

در حالی که جریان بازار کشور متأثر از التهابات ناشی از ساماندهی بازار سوخت، روند رکود تورمی را تجربه می‌کند، ایجاد فراخوان‌ها و کمپین‌های مختلف اجتماعی در فضای مجازی و درخصوص مبارزه با گران‌فروشی، تخلّفات صنفی و مواردی از این دست، بیش از هر موضوع دیگری توجه مخاطبان را به خود جلب کرده است.

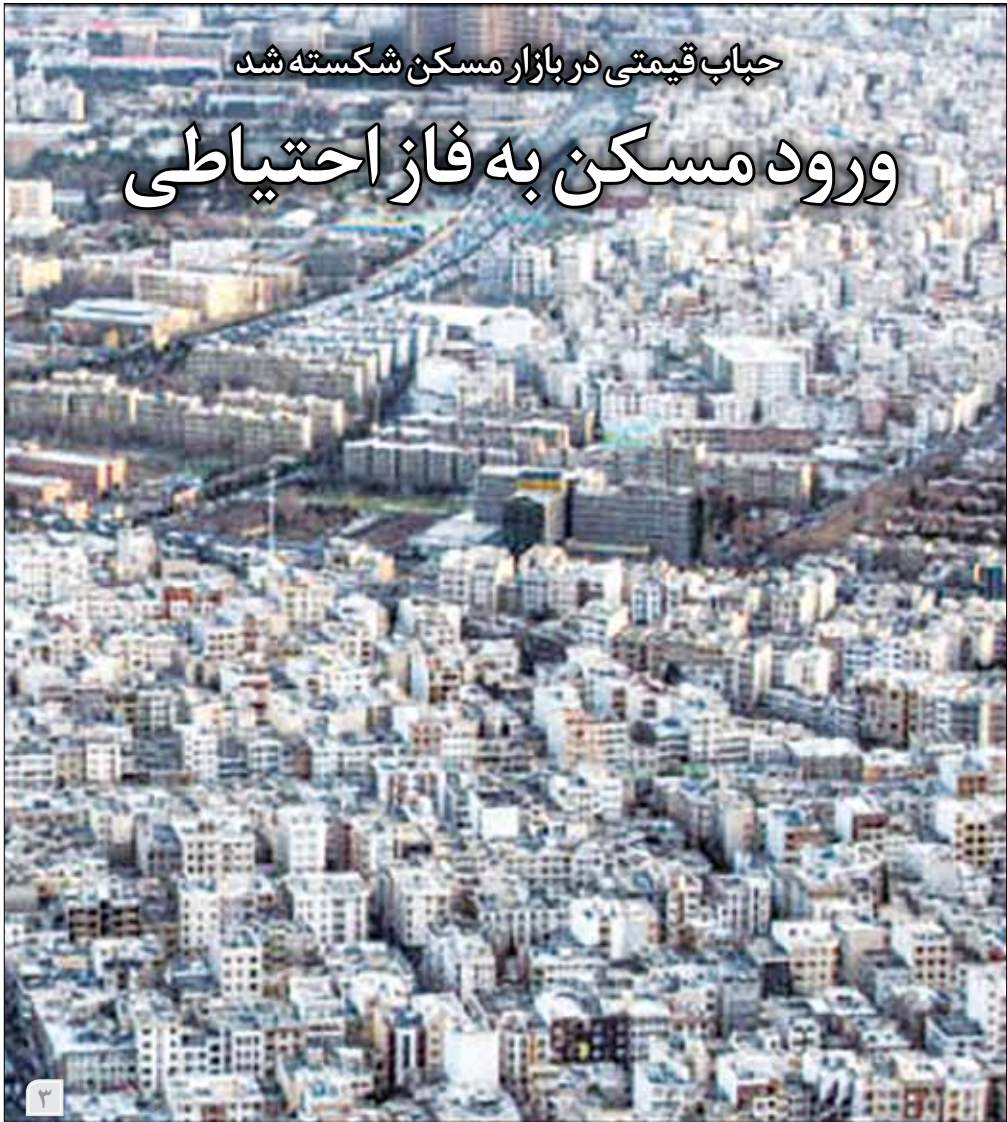
امروزه در دنیای مدرن، کمپین‌های فعال در عرصه مطالبات بحق مصرف‌کنندگان به عنوان یکی از کاربردی‌ترین فعالیت‌ها در حصول به مطالبات اجتماعی محسوب می‌شود. در این کمپین‌ها معمولاً موضوعاتی درخصوص مبارزه با گران‌فروشی، تحریم خرید محصولات زیان‌بار و خطرآفرین، ممنوعیت مصرف محصولات و تولیدات غذایی غیراستاندارد و... مشاهده می‌شود که نتایج حاصل از عملکرد آنها عموماً تمکین پنگاه‌های اقتصادی و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان بوده است. دو نکته مهم این کمپین‌ها، نخست توجه و احترام به قانون به عنوان اصلی‌ترین مبنای اجتماعی برای استمرار روند...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

حباب قیمتی در بازار مسکن شکسته شد

ورود مسکن به فاز احتیاطی



جهانگیری در شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری (عتف):

هیچ توسعه‌ای بالاتر از توسعه علم و فناوری نیست

معاون اول رئیس جمهور با اشاره به برنامه‌ریزی و پیشنهاد شورای عتف برای شکل‌گیری پهنه‌های علم و فناوری جهت استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان در اطراف دانشگاه‌ها و مراکز علمی در استان‌های مختلف کشور، تصریح کرد: این موضوع باید با همکاری و هماهنگی شورای عالی شهرسازی و معماری انجام شود و ملاحظات لازم مدنظر قرار گیرد تا هیچ تأثیر منفی و محدودیت و یا مزاحمتی برای زندگی مردم و ساکنین اطراف این پهنه‌ها ایجاد نشود.

در ادامه این نشست نیز معاون علمی و فناوری رئیس جمهور با تأکید بر ضرورت مشارکت هرچه بیشتر بخش خصوصی در توسعه علم و فناوری گفت: توسعه علم و فناوری باید از حالت دولتی خارج شده و شرکت‌های دانش‌بنیان حول دانشگاه‌ها و مراکز علمی شکل بگیرند.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات هم در این جلسه از دانشگاه‌ها و مراکز علمی کشور به عنوان مبدأ خلاقیت برای ارائه خدمات به جامعه یاد کرد و گفت: اتصال دانشگاه به بخش خدمات می‌تواند در ایجاد فرصت‌های شغلی و بهبود کیفیت زندگی مردم نقش موثری ایفا کند.

عاملی، دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی نیز با اشاره به اینکه در همه کشورها نقش بخش خصوصی در توسعه علم و فناوری و ثبت نوآوری‌ها بیشتر از دولت است اما متأسفانه بخش خصوصی ایران مشارکت لازم را در این زمینه ندارد، خواستار مشارکت بیشتر بخش خصوصی در این زمینه شد.

همچنین دکتر برومند، دبیر شورای عالی عتف نیز گزارشی از عملکرد حوزه پژوهش و فناوری ارائه کرد و گفت: تعداد ایده‌های تجاری‌شده در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد از ۵۸۷ ایده در سال ۱۳۹۱ به ۷۷۰۸ ایده در سال ۱۳۹۷ رسیده است.

