روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۳ تیر
۱۳۹۸

Mon. 24 Jun 2019
۲۰ شوال ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۳۳۷-۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

پیش‌بینی قیمت املاک تجاری در ماه‌های آینده

خانه گران‌تر می‌شود یا مغازه؟

یک کارشناس اقتصاد مسکن پیش‌بینی کرد که در آینده به جز در برخی شرایط خاص، املاک تجاری شانس به مراتب کمتری از املاک مسکونی خواهند داشت...

۳

یادداشت

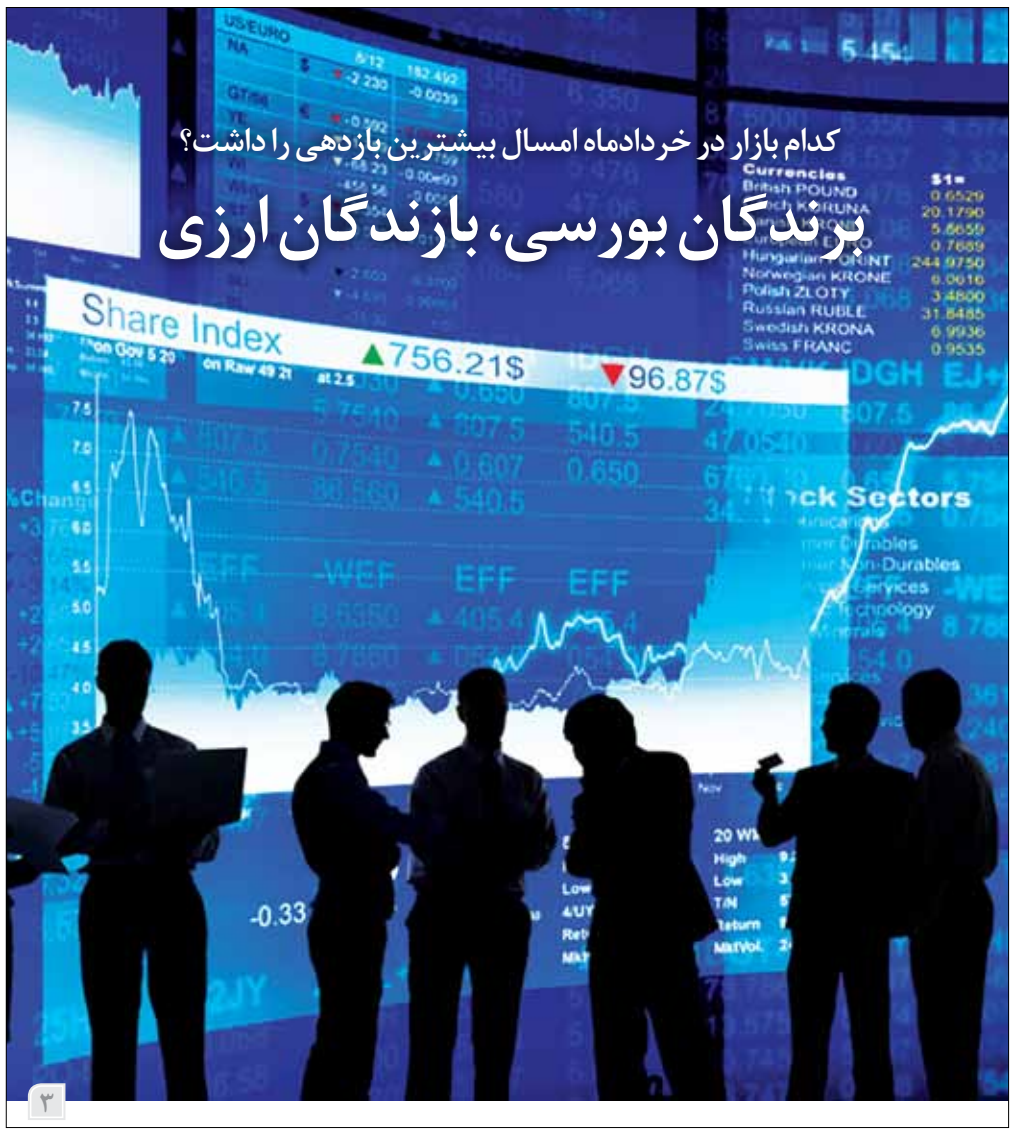
بیم‌ها و امیدهای استارت‌آپی

امیدهاشمی
کارشناس کارآفرینی

چندی پیش آیین‌نامه حمایت از شرکت‌های نوپا و یا همان طرح نوآفرین تصویب شد؛ طرحی که فارغ از نقد آن، نقطه آغاز و امیدی در اکوسیستم استارت‌آپی ایران بود. قطعاً این طرح می‌توانست بهتر از این باشد، اما باید محدودیت‌های ساختارهای دولتی را نیز در نظر گرفت. مطالعه آیین‌نامه نوآفرین نشان می‌دهد تدوین‌کنندگان آن قطعاً دانش و نگرش بالایی در زمینه حکمرانی و سیاست‌گذاری داشته‌اند و در بسیاری موارد قصد اصلاح رویه و یکپارچگی اقدامات دستگاه‌های اجرایی داشته‌اند، اما این نکته هم به وضوح مشهود است که کماکان دولت تصویری نزدیک و نه‌چندان شفاف از اکوسیستم استارت‌آپی دارد، که البته در ویرایش‌های بعدی این طرح قطعاً بهبود خواهد یافت.

اگر فارغ از ادبیات شبه علمی در یک بخش‌بندی ساده استارت‌آپ‌ها را به سه بخش تقسیم کنیم می‌توانیم بخش اول را استارت‌آپ‌های بذری و پیش‌بذری، بخش دوم را در حال رشد و بخش سوم را استارت‌آپ‌های رشدیافته عنوان کنیم...

۳



کدام بازار در خردادماه امسال بیشترین بازدهی را داشت؟

برندگان بورسی، بازندگان ارزی

۳

سامانه تکمیلی نیما راه‌اندازی می‌شود

دفاع تمام‌قد همتی از سامانه نیما

فرصت امروز: بازار ارز همچنان پرنوسان است، اما این تنها قیمت‌ها نیست که بی‌تکلیفند و مدام بالا و پایین می‌روند، بلکه تصمیمات کلان اقتصاد هم همین وضعیت را دارند. تا چند روز پیش صحبت‌ها حاکی از پایان رانت ارزی و حذف دلار ۴۲۰۰ تومانی بود. نهادهای مختلف در گزارش‌هایی دلار ۴۲۰۰ تومان و سیاست نرخ ارز ترجیحی را ناکارآمد اعلام کردند و بعد هم زمزمه‌هایی از حذف این نرخ ترجیحی به میان آمد، اما زمانی که پای عمل به میان آمد، این موضوع مسکوت ماند. ابتدا معاون وزیر صمت و دبیر ستاد تنظیم بازار بود که ابتدای هفته در حاشیه مراسم روز ملی اصناف در جمع خبرنگاران گفت که «فعلا دلار ۴۲۰۰ تومانی حذف نمی‌شود.» عباس قبادی در پاسخ به این سوال که آیا کالاهای اساسی با قیمت ارز ۴۲۰۰ تومانی به سفره مردم می‌رسد یا...

۴

نظرسنجی جالب «ایسپا» درباره ارتباط میان وضعیت اقتصادی مردم با مصرف برنج

هزینه خانواده‌های ایرانی ۵۰درصد بیشتر شد

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- ۱۰راز موفقیت از زبان تراویس کالانیک
- ۱۱مهارت سازماندهی که هر رهبری به آن نیاز دارد
- ۱۰ استراتژی برتر بازاریابی در حوزه B۲B
- ۳ ترند اشتباه در مورد شبکه‌های اجتماعی
- برندها چگونه ارزش‌گذاری می‌شوند؟
- ارزش پیشنهادی برند چیست؟

هم‌بنیان‌گذار فیس‌بوک می‌گوید لیبرا قدرت خیلی زیادی به شرکت‌ها می‌دهد

۸ تا ۱۶

مزارع استخراج ارزهای دیجیتال؛ دشمن یا منجی صنعت برق؟!

صنعت استخراج ارزهای مجازی به تازگی به عنوان متهم افزایش مصرف برق در کشور معرفی شده، اما برخی کارشناسان می‌گویند این صنعت نه‌تنها باعث کمبود انرژی نیست بلکه از ظرفیت‌های آن می‌توان علاوه بر دور زدن تحریم‌ها برای کاهش اتلاف انرژی، پرداخت بدهی‌های برقی، توسعه نیروگاه‌ها و حتی کاهش قیمت برق مشترکان نیز استفاده کرد.

به گزارش ایرنا، موضوع ماینینگ (استخراج ارزهای مجازی) که موضوعی ناشناخته در کشور به شمار می‌رود، در روزهای اخیر به دلیل نگرانی از افزایش مصرف برق و احتمال کمبود این حامل انرژی مورد توجه قرار گرفته است. معاون برق و انرژی وزیر نیرو در این باره گفته است: برای تولید هر واحد ارز مجازی «بیت‌کوین» نیاز به مصرف ۷۲ هزار کیلووات برق بوده و به اندازه مصرف ۲۸ مشترک، برق استفاده می‌شود که ادامه چنین روندی خطرناک است.

همایون حائری هشدار داده است: اگر روند استخراج ارزهای مجازی به همین نحو ادامه یابد پیش‌بینی می‌شود مصرف آنها به بیش از ۲ هزار مگاوات برسد. نکته مهم درباره ارزهای مجازی این است که این نوع ارزها به دلیل ماهیت غیرمتمرکزی که دارند خارج از دامنه تحریم‌های آمریکا هستند، بنابراین در زمان تحریم از ابزارهای کارآمد برای دور زدن تحریم‌های واشنگتن هستند.

در همین زمینه، خبرنگار ایرنا به سراغ محمد شرقی، دبیر انجمن بلاک‌چین ایران رفته و نظر او را درباره ادعاهای مطرح‌شده مبنی بر افزایش بی‌رویه مصرف برق کشور توسط مزارع استخراج ارزهای دیجیتال جویا شده است. او برخلاف ادعاهای مطرح‌شده می‌گوید: ساماندهی و توسعه مزارع استخراج ارزهای مجازی نه‌تنها باعث افزایش مصرف برق کشور نشده، بلکه در صورت ساماندهی و توسعه شهرک‌های ماینینگ می‌توان از آن برای احداث نیروگاه‌های جدید، پرداخت بدهی‌های سنگین این صنعت، کاهش اتلاف انتقال و توسعه شبکه برق کشور استفاده کرد.

مزیت‌های استفاده از ارزهای مجازی در زمان تحریم

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران گفت: کشورمان که از یکسو دچار تحریم است و از سوی دیگر دارای حجم گسترده واردات و صادرات و می‌تواند بخشی از کمبود ارز را از این طریق جبران کرده و تا حدی تحریم‌ها را دور بزند.

محمد شرقی خاطرنشان کرد: در بسیاری از کشورهای اروپایی، آسیایی، آفریقایی و حتی آمریکایی برخی ارزهای مجازی به رسمیت شناخته شده‌اند که می‌توان به جای مبادله مستقیم از طریق بانک‌ها با استفاده از این نوع ارزهای دیجیتال، اقدام به پرداخت پول و تامین کالا کرد.

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران با اشاره به دو شیوه تهیه ارزهای مجازی ادامه داد: برای اینکه ایران بتواند از رمزارزها برای دورزدن تحریم و مبادلات بین‌المللی استفاده کند باید این ارزها را داشته باشد که برای دسترسی به آنها یا باید این ارزها را از خارج از کشور خریداری کند یا اینکه به تولید آنها در داخل (ماینینگ) اقدام کند.

وی افزود: خرید ارزهای دیجیتال از طریق فروشنده‌های خارجی، محدودیت‌هایی دارد و باعث خروج پول و ارز فیزیکی از کشور می‌شود، اما استخراج این نوع ارزها در داخل نه‌تنها از خروج پول از کشور جلوگیری کرده بلکه باعث ارزآوری در شرایط سخت تحریم نیز می‌شود.

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران به ماینینگ و مزارع استخراج رمزارزها اشاره کرد و افزود: به فرآیند استخراج ارزهای دیجیتال، صنعت «ماینینگ» و به مراکز تولید این ارزها، مزرعه یا «فارم» گفته می‌شود.

شرقی افزود: در صنعت ماینینگ، نفت و گاز به انرژی برق و در نهایت به محصول ارز دیجیتال تبدیل می‌شود که به عنوان یک پول مجازی می‌توان برای مبادلات مالی از آن استفاده کرد.

مزیت اقتصادی ایران در تولید ارزهای مجازی

وی با بیان اینکه تولید ارزهای دیجیتال در کشور به عنوان خام‌فروشی یا هدردهنده برق و منابع انرژی نیست، گفت: متاسفانه برخی از صنعت استخراج ارزهای دیجیتال به عنوان هدردهنده برق و انرژی نام برده و تلاش می‌کنند که مشکل کمبود برق کشور را به گردن این صنعت بیندازند، اما باید توجه داشت که ارزهای دیجیتال به عنوان یک محصول نهایی در چرخه تولید انرژی به شمار می‌روند که بازده و سودآوری بسیار بالایی برای کشور به دنبال دارند.

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران به مزیت اقتصادی بخش انرژی در کشور اشاره کرد و گفت: ایران دارای بزرگترین منابع گازی و نفت دنیاست که به جای خام‌فروشی باید آن را به محصول با ارزش افزوده بالاتر تبدیل کرد و در شرایط کنونی که فروش انرژی با مشکلات زیادی رو به رو است، ارزهای دیجیتال می‌تواند یکی از مهمترین، باارزش‌ترین و پرکاربردترین این محصولات باارزش به شمار رود.

مقصر مصرف بالای برق، مزارع استخراج ارزهای دیجیتال نیستند

این کارشناس ارزهای دیجیتال به اعتراضات اخیر درباره افزایش مصرف برق کشور در مزارع استخراج ارزهای دیجیتال اشاره کرد و گفت: در روزهای اخیر به علت بالارفتن میزان مصرف برق این‌گونه ادعا شده که مشکلات کمبود برق ناشی از فعالیت مزارع استخراج ارزهای دیجیتال است.

شرقی افزود: عده‌ای تلاش می‌کنند که مشکل مصرف بالای برق و احتمال کمبود و قطع برق را به گردن مزارع استخراج ارزهای دیجیتال بیندازند، اما ما همه ساله با مشکل مصرف بالای برق در فصل تابستان مواجه بوده‌ایم در حالی که مزارع استخراج ارزهای دیجیتال بیش از دو سال است که در کشور گسترش یافته‌اند.

وی تاکید کرد: در واقع، این درست نیست که صنعت ماینینگ به عنوان مقصر کمبود برق معرفی شود زیرا در سال‌های دور نیز همواره معضل ناپایداری شبکه برق در کشور در فصل تابستان وجود داشته است.

کمک ارزهای مجازی برای رفع مشکل کمبود برق

این کارشناس ارزهای دیجیتال گفت: مزارع استخراج ارزهای دیجیتال نه‌تنها باعث هدررفتن منابع انرژی نمی‌شود بلکه می‌توانند به رفع بیماری مزمن صنعت برق یعنی کمبود پول کمک کرده و این صنعت را توسعه دهند.

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران ادامه داد: مزارع استخراج ارزهای دیجیتال می‌توانند درآمدزایی صنعت برق را افزایش داده حتی قیمت برق تولیدی برای مردم و مصرف‌کنندگان نهایی را کاهش دهند.

شرقی با بیان اینکه یکی از مشکلات مهم در صنعت برق ضریب بار (نسبت مصرف و تولید برق) است، اضافه کرد: اوج مصرف برق کشور مربوط به تعداد محدودی از روزهای گرم فصل تابستان است که حتی مصرف برق به حدود ۵۵ هزار مگاوات نیز افزایش می‌یابد، این در حالی است که میانگین مصرف سالانه برق کشور حدود ۳۳ هزار مگاوات است که نشان می‌دهد که بالغ بر ۳۷درصد از ظرفیت تولید این صنعت در طول سال بدون استفاده باقی می‌ماند.

وی ادامه داد: وزارت نیرو می‌تواند شرایطی را فراهم کند تا از ظرفیت خالی نیروگاه‌ها در طول سال برای ماینینگ و درآمدزایی برای صنعت برق استفاده کند.

«ماینینگ» مرهمی برای بیماری مزمن بدهکاری صنعت برق

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران اضافه کرد: دولت هزینه بسیار بالایی را صرف تولید برق می‌کند که به صورت یارانه در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد و این موضوع باعث بدهکاری حدود ۴۲ هزار میلیارد تومانی صنعت برق شده است، اما در صورت ایجاد مزرعه‌های استخراج ارز دیجیتال در کنار نیروگاه‌ها می‌توان سودآوری صنعت برق را بالا برده و بدین ترتیب مشکل بدهکاری صنعت برق نیز بهبود بیابد. شرقی با طرح امکان کاهش قبض برق مشترکان عادی اضافه کرد: با افزایش سودآوری صنعت نیروگاهی از طریق ایجاد مزارع ماینینگ، سرمایه‌گذاران جدید برای احداث نیروگاه‌های جدید ترغیب خواهند شد و بدین شکل، موج نیروگاه‌سازی تجدیدپذیر در مقیاس کوچک که متاسفانه اکنون حدود یک درصد از کل تولید برق کشور را تشکیل داده در کشور به راه افتاده و هزینه تولید هرچه بیشتر کاهش خواهد یافت.

این کارشناس ارزهای دیجیتال ادامه داد: براساس آمار حدود یک ماه و در بعضی از ساعات تابستان، پیک مصرف برق وجود دارد، اما در سایر روزهای سال و ساعات با کاهش مصرف برق مواجه هستیم که می‌شود در آن روزها به تولید ارزهای دیجیتال اقدام کرد.

وی اضافه کرد: در صورت افزایش بهره‌وری و سودآوری نیروگاه‌ها حتی می‌توان نسبت به کاهش بهای برق مصرفی مشترکان عادی و مردم اقدام کرد.

احداث شهرک‌های استخراج ارزهای مجازی در کنار نیروگاه‌ها

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران با ارائه پیشنهادی گفت: از جمله راهکارهایی که پیشنهاد می‌شود ایجاد شهرک‌ها و مزرعه‌های استخراج ارزهای دیجیتال در کنار نیروگاه‌هاست.

شرقی اضافه کرد: راه‌اندازی این شهرک‌ها و مزرعه‌ها می‌تواند ضریب بار بیشتری را برای صنعت برق کشور ایجاد کرده که با ضریب بار بالاتر، میزان سودآوری افزایش، زمان بازگشت سرمایه در صنعت برق کاهش و نرخ بازگشت سرمایه در صنعت برق افزایش می‌یابد.

وی افزود: ساماندهی مزارع استخراج ارزهای دیجیتال، افزایش درآمدزایی برای سرمایه‌گذاران و افزایش درآمد ارزی برای کشور از مزیت‌های احداث این شهرک‌هاست.

این کارشناس ارزهای دیجیتال اضافه کرد: این شهرک‌ها می‌تواند در قالب شهرک‌های فناوری احداث شود که هزینه برق، خدمات و پشتیبانی از دستگاه‌های تولید ارز دیجیتال در آنها مشخص است.

وی خاطرنشان کرد: بدین طریق، علاقه‌مندان و سرمایه‌گذاران می‌توانند دستگاه‌های استخراج خود (ماینر) را به این شهرک‌ها برده و نصب کنند و در نهایت پس از پرداخت هزینه تولید برق و هزینه‌های جانبی، ارز دیجیتال استخراج‌شده به حساب سرمایه‌گذاران واریز می‌شود.

کاهش اتلاف در خطوط انتقال برق

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران به کمک ماینینگ برای حل مشکل اتلاف انرژی در شبکه توزیع اشاره کرد و گفت: مشکل دیگری که در کشور وجود دارد اتلاف بالای انرژی در خطوط انتقال برق است که احداث مزارع استخراج ارزهای دیجیتال در نزدیکی نیروگاه‌ها می‌تواند این مشکل را کاهش دهد.

شرقی یادآور شد: این راهکار در کشورهای در حال توسعه کاربرد دارد به طور مثال کشور چین از این راهکار استفاده می‌کند.

وی افزود: وجود هزاران کیلومتر خط انتقال برق که با هدف انتقال برق به روستاها و شهرهای دوردست احداث شده باعث هدررفت هزاران مگاوات برق در طول مسیر می‌شود.

این کارشناس ارزهای دیجیتال با بیان اینکه براساس گزارش‌ها میزان اتلاف برق در خطوط انتقال اکنون به حدود ۱۱درصد رسیده است، اضافه کرد: از طریق توسعه مزارع استخراج ارزهای دیجیتال می‌توان جلوی اتلاف انرژی را گرفت.

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران اضافه کرد: سال‌هاست که موضوع احداث نیروگاه‌های برق کوچک‌مقیاس در مناطق دوردست کشور مطرح شده، اما به دلیل صرفه اقتصادی پایین، سرمایه‌گذاران از آن استقبال نکرده‌اند.

شرقی خاطرنشان کرد: با توجه به مصرف پایین برق در مناطق حاشیه‌ای و دوردست، احداث نیروگاه‌ها در آن مناطق صرفه اقتصادی پایینی دارد، بنابراین سرمایه‌گذاران تمایلی برای ورود به این بخش را ندارند اما در صورت احداث مزرعه‌های استخراج ارزهای دیجیتال در کنار این نیروگاه‌های کوچک می‌توان سودآوری برای سرمایه‌گذاران را تضمین کرد بدین ترتیب آنها ترغیب خواهند شد تا در این مناطق سرمایه‌گذاری کنند.

بلاتکلیفی در صدور مجوز مزارع استخراج ارزهای مجازی

این کارشناس ارزهای دیجیتال با انتقاد از بلاتکلیفی و عدم اقدام نهادهای مسئول برای ساماندهی و صدور مجوز برای استخراج ارزهای دیجیتال گفت: از حدود یک سال پیش که موضوع گسترش این مزارع داغ شد بارها با نهادها و وزارتخانه‌های مختلف دولتی تماس گرفته و خواستار صدور مجوز برای آنها شدیم، اما پاسخ همه دستگاه‌های دولتی این بود که فعلاً مجوزی برای این مزارع صادر نمی‌شود اما می‌توانید بروید و آنها را راه‌اندازی کنید، اما به یکباره در هفته‌های اخیر که میزان مصرف برق بالا رفته اقدام به تعطیلی این مزارع استخراج کرده‌اند که بلوکه‌شدن بیش از ۱۰۰ هزار سرمایه‌گذاری انجام شده در این بخش را به دنبال داشته است.

دبیر انجمن بلاک‌چین ایران تصریح کرد: اکنون بسیاری از مزارع استخراج ارزهای دیجیتال به ادعای غیرقانونی بودن توقیف شده‌اند. سوال این است که چرا در ماه‌های گذشته که خواستار صدور مجوز برای این مزارع بودیم به آنها مجوز نداده و تعلل کردند.

وی تصریح کرد: برخورد سلبی در این بخش، جواب نمی‌دهد و بهتر است به جای این نوع برخوردهای قهری، به ساماندهی این صنعت اقدام کرد.

نگاه

استاد دانشگاه هاروارد پاسخ می‌دهد

سیاست‌های اقتصادی ترامپ، آمریکا را به کجا می‌کشاند؟

پروفسور رابرت بارو، استاد سرشناس دانشگاه هاروارد که به‌عنوان یکی از پایه‌گذاران مکتب اقتصاد کلان کلاسیک جدید (new classical macroeconomics) شناخته می‌شود، در یادداشتی به تشریح سیاست‌هایی که دولت ترامپ در حوزه اقتصاد در پیش گرفته پرداخته است. در این یادداشت که در پایگاه تحلیلی پراجکت سیندیکیت منتشر شده، آمده است: در سال‌های اخیر تعیین مالیات، وضع مقررات، تجارت و زیرساخت‌ها، چهار رکن اساسی سیاست‌گذاری اقتصادی در آمریکا بوده‌اند. با توجه به بررسی‌های جامعی که در مورد رکن اول داشته‌ام، به این نتیجه رسیده‌ام که کاهش مالیات‌ها نقش مثبتی در رشد اقتصادی ایفا می‌کند. درخصوص رکن دوم یعنی وضع مقررات، اگرچه بررسی‌های من چندان مفصل نبوده است اما معتقدم این مورد نقش کمتری در رشد اخیر اقتصاد آمریکا ایفا کرده است. رکن سوم یعنی تجارت از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است و به همین دلیل باید از تشدید تنش‌های تجاری بین آمریکا و چین نگران باشیم. در مورد رکن چهارم هم چیزی جز حرف و وعده نشنیده‌ایم و جای یک برنامه مدون برای توسعه زیرساخت‌ها در قفسه سیاست‌های اقتصادی آمریکا خالی است.

براساس برآوردهای من، کاهش نرخ مالیات که در سال ۲۰۱۷ به تصویب رسید، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی آمریکا در سال ۲۰۱۸ را ۱٫۱ واحد درصد افزایش داده که ۰٫۹درصد از آن مربوط به کاهش نرخ مالیات بر درآمد افراد و مابقی مربوط به کاهش نرخ مالیات شرکت‌ها بوده است. این رویه در سال جاری میلادی نیز ادامه خواهد یافت اما پس از آن احتمالاً اثر اقتصادی ناشی از کاهش مالیات بر درآمد افراد از بین خواهد رفت؛ هرچند انتظار می‌رود اثر اقتصادی مالیات شرکت‌ها تا چند سال ادامه یابد.

در مورد مقررات و محدودیت‌ها نیز نشانه‌هایی از توقف رشد آنها دیده می‌شود. اگرچه رشد محدودیت‌های وضع‌شده از سوی دولت فدرال برای فعالیت‌های اقتصادی تقریباً متوقف شده است، اما این به معنای کاهش محدودیت‌ها نیست.

آخرین گزارش «سهولت کسب‌وکار» که بانک جهانی آن را تدوین و منتشر کرده، حاکی از این است که آمریکا طی سه سال اخیر در زمینه تسهیل مقررات کسب‌وکار هیچ پیشرفتی نداشته است. این کشور در سال ۲۰۱۶ از لحاظ سهولت کسب‌وکار، جایگاه هشتم جهان را به خود اختصاص داده بود؛ در سال ۲۰۱۷ به رتبه ششم رسید اما در سال ۲۰۱۸ به همان جایگاه هشتم بازگشت. حتی اگر عملکرد نسبی (مقایسه با سایر کشورها) را در نظر نگیریم و امتیازات آمریکا در این شاخص طی سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ را معیار قضاوت قرار دهیم، باز هم پیشرفت محسوسی را مشاهده نخواهیم کرد.

همان‌طور که بسیاری از اقتصاددانان دیگر نیز تأکید کرده‌اند، سیاست‌های تجاری رئیس‌جمهور دونالد ترامپ به‌شدت مایه نگرانی هستند. سیاست‌های تجاری دولت ترامپ تحت تأثیر این تفکر منسوخ مرکانتیلیستی قرار دارد که فروش کالاها (صادرات) خوب و خرید کالاها (واردات) بد است. جالب اینجاست که تفکرات ترامپ و برخی از مشاوران تجاری ارشد وی، با تفکرات چینی‌ها در این زمینه یکسان است.

البته ترامپ در مورد اینکه چینی‌ها مدت‌هاست واردات و سرمایه‌گذاری خارجی را محدود کرده‌اند و به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم اقدام به سرقت فناوری می‌کنند، درست می‌گوید، اما در عین حال کشمکش تجاری آمریکا و چین در قالب وضع تعرفه بر کالاهای یکدیگر، به نفع هیچ‌یک از آنها نیست. برخی تصور می‌کنند جنگ تجاری بیشتر به چین آسیب وارد می‌کند زیرا صادرات چین به آمریکا بسیار بیشتر از صادرات آمریکا به چین است، اما باید اذعان داشت که اگر واردات کالا از چین متوقف شود، بار سنگینی به اقتصاد آمریکا تحمیل خواهد شد.

دیدگاه‌های ترامپ در مورد تعرفه‌ها، من را به یاد سخنرانی رونالد ریگان در انیستیتو هوور دانشگاه استنفورد قبل از انتخاب شدنش به‌عنوان رئیس‌جمهور آمریکا می‌اندازد. ریگان در آن سخنرانی گفت وضع تعرفه بر فولاد و سایر کالاها، به دلایل مبتنی بر امنیت ملی قابل توجیه است. استدلال وی که در آنجا با انتقاد بسیاری از حاضران مواجه شد، تقریباً با استدلال امروز ترامپ یکسان است. البته ترامپ در این زمینه حتی پا را فراتر نهاده و امنیت ملی را با امنیت اقتصادی گره زده است. بهترین راهکار برای ساقط کردن این استدلال از درجه اعتبار به‌صورت قانونی این است که یک اقتصاددان در دادگاه نشان دهد که چرا وضع تعرفه برای امنیت اقتصادی مضر است.

مشکل بزرگ‌تر این است که ظاهراً ترامپ یک علاقه شخصی به وضع تعرفه‌های تجاری دارد زیرا فکر می‌کند تعرفه خاصیتی جادویی دارد و از طریق کنترل واردات و جایگزینی آن با تولید داخل باعث افزایش درآمد و تولید ناخالص داخلی می‌شود. این مشکل را نمی‌توان به‌راحتی برطرف کرد. برخی خواستار این هستند کنگره امورات مربوط به تعرفه‌گذاری را در اختیار گیرد، اما این راهکار در بلندمدت پیامدهای نامطلوبی خواهد داشت زیرا از دهه ۱۹۳۰ تاکنون رؤسای جمهور اغلب در مقایسه با نمایندگان کنگره –که نماینده منافع گروه کوچک‌تری متشکل از شهروندان حوزه انتخابیه خود هستند- تمایل بیشتری به حمایت از تجارت آزاد داشته‌اند.

اکنون این امیدواری وجود دارد که آسیب‌های جنگ تجاری برای چین و آمریکا بالاخره آنها را مجبور به توافقی کند که در چارچوب آن چین نیز سیاست‌های تجاری آزادتری در پیش گیرد و محدودیت‌ها بر واردات را برطرف سازد. نکته‌ای که باعث تعجب خواهد شد این است که حتی چنین توافقی بیشتر به سود اقتصاد چین خواهد بود. در حال حاضر نااطمینانی در مورد نتایج مذاکرات تجاری آمریکا و چین باعث نوسانات گسترده در بازارهای بورس جهانی شده است. از طرفی فارغ از اینکه نتیجه مذاکرات چه خواهد بود، این نگرانی نیز همچنان وجود دارد که ترامپ بر کالاهای وارداتی از مکزیک، اتحادیه اروپا، ژاپن و سایر کشورها نیز تعرفه وضع کند. و اما در مورد زیرساخت‌ها تاکنون کار خاصی انجام نشده است، در حالی که توسعه زیرساخت‌ها می‌تواند به افزایش بهره‌وری کمک کند. براساس گزارش‌های رسانه‌ها، در نشستی که در ماه آوریل بین ترامپ و رهبران کنگره برگزار شد، ترامپ در ابتدا پیشنهاد سرمایه‌گذاری یک تریلیون دلاری برای توسعه زیرساخت‌های آمریکا را مطرح کرد، اما دموکرات‌ها خواستار افزایش این رقم به ۲ تریلیون دلار شدند و ظاهراً ترامپ نیز بدون مقاومت چندانی این خواسته را پذیرفته است.

گزارش‌های منتشرشده در مورد این نشست حکایت از این دارد که هر دو طرف به مخارج دولت به‌عنوان ناهار مجانی نگاه می‌کنند؛ دست‌کم در مواردی که این مخارج از طریق بدهی یا خلق پول بیشتر تأمین مالی شود. در هر صورت به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری برای توسعه زیرساخت‌ها در نهایت از مرحله حرف و پیشنهاد فراتر نخواهد رفت. با توجه به وضعیت فعلی سیاست‌گذاری کلان اقتصادی در آمریکا، تعدیل پیش‌بینی نرخ رشد اقتصادی از ۳٫۱درصد در سه‌ماهه اول امسال به ۱٫۳درصد در سه‌ماهه دوم (براساس گزارش فدرال رزرو آتلانتا) نباید باعث تعجب شود. تکرار رشد اقتصاد نزدیک به ۳درصد، دیگر برای سال ۲۰۱۹ محتمل به نظر نمی‌رسد.

نظرسنجی جالب «ایسپا» درباره ارتباط میان وضعیت اقتصادی مردم با مصرف برنج

هزینه خانواده‌های ایرانی ۵۰درصد بیشتر شد

فرصت امروز: تازه‌ترین نظرسنجی ملی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) نشان می‌دهد که بیش از ۵۱درصد مردم در یک سال گذشته هر روز برنج مصرف کرده‌اند. همچنین در میان کسانی که وضع اقتصادی خود را «بد» ارزیابی کرده‌اند، بیش از ۹۰درصد گفته‌اند که هر روز یا چند بار در هفته برنج مصرف می‌کنند.

در این نظرسنجی که به منظور بررسی ارتباط میان وضعیت اقتصادی مردم با مصرف برنج در روزهای ۳۱ اردیبهشت ماه و یکم خردادماه امسال به صورت تلفنی با جامعه آماری شهروندان کل کشور (اعم از شهر و روستا) انجام شده است، از کل کسانی که وضع اقتصادی خود را «بد» ارزیابی کرده‌اند، ۹۰٫۶درصد گفته‌اند هر روز یا چند بار در هفته برنج مصرف می‌کنند. این میزان برای طبقه «متوسط» ۹۶٫۷درصد و برای طبقه‌ای که وضعیت اقتصادی خود را «خوب» ارزیابی کرده است، ۹۳٫۸درصد بوده است.

همچنین در بخش دیگری از این نظرسنجی، از پاسخگویان پرسیده شده است: «در خانواده شما در یک سال گذشته تا چه حد برنج مصرف شده است؟» در پاسخ به این سوال، ۵۱٫۱درصد مردم گفته‌اند در یک سال گذشته هر روز برنج مصرف کرده‌اند. این در حالی است که ۴۳٫۱درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در یک سال گذشته چند روز در هفته، ۴٫۸درصد پاسخگویان چند روز در ماه و ۰٫۵۲درصد پاسخگویان چند بار در سال برنج مصرف کرده‌اند.

براساس اعلام مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، همچنین ۰٫۳درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در یک سال گذشته اصلاً برنج مصرف نکرده‌اند. در عین حال، ۰٫۳درصد پاسخگویان نیز به سوال ایسپا پاسخی نداده‌اند.

افزایش ۵۰درصدی هزینه خانوارهای ایرانی

در همین حال، تازه‌ترین گزارش مرکز آمار ایران از شاخص تورم نشان می‌دهد که هزینه خانوارهای ایرانی برای خرید مجموعه‌ای از کالا و خدمات در خردادماه امسال ۵۰درصد بیشتر شده است.

گزارش رسمی مرکز آمار ایران، نشان‌دهنده آن است که تورم بار دیگر افزایش یافته و به روند رو به رشد خود در ماه‌های گذشته ادامه داده است؛ به طوری که تورم سالانه با رشد ۳٫۴درصدی نسبت به اردیبهشت‌ماه به ۳۷٫۶درصد در خردادماه ۹۸ رسیده است. این در حالی است که بررسی وضعیت هزینه‌ای خانوارهای ایرانی در خردادماه امسال نسبت به همین ماه در سال گذشته نشان داد که به طور میانگین ۵۰٫۴درصد هزینه‌های آنها افزایش یافته است.

تازه‌ترین گزارش شاخص تورم نشان می‌دهد که تورم خردادماه ۳۷٫۶درصد رسیده و تورم خردادماه نسبت به تورم اردیبهشت ماه ۳٫۴درصد رشد داشته است.

به تعبیر مرکز آمار ایران، در خردادماه امسال عدد شاخص کل به ۱۷۴٫۹درصد رسیده که نسبت به ماه قبل ۰٫۸درصد افزایش را نشان می‌دهد. درصد تغییر شاخص کل نسبت به ماه مشابه سال قبل ۵۰٫۴درصد است یعنی خانوارهای کشور به طور میانگین برای تهیه یک مجموعه کالا و خدمات یکسان بیش از ۵۰درصد بیشتر از خرداد سال ۹۷ هزینه کرده‌اند. این میزان نسبت به ماه قبل ۱٫۷درصد کاهش یافته است.

همچنین شاخص قیمت در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» نسبت به ماه قبل ۰٫۲درصد کاهش و در گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» ۱٫۳درصد افزایش نشان می‌دهد. درصد تغییرات شاخص قیمت در خردادماه امسال نسبت به خردادماه پارسال برای این دو گروه به ترتیب ۷۵٫۰ و ۴۰٫۴درصد است.

شاخص قیمت کل برای خانوارهای شهری کشور در خردادماه ۱۳۹۸ به عدد ۱۷۳٫۳رسید که نسبت به ماه قبل ۰٫۸درصد افزایش نشان می‌دهد. درصد تغییر شاخص کل نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۹٫۳درصد است که نسبت به ماه قبل (۵۰٫۷درصد) ۱.۴ واحد درصد کاهش داشته است.

و اما در روستاها شاخص قیمت کل برای خانوارهای روستایی کشور در خردادماه ۱۳۹۸ به عدد ۱۸۳٫۳ رسید که نسبت به ماه قبل ۰٫۷درصد افزایش نشان می‌دهد. درصد تغییر شاخص کل نسبت به ماه مشابه سال قبل ۵۶٫۵درصد است که نسبت به ماه قبل (۵۹٫۶درصد) ۳.۱ واحد درصد کاهش داشته است.

نان و غلات گران شد، سبزیجات و گوشت ارزان

بیشترین افزایش قیمت در گروه خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات مربوط به نان و غلات است. در این گروه ماکارونی، انواع برنج ایرانی و بیسکوئیت با افزایش قیمت قابل توجه به فروش رسیده است. انواع چای و ماءالشعیر هم بیشترین افزایش قیمت را در بین نوشیدنی‌ها داشته و در گروه محصولات خوراکی غیرطبقه‌بندی‌شده سرکه، خیارشور و زعفران بیش از دیگر محصولات گران شده است. در گروه کالاهای غیرخوراکی و خدمات بیشتر افزایش قیمت در گروه مبلمان و لوازم خانگی حاصل شده و گروه پوشاک و کفش هم بیشترین افزایش قیمت را نسبت به ماه مشابه سال قبل داشته‌اند.

در یک کلام، در بین کالا و خدماتی که مردم در ماه گذشته مورد استفاده قرار داده‌اند، بالاترین سطح تورم نسبت به خردادماه سال گذشته مربوط به دخانیات با ۱۰۹درصد بوده است، اما تورم در گروه خوراکی‌ها بیش از ۷۴درصد گزارش شده که در این گروه «گوشت قرمز و سفید و فرآورده‌های آن» با ۹۶.۴ و «گوشت قرمز و گوشت ماکیان» ۹۵ و «ماهی‌ها و صدف‌داران» با ۱۰۷درصد بالاترین تورم را داشته‌اند.

همچنین مسکن در مقایسه با خردادماه سال گذشته ۲۶درصد، «شکر، مربا، عسل، شکلات و شیرینی» با ۸۵درصد و «لوازم خانگی» با ۸۳درصد، «تفریح و فرهنگ» ۷۵درصد افزایش هزینه دارند. در بررسی تورم سالانه باید گفت که بالاترین سطح تورم به دخانیات با ۱۲۴درصد اختصاص دارد و بعد از آن گوشت قرمز و گوشت سفید با بیش از ۷۰درصد در رده‌های بعدی قرار دارد.

مؤسسه استاتیستا گزارش داد

ارزهای دیجیتالی در کدام کشورها محبوبیت بیشتری دارند؟

آمارها حاکی است که ارزهای دیجیتال رمزنگاری‌شده همچون بیت‌کوین در ترکیه و منطقه آمریکای لاتین از محبوبیت بیشتری برخوردار شده‌اند.

به گزارش ایسنا، تازه‌ترین آمارهای مؤسسه تحقیقاتی استاتیستا (statista) نشان می‌دهد که کاربران ترکیه و کشورهای آمریکای لاتین نسبت به سایر نقاط جهان از خریداری، استخراج و سرمایه‌گذاری در ارزهای دیجیتال رمزنگاری‌شده استقبال بیشتری نشان داده‌اند.

با توجه به اهمیت روزافزون ارزهای دیجیتال رمزنگاری‌شده در جهان، کاربران زیادی به استخراج و سرمایه‌گذاری در آنها روی آورده و از این طریق سعی دارند که ثروت هنگفتی را به جیب بزنند.

فناوری ارزهای دیجیتالی رمزپایه همچون بیت‌کوین یک پول رمزنگاری‌شده است، این امکان را به کاربران می‌دهد که بدون نیاز به هیچ بانکی مبادلات مالی خود را انجام دهند و همچنین هویت طرفین معامله نیز ناشناس باقی می‌مانند. ارزهای دیجیتالی رمزنگاری‌شده باید توسط سخت‌افزارهای قدرتمندی که معمولاً کارت گرافیک موجود در ابررایانه‌هاست، استخراج یا به اصطلاح ماینینگ شوند.

گفته می‌شود ارزهای دیجیتالی رمزپایه غیرقابل هک هستند و باید به‌صورت ناشناس و با استفاده از سخت‌افزارهای قدرتمندی از پلتفرم‌های مخصوص استخراج این نوع ارزهای مجازی، استخراج یا به اصطلاح ماینینگ شوند.

بسیاری از کشورهای جهان در ابتدا در تلاش بودند تا این پول بی‌افسار را کنترل کرده و معاملات با آن را تا حد امکان محدود کنند، چراکه آنها بر این باورند بیت‌کوین به تجارت‌های غیرقانونی و غیرمجاز همچون تجارت اسلحه، تجهیزات تروریستی، قاچاق دارو و مواد مخدر دامن‌زده و به علت آنکه مقامات قضایی و پلیس نمی‌توانند طرفین معامله را شناسایی و ردگیری کنند، باعث سهولت استفاده از آن می‌شود. این در حالی است که برخی دیگر از کشورها با وضع قوانین دقیق و درست، استفاده از این ارزهای دیجیتالی رمزنگاری‌شده را مجاز اعلام کرده‌اند. براساس این گزارش، ترکیه، برزیل، کلمبیا، آرژانتین، آفریقای جنوبی، مکزیک، شیلی، چین، اندونزی، اسپانیا، روسیه، دانمارک، استرالیا، انگلستان، ایالات متحده آمریکا، فرانسه، آلمان و ژاپن به ترتیب کشورهایی از جهان بوده‌اند که در آنها بیشترین آمار استقبال از ارزهای دیجیتال رمزنگاری‌شده همچون بیت‌کوین به ثبت رسیده است. طی چند سال اخیر ارزهای دیجیتالی رمزنگاری‌شده بسیاری همچون بیت‌کوین، مونرو، ریپل و اتریوم از محبوبیت و استقبال بی‌نظیری برخوردار شده و کاربران بسیاری در جهان به‌دنبال استخراج و تبدیل پول‌های خود به ارزهای دیجیتالی هستند، چراکه این روزها بسیاری از افراد با خرید و استخراج این ارز توانسته‌اند به پول زیادی دست پیدا کنند. چندی پیش بود که کارشناسان پیش‌بینی کرده بودند با شکوفایی فناوری بلاک‌چین، روند استخراج ارزهای دیجیتالی رمزنگاری‌شده نیز صعودی خواهد شد و رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه خواهد کرد.

