رفتاری آنها تبدیل شده است. به عقیده پائولو کوئیلو، اقدام و عمل در مرتبه‌ای بالاتر از کسب دانسته‌های تئوری قرار داشته و افراد لازم است تا هر آن چیزی را که فرا می‌گیرند، در عمل نیز پیاده‌سازی کنند. در غیر این صورت نمی‌توان دانسته‌های آنها را چندان مطمئن تلقی کرد.

۳- هدف خود را درست مطابق علاقه خود انتخاب کنید

پائولو از همان ابتدا به علاقه خود در زمینه نویسندگی پی برده و همواره در مسیر رسیدن به این هدف خود گام برداشته است. با توجه به این امر که مسیر کسب شهرت وی طولانی بوده است، بدون شک بدون

علاقه‌مندی زیاد وی موفق به گذر از لحظات سخت نمی‌شد. به همین خاطر نیز وی توصیه می‌کند که به دنبال علاقه خود رفته و اطمینان داشته باشید که این انتخاب بهترین گزینه خواهد بود. در آخر فراموش نکنید که هدف کار و زندگی تنها کسب ثروت نبوده و نباید خود را برای آن به یک قربانی تبدیل کرد. اگرچه پائولو کوئیلو در برخی از شغل‌ها نظیر بازرگاری و کارگردانی به موفقیت‌هایی دست پیدا کرده بود، با این حال این امر باعث نشد تا وی هدف اصلی خود را فراموش کند و وی همواره عنوان کرده است که در هیچ حوزه‌ای حتی در بهترین شرایط نمی‌توانست به جایگاه فعلی رسیده و از زندگی خود رضایت کامل را داشته باشد.

۴- بهترین‌ها پاداش افرادی است که صبر و استقامت دارند

در کتاب کیمیاگر که محبوب‌ترین نوشته نویسنده مذکور محسوب می‌شود، داستان چوپانی اسپانیایی به نام سالنتیاگو روایت می‌شود که برای یافتن گنجی به سرزمین مصر سفر می‌کند. همین امر نیز باعث می‌شود تا وی موقعیت فعلی خود را رها کرده و به دنبال گنج خود برود که در طول مسیر با مشکلات متعددی مواجه می‌شود با این حال با صبر و استقامت خود در هر مرحله، به نوعی مجوز را برای پیشروی پیدا می‌کند. به همین خاطر نیز در انتهای کتاب عنوان می‌شود که برای افرادی که پاداش افرادی که دلسرد نمی‌شود، یاد شده است. به همین خاطر نیز برای رسیدن به یک هدف بزرگ، لازم است تا آستانه تحمل سختی‌های آن را نیز داشته باشید.

۵- نقاط ضعف خود را با نقاط قوت خود پوشش دهید

اگرچه بسیاری از افراد بر این باور هستند که لازم است تا با برنامه‌ریزی نقاط ضعف را برطرف کرد، با این حال این امر در تمامی موارد امکان‌پذیر نبوده و به همین خاطر لازم است تا با سرمایه‌گذاری بر روی نقاط قوت خود، آنها را کاملاً کم‌رنگ کنید. برای مثال فردی که بنا به دلایلی توانایی راه رفتن خود را از دست داده است، نمی‌تواند با انکار این ضعف خود به زندگی ادامه دهد. بدون شک برای وی رویای یک دوندۀ حرفه‌ای، امری کاملاً غیرممکن خواهد بود. با این حال او می‌تواند با درکی درست از توانایی و استعدادهای خود و با تمرکز بر روی آنها به جایگاهی دست پیدا کند که دیگر ضعف‌های وی بی‌اهمیت جلوه کنند. این امر درواقع اقدامی است که خود پائولو نیز آن را انجام داده است. وی در دوران کودکی و نوجوانی فردی بسیار لاغر و با قوای جسمانی پایین بوده است که این امر باعث می‌شد تا اطرافیان وی دائماً به آزار و اذیت او بپردازند. با این حال وی با سرمایه‌گذاری بر روی افزایش دانسته‌های خود و مطالعه کتاب‌های گوناگون، اکنون به جایگاهی دست یافته است که دیگر وضعیت جسمانی وی مورد توجه هیچ فردی قرار ندارد.

۶- فراموش نکنید که گذشته شما سازه آینده نخواهد بود

هر فردی ممکن است در طول زندگی خود در مسیری گام برداشته باشد که مورد علاقه و خواست وی نبوده است. این امر تا زمانی بدون اشکال خواهد بود که به سدی ذهنی در مسیر اعمال تغییرات شما تبدیل نشود. با نگاهی به افراد اطراف خود به این نکته پی خواهید برد که بسیاری از آنها خود را محکوم به گذشته دانسته و همین امر باعث می‌شود تا باقی عمر خود را نیز به شیوه سابق سپری کنند. این امر در حالی است که انسان کاملاً مختار آفریده شده و می‌تواند با کمی شجاعت داستان زندگی خود را کاملاً دگرگون سازد. جالب است بدانید که در طول زندگی پائولو وی

بارها با مشکلات زیادی مواجه شده که وی به عنوان گذشته تلخ از آنها یاد می‌کند که بستری شدن در یک کلینیک روانشناسی و روی آوردن به موارد مخدر تنها بخشی از آنها محسوب می‌شود. با این حال وی در هر مرحله موفق شد تا آنها را کنار گذاشته و زندگی جدیدی را آغاز کند. به همین خاطر نیز لازم است تا بهانه‌های پیش روی خود برای تغییر را کنار بگذارید.

۷- به حس درونی خود بی‌دلیل و منطق احترام بگذارید

هر فردی از یک حس درونی برخوردار است که برخی آن را به عنوان غریزه تلقی می‌کنند. جدای از اینکه روی آن چه اسمی را می‌گذارید، ضروری است تا به آن توجه ویژه‌ای را داشته باشید. افراد موفق نیز درواقع به همین صورت رفتار کرده و به دنبال ندای قلبی خود رفته‌اند. برای مثال در صورتی که حس درونی شما به یک موسیقی خاص معطوف است، بسیار بی‌معنی است که به دنبال رشته‌ای دیگر به بهانه‌هایی نظیر بازار کار و درآمد بیشتر بروید. بدون شک بهترین بودن در یک حوزه بهتر از فردی معمولی در حوزه‌های دیگر حتی موارد کاملاً رایج و پرطرفدار خواهد بود. به عقیده نویسنده، فردی که به دنبال ندای درونی خود رفته باشد، هیچ‌گاه با ناامیدی و قبول شکست مواجه نخواهد شد و می‌تواند کمک‌های غیبی را در هر مرحله مشاهده کند.

۸- کسب موفقیت تنها یک پیامد شخصی را نخواهد داشت

هنگامی که برای بهتر شدن خود تلاش می‌کنید، جهان نیز تغییراتی خواهد کرد. به همین خاطر نیز با تلاش‌های خود می‌توانید محیطی بهتر را برای همگان خصوصاً افراد نزدیک به خود، ایجاد کنید. این امر باعث خواهد شد تا افراد به آرامی بزرگ دست پیدا کرده و انگیزه‌ای مضاعف را دریافت کنند. بدون شک پائولو کوئیلو و با هیچ یک از افراد موفق حال حاضر جهان، در ابتدای کار خود به دنبال تغییر جهان و الهام‌بخش شدن برای سایرین نبوده‌اند. با این حال تاثیر تلاش‌های آنها باعث شده است تا به فردی مهم در جهان تبدیل شوند.

۹- از متفاوت بودن واهمه‌ای نداشته باشید

هیچ فردی درست به مانند فردی دیگر آفریده نشده است. به همین خاطر نیز بسیار بی‌معنا است که به تفاوت‌های خود احترام نگذاشته و به دنبال شبیه شدن با سایرین باشید. درواقع این محدودیت‌ها تنها باعث خواهد شد تا امکان رسیدن به بالاترین حد ممکن از شما سلب شود. برای مثال علت فرستادن پائولو کوئیلو به مرکز بیماری‌های روانی، تنها متفاوت بودن وی خصوصاً در زمینه عقاید بوده است. با این حال وی با حفظ و تکیه بر همین تفاوت‌ها و عدم تلاش برای تغییر آنها، اکنون به یکی از نویسندگان صاحب سبک و بسیار محبوب تبدیل شده است. این امر درست نکته‌ای است که وی در کتاب ورونیکا تصمیم می‌گیرد که بمیرد، به خوبی بیان شده است.

۱۰- اگر پلی برای رسیدن به هدف مدنظر شما وجود ندارد، خود سازنده آن باشید

از جمله دلایل مهمی که باعث می‌شود تا افراد به دنبال علایق خود نباشند، عدم وجود زیرساخت‌های لازم برای موفقیت آنها است. این امر در حالی است که شما می‌توانید شرایط لازم برای رسیدن به مقصد مورد نظر خود را ایجاد کرده و بنیانگذار یک حرکت حداقل در محل زندگی خود باشید. به همین خاطر نیز نباید برای رسیدن به هدف خود تنها امید به شرایط موجود داشته باشید.