او با اشاره به اینکه میزان فروش شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد از ۱۷۱ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۱ به ۹۷۰۰ میلیارد تومان در سال ۹۷ ارتقا یافته است، گفت: تعداد واحدهای فناور مستقر در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد ۷۸۶۴ واحد تا پایان سال ۱۳۹۷ بوده است در حالی که تعداد این واحدها در سال ۱۳۹۳، ۳۰۰۰ واحد بوده است.

به گفته برومند، تا پایان سال ۱۳۹۷ تعداد ۱۶۲۵ شرکت مستقر در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد واحدهای فناور موفق به دریافت تأییدیه دانش‌بنیان از کارگروه ارزیابی مربوطه شده‌اند، افزود: تعداد این شرکت‌ها در سال ۱۳۹۲ تنها ۱۱ مورد بوده است.

وی از ارتقای رتبه جهانی کمیت علم ایران و افزایش سهم ایران از کل کمیت تولید علم دنیا خبر داد و افزود: تعداد دانشگاه‌های ایرانی در نظام‌های بین‌المللی رتبه‌بندی در سال ۲۰۱۹ افزایش چشمگیری نسبت به سال ۲۰۱۴ داشته است.

طبق گزارش وزارت علوم، تعداد فناوران شاغل در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد به بیش از ۵۶ هزار نفر در پایان سال ۱۳۹۷ رسیده است که این عدد در سال ۱۳۹۱ تنها ۱۹ هزار نفر بوده و امروز قریب به ۸۰درصد شاغلین آنها را دارندگان مدرک کارشناسی به بالا دربر می‌گیرند. همچنین تعداد قراردادهای ارتباط با صنعت و دانشگاه ۳۰۳۵ قرارداد در سال ۱۳۹۲ به ۷۰۲۴ قرارداد در سال ۱۳۹۷ افزایش یافته و مبلغ این قراردادها که در سال ۱۳۹۲، ۳۳۵ میلیارد تومان بوده نیز در سال ۱۳۹۷ به ۱۷۷۳ میلیارد تومان افزایش یافته است.

در ادامه این نشست نیز که وزرای علوم، آموزش و پرورش، رئیس نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها و روسای فرهنگستان‌های زبان و ادب فارسی و علوم پزشکی حضور داشتند، رویکرد جدید پیشنهادی دبیرخانه شورای عالی عتف نسبت به توسعه مناطق ویژه علم و فناوری مورد بحث و بررسی قرار گرفت و دبیر شورا ضمن ارائه گزارشی از روند فعلی ایجاد منطقه ویژه علم و فناوری و چالش‌های کلیدی در شکل‌گیری و عملیات مناطق ویژه علم و فناوری در کشور، به بیان نکات مثبت طرح پیشنهادی دبیرخانه پرداخت.

شفافیتی که در لایحه بودجه ۹۹ هم نیامده است

وضعیت حقوق و مالیات کارکنان در سال آینده

اگرچه لایحه بودجه هنوز به مرحله بررسی نهایی در مجلس نرسیده و احتمالاً در بهارستان، تغییرات زیادی را به خود خواهد دید، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد در...

بازگشت ایران به فهرست سیاه «گروه ویژه اقدام مالی» تکذیب شد

ماجرای FATF و ایران

کمتر از یک ماه و اندی تا بهمن‌ماه و ضرب‌الاجل FATF درباره ایران باقی مانده است. درحالی که هر روز اقتصاددانان و فعالان اقتصادی درباره لزوم پیوستن ایران به «گروه ویژه اقدام مالی» سخن می‌گویند، اما متأسفانه این اتفاق هنوز رخ نداده و دو لایحه دولت در مجمع تشخیص مصلحت نظام همچنان بلا تکلیف باقی مانده‌اند. ماجراهای خروج مارک ویلموتس و آندرا استراماچونی از فوتبال ایران در چند هفته گذشته، نمونه‌های واضحی از سخت‌تر شدن هرگونه تبادلالت مالی و بانکی ایران با جهان به‌واسطه تحریم‌های بانکی و استانداردهای FATF است. در همین حال، روز گذشته خبرهایی درباره بازگشت نام ایران به فهرست سیاه FATF منتشر شد، اما وزارت اقتصاد بلافاصله آن را تکذیب کرد. میثم امیری، رئیس مرکز اطلاعات مالی وزارت اقتصاد بار د...

ساختار بودجه با چه رویکردی اصلاح شد؟

مهمترین تحولات لایحه بودجه ۹۹

مدیریت و کسب‌وکار



انقلاب فولکس واگن؛ موتور الکتریکی یکپارچه‌صنعت خودرو را تغییر می‌دهد

- فضای کار اشتراکی، محیطی در مسیر تکامل کسب‌وکار
- مدیریت بحران؛ صداقت، مسئولیت‌پذیری
- استقبال از «شب یلدا» با اهداف بازاریابی
- موفقیت در بازاریابی محتوایی با ارزیابی عملکرد رقبا
- برنامه تبلیغاتی یوتیوب برای کاربران تلویزیون‌های هوشمند
- مشکلات، شکست‌ها و چالش‌های مدیران عرصه تکنولوژی

در میزگرد بررسی معضلات پژوهشی دانشجویان مطرح شد

از رابطه خان و رعیتی استاد و دانشجو تا قصه پرغصه گرنت‌های پژوهشی

۲۳ تا ۲۹ آذرماه، هفته پژوهش نام دارد؛ هفته‌ای که اغلب به بیان دستاوردهای پژوهشی و ارائه آمار و ارقام توسط مسئولان درباره طرح‌های تحقیقاتی و تعداد مقالات منتشرشده می‌گذرد. در نشستی که در خبرگزاری ایسنا به مناسبت هفته پژوهش برگزار شد، دانشجویان پژوهشگر از سایه سنگین ISI بر پژوهش‌های دانشگاهی، رابطه خان و رعیتی استاد و دانشجو و قصه پرغصه گرنت‌های پژوهشی سخن گفتند. آنها می‌گویند سایه ISI بر پژوهش‌های دانشگاهی سنگینی می‌کند، اشتغال پژوهشگران مسئله مهم دانشجویان محقق است و گاهی چالش‌هایی که میان استاد و دانشجو به بهانه‌های مختلف پیش می‌آید پژوهش را دشوار می‌کند. در این نشست، دکتر لیلا زارع، دانشجوی پسا دکترای فیزیولوژی پزشکی دانشگاه تربیت مدرس با بیان اینکه پژوهش می‌تواند باعث رشد اقتصادی، اجتماعی و حل بسیاری از مشکلات جامعه شود، گفت: با وجود اینکه گزارش‌های زیادی وجود دارد که نشان می‌دهد ما در تولید مقاله جایگاه بسیار خوبی داریم ولی هنوز به سطح تحقیق و پژوهش‌های کاربردی نرسیدیم. او یکی از دلایل باقی‌ماندن پژوهش‌ها در فاز بنیادی و کاربردی نشدن آنها را به تفاوتی که کشور ما با کشورهای دیگر در حال توسعه دارد، مربوط دانست و افزود: در کشورهای توسعه‌یافته، یک استاد می‌تواند گرنت‌های خیلی خوبی برای جذب دانشجویان پسادکترا دریافت کند، دوره‌های پسادکترا یک ساله نیست و فرد زمان کافی برای تحقیق دارد. متأسفانه در حال حاضر در کشور ما دوره‌های پسادکترا یک سال است و فرد در این یک سال نمی‌تواند پروژه خود را به اتمام برساند در نتیجه با پروژه ناتمام باقی می‌ماند و یا اینکه محقق پسادکترا بدون دریافت مزایای حقوقی مناسب و در شأن خود پروژه را ادامه می‌دهد. به گفته وی، هیچ تضمینی نیست اگر شخصی سه یا چهار سال هم به عنوان محقق پست دکترا کار کند، بتواند در آینده نزدیک موقعیت شغلی ثابتی داشته باشد و مشکلات خود را برطرف کند. برای دستیار پژوهشی یا استادیار و دانشیار شود. تعداد زیادی از دانشجویان هستند که سه یا چهار سال است که به عنوان محقق پسادکترا در حال فعالیت هستند و آینده شغلی آنها مشخص نیست.