آیا بانک مرکزی ژاپن خواهد توانست تورم را بالا ببرد؟

در حسرت افزایش قیمت‌های آینده

با وجود تمام موفقیت‌هایی که در سیاست‌های اقتصادی شینزو آبه، نخست‌وزیر ژاپن، رخ داده قیمت‌های کالا و خدمات برای مصرف‌کنندگان در ژاپن خیلی آهسته‌تر از هدف ۲درصدی بانک مرکزی این کشور افزایش می‌یابد. هدف‌گیری نرخ تورم پایین‌تر از ۲درصد در کشوری که نرخ بیکاری پایین است قابل پذیرش است، به‌خصوص چون فروش دارایی در سطحی باقی خواهد ماند که سیاست‌های مالی ژاپن را خنثی می‌کند.

به گزارش رویترز، در سال ۲۰۱۲، وقتی آبه برای دور دوم به قدرت بازگشت، فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های ژاپن برای پیداکردن کار مناسب مشکل داشتند. حالا با هفت سال زندگی در دوران «آبه‌نومیک»، آنها چنین مشکلاتی را کمتر دارند. در واقع، به‌قدری کمبود نیروی کار در کشور وجود دارد که برای هر تقاضای کار کمی بیش از ۱٫۶ شغل مناسب ارائه می‌شود و در کلیت این اقتصاد، کنار گذاشتن عرضه شدید کالا و خدمات به چشم می‌خورد که آبه از دولت قبلی به ارث برده بود.

با این حال، سرمایه‌گذاران به‌ویژه در بازار اوراق قرضه نگران نرخ‌های تورم پایین یا حتی منفی هستند چراکه این مسئله را یک پدیده «استثنایی» در نظر می‌گیرند که تجار و بانک‌داران را از رسیدن به فرصت‌های کسب سود بی‌نصیب می‌کند. آنها نگران این هستند که این وضعیت تا مدتی دوام داشته باشد. نرخ تورم ژاپن حول و حوش یک درصد است و شاید برای افزایش بیشتر آن مشکلاتی وجود داشته باشد حتی اگر نرخ اشتغال بالا بماند. فناوری‌های نوین مثل هوش مصنوعی در حال جایگزین شدن به عنوان نیروی کار است که به این معنا است که طبقه متوسط کمتر قادر خواهد بود تقاضای دستمزد بیشتر کند.

این امر لزوما مشکلی به حساب نمی‌آید. به‌شرط تغییرنکردن دیگر مولفه‌های اقتصادی، تورم ناخوشایند است چون درآمد خالص خانوار را کاهش می‌دهد. معمولا این‌طور فرض گرفته می‌شود که وقتی تورم خفیفی وجود دارد بیکاری راحت‌تر از زمانی که هیچ تورمی وجود ندارد کاهش پیدا می‌کند، اما در مورد ژاپن، جایی که نرخ اشتغال بسیار بالا است، نصف‌شدن هدف‌گذاری تورم نگرانی جدی‌ای ایجاد نمی‌کند.

یکی از پیش‌بینی‌های احتمالی برای آینده شاید این باشد که آمریکا و منطقه یورو تورم ۲درصدی را هدف خود قرار دهند که به این ترتیب، نرخ مبادله ین روی کاغذ تا حدود سالانه یک درصد افزایش می‌یابد. این اتفاق ممکن است در کوتاه‌مدت تاثیراتی روی رقابت‌پذیری صادرکنندگان ژاپنی داشته باشد.

با وجود این، چنین تغییرات ارزی‌ای در مقایسه با نوسان‌های معمول نسبتا کم‌دامنه خواهد بود. برای مثال، نرخ برابری ین در برابر دلار در بازه محدودی که کمتر از ۱۰درصد در کل سال ۲۰۱۹ برآورد می‌شود خواهد بود. همچنین در عین اینکه شاید ارزش ین از جنبه‌های صوری افزایش یابد ولی وقتی نرخ مبادله‌اش در برابر دلار و یورو با نرخ تورم تعدیل می‌شود، تغییر بسیار کمی خواهد داشت و بنابراین نمی‌تواند در تخصیص منابع واقعی تغییری بدهد. در نتیجه، به تغییر هدف‌گذاری نرخ تورم برای ژاپن صرفا به‌عنوان یک مسئله فنی نگریسته می‌شود.

این امر به این معنا نخواهد بود که سیاست‌گذاران باید از اثرگذاری تسهیل کمی در هنگامی که نرخ تورم صفر یا نزدیک به صفر است غفلت کنند. تسهیل کمی یک سیاست نامتعارف پولی است که بانک‌های مرکزی برای جلوگیری از افت عرضه پول هنگام ناموثر بودن سیاست استاندارد پولی مورد استفاده قرار می‌دهند. یک بانک مرکزی از طریق خریدن مقادیر مشخص ذخایر مالی از بانک‌های تجاری و دیگر نهادهای خصوصی تسهیل کمی می‌کند و در نتیجه پایه پولی را افزایش می‌دهد. خرید دارایی از طریق جمع‌آوری میزان چشمگیری پول روی اقتصاد اثر می‌گذارد. اگر تعداد پرتقال‌های بیشتری ناگهان در بازار نسبت به تعداد سیب‌ها در دسترس باشد، قیمت پرتقال نسبت به سیب پایین می‌آید. به‌طور مشابه، انبساط مالی در یک کشور باعث تضعیف واحد پولی آن کشور در برابر دیگر ارزها می‌شود. اگر کشورها در مواقع لزوم به‌جای اتکا به تسهیل کمی به استفاده از نرخ‌های تورم به‌عنوان تنها اهرم سیاست‌گذاری خود روی بیاورند، اقتصاد جهانی سوپاپ اطمینان خود را در مقابل بحران‌های مالی از دست می‌دهد. اما احتمال ندارد در این مورد خاص چنین اتفاقی بیفتد. ژاپن در عوض اینکه بیش از حد نگران هدف‌گذاری نرخ تورم ۲درصدی باشد، بهتر است روی بازار نیروی انسانی و شکل‌دهی سرمایه اجتماعی خود، مثلا با بهبود آموزش پیش‌دبستانی برای کودکان، تمرکز کند.

وزیر راه و شهرسازی از جزییات طرح مسکن کارکنان دولت خبر داد

نیروهای مسلح صاحبخانه می‌شوند

فرصت امروز: براساس تفاهم‌نامه وزارتخانه‌های راه و دفاع، نیروهای مسلح صاحبخانه می‌شوند. در تفاهم‌نامه‌ای که صبح یکشنبه به امضای وزیر راه و شهرسازی و وزیر دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح رسید، قرار است وزارت راه، ۱۰۰ هزار واحد مسکونی را برای نیروهای مسلح احداث کند. براساس این طرح، وزارت دفاع زمین‌های خود را برای احداث این تعداد واحد مسکونی برای نیروهای مسلح در اختیار وزارت راه و شهرسازی قرار می‌دهد. همچنین تسهیلات ۸۰درصدی به سازندگان تعلق می‌گیرد که قابل انتقال به خریداران است.

در مراسم امضای این تفاهم‌نامه، وزیر راه و شهرسازی از جزییات طرح مسکن کارکنان دولت خبر داد و گفت: امروز توفیق یافتیم یکی دیگر از برنامه‌های جریان بخشیدن به تولید مسکن را رونمایی کنیم. این ۱۰۰ هزار واحد اضافه بر ۴۰۰ هزار واحدی است که از قبل هدف‌گذاری کرده بودیم. در قالب این برنامه اراضی در اختیار وزارت دفاع به احداث ۱۰۰ هزار واحد برای نیروهای خدوم مسلح اختصاص می‌یابد. هر جا هم که وزارت دفاع زمین در اختیار نداشت، ما از زمین‌های وزارت راه و شهرسازی استفاده می‌کنیم.

احداث ۱۴۰ هزار واحد آغاز شده است

محمد اسلامی با بیان اینکه در قالب ۴۰۰ هزار واحد پروژه اقدام ملی، تاکنون ۱۴۰ هزار واحد را آغاز کرده‌ایم، گفت: تاکنون ۱۴۰ هزار واحد از طرح اقدام ملی وارد فاز اجرایی شده است و به تدریج در روزهای آینده تفاهمنامه‌های بیشتری به امضا خواهد رسید و در یک برنامه سراسری با حضور رئیس جمهوری ۱۱۰ پروژه مسکن ذیل طرح اقدام ملی آغاز می‌شود.

اسلامی بعد از امضای تفاهمنامه ساخت ۱۰۰ هزار واحد مسکونی با وزارت دفاع جمهوری اسلامی ایران گفت: رونمایی از این تفاهمنامه به عنوان یکی دیگر از برنامه‌های شتاب‌بخشیدن به امر تولید مسکن است و براساس این تفاهمنامه طی سه سال ساخت خانه برای خانواده بزرگ نیروهای مسلح انجام می‌شود.

وی توضیح داد که ۱۰۰ هزار واحد مسکونی این طرح افزون بر طرح ساخت ۴۰۰ هزار واحد مسکونی ذیل طرح اقدام ملی است و گفت: بر این اساس گام جدیدی برای افزایش ظرفیت عرضه مسکن در کشور برداشته شده است. به گزارش ایرنا، اسلامی درخصوص جزییات تفاهمنامه با وزیر دفاع گفت: در این طرح در ابتدا خانه‌ها در اراضی در اختیار نیروهای مسلح ساخته خواهد شد و اگر اراضی وزارت دفاع برای ساخت این ۱۰۰ هزار واحد کافی نبود مابقی واحدها در اراضی شهرهای جدید احداث خواهند شد.

وی از پشتیبانی وزارت راه از ساخت خانه در اراضی وزارت دفاع در طول این برنامه خبر داد.

جزییات نحوه تأمین مالی پروژه

اسلامی همچنین در کنفرانس خبری مشترک با وزیر دفاع درخصوص نحوه تأمین مالی این پروژه گفت: پرداخت تسهیلات ۸۰درصد به همه بانک‌ها اعلام شده که سود آن ۱۸درصد خواهد بود. این تسهیلات به سازندگان پرداخت می‌شود و در پایان مراحل ساخت وام به متقاضیان منتقل خواهد شد.

به گفته وی در سال جاری سهم مسکن از سبد تسهیلات به ۲۰درصد افزایش یافته است.

وزیر راه وشهرسازی تصریح کرد: سال گذشته ۱۰۳ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بخش مسکن اختصاص یافت که رقمی بالغ بر ۱۳.۵درصد از سهم تسهیلات بانک مرکزی بود. در سال ۱۳۹۸ در نظر داریم این رقم را به ۲۰درصد برسانیم که عدد قابل توجهی خواهد بود.

اسلامی همچنین خبر داد: تعهد تولید مسکن بین وزارت راه و بانک مرکزی تعهدی مشترک است که تلاش می‌کند سهم مسکن از سبد تسهیلات بانک مرکزی را به رقم ۲۰درصد برساند.

وی درخصوص اینکه این ۱۰۰ هزار واحد در کجا ساخته خواهد شد، گفت: ساخت ۱۰۰هزار واحد در ۳۵ شهر بزرگ به اجرا می‌رسد، محدودیت‌هایی در شهرها برای ساخت این واحدها وجود دارد، اما براساس قانون، ۲۵ شهری که مشمول خروج پادگان‌ها از محدوده شهری می‌شوند در اولویت قرار دارند.

وی درباره جزییات طرح مسکن کارکنان دولت و اولویت‌بندی بین اقشار مختلف برای ساخت مسکن نیز گفت: نکته حائز اهمیت برای دولت از اجرای این طرح‌ها شدت بخشیدن به جریان تولید مسکن است. از همه ظرفیت‌ها برای رونق بازار مسکن استفاده می‌کنیم. در اجرای این برنامه هیچ اولویت‌بندی وجود ندارد به این معنا که کارکنان نیروهای مسلح در اولویت با سایر اقشار قرار دارند. برنامه‌های متعددی برای صاحبخانه کردن مردم در دستور کار قرار دادیم تا به پایداری عرضه مسکن برسیم.

وزیر راه و شهرسازی جامعه هدف را در طرح اقدام ملی، اقشار متوسط رو به پایین جامعه دانست و گفت: تمام هدف ما این است که زمان تحقق آرزوی مسکن‌دار شدن جوانانی که در سن ازدواج هستند را کوتاه کنیم تا هرچه سریع‌تر بتوانند مسکن مورد نیاز خود را تهیه کنند.

پیش‌بینی قیمت املاک تجاری در ماه‌های آینده

خانه گران‌تر می‌شود یا مغازه؟

یک کارشناس اقتصاد مسکن پیش‌بینی کرد که در آینده به جز در برخی شرایط خاص، املاک تجاری شانس به مراتب کمتری از املاک مسکونی خواهند داشت.

بهروز ملکی در یادداشت تلگرامی خود با طرح این پرسش که مغازه بخریم؟ نوشت: در سال‌های پس از جنگ (در دهه ۱۳۷۰) قیمت یک مترمربع مغازه در یک محله تا ۱۰برابر قیمت یک مترمربع آپارتمان در همان محله بود و داشتن مِلک تجاری حاکی از متمول بودن بود. در آن شرایط، بانک‌ها و نهادهای شبه دولتی، با مشاهده سود سرشار سرمایه‌گذاری در املاک تجاری، به ساخت پاساژهای تجاری روی آوردند. به گفته وی، ضمن اینکه نباید از انگیزه‌های پنهان و آشکار شهرداری‌ها به جهت سود ناشی از فروش مجوز املاک تجاری چشم‌پوشی کرد. در ادامه با چشیدن مزه شیرین سرمایه‌گذاری‌شان، ساخت مال‌های عظیم تجاری رونق گرفت.

این کارشناس اقتصاد مسکن ادامه داد: با اشباع تدریجی عرضه املاک تجاری، جذابیت این املاک، کاهش یافت؛ به گونه‌ای که هم‌اکنون قیمت یک مترمربع مغازه در یک محله حدود ۲ تا ۴ برابر یک مترمربع آپارتمان در همان محله شده است. طی دو سال گذشته نیز که املاک مسکونی با رشد شدید قیمت مواجه بوده‌اند، املاک تجاری افزایش قیمت کمتری را تجربه کردند.

او با طرح این پرسش که چرا املاک تجاری به این حال و روز افتاده‌اند؟ پاسخ داد: واقعیت انکارناپذیر این است که در ایران به ازای هر هشت خانوار (۲۶ نفر) یک مغازه وجود دارد که به‌طور محسوسی بیش از نیاز است، بنابراین بدیهی است که بسیاری از افرادی که هم‌اکنون به ساخت یا خرید واحدهای تجاری مبادرت می‌کنند، در آینده از سرمایه‌گذاری‌شان ناراضی خواهند شد.

ملکی متذکر شد: علاوه بر حجم نامتعارف عرضه واحدهای تجاری، سمت تقاضای واحدهای تجاری نیز با تحولاتی اساسی، دست به گریبان شده است. با گسترش کسب‌وکارهای اینترنتی به تدریج برخی از فعالیت‌های تجاری نیازمند مغازه نخواهند بود و تقاضای مغازه برای برخی اصناف کاهش می‌یابد. آژانس‌های تاکسی تلفنی، آژانس‌های هواپیمایی و... نمونه عینی این موضوع هستند. بر این مبنا می‌توان پیش‌بینی کرد که در آینده نیز به جز در برخی شرایط خاص، املاک تجاری شانس به مراتب کمتری از املاک مسکونی خواهند داشت.

نرخ تسه در کانال ۳۰ هزار تومان

سقوط آزاد قیمت اوراق تسهیلات مسکن

قیمت هر برگه تسهیلات مسکن در معاملات یکشنبه فرابورس به کمترین نرخ چند سال اخیر رسید و قیمت ۳۹ تا ۴۱ هزار تومان را در چند نماد معاملاتی تجربه کرد.

به گزارش مهر، اگرچه آمار غیررسمی حکایت از حاکم‌شدن رکود سنگین بر بازار مسکن طی دو ماه اخیر دارد، اما در حالی که چند روز از آغاز تیرماه گذشته، اما هیچ‌یک از دستگاه‌های رسمی منتشرکننده آمار بازار مسکن شامل بانک مرکزی و دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی به انتشار آمار بازار مسکن پایتخت طی ماه گذشته (خرداد ۹۸) اقدام نکرده‌اند.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک تهران نیز روز شنبه از کاهش ۳۳درصدی معاملات مسکن در تهران در خردادماه امسال نسبت به ماه مشابه سال گذشته (خرداد ۹۷) خبر داده بود.

نتایج این فضای مبهم ناشی از عدم انتشار اطلاعات بازار مسکن از یک سو و همچنین افزایش ۱۲.۵درصدی میانگین قیمت مسکن در تهران در اردیبهشت ماه امسال نسبت به ماه قبل از آن (فروردین ۹۸) که بالاترین میزان افزایش قیمت ماهانه مسکن طی پنج سال گذشته محسوب می‌شود، بی‌تمایلی خریداران و فروشندگان نسبت به حضور در این بازار و نیز ناتوانی بخش مهمی از خریداران مسکن نسبت به تهیه هزینه خرید واحد مسکونی در پایتخت و دیگر کلانشهرهاست.

رکود بازار مسکن به بازار اوراق تسهیلات مسکن نیز نفوذ کرده و سبب شده تا قیمت این اوراق طی روزهای اخیر به پایین‌ترین حد خود در چند سال اخیر برسد.

در معاملات یکشنبه اوراق گواهی حق تقدم تسهیلات مسکن در فرابورس که سبب شده تا تابلوی این بازار کاملاً قرمزپوش باشد و یکی از نمادهای معاملاتی تسه شامل تسه ۹۸۰۴ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در تیرماه ۹۶) به قیمت ۳۸ هزار و ۴۶۶ تومان در کمترین قیمت و ۴۰ هزار و ۴۸۷ تومان در گران‌ترین قیمت (با میانگین ۳۹ هزار تومان) به فروش برسد و اولین نماد معاملاتی در اوراق تسهیلات مسکن باشد که ورود به کانال ۳۰ هزار تومانی را تجربه کند.

همچنین در ۵ نماد معاملاتی تسه ۹۶۱۱ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در بهمن ۹۶)، تسه ۹۶۰۵ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در مرداد ۹۶)، تسه ۹۶۱۲ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در اسفند ۹۶)، تسه ۹۶۰۹ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در آذر ۹۶) و تسه ۹۷۰۱ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در فروردین ۹۷) در کمترین قیمت در بازه ۴۱ هزار تومان و در گران‌ترین قیمت در بازه ۴۲ تا ۴۴ هزار تومان به فروش رسیدند. گفتنی است در ۷ نماد معاملاتی اوراق تسهیلات مسکن نیز فروش این برگه‌ها در کمترین قیمت در بازه قیمتی ۴۲ هزار تومان و گران‌ترین نرخ نیز در بازه قیمتی ۴۳ تا ۴۵ هزار تومان فروخته شد.

حجم معاملات اوراق تسهیلات مسکن

از نظر حجم معاملات نیز بیشترین تعداد خرید و فروش اوراق تسهیلات مسکن به اوراق تسهیلات مسکن صادره در خرداد ۹۸ (تسه ۹۸۰۳) اختصاص دارد که بیش از ۳ هزار نفر در صف خرید بوده و ۳۳ هزار و ۳۰۰ برگه خریداری کردند.

نماد معاملاتی تسه ۹۸۰۲ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در اردیبهشت امسال) با ۵ هزار و ۹۰ برگه و ایجاد صف خرید از سوی ۸۴۴ نفر دومین نماد معاملاتی در معاملات دیروز اوراق تسهیلات مسکن بود.

کمترین میزان فروش این برگه‌ها نیز به نماد معاملاتی تسه ۹۷۰۹ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در آذر ۹۷) با خرید دو برگه از سوی یک نفر تعلق داشت، با این حال در ۵ نماد معاملاتی تعداد برگه‌های خریداری‌شده در بازه هزار تا ۲ هزار برگه قرار داشت و در ۱۱ نماد معاملاتی کمتر از هزار برگه به فروش رسید. در سه نماد معاملاتی نیز کمتر از ۱۰ برگه خرید و فروش شد.

گزارش معنادار فرابورس از بازار اوراق تسهیلات مسکن

در حالی که فرابورس ماهانه آمار معاملات انواع سهام، برگه‌ها، اوراق بدهی، اسناد خزانه، سهام گروه‌های مختلف بورس، صندوق‌های سرمایه‌گذاری و ابزار نوین معاملاتی را منتشر می‌کند، در خردادماه آماری از میزان خرید و فروش اوراق تسهیلات مسکن ارائه نکرده و تنها به ذکر این جمله که «اوراق تسهیلات مسکن افت حجم و ارزش معاملات را تجربه کرد»، بسنده کرده است.

افت شدید حجم و ارزش معاملات نسبت به خرداد پارسال

جمع‌آوری آمار منتشره درخصوص معاملات اوراق تسهیلات مسکن در خردادماه امسال نشان می‌دهد تنها در ۱۸ روز کاری، معاملات در این بازار انجام شد و تعداد ۴۳ میلیارد و ۶۵۲ میلیون برگه اوراق تسهیلات مسکن به ارزش ۱۴ هزار و ۷۱۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان (با احتساب مجموع قیمت هر برگه به اضافه ارزش ۵۰۰ هزار تومانی هر برگه برای دریافت تسهیلات مسکن) خرید و فروش شد که نسبت به ماه مشابه سال گذشته (خرداد ۹۷) کاهش ۲۱درصدی از نظر حجم و ۴۲درصدی از نظر ارزش معاملات را نشان می‌دهد.

یادداشت

بیم‌ها و امیدهای استارت‌آپی

امیدهاشمی
کارشناس کارآفرینی

چندی پیش آیین‌نامه حمایت از شرکت‌های نوپا و یا همان طرح نوآفرین تصویب شد؛ طرحی که فارغ از نقد آن، نقطه آغاز و امیدی در اکوسیستم استارت‌آپی ایران بود. قطعاً این طرح می‌توانست بهتر از این باشد، اما باید محدودیت‌های ساختارهای دولتی را نیز در نظر گرفت. مطالعه آیین‌نامه نوآفرین نشان می‌دهد تدوین‌کنندگان آن قطعاً دانش و نگرش بالایی در زمینه حکمرانی و سیاست‌گذاری داشته‌اند و در بسیاری موارد قصد اصلاح رویه و یکپارچگی اقدامات دستگاه‌های اجرایی داشته‌اند، اما این نکته هم به وضوح مشهود است که کماکان دولت تصویری نزدیک و نه‌چندان شفاف از اکوسیستم استارت‌آپی دارد، که البته در ویرایش‌های بعدی این طرح قطعاً بهبود خواهد یافت.

اگر فارغ از ادبیات شبه علمی در یک بخش‌بندی ساده استارت‌آپ‌ها را به سه بخش تقسیم کنیم می‌توانیم بخش اول را استارت‌آپ‌های بذری و پیش‌بذری، بخش دوم را در حال رشد و بخش سوم را استارت‌آپ‌های رشدیافته عنوان کنیم. شناختی که من از اکوسیستم دارم، با اندکی دست پایین گرفتن رقم‌ها به این صورت است که اگر استارت‌آپ پیش بذری طرح و محصول خود را موفقیت‌آمیز ارائه کند و از چالش‌های دره مرگ عبور کند در یک سال اول در قالب یک استارت‌آپ بذری در رده درآمدی سالانه کمتر از ۱۰۰میلیون تومان قرار می‌گیرد، پس از یکسال استارت‌آپ در مراحل رشد خود در رده درآمدی سالانه ۱۰۰ میلیون الی ۲ میلیارد تومان قرار می‌گیرد و در رده درآمدی سالانه بیش از ۲ میلیارد تومان می‌توان استارت‌آپ را یک استارت‌آپ رشدیافته و پایدار تلقی کرد. البته بسیاری فاکتورهای دیگر نظیر تعداد سال فعالیت، تعداد منابع انسانی، میزان جذب سرمایه محقق شده و حتی بازاری که استارت‌آپ در آن فعالیت می‌کند می‌تواند این رقم‌ها را تغییر دهد.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هدف این طرح بیشتر استارت‌آپ‌های در حال رشد هستند یعنی همان‌هایی که کمتر از سه سال از تاسیس آنها گذشته و درآمدی به طور میانگین در حدود سالانه یک میلیارد تومان دارند (البته در این طرح عدد ۵۰۰ میلیون تومان است) توجه به ماده ۳ و ماده ۸ آیین‌نامه و اشارات مکرر به شتاب‌دهنده‌ها هم تاییدی بر این مدعا است که تعریف وزارت ارتباطات از استارت‌آپ همان‌هایی هستند که در یک شتاب‌دهنده مشغول فعالیت هستند، یعنی آنهایی که تازه از مرحله پیش‌بذری عبور کرده‌اند.

نکته اول اینجاست که تکلیف دو طیف دیگر چه می‌شود؟ استارت‌آپ‌های پیش‌بذری و بذری و استارت‌آپ‌های بزرگ و رشد کرده، آیا این کارآفرینان به حمایت و توجه نیاز ندارند؟ هرچند استارت‌آپ‌های بذری و پیش بذری هم در این طیف حمایتی هستند، اما مزایای این طرح بیشتر با نگاه به استارت‌آپ‌های در حال رشد است، یعنی استارت‌آپ‌هایی که تبدیل به شرکت شده‌اند. تقریباً این طرح دردی از تیم‌های استارت‌آپی پیش بذری و بذری که با ریسک‌های بالاتری مواجه هستند درمان نمی‌کند. استارت‌آپ‌هایی که نیاز به کد بیمه و مالیات ندارند و صرفاً در حال توسعه کمینه محصول پذیرفتنی خود هستند و نیاز به دسترسی به بانک‌های اطلاعاتی، فضای کاری اشتراکی رایگان، همراهی سیستم آموزشی دانشگاهی و نظام وظیفه عمومی و تسهیلاتی از این دست دارند. عدم توجه به امکان بیمه شدن این کارآفرینان و پاک کردن صورت مساله تحت ماده ۷ نشانگر این است که فکری به حال شکست این تیم‌ها نشده است. اینکه ممکن است کارآفرین جوان ما بعد از چند سال تجربه و شکست در کارآفرینی سراغ شغل کارمندی برود، تکلیف سابقه بیمه و کار چه خواهد شد!؟ البته حدس من این است که ساختار بوروکراتیک و سنتی سازمان تامین اجتماعی و عدم وجود منابع مالی در دولت باعث شده ماده ۷ به وجود بیاید، چراکه قطعاً به ذهن تدوین‌کنندگان هم رسیده است که می‌شود با هزینه کمتری و یا حتی از محل بودجه دولت و ... این کارآفرینان بیمه شوند!

مشکل بعدی استارت‌آپ‌های مراحل ابتدایی، دسترسی به اطلاعات مختلف است که عموماً در انحصار نهادهای دولتی است تا بتوانند مدل‌های نوآورانه خود را بر روی آن پیاده کنند. آنها نیازمند حمایت سیستم آموزشی دانشگاه خود هستند که بابت فعالیت‌های کارآفرینانه امتیازاتی در ادامه تحصیل داشته باشند، نیازمند تسهیل در فرآیند خدمت سربازی هستند تا حتی پس از شکست در اولین تجربه کارآفرینی خود سرخورده نشوند و امتیازاتی را کسب کرده باشند.

درخصوص استارت‌آپ‌های بزرگ‌تر هم از دیرباز نگرشی در حاکمیت کشور وجود دارد که مجموعه‌هایی که رشد کرده‌اند و دارای سهم بازار خوبی هستند به حمایت نیازی ندارند! این مساله یکی از اصلی‌ترین دلایلی است که در کشور علی رغم وجود کسب و کارهای بزرگ و توانمند، کسب و کاری در حد بازارهای جهانی نداریم، بنابراین یکی از نواقص این طرح عدم توجه به استارتآپ‌هایی است که رشد خوبی داشته‌اند و دولت باید از آنها حمایت کند تا در بازارهای جهانی هم حضور یابند. اگر به مفهوم واژه نوآفرین بیشتر توجه کنیم درمی‌یابیم امروز کشور ما نیازمند نوآفرینی در فضای کسب و کار و صنایع است. ورود نوآوری و فناوری به فضای کسب و کار سنتی و تحول آن اگر محقق شود اقتصاد کشور به یکباره متحول می‌شود، شخصاً به این هم می‌گویم نوآفرینی. اکوسیستم استارت‌آپی در همه جای دنیا وابستگی و ارتباط نزدیک به کسب و کارهای بزرگ و فعال دارد. هرچند ماده ۹ نشانگر این است که توجهی به این مورد شده است، اما واحدهای نوآوری شرکتی، سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر شرکتی، تعامل شرکت‌ها با استارت‌آپ‌ها و مواردی از این دست در این طرح مغفول مانده، چنانکه حتی در ماده ۹ توجه بیشتر به استارت‌آپ بوده تا مجموعه بزرگ‌تر که طرف دوم تعامل است. در برخی کشورهای دنیا سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی در قالب تهاتر مالیاتی تلقی می‌گردد، مثال‌های متنوعی از مشوق‌ها را البته با بررسی بیشتر می‌توان در ایران تدوین کرد که روی صحبت با شرکت‌های بزرگ دارند و قصد دارند آنها را تشویق کنند تا در قالب توسعه اسپین آف، سرمایه‌گذاری بر روی استارت‌آپ، ادغام و تملیک استارت‌آپ و... اقدامات نوآفرینانه خود را آغاز کنند. به هر حال این طرح بسیار امیدوارکننده است و من مطمئن هستم تقریباً تمامی موارد ذکر شده و حتی بیش از اینها توسط تیم کارشناسی دولت بررسی شده است، اما ساختار بوروکراتیک دولت و مقاومت‌های موجود در بعضی دستگاه‌ها باعث شده تا تیم نوآفرین قدم اول را کمی آهسته و محتاط‌تر بردارد باشد که پیوسته باشد!

منبع: ایرنا

بانک نامه

رشد اونس جهانی، قیمت طلا و سکه را افزایش داد

دلار در مرز ریزش به کانال ۱۲ هزار تومانی

رشد اونس جهانی طلا، قیمت‌ها را در بازارهای داخلی افزایش داده است به طوری که در بازار آزاد تهران طی روز یکشـنبه، هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۴۳۵ هزار تومان و سکه طلای بهار آزادی طرح جدید ۴میلیون و ۶۷۰ هزار تومان ارزش‌گذاری شد.

به گزارش ایرنا، افزایش بی‌سـابقه قیمت اونس طلا در بازارهای جهانی و عبور از مرز هزار و ۴۰۰ دلار بازار طلای کشور را نیز تحت تاثیر قرار داده و جذابیت سرمایه‌گذاری در این بخش را بالا برده است؛ تنها عاملی که جلوی رشـد شـدید قیمت طلا در بازارهای داخلی را گرفته، کاهش نرخ دلار در روزهای اخیر بوده است.

بر این اسـاس، نرخ هر قطعه سکه طلای بهار آزادی طرح جدید در بازار آزاد تهران به قیمت ۴میلیون و ۶۷۰ هزار تومان به فروش رسید. همچنین هر قطعه سـکه طلای تمـام بهار آزادی طرح قدیم در بـازار آزاد تهران به قیمت ۴میلیون و ۵۰۰ هزار تومان فروخته شد.

نیم سـکه نیز ۲میلیون و ۴۵۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۶۲۰ هزار تومان و هر قطعه سـکه گرمی یـک میلیون و ۲۰ هزار تومان فروخته شـد. همچنین در بازار آزاد تهران هـر گرم طلای خام ۱۸ عیار، ۴۳۵ هزار تومان فروخته شـد و هر مثقال طلا نیز یک میلیون و ۸۸۴ هزار تومان به فروش رسید.

نـرخ دلار نیـز در صرافی‌های بانکی با کاهش ۵۰ تومانی نسـبت به روز گذشـته در رقم ۱۳ هـزار تومان آرام گرفت و یورو هم بـه کانال ۱۴ هزار تومانی عقب‌نشینی کرد.

نرخ دلار و ارزهای عمده روز یکشـنبه روندی کاهشی داشتند به طوری که نرخ خرید دلار در صرافی‌های بانکی تا زمان تنظیم این خبر، ۱۲ هزار و ۹۰۰ تومـان و فروش ۱۳ هزار تومان بود. بهای فروش هر یورو نیز به کانال ۱۴ هزار تومانی عقب‌نشـینی کرد و به ارزش ۱۴ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. میانگین بهای هر یورو در روز شـنبه در سـامانه سنا ۱۵ هزار و ۱۳ تومان و هـر دلار ۱۳ هـزار و ۱۱۰ تومان بود. همچنین حواله فروش در سـامانه نیمـا برای هر یـورو ۱۲ هزار و ۳۴۷ تومـان و دلار ۱۱ هزار و ۱۲۷ تومان ارزش‌گذاری شد.

چرا پیش‌بینی‌ها درباره انفجار قیمت طلا درست از آب درنیامد؟

مردم تغییر رفتار داده‌اند

پیش‌بینی‌ها درسـت از آب درنیامد و قیمت‌ها در بازار طلا و سکه نه‌تنها افزایش نیافت، بلکه با ریزش مواجه شد .

بـه گزارش خبرآنلایـن، ریزش قیمت طلا و سـکه در حالی رخ داد که قیمت‌ها در بازار جهانی رشـدی شـگفت‌انگیز را تجربه کـرده بود. افزایش قیمت‌ها حتی رکورد ۵۰ دلار را نیز زد. با این حال پیش‌بینی برخی فعالان بازار درخصوص افزایش قیمت‌ها درست از آب درنیامد.

افزایـش نرخ طلا اما تحـت تاثیر تنـزل ارزش دلار در بازارهای جهانی، بالا گرفتن تنش در خاورمیانه رخ داد اما به گفته فعالان بازار عقب‌نشـینی آشـکار آمریکا در برابر ایران در کنار ریزش ارزش دلار در بازارهای جهانی عامل ریزش قیمت‌ها یا به عبارت دیگر ترکیدن حباب سکه قلمداد می‌شود .

محمد کشـتی‌آرای، فعال بازار طلا و سـکه و رئیس کمیسیون تخصصی طلا در این خصوص گفت: آنچه شنبه سبب ریزش قیمت‌ها در بازار شد به مدیریت بانک مرکزی باز می‌گردد و بلوغ خریداران طلا و سکه .

وی در توضیح این مطلب ادامه داد: روز شـنبه اگر اندک افزایشی هم در قیمت دلار رخ می‌داد واکنش بازار هیجانی می‌شد، اما با ریزش ارزش دلار در بازارهای جهانی، بازار ایران نیز شاهد ریزش اندکی بود که جو روانی‌اش از تاثیر اقتصادی‌اش بیشتر بود .

او با اشـاره به اینکه مردم نیز تغییر رفتار داده‌اند، اضافه کرد: در گذشته به محض افزایش تنش، تغییر قیمت‌ها در بازار جهانی و یا تشـدید فشارها، مردم به سـرعت دست به کار خرید می‌شـدند اما مدتی است این رفتار را نمی‌بینیم. مردم نه در جریان ریزش‌های ۱۰روزه وارد بازار می‌شوند تا طلا و سـکه بفروشـند و نه در دوره‌های افزایش وارد میدان می‌شـوند تا بخرند .دیدیم که در این روز با مدیریت درست بازار و رفتار درست‌تر خریداران، ما به جای افزایش قیمت طلا با ریزش قیمت‌ها و ترکیدن حباب سکه روبه‌رو بودیم که خود نشان‌دهنده وضعیت مساعد بازار است .

معاون وزیر اقتصاد خبر داد

عزم دولت برای تعیین تکلیف بدهی خود به بانک‌ها

معـاون وزیر اقتصاد از عزم جدی دولت بـرای تعیین تکلیف بدهی خود به بانک‌ها خبر داد.

به گزارش ایسنا، معاون امور بانکی، بیمه و شرکت‌های دولتی وزارت امور اقتصـادی و دارایی در مراسـم معارفه عضو جدید هیات مدیره بانک سـپه ضمـن بیان این مطلب گفت: ادغام بانک‌ها در راسـتای اصلاح نظام بانکی کشور موضوع بسیار مهم و تجربه اولی است که در این سطح انجام می‌شود.

عباس معمارنژاد با بیان اینکه ادغام بانک‌ها برای بانک سپه فرصت خوبی اسـت، در مورد بدهی دولت به بانک‌ها گفت: تلاش می‌کنیم موضوع بدهی دولت به بانک‌ها در جلسـات کمیته‌های تخصصی سـران قوا تعیین تکلیف شـود. وی افزود: در قانون بودجه امسال ۶۵ هزار میلیارد تومان برای تهاتر بدهی دولت وجود دارد.

معـاون وزارت اقتصـاد درباره فروش اموال و املاک مـازاد بانک‌ها اظهار داشت: طبق قانون، نظر مقام معظم رهبری، رئیس جمهور و وزیر اقتصاد و دارایی خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری اصل مهمی اسـت و ما این موضوع را با جدیت دنبال می‌کنیم. وی خاطرنشان کرد: نباید فراموش کرد سود حاصل از فعالیت این بنگاه‌ها ترازنامه بانک‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

او در رابطـه با واگذاری اموال بانک‌ها نیز گفـت: وزارت اقتصاد و دارایی پیشـنهاد داد و دولـت هم مصوب کرد کـه بانکها بتوانند بـا تایید مجمع عمومی بانک‌هـا از آیین‌نامه قانون اصل ۴۴ برای واگذاری اموال اسـتفاده کنند.

وی در مورد کارگروهی که اخیراً در وزارت اقتصاد برای مدیریت ریسـک تشکیل شـده است، گفت: خروجی کارگروه این اسـت که بتوانیم ساختار مدیریت ریسـک در بانک‌ها که شـامل تطبیق، مبارزه با پولشویی و ریسک است را تقویت کنیم.

سامانه تکمیلی نیما راه‌اندازی می‌شود

دفاع تمام‌قد بانک مرکزی از سامانه نیما

فرصت امروز: بازار ارز همچنان پرنوسـان است، اما این تنها قیمت‌ها نیست که بی‌تکلیفند و مدام بالا و پایین می‌روند، بلکه تصمیمات کلان اقتصاد هم همیـن وضعیت را دارند. تا چند روز پیش صحبت‌ها حاکی از پایان رانت ارزی و حذف دلار ۴۲۰۰ تومانی بود. نهادهای مختلف در گزارش‌هایی دلار ۴۲۰۰ تومان و سیاسـت نرخ ارز ترجیحی را ناکارآمد اعلام کردند و بعد هـم زمزمه‌هایی از حذف این نرخ ترجیحی به میان آمد، اما زمانی که پای عمل به میان آمد، این موضوع مسکوت ماند.

ابتدا معاون وزیر صمت و دبیر سـتاد تنظیم بازار بود که ابتدای هفته در حاشیه مراسـم روز ملی اصناف در جمع خبرنگاران گفت که «فعلا دلار ۴۲۰۰ تومانی حذف نمی‌شود.»

عبـاس قبادی در پاسـخ به این سـوال کـه آیا کالاهای اساسـی با قیمت ارز ۴۲۰۰ تومانی به سـفره مردم می‌رسد یا خیر، گفت: «برخی کارشناسـان معتقدند که برخی کالاهای اساسی با قیمت ارز دولتی به دست مردم نمی‌رسد و بر همین اساس موضوع حذف ارز ۴۲۰۰تومانی را مطرح می‌کنند ولی ما معتقدیم برخی کالاها از جمله شـکر، برنج و نهاده‌ها با همان قیمت دولتی در بازار عرضه می‌شود.»

او در پاسـخ بـه اینکه حـذف ارز ۴۲۰۰ تومانی بـرای چه کالاهایی محتمل اسـت، افزود: «در حال حاضر شرایط همان شرایط قبل است و اگر قرار باشد اتفاق خاصی رخ دهد، حتماً اطلاع‌رسانی می‌شود. ما فعلاً اعتقـاد داریم که نباید تغییرات خاصی رخ دهـد. ما گزارش خود را به سران سه قوه دادیم. البته ما فقط گزارشات کارشناسی را تهیه و خدمت مقامات می‌دهیم، آنها تصمیم می‌گیرند.»

همتی: منتظر واقعی‌شدن قیمت ارز باشید

با این صحبت‌های دبیر سـتاد تنظیم بازار به نظر می‌رسـید که فعلا خبـری از حذف دلار ۴۲۰۰ تومانی نیسـت تا اینکـه رئیس‌کل بانک مرکـزی شـامگاه شـنبه در برنامه «نگاه یـک» اعلام کـرد: «منتظر واقعی‌شدن قیمت ارز باشید.»

عبدالناصـر همتی گفت: «نرخ ارز یکـی از متغیرهای کلان اقتصادی اسـت کـه روی هزینه‌هـای تولیـد و بقیـه بخش‌های اقتصـادی اثر تعیین‌کننده دارد. هر زمان نرخ ارز افزایش پیدا کرده به دنبال آن تورم و شـوک ارزی ایجاد شـده و آثار خود را بر زندگی مردم گذاشته است. بانک مرکزی به دنبال این اسـت که فشـار معیشـتی بر مردم به ویژه طبقات متوسـط و پایین را به حداقل برسـاند و مقابل فشار حداکثری مقاومت حداکثری داشـته باشـد و اجازه نمی‌دهیم که وضع بدتر شود. بخشـی از فشاری که به ارز وارد می‌شود تقاضاهایی است که بیشتر در کشـورهای همسایه انجام می‌شود و نرخ‌سازی در کشورهای همسایه با انجام تقاضاهای سـنگین در هرات و سلیمانیه برای خرید درهم ایجاد می‌شـود. هدف بانک مرکزی این اسـت که در بـازار ارز اجازه آربیتراژ ندهـد و در زمان‌هایی کـه تلاش می‌کنند، نرخ ارز را بـالا ببرند بانک مرکـزی ورود می‌کند. مردم در بازار ارز سـرمایه‌گذاری نکنند، چراکه ممکن اسـت ضرر سنگین بکنند، اکنون مردم عادی در بازار نیستند و تعدادی نوسان‌گیر هستند که فعالیت‌هایی را در بازار انجام می‌دهند.»