منبع: knowstartup

ایستگاه بازاریابی



تکیه بر دانش بنیان‌ها در راستای توسعه گردشگری

براساس برآوردهای انجام شده از مجموع ۲۰۰ هزار گردشگر و مسافر نوروزی که در تعطیلات نوروزی ۹۸ به جزیره کیش وارد شده حدود ۱۰۰ هزار نفر حداقل از یک یا دو نمونه تفریحات ورزشی این جزیره استفاده کرده‌اند.

به گزارش ایرنا این تجربه موفق، ثابت می‌کند که باید دست به کار شد و برای برون رفت از برخی مشکلات فرهنگی و اجتماعی نیازهای واقعی جوانان و قشرهای مختلف مردم را بازشناسخت و با تفریحات سالم، آرامش بخش و نشاط‌آور، نسل جوان را از گوشه‌گیری و ژرفنای شبکه‌های مجازی به عرصه فعالیت‌های حقیقی کشاند و آنان برای پذیرش مسئولیت‌ها آماده کرد.

جذب ده‌ها هزار جوان و نوجوان به تفریحات ورزشی سالم در جزیره کیش، تجربه‌ای موفق و آزمایشی ارزشمند است که راه را نشان می‌دهد و راهکار را به زبان عمل تبیین می‌کند.

در جزیره گردشگری کیش، علاوه بر جاذبه‌های طبیعی و تاریخی شاخص و سلسله‌ای از مناظر جذاب و دیدنی در طول ۵۱ کیلومتر نوار ساحلی، مجموعه‌ای از رشته‌ها و جاذبه متنوع ورزشی و تفریحی با استفاده از وضعیت بی‌بدیل جغرافیای این منطقه ایجاد شده که از آن به عنوان یکی از مهمترین حلقه‌های زنجیره گردشگری این منطقه می‌توان نام برد.

پیست دوچرخه‌سواری یکی از پرطرفدارترین و سهل‌الوصول‌ترین تفریحات ورزشی جزیره کیش است که بیشترین آمار استفاده‌کننده را به خود اختصاص می‌دهد.

این پیست ویژه با چندین ایستگاه عرضه دوچرخه یکی از طولانی‌ترین و زیباترین مسیرهای دوچرخه‌سواری کشور محسوب می‌شود و در سرتاسر مسیر ۵۱ کیلومتر نوار ساحلی جزیره مرجانی کشیده شده و کاملاً مستقل از مسیرهای اتومبیلرو است.

قایقرانی، سوارکاری، گشت با اسکوتر برقی، بانجی شوتینگ، سافاری، شترسواری، پدل بورد، پینت بال، پیست باگی و اسکیت روی یخ، بانجی جامپینگ به ارتفاع ۴۰ یا ۶۰ متر، تفریحات شاتل و بنانا، پارک‌های آبی، غواصی، اسکوتر غواصی، پاراسل، فلاای جت و مجموعه از جاذبه‌های تفریحی و ورزشی جزیره است که در قالب ۵۰ کلپ تفریحی و ورزشی در منطقه آزاد کیش به عنوان مهمترین مرکز تفریحات ورزشی و آبی کشور فعالیت می‌کنند.

این امکانات ورزشی و تفریحی که با بهره‌گیری از توانمندی‌های بخش خصوصی ایجاد شده اکنون به یکی از مهمترین جاذبه‌های گردشگری تبدیل شده و حلقه‌ای مهم و جذاب از زنجیره حوزه گردشگری جریره مرجانی به عنوان قطب گردشگری منطقه و کشور را تشکیل می‌دهد.

تقویت هرچه بیشتر گردشگری به ویژه تفریحات ورزشی و دریایی با نگرش به استانداردهای بین‌المللی و بهره‌گیری از توانمندی‌های بخش خصوصی به عنوان محور توسعه جزیره کیش مورد تاکید مدیریت سازمان منطقه آزاد قرار داد و در روزهای آغازین سال ۹۸ با بهره‌برداری از اولین کشتی پیشرفته مسافری و گردشگری تولید داخل گام‌های عملی در این زمینه برداشته شد.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد به سخنرانی‌ها و مصاحبه‌های خود، توسعه گردشگری سلامت و رشد گردشگری ورزشی را از مهمترین اولویت کاری اعلام کرده است.



غلامحسین مظفری با اشاره به این نکته که ما از ظرفیت‌های گسترده و ارزشمند گردشگری دریایی خیلی استفاده نکرده‌ایم، معتقد است: در این خصوص باید به همت نیروهای توانمند و خلاق و تکیه بر موسسه‌های دانش بنیان، گام‌های اساسی در تقویت بخش گردشگری دریایی برداریم و از مواهب و سرمایه‌های فراوان دریا بهره ببریم.

وی می‌گوید: در دوره‌های گذشته امکانات خوبی در جزیره کیش ایجاد شده است اما با توجه به ظرفیت‌های موجود، درحوزه گردشگری با ایده‌آل‌ها فاصله دارد.

مدیرعامل منطقه آزاد کیش ظرفیت‌های جزیره کیش را در حوزه گردشگری بی‌بدیل و متنوع توصیف کرد و افزود: بخشی از این قابلیت‌ها مورد بهره‌برداری قرار گرفته و بخشی وسیع نیز باید برای پیاده‌سازی طرح‌های خاص مورد مطالعه قرار گیرد و مدیریت منطقه آزاد در حال برنامه‌ریزی در این خصوص است.

وی آرامش را یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری جزیره کیش عنوان و اضافه کرد: این جزیره اکنون به عنوان قطب گردشگری کلاسی و یکی از مقاصد مهم گردشگران رخ نمایان کرده و اغلب کسانی که بیشتر کشورهای خارجی را برای سفر انتخاب می‌کردند، امروز به کیش سفر می‌کنند.



شیمیایی، برخی ماسک‌ها و ... نام برد و گفت: با این حال از جمله کالاهای اختصاصی این حوزه می‌توان به انواع پروتزها، فیلترهای تصفیه هوا، هواسازها، کاهنده صوت مورد استفاده در شرکت‌ها، تنظیمات نوری مورد استفاده در کارخانه‌ها و کارگاه‌ها اشاره کرد.

عسگری با تاکید بر اینکه پارک زمینه خاصی را برای فعالیت افراد علاقه‌مند در این حوزه ایجاد می‌کند، گفت: به عنوان مثال رفع آلودگی آب یا تغییر درجه سختی آن نیازمند تجهیزات و وسایلی است که از سوی شرکت‌های دانش بنیان طراحی و ساخته می‌شود. همچنین محصولاتی همچون «میکروچیپ‌ها» که سلامت قلب یا مشکلات سلامت فرد را در حین کار کردن اعلام می‌کنند یا کپسول‌هایی که به عنوان دوربین فیلم‌برداری به جای عمل آندوسکوپی یا کلونوسکوپی مورد استفاده قرار می‌گیرند، از دیگر محصولات ارزشمند حوزه سلامت هستند.

وی درباره بازاریابی کالاهای فوق، توضیح داد: در جلسات متعدد به شرکت‌ها توصیه کردیم کیفیت و کارایی محصول از اهمیت بیشتری نسبت به سایر متغیرها برخوردار است. بازار سلامت بازاری است که مردم هنوز اعتماد لازم را به آن دارند. سعی بر آن است با شرکت‌هایی همراهی کنیم که اعتبار علمی و دانشگاهی لازم را داشته باشند.

رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه علوم پزشکی ایران در پایان با بیان اینکه در سال جاری به طور رسمی شرکت‌ها را در محل پارک مستقر خواهیم کرد، افزود: امسال شرکت‌ها محصولات سلامت‌محور خود را به طور رسمی و تحت حمایت پارک ارائه خواهند کرد.

و محصولات ارائه کرده‌اند، اما به خاطر مستقر نبودن آنها در فضای پارک، محصولات فوق را به نام پارک خودمان اعلام نکردیم.

انعطاف‌پذیری و حمایت صندوق‌ها، راه‌های برون‌رفت از شرایط سخت اقتصادی

عسگری در پاسخ به این سوال که تدابیر اندیشیده شده برای شرایط اقتصادی کنونی چیست، تشریح کرد: ریسکی که وجود دارد را با شرکت‌ها در میان گذاشتیم. درست است که شرکت‌ها از باب علمی و فناوری وارد می‌شوند، اما خودشان بعد اقتصادی هم دارند و در تلاش هستند که از مسیرهای پر پیچ و خم به سلامت بگذرند. در چنین شرایطی بحث استفاده از صندوق‌های مختلف از جمله «صندوق نوآوری و شکوفایی» مطرح می‌شود و ما نیز در حال راه‌اندازی صندوق حمایتی هستیم تا از طریق مساعدت به شرکت‌ها، آنها را به موفقیت برسانیم.

وی با بیان اینکه در شرایط مختلف بنا را بر انعطاف‌پذیری گذاشته‌ایم، گفت: شرکت‌های ما در حال حاضر نگران هستند که باید کارهایی که تا به حال انجام داده‌اند را رها کنند یا خیر، اما با حمایتی که از سوی دانشگاه صورت می‌گیرد، تاکید بر آن است که کارها را به سرانجام برسانند.