همچنین علی سلطان‌زاده، دانشجوی دکتری فلسفه علم دانشگاه صنعتی شریف که به نمایندگی از دانشجویان پژوهشگر حوزه علوم انسانی حضور داشت، با بیان اینکه سایه ISI بر دانشجویان و استادان پژوهشگر در ایران سنگینی می‌کند، گفت: منطق ISI این است که یک سری موسسات دولتی در اروپا و آمریکای شمالی مثل بنیاد علوم آمریکا و موسسه ملی سلامت وجود دارند که برای نیازهای ۵ یا ۱۰ سال آینده خود برنامه‌ریزی می‌کنند تا مسائل و مشکلات خود را برطرف کنند. برای حل این مسائل و مشکلات به پژوهشگران کمک هزینه می‌دهند تا در این زمینه‌ها کار کنند. با توجه به این مسائلی که سازمان‌های دولتی بیان می‌کنند استادان به این مراکز پروپوزال می‌دهند و طرح پژوهشی خود را معرفی می‌کنند و متناسب با طرح پژوهشی خود کمک هزینه دریافت می‌کنند.

وی افزود: این موسسات با هزینه‌ای که دریافت می‌کنند، موضوعات مقالات ISI را تعیین می‌کنند. مشکل آنجایی به وجود می‌آید که می‌خواهیم پژوهش‌های ایران را براساس همان موضوعاتی که موسسات دولتی اروپا و آمریکای‌شمالی تعیین کرده‌اند ارزیابی کنیم. استادان برای ارتقا به ارائه مقاله ISI نیاز دارند و در برخی دانشگاه‌ها هم دانشجویان دکترا قبل از دفاع باید مقاله ISI یا پایان‌نامه خود منتشر کنند. این فشاری که بر روی پژوهشگر داخلی گذاشته‌ایم تا پژوهش‌های خود را با موضوعات خارج از کشور تطبیق بدهد مسیر ما را منحرف می‌کند.

وی با بیان اینکه برخی موسسات پژوهشی به پژوهشگران دستمزد می‌دهند، گفت: ما موسسه پژوهشی که به پژوهشگر بودجه بدهند داریم و معمولاً هم نهادهای نظامی برای بحث کسری خدمت در این حوزه فعال هستند. مشکلی که در علوم انسانی و علوم اجتماعی خیلی پررنگ می‌شود این است که در این پروژه‌های تحقیقاتی سیاست‌زدگی وجود دارد. عمدتاً، افرادی که ناظر این پروژه‌ها هستند افرادی هستند که نسبتی با علوم انسانی و علوم اجتماعی ندارند و حداکثر آشنایی آنها با علوم انسانی این است که در رشته‌های مدیریت تحصیل کرده‌اند و هنگامی که با فلسفه، جامعه‌شناسی، معارف و علوم مشابه آشنایی ندارند علوم انسانی برای آنها یک ابزار می‌شود؛ یعنی نضادی که ما با دنیای غرب داریم وارد طرح‌های تحقیقاتی می‌شود و از آنها پروژه‌های بسیار سطح پایینی در علوم انسانی بیرون می‌آید.

این دانشجوی دانشگاه صنعتی شریف افزود: از دوستان و اطرافیان شنیدم که برای پروژه گرفتن به این موسسات مراجعه می‌کنند و می‌بینند که این نگاه سیاسی چه تأثیری بر روی تحقیقات دارد. من هیچ‌گاه ندیدم در پروژه‌های اینجینی، موضوعات مهمی که در علوم انسانی برای جامعه اهمیت دارد مطرح شود. ما موضوعات مهم را جامعه زیاد داریم و وقتی این موضوعات را با مصاحبه‌های مسئولان مقایسه می‌کنیم متوجه فاصله زیادی که بین جامعه و دیدگاه‌های مسئولان وجود دارد می‌شویم. پژوهشگران باید داده‌ها و تحلیل‌های درستی ارائه دهند تا مسئولان از شرایط جامعه آگاه شوند.

سلطان‌زاده با اشاره به وجود مشکلات ساختاری و قانونی در حوزه پژوهش درباره چالش‌هایی که به علت ویژگی‌های فردی پژوهشگران ایجاد می‌شود، گفت: بعد فردی تضارب آرا و تعامل میان پژوهشگران این است که گرایش‌های پژوهشی برخی استادان در یک گروه با یکدیگر تطابق دارد و با هم در این گروه فعالیت می‌کنند، اما یک بعد اجتماعی هم وجود دارد که به کنفرانس‌ها و همایش‌هایی که برگزار می‌شود ربط پیدا می‌کند. یعنی یک پژوهشگر در یک کنفرانس، مقاله خود را ارائه می‌کند، نقدهایی به آن وارد می‌شود، مناظره و جنجال و دعوایی در کار نیست و مقاله پس از بررسی در مراکز دیگر منتشر می‌شود.

«بنزین» معادلات سیاسی منتقدان را به هم ریخت

انتخاباتی ترین استیضاح مجلس

نمایندگان مجلس دهم در حالی به استقبال انتخابات مجلس شورای اسلامی می‌روند که در آخرین روزهای فعالیت‌شان، «بنزین» تمامی مناسبات انتخاباتی را به چالش کشیده است.

به گزارش خبرنگاران، هرچند مجلس شورای اسلامی پیش‌تر تعیین تکلیف قیمت بنزین را به دولت واگذار کرده و دولت نیز این مهم را در نشست سران سه قوه مطرح و سپس اجرایی کرد، اما نمایندگان مجلس با شرایط تازه‌ای روبه‌رو شدند که تحركات اخیر ریشه در این مواجهه دارد.

تلاش برای بازگرداندن قیمت بنزین، اولین تلاش ناکام نمایندگانی بود که خودشان پیش‌تر مهر موافق را بر مصوبه اعطای اختیار تصمیم‌گیری در این خصوص به دولت زده بودند. حالا اما زمزمه‌هایی درخصوص «تک نرخی شدن بنزین» در سال آینده و «حذف بنزین سهمیه‌بندی» از یک سو و «افزایش رقم سهمیه» از سوی دیگر به گوش می‌رسد.