رئیـس‌کل بانک مرکـزی ادامه داد: «وضعیت ارزی در حواله بسـیار خوب است و زمانی که در حواله دست بالا را داشته باشیم، نرخ ارز بازار اسـکناس و بازار صرافی‌ها تحت تاثیر قرار می‌گیرد از ابتدای سـال ۱۱ میلیارد دلار تأمین ارز کردیم که رقم کمی نیست و فقط ۵میلیارد دلار بـا نرخ ۴۲۰۰ تومان کالاهای اساسـی را تامین کردیم. تلاش می‌کنیم با راه‌اندازی بازار متشکل ارزی محوریت تعیین قیمت نرخ اسکناس ارز را به داخل کشـور بیاوریم و نرخ ارز واقعی شـود. متاسفانه بازار تهران دنباله‌روی کشـورهای حاشیه کشور شـده و هدف ما این است که این محوریت را به بازار تهران برگردانیم.»

سامانه تکمیلی نیما راه‌اندازی می‌شود

رئیـس‌کل بانک مرکزی همچنین بار دیگر از سـامانه نیما دفاع کرد و از راه‌انـدازی سـامانه تکمیلی نیمـا با عنوان سـامانه ایفای تعهدات واردات خبر داد. به گزارش ایسنا، بانک مرکزی از ابتدای سال گذشته، راه‌انـدازی سـامانه نیما را در دسـتور کار قـرار داد و از همان زمان از صادرکنندگان خواسـت تا ارز خود را برای فروش به این سامانه بیاورند و در نهایت این سـامانه در ۱۵ مردادماه سـال گذشـته به طور رسمی آغـاز به فعالیـت کرد، اما پـس از مدتی که بانک مرکـزی عدم اقبال صادرکنندگان به این سـامانه را مشاهده کرد، قوانین جدی‌تری را برای ورود ارز صادرکنندگان به این سامانه وضع کرد تا آنها را مجاب به ورود ارز صادراتی خود به این سامانه کنند.

بانک مرکزی تاکید کرد که صادرکنندگان باید ارز حاصل از صادرات خـود را به چرخه اقتصادی کشـور بازگردانند و در همین راسـتا باید یـا بخشـی از ارز خود را در این سـامانه بفروشـند یـا از آن به عنوان واردات در مقابـل صادرات اسـتفاده کنند. با این وجود بازهم بخشـی از صادرکننـدگان از ورود ارز خود به این سـامانه خـودداری کردند تا زمزمه‌های عدم موفقیت این طرح بانک مرکزی و تعطیلی سـامانه نیما شنیده شود.

امـا عبدالناصر همتـی، رئیس‌کل بانک مرکزی بـر ادامه فعالیت این سـامانه تاکید دارد و با ارائه آماری از ارز واردشده به این سامانه، اعلام کرده که این سـامانه کمک زیادی به تأمین ارز واردات کشـور کرده و فعالیت خود را ادامه خواهد داد.

او در برنامه «نگاه یک» به این موضوع اشـاره کرد و گفت: «در سـه ماه نخسـتین سـال جاری، ۱۱ میلیارد دلار تأمین ارز برای واردات از سوی بانک مرکزی انجام شده که ۵میلیارد دلار ارز ۴۲۰۰ تومانی برای تأمین کالاهای اساسی از این رقم بود و مابقی نرخ نیمایی بوده است.»

به گفته همتی، «هم‌اکنون بازار آزاد به نرخ نیما بسیار نزدیک است و اختلاف حدود ۲۰۰۰ تومانی بین این دو نرخ مشاهده می‌شود.»

رئیـس‌کل بانک مرکزی درباره ایـن تفاوت نرخ، توضیـح داد: «اگر بخواهید پولی را از یک بانک خارجی خارج کنید و به دست صادرکننده یا فروشنده برسانید، بین ۱۵ تا ۲۰درصد هزینه صادراتی دارد، بنابراین نرخ نیمایی با این افزایش قیمت به نرخ بازار آزاد می‌رسد.»

وی با بیان اینکه در سامانه نیما حواله‌های ارزی خرید و فروش شده و در بازار متشکل ارزی، اسکناس معامله خواهد شد، اظهار داشت: «هدف ما در میان‌مدت آن است که سامانه نیما و بازار متشکل ارزی روی یک پلتفرم قرار گیرد.»

همتی سپس به فشارهای زیاد برای تعطیلی سامانه نیما اشاره کرد و گفت: «بانک مرکزی برای تعطیل‌نشـدن سامانه نیما مقاومت کرد و از ابتدای سـال تا الان نیز در این سـامانه مقدار قابل توجهی پول جابه‌جا شده است.»

رئیـس‌کل بانک مرکزی با اشـاره بـه انتقادهایی که به سـامانه نیما می‌شـد، افزود: «برخی مدعی بودند که نرخ در این بازار بسـته اسـت، امـا امروز می‌بینیم که صادرکننده و واردکننده روی نرخ‌ها با هم توافق می‌کنند، بنابراین یکی از اقدامات موفق بانک مرکزی راه‌اندازی سامانه نیما بود.»

او همچنین از راه‌اندازی سـامانه تکمیلی نیما با عنوان سـامانه ایفای تعهدات واردات خبر داد و توضیح داد که این سـامانه به سـامانه جامع تجارت وصل خواهد بود و باعث شـفافیت خواهد شد. به این ترتیب، به نظر می‌رسد که بازار ارز نیمایی کماکان به فعالیت خود ادامه می‌دهد و ممکن اسـت در آینده نزدیک این بازار در کنار بازار متشکل ارزی روی یک پلتفرم کار کند.

همتـی پیش از این نیز گفته بود که آمارهایی که از فعالیت سـامانه نیما توسـط سـایر مراجع داده می‌شود، درست نیسـت و هنوز برخی صادرکنندگان برای ورود ارز خود به چرخه اقتصاد فرصت دارند.

کدام بازار در خردادماه امسال بیشترین بازدهی را داشت؟

برندگان بورسی، بازندگان ارزی

بورس تهران با رشد بیش از ۹درصدی در خردادماه امسال توانست دیگر بازارها را پشـت سـر بگذارد و در صدر جدول بازدهی ماهانه قرار گیـرد، اما دلار در این ماه ۴درصد از ارزش خود را از دست داد و پس از پنج ماه کم‌بازده‌ترین بازار شد.

به گزارش تجارت نیوز، در حالی که در خردادماه سال ۹۸ بورس پیشتاز بازدهی در بین دیگر بازارها بود، دلار با افت قیمت مواجه شد و پس از شش ماه رشد ماهانه، خردادماه را با بازدهی منفی به پایان رساند.

طبق نرخ‌های اعلامی صرافی ملی، قیمت بسته‌شـده دلار آمریکا در اردیبهشت مـاه امسـال معادل ۱۳ هـزار و ۷۵۰ تومان بود، اما این شـاخص ارزی در روز ۳۰ خردادمـاه به عنوان آخریـن روز کاری در این ماه روی نرخ ۱۳ هزار و ۲۰۰ تومان به کار خود پایان داد.

کاهش قیمت ۵۵۰ تومانی دلار در پایان سـومین ماه سـال ۹۸ موجب شد که ارزش این ارز افت ۴درصدی را تجربه کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد آخرین باری که بازدهی ماهانه این ارز منفی شده به آذرماه سال ۹۷ برمی‌گردد. دلار در پایان آذرماه سال گذشته معادل ۸□۲۱ کاهش قیمت داشته است.

پس از دلار، سکه کمترین بازدهی را در خردادماه از آن خود کرد، قیمت هر عدد سـکه طرح جدید در پایان اردیبهشـت ماه ۴میلیون و ۷۳۱ هزار تومان بود، اما در پایان خردادماه ۲۸ هزار تومان از ارزش خود را از دست داد.

قیمت این فلز گران‌بها در روز ۳۰ خردادماه به افت ۰.۵درصدی نسبت به قیمت آن روز ۳۱ اردیبهشت ماه به رقم ۴میلیون و ۷۰۳ هزار تومان رسید.

برخلاف سکه و دلار، بورس تهران تا خردادماه امسال طبق پیش‌بینی‌های پیش از شـروع سال جاری پیش رفته اسـت، به نحوی که این بازار در سومین ماه سال با رشـد ۱□۹درصدی نسـبت به دیگر بازارها بیشترین بازدهی را از آن خود کرد و پیشتاز بازدهی بازارها شد.

شـاخص کل بورس تهران در آخرین روز اردیبهشـت ماه روی سطح ۲۱۵ هزار واحـدی به کار خود پایـان داد، اما در این بازار در خردادماه بیش از ۱۹ هزار واحد رشـد کرد. شـاخص کل در پایان خردادماه را با قرار گرفتن روی سطح ۲۳۴ هزار و ۸۹۷ واحدی در روز ۳۰خرداد ماه، بیشـترین بازدهی را برای سرمایه‌گذاران این بازار به ارمغان آورد. در میان دیگر بازارها نیز طلا در میانه روند بازدهی قرار گرفت، یعنی در حالی که از یک سو دلار و سکه امام با بازدهی منفی در قعر جدول بازدهی بازارها قرار گرفتند و از سـوی دیگر بورس با بازدهی ۱□۹درصدی در صدر جدول جای گرفت؛ طلا بازدهی ۷□۲درصدی را به ثبت رساند.

قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در پایان اردیبهشت ماه بیش از ۴۲۴ هزار تومان بـود، اما در خردادماه تا نزدیکی کف کانـال ۴۰۰ هزار تومان نیز پایین آمد، اما در نهایت در هفته پایانی توانسـت بخشـی از کاهش ارزش خود را جبران کند و در نهایت قیمت آن با حدود ۱۱ هزار تومان افزایش روی نرخ ۴۳۶ تومان بسته شود. در یک کلام، در خردادماه امسال پربازده‌ترین و کم‌بازده‌ترین بازار به ترتیب بورس و دلار شناخته شدند.

اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی سالیانه

بدینوسیله از کلیه اعضای محترم اتحادیه دعوت می‌گردد تا در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه اتحادیه حضور بهم رسانند. احتراما بدینوسیله از جنابعالی دعوت بعمل می‌آید تا در مجمع عمومی عادی سالیانه اتحادیه که در روز سه‌شنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۴/۲۵ برگزار می‌شود حضور بهم رسانید.

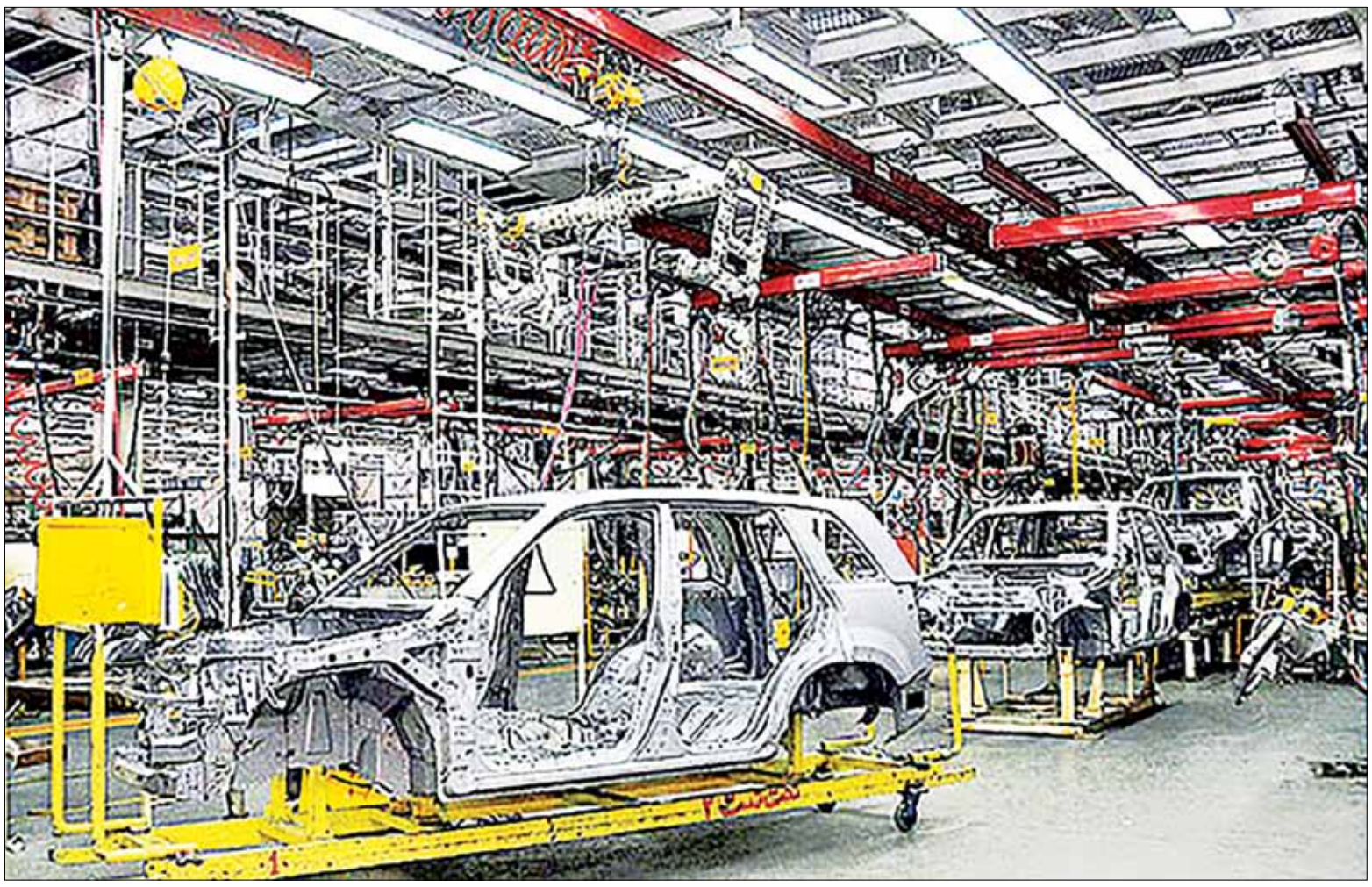
دستور جلسه: ۱-گزارش هیات مدیره در مورد عملکرد سال ۱۳۹۷
۲- گزارش در مورد صورت‌های مالی سال ۱۳۹۷
۳- گزارش پیش‌بینی بودجه سال جاری
۴- گزارش بازرس اتحادیه
۵- تصویب گزارش هیات مدیره، ترازنامه و گزارش مالی سال ۱۳۹۷
۶- پیشنهاد افزایش حق عضویت سالیانه به میزان ۲۰٪
۷- تعیین میزان ورودیه اعضای جدید
۸- انتخاب روزنامه کثیرالانتشار
۹- تصمیم‌گیری در مورد تعدادی از اعضا که تاکنون حق عضویت خود را پرداخت ننموده‌اند.
۱۰- انتخاب اعضای اصلی و علی‌البدل هیات مدیره و بازرس

زمان: روز سه‌شنبه مورخ ۲۵-۰۴-۹۸ راس ساعت ۱۵:۳۰
مکان: سالن اجتماعات طبقه دهم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

هیات مدیره اتحادیه

خصوصی‌سازی در صنعت خودرو به سرنوشت دیگر صنایع دچار می‌شود؟

خودروسازان در مسیر خصوصی‌سازی



وزیر صنعت از خصوصی‌سازی دو شرکت خودروسازی ایران‌خودرو و سایپا تا پایان امسال و نهایتاً تا سال ۹۹ خبر داده است؛ تصمیمی که هرچند تازه نیست اما گام مهمی در راستای مشارکت بخش خصوصی در صنعت خودروسازی محسوب می‌شود، با این حال برخی معتقدند در شرایطی که صنعت خودروسازی با مدیریت نیمه‌دولتی دچار ضرر است، خصوصی‌سازی آن توجیهی ندارد.

به گزارش پایگاه خبری اتاق ایران، صنعت خودروسازی ایران، پس از صنعت نفت بزرگ‌ترین صنعت در ایران است. در سال ۲۰۰۹ ایران با ساخت یک میلیارد و ۳۹۵میلیون و ۴۲۱ هزار دستگاه خودرو و ۳۵ هزار و ۹۰۱ دستگاه خودرو تجاری به‌عنوان بیستمین خودروساز بزرگ دنیا و بزرگ‌ترین خودروساز خاورمیانه شناخته شد. صنعت خودرو در سال‌های گذشته شاهد اتفاقات مختلفی بوده که ممنوعیت واردات، افزایش یک‌باره قیمت‌ها و کاهش تولید خودروهای داخلی مهم‌ترین آنها به شمار می‌رود. هرچند مدیران ارشد اجرایی کشور معتقدند، حباب قیمت‌های بازار به‌زودی خواهد ترکید. کارشناسان و صاحب‌نظران صنعت خودرو تأکید می‌کنند مشکل اساسی صنعت خودرو نظارت بیش‌ازحد دولت در این صنعت است و تا زمانی که دولت دست از تصدیگری و دخالت در این بازار برندارد، وضعیت به همین منوال پیش خواهد رفت.

در تازه‌ترین تصمیم دولت، ابتدای همین هفته رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت در حاشیه جلسه دولت اعلام کرد که قرار است «ایران‌خودرو» و «سایپا» دو غول بازار خودرو ایران تا پایان سال ۹۸ و نهایتاً در سال ۹۹ به بخش خصوصی واقعی واگذار شوند؛ تصمیمی که هرچند تازه نیست و در دولت‌های قبل هم مطرح شده بود، اما هیچ‌گاه به‌طور کامل اجرایی نشده است.

در دهه ۷۰ سیاست‌های خصوصی‌سازی شکل گرفت و در برنامه سوم از سال‌های ۸۴ تا ۸۵ با ابلاغ اصل ۴۴ قانون اساسی، سیر خصوصی‌سازی‌ها در کشور آغاز شد؛ صنعت خودروسازی هم همچون سایر بخش‌های اقتصاد وارد مرحله خصوصی‌سازی شد، اما دولت ۸۰درصد سهام خود در دو خودروساز بزرگ کشور را نگاه داشت. در همین مرحله ایده «قطب سوم خودروسازی» برای اولین بار در سال ۸۹ مطرح شد؛ ایده‌ای که هدف اصلی آن انحصارزدایی از صنعت خودرو و مشارکت بخش خصوصی در بازار خودرو بود. با مطرح شدن احداث قطب سوم خودروسازی در کشور، اصفهان نخستین گزینه برای ایجاد این قطب بود، اما سرمایه‌گذاران اصلی این طرح که جزو قطعه‌سازان اصفهانی بودند، نتوانستند درزمینه ترکیب سرمایه‌گذاران و زمان شروع روند اجرایی کار به توافق برسند؛ بر این اساس کمی بعد این طرح بزرگ صنعتی در اصفهان بایگانی شد.

باگذشت حدود هشت سال در تاریخ ۳۰ مهر ۹۶، محمد شریعتمداری وزیر صنعت، معدن و تجارت دولت یازدهم با حضور در نشست هیات نمایندگان اتاق ایران حمایت خود را برای راه‌اندازی قطب سوم خودروسازی اعلام کرد. بااین‌حال، همان‌طور که حمیدرضا فولادگر عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس تأکید می‌کند روند خصوصی‌سازی در کشور به خطا رفته است و صنعت خودرو به‌صورت واقعی خصوصی‌سازی نشده است. فولادگر معتقد است که دولت همچنان از صنعت خودرو دل نکنده و خصوصی‌سازی واقعی را انجام نداده است، درحالی‌که باید زمینه‌ای را فراهم کند که بخش خصوصی واقعی وارد صنعت خودرو شود.

مخالفان خصوصی‌سازی صنعت خودرو معتقدند در شرایطی که صنعت خودروسازی با مدیریت نیمه‌دولتی دچار ضرر است، خصوصی‌سازی یک صنعت زیان‌ده نمی‌تواند توجیهی داشته باشد و عملاً هیچ خریدار خصوصی برای در اختیار گرفتن دو شرکت زیان‌ده اقدام نخواهد کرد.

در این میان، موافقان خصوصی‌سازی بر این باورند که خصوصی‌سازی صنعت خودرو امکان‌پذیر است، اما باید واگذاری به «اهل» انجام شود. در همین زمینه، محمدرضا نجفی‌منش عضو هیات نمایندگان اتاق تهران و رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی تأکید می‌کند این تصمیم دولت گام مهمی برای تحقق خصوصی‌سازی در صنعت خودرو به شمار می‌رود.

او معتقد است که زمان در نظر گرفته‌شده برای انجام این کار طولانی است و دولت اگر قصد مشارکت بخش خصوصی در صنعت خودرو و واگذاری سهام دو شرکت خودروسازی ایران‌خودرو و سایپا را دارد، حتی می‌تواند زودتر کارهای مربوط به واگذاری را تا قبل از سال ۹۹ انجام دهد، چراکه از همان زمان که اصل ۴۴ قانون اساسی ابلاغ شد باید روند خصوصی‌سازی در صنعت خودرو هم اجرایی می‌شد.

نجفی‌منش با تأکید بر این موضوع که واگذاری سهام این دو شرکت در گروی فراهم کردن زیرساخت‌های خاصی نیست، افزود: تحقق این امر تنها در گروی اراده دولت است و البته صبر؛ چون قبلاً هم این موضوع مطرح‌شده بود، اما به بهانه‌های مختلف اجرایی شدن آن به عقب افتاد، اما اگر دولت وارد مرحله خصوصی‌سازی این صنعت شود، بقیه مشکلات هم به‌مرور حل خواهد شد.

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران از پیشنهاد پارلمان بخش خصوصی با هدف اجرایی‌شدن خصوصی‌سازی صنعت خودرو خبر داد و گفت: پیشنهاد نمایندگان بخش خصوصی تشکیل کنسرسیومی از قطعه‌سازان، فعالان خدمات پس از فروش، کارکنان و سایر ذی‌نفعان و فعالان صنعت خودرو است تا روند واگذاری سهام این دو شرکت خودروسازی به‌طور کامل با اعمال نظرات کارشناسان بررسی شود.

نجفی‌منش با اشاره به تجربه خصوصی‌سازی در کشور با بیان این موضوع که باید حواس‌مان باشد تا خصوصی‌سازی در صنعت خودرو به تجربه خصوصی‌سازی سایر بخش‌های اقتصادی کشور دچار نشود، گفت: حال که دولت تصمیم گرفته تا بخش خصوصی را سهیم کند، باید توجه کرد تا واگذاری به «اهل» صورت گیرد.

این عضو هیات نمایندگان اتاق تهران اهلیت را در واگذاری سهام به ذی‌نفعان صنعت خودروسازی متشکل از کارکنان، قطعه‌سازان و فعالان خدمات پس از فروش خودرو می‌داند.

اقبال گروه خودرویی در بورس بعد از ۲ سال

یک کارشناس بازار سرمایه گفت افزایش قیمت خودرو در بازار و تجدید ارزیابی دارایی‌ها، گروه خودرویی را از مشکلاتی که از دو سال گذشته در معاملات این گروه‌ها وجود دارد خارج می‌کند.

حمید میرمعینی در گفت و گو با ایرنا، به علت رشد گروه خودرویی در بازار سرمایه اشاره و بیان کرد: علاوه بر تجدید ارزیابی دارایی‌ها که تاثیر بااهمیتی را بر سهام گروه خودرو و به‌روز نشان دادن صورت مالی شرکت‌ها داشت، افزایش نرخ خودرو در بازار و ثبات آن در رشد سهام این گروه تاثیرگذار بود.

وی ادامه داد: سال گذشته به دلیل محدودیت‌های اعمال‌شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت بر شرکت‌های خودروسازی، محدودیت‌های حاکم در پیش‌فروش خودرو و تعهدات موجود در فروش‌های گذشته این شرکت‌ها قادر به فروش خودرو همسو با قیمت روز نبودند.

میرمعینی به مشکلاتی که تا سال گذشته در تامین و تولید قطعات خودرو وجود داشت تاکید کرد و گفت: امسال وضعیت تامین و تولید قطعات خودرو نسبت به سال گذشته بهبود یافته، بنابراین به نظر می‌رسد که اگر امسال در زمینه بازار خودرو اتفاق خاصی رخ ندهد و قیمت‌ها به ثبات برسند، گروه خودرویی‌ها در بازار سرمایه از حالت زیاندهی خارج و صورت مالی آنها به دلیل تجدید ارزیابی، شکل جدید پیدا می‌کنند.

این کارشناس بازار سرمایه اظهار داشت: وجود چنین اخباری در بازار باعث شده تا سهام سایپا و ایران خودرو در معاملات کنونی بازار سرمایه مورد اقبال سهامداران قرار گیرد.

وی اظهار داشت: با توجه به صحبت‌های مطرح‌شده از سوی ترامپ و عدم افزایش تنش‌ها، یک خوش‌بینی در کشور برای امکان مذاکرات ایجاد شد که این امر منجر به بهبود وضعیت معاملات در بازار و صعود چشمگیر شاخص بورس شد.

میرمعینی به انتشار گزارشات سه ماه نخست سال جاری اشاره و بیان کرد: اطلاعات منتشرشده از گمرک، فروش ارز شرکت‌های صادراتی، آمار تولید و فروش داخلی انتظار، انتشار گزارشات مثبت از شرکت‌ها را در بین سهامداران ایجاد کرده است.

به گفته میرمعینی، بازار در چند روز گذشته یک اصلاحی را تجربه کرد که این امر زمینه رشد در بازار امروز را در کنار دیگر عوامل تاثیرگذار بر صعود شاخص فراهم کرد.

این کارشناس بازار سرمایه معتقد است که در صورت مذاکره و تعامل ایران و آمریکا می‌توان در انتظار بازاری با یک روند مثبت بود.

وی به عضویت ایران در سازمان FATF اشاره و بیان کرد: عضویت ایران در این گروه ویژه مالی بسیار مهم است و انتظار می‌رود که با توجه به چنین مسائلی بازار روند رو به رشد خود را با یک شیب ملایمی در پیش گیرد.

میرمعینی اظهار داشت: با وجود داده‌های اقتصادی موجود در کشور به نظر نمی‌رسد که شاخص بورس ریزشی باشد، اما در صورت ایجاد تنش‌های سیاسی، بازار واکنش منفی از خود نشان می‌دهد در مسیر ریزشی قرار خواهد گرفت.

تاثیر تحریم‌های جدید آمریکا بر بازار سرمایه

این کارشناس بازار سرمایه اظهار داشت: براساس تحلیل‌های بنیادی منتشرشده با کاهش تنش‌ها و توافق بین دو کشور بازار سرمایه همچنان جا برای رشد دارد، اما اگر واکنش‌های سیاسی که به هیچ عنوان قابل پیش‌بینی نیست، رخ دهد وضعیت بازار تحت تاثیر قرار می‌گیرد و ریزش عمیقی را تجربه خواهد کرد.

وی با بیان اینکه فقط تنش سیاسی می‌تواند باعث یک ریزش بسیار عمیق شاخص بورس شود، گفت: اگر تنش سیاسی رخ ندهد و به سمت بهبود وضعیت سیاسی در کشور پیش رویم به دلیل عمق موجود در بازار سرمایه و رکود حاکم در بازارهای موازی مانند خودرو و ارز، بازار سرمایه رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه می‌کند و سود کلانی را در اختیار سرمایه‌گذاران قرار خواهد داد.

وی به صحبت‌های مطرح‌شده از سوی ترامپ مبنی بر اعلام تحریم‌های جدید علیه ایران و تاثیر آن بر بازار سرمایه اشاره کرد و افزود: با توجه به اینکه این تحریم‌ها از قبل در بازار وجود داشته است، بنابراین اعمال تحریم‌های جدید نمی‌تواند تاثیر چندانی را بر بازار ایجاد کند.

میرمعینی با بیان اینکه چندی پیش این تحریم‌ها بر شرکت‌های معدنی و فولادی اعمال شد اما نتوانست اثر خاصی را در فروش شرکت‌ها ایجاد کند، افزود: احتمال اینکه تحریم‌های اعمال‌شده در بلندمدت بر معاملات تاثیرگذار باشد وجود دارد اما در کوتاه‌مدت به دلیل تدابیری که شرکت‌ها اتخاذ کردند تاثیری نخواهد داشت.

این کارشناس بازار سرمایه اظهار داشت: در بلندمدت ممکن است هزاران اتفاق سیاسی پیش آید که تحریم‌ها تعلیق شود، بنابراین اقداماتی مانند تروریستی خواندن سپاه، تحریم پتروشیمی‌ها و معدنی‌ها و فلزی‌ها اثر میان‌مدت و بلندمدت دارند اما در کوتاه‌مدت تاثیری نخواهند داشت.

نماگر بازار سهام

شاخص بورس ۳۵۷۳ واحد رشد کرد

فرابورس از بورس سبقت گرفت

در دومین روز هفته، ارزش معاملات فرابورس ایران توانست رقم ۱۰۰۰ میلیارد را رد کند، اما ارزش بورس معاملات تهران به عدد ۹۲۱ میلیارد تومان بسنده کرد. در مجموع در این روز، اکثر سهم‌ها با رشد قیمت فزاینده‌ای مواجه شدند.

به گزارش ایسنا، روز یکشنبه بورس تهران شاهد سومین عرضه اولیه در سال ۹۸ بود. در این عرضه ۱۰درصد از سهام شرکت سیمرغ به روش ثبت سفارش عرضه اولیه شد که در نهایت قیمت آن ۵۱۰ تومان کشف شد. بر این اساس، بازار سهام توانست مقداری نقدینگی جدید به خود جذب کند و بدین ترتیب شاخص کل بازده نقدی و قیمتی پس از چند روز افت مداوم دوباره روند افزایشی را شروع کرد و توانست ۳۵۷۳ واحد بالا برود و تراز ۲۳۷ هزار و ۴۵۹ واحدی را تجربه کند.

شاخص کل هم‌وزن نیز با ۱۱۰۸ واحد افزایش عدد ۵۶ هزار و ۴۴۰ را تجربه کرد و شاخص آزاد شناور با ۴۰۱۸ واحد رشد به تراز ۲۶۷ هزار و ۴۶۱ واحدی رسید. شاخص بازار اول با ۲۸۵۹ واحد رشد مواجه شد و عدد ۱۷۷ هزار و ۴۰ واحدی را پشت سر گذاشت. همچنین شاخص بازار دوم با ۶۰ هزار و ۸۱ واحد افزایش تا رقم ۴۶۲ هزار و ۹۷۱ بالا رفت.

در حالی که در چند روز گذشته قیمت‌ها در بورس تهران روند کاهشی گرفته بود، در این روز بیشتر سهم‌ها از جمله سهم‌های معدنی و پتروشیمی در کنار سهم‌های مربوط به گروه مخابرات رشد قابل توجهی را داشتند و توانستند به افزایش شاخص‌های بازار کمک کنند.

معدنی و صنعتی گل‌گهر، پتروشیمی پارس و گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید هر کدام به ترتیب ۱۳۷، ۱۲۵ و ۱۲۳ واحد تأثیر افزایشی روی شاخص‌های بازار سرمایه داشتند. در طرف مقابل تعدادی از نمادها از جمله پتروشیمی جم، بانک خاورمیانه و پتروشیمی خارک سعی کردند شاخص‌های بازار را به سمت پایین هدایت کنند.

در بورس تهران ۲۷۰ سهم توانستند با رشد قیمت مواجه شوند و ۶۷ سهم با کاهش قیمت روبه‌رو شدند همچنین در فرابورس ایران ۱۴۴ سهم رشد قیمت و ۶۳ سهم کاهش قیمت را تجربه کردند.

در گروه خودرو و ساخت قطعات بیش از ۵۹۲ سهم و اوراق مالی دست به دست شد و ارزش معاملات از ۱۱۵ میلیارد تومان فراتر رفت بدین ترتیب این گروه بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند. در برخی سهم‌های خودرویی صف خرید پایدار تشکیل شد. در گروه شیمیایی نیز پس از گروه خودرویی ارزش معاملات نسبتاً بالا بود به طوری که در این گروه ۱۶۴ میلیون سهم به ارزش بیش از ۸۲ میلیارد تومان دادوستد شد.

همچنین در بسیاری از گروه‌ها شاهد روند فزاینده رشد قیمت‌ها و صف‌های فروش بودیم. بانکی‌ها نیز از جمله گروه‌هایی بودند که توانستند رشد قیمت بالا و صف‌های خرید را تجربه کنند.

ارزش معاملات بورس تهران عدد ۹۲۱ میلیارد تومان را تجربه کردند و در بین روزها و هفته‌های اخیر از معدود روزهایی است که ارزش معاملات بورس تهران به کمتر از ۱,۰۰۰میلیارد تومان می‌رسد. حجم معاملات این بازار نیز رقم ۲.۷ میلیارد سهم و اوراق مالی را پشت سر گذاشت و تعداد معاملات به عدد ۶۵۹ هزار و ۶۰۵ نوبت رسید.

در فرابورس ایران آیفکس توانست با رشد حدود ۸۰ واحدی بار دیگر کانال ۳۰۰۰ واحدی را بشکند و در تراز ۳۰۴۶ واحدی بایستد. ارزش معاملات این بازار به رقم ۱,۰۷۵ میلیارد تومان رسید که ناشی از معامله بیش از ۱.۵ میلیارد سهم و اوراق مالی بود.

شاگرد‌اول‌های بهار بورس معرفی شدند

فهرست ۵۰ شرکت فعال‌تر بورس تهران برای سه ماهه نخست امسال اعلام شد.

به گزارش تسنیم، فهرست ۵۰ شرکت فعال‌تر بورس تهران برای سه ماهه نخست امسال به‌روز شد و از این لیست ۴ شرکت خارج و ۴ شرکت جدید اضافه شدند و بر این اساس نمادهای سپ، شبهرن، شیراز و افق از ۵۰ شرکت فعال‌تر بورس تهران خارج و نمادهای تاصیکو، وانصار، سفارس و ستران به این فهرست اضافه شدند.

این در حالی است که فولاد مبارکه اصفهان، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، ملی صنایع مس ایران، پالایش نفت اصفهان و گل‌گهر پنج شرکت فعال‌تر بورس اوراق بهادار در بهار سال ۹۸ بودند.

همچنین بانک ملت، پتروشیمی پارس، چادرملو، سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تامین، پالایش نفت بندرعباس، بانک تجارت، گروه مپنا، پتروشیمی جم، شرکت ارتباطات سیار ایران و پالایش نفت تهران در رتبه‌های ششم تا پانزدهم جدول فعال‌ترین شرکت‌های بورسی در بهار امسال قرار دارند.

از سوی دیگر رتبه‌های ۱۶ تا ۳۰ نیز برای شرکت‌های گسترش نفت و گاز پارسیان، توسعه معادن و فلزات، فولاد خوزستان، مخابرات ایران، سایپا، ایران خودرو، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید، سرمایه‌گذاری غدیر، پتروشیمی مبین، بانک پاسارگاد، سرمایه‌گذاری صدر تامین، پتروشیمی پردیس، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران، خدمات انفورماتیک و بانک صادرات ایران به ثبت رسیده است.

افزون بر این، پتروشیمی خارک، بانک انصار، فولاد خراسان، پالایش نفت تبریز، پتروشیمی فجر، گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان، سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی، سرمایه‌گذاری صنایع شیمیایی ایران، پتروشیمی شازند، پارس خودرو، سیمان فارس و خوزستان، سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی، فولاد کاوه جنوب کیش، داده گستر عصر نوین های وب، نفت سپاهان، لابراتوار داروسازی دکتر عبیدی، بانک پارسیان، پتروشیمی فناوران، بانک اقتصاد نوین و سیمان تهران در رتبه‌های ۳۱ تا ۵۰ را به خود اختصاص داده‌اند.

این گزارش می‌افزاید: با توجه به تجربیات بورس‌های اوراق بهادار در سطح بین‌الملل، شناسایی شرکت‌های ممتاز یا دارای موقعیت برتر اغلب بر پایه معیارهای نقدشوندگی سهام، میزان تاثیرگذاری شرکت بر بازار و برتری نسبت‌های مالی انجام می‌شود.

بر این اساس شناسایی شرکت‌های فعال‌تر در بورس اوراق بهادار تهران بر پایه ترکیبی از قدرت نقدشوندگی سهام و میزان دادوستد سهام در تالار معاملات (تعداد و ارزش سهام دادوستد شده)، تناوب دادوستد سهام در تالار معاملات (تعداد روزهای دادوستد شده و دفعات دادوستد شده) و معیار تاثیرگذاری شرکت بر بازار (میانگین تعداد سهام منتشرشده و میانگین ارزش جاری سهام شرکت در دوره بررسی) است.

شایان ذکر است ۵۰ نماد فعال‌تر بورس براساس دوره سه ماهه محاسبه شده و هر سه ماه یکبار به صورت انباشته به‌روز می‌شود.

بی‌توجهی به راه‌اندازی سامانه رصد کالا

رئیس فراکسیون اصناف در مجلس گفت تاکنون ده‌ها بار درخواست راه‌اندازی سامانه رصد کالا را فریاد کرده‌ایم که اسناد آن هست، اما متاسفانه هیچ‌گونه ترتیب اثری داده نشده است.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، رئیس فراکسیون اصناف در مجلس اعلام کرد: تاکنون ده‌ها بار درخواست راه‌اندازی سامانه رصد کالا با محوریت بررسی کالا از مبدأ تا مقصد (مصرف‌کننده) را از تریبون مجلس و رسانه ملی فریاد کرده‌ایم که اسناد آن هست، اما متاسفانه هیچ‌گونه ترتیب اثری داده نشده است.

شهباز حسن‌پور، نماینده مجلس و رئیس فراکسیون اصناف در برنامه تیتر امشب با انتقاد از وضعیت نظارت و بازرسی در کشور، درخصوص ورود مجلس به بحث نظارتی بین دولت و اصناف تصریح کرد: اتاق اصناف بارها درباره آفت‌های قاچاق در کشور هشدار داده و مجلس هم پیگیری‌های خوبی کرده، اما متاسفانه این معضلات همچنان ادامه دارد.

او گفت: ما محدودیت قانونی در کشور نداریم مشکل در بعد نظارت است، پس باید نظارت به یک فرهنگ بی‌چون و چرا تبدیل شود.

نماینده مردم سیرجان و بردسیر در مجلس درخصوص نقش‌آفرینی اصناف در اقتصاد ایران گفت: نزدیک به ۲۰درصد از تولید ناخالص ملی با فعالیت اصناف صورت می‌گیرد، اما دولت هیچ‌گونه برنامه مشخصی برای حمایت از اصناف در دستور کار ندارد.

وی افزود: در مسائل بیمه‌ای و بانکی هنوز اصناف معضلاتی را با این نهادها دارند، این درحالی است که اصناف بالاترین سطح اشتغال‌زایی را در کشور دارند و باید با حمایت‌های همه‌جانبه در ارائه تسهیلات کم‌بهره و مسائل بیمه‌ای موجبات پیشرفت این مجموعه را فراهم کرد.

رئیس فراکسیون اصناف مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه اصناف دچار مشکلات بسیاری هستند، تاکید کرد: دولت باید در تمامی تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها، اصناف را بیش از پیش مورد توجه قرار دهد.

ابراهیم درستی، نایب‌رئیس اتاق اصناف دیگر میهمان برنامه با بیان اینکه یک سوم بودجه ناشی از کشف جرایم باید برای بازرسی در اختیار اصناف قرار داده شود، گفت: متاسفانه این بودجه به خزانه دولت واریز شده اما هنوز به آنها تخصیص نیافته است.

او با اشاره به گلایه‌های برخی اصناف از بی‌عدالتی مالیاتی، تصریح کرد: اصناف خواسته‌های برحقی دارند و معتقدیم در هر کجا که برای جامعه اصناف تصمیم می‌گیرند اصناف باید حضور داشته باشند.

او تاکید کرد: اصناف بخش خصوصی هستند و باید با دولت برای پیشبرد هرچه بهتر کارها تعامل داشته باشد.

درستی ادامه داد: زمانی کشور دچار جنگ نظامی بود، اما امروزه با جنگ اقتصادی مواجه هستیم. اصناف افسران مقدم جنگ اقتصادی هستند. پس می‌طلبد که دولت در کمک به اصناف اهتمام داشته باشد.

نایب رئیس اتاق اصناف افزود: دشمنی آمریکا با دولت و ملت ایران واضح است اما نباید تمام مشکلات اقتصادی کشور را به عوامل بیرونی ربط داد. درستی گفت: اگر بخش خصوصی واقعاً خصوصی باشد، می‌تواند اعتماد مردم را جلب کند.

او ادامه داد: داشتن تعامل خوب است اما این تعامل نباید مختص فرد باشد تعامل باید با ساختار و تشکیلات پیش برود. مسئولان اتاق اصناف در مجموع تعامل خوبی با دولت داشتند اما متاسفانه نتوانستند از آنها استفاده کنند.

نادر جنتی، معاون سازمان امور مالیاتی در ارتباط تلفنی با برنامه، به تعریفی از اظهارنامه مالیاتی پرداخت و گفت: براساس دستورالعمل صادرشده اجبار و الزامی در بیان اظهارنامه مالیاتی وجود ندارد.

نادر جنتی افزود: برخی صاحبان مشاغل گروه سوم که درآمد یکسال آنها کم است، نیازی به اظهارنامه مالیاتی ندارند.

معاون سازمان امور مالیاتی با اشاره به آمار درآمد مشاغل گروه سوم افزود: آمارهای دقیق بیانگر این است که بیش از ۸۰درصد این نوع مشاغل کمتر از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان است.

او گفت: ۵۴۷ هزار نفر شاغلان مشمول تبصره از پرداخت مالیات معاف هستند.

تولید خرما به یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن می‌رسد

تعادل قیمت خرما تا یک ماه آینده در بازار

رئیس انجمن ملی خرما گفت با توجه به شرایط مساعد اقلیمی پیش‌بینی می‌شود که تولید خرما در سال زراعی جدید به یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن برسد.

محسن رشید فرخی، در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از قیمت بالای خرما در برخی فروشگاه‌ها اظهار داشت: با وجود کاهش قیمت خرما در مبدأ، برخی مغازه داران به سبب خریدهای قبلی تغییری در نرخ‌های خود نداشتند.

وی حداکثر قیمت هر کیلو خرما در مبدأ را ۲۰ هزار تومان اعلام کرد و افزود: این در حالی است که برخی مغازه‌داران با نرخ‌های بالای ۳۶ و ۳۷ هزار تومان اقدام به عرضه خرما به مصرف‌کننده می‌کنند.

رشید فرخی ادامه داد: با توجه به شرایط مساعد تولید در سال زراعی پیش رو، خرمای پیش‌رس از یک ماه آینده در بسیاری از مناطق به دست می‌آید، از این رو پیش‌بینی می‌شود ظرف ۱۵ روز تا یک ماه آینده قیمت خرما در بازار به تعادل برسد.