بازاریابی محصولات در گرو کیفیت و کارایی

رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه علوم پزشکی ایران ذیل نیازها و محصولات حوزه سلامت، با اشاره به اینکه در سایر خدمات نیز کالای سلامت‌محور وجود دارد، برخی از این موارد را انواع شوینده‌ها، مواد

رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه علوم پزشکی ایران با اعلام اینکه شرکت‌های‌مان را امسال به طور رسمی در محل پارک مستقر خواهیم کرد، از ارائه محصولات سلامت‌محور این پارک در سال جاری خبر داد و گفت: بنا را بر انعطاف‌پذیری گذاشته‌ایم و سعی داریم با مساعدت صندوق‌های حمایتی، کار شرکت‌ها را به سرانجام برسانیم.

به گزارش ایسنا غلامرضا عسگری ضمن معرفی پارک علم و فناوری دانشگاه علوم پزشکی ایران، این پارک را اولین پارک در حوزه سلامت معرفی کرد و توضیح داد: از سال ۱۳۹۴ براساس پیشنهادی که شد، به دنبال دریافت مجوز پارک بودیم و آن را با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری دریافت کردیم. بعد از دریافت موافقت‌های اصولی اولیه، زمینی به عنوان محل اصلی پارک در نظر گرفته شد و قرار شد دفتر اصلی هم در محوطه دانشگاه مستقر باشد.

وی تعداد شرکت‌های دانش بنیان این پارک را قریب به ۴۵ الی ۴۶ شرکت اعلام کرد و با اشاره به اینکه ۵ الی ۶ شرکت وابسته به نهاد ریاست جمهوری هستند، گفت: از این فرصت استفاده کردیم و در حال معرفی خودمان، آماده‌سازی فضا و زیرساخت‌ها هستیم و امیدواریم که به عنوان یکی از قطب‌های علمی کشور در حوزه فناوری مطرح باشیم.

رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه علوم پزشکی ایران با بیان اینکه در حال آماده‌سازی زیرساخت‌ها همچون امکانات دسترسی، آب، گاز و برق و ... در فضای پارک واقع در شهرستان ملارد در غرب استان تهران هستیم، گفت: شرکت‌های ما در حال حاضر، با مراکز دیگری در ارتباطند

کارآفرینی اولویت بنیاد حامیان دانشگاه تهران

ساختمان‌ها گفت: احداث ساختمان دانشکده کارآفرینی پس از دو سال آغاز شد و با کمک‌های خیرین و بدون بهره‌گیری از بودجه دولتی در حال تأمین است.

غلامی با اشاره به اینکه تجهیز ساختمان‌ها و حمایت از فضاهای آزمایشگاهی از دیگر فعالیت‌های بنیاد حامیان دانشگاه تهران است، گفت: تجهیز ساختمان جدید دانشکده مطالعات جهان، تجهیز آسانسور پردیس علوم، کمک به ساختمان دانشکده کارآفرینی، ساخت سالن ورزشی و نمازخانه دانشکده فنی فومن از اقدامات انجام شده با کمک‌های خیرین است.

وی افزود: با کمک‌های مالی خیرین ساختمان جدید مرکز بیوشیمی و بیوفیزیک، سالن آمفی تئاتر شیخ انصاری، موزه جانورشناسی پردیس علوم و کتابخانه و سالن آمفی تئاتر دانشکده الهیات تجهیز شدند.

هدایای فرهنگی و هنری به دانشگاه و قائم مقام مدیرعامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران در ادامه درباره هدایای قائم مقام مدیرعامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران در ادامه درباره هدایای فرهنگی و هنری خیرین به دانشگاه گفت: خیرین تابلوهای نقاشی، ۱۳ فرش نفیس به باغ موزه نگارستان و ۵۰۰ جلد کتاب‌های خطی و قدیمی را به عنوان اشیای فرهنگی اهدا کرده‌اند.

غلامی افزود: یک خیر برای به نمایش گذاشتن آثار فرهنگی و هنری در موزه نگارستان فضایی را با هزینه ۵۶۰ میلیون تومان ساخته است. ۷۵۰ میلیون تومان صرف تجهیز خوابگاه‌ها شد

قائم مقام مدیرعامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران در ادامه درباره تجهیز خوابگاه‌های دانشجویی توسط خیرین اظهار کرد: ۷۵۰ میلیون تومان در سال جاری صرف امور خوابگاه‌ها شد.

غلامی افزود: خرید چند دستگاه یخچال، تخت‌های دو طبقه، موکت، میز مطالعه و صندلی مناسب برای خوابگاه‌های دانشجویی توسط خیرین

ناصر غلامی درباره کمک‌های خیرین به دانشگاه تهران اظهار داشت خیرین ماهانه از مبلغ ۵ هزار تا یک میلیون تومان به بنیاد حامیان کمک کرده‌اند. به گزارش ایرنا، وی افزود: تعداد خیرین دانشگاه در سال ۹۷ به ۶۰۰ نفر رسید که نسبت به سال ۹۶ این تعداد دو برابر افزایش یافته است. این مسئول با اشاره به استقبال دانشگاه تهران از خیرین اهالی دانشگاه تهران به دانشجویان یادآور شد: جمع وسیعی از خیرین اهالی دانشگاه تهران هستند که ماهانه از حقوق آنها مبلغی کسر و به بنیاد افزوده می‌شود.

بورسیه دانشجویان مستعد

قائم مقام مدیرعامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران درباره اولویت‌های دانشگاه برای کمک به دانشجویان اظهار کرد: حمایت از دانشجویان مستعد و برتر از مهم‌ترین برنامه‌های بنیاد است.

غلامی ادامه داد: بنیاد حامیان به یک هزار و ۵۸۳ نفر از دانشجویان ماهانه مبلغ ۲۰۰ هزار تومان به عنوان جایزه تحصیلی پرداخت می‌کند. به گفته وی، دانشگاه تهران از دو گروه دانشجویان با معدل بیش از ۱۷ در ترم و افراد مستعد پیشرفت نیز حمایت می‌کند.

قائم مقام مدیرعامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران با اشاره به بورسیه برخی دیگر از دانشجویان مستعد گفت: با تشخیص مرکز مددکاری دانشگاه به عده‌ای از دانشجویان برای رشد تحصیلی ماهانه ۲۰۰ هزار تومان تعلق می‌گیرد. غلامی با اشاره به اخذ تعهد اخلاقی از دانشجویان در ازای پرداخت مبالغ ماهانه خاطرنشان کرد: در قبال مبالغ پرداختی به دانشجویان هیچ ضمانتی از آنها گرفته نمی‌شود، اما به لحاظ اخلاقی از آنها خواسته می‌شود پس از فارغ‌التحصیلی و کسب توانمندی مالی به سایر دانشجویان کمک کنند.

احداث و تجهیز ساختمان‌های دانشگاه

قائم مقام مدیرعامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران درباره احداث و تجهیز

۳۴ ایده برای بسته‌بندی خلاقانه محصولات (قسمت اول)

گروه کسب و کار فرصت امروز: به خریدهای اخیرتان فکر کنید. چرا از آن برند خرید کردید؟ آیا واقعاً به آن نیاز داشتید یا در لحظه جذب محصولی شدید و تصمیم به خرید آن گرفتید؟

به احتمال زیاد، ظاهر محصول به دل‌تان نشست و خواستید که صاحب آن باشید. البته که به شامپو نیاز دارید، اما آیا واقعاً به آن برند به‌خصوص با طراحی شیک و بسته‌بندی به ظاهر گران‌قیمت نیاز داشتید؟ نه! اما آن را خریدید چون این حس را در شما ایجاد کرد که جنس مرغوبی است و کیفیت بهتری نسبت به سایر برندها دارد، حتی اگر محصولی که درون آن بسته‌بندی است کاملاً با محصولاتی که در قفسه تخفیفی‌ها هستند، یکسان باشد. هدف یک بسته‌بندی خوب همین است. یک بسته‌بندی جذاب و چشمگیر باعث ایجاد حس ویژه‌ای در خریدار می‌شود و به فروش محصولات‌تان کمک فراوانی می‌کند. برای اینکه با بسته‌بندی‌های مختلف بیشتر آشنایی پیدا کنید و با روش‌های جلب توجه مشتری آشنا شوید، در ادامه به بررسی نمونه‌هایی از بسته‌بندی‌های زیبا و خلاقانه موجود در بازار پرداخته‌ایم، با ما همراه باشید:



ایجاد شده که نه‌تنها باعث می‌شود بهتر آن را نگه داشت، بلکه حس لذت‌بخشی به دستان شما می‌دهد. از لحاظ بصری نیز با تصاویر نقطه‌ای قسمت بالای بسته‌بندی مرتبط است.