حذف بنزین ۳ هزار تومانی که در مصاحبه‌ها و گفته‌های بسیاری از نمایندگان مجلس شورای اسلامی تکرار می‌شود، اگر اقدامی انتخاباتی تلقی نشود، بی‌تردید با اما و اگرهای فراوانی روبه‌روست. هرچند بسیاری از منتقدان دولت نسبت به افزایش قیمت بنزین در شرایط کنونی انتقاد داشتند اما تاکید آنها نه بر اصل افزایش قیمت که بر شیوه و زمان اجرا بود. به نظر می‌رسد زمان اجرا نیز سردرگمی در میان جناح‌های سیاسی طالب رأی در اسفندماه سال جاری ایجاد کرده است.

این سردرگمی را در راهروهای مجلس نیز می‌توان به روشنی دریافت وقتی طرح استیضاح وزرای نفت و کشور و البته وزیر آموزش و پرورش دست به دست می‌چرخد. شاید بتوان استیضاح وزیر نفت در شرایط کنونی را یکی از انتخاباتی‌ترین طرح‌های استیضاح ارائه‌شده در مجلس دانست، وزیری که بارها در سخنرانی‌ها و مصاحبه‌هایش تاکید کرده بود اختیار تصمیم‌گیری درخصوص قیمت بنزین برعهده دولت است و وزارت نفت مجری تصمیماتی است که در سطح کلان اتخاذ می‌شود.

چه کسانی در دنبال استیضاح زنگنه هستند؟

حالا این سیاسی‌ترین طرح استیضاح در حالی ارائه شده است که ایران بیش از یک سال است تحت شدیدترین تحریم‌های نفتی آمریکا قرار دارد و زنگنه حتی در جمع خبرنگاران از اوپک نیز از آدرس دادن درباره میزان درآمدهای نفتی خودداری می‌کند و تاکید دارد قصدی برای آدرس دادن به آمریکایی‌ها ندارد. در چنین شرایطی استیضاح فرمانده جنگ اقتصادی، نفت، می‌تواند پیامی روشن و گویا برای تحریم‌کنندگان و اقتصاد تحریم شده باشد.

در میان امضاکنندگان طرح استیضاح زنگنه؛ نام نمایندگان تندروی منتسب به پایداری و فراکسیون ولایی و منتقدان سنتی زنگنه به چشم می‌خورد. نماینده‌ای که سال گذشته بابت حقوق ۲۷ میلیون ریافتی‌اش از وزارت نفت وارد چالشی جدی با زنگنه شد تا منتقدان سرخشتی که هر از گاهی فشار سیاسی را بر وزرات نفت کلی می‌زنند، امضای‌شان را پای این درخواست حک کرده‌اند اما داستان استیضاح تنها داستان روزهای پرهیاهوی مجلس شورای اسلامی نیست.

در شرایطی که برخی تلاش دارند از نمد استیضاح برای خود کلاهی در انتخابات مجلس شورای اسلامی بدوزند، برخی دیگر با طرح مسائلی نظیر حذف بنزین ۳ هزار تومانی و تک نرخی شدن بنزین در سال آینده با افزایش سهمیه خودروها به ۹۰ لیتر در ماه در صددن رأی جمع‌آوری کنند. هرچه هست، پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد در ماه‌های مانده از سال، بیش از برگزاری انتخابات تحركات سیاسی منتقدان با هدف جذب رأی اوج گیرد. باید دید کارزار بنزینی مجلس می‌تواند رأیی را در سبد منتقدان همیشگی زنگنه بریزد؟

زنگنه: بلدیم دوباره بازارهای نفت‌مان را پس بگیریم

همچنین وزیر نفت در حاشیه نخستین رویداد نوآوری وزارت نفت با عنوان «پترولیوم تیکاف» در محل پژوهشگاه صنعت نفت، با بیان اینکه اگر تحریم‌ها برداشته شود، ما و همکاران‌مان می‌دانیم چگونه دوباره بازار نفت را به‌دست بیاوریم و از پس قلدربازی‌ها که برخی تولیدکنندگان علیه ما دارند، برآییم، گفت: باید تلاش کنیم تحریم را عزت‌مندانه برداریم.

بیژن زنگنه در پاسخ به پرسشی درباره سیاست‌های آمریکا برای اعمال نفوذ در بازار جهانی نفت گفت: من هیچ شکی ندارم که یکی از دلایل آمریکا برای تحریم ایران و ونزوئلا، فراهم کردن بازار برای نفت شیلل خودش، آن هم با قیمت‌هایی است که سرمایه‌گذاری را توجیه کند.

به گفته زنگنه، آمریکا در دو سال پیاپی ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹، هر سال ۱.۵ میلیون بشکه به تولید خود اضافه کرد که با قیمت‌های بالای ۶۰ دلار فروخت و بدون زحمت هم توانست با خارج کردن ایران و ونزوئلا، بازار را در اختیار داشته باشد، بنابراین این موضوع تنها سیاسی نبود، بلکه قضیه اقتصادی هم بود که پوششی سیاسی به خود گرفت و با زور و گردن کلفتی آن را اعمال کردند.

وزیر نفت به این پرسشش که «به نظر می‌رسد ایران سهم خود را در بازار نفت از دست داده است و بازگشت به بازار در گرو این است که تنوع‌بخشی کنیم، اما فناوری لازم را در اختیار نداریم چه تدبیری برای این موضوع اندیشیده شده است؟» پاسخ داد: یک بحث تولید محدود است، پایین‌دستی است. این موضوع همیشه در دستور ما بوده و در آن موفق هم بودیم، گرچه در ایران بعضی وقت‌ها هر کاری انجام دهیم می‌گویند کم است، اما کار بزرگی در پتروشیمی و پالایش انجام شده است.

زنگنه ادامه داد: سال گذشته ۵.۸ میلیارد دلار خوراک به شرکت‌های پایین‌دستی پتروشیمی فروخته شده است. کدام صنعت در کشور داریم که ۵.۸ میلیارد دلار خوراک به بخش پایین‌دستی فروخته باشد؟! همچنین پالایشگاه‌ها ۵.۵ میلیارد دلار به صنایع پایین‌دستی خوراک فروختند.

او با تاکید بر اینکه زنجیره بالادستی و پایین‌دستی صنعت نفت در کشور بسیار فعال است، درباره بازپس‌گیری سهم ایران در بازار نفت تصریح کرد: تحریم‌ها برداشته شود ما و همکاران‌مان بلدیم چگونه دوباره بازار نفت را به دست بیاوریم، ما بلدیم چگونه از پس قلدربازی‌هایی که برخی تولیدکنندگان علیه ما می‌کنند، برآییم. ملت ایران می‌تواند، هیچ بگران نباشید.

ورود مسکن به فاز احتیاطی



۱۵ منطقه نیمه جنوبی و پرتقاضای شرق و غرب، رشد یافت، ولی با

توجه به افت نسبتا زیاد قیمت‌ها در مناطق ۱، ۲، ۳، ۶، ۸، ۱۱ و ۲۰، میانگین کل ۲درصد کاهش نشان داد.