رئیس انجمن ملی خرما از افزایش سه برابری قیمت سم، کود، مواد بسته‌بندی و سایر عوامل تولید در بازار خبر داد و گفت: با توجه به افزایش هزینه داده‌های کشاورزی نسبت به سال‌های گذشته، بدیهی است که کشاورزان با نرخ‌های قبلی حاضر به عرضه محصول خود در بازار نباشند، اما به سبب افزایش تولید جای هیچ‌گونه نگرانی مبنی بر تنش قیمت در بازار نیست.

وی از افزایش ۳۰ تا ۳۵درصدی تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل در بازار خبر داد و افزود: با توجه به شرایط مساعد اقلیمی و برآورد نخلستان‌ها پیش‌بینی می‌شود که تولید خرما در سال زراعی جدید به یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن برسد.

فرخی درباره تاثیر حذف عوارض صادراتی خرما تصریح کرد: با توجه به آنکه تصمیمات خلق‌الساعه مسئولان دولتی از لحاظ روانی بر کارنامه صادراتی تاثیر می‌گذارد، از این رو بارها به مسئولان اعلام کردیم که مخالف وضع عوارض صادراتی گمرک هستیم که خوشبختانه با رایزنی‌های متعدد عوارض صادراتی این محصول حذف شد.

وی در پایان با اشاره به اینکه سال گذشته نیم میلیارد دلار از محل صادرات خرما ارز وارد کشور شد، گفت: با توجه به رشد تولید خرما باید ۲۰ تا ۳۰درصد این محصول به بازارهای هدف صادر شود که در صورت وضع عوارض صادرات، از این محل ارزآوری به کشور نخواهیم داشت.

به جای ممنوعیت صادرات کالاهای کشاورزی باید عوارض را بالا برد

وزیر جهاد کشاورزی گفت نوسانات قیمت محصولات کشاورزی در بازار داخلی را می‌توان با وضع و تغییر عوارض صادرات محصول کنترل کرد، به جای اینکه به یکباره صادرات یک محصول ممنوع و چندی دیگر بدون هیچ محدودیتی از سر گرفته شود.

به گزارش تسنیم به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت جهاد کشاورزی، محمود حجتی در حاشیه جلسه هیات دولت با اشاره به اینکه مسئولیت قیمت‌گذاری محصولات کشاورزی با وزارت صنعت، معدن و تجارت است، اظهار داشت: این روزها سیب‌زمینی صادر نمی‌شود، اما پیگیر آن هستم که با تولید و رساندن آن به بازار قیمت آن تعدیل شود. وی درباره افزایش قیمت محصولات لبنی نیز تصریح کرد: تولید لبنیات افزایش پیدا کرده و قیمت آن را هم سازمان حمایت برآورد کرده است، شیر را دامداران با قیمت مصوب عرضه می‌کنند، اما تا رسیدن به بازار باید نظارت بیشتری صورت گیرد تا قیمت آن به صورت غیر متعارف افزایش نیابد. حجتی افزود: هزینه تولید دامداران با توجه به شرایط اقتصادی بالا رفته است، نباید انتظار داشت که دامدار محصولش را زیر قیمت تمام‌شده ارائه کند که به این ترتیب تولید انجام‌نشدنی است. وی اضافه کرد: هزینه‌های تولید شیر ۲۶درصد وابسته به نهاده‌هایی است که از خارج کشور تامین می‌شود و ۷۴درصد هزینه‌ها از جمله تامین علوفه در داخل کشور است که افزایش هزینه‌های داخلی از جمله قیمت یونجه و ذرت، هزینه‌های تولید کشاورز را افزایش می‌دهد، ضمن اینکه این قیمت‌های تمام‌شده فعلی نیز به تایید سازمان حمایت رسیده است و اگر مشکلی هست باید با آنها مطرح شود.

اخبار

مخدوش‌کردن قیمت کالا، مجازات سنگین‌تری نسبت به گران‌فروشی دارد

در میان واحدهای صنفی و خرده‌فروشی برخی افراد سودجو هستند که با مخدوش و پاک کردن نرخ درج‌شده بر روی کالا، مرتکب گران‌فروشی می‌شوند. در این رابطه رئیس بازرسی اتاق اصناف تهران هشدار می‌دهد که این کار مجازات سنگین‌تری نسبت به گران‌فروشی دارد.

به گزارش ایسنا، بررسی گزارش‌های حوزه بازرسی و نظارت اتاق اصناف تهران در سال‌های اخیر نشان از آن دارد که بیشترین حجم تخلف اصناف مربوط به گران‌فروشی و عدم درج قیمت بر روی محصولات بوده است؛ اتفاقی که در گران‌فروشی مکمل یکدیگر است و باعث می‌شود تا بسیاری از سوءاستفاده‌گران با عدم درج قیمت، محصول را گران‌تر از نرخ واقعی عرضه کنند.

این اتفاق در محصولاتی که عموماً نرخ رسمی یا درج‌شده از سوی تولیدکننده ندارد، بسیار رخ می‌دهد اما در ماه‌های اخیر برخی افراد پا را فراتر گذاشته‌اند و محصولاتی که نرخ درج‌شده از سوی کارخانه‌های تولیدی دارند را گران‌تر از نرخ درج‌شده، عرضه می‌کنند.

این اتفاق البته در برخی از محصولات به‌صورت رسمی رخ داده بود که فروشندگان مربوطه با ارائه فاکتور خرید مدعی بودند که محصول را گران‌تر از قیمت درج‌شده بر روی آن، از بازار خریداری کرده‌اند که این موضوع در زمان گرانی چای و سیگار به شدت در سطح واحدهای عرضه محصولات به چشم می‌خورد.

اما در حال حاضر که افزایش قیمتی برای محصولات به ثبت نرسیده و عرضه محصولات عموماً از سوی شرکت‌های پخش و تولیدی انجام می‌شود، جای سوال وجود دارد که چرا قیمت محصولات بسته‌بندی از سوی برخی افراد پاک شده و محصول با قیمت بیشتری به فروش می‌رسد!؟

بررسی‌های میدانی خبرنگاران ایسنا نشان از آن دارد که برخی از واحدهای صنفی که در نزدیکی مراکز تجاری و به عنوان بازار اصلی یک صنف شناخته می‌شود، محصولاتی همچون نوشیدنی‌های یک نفره و بیسکوئیت که بیشتر افراد گذری خریداری می‌کنند را بدون قیمت درج‌شده عرضه می‌کنند و این اتفاق به معنای آن است که قیمت درج‌شده از سوی کارخانه را مخدوش یا پاک می‌کنند که البته بنابر قانون نظام صنفی، این کار تخلف است.

در این رابطه حسین درودیان - رئیس بازرسی و نظارت اتاق اصناف تهران - به ایسنا گفت: مخدوش‌کردن و تغییر قیمت محصولات تولیدی از سوی واحدهای توزیعی و صنفی، تقلب محسوب می‌شود و این عمل مجازات سنگین‌تری نسبت به گران‌فروشی و عدم درج قیمت و نرخنامه دارد.

نان چند نرخی شد!

نه‌تنها عرضه نان سفارشی به اجبار از سوی برخی واحدهای نانوایی صورت می‌گیرد، بلکه در مناطق مختلف شهر برخی نانوایی‌ها به‌ویژه در رسته سنگک، قیمت‌های متفاوتی برای این محصول اعلام می‌کنند.

به گزارش ایسنا، انگار قصه نان تمامی ندارد. در ماه‌های گذشته بارها اعلام شد که از کیفیت نان کاسته شده است و در کنار آن نان‌های سفارشی بیش از نان معمولی، در برخی از واحدهای صنفی نانوایی عرضه می‌شود.

عرضه نان سفارشی به‌خودی‌خود بد نیست اما زمانی که نان معمولی آنچنان از سوی واحدهای صنفی عرضه نمی‌شود و کیفیت پخت نان معمولی هم قابل قبول نیست، عرضه نان سفارشی آن‌هم در برخی موارد به اجبار، اتفاق خوبی نیست.

در چند سال اخیر همین نان سفارشی به محل درآمد بیشتری برای واحدهای نانوایی بدل و عاملی شده تا در کنار نان‌های کنجدی، نان سبزیجات و سبوس‌دار به واحدهای نانوایی و فهرست مصرف افزوده شود که البته این تنها راه افزایش درآمد در نانوایی‌ها به خصوص نانوایی‌های آزادپز نیست، زیرا یکی دیگر از راه‌های افزایش درآمد به‌ویژه در چند ماه اخیر، تغییر اندازه نان است که این اتفاق در نان‌های سنگک و بربری بیشتر دیده می‌شود.

بررسی‌های میدانی نشان از آن دارد که در چند وقت اخیر موقعیت جغرافیایی محل قرارگیری نانوایی در قیمت‌گذاری نان‌های آزادپز هم تأثیرگذار است. به‌طور مثال نان سنگک ساده آزادپز در خیابان پیروزی تهران ۱،۵۰۰ تومان عرضه می‌شود و قیمت نان یک رو کنجد ۲،۰۰۰ تومان و نان دو رو کنجد ۳،۰۰۰ تومان است که همین نان در منطقه جردن به ترتیب به قیمت ۲۰۰۰، ۳۰۰۰ و ۵،۰۰۰ تومان عرضه می‌شود.

با این تفاسیر به نظر می‌رسد این تفاوت قیمت در سطح شهر عاملی می‌شود که گرانی به قیمت نان وارد شود و نیاز به نظارت و بازرسی دقیق واحدهای بازرسی اصناف احساس می‌شود.

در این زمینه یک نانوا در خیابان ظفر مدعی است که افزایش قیمت نان به دلیل عدم دسترسی راحت به آرد، کنجد و سبوس است و در چند وقت اخیر آرد آزادپزی به‌سختی تأمین می‌شود.

حال با تمام این تفاسیر جای سوال است که چرا نظارت بر واحدهای نانوایی آنگونه نیست که واحدهای صنفی با روش‌های مختلف، به افزایش قیمت روی نیاورند؟

در این رابطه بیژن مقدم - رئیس اتحادیه نانوایان سنتی - به ایسنا، گفت: دولت در انتهای دهه ۸۰ به این نتیجه رسید که باید در کنار واحدهای یارانه‌بگیر نانوایی، واحدهای آزادپز فعال باشند، از این رو واحدهای آزادپز به تعداد مشخص در کشور فعال شدند که آرد آنها به صورت آزاد تأمین می‌شود.

وی ادامه داد: این واحدها به صورتی در سطح شهر قرار گرفته‌اند که واحدهای یارانه‌بگیر در محدوده آنها قرار دارند و از نظر اقتصاد خانوار، هزینه‌کرد خرید نان را پوشش می‌دهند.

مسئله تولید یا توقف خودروهای دیزلی باید در دولت حل شود

به اعتقاد عضو هیات علمی گروه مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت، در تولیـد خودروهای دیزلی بایـد همه جوانب از جمله معیارهای مصرف سـوخت در راستای منافع ملی کشور در نظر گرفته شود تا برای تولید یا توقیف خودروهای موتور دیزل، تصمیم گرفته شود.

از ابتدای خردادماه موضوع تولید خودروهای دیزلی مطرح شـده و این سـوال پیش آمده که آیا سـواری‌های دیزلی وارد چرخه تولید می‌شوند یا خیر. شـنیده‌ها حاکی از آن اسـت که سـازمان محیط زیست در حال بررسی درخواست تولید سواری‌های دیزلی است با این حال رئیس سازمان حفاظت محیط زیست با اشاره به اینکه این موضوع از سوی مرکز تحقیقات موتور ایران خودرو مطرح شـده است، اعلام کرده که این سازمان قطعاً با ورود موتور دیزل به ناوگان سواری مخالف داشته و امیدوار است که هیچ دولتی حاضر نشـود که مجوز ورود ناوگان دیزل سـواری را به جاده‌ها و شهرهای کشور صادر کند.

در این رابطه امیرحسـن کاکایی - عضو هیأت علمی گروه مهندسـی خودرو دانشـگاه علـم و صنعت - در گفت‌وگو با ایسـنا، اظهار داشـت: خودروهای دیزلی، بازده بالاتری نسـبت به خودروهای بنزینی دارند و از این نظر در دنیا مورد توجه قرار گرفته‌اند. سال‌هاست در کشور ما در مورد خودروهای دیزلی بحث می‌شـود. با توجه به اینکه ایران تولیدکننده نفت اسـت؛ زمانی که این نفت از زمین استخراج می‌شود حاوی مواد مختلفی است که در اصطلاح «سبد سوخت» نام دارد که مجموعه‌ای از سوخت‌ها را تولید می‌کند. در کشور ما که به ویژه مصرف سوخت بسیار بالایی دارد موضوعی مهم این اسـت که باید یک سـبد سوخت متعادل وجود داشته باشـد. وی افزود: در سـال‌های گذشته بحث‌های متعددی مطرح شد که چنـد درصد خودرو با مصرف سـوخت گازوئیل، چند درصد بنزین و ... باید وجود داشته باشد. علاوه برای این از آنجایی که ایران دارای منابع گاز طبیعی نیز اسـت، بحث CNGها نیز در کنار مسائل سوخت‌های نفتی قرار خواهد گرفت.

این کارشناس صنعت خودرو با تاکید بر اینکه باید توجه کرد که در هر صورت مصرف گازوئیل در خودروهای سنگین وجود دارد، گفت: گازوئیل ما در گذشـته مشکلات زیادی داشت و اصطلاحاً «ترش» بود. بدین معنا که درصد گوگرد آن بسـیار بالا بود که باعث استهلاک سریع خودروهای دیزلی شده و موتور آنها را خراب کرده و ایجاد دود می‌کند. طی سال‌های اخیر قرار شـد که سطح کیفیت گازوئیل تولید کشور بالا رود تا جایی که حداقل در این مورد یورو ۴ تبدیل به یورو ۵ شود. این موضوع تنها مختص خودروهای سواری دیزلی نبوده و مربوط به مصرف گازوئیل در کل کشور است که لازم است تا برنامه‌ای تدوین شده تا کیفیت این سوخت ارتقا پیدا کند. این سطح کیفیت به لحاظ تئوری ارتقا پیدا کرد، اما به لحاظ عملی تنها بخشی از آن ارتقا یافت و زمینه اینکه گازوئیل ما در سرتاسر کشور به سطح مطلوبی برسد، فراهم نشد ضمن اینکه در این رابطه محدودیت‌های زیادی نیز وجود داشته و دارد.

عضو هیأت علمی گروه مهندسـی خودرو دانشگاه علم و صنعت اظهار داشت: در مورد خودروهای موتور دیزل دو سمت و سو وجود دارد که چند سـال پیش به خودروسازان تکلیف شد تا تولید خودروهای دیزلی داشته باشند، بنابراین خودروسازان سرمایه‌گذاری برای تولید خودروهای دیزلی را آغاز کردند. به طور خاص خودروسازی ایران‌خودرو توسط شرکت اپیکو خودروهای دیزل خود را آماده کرد.

وی یادآور شـد: در سـال‌های اخیر همیشه دعوایی وجود داشته که در آن تنها خودروسـازان مقصر شناخته می‌شوند. هر زمان که بحث آلودگی هوا مطرح شـده اسـت؛ به خودروسازان دسـتور داده شده که موتوری را ارتقا دهند. ابتدا سـوخت‌ها یورو ۲ بوده، سـپس یورو ۳، یورو ۴ و اکنون که خودروهای دیزلی و CNGها مطرح اسـت، اما در این رابطه همیشه خودروسـازان مدعی ایـن موضوع بوده‌انـد که در صـورت آمادگی این خودروها، آیا سـوخت متناسـب آن قابل تأمین خواهد بـود یا خیر؟ در نتیجه موضوع این اسـت که در حال حاضر خودروهای دیزلی آماده است اما سـوخت مناسـب آن وجود ندارد. در این شرایط محیط زیست نیز به هیچ‌کدام از سازمان‌های سوختی (وزارت نفت) و خودروسازان کاری ندارد و از منظر خود تولید خودروهای دیزلی را رد می‌کند.

همدلی در صنعت خودرو و قطعه‌سازی وجود ندارد

صنعت خودرو و قطعه‌سـازی بیشـتر از آنکه از تحریم‌ها زیان ببیند از نبود همدلی و افتراق بین فعالان این حوزه ضربه می‌خورد.

بـه گزارش پایگاه خبـری «عصرخودرو»، حمیدرضـا صمدی، رئیس هیأت مدیره هلدینگ رایزکو در نشستی خبری با اعلام این موضوع گفت: این روزها شـرایط به‌گونه‌ای پیش می‌رود که بیشـتر انرژی شرکت‌ها به‌جای اینکه برای دور زدن تحریم‌هـا و یافتن راه‌حل‌های مناسـب برای برون‌رفت از مشـکلات صرف شـود به دفع مشکلات داخلی و پیدا کردن راه‌حلی برای مقابله با برخی اقدامات نسنجیده همکاران می‌گذرد.

او بـا اشـاره به اینکه بعـد از حدود ۶۰ سـال همچنـان در صنعت خودرو مونتـاژکار هسـتیم، گفت: بیان مشـکلات در خارج از صنعت و کشـاندن آن با رسـانه‌ها موجب شده اسـت بخش زیادی از انرژی شرکت‌ها هدر شود این در حالی اسـت که اگر مشـکلات‌مان را مانند یک خانواده درون خودمان رفع می‌کردیم هم‌اکنون مانند کشورهایی مانند ترکیه و کره یک خودروساز واقعی بودیم.

صمدی همچنین در پاسـخ به سـؤال خبرنگار عصرخودرو درباره اینکه آیا در این شـرایط و باوجوداینکه دولت دست از مدیریت خودروسازان برنمی‌دارد می‌توان به خصوصی‌سازی خودروسازان امید داشت، گفت: به‌هرحال واگذاری سـهام می‌تواند آغاز یک‌راه صحیح باشـد، اما این‌طور که از شـرایط برمی‌آید اراده‌ای برای آن وجود ندارد، اما نکته جالب اینکه بعد واگذاری پیشـین سهام ایران‌خودرو برخی قطعه‌سـازان به ارسال نامه به شورای رقابت عنوان کرده‌اند که طبق قانون قطعه‌ساز نمی‌تواند سهام یک شرکت خودروسازی را بخرد، اما امروز همان قطعه‌سازان با ایجاد یک کنسرسیوم برای خرید سهام ایران‌خودرو پیشقدم شده‌اند. مگر غیرقانونی نبود؟

او در ادامـه گفت: اگر در همـان زمان اعلام واگذاری خودروسـازان دولت تکلیف فعالان این حوزه را نسـبت به واگذار نشـدن این دو خودروساز روشن می‌کـرد، بی‌تردیـد هم‌اکنون شـاهد فعالیـت یک‌قطب بزرگ خودروسـازی خصوصی در کنار ایران‌خودرو و سایپا بودیم.

رئیس هیأت مدیره هلدینگ رایزکو درباره مشکلاتی که تحریم آمریکا برای این صنعت ایجاد کرده است با اشاره به اینکه کسانی که از تاریخ درس نگیرند محکوم‌به تکرار آن با مکافات بیشـتر هسـتند، گفت: تحریم‌های دور پیشـین خیلـی جدی‌تر از ایـن تحریم‌های اخیر بـود. در آن زمان دنیا مـا را تحریم کرده اما اکنون فقط یک کشـور نسـبت به تحریم اقدام کرده اسـت و چه‌بسا اگـر از تحریم قبلی درس می‌گرفتیم مقابله بـا تحریم‌های آمریکا کار خیلی سـختی نبود. او همچنین با اشـاره به اینکه آمریکا به دلیل ارزش‌افزوده بالای این صنعت نسـبت به تحریم آن اقدام کرده است، گفت: آمریکا با هوشمندی صنعت خـودرو را به دلیل ارزش‌افـزوده بالای آن تحریم کرده اسـت، اما در مقابل ما در کشـورمان به‌جای اینکه به دنبال راه‌حل مشـترک برای مقابله با آن تحریم‌ها باشـیم آب را به آسیاب‌شان می‌ریزیم و با افشای مدارک محرمانه دولتی راه را برای هم‌وطنان‌مان سـخت‌تر می‌کنیم. آیا این چیزی جز مافیای ضد تولید است؟

صمـدی در بخـش دیگـری دربـاره خودروهای ناقص تولیدشـده سـوی خودروسـازان نیـز گفت: در حال حاضـر هر یک از خودروسـازان ۱۰۰ هزار خودرو کف کارخانه دارند و این سـرمایه بزرگی اسـت که در صنعت خوابیده، درحالی‌که آنها مدام از این بانک به آن بانک برای دریافت منابع مالی، التماس می‌کنند تا تولید را ادامه دهند. اکنون قطعه‌سـاز و خودروسـاز باید خواهش و تمنـا کننـد تا بانـک تصمیم بگیرد که به صنعت کشـور تسـهیلات دهد، درحالی‌که طبق ترازنامه بانک‌ها، آنها باید سهم صنعت در وام‌دهی‌های خود را در تراز تجاری به ۴۰درصد برسانند.

اخبار

آینده گروه خودرویی بعد از افزایش احتمالی سرمایه سایپا و ایران‌خودرو

صندوق‌های حمایت در سـال جاری تاکنون اجازه ریزش بیش‌از حد به بازار نداده‌اند که به پتانسیل بالای خود بازار نیز برمی‌گردد.

یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که این روزها در بازار سرمایه روی آن بحث می‌شود، افزایش سرمایه دو خودروساز بزرگ است که می‌تواند سهام آنها را در بازار سهام با رشد بسیار خوبی روبه‌رو کند.

حال باید دید در عمل این امر چه زمانی عملیاتی خواهد شـد. از سـوی دیگر، بازار سـرمایه طی روزهای اخیر روند به‌نسـبت نزولی را تجربه کرده که این اتفاق به‌خاطر ریسـک‌های سیاسی موجود است. به همین منظور و برای تحلیل وضعیت این روزهای بازار سـهام و به‌خصوص گروه خودرویی، حمیدرضا افشـار، کارشـناس بازار سرمایه به بررسـی این موضوع پرداخته است.

درحال‌حاضر وضعیت کلی بازار سرمایه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بازار سرمایه دوران پرخبری را دنبال می‌کند و می‌توان گفت هر روز اخبار داخلـی و خارجی بازار را تحت‌تاثیر قرار می‌دهند. البته روند کلی و ماهیت بازار تغییر خاصی نکرده و هنوز سیگنال فروش قطعی در بازار دیده نشده و تنها این مسائل باعث نوسانات کوتاه‌مدت در بازار شده است.

مهم‌ترین ریسک بازار در سال جاری چه متغیری است؟

مهم‌ترین مساله‌ای که بازار را در سال ۹۸ تحت تاثیر قرار داده، تنش‌های بین‌المللی اسـت که از ابتدای سـال وجود داشته و فقط شدت و حدت آن در مقاطع مختلف کم و زیاد شـده اسـت که منجر به سـبز و قرمز شـدن بازار می‌شود.

وضعیـت بازار روز گذشـته را باتوجه به اتفاقات اخیـر، در چه وضعیتی می‌بینید؟

در بازار دیروز هم باتوجه به بحث ساقط‌شـدن پهپاد آمریکایی و اظهارات مقامات سیاسی ایران و آمریکا و حتی کشورهای دیگر، شاهد تابلو قرمزرنگ و صف فروش در بسـیاری از نمادها بودیم کـه به احتمال زیاد مانند موارد مشـابه اخیر در روزهای آتی و احتمالا به‌سـرعت این مورد هم حل خواهد شـد و از هیجانات منفی کاسته می‌شـود. در ضمن صندوق‌های حمایت از بازار در سال جاری تاکنون اجازه ریزش بیش‌از حد به بازار نداده‌اند که این مساله به‌دلیل پتانسیل بالای بازار نیز برمی‌گردد.

قوانین جدیدی که سـازمان بورس در رابطه با معاملات وضع کرده، چه اثراتی را بر وضعیت دادوستدها گذاشته است؟

یکی دیگر از اتفاقات قابل بحث که از اواخر هفته گذشته شاهد آن بودیم و بر حجم معاملات تاثیر محسوسـی داشـت، قوانین جدید سازمان بورس مبنی بر مدیریت ریسـک بازار و اعتبارات معامله‌گران و کارگزاری‌ها بود. بر این طرح سـازمان، هم نکات مثبت و هم نـکات منفی زیادی می‌توان وارد کرد که در این مقوله نیاز به بررسـی کارشناسـانه بیشـتر و نظرسنجی از فعالان بازار و البته گذر زمان احساس می‌شود.

ایـن روزها گروه خودرویی به‌عنوان لیدر بازار، بیشـترین حجم و ارزش معامـلات را در بیـن صنایع بورسـی به خـود اختصاص می‌دهـد. به‌طور مشخص، این گروه در چه وضعیتی قرار دارد؟

در مـورد صنعت خـودرو، خبر افزایش سـرمایه دو غول خودروسـازی همچنان داغ بوده و خبرها حاکی از محقق‌شـدن آن در سـال جاری است. حجم‌هایی که از اواخر هفته گذشـته نصیب نماد سـایپا شد و حقوقی‌های زیرمجموعه این شرکت نیز در آن نقش داشتند، کاملا جلب‌توجه می‌کرد و نشـان از اتفاقات مهم در این شرکت دارد. این در حالی است که باتوجه به مشـکلات واردات در صنعت خودرو در زمینه تامین قطعات، شاهد افزایش هزینه‌ها در این صنعت هسـتیم و اگر روند کاهشـی نرخ ارز ادامه داشـته باشد، می‌تواند کمک شایانی به شرکت‌های این گروه کند.

در حال حاضر وضعیت نمادهای کوچک و قطعه‌ساز چگونه است؟

ایـن نمادهـا با توجه به رشـد بیش‌از حد و تشـکیل حبـاب قیمتی، مدتـی اسـت روند اصلاحـی دارند. ایـن در حالی اسـت که آنهـا از نظر تکنیکالـی جذابیت‌های خاص خود را دارند و پیدا کردن کف حمایتی برای چارتیست‌ها می‌تواند منجر به سودهای شیرین هرچند کوتاه‌مدت شود.

عدم توجه به مصرف CNG کشور را با بحران کمبود بنزین مواجه خواهد کرد

رئیس هیات مدیره انجمن CNG کشـور اعـلام کرد مرکز پژوهش‌های مجلس گزارش خود را پس از بررسی‌های لازم در جلسه‌ای که تیرماه برای تعیین مشـوق‌های مالی تحت پوشش بسته‌های حمایتی صنعت CNG به عنوان جایگزین بنزین قرار اسـت برگزار شـود برای تصمیم‌گیری نهایی در اختیار مجلس قرار می‌دهد.

اردشـیر دادرس در گفت‌وگـو بـا خبرنـگار خبرخـودرو، افـزود: مرکز پژوهش‌های مجلس شـورای اسـلامی قرار است با بررسـی شرایط کمی و کیفی موجود را در زنجیره صنعت خودرو ، کمپرسورسـازی، مخزن‌سازی و جایگاه‌ها راهکار خود را ارائه دهد تا CNG به عنوان جایگزین بهینه بنزین بـرای خودروها مورد اسـتفاده قرار گیرد و خودروسـازان نیز تولیدات خود را از ۲۵درصد کنونی به حداقل ۵۰درصد خودرو گازسـوز در سـبد اقتصاد حمل و نقل برسانند.

وی گفـت: بهتـر اسـت دولت بـرای افزایـش تولید خودرو بـه صورت دوگانه‌سـوز به خودروسـازان و کارگاه‌های تبدیل خودرو به گازسوز یارانه اختصاص دهد.

دادرس اذعان داشـت: در حـال حاضر میانگین مصرف سـوخت بنزین چیـزی حدود ۹۵ تا ۱۰۰ میلیون لیتر در روز اسـت کـه این رقم نزدیک به نقطه سـر به سـر با تولید بنزین داخلی اسـت. با توجه به رشد منطقی دارنـدگان خودرو انتظار می‌رود این میزان مصرف ظرف دو سـال آینده به بالای ۱۲۰ میلیون لیتر در روز هم برسـد و ما مجبور شـویم میزان مازاد را از طریـق واردات تامین کنیم که این عمـل در تضاد با ارکان اصلی اقتصاد مقاومتی است.

رئیس هیات مدیره انجمن CNG کشور گفت: ضروری است وزارت نفت و وزارت صنعت، معدن و تجارت برای جلوگیری از افزایش تصاعدی مصرف بنزین نسـبت به اجرای برنامه‌های بهینه‌سازی مصرف سوخت و دوگانه‌سوز کـردن خودروها اهتمام جـدی ورزند چراکه با وجـود تحریم‌ها و افزایش مصرف بنزین، واردات به سـختی ممکن خواهد بود و کشور با بحران جدید کمبود بنزین مواجه خواهد شد.

وی با اعلام اینکه ۳ الی ۴ماه زمان لازم اسـت تا افزایش قیمت‌ها اثرات واقعـی خود را بر میزان مصرف بگذارند، افزود: با وجود گذشـت یک ماه از افزایـش قیمت‌ها برای قضاوت در رابطه با اثـرات این افزایش قیمت کمی زود اسـت، اما با این حال در همین مدت کوتاه نیز شاهد کاهش محسوس مصرف CNG در بین مصرف‌کنندگان بوده‌ایم.

تفکر استارت‌آپی بین زیست‌پژوهشگران دانش‌آموز ترویج می‌یابد

دومین رویداد زیست‌فناوری دانش‌آموزی شهر تهران با حضور ۲۲۰ دانش‌آموز برگزیده شهر تهران با هدف ترویج تفکر استارت‌آپی بین دانش‌آموزان برگزار شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دومین رویداد زیست‌فناوری دانش‌آموزی شهر تهران با حضور ۲۲۰ دانش‌آموز برگزیده شهر تهران برگزار شد. این دانش‌آموزان از بین ۲ هزار و ۶۰۰ شرکت‌کننده مسابقه زیست‌پژوهشگر مرحله اول انتخاب شده بودند. هدف از برگزاری این رویداد ترویج تفکر استارت‌آپی در بین دانش‌آموزان و آموزش مهارت تبدیل ایده به محصول برای نسل آینده کشور است. این رویداد با همکاری ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران، قطب کشوری زیست‌فناوری و موسسه علوم و فناوری‌های زیستی صدرا مهر برگزار شد.

دریچه

کارآفرینی هنر است نه یک شغل

مترجم: نازنین توکلی _ طی دهه گذشته افراد فکر می‌کردند که اگر بتوانند متدولوژی‌های قابل‌تکراری برای مراحل اولیه راه‌اندازی کسب‌وکار پیدا کنند، کارآفرینی به یک «علم» تبدیل می‌شود. در این صورت هر کسی قادر به اجرای قواعد آن خواهد بود.

اشتباه ما کجاست؟

این فرض می‌تواند اشتباه باشد. البته نه به این معنا که ابزارهای اشتباهی برای این منظور طراحی شده‌اند، اتفاقا پایه و اساس مدیریت کارآفرینی درست و منطقی است و سهم عمده‌ای در کاهش شکست استارت‌آپ‌ها دارد. اشتباه ما جایی است که فکر می‌کنیم هر کسی می‌تواند از این ابزارها به‌درستی استفاده کند و بیشترین بهره‌برداری را داشته باشد.

کارآفرینی هنر است نه شغل:

دو نوع هنرمند را در نظر بگیرید: «آهنگ‌ساز» در مقایسه با «نوازنده آهنگ» یا «نمایشنامه‌نویس» در مقایسه با «بازیگر». بنیان‌گذار در شکل‌گیری کسب‌وکار نقش همان آهنگ‌ساز را در شکل‌گیری موسیقی ایفا می‌کند.

او چیزهایی را می‌بیند که دیگران قادر به دیدن آن نیستند و برای اینکه به تیم کسب‌وکار کمک کند تا بتواند از هیچ، چیزی جدید خلق کند، خود را با اجراکنندگان کلاس جهانی محاصره می‌کند.

خلق چیزهایی که کمتر کسی قادر به دیدن آنها است و تحریف واقعیت‌ها به شیوه‌ای که بتواند نیروی تازه‌ای برای تیم استخدام کند، کار اصلی است که هر بنیان‌گذاری انجامش می‌دهد. این مهارت بسیار متفاوت از علومی مانند مهندسی یا مدیریت است.

کارکنان کارآفرین اجراکنندگان بااستعدادی هستند که در اصطلاح صدای سوت کارخانه را به همان شکلی می‌شنود که بنیان‌گذار می‌شنود. آنها درحالی به یک استارت‌آپ ملحق می‌شوند که هنوز به دنبال یک مدل کسب و کار پایدار است و وعده تحقق اهدافی را می‌دهد که در هاله‌ای از ابهام قرار دارند. کارکنان کارآفرین با پیوستن به بنیان‌گذار و تیمش دیدگاه‌های او را به‌عنوان بخشی از زندگی‌شان می‌پذیرند.

سپس بنیان‌گذار هر مهارتی را که او و تیمش را منحصربه فرد می‌سازد از جمله اشتیاق، چابکی، انعطاف‌پذیری، توانایی ایجاد نظم از دل بی‌نظمی، کشف و یادگیری، کنجکاوی، رهبری و تمرکز دقیق روی اجرا را به‌کار می‌گیرد تا به یک فرآیند پالایش دیدگاه منجر شود و بتواند واقعیتی را ایجاد کند.

بنیان‌گذاران و کارکنان کارآفرین هر دو ترجیح می‌دهند تا چیزی را از دل فرآیندهای‌شان استخراج کنند که به موجودیت یک شرکت بپیوندد. مانند موسیقی‌دانان حرفه‌ای یا ستارگان سینما که ترجیح می‌دهند در یک محیط نامنظم با ناشناخته‌های چندگانه کار کنند.

آنها کلیت مسیری که به سمت آن کشیده شده‌اند را درک و حس کرده‌اند، با عدم اطمینان و شگفتی‌های آن کنار می‌آیند و با استفاده از هوش طبیعی و ابزارهایی که در دست دارند، برای تحقق هدف و چشم‌اندازشان رو به جلو پیش می‌روند.

ابزارها هنرمند نمی‌سازند:

در سال ۱۹۸۴ زمانی که برنامه‌های طراحی صفحه با مکینتاش عرضه شد، همه فکر می‌کردند اینجا دیگر پایان کار هنرمندان و طراحان گرافیک است. چون حالا همه می‌توانند طراحی کنند.

کاربران به سرعت آموختند که یک طراحی خوب چقدر سخت است. البته تعجبی هم ندارد چون طراحی خوب یک هنر است و مجددا این متخصصان و طراحان حرفه‌ای هستند که استخدام می‌شوند. در واقع کسی که از آلات موسیقی استفاده می‌کند، الزاما نمی‌تواند همان آهنگی را بسازد که علاقه‌مندان منتظر شنیدنش هستند.

اگر ابزارها هنرمند نمی‌سازند پس چه چیزی هنرمند می‌سازد؟

آهنگ‌سازی مقوله‌ای است که از دوران شکل‌گیری تمدن‌ها تاکنون رواج داشته است، اما این بحث که چه چیزی توانسته است یک آهنگ‌ساز بزرگ بسازد، همچنان به‌صورت یک معما باقی مانده است. آیا آهنگ‌سازی یک فرآیند است؟ (استفاده از استراتژی‌های آهنگ‌سازی در فرآیند آهنگ‌سازی؟) آیا آهنگ‌سازی با ویژگی‌های شخصی فرد مثل توانایی‌های موسیقی، اعتماد به نفس موسیقی، نمرات آکادمیک، IQ و جنسیت ارتباط دارد؟ آیا آهنگ‌سازی با محیط و اجتماع مثل والدین، معلمان، دوستان، خواهر و برادر، مدرسه، جامعه، یا ارزش‌های فرهنگی ارتباط دارد؟ آیا آهنگ‌سازی تمرین مداوم است. مثلا ۱۰،۰۰۰ ساعت تمرین برای کارآموزی؟

شاید بتوانیم تعداد بنیان‌گذاران و کارکنان کارآفرین را با ابزارهای بهتر، پول بیشتر و آموزش‌های عالی افزایش دهیم، اما اگر حقیقتا بدانیم چگونه خلاقیت را آموزش بدهیم این امکان به قطعیت نزدیک‌تر می‌شود.

بنیان‌گذاران کسب‌وکار و کارآفرینان چیزهایی را می‌بینند و خلق می‌کنند که هر کسی قادر به دیدن آنها نیست. کارآفرینان افرادی نادر، با ویژگی‌های منحصر به فرد و هنرمند هستند. هر کسی نمی‌تواند هنرمند باشد.

منبع: medium/modirinfo

قیمت بیت‌کوین برای اولین‌بار در سال جاری از ۱۰ هزار دلار عبور کرد

قیمت بیت‌کوین از ابتدای سال ۲۰۱۹ روند صعودی را طی کرد و روز گذشته با عبور از مرز ۱۰ هزار دلار، به کانال ۱۱ هزار دلار وارد شد.

به گزارش زومیت، قیمت بیت‌کوین روز گذشته از مرز ۱۰ هزار دلار عبور و پس از ماه‌های ابتدایی سال ۲۰۱۸، رکورد جدیدی به‌نام خود ثبت کرده است. کارشناسان اعتقاد دارند ثبت این رکورد به‌عنوان نقطه عطفی در مسیر بازگشت رمزارز مادر به مسیر اوج است. شایان ذکر است بیت‌کوین در زمان نگارش این مطلب با قیمت ۱۰،۷۰۰ دلار مبادله می‌شود. در دسامبر گذشته، قیمت بیت‌کوین به پایین‌ترین حد خود پس از دوران سقوط زمستان رمزارز رسید و رکورد ۳،۲۰۰ دلار را ثبت کرد، ولی از آن زمان تاکنون، ارزش این ارز دیجیتال تقریبا سه‌برابر شده است. فراموش نکنید پیش از سقوط شدید بیت‌کوین در سال ۲۰۱۸، قیمت آن در دسامبر۲۰۱۷ به ۱۹،۵۰۰ دلار رسیده بود.

پیداکردن نیروی محرکه قیمت بیت‌کوین مانند همیشه دشوار است. البته، شاید معرفی رمزارز لیبرای فیس‌بوک را بتوان به‌عنوان نیرویی مهم در افزایش قیمت در نظر گرفت. فیس‌بوک، غول شبکه اجتماعی، در هفته گذشته رمزارز خود به‌نام لیبرا را معرفی کرد که برخی کارشناسان آن را رقیبی جدی برای بیت‌کوین می‌دانند. گفتنی است معرفی ارز دیجیتال فیس‌بوک با قانون‌گذاری‌های بیشتر در دنیای رمزارزها همراه خواهد بود که شاید اثرهای مثبتی بر بازار نگذارد.

بیت‌کوین، باارزش‌ترین رمزارز جهان، همیشه ابزاری برای تبادل و خریدوفروش دیگر رمزارزها هم بوده است. در دنیای ارزهای سنتی، دلار آمریکا معمولا چنین نقشی را ایفا می‌کند؛ درنتیجه، وقتی رمزارز فیس‌بوک از سال آینده به‌صورت رسمی شروع‌به‌کار کند و نمونه‌های مشابه هم به‌مرور معرفی شوند، احتمال افزایش ارزش بیت‌کوین بیشتر هم خواهد بود.

صعود شدید بیت‌کوین بخشی از صعود کلی بازار رمزارزها است. اتر، ارز شبکه مشهور اتریوم نیز اکنون قیمتی بیش از ۳۰۰ دلار دارد که رکورد بیشترین قیمت آن در سال ۲۰۱۹ محسوب می‌شود. بیت‌کوین کش، لایت‌کوین، مونرو و دش هم‌اکنون در بالاترین ارزش خود در سال جاری میلادی قرار دارند.

آمریکا ۵ شرکت فناوری چینی دیگر را تحریم کرد

وزارت خزانه‌داری ایالات متحده آمریکا پنج شرکت فعال در حوزه فناوری چینی را به فهرست سیاه مراودات تجاری خود اضافه کرد. به گزارش زومیت، حدود یک ماه بعد از اینکه آمریکا شرکت‌های آمریکایی را از دادوستد با هوآوی غول فناوری چین منع کرد، پنج شرکت دیگر چینی هم در فهرست سیاه ایالات متحده قرار گرفتند. این شرکت‌ها عبارتند از: هایگون، سوگان، چنگدو هاگوانگ، میکروالکترونیک چنگدو هایگوانگ و ووژی جیانگنان. همه این شرکت‌ها جزو شرکت‌های پیشتاز در تولید سخت‌افزار یا تکنولوژی در چین هستند؛ مثلا شرکت‌های سوگان و ووژی بزرگ‌ترین شرکت‌های چینی فعال در حوزه گسترش ابرکامپیوترها هستند. براساس اعلام وزارت خزانه‌داری آمریکا، بعضی از مشتریان شرکت سوگان عضو ارتش چین هستند و مالک شرکت ووژی دولت خلق چین است که با هدف مدرن‌کردن ارتش این کشور آن را تأسیس کرده است. براساس گزارش CNBS آمریکا، سهام چند شرکت آمریکایی بلافاصله بعد از انتشار بیانیه وزارت خزانه‌داری این کشور سقوط کرده است. براساس این گزارش، سهام شرکت انویدیا یک درصد و سهام زیلینکس ۲.۲درصد و سهام AMD حدود ۲درصد سقوط کرده است. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا، ماه گذشته میلادی برای رفع «نگرانی‌های امنیتی آمریکا»، دستور تحریم شرکت‌های چینی مرتبط با دولت این کشور را امضا کرد. هوآوی، یکی از نزدیک‌ترین شرکت‌های حوزه فناوری به دولت چین، اولین شرکتی بود که درگیر این دستور ترامپ شد. انتظار می‌رود شرکت هوآوی ۳۰ میلیارد دلار از درآمدش را از دست بدهد. البته رن ژنگفی، مدیرعامل این شرکت، اعلام کرده زیاد نگران این کاهش درآمد نیست. درحال‌حاضر، شرکت‌های فروش سخت‌افزار و نرم‌افزار مجبورند با آمریکا همراهی کنند. گزارش‌ها از شرق آسیا از توقف ثبت سفارش محصولات هوآوی روی آمازون ژاپن حکایت می‌کنند. همچنین ماه گذشته، گوگل به‌روزرسانی نسخه‌های اندروید را برای بعضی از محصولات هوآوی مسدود کرد. باوجوداین، مایکروسافت هنوز لپ‌تاپ‌های هوآوی را می‌فروشد. این شرکت اعلام کرده به‌دلیل درخواست زیاد مشتریانش همچنان به این روند ادامه خواهد داد.

هم‌بنیان‌گذار فیس‌بوک می‌گوید لیبرا قدرت خیلی زیادی به شرکت‌ها می‌دهد

کریس هیوز که به همراه مارک زاکربرگ از بنیان‌گذاران فیس‌بوک است، علیه پروژه ارز دیجیتال این شرکت موسوم به لیبرا صحبت کرده و آن را «ترسناک» خوانده است.