۱۴- توجه خریداران را جلب کنید



اگر محصول شما رنگ روشنی دارد، از آن رنگ در بسته‌بندی بهره ببرید. به عنوان نمونه، به این بسته‌بندی‌های شکلات توجه کنید که در رنگ‌های مختلف و جذاب ارائه می‌شوند. هر شکلات رنگ ویژه‌ای دارد و هر بسته‌بندی نیز از رنگ شکلاتی که درونش قرار دارد، استفاده می‌کند. این بسته‌بندی‌ها در ظاهر بسا یکدیگر مشابه‌اند، اما تنها با استفاده از رنگ‌های متفاوت توانسته‌اند که اختلاف میان طعم و ظاهر خودشان را به خریدار اعلام کنند.

۱۵- یک داستان تعریف کنید



اگر بتوانید با بسته‌بندی خود داستانی برای خریدار تعریف کنید و اطلاعات خاصی به او بدهید، کمک زیادی به خودتان می‌کنید. افراد عاشق داستان‌های مختلفند و می‌خواهند چیزهای جدیدی یاد بگیرند. این بسته‌بندی برای جوراب‌ها یک داستان منحصره‌فرد دارد. زمانی که می‌خواهید جوراب را از آن در بیاورید، با تکه کوچکی پنبه مواجه می‌شوید که نشان‌دهنده دود کارخانه‌های جوراب‌سازی در گذشته است.

۱۶- به ریشه و اساس خود پایبند بمانید



در هنگام بسته‌بندی محصولات به‌خاطر داشته باشید که محصول‌تان چه ویژگی خاصی دارد و آن را در بسته‌بندی نشان بدهید. این شرکت لوازم آرایش از موارد ساده و طبیعی و کاملاً خالص برای تولید محصول‌اتش استفاده می‌کند و این قضیه را در بسته‌بندی محصول‌اتش نیز به نمایش می‌گذارد. سادگی و ظرافت طراحی و رنگ خاکی این بسته‌بندی به خریدار اطلاع می‌دهد که محتوایش کاملاً طبیعی و ارگانیک است.

ادامه دارد ...

منبع: canva



می‌کند و با باز شدنش، حس کاغذ کادو را به مصرف‌کننده القا می‌کند.

۱۰- طرح ویژه خودتان را بسازید



نیازی نیست که الزاماً از طرح‌ها و نقش‌های واقعی و طبیعی استفاده کنید. اگر این امکان را دارید که طرح مفهومی خودتان را بسازید، حتماً این کار را بکنید. بسته‌بندی بالا از نقش ساده سر و مو استفاده کرده است که مو در طول جعبه حرکت می‌کند و الگوی ویژه‌ای در پس‌زمینه به وجود آورده است. شاید در نگاه اول متوجه طرح و مفهوم خطوط روی بسته‌بندی نشوید، اما با کمی دقت هدف آنها را می‌فهمید و ارتباط بیشتری با محصول برقرار می‌کنید.

۱۱- هیچ محدودیتی برای خود قائل نشوید



اگر بهتر است که محصول‌تان در یک بسته‌بندی مرسوم ارائه شود و فضای زیادی برای مانور ندراید، به سراغ خلاقیت‌تان بروید. معمولاً صابون در یک جعبه بسته‌بندی می‌شود، اما به جای اینکه جعبه از بالا یا پایین باز شود، آن را طوری طراحی کنید که مانند یک کتاب ورق بخورد و باز شود. این کار ساده باعث می‌شود که بسته‌بندی محصول‌تان بسیار جذاب‌تر از محصولات سایر برندها باشد و ارزش این را هم دارد که پس از مصرف به عنوان دکور و تزئینی آن را نگه داشت.

۱۲- مدرن باشید



طراحی‌های ساده و مدرن بیشتر از بقیه به چشم می‌آیند. از خطوط موازی و رنگ‌های ساده کمک بگیرید و از فونت سنس سریف استفاده کنید تا بسته‌بندی شما ظاهری مدرن پیدا کند. برای نمونه، تصویر بالا از رویکرد بسیار مدرنی برای بسته‌بندی استفاده کرده است که خریدار را به خود جذب می‌کند. همچنین سادگی بسته‌بندی باعث می‌شود که افراد کنجکاو شوند و بخواهند از محتویات درون آن اطلاع پیدا کنند.

۱۳- در ساختار بسته‌بندی خلاقیت به خرج بدهید

خریداران بسا محصول شما کار می‌کنند و آن را در دست‌شان می‌گیرند، پس سعی کنید که با حس لامسه آنها ارتباط برقرار کنید. به عنوان نمونه در قسمت پایین این بسته‌بندی طرح‌هایی برجسته



اینکه آن را بخريد، محتوياتش را می‌بینید و حس شفافیت و صداقت را به شما می‌دهد. این بسته‌بندی نشان می‌دهد که شرکت از ارائه محصولش مفتخر است.

۶- شوخ‌طبعی راه دوری نمی‌رود!



اگر فرصت این را دارید که کمی طنز چاشنی بسته‌بندی خود کنید، حتماً این کار را انجام دهید. به عنوان نمونه، بسته‌بندی بالا با وجود سادگی، بسیار جذاب و دلنشین است. طرح روی جعبه با محتوای درونی آن مرتبط است و رنگ آن هم با رنگ توت‌ها شباهت دارد.

۷- از هیچ چیز نترسید!



از رنگ‌ها و شکل‌های مختلف در طراحی بسته‌بندی استفاده کنید و سعی کنید که به چشم بیایید. بسته‌بندی این نوشیدنی از این ویژگی‌ها استفاده می‌کند و ظاهر منحصره‌فردی دارد. رنگ و طرح این بسته‌بندی به شما می‌گوید که محتوایش جالب و مخصوص است و در صورتی که آن را بخريد، حس خوب و دلنشینی به شما دست می‌دهد.

۸- سعی کنید ساختارشکن باشید



اگر مشابه محصولی که ارائه می‌دهید در بازار وجود دارد و شرکت‌های زیادی در این زمینه رقابت می‌کنند، سعی کنید که به شکل متفاوتی نسبت به بقیه محصول‌تان را نمایش دهید. نمونه بالا از بسته‌بندی مرسوم عسل که قوطی‌های شیشه‌ای یا پلاستیکی است، استفاده نکرده و در عوض عسلش را در یک بسته‌بندی که از موم زنبور عسل ساخته شده قرار داده است. از همه جالب‌تر اینکه پس از اتمام عسل موجود در این بسته‌بندی، می‌توانید آن را برعکس کنید و به کمک فیتیله‌ای که در انتهایش قرار دارد از آن به عنوان شمع استفاده کنید.

۹- به کاربرد محصول توجه کنید

اگر بر این عقیده‌اید که محصول‌تان به درد هدیه دادن می‌خورد، با همین منظور آن را بسته‌بندی کنید. نوشیدنی بالا به منظور هدیه دادن تولید شد و در نتیجه به شکلی شیک و کادویی بسته‌بندی می‌شود. کاغذ سفیدرنگ از بطری شیشه‌ای درونش محافظت

۱- از الگوهای مختلف استفاده کنید



با الگوها و طرح‌های ساده می‌توانید باعث جذابیت بسته‌بندی محصولات‌تان بشوید. محصولات نشان داده شده بسته‌بندی بسیار ساده‌ای دارند، اما خطوط رنگی پس‌زمینه، زیبایی خاصی به این بسته‌بندی اضافه کرده که باعث می‌شود مشتری حس کند محصول از کیفیت برتری برخوردار است.

۲- تمام فضاهای ممکن را در نظر بگیرید



در طراحی بسته‌بندی‌های خلاقانه، باید هر سانتی‌متر از فضای موجود را در نظر داشته باشید. این جعبه در درون خود از یک طراحی گل‌دار استفاده می‌کند و فضای بیرون را تقریباً دست‌نخورده باقی می‌گذارد که باعث می‌شود حس شیک بودن و گران‌قیمت بودن را به خریدار القا کند.

۳- از سادگی نترسید!



گاهی اوقات اصلی‌ترین چیزی که در طراحی یک بسته‌بندی خلاقانه نیاز دارید، ساده بودن است. استفاده از مواد بازیافتی و رنگ خاکی و طرح پر پرنده کمک می‌کنند که بسته‌بندی محصول حس طبیعت را به خریدار بدهد. رنگ‌های روشن و لیل‌های هر بسته‌بندی نیز به زیباتر و مدرن‌تر شدن طراحی کمک می‌کنند.

۴- به دنبال ایجاد تجربه‌ای جالب برای مشتری باشید



باید به این نکته توجه داشته باشید که مشتری چه استفاده‌ای از محصول شما خواهد کرد. در نمونه بالا، مشتری یک دمپایی شیک سفارش داده است که خود دمپایی در یک کیسه دودی و سپس در یک جعبه مجلل بسته‌بندی شده است. کاری به سادگی یک کیسه اضافه باعث می‌شود که به لوکس بودن دمپایی اضافه شود که در این صورت خریدار حاضر است مقدار بیشتری برای آن هزینه کند.