نمایه‌های دریافتی حاکی از آن است که قیمت مسکن به کف نزدیک شده و متقاضیان موثر که خانه را به قصد سکونت خریداری می‌کنند برای خرید آماده می‌شوند. البته با وجود افزایش قیمت آهن‌آلات و نرخ دستمزد که به دنبال افزایش قیمت بنزین اتفاق افتاد کارشناسان، تورم مجدد را برای بازار مسکن متصور نیستند.

پیش‌بینی ثبات قیمت مسکن از سوی معاون وزیر راه

محمود محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی درباره پیش‌بینی آینده بازار مسکن معتقد است: اگر مسکن را به شکل جداگانه از سایر حوزه‌ها بررسی کنیم به یک نتیجه مشخص می‌رسیم، اما تحولات بازار مسکن همیشه تحت تاثیر بازارهای ثانویه قرار دارد و همواره در سال‌های گذشته این‌گونه بوده است.

به گفته محمودزاده، در حال حاضر برای گران‌شدن مسکن هیچ دلیل فنی و علمی نداریم ولی اگر تحت تاثیر بازارهای دیگر قرار گیرد بحث جداگانه‌ای است، با این حال برآورد این است که مسکن از ثبات برخوردار خواهد بود تا پایان سال بتوانیم برنامه‌های جدید را برای کنترل آن ارائه کنیم.

همچنین سید محمد مرتضوی، عضو هیات مدیره کانون انبوه‌سازان با بیان اینکه حداقل تا سه سال آینده قیمت مسکن افزایش پیدا نمی‌کند، گفت: کاهش قیمت نیز به دلایلی که برای همه روشن است اتفاق نمی‌افتد. در همین هفته‌های گذشته بعد از تغییر قیمت بنزین، قیمت آهن‌آلات بالا رفت و دستمزدها نیز افزایش پیدا کرد. با وجود اینکه دولت تلاش می‌کند نرخ کالاها را ثابت نگه دارد، عملا افزایش قیمت بنزین بر قیمت تمام شده مسکن تاثیر گذاشته و هزینه‌های سازندگان بالا رفته است. در واقع تورم روی دوش تولیدکننده است ولی شرایط آن وجود ندارد که این تورم را به مصرف‌کننده تحمیل کند.

گفتنی است در آبان‌ماه امسال، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به ۴۱۰۰ واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه گذشته ۱۹.۵درصد افزایش و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۰.۷درصد کاهش داشته است. همچنین متوسط قیمت خرید و فروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۱۲ میلیون و ۴۶۰ هزار تومان بود که نسبت به ماه گذشته و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۲درصد کاهش و ۲۵.۸درصد افزایش

شفافیتی که در لایحه بودجه ۹۹ هم نیامده است

وضعیت حقوق و مالیات کارکنان در سال آینده

بر این اساس در سال ۱۳۹۹، نرخ مالیات بر کل درآمد کارکنان دولتی و غیردولتی اعم از حقوق و مزایای فوق‌العاده و کارانه مزاد بر معافیت ۳میلیونی، تا ۱.۵ برابر مشمول مالیات سالانه ۱۰درصد، نسبت به مزاد ۱.۵ برابر تا ۲.۵ برابر آن مشمول مالیات ۱۵درصد و نسبت به مزاد ۲.۵ برابر تا ۴ برابر آن مشمول مالیات ۲۰درصد می‌شود. همچنین مالیات برای نسبت به مزاد ۴ برابر تا ۶ برابر مشمول مالیات ۲۵درصد و نسبت به مزاد شش برابر ۲۵درصد است.

همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد لایحه بودجه سال آینده آنچنان که باید و شاید از شفافیت برخوردار نیست. درحالی که در قانون بودجه ۹۶ اعلام شده بود که اطلاعات کامل همه مناقصه‌ها و مزایده‌ها باید شفاف در اختیار مردم قرار گیرد و تفسیر قراردادها نیز باید شفاف اعلام شود، در قانون بودجه دو سال اخیر این تبصره وجود ندارد. شهرام حلاج، کارشناس اقتصادی که در برنامه پایش سخن می‌گفت، درباره شفافیت بودجه ۹۹ گفت: بحث درباره شفافیت امور عمومی، امری آسان نیست، زیرا عده‌ای قدرتمند با شفافیت در این امور، منافع‌شان به خطر می‌افتد. یکی از مسائلی که در آن باید شفافیت ایجاد شود، مربوط به مناقصات دولتی است، زیرا به خاطر پول کلانی که در آن است، مورد طمع سودجویان قرار می‌گیرد.

به گفته حلاج، مثال‌های متعددی در قوانین می‌توان زد که طرف دولتی یا شهرداری، با وجود برگزاری مناقصه از طرف دلخواه خود خرید کرده است، زیرا متون قانون به گونه‌ای نوشته شده که می‌توان از آن سوءاستفاده کرد. این قانون متعلق به سال ۱۳۵۵ است و بدون اصلاح در حال اجرایی‌سازی است. در واقع، این رویه‌ها خطرناک است و باعث فساد می‌شود. دغدغه این است که معاملات باید

فرصت امروز: فعالان بازار املاک می‌گویند چهار متغیر بیرونی و یک عامل داخلی، تقاضا برای خرید ملک را در شهر تهران افزایش داده است؛ به گفته آنها، تغییر قیمت بنزین، افزایش نرخ ارز، رشد قیمت کالاها از جمله خودرو و ثبات بازارهای رقیب مثل بورس منجر به افزایش تعداد معاملات در پایتخت شده است. از سوی دیگر، تغییر قیمت بنزین، رشد قیمت آهن‌آلات و دستمزد را در پی داشته است. در این شرایط، خریداران آینده‌نگر وارد بازار شده‌اند.

آمار اتحادیه املاک نیز نشان می‌دهد در نیمه اول آذرماه، معاملات در تهران ۱۸۱درصد و در سراسر کشور ۷۲درصد افزایش پیدا کرده است. تحرک بازار مسکن و همچنین افزایش قیمت بنزین باعث شده تا مالکان از دادن تخفیف خودداری کنند. این رفتار طرف عرضه ممکن است روند کاهشی قیمت مسکن را متوقف کند، چنانچه آمار بانک مرکزی نشان می‌دهد در چهار ماه گذشته، قیمت مسکن در شهر تهران ۶.۶درصد کاهش یافته است.

با این وجود، واسطه‌های ملکی عنوان می‌کنند طی حدود ۲۰ روز گذشته تعداد فایل‌های نوساز در دفاتر املاک کاهش یافته است. برخی سازندگان با این تصور که متغیرهای بیرونی بر قیمت ملک اثر خواهد گذاشت، حدود ۳۰درصد آپارتمان‌های خود را از بازار خارج کرده‌اند و فروش آنها را برای غلبه بر انتظارات تورمی به حالت تعلیق درآوردند. به عبارت دیگر، با نزدیک شدن به ماه‌های پایانی سال و افزایش طبیعی معاملات، برخی مالکان فروش واحدهای خود را به حالت تعلیق درآوردند با این وجود، کارشناسان رشد قابل توجه قیمت را برای بازار مسکن متصور نیستند.