به گزارش زومیت، کریس هیوز، هم‌بنیان‌گذار فیس‌بوک و سخنگوی پیشین آن، احتمال موفقیت لیبرا(Libra)، ارز دیجیتال تازه‌رونمایی‌شده این شبکه اجتماعی را «ترسناک» توصیف کرده است. هیوز روز جمعه در روزنامه فایننشال‌تایمز نوشت:

لیبرا قدرت را از بانک‌های مرکزی به شرکت‌ها انتقال می‌دهد.

فیس‌بوک در روزهای اخیر، ارز دیجیتال جهانی خود را رونمایی کرده که هیات حاکمه‌ای به‌نام انجمن لیبرا آن را از طریق کیف پولی به‌نام کالیبرا اداره می‌کند. این غول شبکه‌های اجتماعی به‌همراه ۲۷ شریک دیگر از جمله پی‌پال، ویزا، اوبر، کوین‌بیس، لیفت، مسترکارت، ودافون، ای‌بی و اسپاتیفای روی لیبرا کار می‌کند. بااین‌حال، فیس‌بوک قصد دارد تا سال ۲۰۲۰، حدود ۱۰۰ عضو در انجمن لیبرا داشته باشد.

هم‌بنیان‌گذار فیس‌بوک روز جمعه در روزنامه فایننشال‌تایمز نوشت:

لیبرا حتی اگر اندکی نیز موفق شود، بیشتر کنترل سیاست‌های پولی را از بانک‌های مرکزی به شرکت‌های خصوصی همچون ویزا و اوبر و ودافون تسلیم می‌کند. این شرکت‌ها قطعا منافع و نفوذ خود را پیش از منافع عمومی قرار می‌دهند.

هیوز بیان کرد در روزهای ابتدایی که فیس‌بوک به‌عنوان شبکه‌ای اجتماعی در دانشگاه فعالیت می‌کرد، شعارش «سریع حرکت کن و مرزها را بشکن» بود، اما این شعار برای سیستم مالی جهانی مناسب نیست.

وی افزود: لیبرا با قادر ساختن مردم برای کوچ‌کردن از ارزهای ناپایدار محلی به‌سمت ارزی که در دلار و یورو تعریف شده و شرکت‌ها اداره می‌کنند، دولت‌ها را مختل و ضعیف می‌کند. هرچه شهروندان روپیه و لیر کمتری نگهداری کنند، بانک‌های ملی مرکزی قدرت کمتری برای تعیین سیاست‌های پولی خواهند داشت و تحریک اقتصاد محلی در دوران فشار اقتصادی سخت‌تر خواهد شد.

لیبرا برای خرید محصولات و ارسال بین‌المللی پول و اعطای کمک‌های مالی استفاده می‌شود و قرار است در نیمه اول سال ۲۰۲۰ عرضه شود. سخنگوی فیس‌بوک در ایمیلی به خبرگزاری سی‌نت نوشت این شرکت قصد دارد در مسیر این فرآیند به سؤالات قانون‌گذاران جواب دهد.

هیوز در ماه مه اعلام کرد مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس‌بوک، قدرت خیلی زیادی دارد و این شبکه اجتماعی انحصاری شده است. او در نوشته‌ای در نیویورک‌تایمز، خواستار تجزیه این شرکت شد.

افزون بر این، او در این نوشته اعلام کرد: ما ملتی هستیم که عادت داریم انحصار را کنترل کنیم. اهمیتی ندارد قصد رهبران چنین شرکت‌هایی چقدر ممکن است خوب باشد. قدرت مارک زاکربرگ بی‌سابقه و غیرآمریکایی است. شایان ذکر است هیوز در سال ۲۰۰۷ فیس‌بوک را ترک کرد.

نشست آشنایی با معافیت‌های مالیاتی دانش‌بنیان‌ها برگزار می‌شود

نشست آشنایی با مسائل مربوط به معافیت مالیاتی دانش‌بنیان و تکمیل اظهارنامه‌های مالیاتی با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، توجه به اهمیت موضوع معافیت‌های مالیاتی دانش‌بنیان‌ها و نزدیک‌شدن به زمان ارائه اظهارنامه‌های مالیاتی، نشست آشنایی با مسائل مرتبط به این حوزه برگزار می‌شود.

معافیت مالیاتی دانش‌بنیان، اطلاع از محصولات معاف از مالیات، چگونگی شرکت‌ها از معافیت مالیاتی و چگونگی تکمیل اظهارنامه مالیاتی از جمله سرفصل‌های مطرح‌شده در این نشست است. این نشست چهار تیرماه جاری از ساعت ۱۴ الی ۱۷ و در محل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود.

یادداشت

درس برندهای دهه شصتی برای برندهای دهه ۹۰

دکتر علیرضا ربیعی‌راد
کارشناس اقتصادی

اگر به شما بگویند نام چند برند مطرح ایرانی را به خاطر بیاورید، کدام برندها به یادتان می‌آید؟ پیش از بررسی این پرسش و واکاوی پاسخ‌های احتمالی به آن، باید مقدمه بسیار کوتاهی را مرور کنیم. اقتصاد کشور ما همواره در معرض تحریم‌های متوالی بوده است؛ از سال‌های نخستین پس از انقلاب اسلامی و سال‌های دفاع مقدس تا همین سال‌های اخیر که در دو دوره یکی در آغاز دهه ۹۰ و دیگری در یک سال گذشته، اقتصاد ما تحریم شد. سرنوشت تولید و برندهای ایرانی در گیرودار این دوره‌های تحریمی بسیار آموزنده است. پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، برندهای معتبر خارجی در کشور ما حضور فعالی داشتند اما پس از انقلاب و به ویژه در زمان جنگ تا نیمه دهه ۷۰، بازارهای کشور، بیشتر با کالاهای مصرفی ایرانی تأمین می‌شد. رونق بازار کالاهای ایرانی در این دوره قابل توجه بود. ایجاد یا رونق دوباره برندهایی نظیر کفش ملی، ارج، مینو، یک و یک، آبسال، کاله، پارس‌خزر، عالی‌نسب، پارس‌الکتریک، گلرنگ و ... عمدتا در فاصله زمانی ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۵ اتفاق افتاد. یعنی زمانی که تحریم‌های اقتصادی، ورود کالای خارجی را محدود کرده بودند و مردم بیش از پیش از کالای ایرانی استفاده می‌کردند. رونق فروش کالاهای ایرانی با کمک برندینگ و تبلیغات تلویزیونی در آن دوره، اعتبار و کیفیت کالاهای ایرانی را ارتقا بخشید و میل به مصرف اجناس ساخت ایران را تقویت کرد و افزایش فروش، افزایش تولید را هم به همراه داشت به طوری که در ابتدای دهه ۷۰، صادرات کالاهای ایرانی به کشورهای منطقه و حتی کشورهای اروپایی رونق می‌گیرد. کشف بزرگ این دوره برای تولیدکنندگان ایرانی، اهمیت اطلاع‌رسانی و تبلیغات تجاری بود. اهمیت برندینگ و بازاریابی کالاها و خدمات، موجب شد تا شیوه‌های مدرن تبلیغات محیطی مانند بیلبوردهای شهری در همین سال‌ها توسعه چشمگیری پیدا کند و شکل‌های مدرن اطلاع‌رسانی تجاری در ایران ایجاد شوند. اگر از شما بپرسند چه برندهایی را در خاطر دارید، حتما به یاد برندهایی می‌افتید که در این دوره با تبلیغات مناسب توانستند خود را به جامعه ایرانی مصرف‌کنندگان‌شان معرفی کنند.

اما این اتفاق دوباره تکرار شده است، در چند سال اخیر و به طور ویژه از آغاز دور تازه تحریم‌ها در هفت، هشت سال گذشته تا امروز، بار دیگر فرصت مناسبی برای معرفی و تبیین کالاها و برندهای ایرانی ایجاد شده است. همچنان که می‌دانیم، یکی از مهمترین راهکارها برای پیکربندی اقتصاد ملی، بازسازی و نهادینه‌کردن برندهای ملی/ داخلی است. با تشدید تحریم‌ها در سال‌های اخیر و خروج دوباره برندهای خارجی از بازار ایران، فضای عرضه برندهای جایگزین فراهم است و بازار هم نشان می‌دهد که مصرف کالاهای ایرانی رونق بسیار بیشتری پیدا کرده است. کمااینکه وزیر صنعت نیز به تازگی گفته است که با خروج برندهای خارجی، کالاهای ایرانی دوباره به سبد خرید مردم برگشته‌اند و به ویژه در حوزه خوراک و پوشاک، مصرف کالاهای ایرانی افزایش چشمگیری پیدا کرده است. در این میان کمک به فضای روانی خرید در مصرف‌کنندگان، رقابت میان برندها، توسعه کیفی و ... ایجاب می‌کند که فضای تبلیغاتی مناسب برای کالاهای ایرانی ایجاد شود و توجه صاحبان کالاها و خدمات به این حوزه بیش از پیش شود. اصولا معرفی و تبیین برندهای تجاری، صرفا به معنای گسترش بازار، افزایش فروش و سودآوری برندها و ... نیست. تبلیغات به روش مناسب و درست در اعتمادسازی و گسترش سرمایه اجتماعی برندهای ایرانی تاثیر بسیار قابل توجهی دارد. این در حالی است که سرمایه اجتماعی برندها در خودباوری ملی مصرف‌کنندگان، توسعه کارآفرینی و رونق روحیه آفرینندگی آثار بسیار قابل توجهی دارد. این سازوکار در صورتی که با رقابت میان برندها همراه باشد، می‌تواند یکی از پایه‌های مهم توسعه اقتصادی را تثبیت کند. نکته دیگر این است که توسعه برندها، توسعه بازارها را نیز میسر می‌کند. از این نظر می‌توان گفت که با مدیریت درست برندهای ملی در شرایط تحریمی، می‌توان آسیب‌های ناشی از تحریم را تعدیل کرد و در مقابل، رونق اقتصادی ایجاد کرد.

تولیدکنندگانی که فعال هستند، با بازنگری در شیوه‌های بنگاه‌داری خود، می‌توانند ضمن حفظ بنگاه، به تثبیت بازار خود در آینده هم کمک کنند. یکی از مهمترین ابزارهای حفظ بازار آینده و کمک به رشد بنگاه در شرایط اقتصادی بحران‌زا، تبلیغات اقناعی و ترغیبی است. چنانکه گفته شد، فضای تبلیغاتی امروز ایران از برندهای غول‌پیکر جهانی خالی است و چنین فرصتی برای بازسازی و پیکربندی دوباره بازار کالاهای ایرانی یک موقعیت استثنایی است که باید مورد توجه قرار بگیرد. تجربه سال‌های گذشته به خوبی نشان می‌دهد که تقویت فضای تبلیغاتی برای کالاهای ایرانی می‌تواند پایه‌های رونق اقتصادی را تقویت کند. آیا برندهای ایرانی برای ارتقا و تثبیت موقعیت خود در بازار از فرصت بی‌نظیری که هم‌اکنون وجود دارد استفاده می‌کنند؟ تجربه نشان داده که بازار آتی در اختیار برندهایی خواهد بود که در این بزنگاه اقتصادی بتوانند بیشترین کمپین‌های تبلیغی-اقناعی را به کار بگیرند.

منبع: ایسنا

فراخوان تامین مالی جمعی به زودی منتشر می‌شود

دومین عصرانه فین‌استارز در فرابورس ایران به نشست مشترک استارت‌آپ‌های عضو انجمن صنفی کسب‌وکارهای اینترنتی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه اختصاص داشت که در جریان آن معاون پذیرش و بازاریابی فرابورس از انتشار فراخوان ثبت‌نام عاملین تامین مالی جمعی (کراودفاندینگ) طی چند روز آتی خبر داد. به گزارش سنا، معاون پذیرش و بازاریابی فرابورس ایران در این نشست به برگزاری جلسه‌ای که به منظور آسیب‌شناسی سرمایه‌گذاری جسورانه با حضور مدیران و فعالان حوزه وی‌سی برگزار شد، اشاره کرد و افزود: در این جلسه، اساسنامه وی‌سی‌ها مورد بررسی قرار گرفت و پیشنهادهایی از جمله اینکه ساختار وی‌سی الزاما هیات‌مدیره‌ای نباشد، مطرح شد، چراکه در برخی موارد این ساختار ممکن است مانع چابکی شود. رضا غلامعلی‌پور با اشاره به اینکه یکی از پیشنهادهای مطرح‌شده، پذیره‌نویسی صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه پیش از ثبت آنها در اداره ثبت شرکت‌ها بود، اظهار داشت: در نهایت خروجی این جلسه به منظور بررسی به سازمان بورس ارسال شد تا بتوانیم با بررسی دقیق مقررات و اسناد بالادستی به تسریع تامین مالی استارت‌آپ‌ها کمک کنیم. غلامعلی‌پور همچنین درخصوص دستورالعمل تامین مالی جمعی با بیان اینکه کارگروه ارزیابی که نمایندگانی از وزارت رفاه و تامین اجتماعی، وزارت ارتباطات، مجموعه معاونت علمی، سازمان بورس و فرابورس عضو آن هستند، برای بررسی الزامات دستورالعمل کراودفاندینگ چندین جلسه تشکیل داده است، گفت: درخصوص نحوه تعامل عاملین تامین مالی جمعی و نهادهای مالی مجاز باید ضوابطی تعیین می‌شد که آیین‌نامه این کار در جلسات کارگروه ارزیابی مورد بررسی قرار گرفت و در سازمان بورس مصوب شد که در سایت این سازمان قابل مشاهده است و به زودی فراخوان ثبت‌نام عاملین تامین مالی جمعی نیز منتشر خواهد شد. وی در ادامه به موضوع استفاده از داده‌های بازار سرمایه به منظور توسعه فعالیت استارت‌آپ‌ها اشاره کرد و گفت: این مورد در کارگروه سندباکس بررسی می‌شود و از برنامه‌های این کارگروه آن است که تحت نظارت نهادهای متولی در سازمان بورس، امکان دسترسی به داده‌هایی از بازار سرمایه برای فین‌تک‌ها فراهم شود.

نیازهای فناورانه حوزه سامانه‌های پیش‌تصفیه آب و پساب مرتفع می‌شود

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اعلام فراخوانی در نظر دارد، طرح‌های ساخت سامانه‌های پیش‌تصفیه آب و پساب را دریافت و از آنها حمایت کند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با توسعه و تجاری‌سازی راهکارهای مبتنی بر فناوری نانو نیازهای فناورانه حوزه طراحی و ساخت سامانه‌های پیش‌تصفیه آب و پساب تامین می‌شود. ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با همکاری شتابدهنده تخصصی طراحی و ساخت سامانه‌های پیش‌تصفیه آب و پساب فراخوان چالش جذب طرح‌های فناورانه در حوزه طراحی و ساخت سامانه‌های پیش‌تصفیه آب و پساب را اعلام کردند. کلیه علاقه‌مندان تا ۱۵ تیرماه جاری می‌توانند به طور رایگان در این چالش در آدرس اینترنتی http://linkpost.ir/VRHVI ثبت نام کنند و در صورت برگزیده شدن در مرحله اول و توافق همکاری با شتابدهنده واتک از خدمات و تسهیلات حمایتی این شرکت شامل تامین سرمایه اولیه ساخت محصول، فضای استقرار و امکانات زیرساختی نظیر تجهیزات آزمایشگاهی، مشاوره و آموزش‌های حوزه کسب‌وکار و نیز حمایت ۷۰میلیون ریالی ستاد توسعه فناوری نانو شامل کمک‌هزینه نقدی و اعتبار شبکه آزمایشگاهی در جریان مرحله دوم چالش بهره‌مند شوند. در پایان برنده نهایی چالش علاوه بر دریافت جایزه ۲۰۰ میلیون ریالی که به طور مشترک از سوی ستاد توسعه فناوری نانومعاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شتابدهنده واتک پرداخت می‌شود، از تسهیلات حمایتی ویژه این ستاد در جهت توسعه طرح خود تا مرحله تولید تجاری با همکاری شتاب‌دهنده واتک بهره‌مند می‌شود. با توجه به رشد چشمگیر تقاضای آب و کمبود منابع آبی در بسیاری از نقاط جهان، امروزه تصفیه پساب‌ها، فاضلاب‌ها و آب‌های خاکستری بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته‌اند، اما آب ورودی به هر یک از این سامانه‌ها و فرآیندهای تصفیه نظیر اسمزمعکوس، نانوفیلتراسیون یا الترافیلتراسیون بسته به نوع آب یا پساب ورودی و طراحی سیستم‌های تصفیه در نظر گرفته شده باید قبل از تماس با سیستم تصفیه به کمک روش‌های مکانیکی یا شیمیایی آماده‌سازی شوند تا اختلالی در عملکرد فرآیندهای بعدی ایجاد نشود.

کارگاه برندینگ

ارزش پیشنهادی برند چیست؟(۲)

در مطالب قبل به ارزش پیشـنهادی برند پرداختیم. شـکل رسـیدن به آن را با بررسـی مخاطب، محصول و خدمت و نقش‌شـان در برطرف‌کردن نیاز گفتیم.

گفتیم که ارزش پیشنهادی برند

• توضیـح می‌دهد که محصولات یا خدمات یک شـرکت چطور مشـکل یک مشـتری را حـل می‌کنند یا اینکه به چه روشـی وضعیت کنونی او را بهبود می‌بخشند.

• مزایـای خاص محصول یا خدمت را تشـریح می‌کنـد (ارزش‌های قابل اندازه‌گیری)

• به مشـتری احتمالی برند می‌گوید که چرا باید به جای رقبا از او خرید کند (مزیت رقابتی)

حـالا می‌خواهیم چند نمونه از ارزش‌های پیشـنهادی برخی برندها را با هم ببینیم.

اوبر (Uber)- هوشمندانه‌ترین روش جابه‌جایی

اوبر بدون اینکه صراحتا بگوید، ماهرانه تمام معایب تاکسی‌گرفتن سنتی را برجسـته و دلایلش را برای بهتربودن خدمتش بیان می‌کند. این عبارت سـاده و در عین حال تاثیرگذارِ «بزن روی اپ، ماشـین بگیر» به روشـنی سادگی و راحتی استفاده از خدمات اوبر را به نمایش می‌گذارد:

• با یک ضربه، خودرو به دنبال مشتری می‌آید.

• راننده دقیقا می‌داند مقصد کجاست.

• پرداخت کاملا غیرنقدی است.

این روند به طور کلی با شـیوه تاکسی‌سوارشـدن پیشین متفاوت است؛ مسـافر می‌تواند بدون هیچ استرسی سوار ماشین شود و بدون اینکه مجبور باشـد مقصدش را توضیح بدهد یا نگران همراه‌نداشـتن پول نقد باشـد به سـفرش ادامه دهد. روشی سـریع و کارآمد برای رسیدن به مقصد که تمام ارزش پیشنهادی اوبر است.

آیفون (iPhone)- بهترین تجربه خود محصول است

حتـی امروز که دنیا پر شـده از محصولات متفـاوت الکترونیکی، باز هم نمی‌تـوان محصولی پیدا کرد که بیش از آیفـون درباره‌اش حرف و حدیث وجود داشـته باشـد، اما چه چیز این محصول را تا این حد بر سـر زبان‌ها انداخته و باعث شده بسیاری از محصولات دیگر بخواهند با آن رقابت کنند؟

ارزش پیشنهادی آیفون، تجربه‌ای منحصربه‌فرد است و چه آیفون دوست داشـته باشـید یا از آن متنفر باشـید، نمی‌توانید انکار کنید که این تجربه منحصربه‌فرد به طرفدارانش داده شـده است. از طراحی خاص آن گرفته تا کیفیت برنامه‌ها و گرافیک‌شـان که تجسم تجربه‌ای خاص هستند. اپل باور دارد کـه تلفن باید چیزی بیش از مجموعه‌ای از ویژگی‌ها باشـد. اپل بازار پرازدهام و رقابتی طراحی گوشـی را می‌شناسـد و به جای اینکه بر ویژگی خاصی تمرکز کند، از همان ابتدا تمام توجهش را به تجربه استفاده از آیفون معطوف کرده اسـت. به جرأت می‌توان گفت که هیچ شـرکتی نمی‌تواند از کلمه «جادویی» برای گوشـی همراه اسـتفاده کند اما اپل می‌تواند. ارزش پیشـنهادی برند با ادعای اپل مبنی بر تولید گوشـی زیبا، ساده و جادویی جور درمی‌آید.

لس‌اکانتینگ (LessAcounting)- نگهداری حساب‌وکتاب‌ها بدون عذاب

برای بیشـتر مردم رسـیدگی به حساب‌وکتاب‌های‌شـان کار دشـواری اسـت، گیج‌کننده اسـت و وقت زیادی می‌گیرد و فرقی نمی‌کند که دفاتر یا فایل‌های حساب‌وکتاب کسب‌وکارها مرتب باشند. همین مساله است که ارزش پیشنهادی لس‌اکانتینگ را قانع‌کننده و باورپذیر می‌کند.

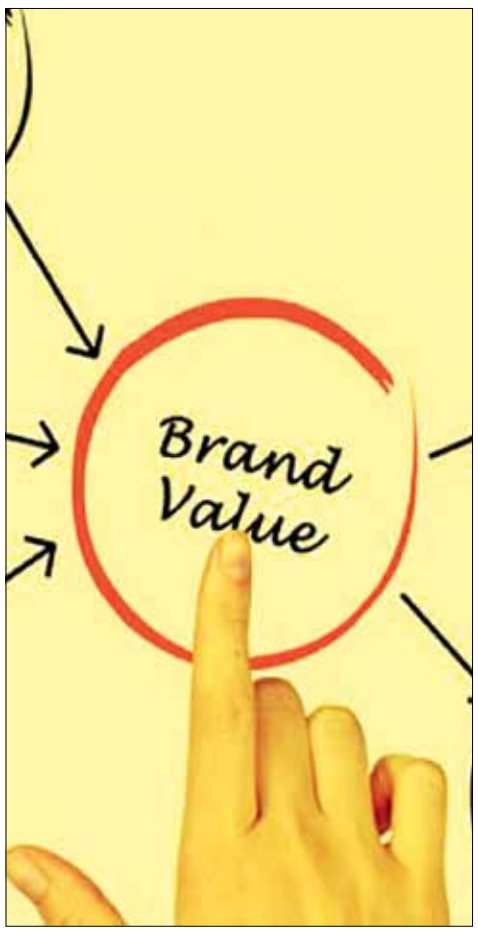
این برند براسـاس سـاده‌کردن فرآیند حسابداری سـاخته شده است و ارزش پیشـنهادی آن در وب‌سایتش برجسـته‌تر شده است. در صفحه اول وب‌سـایت آن آمده است که «با نرم‌افزار حسابداری ما زندگی‌تان را آسان‌تر می‌گذرانید.»

اورنوت (Evernote)- همه‌چیز را به خاطر داشته باش

اورنوت که نام آشـنایی در میان اپلیکیشن‌های برنامه‌ریزی دارد، با هدف قرار دادن افراد پرمشغله ارزش پیشنهادی‌اش را «به خاطر آوردن همه‌چیز» در نظر گرفته اسـت. آن هم با اپلیکیشـنی که اسـتفاده از آن راحت است و افـراد می‌توانند با نگه‌داشـتن تمام یادداشت‌های‌شـان در یک‌جا خیال راحت‌تری داشته باشند.

در مطلب بعدی از جایگاه‌سازی برند حرف می‌زنیم.

منبع: mbanews



برندها چگونه ارزش‌گذاری می‌شوند؟(۲)

ارزش‌گذاری برند یکی از فرآیندهای مهم این روزهای دنیای کسب‌وکار محسوب می‌شود؛ فرآیندی که استانداردهای مشخص دارد و نتایج آن در عملکرد سازمان‌ها تأثیرگذار است. در شماره قبل توضیحات پایه و برخی روش‌های ارزش‌گذاری برند توضیح داده شد و در این قسمت بقیه روش‌ها مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

ارزش‌گذاری برند برمبنای بازار

احتمالا روش‌های مبتنی بر بازار برای بسیاری از مخاطبان قابل لمس‌تر خواهند بود. در چنین روش‌هایی، قیمت فروش برند بررسی می‌شوند. به‌بیان‌دیگر بالاترین قیمت به‌عنوان ارزش برند در نظر گرفته می‌شـود که خریدار و فروشـنده متمایل حاضر به پرداخت برای آن باشـند. نکته واضح اینکه چنین روشـی برای محاسبه ارزش برنـد در زمان‌های فروش اسـتفاده می‌شـود. روش‌های زیر، مشـهورترین روش‌های محاسبه ارزش برند برمبنای بازار هستند:

روش مقایسه‌ای

روش مقایسه‌ای همان‌طور که از نامش پیدا است، قیمت خرید و فروش برندهای مشـابه در صنعت یکسان را با هم مقایسه می‌کند. روش مذکور از فاکتورهای یک شرکت ثالث برای بررسی ارزش برند استفاده می‌کند که یک نقطه قوت محسوب می‌شود. به‌علاوه محاسبه چنین نوعی از ارزش برند نیز آنچنان دشوار نخواهد بود.

نقطه ضعف روش مقایسـه‌ای خود را در به‌دست‌آوردن داده‌های هزینه‌ای نشان می‌دهد. به‌علاوه قیمتی که برای یک برند مشابه پرداخت می‌شود، شامل فاکتورهای متعـدد فکـری و روحی و روانـی خریدار هـم خواهد بود. درنتیجه شـاید چنان فاکتورهایی برای خرید برند مورد مطالعه وجود نداشـته باشند و همین تفاوت‌ها، موجب کاهش یا افزایش ارزش برند موردنظر شود.

روش ارزیابی ارزش ویژه برند

سـیمون و سـالیوان اعتقاد دارند ارزش ویژه برند را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد. یک بخش از ارزش ویژه برند به افزایش تقاضا مرتبط می‌شود که شامل مواردی همچون تبلیغات و نتایج آن در افزایش سـود خواهد بود. بخش دوم برتری قیمت را نشانه می‌رود که ازطریق معرفی محصولات جدید یا اقتصاد مقیاس‌دهی و توزیع برند به‌دست می‌آید.

باتوجه‌به توضیحات بالا، ارزش ویژه برند با اسـتفاده از ارزش مالی بازار محاسبه می‌شود. روش مذکور به‌خاطر تکیه بر شواهد تجربی، نقطه قوت قابل‌توجهی دارد. از نقاط ضعف آن نیز می‌توان به تصورات بازدهی بالا در بازار اشاره کرد که شاید در همه بازارها صحیح نباشد.

روش باقی‌مانده

از روش‌هایی که تکیه زیادی بر داده‌های حقیقی ریاضی دارند، می‌توان به روش باقی‌مانده اشـاره کرد. کلر این روش را پیشـنهاد می‌دهد و در آن، ارزش بازار را از دارایی‌های خالص کسـب‌وکار تفریق می‌کند. درنتیجه ارزش دارایی‌های نامشهود به‌دست می‌آید که برند هم جزئی از آنها محسوب می‌شود.

داموداران روشـی جایگزین روش باقی‌مانده پیشـنهاد داده و موارد الزامی برای محاسـبه را شـرح می‌دهد. بسـیاری از فاکتورهای مالـی در روش جایگزین باید محاسـبه شـوند که سـوددهی، نرخ بهره، ارزش دارایی‌ها و موارد مشابه را شامل می‌شوند.

ارزش‌گذاری برند برمبنای درآمد

در محاسـبه‌های مبتنی بر درآمد، درآمدهای خالص آتی که به‌صورت مستقیم با برند در ارتباط باشـند، ارزش برند را در وضعیت کنونی مشـخص می‌کنند. این رویکـرد به‌صورت ویژه ظرفیت‌های آتی برند را مشـخص می‌کنـد و قطعا کارایی بالایی دارد. ارزش محاسبه‌شـده زمانی‌که با ارزش بازار آزاد مقایسـه می‌شود برای مالک برند کاربردی خواهد بود. رویکردهای مبتنی بر درآمد به روش‌های زیر ارزش برند را محاسبه می‌کنند:

روش حق امتیاز

روش حق امتیاز یا Royalty Relief را می‌توان یکی از پرکاربردترین روش‌های کنونی دانسـت. در محاسـبه ارزش برند با این روش، هزینه لازم برای اسـتفاده و دریافـت حق امتیاز یک نام تجاری توسـط برند دیگر به‌عنـوان ارزش آن در نظر گرفته می‌شود.

ارزیـاب برند در اسـتفاده از روش حق امتیاز باید پایه‌های محاسـباتی خود را به‌صورت کامل مشـخص کند. اطلاع از نرخ جاری حق امتیاز، نرخ رشد، عمر قابل پیش‌بینی و نرخ نزول برند از فاکتورهای مهم در محاسبه حق امتیاز هستند. پس از محاسبه‌های اولیه، نرخ‌های متعددی برای حق امتیاز برند به‌دست می‌آید و درنهایت با درنظرگرفتن جنبه‌های کیفی برند، مقدار نهایی محاسـبه می‌شود. از جنبه‌های کیفی برند می‌توان به قدرت تیم برند و همچنین مدیریت آن اشاره کرد.

روش ارزیابی برند براسـاس حق امتیاز به اسـتانداردی در محاسبه‌های مالی و اقتصادی تبدیل شـده اسـت. مقامات قانونی و مالیاتی کشورهای متعدد نیز نتایج این نوع ارزش‌گذاری را می‌پذیرند، اما به‌خاطر کم بودن برندهای قابل مقایسـه با این روش، چالش‌هایی در پیاده‌سـازی آن وجـود دارد. به‌علاوه نرخ حق امتیاز نیز علاوه‌بر برند به فاکتورهای دیگر هم وابسـته خواهد بود که منجر به کاهش دقت محاسبات می‌شود.

روش اختلاف قیمت و نرخ فروش

ارزش‌گذاری برند براسـاس نرخ قیمت و فروش، با مقایسـه شـرکت‌های دارای برند و بدون برند انجام می‌شـود. اطلاعات موردنیاز برای مقایسه شرکت‌ها در این روش به‌راحتی به‌دسـت می‌آیند، اما باز هم با کمبود شـرکت‌های قابل مقایسـه روبه‌رو هستیم. به‌علاوه باز هم محاسبه برند به‌عنوان یک دارایی نامشهود در میان دارایی‌های متعدد دشـوار خواهد بود. به‌عنوان مثال ارتباط مناسب با مشتری هم از دارایی‌های نامشهود محسوب می‌شود که در مقایسه‌ها باید از برند جدا شود.

روش برتری قیمت

در ایـن روش محاسـباتی، قیمت یک کالای برند شـده بالاتـر از کالایی بدون برندسـازی در نظر گرفته می‌شـود. برای محاسبه ارزش برند، تفاوت قیمت کالای برندشده با کالای بدون برند در حجم فروش کالای برندشده ضرب می‌شود.

برتری قیمت همیشـه فرض را بر این می‌گذارد که برندسـازی مزایای افزوده‌ای بـرای مصرف‌کننده‌ها دارد و آنهـا را متمایل به پرداخت هزینه بیشـتر برای کالا می‌کند. نقطه ضعف روش برتری قیمت آنجایی مشـخص می‌شـود که خود برند تأثیری در ارزش افزوده محصول نداشته باشد و مواردی همچون هزینه‌های تولید یا سهم بازار، قیمت‌ها را تغییر دهند.

روش جریان نقدی تنزیل شده

در محاسبه ارزش برند با روش جریان نقدی تنزیل شده با مشکل محاسبه جریان نقدی مرتبط با برند روبه‌رو هستیم. از یک دیدگاه کاملا مالی، محاسبه جریان آزاد اصولی‌تر خواهد بود چون تحت تأثیر چالش‌های حسـابداری قرار ندارد. به‌هرحال جریان نقدی همیشه فاکتور تأثیرگذار در محاسبه ارزش هر دارایی خواهد بود.

جریان نقدی تنزیل شـده، دارایی‌هایـی را که در حال‌حاضر جریان نقدی ایجاد نمی‌کنند را در نظر نمی‌گیرد و باید روش‌های تکمیلی دیگر برای محسـابه بهینه ارزش برند با آن ترکیب شـود. مزیت این مدل، درنظر گرفتن دارایی‌های کاری و سرمایه‌گذاری دارایی ثابت در محاسبات است.

محاسبه تفاوت بازگشت سرمایه، بازگشت دارایی و ارزش اقتصادی افزوده

روش مذکور مانند روش برتری قیمت بر این اسـاس اسـتوار می‌شود که کالای برند شده، بازدهی بیشتری دارد. درنتیجه اگر ارزش افزوده مذکور را در نظر بگیریم، به محاسـبه ارزش برند خواهیم رسید. استفاده از این روش سهولت بیشتری دارد و اطلاعـات آن نیز در دسـترس هسـتند. البته باز هم تفاوتی میـان برند و دیگر دارایی‌های نامشهود کسب‌وکار در نظر نمی‌گیرد که یک چالش اساسی را به‌همراه خواهد داشت. از دیگر روش‌های مبتنی بر درآمد می‌توان به تحلیل‌های هم‌پوشانی، روش جداسـازی درآمد، ارزش برند براسـاس درآمدهای آتی و مدل تحلیل تعادل و موارد دیگر اشـاره کرد. تنوع روش‌های ارزش‌گذاری برند براسـاس درآمد نشان می‌دهد که نتایج آن بیش از رویکردهای دیگر دقیق هستند و کارشناسان متعددی به آنها تکیه می‌کنند.

ارزش‌گذاری برند براساس فرمول

روش‌های فرمولی عموما توسـط شـرکت‌هایی به‌کار گرفته می‌شوند که وظیفه مشاوره برندسازی برای شرکت‌های دیگر را برعهده دارند. فرمول‌ها شباهت زیادی به رویکردهای درآمدی یا اقتصادی دارند و به نسـبت کاربرد تجاری با هم تفاوت پیدا می‌کنند. فرمول‌ها از لحاظ فاکتورهایی که برای محاسـبه ارزش برند در نظر می‌گیرند نیز با هم تفاوت دارند. از میان مشـهورترین رویکردهای فرمولی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

رویکرد Interbrand

اینتربرند از مشـهورترین شـرکت‌های مشـاوره برندینگ در جهان است که در حوزه‌هایی همچون استراتژی برند، تحلیل برند و ارزش‌گذاری برندها تخصص دارد. آنهـا در یکی از رویکردهای محاسـباتی خود درآمد برند را بررسـی کرده و آن را با فاکتورهای متعدد مالی تنظیم می‌کنند. اینتربرند محاسـبات خود را براسـاس تحلیل‌های مالی، نقش برند و قدرت آن انجام می‌دهد.

محاسبه درآمد برند توسط اینتربرند طبق سندی انجام می‌شود که براساس هفت فاکتور تنظیم شده است:

• رهبری

• فعالیت بین‌المللی

• پایداری

• بازار

• روندهای موجود

• پشتیبانی

• حفاظت در زمان افت بازار

رویکـرد برند به‌خاطر در نظر گرفتن همه جنبه‌هـای برندینگ از پذیرفته‌ترین روش‌ها محسوب می‌شود. چالش اصلی در روش اینتربرند، خود را در محاسبه نرخ نزول نشـان می‌دهد. محاسـبه نرخ نزول برند و تأثیرگذاری تبلیغات و موارد دیگر در قوت گرفتن آن، همیشه دشواری‌هایی را به‌همراه دارد. به‌همین دلیل آکر روش اینتربرند را آنچنان کاربردی نمی‌داند.

رویکرد Finance World

مجله فایننشال ورلد هم در محاسبات ارزش برند از همان هفت فاکتور اینتربرند اسـتفاده می‌کند. البته آنها برای محاسبه سـود حاصل از برندسازی روش دیگری دارند. مزیت برندسـازی برای محصول در فایننشال ورلد با تخمین سود عملیاتی مرتبط با برند و کاستن درآمدهای یک محصول بدون برند از آن، محاسبه می‌شود.

رویکرد Brand Equity Ten

روش برند ایکویتی تن با اسـتفاده از پنج فاکتور، ارزش برند را محاسبه می‌کند. وفاداری، کیفیت درک‌شده یا ابزارهای رهبری، جنبه‌های دیگر مرتبط با مشتری یا ابزارهای تمایز برند همچون هویت برند، ابزارهای آگاهی و ابزارهای رفتار بازار مانند سهم بازار، قیمت بازار و پوشش توزیع از موارد پیچیده‌ای هستند که در ارزیابی‌های برند ایکویتی لحاظ می‌شوند.

رویکرد Brand Finance

برند فایننس یک شرکت بریتانیایی فعال در حوزه مشاوره است که ارزش برند را با استفاده از موقعیت برند و بازار رقابتی محاسبه می‌کند. کل درآمدهای کسب‌وکار حاصل از برندسـازی، ارزش افزوده همه درآمدهای وابسته به برند و فاکتور ریسک بتا مرتبط با درآمدها توسط این شرکت به کار گرفته می‌شوند.

جمع‌بندی

بـا مطالعه رویکردهای بالا در ارزش‌گذاری برنـد، متوجه اهمیت ارزش برند در محاسبات مالی و بازاریابی شرکت‌ها می‌شویم. تنوع روش‌ها و اثبات‌هایی که برای صحیح بودن هر کدام ارائه می‌شـود، قطعـا از حوصله یک مقاله خارج خواهد بود. دراین‌میان شـرکت‌هایی که تمایل به اندازه‌گیری دقیق‌تـر ارزش برند خود دارند، عموما از شرکت‌های مشاور استفاده می‌کنند.

بـرای درک ارزش برندهـای دیگـر نیز در نظر گرفتن محاسـبات چند روش و شرکت مشـاوره‌ای پیشنهاد می‌شـود. درواقع خریدارانی که به فکر خرید و ادغام برندها هستند، کمتر به محاسبات خود برند موردنظر اعتماد می‌کنند و ترکیبی از محاسبات بالا و همچنین تخمین‌های مشاوران را برای پیدا کردن قیمت نهایی در نظر می‌گیرند. با وجود همه برنامه‌ریزی‌ها و تحلیل‌های خریداران، باز هم محاسبه دقیق ارزش یک برند کار دقیقی نخواهد بود.

رتبه‌بندی‌های متعددی که در سرتاسـر برند برای ارزش برندها منتشر می‌شود، هر کدام براسـاس فرمول منحصربه‌فرد خود عمل می‌کنند. به‌همین دلیل احتمالا رتبه‌بندی‌هایی که در وب‌سـایت‌های متنوع مشـاهده می‌کنید، با هم تفاوت‌هایی خواهند داشـت. دراین‌میان درصورت نیاز به اطلاعات دقیق پیرامون ارزش برندها، ابتدا باید روش محاسـبه و رتبه‌بندی سـرویس را مطالعه کنید و در صورت تأیید روش، آن را به‌عنوان سـندی قابل اعتماد بپذیرید. از میان رسانه‌های مشهوری که به رتبه‌بندی برندها می‌پردازند، می‌توان به اینتربرند، برندز و فوربس اشاره کرد که مبنای بسیاری از اخبار و تحلیل‌های دنیای کسب‌وکار را تشکیل می‌دهند.

منبع: zoomit

وقتی شهرت ترندها موجب درستی‌شان نیست

۳ ترند اشتباه در مورد شبکه‌های اجتماعی

ترجمه: علی آل‌علی
به قلم: کریستینا نیوبِری (نویسنده و ویراستار حوزه بازاریابی)

تغییرات ظاهری در رفتار کاربران شبکه‌های اجتماعی برای بازاریاب‌ها اهمیت بسیار بالایی دارد. به هر حال، اگر ما استراتژی بازاریابی خود را بر روی پیش‌فرض‌های نادرستی بنا کنیم، کار بسیار دشواری در راستای دستیابی به اهداف‌مان خواهیم داشت. متاسفانه اغلب اوقات سرتیترهای خبرگزاری‌ها یا تحلیل برخی از کارشناس‌های حوزه بازاریابی حقیقت اصلی ترندهای برتر را بیان نمی‌کند. به همین دلیل نیز مشکلات حوزه بازاریابی روز به روز بیشتر می‌شود.

سیمون کمپ به عنوان موسس و مسئول ارشد بخش استراتژی بازاریابی موسسه Kepios اقدام به انجام مطالعات گسترده در زمینه یافتن نحوه تغییر رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی و نحوه ارزیابی صحت و اعتبار ترندهای برتر زده است. سیمون یافته‌های خود را در قالب گزارش‌های کاربردی با موسسه Hootsuite به اشتراک گذاشته است.

اخیرا سیمون کمپ چکیده‌ای کاربردی از پژوهش خود تحت عنوان Q۲ Digital Statshot را در کنفرانس مشهور The Next Web سال ۲۰۱۹ در آمستردام رونمایی کرده است. در این مقاله هدف اصلی من بررسی سه ترند بسیار مشهور در عین حال اشتباه دنیای شبکه‌های اجتماعی براساس مطالعه اخیر سیمون است.

۱. ترندی به نام پایان کار شبکه‌های اجتماعی واقعیت ندارد

بله، نگرانی‌های بسیار زیادی پیرامون امنیت حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. تیترهایی نظیر هشتگ معروف جنبش حذف فیس‌بوک (#DeleteFacebook) هنوز هم در ذهن مردم تازگی دارد. نکته مهم در این میان عدم ریزش شمار کاربران فیس‌بوک است. جالب اینکه میزان کاربران این پلتفرم هنوز هم رو به رشد توصیف می‌شود. بدون تردید این امر بیانگر نکات جالبی است. اینکه کاربران با وجود تمام خطرها و آگاهی از آنها همچنان علاقه‌مند به حضور در شبکه‌های اجتماعی هستند.

به بیان سیمون کمپ: «سال گذشته فیس‌بوک رشد ۸درصدی در افزایش شمار کاربرانش را تجربه کرد. هنوز هم فیس‌بوک به طور بی‌وقفه‌ای در حال رشد است.»

پیرامون این ترند نادرست به نکات پژوهش کمپ تحت عنوان «تحلیل‌های دیجیتال ۲۰۱۹» توجه کنید:

- در سال گذشته شمار کلی کاربران شبکه‌های اجتماعی با ۹درصد رشد به ۳٫۴۸میلیارد کاربر رسید.
- نزدیک به نیم میلیون نفر به صورت روزانه برای نخستین بار عضو شبکه‌های اجتماعی می‌شوند.
- فیس‌بوک سومین سایت پربازدید دنیا پس از گوگل و یوتیوب است.
- توییتر در جایگاه هفتم و اینستاگرام رتبه دهم پربازدیدترین سایت‌های جهان‌اند.
- فیس‌بوک پرکاربردترین اپ سال ۲۰۱۹ بود.
- پیام‌رسان فیس‌بوک پراستفاده‌ترین (با احتساب میزان دانلود) اپ در جهان محسوب می‌شود.