۵- از محصولی که ارائه می‌دهید، ایده بگیرید

بسته‌بندی باید طوری باشد که محصولات درونش را انعکاس بدهد. این بسته‌بندی مانند محتویات درونش ساده و طبیعی است. قبل از

زیست بوم کار آفرینی توسط نسل جوان توسعه یافت



سال ۹۷ برای صنعت گیاهان دارویی پررونق بود. به گونه‌ای که فعالان در این حوزه بیش از ۵ هزار محصول خود را در چهارمین دوره جشنواره نمایشگاه ملی گیاهان دارویی، فرآورده‌های طبیعی و طب سنتی (ایرانی) در معرض نمایش قرار دادند.

محمد حسن عصاره، دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به اقدامات این ستاد در سال گذشته اشاره کرد و گفت: هر سال با توجه به سیاست‌ها و راهبردهای سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی برنامه‌های عملیاتی در ستاد تدوین می‌شود. در این سند حوزه آموزش، ترویج و فرهنگ‌سازی از سیاست‌های مهم در نظر گرفته شده است. افزایش تمایل مردم به استفاده از گیاهان دارویی، لزوم تصحیح فرهنگ استفاده از گیاهان دارویی، فرآورده‌های حاصله و خدمات طب سنتی و همچنین ترویج سبک زندگی سلامت از مباحث اولویت‌دار حوزه این بخش است که با توجه به گستردگی طیف مخاطبان این حوزه در جامعه چه به عنوان مصرف‌کننده یا به عنوان عضوی از چرخه تولید علم، فناوری و صنعت، انتظارات و هنجارهای مطلوب در این حوزه به شدت احساس می‌شود.

به گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری عصاره ادامه داد: بنابراین ستاد در یک حرکت ملی در راستای توسعه و ترویج فرهنگ استفاده از گیاهان دارویی در کشور از سال ۹۱ تا ۹۷ چهار دوره جشنواره نمایشگاه ملی گیاهان دارویی، فرآورده‌های طبیعی و طب سنتی را با حضور شرکت‌های خصوصی، مراکز تحقیقاتی، فناوران و علاقه‌مندان به این حوزه برگزار کرده است.

دستاوردهای صنعت گیاهان دارویی کشور نمایش داده شد

وی توضیحاتی درباره برگزاری این رویداد در سال گذشته ارائه داد و گفت: سال ۱۳۹۷ چهارمین جشنواره و نمایشگاه ملی گیاهان دارویی، فرآورده‌های طبیعی و طب ایرانی(سنتی) ۲۱ تا ۲۴ آبان ماه برگزار شد. در این رویداد بیش از ۵۵۰ شرکت خصوصی بیش از ۵۰۰۰ محصول تخصصی و دارای مجوز را ارائه کردند. همچنین ۱۳۲ فناوری در بخش فن بازار، ۱۷۵ طرح منتخب دانش‌آموزی و ۱۱۰ مرکز تحقیقاتی و دولتی همچون دوره‌های گذشته در مصالای بزرگ امام خمینی دستاوردهای خود را در معرض نمایش عموم قرار دادند. به گفته عصاره، تمرکز این دوره از جشنواره و نمایشگاه بر حضور حداکثری شرکت‌های خصوصی و فناوران و صاحبان ایده بود، بنابراین با کاهش فضای اختصاصی به مراکز تحقیقاتی، دولتی و حذف کارگاه‌های آموزشی فرصت بیشتری برای حضور تولیدکنندگان داخلی در بخش خصوصی فراهم شد.

زیست بوم کار آفرینی توسط نسل جوان توسعه یافت

وی بخش بعدی اقدامات ستاد را مرتبط با فعالیت‌ها در حوزه دانش‌آموزی دانست و بیان کرد: دانش‌آموزان به عنوان میراث‌داران تاریخ و فرهنگ غنی طب ایرانی و آینده‌سازان ایران پهناور هستند. پس آنان را باید تبلوری باشکوه از ظرفیت‌های قشر جوان و نوجوان این مرز و بوم بدانیم. بنابراین بالابردن سطح دانش و فرهنگ این آینده‌سازان توانمند که بی‌شک منجر به اصلاح سبک زندگی آنان و ارتقای سطح سلامت عمومی نسل آینده می‌شود، به بسترسازی برای توسعه زیست بوم کارآفرینی توسط نسل جوان نیز یاری می‌کند. ستاد نیز این مهم را مد نظر دارد.

۱۰۰۰ طرح از سوی ۳۶۰۰ دانش‌آموز ارسال شد

عصاره در ادامه گفت: با توجه به برگزاری موفق نخستین جشنواره دانش‌آموزی که منتج به برنامه‌های گسترده‌ای همچون جذب توجه آموزش و پرورش به این حوزه و اختصاص قطب دانش‌آموزی به حوزه گیاهان دارویی و داروهای گیاهی شد، ستاد را بر آن داشت تا دومین

جشنواره ملی دانش‌آموزی در حوزه گیاهان دارویی، فرآورده‌های طبیعی و طب ایرانی را برگزار کند. در این دوره بیش از ۱۰۰۰ طرح از سوی ۳۶۰۰ دانش‌آموز برای پذیرش در جشنواره ارسال شد که با وجود بالا بودن سطح علمی بسیاری از این طرح‌ها به علت کمبود فضا تعداد ۱۷۵ طرح متعلق به ۴۰۰ دانش‌آموز بااستعداد کشور از بین کلیه طرح‌ها و استان‌های مختلف انتخاب شد. وی از دیگر برنامه‌های اجرا شده در حوزه دانش‌آموزی سال گذشته به ایجاد باشگاه دانش‌آموزی گیاهان دارویی، تدوین فصل اختصاصی در کتب درسی فنی و حرفه‌ای و افزایش اجرای طرح‌های حمایتی از نوآوری‌های دانش‌آموزان در صنعت گیاهان دارویی اشاره کرد.

دستاوردهای علم و فناوری رشد یافت

دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی همچنین بیان کرد: با توجه به اهداف مدنظر در اسناد بالادستی و قوانین حاکمیتی به ویژه سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی توجه به محصولات، روش‌ها یا فرآیندهای با فناوری بالا و نوآوری‌های تاثیرگذار در صنعت گیاهان دارویی و طب سنتی از دیگر برنامه‌های مورد توجه این ستاد است که منجر به رشد و توسعه بازار محصولات نوآورانه و ایجاد اشتغال می‌شود. در این راستا نیز ستاد از نخستین سال‌های تأسیس اقدام به حمایت از تجاری‌سازی طرح‌های نوآورانه و رشد و توسعه این حوزه کرده است.

به گفته وی، طی ۲۰ سال اخیر تعداد مجوزهای تولید داروهای گیاهی و فرآورده‌های طبیعی و صادرشده از سوی سازمان غذا و دارو از تعداد ۲۶ مجوز در سال ۱۳۷۷ با افزایش ۱۰۰ برابری به بیش از ۲۷۰۰ مجوز در سال ۱۳۹۷ رسیده است که نشان از افزایش نگاه ویژه به این حوزه در میان تولیدکنندگان داروها و فرآورده‌ها دارد. همچنین طی ۱۰ سال اخیر تعداد مجوز فرآورده‌های طب سنتی از دو مورد به بیش از ۱۳۰۰ مورد رسیده است.

تولید و تجاری‌سازی فرآورده‌های گیاهی حمایت شد

عصاره در بخش بعدی به نتایج و خروجی اقدامات ستاد در سال ۹۷ اشاره کرد و گفت: در این زمینه می‌توان به تجاری‌سازی ۶ قلم دارو و فرآورده گیاهی و سنتی در مواردی چون درمان بیماری‌های گوارشی، پیشگیری از تشکیل و دفع سنگ کلیه، پیشگیری و جلوگیری از التهابات معده، جلوگیری از عفونت، درمان و ترمیم زخم و تسریع روند طبیعی بازسازی بافت، تحقیق و توسعه پیشگیری از سرطان و کاهنده اثرات آن و اسپری دهانی سرماخوردگی و سرفه اشاره کرد. وی ادامه داد: همچنین می‌توان به تولید و تجاری‌سازی ۱۱ مورد فرآورده‌های گیاهی همچون تولید فرآورده‌ها و مواد موثره مورد کاربرد در تولید داروهای گیاهی و طب سنتی با استفاده از فناوری‌های نوین از جمله فناوری بومی شده سیالات فوق بحرانی و روش‌های کروماتوگرافی، تولید روغن‌های گیاهی، استخراج عصاره از جلبک‌های دریایی و فرآورده‌های حاصله از پساب‌های تقطیر گیاهان دارویی اشاره کرد.

عصاره حمایت از چندین طرح تحقیق و توسعه همچون تاثیر عصاره‌های سلولی برخی گیاهان دارویی روی رده سلولی سرطان دهان و دندان، تعیین میزان اثربخشی داروهای حوزه‌های دیابت و آرتریتی قلبی با استفاده از مدل‌های نوین بیماری، تولید داروهای ضدآملوئیدی با منشأ گیاهی در درمان بیماری آلزایمر، تجاری‌سازی عصاره‌های گیاهی برای کنترل تولید مثلی و بلوغ ماهی‌ها و آبزیان، و فرمولاسیون اولیه ترکیب ضد آسم، آلرژیک را از دیگر دستاوردها در این زمینه دانست.