ورود بازار مسکن به پیش‌رونی غیرتورمی

به گزارش ایسنا، تحریک تقاضای واقعی مسکن در تهران به عنوان خروجی ریزش قیمت‌های پیش‌نهادهی بروز کرد. پس از افزایش ۱۹ و ۲۲درصدی ماهیانه تعداد معاملات در مهرماه و آبان‌ماه، آمار ارائه‌شده توسط اتحادیه مشاوران املاک تهران از حدود سه برابر شدن قراردادهای خرید و فروش در آذرماه حکایت دارد.

در شرایط فعلی، کارشناسان معتقدند که هر دو طرف عرضه و تقاضا در بازار مسکن به درک مشترک رسیده‌اند. از یک طرف، مالکان به این نتیجه رسیده‌اند که ظرفیتی برای رشد قیمت وجود ندارد. خریداران نیز می‌دانند که نمی‌توان انتظار ریزش شدید قیمت را داشت. آبان‌ماه امسال با اینکه معدل کلی قیمت مسکن شهر تهران ۲درصد نسبت به ماه قبل از آن کاهش داشته، اما جزئیات گویای آن است که قیمت در

اگرچه لایحه بودجه هنوز به مرحله بررسی نهایی در مجلس نرسیده و احتمالا در بهارستان، تغییرات زیادی را به خود خواهد دید، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد در پیش‌بینی دولت برای حقوق کارکنان در سال آینده خبری از رشد ۴۰۰ هزار تومانی امسال نیست و افزایش متوسط ۱۵درصدی تعیین شده است. همچنین با مالیات پلکانی تا ۳۵درصد، دولت بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان از کارکنان بخش خصوصی و دولتی مالیات دریافت می‌کند که نسبت به امسال ۱۸درصد رشد دارد. به گزارش ایسنا، در سال آینده افزایش متوسط ۱۵درصدی حقوق کارکنان پیش‌بینی شده که نسبت به متوسط ۲۰درصدی که در سال جاری پیشنهاد شد و حدودا همین اندازه هم اعمال شد، حدود ۵درصد از رشد کمتری برخوردار است. همچنین مجموع هزینه جاری دولت در سال بعد به ۳۶۷ هزار میلیارد تومان رسیده که در مقایسه با سال جاری ۱۵ هزار میلیارد تومان رشد دارد. بیش از ۷۰درصد هزینه‌های جاری دولت مربوط به حقوق و دستمزدی است که از محل بودجه عمومی دولت پرداخت می‌شود. در نتیجه این رشد که با افزایش حقوق‌ها همراه است درآمدهای مالیاتی از محل حقوق‌های پرداختی به طور طبیعی افزایش پیدا می‌کند.

اما نحوه دریافت مالیات در سال آینده مانند سال جاری پیش‌بینی شده است؛ به طوری که برای حقوق به صورت پلکانی تا ۳۵درصد مالیات اعمال می‌شود، با این تفاوت که در سال جاری حقوق‌های کمتر از ۲میلیون و ۷۵۰ هزار تومان از مالیات معاف شدند و در سال آینده ۲۵۰ هزار میلیارد تومان به این معافیت مالیاتی افزوده شد و تا سقف ۲میلیون تومان در ماه رسیده است.

محدودیت تعدد خرید ارز مسافرتی برداشته شد

تصمیم مهم ارزی

معاملات بازار ارزی حاکی از برداشته شدن محدودیت تعدد خرید ارز مسافرتی (یورو) در صرافی‌های مجاز بانک مرکزی است. براساس سیاست‌های ارزی بانک مرکزی، از سال گذشته سقف خرید ارز مسافرتی برای هر کد ملی محدود شد و افراد با هر کد ملی و شماره تلفن به نام شخص می‌توانستند فقط یک بار در سال تا سقف ۲۰۰۰ یورو (معادل ۲۲۰۰ دلار) از طریق صرافی‌های مجاز بانک مرکزی ارز خرید کنند؛ به عبارت دیگر اگر فردی ۱۰۰ دلار از صرافی‌ها ارز مسافرتی خرید می‌کرد، دیگر اجازه خرید ارز را در آن سال نداشت و به عبارت دیگر سهمیه ۱۹۰۰ یورو باقی‌مانده‌اش در آن سال می‌سوخت.

حال مشاهدات از معاملات بازار ارز نشان می‌دهد که محدودیت تعدد خرید ارز مسافرتی برداشته شده، اما سقف رقمی خرید ارز همچنان باقی است. به این ترتیب، متقاضیان ارز، از این پس می‌توانند تا سقف ۲۰۰۰ یورو در سال به تعداد دفعات نامحدود خرید داشته باشند، اما در مجموع امکان خرید بیش از ۲۰۰۰ یورو در سال وجود ندارد. این تصمیمی است که با پیگیری کانون صرافان در راستای کوتاهی دست دلانان و فعال تر شدن بازار رسمی ارز انجام شده است. پیش از این نیز مسئولان کانون صرافان از احتمال برداشته شدن این محدودیت خبر داده بودند و به این ترتیب می‌توان امید داشت که با این تصمیم، بازار غیررسمی بیش از پیش تضعیف شود.

در جلسه ستاد تنظیم بازار

بانک مرکزی مکلف به تنظیم بازار ارز شد

معاون بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت در جلسه ستاد تنظیم بازار، بر ضرورت کنترل و مدیریت بازار ارز توسط بانک مرکزی به منظور جلوگیری از بروز مشکل توسط دریافت‌کنندگان ارزهای نیما و سنا برای تامین کالا تاکید کرد و گفت: برای برگشت ارز حاصل از صادرات نیز وزارت صنعت، معدن و تجارت آماده هر نوع همکاری با بانک مرکزی است و در این راستا باید از کمک دستگاه‌های دیگر نیز استفاده کرد.

به گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت، عباس قبادی در این جلسه به تامین ۱۴ میلیارد دلار ارز با نرخ ۴۲۰۰ برای واردات کالاهای اساسی در سال ۹۸ اشاره کرد و افزود: امسال بانک مرکزی موظف به تامین ۱۴ میلیارد دلار ارز با نرخ ۴۲۰۰ برای واردات کالاهای اساسی شده است که از این مبلغ ۳ میلیارد دلار برای تامین دارو و بقیه برای اقلامی است که باید توسط وزارت جهاد و صنعت تامین شود.

به گفته وی، این میزان جدای از ارز اختصاصی داده شده به گندم است و در حدود ۱۵ میلیون دلار برای گندم باید در نظر گرفته شود.

معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت همچنین تاکید کرد: به منظور جلوگیری از کمبود کالا در بازار ضروری است تا سیاست‌های ارزی مبنی بر کنترل تقاضا با هماهنگی وزارت صنعت، معدن و تجارت اتخاذ شود. در صورت امکان علاوه بر پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، موسسات مطالعات و پژوهش‌های وزارت صمت نیز دلائل تئوری را پس از نوسانات ارزی مورد بررسی قرار دهند تا نتایج در اتخاذ سیاست‌های کلی موردنظر قرار گیرند.

رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد

رشد اقتصادی نیمه اول سال مثبت شد

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به رشد مثبت ۹٫۵درصدی کشاورزی، رشد مثبت ۰٫۴درصدی گروه صنعت و معدن و رشد منفی ۱٫۴درصدی خدمات در تابستان، گفت در مجموع رشد مثبت ۵٫۰درصدی برای نیمه اول سال ثبت می‌شود.

عبدالنصر همتی با انتشار پیامی اینستاگرامی با عنوان «یک خبر و یک تقدیر و یک نظر» نوشت: خبر خوب و امیدوارکنندهٔ رشد مثبت تولید ناخالص داخلی بدون نفت، در شش ماه اول سال ۱۳۹۸ است. در سه ماهه دوم سال، شاهد رشد ۹٫۵درصدی کشاورزی و رشد ۰٫۴درصدی گروه صنعت و معدن و رشد ۱٫۴- درصد خدمات بودیم. بنابراین، با ثبت رشد ۰٫۶+ درصد در سه ماهه دوم سال، در مجموع رشد ۰٫۵+ درصدی برای نیمه اول سال ثبت می‌شود. بخش نفت نیز شرایط خاص خود را دارد. رئیس کل بانک مرکزی همچنین به موضوع تثبیت بازار ارز اشاره کرد و ادامه داد: حضور محکم بانک مرکزی و مدیریت اصولی و علمی بازار ارز یکبار دیگر ثبات نسبی را به بازار برگرداند. از همراهی مردم عزیز، که فضای لازم را به سفته‌بازان و دلانان ندادند و همراهی لازم را با بانک مرکزی داشتند، قدردانی می‌کنم.

همتی در بخش ارائه نظر خود نیز نوشت: نظر مربوط است به سرنوشت دو لایحه پالرمو و CFT. بقیین دارم اعضای مجمع محترم تشخیص مصلحت نظام، حتما حساسیت موضوع و ضرورت تداوم مناسبات بانکی و پولی در شرایط تحریم را در نظر می‌گیرند. بپذیریم که بانک مرکزی در حدی که در این شرایط بسیار سخت و حساس تکلیف دارد، حقی هم در تصمیم‌سازی داشته باشد.

سکه به ۴ میلیون و ۴۳۰ هزار تومان رسید

رشد ۱۰۰ تومانی دلار در صرافی‌های بانکی

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در سومین روز هفته با رشد ۱۲۰ هزار تومانی به بهای ۴میلیون و ۴۳۰ هزار تومان فروخته شد. همچنین قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز در بازار آزاد تهران به ۴میلیون و ۴۰۰ هزار تومان رسید.

نیم سکه نیم ۲میلیون و ۲۲۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۴۲۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۹۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. همچنین هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۴۴۹ هزار تومان و هر مثقال طلا نیز یک میلیون و ۹۴۸ هزار تومان به فروش رسید. نرخ اونس طلا هم به یک هزار و ۴۷۷ دلار رسید. نرخ دلار نیز در صرافی‌های بانکی با رشد ۱۰۰ تومانی قیمت نسبت به روز یکشنبه، به رقم ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومان افزایش یافت؛ قیمت یورو نیز ثابت ماند و نرخ خرید آن ۱۳ هزار و ۸۰۰ تومان و نرخ فروش ۱۳ هزار و ۹۰۰ تومان اعلام شد. میانگین بهای هر یورو در معاملات روز یکشنبه در سامانه سنا ۱۳ هزار و ۸۹۲ تومان و هر دلار ۱۲ هزار و ۵۳۳ تومان بود.

اگرچه نرخ ارز در روزهای ابتدایی هفته گذشته با شتاب تا مرز کانال ۱۴ هزار تومانی پیش رفت، اما با مداخله بانک مرکزی، روندی معکوس یافته و به تدریج بهای دلار در صرافی‌های بانکی و بازار آزاد کاهش یافت.

بازگشت ایران به فهرست سیاه «گروه ویژه اقدام مالی» تکذیب شد

ماجرای ایران و FATF



مصلحت نظام ارجاع شد و البته هنوز بالاتکلیف باقی مانده است.
توصیه‌نامه شماره ۱۹ و برنامه‌های نه‌گانه آن

ایران مناقشه‌ای است که برای «گروه ویژه اقدام مالی» همچنان لاینحل باقی مانده است، به طوری که نام ایران در تمامی بیانیه‌های عمومی چند سال گذشته این گروه در کنار نام کره شمالی آمده است. در نشست پیشین «گروه ویژه اقدام مالی» که در انتهای خردادماه برگزار شده بود، علاوه بر اینکه تعلیق ایران از فهرست سیاه این گروه تا مهرماه تمدید شد، یک اقدام مقابله‌ای نیز فعال شد؛ این اولین اقدام و واکنش جدی FATF در قبال تعلل تصویب قوانین مربوطه در ایران بود.

این اقدام مقابله‌ای از توصیه شماره ۱۹ «گروه ویژه اقدام مالی» می‌آید که اقدامات متقابل علیه کشورهای پریسک را توضیح می‌دهد. در تفسیر این توصیه، ۹ نمونه اقدام مقابله‌ای بیان شده است که کشورها می‌توانند علیه کشورهای پریسک از آنها با اقدامات مشابه دیگر استفاده کنند. در این تفسیر، اقدام از حرف «A» تا «I» نشانه‌گذاری شده است. اولین اقدام جدی از تابستان امسال علیه ایران فعال شد که طبق آن، تشدید نظارت بر شعب و نهادهای وابسته به موسسات مالی مستقر در ایران، لازم‌الاجرا تلقی شده است و این مورد، نمونه «H» از اقدامات تقابلی را نشان می‌دهد. در بیانیه خردادماه هشدار داده شده بود که در صورت عدم تصویب دو قانون مربوط به کنوانسیون پالرمو و تأمین مالی تروریسم، دو اقدام مقابله‌ای جدید علیه ایران فعال خواهد شد و در نشست مهرماه این اتفاق افتاد. دو اقدام مقابله‌ای جدید که از این نشست علیه نظام مالی ایران به کار رفت، بندهای «B» و «I» از فهرست نه‌گانه را شامل می‌شوند.

«گروه ویژه اقدام مالی» طبق بند «B» به تمامی اعضا و حوزه‌های قضایی اعلام کرده است تا گزارش‌دهی سیستماتیک یا سازوکارهای گزارش‌دهی مرتبط با تمامی تراکنش‌های مالی با ایران را ارتقا دهند و طبق بند «I» نیز رسیدگی‌ها و نظارت‌های خارجی خود روی گروه‌های مالی و تمامی زیرگروه‌ها و شعبه‌های مستقر در ایران را افزایش دهند. این سه اقدام متقابل که علیه ایران فعال شده، در بیانیه عمومی به‌طور جداگانه و صریح، گفته شده است و به زبان ساده، به معنای ایجاد موانع بیشتر بر سر هر گونه تبادل مالی با ایران است. در واقع، FATF در بیانیه‌اش از اعضای خود خواسته تا معاملات با ایران را دقیق‌تر بررسی کرده و شرکت‌های تأمین سرمایه فعال در ایران را مورد حسابرسی سخت‌تر قرار دهند. این در حالی است که محدودیت گروه‌ها و شعبه‌های کشورهای خارجی در ایران برای انجام تبادلات مالی به معنای هزینه بالای همکاری مالی با ایران است. با این‌همه، کمتر از یک ماه و اندی تا آخرین مهلت «گروه ویژه اقدام مالی» باقی مانده و باید به انتظار نشست و دید ماجراهای ایران و FATF در نهایت به کجا خواهد رسید.