به عقیده کمپ، چیزی به نام آخرالزمان شبکه‌های اجتماعی یا افول آنها واقعیت ندارد: «صرف نظر از نگرانی‌های موجود در زمینه حریم شخصی، مردم عادی هیچ نگرانی بابت مسائل مختلف که منجر به توقف استفاده‌شان از شبکه‌های اجتماعی شود، ندارند.»

نکته کلیدی: برنامه بازاریابی و استراتژی تبلیغاتی برندتان را براساس ترندها و شایعات گسترده پیرامون افول قدرت شبکه‌های اجتماعی بنا نکنید. براساس آمارهای رسمی هنوز هم شبکه‌های اجتماعی یکی بهترین فرصت‌های بازاریابی و تبلیغات محسوب می‌شود.

۲. نوجوان‌ها در اینستاگرام حضور گسترده ندارند

بله، نوجوان‌ها و به طور کلی نسل جوان در حال ترک فیس‌بوک هستند، با این حال هدف اصلی این مهاجرت ادامه فعالیت در اینستاگرام نیست. در حقیقت، شمار کاربران بین ۱۳ تا ۱۷ سال در اینستاگرام نیز به شدت دچار ریزش شده است. بدون تردید این امر جای تعجب بسیار زیادی دارد. تقریبا تمام کارشناس‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی ترک فیس‌بوک از سوی نوجوان‌ها را امتیازی مثبت برای اینستاگرام محسوب می‌کنند. بنا بر این به راستی نوجوان‌ها پس از ترک فیس‌بوک کجا می‌روند؟

یکی از پاسخ‌های احتمالی به پرسش فوق پلتفرم تیک توک (TikTok) است. اگر پیرامون این پلتفرم اطلاعی ندارید، با یک جست‌وجوی ساده در اینترنت یا وبلاگ موسسه Hootsuite به توضیحات جالبی بر خواهید خورد. نکته مهم در این میان عدم انتشار شمار کاربران به مانند سایر شبکه‌های اجتماعی از سوی تیک توک است. به همین دلیل سیمون کمپ برای دستیابی به آمار کاربران این پلتفرم اقدام به بررسی ترند جست‌وجوی گوگل در مورد تیک توک کرد. براساس نمودار تحلیلی پژوهش سیمون در مورد اسنپ چت و تیک توک، به موازات کاهش نسبی شمار کاربران اسنپ چت شاهد رشد ملایم و مداوم کاربران تیک توک هستیم. به این ترتیب پاسخی نسبتا مطلوب در زمینه مهاجرت کاربران فیس‌بوک و اینستاگرام حضورشان در پلتفرم تیک توک خواهد بود.

بدون تردید تیک توک فضای مناسبی برای کاربران دنیای شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌کند، با این حال چنین پلتفرمی پاسخ کاملی برای محل مهاجرت کاربران ریزشی اینستاگرام و فیس‌بوک نیست. در حقیقت، به گفته سیمون، ما در بازار شبکه‌های اجتماعی در اروپای غربی و آمریکای شمالی به سختی اثری از تیک توک می‌بینیم. بنا بر این باید به دنبال پاسخ قانع‌کننده‌تری بود.

پاسخ کمپ در اینجا بسیار دقیق و جذاب است: «نوجوان‌ها در پی ترک یک شبکه اجتماعی خاص به سراغ نمونه دیگری نمی‌روند. آنها به طور کلی در حال ترک شبکه‌های اجتماعی و پیوستن به انجمن‌ها هستند.» سیمون برای روشنی بیشتر بحثش به انجمن دیسکورد اشاره می‌کند. این انجمن یک پلتفرم آنلاین بازی است. به این ترتیب کاربران علاوه بر امکان بازی آنلاین با دیگران فرصت گفت‌وگو با هم را نیز دارند.

در اغلب موارد هنوز امکان درج تبلیغات گسترده در انجمن‌هایی نظیر دیسکورد وجود ندارد. بنابراین چگونه باید نسبت به جهت‌گیری بازاریابی برندمان به سوی آنها اقدام کنیم؟ پاسخ به این پرسش پیچیده را در بخش نکته کلیدی خواهم داد.

نکته کلیدی: به بیان کمپ ضرورت بازاریابی در انجمن‌ها تغییر از ماهیت ایجاد مزاحمت با بازاریابی به الهام‌بخشی است: «تمام ماهیت کاری افراد تاثیرگذار بر پایه همین جهت‌گیری ساده صورت می‌گیرد.» برند ما باید ضرورت‌های جهت‌گیری موفق به سوی تقویت خلاقیت و الگوبخشی به نسل جوان را به خوبی متوجه شود. در غیر این صورت در تعامل با نسلی متنفر از تبلیغات هیچ شانسی برای موفقیت نخواهد داشت.

۳. دستیارهای خانگی پلی به سوی کنترل صوتی نیستند

اخباری مبنی بر توسعه سیستم کنترل صوتی با تمرکز بر روی دستیارهای خانگی نظیر آمازون اکو و گوگل‌هوم وجود دارد، با این حال سیمون عمیقا اعتقاد متفاوتی دارد. به باور وی قدرت اصلی سیستم کنترل صوتی بر روی اسپیکرهای هوشمند نمایان نمی‌شود. به همین دلیل باید اخبار مبنی بر توسعه هرچه بیشتر این سیستم بر روی دستیارهای خانگی را فراموش کنیم.

نکته مهم مطالعات سیمون نمایش حوزه نفوذ سیستم کنترل صوتی بر روی حوزه‌های کمتر مورد توجه است. به این ترتیب باید انتظار تحولی انقلابی و غیرمنتظره را در برخی حوزه‌ها داشته باشیم. یک نمونه مطلوب در این زمینه کشورهایی نظیر چین و هند است. در این کشورها علی‌رغم وحدت نسبی زبان گفتاری در زمینه زبان نوشتاری کثرت بسیار زیادی وجود دارد. به همین دلیل سیستم کنترل صوتی در قالب تایپ صوتی میان آنها رواج دارد. براساس آمارهای رسمی اکنون جست‌وجوی صوتی در هند، چین و اندونزی بیشتری کاربرد را دارد.

در مقیاس جهانی، جست‌وجوی صوتی بیشتر در میان نسل جوان محبوبیت دارد. تقریبا نیمی از جوان‌ها ۱۶ تا ۲۴ ساله از سیستم جست‌وجوی صوتی استفاده می‌کنند. همچنین اغلب آنها در ۳۰ روز گذشته حداقل یکبار از سیستم کنترل صوتی بهره برده‌اند.

افزایش علاقه به استفاده از محتوای صوتی در قالب جست‌وجوی اینترنتی یا توجه به پادکست‌ها توانایی تغییر کامل ماهیت فعالیت برندها را دارد. این امر کمتر مورد توجه کارشناس‌های بازاریابی و مدیران برندها قرار می‌گیرد. به همین دلیل نیز سیمون از آن با عنوان انقلاب نزدیک یاد می‌کند. به عنوان مثال، هنگامی که فرآیند خرید به صورت صوتی انجام پذیرد، کاربران به جای استفاده از نام برندها به ذکر نام محصولاتی نظیر شیر، تخم مرغ، آبمیوه و مانند اینها اکتفا خواهند کرد. به همین دلیل برندها باید به دنبال یافتن راهکاری برای افزایش ماندگاری نام‌شان در ذهن مخاطب باشند. در غیر این صورت به سرعت در دنیای تحت سلطه محتوای صوتی محو خواهند شد.

نکته مهم درخصوص عدم ذکر نام برندها به هنگام خرید انتقال مسئولیت تعیین برند تولیدکننده به دستیارهای صوتی است. به گمان سیمون کمپ اغلب دستیارهای صوتی در آینده‌ای نزدیک از الگوریتم‌های منحصر به فرد برای تعیین نام برندها استفاده می‌کنند. به استدلال کمپ، در صورت آگاهی از توسعه این ترند به جای تلقی تهدید باید به چشم فرصت بدان نگاه کرد. به همین دلیل جایی برای نگرانی نیست. البته این امر مشروط به آگاهی از ظهور و توسعه چنین ترندی است. اگر ما به اشتباه حوزه اصلی نفوذ و قدرت‌یابی سیستم کنترل صوتی را در دستیارهای خانگی (به جای دستیارهای صوتی) بدانیم، امکان رویارویی درست با تغییرات در راه وجود نخواهد داشت، بنابراین باید از همین الان دست به کار شویم.

نکته کلیدی: در دسته‌بندی‌های مشخصی از محصولات ما دیگر به سوی بازاریابی برای مشتریان نخواهیم رفت. به گفته کمپ: «در این حوزه به جای بازاریابی برای مشتریان باید به دنبال بازاریابی برای ماشین‌های هوشمند باشیم.» درست مانند آنچه در این بخش در مورد توسعه الگوریتم‌های انتخاب برند از سوی دستیارهای صوتی بیان شد، با این حساب دنیای بازاریابی در آینده‌ای بسیار نزدیک شاهد تحولات گسترده‌ای خواهد بود.

در این مقاله به طور کامل از مطالعات و مقالات پژوهشی سیمون کمپ استفاده شد. همکاری سیمون کمپ با موسسه Hootsuite امکان استفاده از این اطلاعات را فراهم کرد. مطالعات وی تحت عنوان «نگاهی کوتاه به دنیای دیجیتال در سال ۲۰۱۹» و «Global Digital Statshot Q۲» مقالات اصلی من برای نگارش این مقاله بود.

منبع: hootsuite

ایستگاه بازاریابی

بهترین ترندهای بازاریابی در سال ۲۰۱۹(۲)

۱۰ استراتژی برتر بازاریابی در حوزه B2B

به قلم: ایلان کاتز کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

در مطلب پیشین به پنج مورد از استراتژی‌های برتر بازاریابی در حوزه b۲b اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۶. کنفرانس‌های درون شرکتی

گاهی اوقات تلاش برای بدل‌شدن به فردی تاثیرگذار ارزش بالایی دارد. برندها همیشه نیازمند همکاری با افراد تاثیرگذار نیستند. گاهی اوقات برخی از برندها با برنامه‌ریزی و فعالیت مناسب بدل به شرکتی تاثیرگذار می‌شوند. مزیت اصلی این امر امکان مدیریت بهینه جریان کسب و کار و خلق ترندهای مورد علاقه‌مان برای جلب توجه مخاطب هدف است.

بدون تردید حضور در یک کنفرانس جذاب پیرامون بررسی موضوعات و چالش‌های حوزه تخصصی کسب و کار بسیار جذاب خواهد بود، با این حال حضور صرف در کنفرانس‌های مشهور هیچ‌گاه یک برند را به عنوان رهبر یک حوزه یا شرکتی تاثیرگذار بدل نخواهد کرد. به منظور دستیابی به این هدف ما نیازمند راه‌اندازی و ساماندهی کنفرانس‌های اختصاصی برندمان هستیم. به منظور جلب توجه عمومی به کنفرانس برندمان باید فرآیند اطلاع‌رسانی دقیقی داشته باشیم. این امر در کنار تلاش برای دعوت از مخاطب هدف علاقه‌مند به موضوع کنفرانس نتیجه مطلوبی خواهد داشت. به عنوان موسس و مسئول اجرای کنفرانس تعیین موضوعات اصلی سخرانی‌ها برعهده ما خواهد بود. به این ترتیب امکان جهت‌دهی دلخواه به سخنرانی‌ها وجود دارد. البته این تاثیرگذاری بر روی روند کنفرانس باید در راستای افزایش جذابیت آن برای مخاطب صورت گیرد. در غیر این صورت اعتبار برند و کنفرانس‌مان خدشه‌دار خواهد شد.

برگزاری یک کنفرانس هزینه‌های قابل توجهی دارد. به همین دلیل باید از دستیابی به اهداف مورد نظرمان در طول کنفرانس مطمئن شویم. این کار از طریق همکاری با بازاریاب‌ها و فروشنده‌های ماهر صورت می‌گیرد. در غیر این صورت شکست کنفرانس ما حتمی خواهد بود. در نهایت باید نسبت به پیگیری اهدافی جدای از جلب نظر مخاطب هدف نیز توجه داشت. به این ترتیب ایجاد ارتباط و پیگیری زمینه‌های مساعد برای همکاری با شرکت‌های دیگر مفید خواهد بود.

۷. توسعه فرآیند فروش از طریق بازاریابی

پیگری توسعه فرآیند فروش به عنوان زیرمجموعه‌ای بخش بازاریابی برندمان اقدام کاملا منطقی خواهد بود. به هر حال، هدف اصلی در زمینه بازاریابی مربوط به فروش محصولات است. به این ترتیب پیگیری توسعه فرآیند فروش از طریق بازاریابی ثمربخشی بهتری خواهد داشت.

توسعه فرآیند فروش از طریق فعالیت‌های بازاریابی مزیت‌های خاص خود را دارد. یکی از مزیت‌های اصلی این کار امکان پیگیری تحولات سلیقه نسل جوان است. بدون تردید همه بازاریاب‌ها از اهمیت توجه به نسل جوان آگاهی دارند. به این ترتیب هماهنگی فرآیند فروش یک برند با سلیقه نسل جوان ضروری به نظر می‌رسد. در غیر این صورت برند ما بدون آگاهی و توجه به سلیقه مخاطب جوانش اقدام به فعالیت بازاریابی خواهد کرد. متاسفانه امروزه باور غلطی در میان برندها مبنی بر تقابل میان بازاریابی و فروش شکل گرفته است. به این ترتیب سرمایه‌گذاری بر روی یکی مانع از نتیجه‌بخشی دیگری می‌شود. نکته مهم موردنظر من در اینجا توجه به همبستگی میان فرآیند فروش و بازاریابی است. بنابراین سرمایه‌گذاری آنی بر روی هر دو آنها امکان‌پذیر خواهد بود.

۸. آگاهی‌بخشی پیرامون برند

هنگامی که آگاهی‌بخشی پیرامون برندمان در سطح مطلوبی قرار داشته باشد، فرآیند جلب نظر مخاطب و فروش محصولات به آنها بسیار کوتاه‌تر خواهد شد. هنگامی که یک مشتری بالقوه هنگام جست‌وجو محصولات مختلف ناگهان با برند ما مواجه شود و آن را همان لحظه مورد شناسایی قرار دهد، به طور معمول قید ادامه جست‌وجو را خواهد زد. این امر به معنای موفقیت برندمان در زمینه فروش محصولات به دامنه هرچه وسیع‌تری از مشتریان خواهد بود. شناسایی سریع یک برند از سوی مخاطب همیشه موجب افزایش شانس فروش می‌شود، چراکه مشتریان معمولا اعتماد بیشتری به نام‌های آشنا دارند. سرمایه‌گذاری وسیع برندها بر روی تبلیغات و کمپین‌های بازاریابی نیز از همین طریق قابل توجیه است.

همانطور که تکنیک‌های کوتاه‌مدت در بازاریابی دیجیتال به دیده مخاطب آشناتر و کم‌تاثیرتر می‌شوند، شرکت‌ها به سوی آگاهی‌بخشی پیرامون برندشان به عنوان شیوه‌ای برای اثبات ارزشمندی خود روی آورده‌اند. بسیاری از مطالعات اخیر در مورد موفقیت برندها حاکی از موفقیت الگوی آگاهی‌بخشی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف جوان است. به این ترتیب الگوی موردنظر امکان جلب نظر دشوارترین مخاطب‌های دنیای کسب و کار را نیز دارد.

ادامه دارد ...

منبع: oktopost

رهبری

۱۱مهارت سازماندهی که هر رهبر هوشمندی به آن نیاز دارد

عدم سازماندهی اغلب منجر به هرج‌ومرج یا حداقل افزایش سطح استرس می‌شود. نیاز به داشتن توانایی سازماندهی وقتی که یک رهبر هستید، اهمیت بیشتری دارد. پس از همه، مردم برای الهام‌گرفتن نزد شما می‌آیند، اما برای سازماندهی بیشتر، از کجا باید شروع کنیم؟ با ما همراه باشید تا ۱۱ مهارت کلیدی سازماندهی که هر رهبر باید از آنها آگاهی داشته باشد را به شما معرفی کنیم.

۱. روش مدیریت زمان

مدیریت زمان ضعیف ریشه بسیاری از مشکلات در یک شرکت است. به عنوان رهبر، این مسئولیت شماست که اطمینان حاصل کنید همه چیز مانند ساعت کار کند. این تنها با داشتن یک درک قوی از آنچه که باید سازماندهی شود، امکان‌پذیر است.

شکست در این منطقه باعث می‌شود نتوانید در وظیفه رو به روی خود به درستی کار کنید. ناگهان، توانایی شما برای مقابله با همه چیز کاهش می‌یابد.

از موارد زیر آگاه باشید:

- وظایفی که باید تکمیل شوند
- مهلت آنها
- میزان کار موردنیاز
- هر چیزی که نمی‌تواند با هر هزینه‌ای به تعویق بیفتد یا پشت گوش انداخته شود
- روزانه آن را یادداشت کنید

۲. توانایی برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی باعث می‌شود سازماندهی راحت‌تر باشد، اما زمانی که پای برنامه‌ریزی به میان می‌آید، اغلب بیشتر ما در آن به مشکل برمی‌خوریم. باز هم، برنامه‌ریزی ضعیف منجر به اختلال در سازمان‌یافتگی و فشار بیشتر بر شما می‌شود.

به یاد داشته باشید که برنامه‌ریزی اشکال مختلفی دارد. از جمله مدیریت زمان و نحوه انجام یک پروژه. با این حال، یک رهبر هوشمند باید یک گام به جلو بردارد تا تفاوت ایجاد کند. شما همچنین باید از برنامه‌های دیگران آگاهی داشته باشید.

۳. برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی به دیگران نشان می‌دهد که شما در مورد آنچه انجام می‌دهید آگاهی دارید. همچنین نشان می‌دهد که در رابطه با آنچه انجام می‌شود، به طور دقیق اطلاعات دارید و هیچ مشکلی با تکمیل تعدادی از پروژه‌ها وجود ندارد.

به لطف برنامه‌ریزی، درک شما از زمان در جنبه‌های مختلف بهبود می‌یابد. این به شما کمک می‌کند تا کنترل پروژه را حفظ کنید و همچنین با درک وقایع از پس مشکلات بربیایید.

۴. توانایی سازماندهی منابع

مهم است که از منابع خود بیشترین استفاده را ببرید و این نیز نیاز به سازماندهی دارد. حتی دانستن زمان استفاده از این منابع مهم است، تا از خستگی جلوگیری شود یا در زمان‌های نادرست مورد استفاده قرار نگیرد.

سازماندهی به این معناست که به شدت از منابع موجود و کسانی که ممکن است با یک پروژه تماس داشته باشند آگاهی داشته باشید. قدرت شما نیز باید در اتصال منابع صحیح به نیازهای لازم باشد عدم انجام این کار به معنای منابع هدررفته است.

برای اینکه در این مورد از سازماندهی اطمینان داشته باشید، ابتدا باید منابع خود را قبل از آغاز یک پروژه جدید شناسایی کنید. این به شما امکان می‌دهد که در هنگام مشکل از آنها استفاده کنید.

۵. توانایی محول‌کردن

محول‌کردن هنری است که همه به آن مسلط نیستند. یک رهبر مؤثر همچنین اهمیت اجرای بی‌مشکل یک پروژه را درک می‌کند.

غیرممکن است که همه جنبه‌های یک پروژه را خودتان به تنهایی اداره کنید. در اینجا محول‌کردن وظایف به کمک شما می‌آید. آگاهی از اینکه چه کسی برای یک کار خاص بهترین است، شما را برای نظارت بر همه جنبه‌های پروژه آزاد خواهد کرد.

یک رهبر سازمان‌یافته، می‌داند که تیمش از نقاط قوت و نقاط ضعف‌شان آگاه هستند. آگاهی از پیش به این معنا است که هنگامی که یک مشکل ایجاد می‌شود، شوکه نمی‌شوید زیرا شما می‌دانید که از چه کسی درخواست کمک کنید.

به لطف سازماندهی، تیم شما کارایی بیشتری خواهد داشت و کارها با فشار کمتری روی شانه‌های شما انجام می‌شوند.

ادامه دارد ...

منبع: Lifehack/ucan

۱۰راز موفقیت از زبان تراویس کالانیک

به قلم: بیپلاب گوش نویسنده حوزه موفقیت، تکنولوژی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

تراویس کالانیک، موسس برند اوبر(نخستین و بزرگترین شرکت فعال در زمینه حمل و نقل آنلاین) است. وی شرکت خود را در سال ۲۰۰۹ تاسیس کرد و در مدت‌زمان کوتاهی موفقیت شد تا به عنوان یکی از ثروتمندترین افراد جهان مطرح شود. تاخیر در رسیدن به یک کنفرانس به علت پیدا نکردن تاکسی مناسب، ایده اولیه اوبر را در ذهن آقای تراویس کالانیک و دوست او گرت کمپ، شکل داد تا افراد بتوانند نزدیک‌ترین راننده‌ها به خود را پیدا کرده و با مشخص‌کردن مبدأ و مقصد خود، هزینه سفر را مشاهده کنند. وی از همان دوران جوانی علاقه بسیاری به حوزه کارآفرینی داشته و تحصیلات خود را برای کار در یک استارت‌آپ به نام اسکور، رها کرد، با این حال نخستین فعالیت حرفه‌ای وی چندان موفقیت‌آمیز نبوده و با شکست و کناره‌گیری وی از آن مواجه شد، با این حال دومین فعالیت جدی او در سال ۲۰۰۱ اگرچه با کاهش قیمت شدید پهنای باند اینترنت با شکست مواجه شد، با این حال سود ۱۹ میلیون دلاری را برای وی به همراه داشت که رقمی قابل توجهی محسوب می‌شود و امکانات را برای وی در راستای ایجاد اوبر فراهم کرد. در راستای مشهورشدن شرکت نوپای اوبر، آقای کالانیک در ابتدا کم‌ترین میزان سود را به ازای هر سفر مشخص کرده و با این اقدام به کاهش چشمگیر هزینه سفر و افزایش سود رانندگان، کمک کرد. همین امر نیز باعث شد تا این برند در مدت‌زمان کوتاهی به یکی از اپلیکیشن‌های محبوب افراد تبدیل شود. همچنین تلاش‌های وی منجر به جذب چندین سرمایه‌گذار مناسب نیز شد که فضا را برای گسترش فعالیت اوبر به شهرهای دیگر از سراسر جهان، فراهم کرد. اگرچه پس از مدتی این برند با مشکلات حقوقی و شکایت‌هایی مواجه شد، با این حال آقای کالانیک به خوبی توانست تا اوضاع را مدیریت کرده و به علت عدم وجود رقیب در عرصه کاری خود، رشدی چشمگیر را تجربه کند. از دیگر سیاست‌های سودمند این برند، کاهش هزینه سفر در ساعت‌های خلوت و افزایش آن در زمان اوج ترافیک بوده که خود به افزایش رضایت رانندگان منجر شد. از دیگر استراتژی‌های این برند، جهانی کردن فعالیت خود پس از تصاحب بازار آمریکا بوده که در این رابطه ابتدا کشورهای پیشرفته و مطرحی نظیر فرانسه را مدنظر قرار داد. گام بعدی این شرکت پس از کسب شهرت جهانی، حضور در کشورهای پرجمعیت جهان نظیر چین و هند بوده که خود سود بسیاری را به همراه داشته است. اگرچه این برند در حال حاضر در اکثر کشورهای جهان فعالیت دارد، با این حال برخی نیز مخالفت‌هایی را از خود نشان داده‌اند که پیش‌بینی می‌شود طی سال‌های آینده این کشورها نیز به صف استفاده‌کنندگان این برند درآیند، با این حال در سال ۲۰۱۷ پس از ایجاد تنش میان تراویس کالانیک و سرمایه‌گذاران اوبر و روی دادن برخی از مشکلات، آقای کالانیک به اجبار از سمت خود استعفا داده و دارا خسروشاهی(مدیرعامل سابق نیویورک تایمز و اکسپدیا) به عنوان جایگزین وی معرفی شد. با توجه توضیحات ارائه‌شده، در ادامه به بررسی ۱۰ راز موفقیت از زبان موسس ارزشمندترین شرکت نوپای جهان خواهیم پرداخت.

۱-مشکلات خود با محیط پیرامون را مورد توجه قرار دهید

ایده اوبر تنها به علت مشکلات موجود در زمینه یافتن تاکسی برای موسس آن، شکل گرفت. به همین خاطر نیز آقای کالانیک عقیده دارد که در راستای موفقیت تنها کافی است تا به دنبال رفع یک نیاز خود باشید. بدون شک این امر تنها مختص به شما نبوده و افراد بسیاری نیز از با این مشکل مواجه هستند. به همین خاطر در راستای کسب یک ایده عالی و کارآمد، لازم است تا به محیط پیرامون خود توجه کافی را داشته و به دنبال راهکارهایی برای رفع حداقل یک مشکل باشید، با این حال این امر تنها نقطه شروع شما محسوب شده و لازم است تا از مهارت و دانش کافی را در زمینه کاری خود به دست آورید. برای مثال تجربه‌های به دست آمده در زمینه کارآفرینی در دوران جوانی، به مدیریت هرچه بهتر اوبر توسط تراویس کالانیک کمک کرده است. در این رابطه وی عنوان کرده است که در ابتدا ابدا به دنبال ایده‌ای جهانی و بزرگ نبوده و تنها به یافتن یک راه حل ساده برای مشکل خود فکر کرده است که همین سهولت کار باعث شده است تا ایده ساده وی، به شهرتی جهانی دست پیدا کند.

۲-خلاقیت و قدرت تحلیل را در خود افزایش دهید

اوبر همواره با توجه به شرایط بازار، سیاست‌های جدیدی را ارائه می‌دهد تا بتواند همزمان رضایت رانندگان و مسافران خود را به دست آورد. همین امر نیز باعث شده است تا این شرکت همچنان روند رو به رشد خود را حفظ کند. آقای کالانیک در این رابطه عنوان کرده است که به عنوان یک مدیر، لازم است تا تمامی مسائل را مورد ارزیابی و تحلیل قرار داده و بهترین تصمیم را برای آینده شرکت خود اتخاذ کنید. همچنین با افزایش قدرت خلاقیت خود، می‌توانید از ایده اولیه، در زمینه‌های دیگر نیز استفاده کنید. برای مثال اوبر در حال حاضر در زمینه پخش مواد غذایی به صورت آنلاین نیز فعالیت دارد که خود سودآوری قابل توجهی را به همراه داشته است.

۳-همواره چیزی جدید برای ارائه داشته باشید

بدون شک جذابیت هر اقدامی با گذشت زمان کاهشی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. به همین خاطر نیز لازم است تا همواره به دنبال اقدامات جدیدی باشید تا برای مخاطب جذابیت کافی را داشته باشید. در این رابطه اوبر همواره تخفیف‌هایی را به مشتریان خود ارائه می‌رهد تا آنها به استفاده بیشتر از آن ترغیب شوند. همچنین این امر که اوبر اعلام کرده است که دیگر با رانندگانی که امتیازهای پایینی دارند، همکاری نخواهد کرد. خود از دیگر اقداماتی است که به افزایش رضایت مشتریان کمک کرده است.

۴-تنها به دنبال درس‌گرفتن از اشتباهات خود باشید

اگرچه هر اشتباهی لحظات سختی را برای افراد به وجود خواهد آورد، با این حال نباید اجازه دهید که این موارد به ترسی برای اقدامات جدید در شما تبدیل شود. در این رابطه اگرچه آقای کالانیک در ابتدای کار خود با شکست‌هایی مواجه شده است، با این حال هیچ‌گاه هدف خود را فراموش نکرده و تنها به دنبال یادگیری نکات مهم شکست-های خود بوده است. همین امر نیز باعث شد تا وی بتواند اوبر را در مدت زمانی کوتاه، به یکی از ارزشمندترین برندهای جهان تبدیل کند.

۵-به دنبال رفع مشکلات به جای مقابله با آنها باشید

در هر زمانی که اوبر با مشکل مواجه شده است، آقای کالانیک تلاش کرده تا با شناسایی ریشه‌های بروز این مسئله، بهترین واکنش را نسبت به آن داشته باشد. همین تلاش وی باعث شده است تا شرکت بتواند بدون توقف طولانی، به کار خود ادامه دهد. به همین خاطر نیز وی به تمامی کارآفرینان توصیه می‌کند که از مشکلات فرار نکرده و به دنبال راه حلی برای شرایط گوناگون باشند. به همین خاطر نیز از نگاه وی جسارت و شجاعت دو ویژگی اخلاقی بسیار مهم برای موفقیت در امر کارآفرینی است.

۶-فراموش نکنید که همه چیز مطابق میل شما پیش نخواهد رفت

اوبر هنوز هم با مشکلات متعددی مواجه است. اگرچه این موارد در مقاطعی به کند شدن سرعت رشد این برند منجر شده است، با این حال آقای کالانیک این موارد را اتفاقات غیرقابل اجتنابی عنوان کرده است که برای تمامی برندها وجود دارد. به همین خاطر نباید مشکلات پیش روی خود را بیش از حد بزرگ تلقی کرده و بر روی نیمه خالی لیوان تمرکز کنید.

۷-شروع کوچک یک ضعف نیست

تقریبا تمامی برندهای مطرح حال حاضر جهان، در ابتدا کاملا کوچک بوده و تعداد کارمندان بسیار کمی را داشته‌اند. این امر نه‌تنها بد نیست، بلکه می‌تواند به مزیتی بزرگ برای شما تبدیل شود. درواقع همه چیز به نوع عملکرد شما باز می‌گردد. در این رابطه فراموش نکنید که یک تیم کوچک، از چالاکی به مراتب بیشتری برخوردار است که شرایط را برای بسیاری از اقدامات برای آنها فراهم کرده و در بسیاری از هزینه‌ها صرفه‌جویی خواهد کرد. در این رابطه جالب است بدانید که اوبر در ابتدای کار خود تنها یک تیم ۵ نفره بوده است. در نهایت توجه داشته باشید که تحمل سختی‌ها در ابتدای کار باعث خواهد شد تا توان مواجهه با مشکلات بزرگ‌تر را نیز پیدا کنید.

۸-از بهترین‌ها درس بگیرید

به عقیده آقای کالانیک، بهترین راه برای افزایش وفاداری افراد این است که آنها را تا حد امکان در روند انجام کارها مشارکت دهید. این امر در صورتی که با سهولت کافی همراه باشد، مخاطب را به بالاترین حد رضایت خواهد رساند. همچنین وی در راستای موفقیت در کار خود همواره توجه ویژه‌ای را به اصول استیو جابز داشته و در ارتباط با مشتری و مدیریت تیم خود، از راهکارهای وی استفاده کرده است. به همین خاطر نیز وی توصیه می‌کند که به دنبال استفاده از روش‌ها و یادگیری از بهترین‌ها باشید. این امر به اقدامات شما استاندارد مطلوبی را خواهد داد.

۹-از معجزه داستان‌سرایی غافل نشوید

در تمامی تبلیغات اوبر شما جهان را از زاویه دید یک راننده و یا یک مسافر مشاهده می‌کنید. وجود داستانی جذاب در این رابطه کمک می‌کند تا افراد به خوبی به تاثیر این شرکت در ایجاد جهانی بهتر پی برده و تصویر ذهنی خوبی در افراد شکل گیرد. به همین خاطر نیز آقای کالانیک توصیه می‌کند که از تبلیغات مستقیم فاصله گرفته و به دنبال خلق داستانی برای معرفی هر آنچه بهتر برند خود باشید.

۱۰-به خاطر داشته باشید که بسیاری از غیرممکن‌ها نادرست است

این امر که به دنبال عملی‌ساختن چیزی باشید که به نظر دیگران غیرممکن به نظر می‌رسد، برگ بنده شما برای رسیدن به بالاترین جایگاه موجود خواهد بود. بدون شک بسیاری از افراد به علت عدم توانایی خود، به بسیاری از موارد برچسب غیرممکن را می‌چسبانند. با این حال با نگاهی به زندگی افراد بزرگ تاریخ، عملا به این باور دست پیدا خواهید کرد که غیرممکن بی‌معنا است و تنها باید روش درست رسیدن به هر یک را بیابید. برای مثال ایده تاکسی‌های پرنده، اگرچه به عقیده بسیاری غیرممکن به نظر می‌رسد، با این حال اوبر در تلاش است تا با انجام این کار، در آینده نیز موفقیت‌های چشمگیری را به دست آورد.

منبع: knowstartup

اخبار

حضور ۴۴ شرکت در هفدهمین نمایشگاه صنایع چوب اصفهان

اصفهان- قاسم اسد: هفدهمین نمایشـــگاه بینالمللی صنایع چوب، ماشینآلات، یراق آلات و مواد اولیه طی روزهای چهارم تا هفتم تیرماه در اصفهان برگزار می‌شـــود. به گزارش اداره رســـانه شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، این نمایشگاه در فضایی به مســـاحت ۲۶۰۰ مترمربع فضای نمایشـــگاهی و با حضور ۴۴ شـــرکت معتبر از اســـتان‌های اصفهان، تهران، البرز، قم، آذربایجان شرقی و فارس برگزار خواهد شد.همچنین نمایندگانی از کشورهای چین، کره، تایوان و ژاپن در این نمایشگاه حضور دارند تا به‌روزترین محصولات مرتبط با صنعت چوب، یراق‌آلات و مواد اولیه را به نمایش بگذارند.تولیدکنندگان MDF و ماشین‌آلات صنایع چوب، تولیدکنندگان و تامین کنندگان یراق‌آلات، تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان مواد اولیه صنایع چوب شامل چسب، نوار لبه پی‌وی‌سی، پارکت، صفحه‌های کابینت و تجهیزات آشپزخانه در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع چوب، ماشـــین‌آلات، یراق‌آلات و مواد اولیه حضور فعالی خواهند داشت.راش واشین، ای‌جی‌تی، رایا چوب، تکنو پل، افرند چوب، کاسپین ماشین، تیسان چوب، ایزوفام، پویا، اکیاس وطن، جلفا مهر ارس، سکویا، ماوی، فرو ۳۶۳، ماشین‌سازی مبتکران صنعت راش، چوب آوران الماس خاورمیانه، مبنا چوب و دارکوب از جمله شرکت‌ها و برندهای مطرحی هستند که در نمایشگاه امسال اصفهان حضور خواهند داشت.ویژگی قابل توجه هفدهمین نمایشگاه بینالمللی صنایع چوب، ماشینآلات، یراق آلات و مواد اولیه نسبت به دوره پیش از آن، حضور بیشتر تولیدکنندگان مواد اولیه، ماشین‌آلات تولید داخل و امدی‌اف به شمار می‌رود.علاقمندان به بازدید از هفدهمین نمایشگاه بینالمللی صنایع چوب، ماشینآلات، یراق آلات و مواد اولیه می‌توانند از ساعت ۱۷ تا ۲۲ روزهای چهارم تا هفتم تیرماه به محل برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان واقع در پل شهرستان مراجعه کنند.

رئیس پژوهش و فناوری پالایشگاه گاز ایلام عنوان کرد:

پالایشگاه گاز ایلام مقام اول پژوهش در بین پالایشگاه‌های کشور کسب کرد

ایلام-هدی منصوری: رئیس پژوهش و فناوری شـــرکت پالایش گاز ایلام گفت: در ارزیابی عملکرد واحدهای پژوهشـــی پالایشـــگاه های گاز کشور که توسط مدیریت هماهنگی و نظارت بر تولید شرکت ملی گاز ایران انجام داده، پالایشگاه گاز ایلام مقام اول را در بین پالایشگاه‌های گاز کشور در سال ۹۷ کسب کرده است. دکتر "احسان نوراللهی" افزود: این پالایشگاه بر اســـاس شاخص های تعریف شده توسط مدیریت هماهنگی و نظارت بر تولید شـــرکت ملی گاز ایران توانست با کســـب نمره کامل ارزیابی مقام اول پژوهشـــی را کسب کند. وی اظهار داشت: کســـب این عنوان در حوزه پژوهش یکی از اهداف استراتژیک این شرکت برای سال ۱۴۰۴ بود که خوشبختانه پیش از موعد مقرر به اهداف خود رسیده است. رئیس پژوهش و فناوری شرکت پالایش گاز ایلام از تحقق اولین هدف استراتژیک این شرکت خبر داد و تصریح کرد: پالایشگاه گاز ایلام چشم انداز خود را برای سال ۱۴۰۴ به شرح؛ تولید پایدار محصولات در حد طراحی، تندیس زرین در تعالی سازمانی، سازمان بهره وری در استقرار نظام مدیریت بهره‌وری و کسب رتبه های اول در HSE و پژوهش و فناوری ترسیم کرده که خوشبختانه با تلاش های انجام شده، در مقوله پژوهش و فناوری این مهم زودتر از موعد به هدف تعیین شده رسیده است. نوراللهی با اشاره به اینکه این پالایشگاه در سال گذشته در حوزه پژوهش و فناوری ۴۵ قرارداد با دانشگاه های کشور انعقاد نموده است،خاطر نشان کرد:این قراردادها شامل ۱۰ مورد پروژه پژوهشی، ۴ مورد طرح اینترنشیپ و ۳۱ مورد پایان نامه تحصیلات تکمیلی بوده است. وی اظهارداشت: همچنین انعقاد ۲ مورد تفاهم‌نامه علمی و پژوهشی با دانشگاه آزاد ایلام و جهاد دانشگاهی ایلام و ارتباط و حمایت از شرکت‌های دانش بنیان، مشارکت در برگزاری همایش ها و سمینارهای علمی و جذب ۱۰۰ درصدی بودجه حوزه پژوهش از دیگر اقدامات شاخص حوزه پژوهش و فناوری این پالایشگاه در سال گذشته بوده است. رئیس پژوهش و فناوری شرکت پالایش گاز ایلام گفت: کسب این مهم در قالب انجام یک کار تیمی با همکاری کمیته های پژوهشی پالایشگاه متشکل از ۸۰ نفر از همکاران و اعضا هیات علمی دانشگاه ها بدست آمده است.

با حضور معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی

پست ۱۳۲ کیلوولت GIS دورق شادگان در خوزستان کلنگ زنی شد

اهواز- شبنم قجاوند: آیین کلنگ زنی پست ۱۳۲.۳۳ کیلوولت GIS دورق شادگان شرکت برق منطقه ای خوزستان، با حضور معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی، نماینده مردم شادگان در مجلس و مدیران صنعت برق خوزستان برگزار شد.همایون حائری معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی در این آیین گفت: این پست با استفاده از تجهیزات نوین و محافظ در مقابل شرایط جوی و ریزگردها ساخته می‌شودوی ادامه داد: این پست ۱۰۰ مگاولت آمپر ظرفیت دارد و باعث می‌شود ظرفیت نصب شده برای تامین برق شادگان در پیک بار دو برابر مصرف و در زمان های کم باری چهار برابر شده و تامین برق صنایع و توسعه آنها بدون مشکل انجام شود.مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان نیز در این آیین با بیان اینکه هزینه احداث پست GIS دورق شادگان ۶۰۰ میلیارد ریال است، تصریح کرد: این پست ظرف مدت زمان دو سال به بهره برداری می رسد و عملیات خاکبرداری آن از امروز آغاز می‌شود.محمود دشت بزرگ عنوان کرد: این پست از آخرین تکنولوژی روز دنیا (ABB سوئیس) برخوردار بوده و در مقابل هرگونه شـــرایط جوی ناپایدار و ریزگردها صد درصد پایدار خواهد بودوی بیان کرد: با بهره برداری از این پســـت ظرفیت منصوبه شادگان به ۴۰۰ مگاولت آمپر رسیده و درصد بارگیری از تاسیسات برق این شهرستان در پیک به ۵۰ درصد می رسد که مطابق با استانداردهای بین‌المللی است.شایان ذکر است، در نشستی با حضور معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی، نماینده مردم شادگان در مجلس، فرماندار، بخشداران و مدیران صنعت برق خوزستان، مشکلات فرسودگی و توسعه شبکه برق شادگان در فرمانداری این شهرستان نیز مورد بررسی قرار گرفت.

برگزاری سومین همایش پیاده روی خانوادگی کارکنان مخابرات منطقه گلستان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: ســـومین همایش باشکوه پیاده روی سراسری خانوادگی کارکنان باشعار ارتباطی فراگیر و حضور مهندس شهمرادی مدیرمخابرات منطقه گلستان ، جمعی از مدیران و حضور گسترده کارکنان وخانواده مخابرات ، به صورت همزمان در تمام مناطق مخابراتی در سراسر کشور برگزار شد. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان،مهندس شهمرادی ضمن تقدیر از استقبال پر شکوه همکاران از برنامه های ورزشی گفت: برگزاری این برنامه های ورزشی موجب پیشبرد ارتباط نزدیک و صمیمی همکاران و ترویج فرهنگ ورزش و ایجاد انگیزه و شور و نشاط در بین همکاران خواهد شد.مدیر مخابرات منطقه گلستان استمرار چنین برنامه هایی در حوزه های مختلف فرهنگی ، ورزشی وتفریحی را در جهت سلامتی و ایجاد انگیزه مورد تأکید قرارداد وگفت : گسترش روحیه شادابی و نشاط کارکنان موجب تقویت قابل توجه بهره وری وبازدهی در مجموعه مخابرات است .گفتنی است این همایش در آبشار لاشو واقع در روستای فاضل آباد از توابع شهرستان آزادشهر برگزار شد، کارکنان مخابرات وخانواده ها در فضایی صمیمی وپر از نشاط، ضمن طی کردن مسیر پیاده روی در سنجش فشار خون، مسابقات و اهداء جوایز شرکت کردند.

با حضور دکتر حامد روحانی زاده معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران انجام شد :

تشکیل جلسه کارگروه راه اندازی بیمارستان جایگزین بیمارستان امام خمینی (ره) بهشهر

ساری-دهقان: نخستین جلسه کارگروه راه‌اندازی بیمارستان جایگزین بیمارستان امام خمینی (ره) بهشهر با حضور دکتر محمدپنبه چی معاون توسعه مدیریت و منابع دانشگاه علوم پزشکی مازندران و مسئول کارگروه و دکتر حامد روحانی زاده معاون درمان دانشگاه علوم پزشـــکی مازندران و همچنین سایر اعضا در محل این بیمارستان تشکیل شد..دکتر پنبه چی در این نشست ضمن ارائه توضیحاتی درباره چگونگی انتقال از بیمارستان فعلی به بیمارستان جایگزین، گفت: انتقال تجهیزات و منابع باید با برنامه زمانبندی مناسب و اجرای دقیق صورت گیرد و حداکثر فرصت انتقال نیز ۱۰ مرداد ماه سال جاری می باشد.دکتر پنبه چی ضمن تبیین روند انتقال، خواستار تشکیل کمیته های مختلف تخصصی برای این انتقال شد و گفت: باید توجه دقیقی بر خدمات رسانی مناسب در زمان انتقال صورت گیرد تا ارائه خدمت به مردم شریف بهشهر حومه خللی وارد نگردد.در ادامه نیز دکتر روحانی زاده، معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران و مسئول کمیته بهره برداری این بیمارستان درباره بخش های مختلف بیمارستان جایگزین، گفت: باید در این فرصت مسئولین بخش های مختلف بیمارستان فعلی از بیمارستان جایگزین بازدید تا به صورت مستقیم در جریان روند اجرایی انتقال این بیمارستان قرار گیرند.معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران افزود: دفتر مدیریت بیمارستان باید در اولین فرصت راه اندازی و همه ارتباطات با این دفتر صورت گیرد.