داروهای مورد مصرف دامپزشکی تولید شد

وی یکی از اقدامات بنیادین و زیرساختی در حوزه داروهای مورد

مصرف در دامپزشکی را تهیه و تدوین دستورالعمل صدور گواهی ثبت و مجوز ورود دارو و مواد اولیه داروهای گیاهی و طب سنتی توسط سازمان دامپزشکی کشور با همکاری کارگروه دامپزشکی ستاد و ابلاغ آن برای اجرا توسط رئیس محترم سازمان دامپزشکی دانست.

دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی بیان کرد: با ابلاغ و اجرایی‌سازی صحیح دستورالعمل فوق گام مهمی در جهت تسریع صدور مجوزهای این حوزه برداشته می‌شود. به گونه‌ای که می‌توان رشد و توسعه این حوزه مهم را به طور ملموس مشاهده کرد. همچنین تاکنون ۵۵ مجوز از سوی سازمان دامپزشکی برای تولید داروهای گیاهی مورد مصرف در دامپزشکی صادر شده است که طی ۱۰ سال اخیر با افزایش ۵ برابری مواجه شده است.

برنامه توسعه کشت و فرآوری اولیه گیاهان دارویی اجرایی شد

عصاره با اشاره به راهبردهای مرتبط با حوزه کشت و فرآوری اولیه در سند ملی گفت: ستاد نیز سالیانه بخشی از حمایت‌های خود را به طرح‌های توسعه این حوزه زیرساختی برای تکمیل زنجیره ارزش گیاهان دارویی اختصاص می‌دهد. از سال ۱۳۹۲ تاکنون ۴۸ طرح توسعه در این حوزه مورد حمایت ستاد قرار گرفته است که عمده این حمایت‌ها مربوط به طرح‌هایی بوده که دارای خروجی مشخص و جریان‌ساز بوده است و دستاوردهای حاصل از آن قابلیت توسعه و تجاری‌سازی داشته‌اند. وی همچنین ابراز کرد: در سال ۱۳۹۷ تعداد ۱۱ طرح تحقیق و توسعه در حوزه مدیریت منابع و حفاظت از منابع پایه با تاکید بر توسعه سطح کشت و فرآوری صنعتی گیاهان دارویی همچون بهبود کیفیت و کمیت متابولیت‌های ثانویه، ارزیابی توده‌های بومی، پروتکل تولید و تکثیر گیاهان دارویی بومی و اندمیک پرمصرف در صنعت گیاهان دارویی و طب ایرانی با استفاده از روش‌های نوین و تناسب اکولوژیکی و اقتصادی کشت گیاهان دارویی در سطح دشت‌های مهم ایران با حمایت‌های ستاد به نتایج مشخص و قابل اندازه‌گیری دست یافت. از دیگر اقدامات این حوزه در سال گذشته می‌توان به حمایت از سه طرح تولید بذور استاندارد در گیاهان دارویی و صنعتی نام برد که دارای خواصی از جمله رفع بیماری‌های کبدی، دارای امگا ۳ بالا یا ویژگی‌های قدرت رقابت و لاین‌های بذور مقاوم به قارچ‌ها هستند

باغ‌های گیاه‌شناسی توسعه داده شد

دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی به توسعه باغ‌های گیاه‌شناسی اشاره کرد و گفت: باغ‌های گیاه شناسی علاوه بر کاربری‌های تحقیقاتی و پژوهشی مکان مناسبی برای ایجاد اکوسیستم‌های مختلف و حفاظت از گونه‌های متنوع گیاهی هستند. این باغ‌ها نقش مهمی در زمینه‌های مختلف تحقیقاتی از جمله علوم گیاهی و باغبانی، آموزش عمومی و آشنا ساختن مردم به اهمیت گیاهان و لزوم حفاظت از آنها را برعهده دارند. به علاوه این گونه مکان‌ها به عنوان ذخیره‌گاه ژنتیکی گیاهان در معرض خطر انقراض مورد استفاده قرار می‌گیرد. با بهره‌گیری از روش‌های مختلف علمی، امکان شناخت گونه‌های گیاهی کشور فراهم شده و محدوده پراکنش آنها تعیین می‌شود. تحقیق در زمینه روش‌های تکثیر و پرورش گونه‌های بارارزش از نظر حفاظتی و اقتصادی از موضوعات دیگری است که در باغ‌های گیاه‌شناسی به آن پرداخته می‌شود.

عصاره در ادامه گفت: با توجه به الزامات سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی مبنی بر لزوم احیا، اصلاح و توسعه بانک ژن و غنی‌سازی، تقویت و توسعه کمی و کیفی کلکسیون نمایشی گیاهان دارویی در سال ۱۳۹۷ در ۱۰ مجموعه و باغ گیاه‌شناسی در استان‌های اصفهان، همدان، خوزستان، کرمان، یزد، تهران، چهارمحال و بختیاری، آذربایجان غربی، لرستان و خراسان رضوی طرح‌های توسعه و احیای کلکسیون گیاهان دارویی صورت گرفت.

طرح‌های جریان ساز و کاربردی مناطق روستایی و محروم اجرایی شد

وی به سایر اقدامات ستاد در سالی که گذشت اشاره و عنوان کرد: از دیگر اقدامات صورت گرفته می‌توان به اقدامات زیرساختی توسعه طرح‌های جریان ساز و کاربردی در مناطق روستایی و محروم کشور اشاره کرد. توسعه کشت و فرآوری گیاه گوار در مناطق محروم استان سیستان و بلوچستان و قلعه گنج استان کرمان، توسعه و ایجاد اشتغال پایدار زنجیره ارزش گیاهان دارویی در مناطق روستایی در قالب برنامه شتاب دهنده‌های تخصصی، تهیه و تدوین نقشه راه علم و فناوری مرتبط با حوزه گیاهان دارویی، فرآورده‌های طبیعی و طب سنتی، تدوین استانداردهای حوزه گیاهان دارویی و طب سنتی، حمایت و تجهیز آزمایشگاه‌های مرجع و آکرودیته از طریق شبکه ملی آزمایشگاهی فناوری راهبردی و شبکه آزمایشگاهی گیاهان دارویی، تهیه بانک جامع اطلاعات گیاهان دارویی و طب سنتی، مطالعات مقدماتی استعدادیابی استان‌ها و ارتباط با بنیاد نخبگان، دانشگاه‌ها، سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی هر استان و برنامه‌ریزی ملی در جهت گردآوری، تطبیق، مقابله، ترجمه، چاپ و انتشار نسخه‌های خطی و غیرخطی دانشمندان ایرانی در زمینه طب سنتی در قالب طرح احیای میراث مکتوب از جمله این خدمات است.

چشم‌انداز سال ۹۸ چیست

عصاره در بخش بعدی سخنان خود به چشم‌انداز توسعه فناوری حوزه صنعت گیاهان دارویی و طب ایرانی در سال ۹۸ اشاره کرد و گفت: سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی که در سال ۱۳۹۲ توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب شد را باید چتر حمایتی برای توسعه تحقیقات، تولیدات و صادرات این حوزه دانست. از این رو تمام وزارتخانه‌هایی که به نوعی مکلف به اجرایی شدن و تحقق مصوبات این سند شده‌اند، نقشه راه علم و فناوری در خصوص اجرایی‌سازی بندهای سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی را در کارگروه‌های تخصصی خود تصویب کرد و گام‌های اجرایی خود را تا اقی ۱۴۰۴ در قالب برنامه‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت ترسیم کرده‌اند.

وی همچنین بیان کرد: در کنار برنامه‌های عملیاتی و اقدامات جامعی که هرساله توسط ستاد انجام می‌شود از جمله برنامه‌های ضروری که برای جهش در تحقق اهداف سند ملی در کوتاه‌مدت مورد تاکید است می‌توان به لزوم سرمایه‌گذاری اساسی در صنایع میانی (بعد از تولید زراعی و قبل از ورود به صنعت هدف)، سرمایه‌گذاری گسترده در صنایع مادر عصاره و اسانس، سرمایه‌گذاری در طراحی و ساخت ماشین‌آلات و ادوات پیش از کاشت تا پس از برداشت ویژه گیاهان دارویی، ایجاد بستر مناسب برای بیمه محصولات و تضمین خرید توسط دولت و صنایع بخش خصوصی، ایجاد شبکه داروخانه‌های گیاهی به شکل مدرن در کشور با آمادگی بخش خصوصی اشاره کرد. به گفته عصاره، البته به سرعت دادن به پوشش بیمه‌ای داروهای گیاهی، اجرای طرح‌های اصلاح الگوی کشت در کشور در جایگزینی گیاهان دارویی با مصرف آب کم و ارزش افزوده بالا به جای گیاهان با مصرف آب بالا در شرایط دیم و آبی و تعرفه‌گذاری کامل خدمات و پوشش بیمه برای خدمات درمانی و دارویی طب ایرانی و مکمل نیز باید اشاره کرد. که تحقق برنامه‌های یاد شده محقق نمی‌شود مگر با انسجام، همدلی و همراهی تمامی مسئولان، متخصصان دستگاه‌های دولتی و شرکت‌ها و تشکلهای خصوصی مرتبط با این حوزه که امید است با توجه به موارد فوق‌الذکر و بستر مناسبی که برای جهش علمی و صنعتی کشورمان ایران در عرصه گیاهان دارویی و طب سنتی مهیا شده است، با یاری ایزد منان و حسن توجه مسئولان محترم کشور به توان گام‌های بزرگی در عرصه اشتغال‌زایی و افزایش صادرات غیرنفتی برداشت.