مدیرعامل شرکت گاز استان خبر داد:

گازرسانی پایدار به نیروگاه‌های تولید برق خراسان رضوی در تابستان ۹۸

مشهد- صابر ابراهیم بای : مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی گفت: گاز مورد نیاز نیروگاه های تولید برق استان در تابستان امسال مطابق روال ساله های قبل بصورت پایدار تامین می شود. سیدحمید فانی با اعلام این مطلب اظهار کرد: در سه ماهه نخست سال جاری، ۹۱۳ میلیون مترمکعب گاز در شش نیروگاه تولید برق استان مصرف شده که در این بین نیروگاه نیشابور با ۲۷۹ میلیون مترمکعب بیشترین و نیروگاه شمس با ۱۶ میلیون مترمکعب کمترین حجم مصرف را به خود اختصاص داده اند.وی اضافه کرد: میزان مصرف گاز بخش نیروگاهی خراسان رضوی در سه ماه اول سال ۹۷، یک میلیارد و ۹۸ میلیون مترمکعب بود.فانی گفت: از هفته گذشته و با آغاز موج گرما و افزایش نسبی مصرف برق استان، بطور متوسط روزانه نزدیک به ۱۵ میلیون مترمکعب گاز تحویل بخش نیروگاهی شده که این رقم در مجموع به ۱۰۵ میلون مترمکعب رسید.مدیرعامل شرکت گاز استان با اشاره به رابطه مستقیم افزایش مصرف برق و رشد مصرف گاز در بخش نیروگاهی افزود: خدمت گذاران مردم در شرکت گاز تمام تلاش خود را برای ایجاد رضایتمندی حداکثری شهروندان انجام می دهد. درخواست ما از مردم نیز رعایت الگوی مصرف انرژی در قبال این خدمات است.فانی یادآور شد: جایگزینی گاز طبیعی با دیگر سوخت های فسیلی موجب حفظ محیط زیست می شود.

در دیدار با هیئت مدیره خانه مطبوعات و رسانه های آذربایجان شرقی اعلام شد؛

نقش رسانه در راستای فرهنگ سازی و آشنایی مردم با بورس بسیار مهم است

تبریز - خبرنگار فرصت امـــروز: مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان بورس و اوراق بهادار گفت: حدود ۱۲ میلیون و ۵۰۰ ایرانی کد سهامداری دارند و نقش رسانه در راستای فرهنگ سازی و آشنایی مردم با بورس بسیار مهم است.

یاسر فلاح در جمع اعضای هیئت مدیره و بازرسان خانه مطبوعات و رسانه های استان آذربایجان شرقی در تبریز با اشاره به برگزاری سومین جشنواره ملی بورس و رســـانه، گفت: آخرین مهلت ارسال آثار ۲۰ تیر ماه امســـال اســـت. وی با بیان اینکه یکی از اقدامات سازمان بورس و اوراق بهادار برای آگاهی بخشـــی به جامعه و مردم برای سرمایه گذاری در این حوزه برگزاری جشـــنواره رسانه‌ای است، گفت: این جشنواره از ســـال ۹۶ آغاز و امسال سومین دوره آن برگزار می‌شود. وی با اشاره به اینکه در نخستین سال برگزاری این جشنواره ۳۰۰ اثر به دبیرخانه این جشنواره ارسال شد، افزود: در سال گذشته با استقبال خوب خبرنگاران استانی برای حضور در این جشنواره رو به رو بودیم که بر همین اساس حدود ۷۰۰ اثر از ۱۹۰ فعال رســـانه‌ای ارســـال شد. وی با بیان اینکه فراخوان سومین جشـــنواره بورس و رسانه به صورت ملی از هفته اول خرداد منتشر شده است که آخرین مهلت ارسال آثار تا ۲۰ تیرماه ارسال اســـت، بیان کرد: هر اثر رسانه‌ای که از اول مرداد ۹۷ تا ۲۰ تیر ماه ۹۸ منتشر شود می‌تواند در جشـــنواره بورس و رسانه شرکت کنند. فلاح به محورهای جشنواره نیز اشـــاره و تصریح کرد: نقش بازار سرمایه در تأمین مالی بنگاه‌های، اثر متقابل بازار ســـرمایه و کسب و کارهای نوین در رشد اقتصادی کشور، نقش بورس‌های کالایی در شفافیت اقتصادی و جلوگیری از انحصار، چگونگی توسعه فرهنگ سهام داری در افق پیش روی بازار سرمایه، نحوی اثرگذاری بازار سرمایه در حمایت از رونق تولید، تأثیر توســـعه ابزارها و نهادهای مالی در افزایش کارایی بازار سرمایه از جمله محورهای این جشـــنواره است.وی با بیان اینکه آثار باید در قالب خبر، گزارش، تیتر، گفتگو، یادداشت، مقاله و سرمقاله باشد، افزود: آثار باید در بخش رسانه‌های دیداری و شنیداری، مکتوب و مجازی منتشر شده باشد و هر فرد می‌تواند ۱۰ اثر را ارسال کند و در هر حوزه سه اثر پذیرفته می‌شود. به گفته وی اختتامیه سومین جشنواره بورس و رسانه در هفته دوم مرداد امســـال برگزار می‌شود.فلاح همچنین گفت: آمارها نشان می دهد بورس کشور در حال توسعه، پیش رونده و مناسب برای ورود سرمایه گذاران است. وی افزود: هم اکنون ارزش بورس کشور بیش از ۹۰۰ هزار میلیارد تومان و ارزش شرکت هایی که در بورس هستند، معادل ۴۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشور است. به گفته فلاح اکثر ۶۳۰ شـــرکت حاضر در بورس و فرابورس کشـــور، شرکت های بزرگی هستند که با شفافیت کامل مالی، وارد بورس شده و هم اکنون با بهره مندی از رویه مالی از لحاظ مالیاتی مشکلی نداشته و توانایی سوددهی را دارند. مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل ســـازمان بورس با اشـــاره مجدد به رشـــد ۲۵۰ درصدی شاخص بازار بورس در سه سال گذشته گفت: متاسفانه سهم بورس در تامین منابع مالی سرمایه گذاری پایین است، و این موضوع ریشه در بانک محور و پول محور بودن اقتصاد کشور دارد. مدیرعامل شرکت اطلاع رسانی و خدمات بورس به برجسته شدن سهم بازار ســـرمایه در تامین منابع مالی سرمایه گذاری در کشور ابراز امیدواری کرد و گفت: افزایش تعداد شرکت های فعال در بورس، افزایش سرمایه ها در این بازار، تنوع عرضه اوراق مشارکت از جمله اوراق مرابحه، اوراق اســـتثناء، اوراق مشارکت و حتی سکوک های متعدد؛ نوید بخش این موضوع اســـت که در بازار ســـرمایه میل به تامین منابع مالی رشد بســـیار زیادی یافته است.یاسر فلاح با اشاره به عضویت سازمان بورس و اوراق بهادار ایران در ســـازمان بین المللی کمیسیون های اوراق بهادار (IOSCO) سازمان ملل متحد افزود: این عضویت نشان می دهد که قوانین و مقررات بازار بورس تهران مورد پذیرش جامعه جهانی سرمایه گذاران است و اگر این تحریم های ظالمانه اعمال نمی شد، حتما بورس ایران روزهای پر رونقی داشت. وی یادآور شد: با این وجود بورس ایران، جـــزء بورس های پیش رو در جمع بـــورس های فعال منطقه از جمله بورس استانبول و عربستان است و در برخی شاخص ها از این دو بورس برتر است. وی با اشاره به اینکه مردم اغلب با نگرش هیجانی وارد عرصه سرمایه گذاری در بورس می شوند تاکید کرد: مردم به هیچ عنوان نباید سرمایه زندگی خود را وارد بازار بورس کنند، بلکه با پول پس انداز باید وارد بورس شد و برای گرفتن نتیجه مطلوب، باید نگاه بلند مدت را پیش رو قرار دهند.عضو هیئت مدیره و رئیس خانه مطبوعات و رســـانه های استان آذربایجان شرقی نیز در این دیدار با اشاره به مزیت های برگزاری جشنواره بورس و رسانه در گستره ملی، مشارکت رسانه ها در پرداخت موضوعی به اخبار و تحولات بازار سرمایه کشور را حائزاهمیت عنوان کرد.

اســـد فلاح، با تحلیل ساختار مالی رسانه ها، شرایط ورود صنعت رسانه به بازار سرمایه را ارزیابی کرد و افزود: اقتصاد رسانه ها مستلزم تقویت و کمک است و یکی از مسیرهای منتهی به این رویکرد، آموزش می باشد. وی با تاکید بر ضرورت تعامل هرچه بیشتر خانه مطبوعات و رسانه های آذربایجان شـــرقی با سازمان بورس و اوراق بهادار، برگزاری دوره رایگان آموزشی در این زمینه را با هزینه سازمان بورس و اوراق بهادار خواستار شد که بدوا مورد موافقت مدیر روابط عمومی و امور بین الملل سازمان بورس قرار گرفت.اســـد فلاح، همچنین به نقش و کارکرد موثر رســـانه ها در چرخه اقتصاد و رونق تولید اشـــاره کـــرد و افزود: با وجود آن که صنعت رسانه از اقتصاد پایداری در وضعیت کنونی برخوردار نیست اما راهکارهای خروج از بحران مطبوعات، تعریف و پیش بینی شده است. رئیس هیئت مدیره خانه مطبوعات و رسانه های استان آذربایجان شرقی، رسانه را جریانی مولد بویژه در حوزه فرهنگی عنوان کرد و گفت: بهبود و تقویت اقتصاد رســـانه ها می تواند اثرات مثبت خـــود را از جمله در سطح مشارکت فعالان این عرصه نمایان و برجسته تر کند. اسد فلاح، با قدردانی از تفکر، نگاه و رویکرد رســـانه ای مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان بورس و اوراق بهادار، برگزاری جشنواره بورس و رسانه را بصورت ملی، دلیل بارزی بر نقش و تاثیر مهم این دو بخش در رونق تولید، فرهنگ سهامداری و افزایش ضریب نفوذ بازار سرمایه در چرخه اقتصاد کشور دانست.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم:

کمبود آب با یک سال بارندگی جبران نمی‌شود

قم- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم با بیان اینکه متأسفانه سال‌هاست زنگ خطر کم‌آبی به صدا در آمده است، گفت: نیازمند یک اجماع ملی و یک اقدام همگانی با برنامه اجرایی متعهدانه در همه بخش‌ها برای مدیریت صحیح آب هستیم.

به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قم، دکتر علی جـــان صادق پور امروز همزمان با آغاز هفته صرفه‌جویی در مصرف آب در جمع خبرنگاران با اشـــاره به افزایش ۱۲ درصدی مصرف آب در قم در ســـه نخست سال جاری نسبت به مدت مشـــابه سال قبل گفت: از ابتدای سال تاکنون بیش از ســـی میلیون مترمکعب آب در شهرهای استان مصرف شده در حالی که این میزان در سال گذشته در این مدت ۲۷ میلیون مترمکعب بودوی افزایش مصرف را ناشی از بار روانی غلط ناشی از افزایش بارندگی‌های ابتدای سال جاری دانست و اظهار داشت: سال‌ها خشکسالی و کمبود آب با یک سال بارندگی جبران نمی‌شود و باید همچنان در مصرف آب صرفه‌جویی لازم را داشـــت کما اینکه سال گذشـــته با همکاری مردم شاهد کاهش سرانه مصرف آب بودیم.وی با اشـــاره به اینکه غالب جامعه در حال حاضر بیشتر از گذشته به اهمیت آب پی برده و خطر کم‌آبـــی را حس کرده‌اند گفت: البته این آگاهی و شناخت کمتر از میزان لازم است و توجهات نیز متناسب شرایط نیست به‌گونه‌ای که در حال حاضر ســـرانه مصـــرف آب در قم به حدود ۱۷۰ لیتر به ازای هر نفر رســـیده این در حالی است که هر فرد با حدود ۸۰ لیتر هم می‌تواند زندگی مطلوبی داشـــته باشد.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم بر لزوم فرهنگ‌سازی، آگاهی مردم از وضعیت منابع آبی اســـتان و استفاده درست از آب تأکید کرد و اظهار داشت: در حال حاضر هیچ منبع آبی در اســـتان نیست که شناسایی شده باشد و مورد بهره‌برداری قرار نگرفته باشد.وی با اشاره به منابع تأمین آب قم از جمله سد۱۵ خرداد، چاه‌های منطقه علی‌آباد و سدکوچری ابراز داشت: با رشد جمعیت و افزایش مصرف به زودی با کمبود آب مواجه خواهیم شد که در این راستا باید در استفاده از آب دقت لازم صورت گیرد.دکتر صادق پور با بیان اینکه متأسفانه سال‌هاست زنگ خطر کم‌آبی به صدا در آمده است، گفت: متأسفانه این مورد توسط بسیاری از افراد جدی گرفته نشده است و خود را مخاطب این هشدار ندانسته‌اندوی تصریح کرد: آنچه مهم اســـت یک اجماع ملی و یک اقدام همگانی با برنامه اجرایی متعهدانه در همه بخش‌هاســـت و صرفه‌جویی و مصرف صحیح در همه بخش‌ها کماکان از ضروریات است.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم در ادامه به ارائه گزارشـــی از وضعیت صنعت آب و فاضلاب استان پرداخت و از افزایـــش حدود ۳۰ هزار مشـــترک آب و فاضلاب، افزایش ۲۹ هزار مترمکعبی حجم مخازن ذخیره و افزایش حدود ۱۰۰ کیلومتری خطوط و شـــبکه توزیع آب و فاضلاب خبر دادوی با بیان اینکه در حال حاضر صد در صد جمعیت یک‌میلیون و ۲۸۶ هزار نفری شهری استان تحت پوشش شبکه آب سالم و بهداشتی هستند گفت: در حال حاضر حدود ۵۰ درصد شـــهر تحت پوشش شـــبکه فاضلاب است و جمعیت تحت پوشـــش این شبکه از ۳۸۰ هزار نفر به ۴۳۹ هزار نفر رسیده است.دکتر صادق پور با اشـــاره به اینکه در حال حاضر آب شرب شهر قم و ۳ شهر و حدود ۴۰ روستای استان از سرشاخه‌های دز و سد ۱۵ خرداد تأمین می‌شـــود، ابراز داشت: به طور متوسط در طول سال، ۸۶ درصد کل آب بهداشتی مصرفی اســـتان این طریق این طریق و مابقی از سایر منابع از جمله چاه‌های علی‌آباد و چاه‌های ســـطح شـــهر تأمین می‌شود.وی خاطرنشـــان کرد: حجم آب قابل استفاده از کلیه منابع موجود در حال حاضر ۱۳۵ میلیون مترمکعب است که شامل ۱۰۰ میلیون مترمکعب سرشاخه‌های دز و سد ۱۵ خرداد ۸/۸ چاه‌های علی‌آباد و ۲۶ از چاه‌های سطح شهر می‌شـــود.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم الگوی مصرف ماهیانه به ازاء هر واحد مسکونی را در استان قم ۱۵ مترمکعب اعلام و خاطرنشان کرد: مشترکین خانگی که از ابتدای خردادماه تا پایان شهریورماه پایین تر از الگو، مصرف کنند و در مقایسه با دوره مشابه سال قبـــل مصرف خود را کاهش دهند به ازاء هر متر مکعب کاهش مصرف مبلغ ۱۶۲۴ ریال تشویق می‌شوندوی با بیان اینکه مشترکینی که الگوی مصرف را رعایت کنند تنها ۷ درصد با افزایش آب بها مواجه خواهند شد، افزود: این در حالی است که افزایش تعرفه برای مشترکین پرمصرفی که الگوی مصرف را رعایت نکنند ۲۳ درصد خواهد بود.دکتر صادق پور توجه به پدافند غیرعامل را از دیگر برنامه‌های شرکت آب و فاضلاب عنوان کرد و در این زمینه به نگهداری ســـامانه دوم آبرسانی در شرایط بحرانی به منظور آبرسانی علیرغم تحمیل هزینه به شرکت، ایجاد آمادگی کارکنان برای شرایط سخت و ارتقاء سطح آموزش کارکنان، ایمن سازی نرم‌افزار شرکت برای مواجه با حملات سایبری، ایجاد امکان استفاده از مولدهای برق اضطراری برای استمرار آبرسانی، ارتقاء حفاظت تأسیسات و ... اشاره کردوی توسعه کمی و کیفی سامانه مرکز ۱۲۲ ارتباطات مردمی و پاسخ گوئی به تعداد ۲۶۳ هزار و ۴۰۰ تماس و حمایت از تولیدکنندگان داخلی از دیگر برنامه‌های آبفا برشمرد و از انجام شش طرح پژوهشی با مبلغی بالغبر ۶۵۰ میلیون تومان خبر داد و گفت: از جمله این طرح‌ها می‌توان به بومی‌سازی دانش ســـاخت اسکروپمپ ایستگاه پمپاژ فاضلاب برای نخستین بار در کشور، پروژه ابداع و ساخت سامانه فشار کل و حمایت از اختراع ماده شیمیایی پلی کلراید آلومینیوم اشاره کرد.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز:

برپایی نمایشگاه بزرگراه تبادل اطلاعات است

تبریز –ماهان فلاح: مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران در آیین گشایش اولین نمایشگاه چالش ها و نیازهای صنایع و سازمانهای استان، برپایی نمایشـــگاه را بزرگراه مناسبی برای تبادل اطلاعات دانست.

یداله بابیوردی در حاشیه افتتاحیه این نمایشگاه با اعلام این خبر گفت: اولین نمایشگاه چالش ها و نیازهای صنایع و سازمانهای استان آذربایجان شرقی به مدت ۲ روز در محل مجتمع عصر انقلاب پارک علم و فناوری با حضور بالغ بر ۴۰ صنعت و سازمان استانی طی روزهای ۲۹ و ۳۰ خردادماه برگزار شد که در آن صنایع و سازمانهای استان، قطعات، تجهیزات، نیازها و چالش های خـــود را در معرض دید عموم بازدیدکننـــدگان قرار دادند.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران افزود: این نمایشگاه پژوهش محور بوده و فرصت مغتنمی است برای شرکت های دانش بنیان، صاحبان ایده، پژوهشگران و ارائه دهندگان خدمات و کالا که با ارائه ایده و نوآوری های خود از یک سو و بهره مندی از فرصت کسب و کار از سوی دیگر، بتوانند در رفع نیازمندیهای فنی و تخصصی صنایع کشور در مسیر اقتصاد مقاومتی سهیم باشند.بابیوردی تاکید کرد: منطقه ۸ عملیات انتقال گاز با رویکرد مشارکتی و پژوهشی فرصت حضور در این نمایشگاه را فراهم کرد تا با واحدهای پژوهشی صنایع و سازمانهای استانی، همگام با ارائه قطعات، تجهیزات، توانمندیها و دستاوردهای خودکفایی، نیازها و اولویت های پژوهشی خود را به پژوهشگران و تولیدکنندگان صنایع بومی عرضه نماید.

تعهد ۲۸۱ میلیارد تومانی مجمع خیرین مدرسه‌ساز همدان

همدان- خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل نوســـازی مدارس اســـتان همدان از تعهد ۲۸۱ میلیـــارد تومانی مجمع خیرین مدرسه‌ســـاز خبر داد و گفت: ســـال ۷۷ تعهد مجمع خیرین مدرسه‌ساز استان ۵۷۱ میلیون تومان بود که امروز به ۴۲ میلیارد تومان رسیده است.

فرزاد تیموری در بیست و یکمین جشنواره خیرین مدرسه‌ساز با بیان اینکه آموزش و پرورش بسترساز جامعه است اظهار کرد: اگر آموزش و پرورش را اصلاح کنیم تا تربیت دانش‌آموزان به درســـتی انجام شـــود، آینده جامعه را به درستی رقم خواهیم زد. وی با اشاره به اینکه در آینده نزدیک اداره جامعه به دست کســـانی سپرده می‌شود که در آموزش و پرورش تحصیل می کنند افزود: از آنجا که در مدرسه سرمایه‌گذاری نسل آینده صورت می گیرد باید بهترین رویکرد را در تربیت آنها به کار گرفت. مدیرکل نوسازی مدارس استان همدان شعار انقلاب اسلامی را فرهنگی و مبتنی بر ارزش‌ها دانســـت و ادامـــه داد: این انقلاب باید به آموزش و پرورش نیز نگاه تحول‌گرایانه داشته باشد که توفیقات خوبی نیز حاصل شده است.وی از افزایش دوبرابری مدارس استان در دوران انقلاب خبر داد و گفت: زمانی برخی از روســـتاها آب، برق و گاز نداشتند و برخی از مدارس هم در اتاق خانه‌های روستایی اداره می‌شد اما امروز ۹۸ درصد روستاها از امکانات آب، برق و گاز و مدرسه برخوردارند ضمن اینکه امروز دیگر صحبت از اینترنت پرسرعت است نه امکانات اولیه.تیموری با بیان اینکه در همدان مجمع خیرین مدرسه‌ســـاز از سال ۷۷ فعالیت خود را آغاز کرد خاطرنشـــان کرد: در آن سال تعهد مجمع خیرین مدرسه‌ساز ۵۷۱ میلیون تومان بود که امروز به ۴۲ میلیارد تومان رســـیده اســـت. وی با اشـــاره به اینکه در طول ۲۱ ســـال تعهد مجمع به ۲۸۱ میلیارد تومان رســـیده اســـت گفت: بیش از ۴۰ درصد مدارس سطح کشور به دست مجمع خیرین مدرسه‌ساز ســـاخته شده است.مدیرکل نوسازی مدارس استان همدان با بیان اینکه در مجمع خیرین مدرسه‌ساز وظیفه تکریم خیرین را بر عهده داریم افـــزود: دولت نگاه ویژه‌ای به آموزش و پرورش دارد اما با توجه به تعداد مدارس اعتبارات دولتی کافی نیســـت و نیاز به کمک خیرین در تامین فضاهای استاندارد است.رئیس مجمع خیرین مدرسه‌ساز همدان نیز اظهار کرد: بیست و یک سال قبل نهال مدرسه‌سازی توسط مرحوم «محمدرضا حافظی» کاشته شد و پس از ۲۱ سال سایه این درخت تنومند تمام کشور را فرا گرفته و مدرسه‌سازی به عنوان تحول بزرگ اجتماعی شناخته شده است.علی فراهانی با بیان اینکه مدرسه‌ســـازی به عنوان اقدام شایسته‌ای در کشور شناخته شده است گفت: با وجود انسان‌های نیکوکار استان همواره همدان در زمینه مدرسه‌ســـازی خوب درخشیده است.رئیس مجمع خیرین مدرسه‌ساز همدان با بیان اینکه در حال حاضر بیش از ۸۷۱ نفر مستقیم با مجمع خیرین مدرسه‌ساز استان همکاری دارند افزود: ۲۰۱ نفر منحصراً مدرسه ســـاخته‌اند که در ۳۰۱ پروژه در یک‌هزار و ۸۴۲ کلاس با بیش از ۲۱۲ مترمربع کلاس خلاصه شده اســـت.وی بیان کرد: سال گذشته در امر مدرسه‌سازی ۳۰ میلیارد تومان متعهد شـــدیم که امیدواریم این روند همچنان ادامه داشـــته باشد.نماینده مردم همدان و فامنین در مجلس نیز با بیان اینکه مرحوم حافظی را انسان مخلص یافتم که برای رضای خاطر خدا کار می‌کرد اظهار کرد: او فردی دلسوز، با ایمان، پیگیر و عاشق خدمت بود.حمیدرضا حاجی‌بابایی با بیان اینکه مدرسه‌سازی معامله‌ای پرسود است که در طول تاریخ مانند ندارد گفت: هرچه در کشور مدرسه بسازیم باز هم نیاز است.

استارت‌آپ‌ها پلی به سوی شکوفایی اقتصادی و اشتغال‌زایی

استارت‌آپ‌ها ظرفیت‌های ناشناخته‌ای هستند که با توسعه آنها می‌توان با رشد ایده‌ها گامی اساسی در راستای شکوفایی اقتصادی و فرصت‌سازی شغلی برداشت.

به گزارش ایرنا، استارت‌آپ‌ها شرکت‌ها و کسب و کارهای نوپایی هستند که طراحان آنها، مراحل گسترش مخاطبان و کاربران را در پیش گرفته و هنوز در بازار، تثبیت نشده‌اند، اغلب این کسب و کارها با فناوری‌های نوین و دامنه مجازی پیوند خورده‌اند و در این بستر رشد می‌یابند.

با توجه به نو بودن حوزه فناوری‌های ارتباطات، امکان رقابت در این عرصه بیش از صنایع دیرپای نفتی، خودروسازی، نظامی، ساختمان‌سازی و بانکداری مهیا است و شرکت‌های تازه تأسیس استارت‌آپی امکان موفقیت بیشتری در این حوزه دارند.

تأسیس یک شرکت در حوزه فناوری‌های ارتباطی نیازمند بودجه‌های کمی است و با فناوری‌های پیچیده و بسیار تخصصی روبه‌رو نیست.

برخی کشورهای آسیایی همچون هند، چین و مالزی با سرمایه‌گذاری‌هایی عظیم در زمینه استارت‌آپ‌ها به ویژه حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تلاش کرده‌اند تا پیشتاز این عرصه کسب و کار شوند و نیاز است که در راهبردهای کشور ایران نیز سهم بیشتری برای این بخش قائل شده و زمینه مناسب رشد و تثبیت آن بیش از پیش مهیا شود.

در اغلب کشورهای جهان، حمایت و زمینه‌سازی برای استارت‌آپ‌ها توسط دولت پی گرفته می‌شود و جنوب شرق آسیا، نمونه‌ای از کشورهایی هستند که با ایجاد بسترها و شرایط لازم، فرصت را برای رشد و پیشرفت استارت‌آپ‌ها فراهم ساخته و باعث گسترش شرکت‌های نوظهور و قدرتمند در این حیطه شده‌اند.

در ایران معاونت علمی و فناوری و ستادهای زیرمجموعه آن همچون ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز بار مسئولیت ایجاد زیرساخت‌ها و پیش‌شرط‌های توسعه استارت‌آپ را برعهده دارند و همان‌طور در معرفی ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز آمده است باید یکپارچگی‌های لازم را برای توسعه و تجاری‌سازی فناوری‌های نرم و هویت‌ساز دنبال کنند.

رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی در گفت و گو با ایرنا، گفت: راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا علاقه بسیاری از جوانان تحصیلکرده و دانشجویان است و در شرایطی که قشر دانشجو امکان اشتغال تمام وقت را ندارد و در شرایط کنونی اقتصاد سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها مزیتی جدی است.

«محمد رفیعی» با بیان اینکه مرز میان شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها نامشخص است، اظهار داشت: شرکت‌های دانش‌بنیان براساس فعالیت برخاسته از دانش و تولید فناوری ایجاد می‌شوند و دانش‌محور هستند اما، استارت‌آپ‌ها پاسخی خلاقانه به یک نیاز موجود یا تعریف آن است و با سرمایه اولیه خیلی پایین می‌توان فعالیت در این وادی را کلید زد.

وی بیان کرد: تلاش دانش‌آموختگان و دانشجویان برای راه‌اندازی و فعالیت شرکت‌های استارت‌آپی، امری ضروری و شبیه جهاد در جبهه جنگ است چراکه این مهم نقش مهمی در مقابله با تحریم‌ها و استقلال کشور دارد و باید با حمایت استعدادهای برتر کشور زمینه هدایت آنها به سمت ایجاد شرکت استارت‌آپ را فراهم کرد.

رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی اظهار داشت: توانمندسازی حوزه‌های نوآور در صنعت و کشاورزی از الزامات روز کشور برای رسیدن به توسعه‌یافتگی است و می‌توان برای تقویت این واحدها از توان موجود در شرکت‌های استارت‌آپی و در نهایت دانش‌بنیان استفاده کرد تا این شرکت‌ها پل ارتباطی بین دانش و صنعت باشند و از سوی دیگر بسیاری از اختراعات را می‌توان به سمت تقویت واحدهای نوآوری جهت داد به شرط اینکه تولید محصول مقیاس‌پذیر، بازار محور و دارای قابلیت حصول ارزش‌افزوده اقتصادی و اجتماعی مدنظر باشد.

رفیعی اضافه کرد: شرکت‌های استارت‌آپی در کشور حلقه واسط بین ایده و فناوری هستند و مسئولان عالی‌رتبه نظام و دولت بارها بر رشد و شکوفایی آنها تاکید کرده‌اند و ارزش‌گذاری بر این حوزه مهم در سیاست‌های دولت تدبیر و امید نمایان است.

وی با اشاره به مشکلات استارت‌آپ‌ها و کسب وکارهای نوین دانش‌بنیان در جذب سرمایه و تأمین مالی، گفت: یکی از مهم‌ترین راهکارها در این راستا ایجاد شبکه سرمایه‌گذاران است که ادبیات و دغدغه مشترکی دارند و زبان هم را بهتر می‌فهمند اما، همه آنها توانایی شناسایی ابعاد تجارت و ورود یک تنه به آن را ندارند بنابراین بهترین الگوا برای جذب سرمایه استارت‌آپ‌ها و یا کمک به جذب سرمایه‌گذاری اشتراکی است.

رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی افزود: این نهاد حمایتی به عنوان یکی از سرفصل‌های اصلی کارآفرینی، مقابله با بیکاری و ایجاد اشتغال پایدار براساس علوم و فنون روز دنیا همچنان در جامعه ناشناخته است و در همین راستا اقدامات چشمگیری در راستای حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی و دانش‌بنیان در پارک انجام شده است، بنابراین نهادهای فرهنگی باید در راستای تشریح فعالیت‌های این مجموعه علمی و کارآفرین، حمایت لازم را داشته باشند.

رفیعی با بیان اینکه پارک‌های علم و فناوری در سه نسل تعریف می‌شود، بیان کرد: پارک‌های علم و فناوری در نسل یک تنها مکان فیزیکی در اختیار واحد تولیدی قرار می‌دادند و در نسل دوم به عنوان موتور محرک و فعال‌کننده واحدها نقش‌آفرینی می‌کرد اما، نسل سوم با هدف شبکه‌سازی فعالیت می‌کند و تشکیلات پارک در استان مرکزی در آستانه ورود به نسل سوم است.

وی اظهار داشت: با وجود ظرفیت‌های ارزشمندی که در پارک علم و فناوری استان مرکزی وجود دارد، بازارسازی و بازاریابی تولیدات همچنان به عنوان یک مشکل اساسی پابرجا مانده که پارک علم فناوری استان برنامه‌های مدونی را برای اصلاح این نقیصه تدوین کرده است. معاون فناوری پارک علم و فناوری استان مرکزی نیز گفت: شرکت‌های استارت‌آپی متشکل از افرادی است که با تشکیل یک گروه، ایده‌پردازی تجاری را در دستور کار خود قرار داده و پس از ارائه ایده به پارک با برنامه‌های آموزشی و تخصصی این ایده پخته و آماده تجاری‌سازی می‌شود.

«محمد کریم الدینی مکی‌آبادی» افزود: استارت‌آپ‌ها باید پیش از ارائه ایده، آموزش تخصصی تیم‌سازی، تجاری‌سازی، نوآوری، قوانین حمایتی، ثبت شرکت، الگوی کسب و کار را به صورت تخصصی فرا گرفته و برای پختگی آن از مشاوره‌های کارشناسان پارک علم و فناوری استفاده کنند.

وی بیان کرد: هدف اصلی پارک علم و فناوری این است که از شرکت‌های استارت‌آپی واحدهای دانش‌بنیانی بسازد تا بتوانند ضمن ایجاد اشتغال مولد و پایدار گام مهمی در راستای توسعه اقتصادی کشور بردارد.

معاون فناوری پارک علم و فناوری استان مرکزی اظهار داشت: بیش از ۱۱۰ شرکت در این نهاد علمی و آموزشی فعالیت می‌کنند که برخی از آنها استارت‌آپ و شمار قابل توجهی نیز از استارت‌آپی فعالیت خود را آغاز کرده‌اند.

کریم الدینی ادامه داد: عاملی که باعث می‌شود اقتصاد دانش‌بنیان حرکت کند اراده فردی و جمعی افراد و دستگاه‌های اجرایی در مسئله سرمایه‌گذاری به عنوان بزرگترین حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی و دانش‌بنیادی است، بنابراین باید در نهادهای دولتی و خصوصی رویه اصلی برای آن تعریف شود.

وی افزود: باید از تجارب موجود در دنیا در راستای تأثیرگذاری بر روی فضای فعالیت استارت‌آپ‌ها در استان مرکزی و حتی کشور بهره‌مند شد و به همین منظور باید فضای کار ایده‌آل برای استارت‌آپ‌ها در مجموعه استان و به خصوص پارک علوم فناوری، دانشگاه‌ها و مراکز علمی فراهم شود.

معاون فناوری پارک علم و فناوری استان مرکزی افزود: مشکل اصلی در بحث فناوری و استارت‌آپ‌ها ضعف بستر فرهنگی است به طوری که زمینه‌های فرهنگی برای این حیطه کسب و کار نوین در سطوح مختلف از جمله مردم عامه، سیاست‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی و مدیران صنایع فراهم نیست.

کریم الدینی موفقیت یک استارت‌آپ را در فروش محصول دانست و گفت: باید با راه‌اندازی دپارتمان‌های بازاریابی و از طرفی تبلیغات گسترده و در استان با هدف رونق تولید و حمایت از تولیدکنندگان داخلی میزان فروش این شرکت‌ها را افزایش داد.

مدیرعامل شرکت روشان کاوان داده هوشمند اراک در گفت و گو با ایرنا، گفت: این شرکت در بخش سامانه جامع گردشگری با راه‌اندازی یک اپلیکیشن تخصصی فعالیت می‌کند و در کمتر از یک سال کاربران زیادی را جذب کرده است.

«رضا خدادادی» افزود: اگرچه تبلیغات و اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی گامی اساسی در راستای حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی و یا دانش‌بنیان اما، در صورتی که ایده مطرح شده براساس نیازسنجی‌های کارشناسی انجام شود به تبلیغات گسترده وابستگی نیست و مردم به خوبی از ایده مذکور استقبال می‌کنند.

وی اضافه کرد: تمامی تاسیسات گردشگری کشور از قبیل جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی، هنری، طبیعی، مسیرهای دسترسی، آب و هوا و بهترین زمان برای بازدید از جاذبه‌های گردشگری نقاط مختلف کشور در اپلیکیشن شرکت روشان کاوه داده هوشمند طراحی شده و کاربران با مراجعه به این سامانه می‌توانند مکان و زمان سفر خود را مشخص کنند. مدیرعامل شرکت روشان کاوان داده هوشمند اراک ظهار داشت: این شرکت زیر نظر مرکز رشد پارک علم و فناوری استان فعالیت می‌کند و ضمن اختصاص یک مکان برای فعالیت این شرکت یک تسهیلات ۵۰۰ میلیون ریالی نیز از سوی پارک به این شرکت پرداخت شده و هشت نفر در این شرکت فعالیت می‌کنند.

مدیرعامل شرکت داده افزار روپل نیز گفت: ظرفیت‌های مطلوبی در شرکت‌های استارت‌آپی استان مرکزی وجود دارد که در صورت معرفی و تشریح فعالیت‌ها می‌تواند ترمیم‌گر بسیاری از چالش‌های اقتصادی و حل معضل بیکاری باشد اما همگرایی و معرفی فعالیت‌های این بخش ضروری است.

«معصومه غلامی» افزود: پارک علم و فناوری استان حمایت موثری در بخش ارائه تسهیلات از شرکت‌های استارت‌آپی دارد و شمار قابل توجهی از این شرکت‌ها به خصوص فعالان بخش خدمات نیازمند دریافت تسهیلات نیستند و باید تصمیماتی اتخاذ شود که تسهیلات به جای ارائه به شرکت‌ها به دستگاه‌ها و افرادی که به خدمات این شرکت‌ها نیاز دارند پرداخت شود.

وی ادامه داد: پرداخت تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان ممکن است در برخی از موارد به مشکلات آنها اضافه کند بنابراین ارائه این نوع تسهیلات به شرکت‌ها و دستگاه‌های بهره‌بردار می‌تواند ضمن تقویت سرمایه در گردش، امید و انگیزه را برای فعالیت گسترده‌تر و حتی جذب نیروی کار بیشتر فراهم کند.

مدیرعامل شرکت داده افزار روپل بیان کرد: قوانین دست و پاگیر در نهادهای مختلف اجرایی به خصوص در صدور مجوزها، بازارسازی و بازاریابی از مهمترین مشکلات شرکت‌های نوپای استارت‌آپی هستند که دولت می‌تواند با حل این مشکلات حمایت گسترده‌ای این شرکت‌ها داشته باشد.

غلامی ادامه داد: شرکت‌های استارت‌آپی با سرمایه ناچیزی راه‌اندازی می‌شوند و در صورت شکست هم با یک حمایت ناچیز و یا تزریق مبلغ ناچیزی تسهیلات و یا آورده داخلی می‌تواند سرپا شده و تلاش خود را دوباره از سر بگیرد، اما سرمایه‌گذاری در شرکت‌های بزرگ می‌تواند در شرایطی هزینه‌های بسیاری را برای حاکمیت و یا سرمایه‌گذاران ایجاد کند که جبران آن غیرممکن باشد.

وی درخصوص فعالیت شرکت داده افزار روپل و ایده نوینی این شرکت نیز گفت: این شرکت با استفاده از دانش‌های نوین علم داده به شرکت‌ها و نهادهای مختلف دولتی خدمات‌رسانی می‌کند، به این ترتیب که داده‌های شرکت‌های مختلف را می‌گیرد و با استفاده از الگوریتم‌های تخصصی آنها را تحلیل کرده و بازخوردش را ارائه می‌کند و براساس آن نهادهای دولتی بهترین راه برای خدمت‌رسانی با بیشترین بازدهی را انتخاب می‌کنند.

مدیرعامل شرکت داده‌افزار روپل اضافه کرد: این شرکت فعالیت خود را از یک سال قبل در استان آغاز کرده و چهار نفر در آن فعالیت می‌کنند.

استان مرکزی با ۲ هزار و ۸۰۰ واحد تولیدی و صنعتی به عنوان دومین قطب صنایع مادر تخصصی و چهارمین کانون صنعت کشور مطرح است.

این استان یکی از مناطق دانشجوپذیر کشور است که حدود ۱۰درصد از جمعیت یک میلیون و ۴۱۴ هزار نفری آن را جامعه دانشگاهی شامل می‌شود.

مرکز آموزش عالی در استان مرکزی فعال است که ۱۵ واحد معادل ۱۷ و ۶۵ صدم درصد از کل دانشگاه‌ها دولتی، ۱۳ واحد معادل ۱۵ و سه صدم درصد پیام نور، ۲۲ واحد معادل ۲۵ و ۸۸ صدم درصد آزاد اسلامی، ۲۴ واحد معادل ۲۸ و ۲۴ صدم درصد علمی- کاربردی و ۱۱ واحد یک و ۹ صدم درصد دانشگاه‌های استان نیز غیرانتفاعی هستند.

پارک علم و فناوری استان مرکزی در شهریورماه سال ۱۳۸۱ براساس مصوبه شورای عالی گسترش آموزش عالی، شروع به فعالیت کرده است و در دی ماه ۱۳۸۲، اولین مرکز رشد واحدهای فناور پارک علم و فناوری استان، فعالیت اجرایی خود را آغاز کرد. ۷۰ شرکت دانش‌بنیان در استان مرکزی فعالیت می‌کنند.

۱۰ ترفند برای رتبه‌گرفتن در گوگل با ویدئو

الگوریتم‌های گوگل طی سالیان گذشته تغییرات زیادی را به خود دیده‌اند و برای کاربران، این تغییرات خارق‌العاده بوده است. اکنون پیدا کردن اطلاعات مورد نیاز از طریق جست‌وجو راحت‌تر است و همه اینها به واسطه پیشرفت‌های الگوریتم‌های گوگل به دست آمده است، اما راحت شدن دسترسی به اطلاعات مرتبط تنها تغییر موتورهای جست‌وجو نیست و افزایش تمرکز روی محتواهای ویدئویی نیز تغییر بزرگ دیگری است که شاهد آن هستیم. اکنون در هر جست‌وجویی که انجام می‌دهید، می‌توانید ویدئوهای یوتیوب مرتبط با آن را مشاهده کنید.

بازاریابی ویدئویی هنوز هم یکی از ابزارهای ارزشمند برای تبلیغ کسب و کار است و مزایای دیگری نیز دارد. از جمله:

• محتوای ویدئویی موبایل فرندلی است. مشاهده یک محتوای ویدئویی در دستگاه موبایل از خواندن یک مقاله ساده‌تر است.

• این سبک محتوا در حال افزایش محبوبیت خود در میان کاربران است. به استناد آمارها، در سال ۲۰۱۹ حدود ۸۰درصد از مصرف جهانی اینترنت به محتوای ویدئویی اختصاص خواهد داشت.

فارغ از تمامی مزیت‌های محتوای ویدئویی که خود یک مطلب جداگانه را می‌طلبد، اما این محتوا نقش بسیار مهمی در سئو نیز دارد. گوگل این ترند مصرف‌گرایی جهانی را شناسایی کرده و الگوریتم‌های جست‌وجوی آن اکنون برای میزبانی از ویدئوها کاملا آماده و بهینه هستند.

در این مقاله می‌خواهیم ۱۰ ترفندی که در رتبه گرفتن با ویدئو به شما کمک می‌کنند را ذکر کنیم. استفاده از این ترفندهای گفته‌شده باعث می‌شود حضور قدرتمندتری در جست‌وجوها داشته باشید و سایت خود را برای کاربران بهینه کنید.

۱- محتوای باکیفیت

قبل از ذکر کردن هر ترفند و نکته‌ای، لازم است تاکید کنیم که کیفیت محتوا مهم‌ترین فاکتور در سئو و رتبه گرفتن در گوگل است، چرا؟ زیرا که از دیدگاه گوگل، تحویل دادن بهترین و مرتبط‌ترین محتوا، بهترین تجربه کاربری است که این موتور جست‌وجو می‌تواند به کاربرانش بدهد. محتواهای باکیفیت مشارکت کاربران را به دنبال دارند و این دقیقا همان چیزی است که گوگل می‌خواهد.