یادگیری ماشین چگونه به بازاریابی کمک می‌کند؟

یادگیری ماشین امروزه تقریباً در تمامی صنایع جهان وارد شده است و حتی شاخه‌های متعدد کسب‌وکار نیز می‌توانند از آن بهره ببرند. در دنیای امروز فناوری، اخبار و مقاله‌های پیرامون یادگیری ماشین، بیش از همیشه ما را احاطه کرده‌اند. تقریباً هر صنعتی از این فناوری صحبت می‌کند. اکثر متخصصان و کارشناسان نیز تلاش می‌کنند تا از مزایای یادگیری ماشین، برای بهبود وضعیت خود در بازارها استفاده کنند. پیش از پیاده‌سازی هر نوعی از فناوری، مذکور، ابتدا باید از خود بی‌روسیم که یادگیری ماشین چیست؟ طبق تعریف Hewlett Packard: یادگیری ماشین به فرآیندی اشاره می‌کند که کامپیوترها، شناسایی الگویی را فرا می‌گیرند. به‌علاوه، کسب توانایی توسط آنها برای یادگیری مستمر و ارائه پیش‌بینی براساس داده نیز در این تعریف قرار می‌گیرد. ماشین‌ها در ادامه یادگیری، تعدیل و اصلاح پیش‌بینی‌ها و بیانات خود را نیز بدون نیاز به برنامه‌نویسی اختصاصی برای آن موضوع انجام می‌دهند. به‌بیان ساده‌تر، یادگیری یعنی ماشین‌ها تحلیل و اقدام براساس حجم‌های بالای اطلاعات را انجام داده و همچنین، به یادگیری و بهبود عملکرد خود در طول زمان ادامه دهند. به‌عنوان نمونه‌ای از کاربردهای عملی یادگیری ماشین، می‌توان فناوری تشخیص چهره را مثال زد. همه ما می‌دانیم که این فناوری، روزبه‌روز پیشرفته‌تر می‌شود. امروز، کاربران گوشی‌های آیفون، قفل جگت‌های خود را با شناسایی چهره باز می‌کنند. به‌علاوه، مقامات قانونی نیز از فناوری تشخیص چهره برای شناسایی رفتارهای خلافکارانه و دستگیری مجرمان بهره می‌برند. در مقالی دیگر، گوگل فوتوز و سرویس‌های مشابه، به کاربران امکان می‌دهند که تصاویر را براساس افراد حاضر در آنها دسته‌بندی کنند. الگوریتم‌های گفته‌شده در گذشته دقت بالایی نداشتند، اما به‌مرور، حرفه‌ای‌تر و دقیق‌تر شدند و تبحر خود را م‌هرون یادگیری ماشینی هستند. یادگیری و هوشی که در بالا شرح دادیم، با هوش انسانی تفاوت دارد. می‌توان آن را یادگیری برنامه‌نویسی‌شده هم نامید که قطعاً کاربردهایش فراتر از تشخیص چهره است و در تمامی صنایع نفوذ می‌یابد. به‌عنوان مثال، می‌توان بازاریابی را بیان کرد. بازاریاب‌های امروزی، همه تلاش خود را به‌کار می‌گیرند تا پیام و تصویری مناسب هر مخاطب به او ارائه کنند. قطعاً انسان‌ها نمی‌توانند در مقیاس‌های بزرگ با تک‌تک مخاطبان ارتباط برقرار کنند، اما ماشین‌ها این توانایی را دارند. شاید تصور پیاده‌سازی آن روش‌ها روشن نباشد، اما در ادامه این مقاله، روش‌هایی برای استفاده کاربردی از یادگیری ماشین در حوزه بازاریابی را شرح می‌دهیم.

۱- پیشنهاد بهترین محصولات یا محتوا

پیشنهاد محتوا و محصول مرتبط، از دیرباز به‌عنوان ابزاری کاربردی در دست بازاریابان شناخته می‌شود. در گذشته و اکنون، پیشنهادها توسط نیرو و تفکر انسانی آماده می‌شدند و از ۱۰ سال گذشته، الگوریتم‌های ساده‌ای برای پیشنهادهای تقریباً اتوماتیک به کار گرفته شده‌اند. الگوریتم‌هایی که پیشنهادها را تنها براساس خریدهای دیگر مشتریان به مشتری دیگر ارائه می‌دهند. یادگیری ماشین، می‌تواند در بهینه‌سازی الگوریتم‌های کنونی پیشنهاد محصول و محتوای مرتبط، کمک شایانی ارائه دهد. با استفاده از این فناوری می‌توان تمامی اطلاعاتی که از یک شخص داریم، مانند سابقه خرید، فعالیت کنونی در وب، ارتباطات ایمیلی، موقعیت، صنعت فعالیت، ویژگی‌های سنی و جنسیتی و موارد مشابه را با هم ترکیب کند و بهترین و نزدیک‌ترین محصول و محتوا را به او پیشنهاد دهد. یادگیری ماشین، دسته‌بندی، قیمت و مشخصات مختلف محصول را با علاقه‌مندی‌ها و سوابق فرد مورد نظر ترکیب کرده و بهترین پیشنهاد را به او می‌دهد. به‌همین دلیل، پیشنهادها هم روزبه‌روز بهتر می‌شوند. پیشنهادهای براساس یادگیری ماشین، به محصول و محتوا خلاصه نمی‌شوند. شما با به‌کارگیری فناوری می‌توانید حتی برند، دسته‌بندی محصول، مشخصات فنی، موضوع، نویسنده و انواع دیگر موارد را به کاربر پیشنهاد دهید. درنهایت، به‌کارگیری یادگیری ماشین به شما امکان می‌دهد که تجربه‌ای جذاب را در وبسایت یا ایمیل‌های تبلیغاتی خود ایجاد کنید که مخاطب، بتواند به کمک آنها، موارد مورد علاقه خود را بهتر پیدا کند.

۲- شناسایی گروه‌های مهم مشتریان

با وجود آنکه یادگیری ماشین، پیشنهادها مرتبط خوبی را به مشتریان ارائه می‌کند، شناسایی دسته‌بندی‌های مهم آنها براساس تفاوت‌های بسیار افراد، هنوز مسئله‌ای حیاتی برای بازاریاب‌ها است. آنها باید گروهی که بیش از همه به خرید محصولات راغب می‌شوند را زودتر از رقبا شناسایی کنند و آنها را هدف قرار دهند. تشخیص تفاوت‌های مشهود مشتریان همچون مشتری جدید یا وفادار، برای انسان‌ها به‌راحتی انجام می‌شود، اما بسیاری از تفاوت‌ها هستند که در حجم بالای داده مرتبط با مشتری، از دید ما پنهان می‌مانند. یادگیری ماشین به بازاریاب کمک می‌کند که دسته‌بندی‌های جدیدی را در میان مشتری‌ها کشف کند که قبلاً به آنها توجه نمی‌کرد. به‌علاوه، می‌توان از آن اطلاعات استفاده کرده و پیشنهادات مرتبط‌تری به مشتریان ارائه کرد. به‌عنوان مثال، یادگیری ماشین تشخیص می‌دهد که نسل جوانی که قصد نوسازی خانه خود را دارند، رفتارهای مشخصی از خود نشان می‌دهند. با آن اطلاعات، می‌توان پیام‌های بهینه‌تری را برای آن دسته از مشتریان آماده و ارسال کرد. می‌توان زبان صحبت با آنها را متفاوت از افراد دیگر در نظر گرفت. به‌علاوه، به محض نشان دادن رفتارهای مشابه از سوی مشتریان دیگر نیز می‌توان آنها را به این دسته‌بندی اضافه کرد.

۳- شناسایی و عمل در مقابل مشکلات احتمالی

کمپین‌های بازاریابی، داده‌های زیادی تولید می‌کنند، مثلاً، ایمیل‌هایی که روزانه توسط یک شرکت بزرگ ارسال می‌شود را در نظر بگیرید. می‌توان تعداد کاربران وبسایت را نیز به‌عنوان نمادی از داده‌های عظیم در نظر گرفت. تمامی آن ارتباطات، داده تولید می‌کنند که قطعاً هیچ انسانی نمی‌تواند همه آنها را مشاهده و تحلیل کند. به‌علاوه، مشکلات احتمالی و چالش‌های عملکردی نیز قابل تشخیص نیستند. یادگیری ماشین می‌تواند مشکلات را پیش‌بینی کند و پیش از وقوع، به شما اطلاع دهد. به‌عنوان مثالی کاربردی، تصور کنید کمپینی ایمیلی برای افزایش فروش یک فروشگاه اینترنتی پیاده‌سازی کرده‌اید. در ایمیلی‌های ارسالی، یک لینک اشتباه قرار دارد که به صفحه مورد نظر از سایت شما منتقل نمی‌شود. یادگیری ماشینی با بررسی ورودی‌ها از لینک‌های ایمیلی، متوجه پایین بودن نرخ آنها بسته به ارسال می‌شود و شما را مطلع می‌کند. درنهایت، شما با اطلاع از مشکل، پیش از اوج گرفتن بحران در کمپین ایمیلی، رویکردهای اصلاحی را انجام می‌دهید.

۴- تکامل تست‌های A/B

آزمایش روندهای مختلف بازاریابی هم با به‌کارگیری یادگیری ماشین بهبود می‌یابد. تست‌های سنتی A/B به شما امکان می‌دهند که دو یا چند تجربه دیجیتال را در مخاطبان تصادفی آزمایش کنید. سپس بهترین راهکار با بیشترین بازده را انتخاب کنید و با همان، ادامه دهید. آن رویکردها قطعاً کاربردهای مثبتی دارند، اما تمامی تفاوت‌های گروه‌های مختلف را مدنظر قرار نمی‌دهند. در تست‌های مذکور، یک نمونه را برای گروهی نمایش می‌دهید و شاید آنها هیچ‌گاه نمونه مورد علاقه خود را مشاهده نکنند. یادگیری ماشین، آن رویکرد را تغییر می‌دهد. به‌عنوان مثال، به‌یادگیری ماشین، به‌جای پیاده‌سازی دو طراحی متفاوت صفحه اول وبسایت و انتظار برای بازدید و انتخاب بهترین طراحی از میان آنها، می‌توانید تجربه را به هوش مصنوعی بسپارید. الگوریتم، با استفاده از اطلاعات افراد، بهترین نمونه را برای هر کدام از آنها پیشنهاد می‌دهد. در ادامه، با استفاده از اطلاعات تجربه اولیه کاربران با طراحی مورد نظر، تصمیم‌های آتی اتخاذ می‌شود. همان رویکرد بالا را می‌توان در تبلیغ‌ها نیز به کار گرفت. به‌جای آنکه تخفیف ثابت ۲۰درصدی به همه کاربران داده شود، الگوریتم هوش مصنوعی، تخفیف را تنها به افرادی ارائه می‌کند که نیاز به انگیزهای بیشتر برای خرید دارند. برای افراد دیگر نیز می‌توان تبلیغ‌های متفاوت، مثلاً محصولی جدید در دسته‌بندی مورد علاقه آنها، ارائه کرد.

۵- انتخاب نحوه تعامل با افراد

شما چگونه زمان و محل ارتباط با یک مشتری بالقوه را تشخیص می‌دهید؟ به‌علاوه، روش ارتباط چگونه انتخاب می‌شود؟ آیا او ایمیل را ترجیح می‌دهد؟ آیا اعلان‌های موبایلی، پیامک یا تماس برای او بهتر هستند؟ در چه فواصلی باید با مشتری تماس بگیرید؟ تمامی این سؤال‌ها را می‌توان با استفاده از یادگیری ماشین پاسخ داد. به‌جای استفاده از روش‌های سنتی و ارسال انبوه ایمیل‌های ثابت برای همه مشتریان بالقوه، می‌توان از یادگیری ماشین استفاده کرد. الگوریتم‌ها تشخیص می‌دهند که آیا یک ایمیل مشخص توسط یک کاربر مشخص باز شده یا نادیده گرفته می‌شود. با استفاده از این اطلاعات، می‌توان ایمیل‌ها یا پیام‌ها را با طراحی بهتر و در زمان مناسب‌تر ارسال کرد. درنهایت باید بدانید که یادگیری ماشین، بیش از همه چیز در تفسیر داده‌های انبوه و استخراج اطلاعات مفید، کاربرد نهایی خود را نشان می‌دهد. در دنیایی که داده‌ها، بیش از توان ما در تفسیر و بررسی جمع‌آوری می‌شوند، فناوری مذکور کاربرد بالایی دارد. به‌علاوه تمایل به شناخت بهتر مشتریان و ارتباط شخصی با آنها هم روزبه‌روز بیشتر می‌شود. در چنین وضعیتی، قطعاً به‌کارگیری یادگیری ماشین، مزیت‌های زیادی به‌همراه خواهد داشت.

منبع: ENTREPRENEUR/ZOOMIT

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

| **شنبه** **|** ۱۷ فروردین ۱۳۹۸ **|** شماره ۱۳۸۵ **|** صفحه ۱۶ **|**

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۰۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۰۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۰۸۸۸۹۵۶۲۲ **فکس تحریریه:** ۰۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۰۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۰۸۸۹۵۳۴۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



۶ روش ساده برای خوشحال زندگی کردن

می‌کنید.

۲. ورزش کنید

یکی دیگر از روش‌های ساده اما مؤثر برای خوشبخت بودن، ورزش منظم است. تحقیقات نشان می‌دهد که فعالیت‌های جسمانی می‌تواند اعتماد به نفس، خلق و خوی، کیفیت خواب و انرژی را افزایش دهد و همچنین باعث کاهش افسردگی و استرس شود. تأثیر ورزش نمی‌تواند کم اهمیت باشد و بسیاری از افراد موفق مانند جی. ک. رولولینگ، اپرا وینفری، نیکلاس داتکو، بنجامین فرانکلین، بیل گیتس و ... اغلب ورزش منظم را به عنوان یکی از اسرار برای زندگی شاد خود ذکر می‌کنند.

اگرچه ورزش روزانه ممکن است دشوار به نظر برسد، اما اگر بتوانید آن را به طور تأثیرگذار انجام دهید، یکی از راه‌های مؤثر برای خوشبختی می‌شود و کمک می‌کند تا ذهن، بدن و روح خود را شکل دهید در حالی که برای انجام فعالیت‌های روزمره قوی می‌شوید.

۳. سالم بمانید

یکی از راه‌های مؤثر یک زندگی شاد، این است که در سلامت باشد، اغلب گفته می‌شود «افراد سالم خوشحال هستند». من تمایل دارم با این حرف موافق باشم زیرا خوشبختی یکی از دلایل سلامت خوب است، افراد خوشحال زندگی طولانی در حالی که افراد ناراضی زندگی کوتاهی دارند. افسردگی و غم و اندوه بر سیستم بدن تأثیر می‌گذارند، که اغلب به مسائل بهداشتی منجر می‌شود. با این حال، توصیه می‌شود که سلامتی خود را حفظ کنید تا از زندگی شاد لذت ببرید.

۴. با خانواده تان وقت بگذرانید

گذراندن زمان با عزیزان به ویژه خانواده احساس شادی

را به ارمغان خواهد آورد. ما تمایل داریم با فرزندان مان، همسر و یا بستگان احساس راحتی و شادی کنیم.

به عنوان مثال، کار بسیاری از ما را از صرف وقت با خانواده محروم کرده است. صبح خیلی زود از خانه خارج می‌شوید و شب دیروقت به خانه می‌آیید. بدون هیچ وقت‌گذراندنی با همسر و فرزندان تان و همیشه با کار و قرار ملاقات مشغول هستید.

این امر به طور جدی منجر به یک شیوه زندگی ناخوشایند می‌شود. وقت‌گذراندن با خانواده خود و انجام کارهای مفرح و سرگرم‌کننده، یکی از راه‌های زندگی شاد است.

۵. تفکر مثبت داشته باشید

تغذیه خود با افکار منفی یک راه ساده برای زندگی غم‌انگیز است. افکار منفی باعث ترس و تردید می‌شوند و ترس باعث ناراحتی می‌شود. ما محصولی از افکارمان هستیم، بنابراین مثبت فکر کنید. متفکران مثبت خوشحال هستند.

۶. گذشت و بخشش کنید

بخشش یکی دیگر از راه‌های به دست آوردن شادی ابدی است. هر وقت کسی را ببخشید، ذهن شما روشن می‌شود، همه جا لبخند خواهد زد و اطراف هر کسی خوشحال خواهید بود. مردم خوشحال و شاد هرگز کینه نگه نمی‌دارند؛ زیرا می‌دانند که نگه داشتن کینه به آنها بیشتر از حد تصور آسیب می‌رساند. آنها به راحتی می‌بخشند و گذشت می‌کنند و چیزهای اشتباهی را که مردم در حق آنها انجام داده‌اند را فراموش می‌کنند که این امر باعث می‌شود فرصت تمرکز بر چیزهای جدید را داشته باشند.

منبع: Pickthebrain/ucan