اگر ویدئوی‌تان باکیفیت و مفید باشد، مخاطبان آن را تا پایان تماشا خواهند کرد و سپس آن را با دایره دوستان و مخاطبان خود نیز به اشتراک می‌گذارند. این ترکیب خارق‌العاده از زمان صرف‌شده برای مشاهده ویدئو و بک‌لینک‌های به دست آمده دقیقا همان چیزهایی هستند که برای رتبه‌گرفتن در گوگل می‌خواهید.

۲- از یوتیوب استفاده کنید

اگر می‌خواهید ویدئو بسازید، بهتر است تولیدات خود را در یوتیوب قرار دهید. قرار دادن ویدئوها در یوتیوب نسبت به میزبانی شخصی از آنها، مزیت‌هایی برای شما دارد. اولین مزیت این است که یوتیوب در زمینه محتواهای ویدئویی محبوب‌ترین سایت جهان است. بنابراین شما با قرار دادن محتواهای خود در این سرویس می‌توانید از محبوبیت یوتیوب به نفع خود بهره ببرید و میزان بازدید از تولیدات خود را به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش دهید.

میزبانی از ویدئوها در سرورهای شخصی می‌تواند باعث کاهش سرعت بارگذاری سایت شود. سرورهای یوتیوب بهینه‌سازی شده‌اند تا در سریع‌ترین زمان ممکن ویدئوها را پخش کنند، بنابراین چرا شما از این مزیت بهره نبرید؟ در نهایت، قرار دادن ویدئوهای یوتیوب در سایت، شبکه‌های اجتماعی و هر جایی که شما اراده کنید بسیار ساده است.

البته این نکته را نیز باید در نظر داشته باشید که سرویس یوتیوب در ایران فیلتر است و محتواهای آن در سایت‌های ایرانی نمایش داده نمی‌شوند. آپارات شاید جایگزین خوبی برای مدیران سایت‌های ایرانی باشد. گستردگی آپارات قطعا به اندازه یوتیوب نیست، اما برخی مزیت‌های یوتیوب را در آپارات نیز می‌توان یافت.

۳- در عنوان از کلمات کلیدی استفاده کنید

همانند هر محتوای دیگری، رتبه گرفتن ویدئوها در نتایج جست‌وجو مستلزم استفاده از کلمات کلیدی مناسب است. اگر ویدئوی‌تان عنوان خوبی نداشته باشد، دیگر اهمیتی نخواهد داشت که چقدر خوب و مرتبط است و گوگل آن را به عنوان یک ویدئوی غیرمرتبط به درخواست کاربر در نظر می‌گیرد. از جمله برخی مکان‌های مهمی که می‌توانید از کلمات کلیدی در آنجا استفاده کنید، عبارتند از:

• عنوان ویدئو که در واقع همان عنوان صفحه است
• توضیحات ویدئو
• نسخه رونوشت (transcript) ویدئو

البته توجه داشته باشید که نباید به صورت افراطی از کلمات کلیدی در این مکان‌ها استفاده کنید. فقط باید مطمئن شوید که عنوان به موضوع ویدئو مرتبط است و حداقل از یک کلمه کلیدی اصلی در آن استفاده شده است.

۴- متادیتای ویدئو

از آنجایی که در مورد توضیحات ویدئو صحبت می‌کنیم، باید در مورد متادیتای ویدئو نیز صحبت به میان بیاوریم. منظور از متادیتا در اینجا مواردی مانند عنوان ویدئو، توضیح، تگ‌ها، ساب تکست، زیرنویس و . . . است. تمامی این موارد برای سئو اهمیت دارند؛ به خصوص اینکه گوگل برای تعیین میزان مرتبط بودن ویدئو به درخواست کاربر، محتوای آن را مطالعه می‌کند.

زمانی را به تکمیل متادیتای ویدئوهای خود اختصاص دهید و از کلمات کلیدی مرتبط استفاده کنید.

۵- نسخه رونوشت (TRANSCRIPT) اضافه کنید

رونوشت ویدئو نیز مهم است؛ به خصوص اگر بخواهید ویدئوهای آپلودشده خود در یوتیوب را به سایت اضافه کنید. فکر نکنید که اضافه کردن ویدئو به یک صفحه خالی کفایت می‌کند. خیر. برای این صفحه نیز باید محتوا بنویسید زیرا که گوگل این محتوا را می‌خواند.

ویدئوهای‌تان باید یک نسخه رونوشت و معرفی کوتاه داشته باشند. این کار کمک می‌کند تا الگوریتم‌های گوگل بهتر بتوانند ویدئو را درک کنند.

۶- طول ویدئو نیز مهم است

اینکه ویدئوی‌تان چند دقیقه یا چند ثانیه باشد هم اهمیت دارد. البته طول ویدئو مانند یک شمشیر دو لبه است. موتور جست‌وجوی گوگل قطعا محتواهای عمیق و بلند را ترجیح می‌دهد. به همین دلیل است که نتایج برتر محتوایی این موتور جست‌وجو اغلب بیش از ۱۰۰۰ کلمه طول دارند. همین موضوع برای محتواهای ویدئویی نیز صادق است.

اما از سوی دیگر، کاربران ترجیح می‌دهند تا ویدئوهای کوتاه تماشا کنند. هیچ کسی آنقدر وقت ندارد که برای فراگرفتن یک آموزش ساده، دو ساعت را به تماشای ویدئو بنشیند، بنابراین به جای اینکه یک ویدئوی ۲۰ دقیقه‌ای داشته باشید که هیچ کسی تمایلی به دیدن آن ندارد، آن چیزی که می‌خواهید به کاربران انتقال دهید را در یک ویدئوی دو دقیقه‌ای خلاصه کنید.

۷- بندانگشتی

بند انگشتی ویدئوها در سئو و ترافیک ارگانیک نقش مهمی ایفا می‌کنند. هرچند که گوگل می‌تواند به صورت اتوماتیک تصاویر بندانگشتی را تولید کند، اما بهتر آن است که خودتان این کار را انجام دهید. در این آموزش، گوگل دقیقا به شما می‌گوید که چگونه باید این کار را انجام دهید.

مجاب کردن افراد به کلیک روی ویدئو بسیار مهم است و بند انگشتی‌ها مانند قلابی هستند که با آن می‌توانید کاربران را به دام بی‌اندازید.

۸- ویدئوها را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید

یک روش خوب برای بهبود پروفایل آنلاین این است که ویدئوهای‌تان را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. هرچند که انجام این کار در بسیاری از موارد خیلی نمی‌تواند چاره‌ساز باشد، اما اگر ویدئوی تولیدی شما از طریق شبکه‌های اجتماعی به صورتی ویروسی منتشر شود، آن موقع است که خوش‌شانسی زنگ در خانه‌تان را به صدا در می‌آورد. شبکه‌های اجتماعی این روزها قدرتمندتر از قبل هستند و شما باید از قدرت آن‌ها به نفع خود استفاده کنید.

۹- بک‌لینک‌ها

اگر می‌خواهید در گوگل رتبه بگیرید، ساخت بک‌لینک مهم‌ترین کاری است که باید انجام دهید. اگر سایت‌های زیادی به محتوای شما لینک بدهند، گوگل این‌طور برداشت می‌کند که این محتوا بسیار ارزشمند، مقتدر و مرتبط است.

برای رتبه گرفتن ویدئوها در گوگل نیز باید از همین قاعده تبعیت کرد. ساخت بک‌لینک برای ویدئوها باعث می‌شود تا در رتبه‌های بهتری از موتورهای جست‌وجو ظاهر شوید. ساخت محتواهای ویدئویی باکیفیت افراد را به اشتراک‌گذاری آنها تشویق می‌کند، اما گاهی لازم است که مستقیما از کاربران بخواهید که ویدئوهای شما را در سایت‌های خود و شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند.

۱۰- سایت مپ ویدئو را به ثبت برسانید

اگر ویدئویی را در سایت خود قرار داده‌اید، باید مطمئن شوید که گوگل می‌تواند آن را پیدا کند. هرچند که گوگل شاید بتواند به صورت خودکار این محتوا را پیدا کرده و ایندکس کند، اما هیچ تضمینی برای آن وجود ندارد، بنابراین باید یک سایت مپ ویدئویی برای سایت خود بسازید. بعد از ایجاد سایت مپ، آن را در اینجا ثبت کنید. سایت مپ یک سینگال رتبه‌بندی برای گوگل نیست و به خودی خود نمی‌تواند باعث افزایش رتبه شود، اما به واسطه آنها گوگل می‌تواند سریع‌تر محتواهای ویدئوی شما را شناسایی کند.

منبع: daartagency

اخطار ابلاغیه اجرائیه

بدین وسیله به دانش درخشانی منش به شماره ملی ۰۰۶۴۶۳۱۲۵۷ به آدرس رباط کریم نوده خیابان رو به روی کوچه ۸ متری احداثی جنب پلاک ۲۶۱ ابلاغ می شود که باستناد اجراییه صادره از اجرای اسناد رسمی رباط کریم مبلغ ۲۱۸/۴۴۸/۳۶۶ ریال به انضمام حقوق دولتی متعلقه به شهرداری رباط کریم بدهکار می باشید که طبق مقررات علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۸۰۰۰۲۹ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور پست محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید اقدامات قانونی طبق مقررات علیه شما انجام خواهد گرفت.

کفیل اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم- ابوالفضل محمدحسینی

۶۰۰

اخطار ابلاغیه اجرائیه

بدین وسیله به حمید عیسی بیگلو فرزند یوسف به شماره ملی ۵۸۷۹۷۴۰۴۴۷ به آدرس رباط کریم الارد (پرندک) خیابان حافظ کوچه ۴، ابلاغ می شود که باستناد اجراییه صادره از اجرای اسناد رسمی رباط کریم مبلغ ۳۳/۸۳۰/۰۰۰ ریال به انضمام حقوق دولتی متعلقه به شهرداری رباط کریم بدهکار می باشید که طبق مقررات علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۸۰۰۰۵۹ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور پست محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید اقدامات قانونی طبق مقررات علیه شما انجام خواهد گرفت.

کفیل اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم- ابوالفضل محمدحسینی

۶۰۱

آگهی موضوع ماده ۳قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۰۷۶۵ و اصلاحی ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۱۳۳۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مصطفی تاجیک فرزند قدرت اله بشماره شناسنامه ۲۶۸ صادره از ورامین در ششدانگ یک قطعه زمین بابنای احداثی در آن به مساحت ۱۹۵/۸۶ متر مربع پلاک شماره ۶۳۹ فرعی از ۱۱۱ اصلی واقع در تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت محمد رضا عابدینی و صابر بختیاری فر (صابر عرب کرمانی) محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۹۸/۴/۳تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۸/۴/۱۸

۱۷۴م الف رئیس ثبت اسناد و املاک _محمد رحیم پور راینی

۶۰۴

آگهی تغییرات شرکت فولاد پایدار فیدار با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۷۱۹۶۶ و شناسه ملی ۱۴۰۰۴۸۹۷۰۵۶

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۸,۰۲,۰۹ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : معصومه ابوترابی به شماره ملی ۵۳۸۰۰۶۷۹۴۸ با پرداخت ۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال به صندوق شرکت در زمره شرکا قرار گرفت . حیدر صفری به شماره ملی ۰۰۷۷۱۰۷۰۳۹ با پرداخت مبلغی به صندوق شرکت سرمایه خود را به ۸۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش داد . سرمایه شرکت از۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ریال به ۱۴۹,۰۰۰,۰۰۰ریال افزایش یافت و ماده اساسنامه اصلاح یافت . لیست شرکاء و میزان سهم الشرکه هر یک پس از افزایش به شرح زیر می با شد : لبخند مجتهد جابری به شماره ملی ۰۰۶۴۰۷۳۰۷۶ دارنده ۴۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال حیدر صفری به شماره ملی ۰۰۷۷۱۰۷۰۳۹ دارنده ۸۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال معصومه ابوترابی به شماره ملی ۵۳۸۰۰۶۷۹۴۸ دارنده ۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۵۰۸۳۴۰)

دادنامه

بتاریخ: ۹۷/۱۱/۲۱ کلاسه پرونده ۶۵۰/۴/۹۷ شماره دادنامه: ۹۷-۷۷۵ مرجع رسیدگی کننده: شورای حل اختلاف شعبه ۴ خواهان: رضا پورمحرم به نشانی: نسیم شهر- خ ۴۵ متری امام خمینی- روبروی کلانتری پ ۲۵۰ خوانده: حمید شیخی به نشانی: مجهول المکان خواسته: مطالبه خسارت برابر نظریه کارشناسی به مبلغ ۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به احتساب هزینه دادرسی و کارشناسی گردشکار: پس از ارجاع پرونده به شورای حل اختلاف شعبه ۴ و ثبت ان و جری تشریفات قانونی در وقت مقرر و ارسال پرونده قاضی شورا پرونده کلاسه فوق در وقت فوق العاده تحت نظر امضاکننده ذیل قرار دارد. قاضی شورا با بررسی محتویات پرونده و طبق ماده ۱۱ قانون اصلاح تشکیل شورای حل اختلاف ختم رسیدگی را اعلام و بشرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید: رای قاضی شورا: درخصوص دادخواست خواهان رضا پورمحرم بطرفیت خوانده حمید شیخی بخواسته مطالبه خسارت به مبلغ ۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال با احتساب هزینه های دادرسی / کارشناسی با عنایت به اوراق و محتویات پرونده و دادخواست تقدیمی خواهان نظریه کارشناس تصادفات راهنمایی و رانندگی و عدم حضورخوانده علیرغم ابلاغ قانونی و عدم ارسال لایحه و معرفی وکیل شورا خواسته خواهان را وارد تشخیص داده و مستندا به ماده ۱ و ۲ قانون مسئولیت مدنی و مواد ۵۱۹و ۱۹۸ قانون آئین دادرسی مدنی و ماده ۹ قانون شوراهای حل اختلاف حکم بر محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و پرداخت ۱/۳۴۵/۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و همچنین پرداخت هزینه کارشناسی در حق خواهان صادر و اعلام می دارد. رای صادره غیابی بوده و ظرف مهلت بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین شعبه و پس از آن ظرف مهلت بیست روز قابل اعتراض در دادگستری محترم شهرستان بهارستان می باشد.

قاضی شورای حل اختلاف شعبه ۴ بهارستان- جواد یدائی امناب

۵۹۳

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

برابر رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۱۷۱۸۰۰۰۰۳۴۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اداره سه اهواز تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم ماهی معربی فرزند جهید بشماره شناسنامه ۵۴۵۱ صادره از اهواز در یک باب ساختمان به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک ۱ فرعی از ۱۳۵۷ باقیمانده واقع در کوی علوی خیابان بهداشت بین بلوار ۶۸ متری و کیان پلاک ۱۳ خریداری از مالک رسمی ستاد اجرای فرمان امام (ره) بصورت عطیه مقام معظم رهبری محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضائی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

(تاریخ انتشار نوبت اول :۹۸/۴/۳) (تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۴/۱۸)

شماره م/الف: ۵/۹۵۹رئیس ثبت اسناد و املاک –بهنام قادریان

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۵۸۸۰ مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۳و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم دل اراه اکبری قرائی فرزند اسد بشماره شناسنامه ۴۱۷ صادره از ماسال در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۷۲۱/۱۷ متر مربع مشتمل بر یک باب خانه و انبارى کلا به مساحت ۱۶۴/۸۶ مترمربع پلاک ۱۳۶ فرعی از ۲۸ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۱ فرعی از ۲۸ اصلی واقع در قریه قران بخش۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی آقای فتح اله اکبری محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۰۳/۱۹تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۰۴/۰۳

ارمان کاظمی –رئیس ثبت اسناد و املاک

دادنامه

تاریخ رسیدگی ۹۸/۲/۳۱ شماره پرونده ۸۱۸/۸/۹۷ شماره دادنامه: ۹۸-۱۶۸ مرجع رسیدگی: حوزه هشتم شوراهای حل اختلاف مرکزی رباط کریم خواهان: توران لالکی باز به نشانی رباط کریم تقی آباد خ شهدا شاهد ۳۰ پلاک ۱۵ طبقه ۳ خواندگان: حسن مهرآبادی به نشانی مجهول المکان خواسته: الزام به تنظیم سند گردشکار: به تاریخ پرونده کلاسه در ۸۱۸/۸/۹۷ در وقت فوق العاده /مقرر تحت نظر قرار گرفت با بررسی مجموع محتویات پرونده و با ملحوظ نظر قرار دادن نظریه مشورتی مورخ اعضا محترم شعبه هشتم با اعلام ختم رسیدگی به شرح ذیل مبادرت به صدور رای می نماید. رای قاضی شورا: در خصوص دعوی توران لالکی باز بطرفیت آقای حسن مهرآبادی به خواسته الزام به تنظیم سند رسمی اتومبیل سواری با عنایت به مستندات ابرازی خواهان و مبایعه نامه پیوست دادخواست و ابلاغ وقت رسیدگی و عدم حضور خوانده علیرغم ابلاغ وقت رسیدگی فوق ماده ۷۳ قانون ایین دادرسی مدنی خواسته خواهان محمول بر صحت تلقی و خوانده به تنظیم سند رسمی اتومبیل سواری پراید ۲۷م ۹۸۷ ایران به شماره موتور ۱۵۲۱۰۲۶ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۵۲۰۵۶۳۲ الزام می گردد رای صادره غیابی و ظرف ۲۰ روز قابل واخواهی و پس واخواهی ظرف ۲۰ روز بعدی قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم عمومی می باشد.

قاضی شعبه هشتم شورای حل اختلاف شهرستان رباط کریم

۵۹۱

عبور از پیچ تحریم‌ها

تبدیل تهدید به فرصت

پرویز کرمی - مشاور رئیس بنیاد ملی نخبگان

عدو شـود سـبب خیر اگر خدا خواهد. تحریم‌های ناجوانمردانه آمریکا هم، اگر ما هوشـیارانه عمل کنیم، می‌تواند خیری عظیم و ماندگار برای‌مان به ارمغان بگذارد. همچنان که نمونه‌های بسیاری از آن را در حوزه‌های مختلف فناوری و صنعتـی در کشـور دیده‌ایم. در واقع آنچه زیرکان عالم درباره تبدیل تهدید بـه فرصت گفته‌اند، امروزه نیز می‌تواند برای کشور ما اتفاق بیفتد.

اول اینکه اگر بخواهیم وابسـتگی اقتصادی‌مان را به نفت و خام‌فروشـی منابع قطع کنیم، فرصتی از این دسـت به نقدتر نخواهیم یافت. به لحاظ نظری سال‌هاست بر عدم وابستگی به نفت تاکید می‌کنیم و مسئولان کشور دهه‌هاست که آرزوی تحقق اقتصاد بدون نفت را در سر می‌پرورانند، اما در عمل همه می‌دانند که به این سادگی‌ها ممکن نیست و احتیاج به فراهم آمدن مقدمات فرهنگی - سیاسی - اقتصادی دارد. مهمترینش مقدمات فرهنگی - اجتماعی است. سـخت بتوانیم از تلقی‌های عوامانه بگذریم و بار گران اصلاح سـاختار اقتصادی را بر دوش بگذاریم. به‌خصوص اینکه آموزه‌های غلط دنیای مدرن ما را از فضیلت‌هایی چون قناعت و دوری از تجمل بازداشته است.

مسـئولان کشـور معترفند که اسـم ریاضت اقتصـادی را نمی‌توانند ببرنـد و حرف از تحمل سـختی‌های دوره‌ای نمی‌توانند بزنند. در بعضی عرصه‌ها مسـئولان رسـما فقط برای اینکه سنت‌های سـابق را نشکنند و روی دست خود هزینـه تغییر و تحول نگذارنـد، تن به تصمیمات و اجرای طرح‌هایی می‌دهند که از پیش نادرستی‌شـان را می‌دانند. فی‌المثل همه می‌دانند که این نحوه توزیع یارانه‌های نقدی نادرسـت اسـت و کشـور را از اجرا یا تکمیل پروژه‌های عمرانی بازمی‌دارد. ما ماهیانه ۳هزار میلیارد تومان به حسـاب مردم می‌ریزیم که نصف بیشترشـان اصلا نیازی به این پول ندارند. با ماهی ۴۰هزار تومان نصف بیشتر مردم نه پولدار می‌شوند و نه بی‌پول، با این حال حذف یارانه نقدی بار گرانی اسـت که هیچ مسـئولی حاضر نیست شانه زیر آن بدهد. فلذا در عمل نه‌تنها هدفمندی صورت نمی‌گیرد، بلکه مقدار قابل توجهی از پول کشور حیف و میل می‌شود.

شـبیه به همین قصه در بعضی از مناسـبات مالی و اداری کشور حکمفرماست. بدنه دولت بزرگ و وسیع شده و در بعضی موارد اسـراف و تجمل بالا رفته. جلوگیری از این اسـراف‌ها که تبدیل به رویه و تشریفات شده‌اند، سخت است و احتیاج به یک عزم ملی دارد تا اصلاحات سـاختاری صورت گیرد. برای همین در حالت عادی نه‌تنها اقتصاد بدون نفت محقق نمی‌شـود، بلکه دیگر اصلاحات نیز به تعویق می‌افتد. شـاید حالا که آمریکا دست به تحریم‌های گسترده زده، این فرصت تاریخی برای ما فراهم شـود تا آن کارهای به فردا موکول‌شـده را همین امروز انجام دهیم. خصوصا موقعیت مناسبی است تا از شیوه‌های استارت‌آپی و دانش‌بنیان بهره بگیریم و هزینه‌های اصلاحات اقتصادی - سیاسی و اجتماعی را به پایین‌ترین حد ممکن برسانیم.

در ایـن قضیـه ما به‌تنهایی نمی‌توانیم از پس چنین کاری بربیاییم. جلوتر گفتـم که احتیاج به عزم و همت ملی و تکیه بر اصلی‌ترین منبع سازندگی کشور یعنی میدان دادن و امید داشتن به نیروی خلاق جوان و پرانگیزه کشور دارد. الان اضافه می‌کنم که باید فراخوان داد و با اتحاد و همدلی تمام نیروهای نخبه و دانشمند و متخصص را دعوت کرد تا با یکدیگر تشریک مساعی کنند و کشور را در عبور از وضعیت فعلی کمک کنند.

استارت‌آپ‌های بوت استرپ، کسب‌وکارهای ایمن و آینده‌ساز

منصور کیارش - کارشناس برندینگ

بسـیاری از اسـتارت‌آپ‌ها، نمی‌توانند در طولانی‌مدت موفقیت کسـب کنند و اکثر آنها با شکست روبه‌رو می‌شوند، دلیل آن نیز روشـن است، مدیران عاملی که همگی جوان هستند و تنها راه موفقیت کسب‌وکارشان را جذب سرمایه، تبلیغات سـنگین و پرهزینه و موفقیت میلیاردی می‌دانند، حال‌آنکه این‌چنین اتفاقی تقریباً رخ نخواهد داد. از طرفی سـرمایه‌گذاران، دوست دارند به سراغ کسـب‌وکارهایی بروند که برای ادامه حیات و رشد، به نیروهای دیگری نیازمند نباشـند و در حقیقـت، «بدون عصا راه بروند.» سـرمایه‌گذاران پیش از هر چیز، سـلامت اقتصادی کسـب‌وکارها را می‌سـنجند و سـودآوربودن فرآیندها، اولویت دوم برای آنهاست. چه شـاخصی را می‌توان برای سلامت اقتصادی یک کسب‌وکار مثال زد؟ در پاسخ می‌بایست به کسب‌وکارهای بوت استرپ اشاره کرد، این کسب‌وکارها، نمونه بارز طراحی صحیح فرآیندهای کاری و مدیریت حرفه‌ای کسب‌وکار هستند.

بوت اسـترپ (BPO) چیسـت؟ بوت اسـترپ در اصلاح کسـب‌وکار، به معنای آن اسـت که یک بنگاه اقتصادی، بدون نیاز به وام یا سـرمایه‌گذاری خارجی، توانسـته باشد از پس هزینه‌های اصلی و رشد خود برآید. در حقیقت یک کسب‌وکار BPO، بدون حتی واردکردن یک ریال هزینه به فرآیند، توانسته است با استفاده از درآمد حاصل از فروش، خود را رشـد دهد. کسب‌وکارهای بوت‌استرپ، چگونه هستند؟ موفقیت بوت‌استرپ‌ها، در گرو ایجاد یک تجربه آسان و بدون دردسـر برای مشتریان و کاربرانش اسـت. این مهم زمانی رخ می‌دهد که کسب‌وکار توانسته باشد هزینه‌های اجرایی و فرآیندی را تا حد مقبولی کاهش دهد، ازاین‌رو یک بوت استرپ غالباً این شرایط را دارا است:

• استارت‌آپ‌های بوت‌استرپ خدمات ابری ارائه می‌دهند. • ارائه دمو از محصول به مشتریان و مجاب‌کردن به خرید پس از استفاده رایگان، یک پایه بسیار مهم در اجرا خواهد بود.

• کمپین‌های تبلیغی گران‌قیمت را در فرآیند حذف می‌کنند.

• مدت‌زمان زیادی را برای رسیدن به بلوغ صرف می‌کنند.

خدمات ابری یا خدمات براساس جابه‌جایی در شهر؟

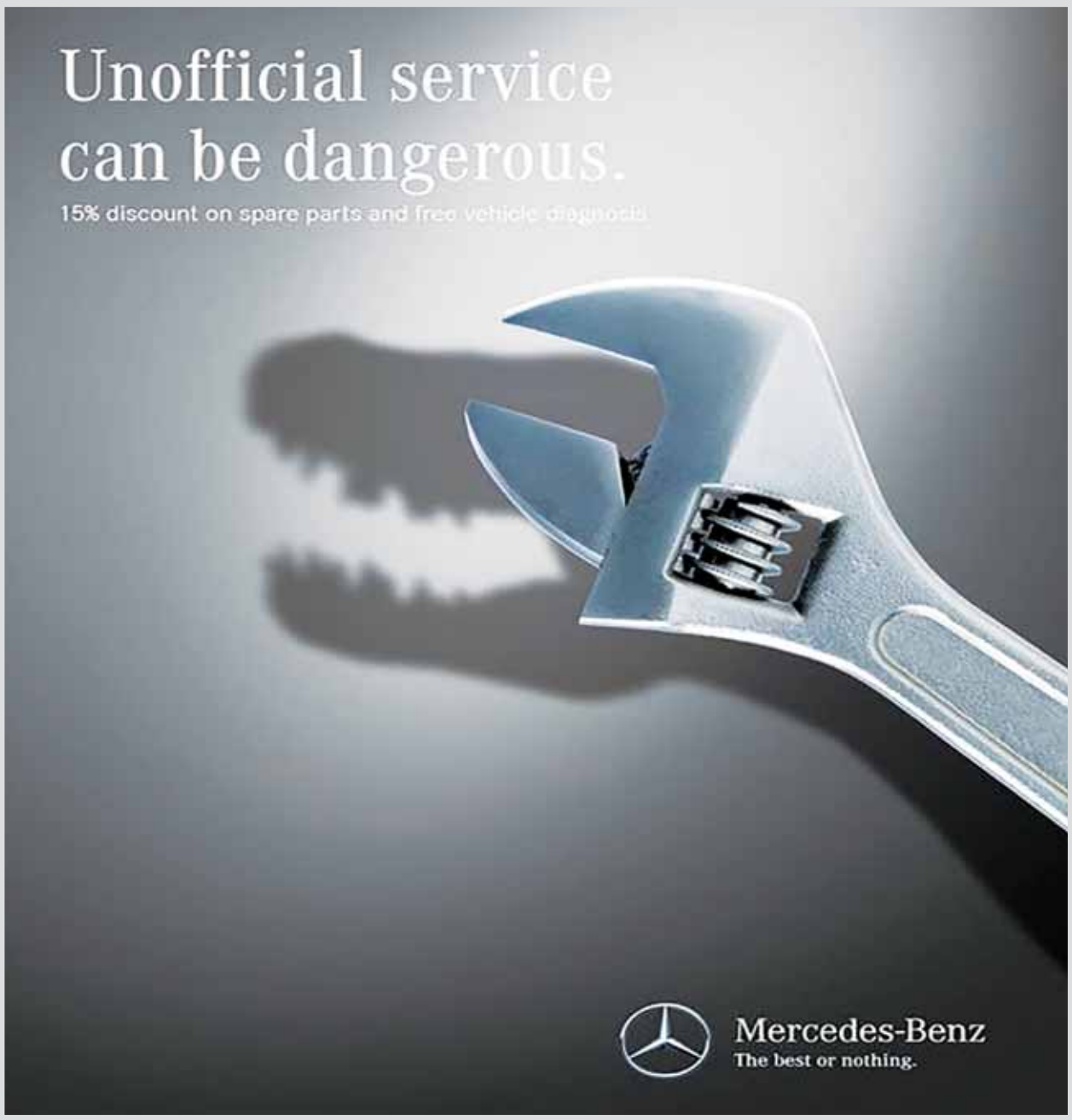
خدمات لجسـتیکی مانند دریافت و ارسـال در شـهر، به دلیل اشتغال ذهنی و زمانی اسـتارت‌آپ‌ها به فرآیندهای ارسـال، دریافت، رانندگان، رضایت مشتری از تحویل و هزاران مشکل دیگر، می‌تواند استارت‌آپ را دچار بحران جدی نیروی انسانی کند و توان ادامه‌دادن به مسیر موفقیت بدون جذب سرمایه را نخواهد داشت. البته گفتنی است که این اتفاق، در اسـتارت‌آپ‌هایی نظیر خشکشـویی تکواش، قهوه تو و چندین مورد بنگاه اقتصادی موفق دیگر نیز رخ داده است، لیکن این دستاورد، به‌راحتی و همیشگی نخواهد بود.

یک بوت‌استرپ باید بتواند به‌سرعت نمونه‌ای رایگان از خدماتش را به کاربران ارائه کند تا آنها بتوانند تجربه خوب محصول اصلی اسـتارت‌آپ را به‌سرعت و سـهولت تجربه کنند. این اتفاق زمانی بسیار روبه‌جلو و سریع اتفاق می‌افتد که کسب‌وکار تأخیر ارسال، دریافت و حتی عدم آنالیز مصرف‌کننده در حین استفاده را از فرآیندها حذف کرده باشد.

زمانی که یک استارت‌آپ پول زیادی در دامان خود ببیند، می‌تواند از خلاقیت در اجرای انواع کمپین‌ها بهره ببرد. هرچند که این کار، اصلاً ارتباطی به موفقیت یا عدم موفقیت آن ندارد. (همانطور که این افت را در صنعت بیمه آنلاین مشاهده کردیم، کمپین‌های پرحجم و رقابتی و پس از مدتی افت قابل‌توجه فعالیت‌های تبلیغاتی)

یک بوت‌اسـترپ، می‌بایسـت کمپین‌های تبلیغاتی را کوچک انتخاب کند و از فضای دیجیتال برای آشـنایی برند اسـتفاده کند تا بتواند به‌خوبی میزان بازگشـت سـرمایه را اندازه‌گیری کند. اگر به دنبال سـرمایه‌گذاری هستید، به کسب‌وکارهایی مشغول شوید که سرمایه‌گذاران آنها را دوست دارند! سرمایه‌گذاران دوست دارند کسب‌وکار، روی پای خودش بایسـتد و تجربه تبلیغات موفق و مؤثر را داشـته باشد. سـرمایه‌گذار، همواره این ترس را خواهد داشت که آیا سرمایه‌ای که وارد یک بنگاه می‌شود، اگر بازار را تحت تأثیر قرار نداد، می‌تواند به چرخه حیات آن بازگردد یا خیر.

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
دوشنبه | ۳ تیر ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۳۷ | 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: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



آیا قبل از یافتن شغلی دیگر می‌توانیم استعفا دهیم؟

احسـاس می‌کنید که نمی‌توانید کار خود را به دلیل مسـائل مالی ترک کنید. شـاید حق با شـما باشـد، اما شـاید هم نباشد. صـرف نظر از آنچه اکنون بـه آن اعتقاد دارید، کار فعلی‌تان دیگر برای شـما مناسب نیست. رئیس‌تان به شـما استرس می‌دهد یا احسـاس می‌کنید این موقعیت نسـبت به توانایی‌های شما بسیار کوچک اسـت. گام منطقی بعدی استعفادادن است، اما نمی‌دانید چگونه این کار را انجام دهید. شـما از ایده ارسال استعفانامه خود به رئیس‌تان وحشـت دارید. از سوی دیگر، نگران این هستید که چگونه صورتحسـاب خود را پوشش دهید. پس چه کار باید انجام دهید؟

شـما اجازه می‌دهید فکر اسـتعفا هر روز بدون اینکه کاری در موردش انجام دهید ذهن شـما را درگیر کند و امیدوار هسـتید یک روز پاسـخ را پیدا کنید. حقیقت این اسـت که ترک شـغل بدون داشـتن شغلی دیگر امری آسان نیسـت، اما با برنامه‌ریزی، انتخاب‌هایـی انجـام خواهید داد که بـرای شـرایط‌تان بهترین هستند، در این مقاله توضیح می‌دهیم که چرا استعفادادن از شغل خود بدون داشتن پیشنهاد دیگری انتخاب مناسبی برای شماست.

۱.به یاد داشته باشید که فقط نیاز به اجازه یک نفر دارید

تـرک یـک کار به خصوص زمانی که درآمـد بالایی دارید کار آسـانی نیسـت. شـما می‌خواهید از کار خود بنا به دلایلی که در ذهن‌تان هسـتند اسـتعفا دهید، پس چرا باید از هر کس دیگری درخواست اجازه کنید؟ در عوض به نظرات دیگران توجهی نکرده و خود تصمیم بگیرد.

برای متمرکز بودن، اسـتعفا از کار خود را برای سـه تا شـش مـاه آینده به هدف تبدیل کنید. داده‌ها نشـان می‌دهد که درصد رسـیدن به یک هدف با نوشتن آن به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابـد. هنگامی‌که متعهد به ترک شـغل خود هسـتید، کمتر وابسته به نظرات دیگر خواهید بود.

۲. با تغییر دیدگاه خود ترس را از بین ببرید

تـرس از ناشـناخته‌ها را بپذیرید. جالب اسـت بدانید بعضی از مردم از سـخنرانی عمومی بیشتر از مرگ وحشت دارند. بیایید با حقیقت روبه‌رو شـویم، ترک کردن شغل کاری وحشتناک است، اما این ترس نباید مانع از اقدام شما شود.

در عوض، دیدگاه خود در مورد استعفا از کار را تغییر دهید. به عنوان مثال، یک لیست مقایسه برای ماندن و ترک کار خود ایجاد کنید. هنگامی‌که متوجه شدید در یک طرف جنبه منفی بیشتری دارید، ترس شما کمتر جلوه خواهد کرد.

۳. منتظر نمانید تا استراتژی کامل داشته باشید

اکثر مردم بر این باورند که برای اسـتعفای کار خود نیاز به یک برنامـه کامل دارند، اما این دور از حقیقت اسـت. آیا می‌دانید چه چیزی ارزشمندتر از شغل و یا پول‌تان است؟ سلامتی.

تحقیقات نشان می‌دهد که شغل‌های استرس‌زا به صورت مداوم واکنـش مبارزه یـا فرار را تحریک می‌کنند. ایـن واکنش در بدن شـما تأثیراتی منفی خواهد گذاشت که منجر به مسائل سلامتی در درازمدت می‌شود. در حالی‌که درآمد پایدار مهم است، داشتن یک شغل پر از استرس برای سلامتی شما مضر است.

اما اگر سالم هستید، از این دانش استفاده کنید تا هرچه زودتر یک اسـتراتژی خروج از شـغل سـمی خود ایجاد کنید. علاوه بر سلامت شـما، دلایل دیگری نیز وجود دارند که باید هرچه زودتر استعفا دهید:

شما کنترل کامل برنامه خود را ندارید

مشاغلی هستند که بیش از حد از شما کار می‌کشند، به‌ویژه اگر در موقعیت بالاتری قرار داشـته باشید. ما همیشه می‌توانیم برای هر چیزی وقت کنار بگذاریم، اما یک کار پرتقاضا ممکن اسـت از این امر مستثنا باشد. مشکل چنین شغلی این است که در بیشتر روزها جلسات پشت سر هم دارید.

مطمئناً، شـما می‌توانید برخی از جلسـات را کنسل کنید، اما به‌هرحـال تعیین تاریخ مصاحبه برای شـغل جدیـد را برای‌تان دشـوار می‌کند. اگر این شـرایط در مورد شـما صدق می‌کند، از شـغل خود اسـتعفا بدهید تا بتوانید بر پیدا کـردن کاری جدید تمرکز کنید.

شما نمی‌توانید جست‌وجوی شغلی خود را محرمانه نگه دارید

اگرچه هزاران شرکت برای انتخاب وجود دارد، شما ممکن است در یـک صنعت تحت نظر کار کنیـد. به همین دلیل، بدون اینکه رئیس‌تان متوجه شود، یافتن شغل جدید دشوار خواهد بود.

اگـر رابطه خوبی با رئیس‌تان دارید، این امر مسـئله‌ای نخواهد بود، اما اگر رئیس‌تان شـما را تحت نظر گرفته اسـت، بهتر است قبل از درخواست شغلی جدید شغل فعلی خود را ترک کنید.

۴. برای ایجاد یک برنامه به سؤالات زیر پاسخ دهید

در ادامه یک لیست ساده از سوالاتی که به شما کمک می‌کند تا از کار فعلی خود خارج شوید را با شما به اشتراک می‌گذاریم. در وهله اول ببینید که آیا نیت شما برای ترک شغل‌تان یک تصمیم قطعی اسـت یا خیر. درگیر بودن با این ایده، تنها دسـت به اقدام زدن در این روند طولانی‌تر می‌کند.

اگر می‌دانید مهارت‌هایی دارید که برای یافتن شـغل کمک‌تان می‌کند، تخمین بزنید چه مدت زمان لازم است تا یک کار جدید پیدا کنید. برای اکثر مردم، این پروسه می‌تواند از سه تا شش ماه طول بکشد. با دانسـتن این امر می‌توان پیش‌بینی کرد که چقدر باید ذخیره کنید و چه تعداد درخواست کاری باید ارسال کنید.

اگر همسـر خانه‌دار هستید این مزیت را دارید که بدون نیاز به ذخیره از شـغل خود اسـتعفا دهید. این سؤالات را قبل از استعفا از شغل پاسخ دهید:

- چه مدت می‌توانید هزینه‌های خود را پوشش دهید؟
- اگر امروز اسـتعفا دهید، در سـه تا شش ماه آینده چه کار می‌کنید؟
- به چه نوع کاری می‌خواهید منتقل شوید؟
- این سـه ماه گذشـته چگونـه در خودتان سـرمایه‌گذاری کرده‌اید؟

این سؤالات به شما کمک می‌کند تا زمانی که کار خود را ترک کردید، بازده داشـته باشـید. مهم‌تر از همه، این سؤالات به شما کمک می‌کند تا شغلی را که دوست دارید پیدا کنید. اغلب افراد، مشاغل خود را ترک می‌کنند اما دوباره وارد شغلی مشابه می‌شوند و در همان سناریو قرار می‌گیرند.

۵. برای پیدا کردن شـغل مورد علاقه خود در همه‌چیز ریسک کنید

آن‌گونـه که روزهای‌مـان را می‌گذرانیم، همان‌گونه اسـت که زندگی‌مان را می‌گذرانیم.

- آنی دیالد

ممکن اسـت صرف انرژی زیاد برای بیرون آمدن از شـغلی که از آن متنفرید به نظر بیهوده برسـد، اما ارزشـش را دارد. گذشته از مسائل مربوط به سـلامت، کار کردن در شغلی که از آن نفرت دارید، اتلاف وقت است. شـما از توانایی و مهارت‌های کامل خود استفاده نخواهید کرد و زندگی شادی نخواهید داشت.

داده‌ها نشان می‌دهد که به طور متوسط افراد ۴۸۰۵ روز کار و ۳۶۸ روز صرف وقت‌گذراندن با دیگران می‌کنند. اگر این اطلاعات شـما را نمی‌ترساند تا شغل خود را هرچه زودتر ترک کنید، هیچ چیز دیگر این انگیزه را به شما نخواهد داد.

بـه همین دلیل مهم اسـت که خـود را با افراد شـگفت‌انگیز که به پیشـرفت‌تان کمک می‌کنند، احاطـه کنید. گوش‌دادن به پادکست‌ها، خواندن کتاب‌ها و شبکه‌سازی با افرادی که در سطوح بالاتر از شـما قرار دارند به شـما کمک زیادی خواهد کرد. انجام تمام این فعالیت‌ها به شـما کمـک خواهد کرد که زندگی خود را در چشم‌انداز قرار دهید.

هرچه بیشتر برای پیشـرفت خود تلاش کنید، اعتماد به نفس بیشتری خواهید داشت. هنگامی‌که اعتماد به نفس بیشتری دارید بیشتر به خودتان ارزش می‌دهید و کمتر شغلی را که از آن نفرت دارید تحمل می‌کنید.

برای بهبود شغل خود شجاعت داشته باشید

آیا می‌توان بدون داشتن پیشنهاد شغل دیگر از کار خود استعفا داد؟ این سوالی است که تنها خودتان می‌توانید به آن پاسخ دهید، امـا مطمئناً در قلب خود می‌دانید که باید چکار کنید. خبر خوب این است که شـما اکنون یک طرح کوچک برای چگونگی بیرون آمدن از شغلی از آن متنفر هستید دارید.

اگـر لازم نیسـت منتظـر نمانیـد تـا کار دیگری بیابیـد، اما برنامه‌ریزی کنید. به یاد داشـته باشید، شما به اجازه هیچ‌کسی و استراتژی کامل برای انجام این جهش نیازی ندارید. ترک یک کار حتی با داشتن شغلی دیگر هرگز آسان نیست، اما ارزشش را دارد.

تصـور کنیـد هـر روز از بیدار شـدن و آغاز کـردن روز خود هیجان‌زده هسـتید. درحالی‌که اکثر کارمنـدان نیاز به قهوه برای سپری‌کردن روز دارند شما بدون آن هم پر از انرژی هستید. شغل خود را دوست دارید و نمی‌توانید شادتر باشید.

آیا این یک خیال‌بافی اسـت؟ البته که نه. شـما به سادگی یک اسـتراتژی مؤثر ایجاد کردید و دسـت به اقدام زدید. جهان برای شما است، اکنون بروید و شغل رویایی خود را پیدا کنید.

منبع: Lifehack/ucan