گذشته هم به‌صورت جسته و گریخته ادامه داشت و ایران در فواصل زمانی مختلف توانست برای خود زمان بخرد، تا اینکه FATF در دو نشست اخیر خود، هشدار جدی به ایران داد.

براساس بیانیه‌ای که «گروه ویژه اقدام مالی» در آخرین نشست خود در پاریس منتشر کرد، اگر ایران تا پیش از فوریه ۲۰۲۰، کنوانسیون‌های پالرمو و تأمین مالی تروریسم را مطابق استانداردهای FATF به قانون دریاورد، تعلیق ایران از اقدامات متقابل لغو خواهد شد و به تمامی اعضا و حوزه‌های حقوقی اعلام خواهد شد که اقدامات تقابلی موثر را مطابق توصیه شماره ۱۹ اعمال کنند. در توصیه شماره ۱۹، اقدامات متقابل علیه کشورهای پریسک توسط «گروه ویژه اقدام مالی» شرح داده شده است؛ اقداماتی که در صورت اعمال آن، یک مانع تجاری و بانکی سخت برای ایران به وجود می‌آید.

این ضرب‌الاجل در حالی است که ایران هم‌اکنون نیز به علت تحریم‌های آمریکا، در تنگنای شدید مالی به سر می‌برد و تنگ‌تر شدن حلقه مالی، فرصت همکاری مالی کشورهای دوست با ایران را از بین خواهد برد. هم‌اینک حضور ایران در فهرست سیاه «گروه ویژه اقدام مالی» معلق مانده و FATF به انتظار تصمیم ایران نشسته است.

برجام، FATF، دولت یازدهم و دیگران

«گروه ویژه اقدام مالی» یا آنچه که به طور خلاصه به آن FATF گفته می‌شود، یک سازمان بین دولتی است که در سال ۱۹۸۹ با ابتکار گروه «جی ۷» و با نگرش به سیاست‌های توسعه برای مبارزه با پولشویی بنا شد. این نهاد سپس در سال ۲۰۰۱ به کارزار مبارزه با تأمین مالی تروریسم پیوست، در سال ۲۰۱۲ نیز مقابله با تأمین مالی فعالیت‌های اشاعه‌ای هم به مأموریت این گروه اضافه شد و در همین سال، آخرین ویرایش توصیه‌ها برای مقابله با جرایم مالی نظیر تأمین مالی تروریسم، تأمین مالی فعالیت‌های اشاعه‌ای و پولشویی منتشر شد. عنوان این توصیه‌نامه «استانداردهای بین‌المللی در مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم و اشاعه‌گری» است.

در این میان، دولت یازدهم پس از دست یافتن به توافق برجام، چهار لایحه را برای قرار نگرفتن ایران در فهرست سیاه «گروه ویژه اقدام مالی» به مجلس ارسال کرد؛ لایحه اصلاح قانون مبارزه با پولشویی که شورای نگهبان آن را تایید کرده است، لایحه اصلاح قانون مبارزه با تأمین مالی تروریسم (CFT) که اولین لایحه تأییدی شورای نگهبان از میان لوائح چهارگانه بود، لایحه الحاق به کنوانسیون بین‌المللی مقابله با تأمین مالی تروریسم که مجلس شورای اسلامی آن را تصویب کرد، اما شورای نگهبان آن را رد کرد و درنهایت، لایحه کنوانسیون مبارزه با جرائم سازمان‌یافته فراملی (پالرمو) که آن هم در مجلس شورای اسلامی تصویب شد، اما به دلیل مخالفت شورای نگهبان و پافشاری مجلس به مجمع تشخیص

پاسخ به ۵ ابهام بزرگ درباره رمز یک‌بار مصرف

مشتریان بانکی بخوانند

است، گفت: پیش از اینکه بانک مرکزی درباره سامانه هریم (هدایت رمز یکبار مصرف) اقداماتی را آغاز کند، از یک سال و نیم گذشته از بانک‌ها تقاضا کرد تا برای مشتریان خود رمز دوم یکبار مصرف را ایجاد کنند.

او ادامه داد: بانک‌ها نیز از طریق برنامه‌های کاربردی موبایلی اقدامات در این زمینه را آغاز کردند. همچنین بانک مرکزی نیز به دلیل اینکه بانک‌ها ماهیت، رقابت و فعالیت‌های متفاوتی دارند و با مکانیزم‌های متفاوتی مشتریان خود را اطلاع‌رسانی می‌کنند و به همین دلیل این اختیار به بانک‌ها داده شد اما هنگامی بانک مرکزی به این موضوع ورود کرد، سامانه هریم برای همه به گونه‌ای است که بانک‌ها می‌توانند از این سامانه برای رمز دوم یکبار مصرف به صورت پیامکی استفاده کنند و به عبارتی می‌توان گفت هر کدام از بانک‌ها علاوه بر ابزارهای موبایلی خود، می‌توانند از سامانه هریم بانک مرکزی نیز با استفاده از پیامک به مشتریان خود خدمات ارائه دهند.

✽ رمز یکبار مصرف فعلا شامل کارت‌های هدیه نمی‌شود: میرحسینی با تاکید بر اینکه سامانه هریم به صورت پیامکی در اختیار همه مردم است، در پاسخ به اینکه آیا کارت‌های هدیه هم جزو این طرح هستند، یا خیر؟ توضیح داد، در حال حاضر طرح رمز دوم یکبار مصرف برای کارت‌های نقدی در جهت افزایش امنیت حساب و دارایی کارت‌های با مبالغ مختلف است و کارت‌های هدیه نیز در این مقطع زمانی جزو این طرح نیستند.

✽ سامانه هریم، راهی برای افرادی که تلفن هوشمند ندارند: وی درباره اینکه افرادی که تلفن همراه هوشمند ندارند، دچار سردرگمی نشندند و معتقدند که

زیرساخت‌ها برای دریافت رمز دوم یکبار مصرف به صورت پیامک و کدهای USSD وجود ندارد؟ اظهار داشت: یکی از مهمترین نکات در ایجاد سامانه هریم توسط بانک مرکزی در واقع برای همین موضوع است و بانک‌ها با اتصال به این سامانه که از ابتدای دی ماه جاری می‌شود، برای تمام کسانی که قصد دریافت رمز دوم یکبار مصرف از طریق تلفن‌های همراه غیرهوشمند را دارند، می‌توانند از طریق این سامانه، به صورت پیامکی این سرویس را دریافت کنند.

✽ از اول دی زیرساخت‌ها برای رمز دوم یکبار مصرف ایجاد می‌شود: به گفته معاون فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک پاسارگاد، مشتریان هر نوع تلفن همراهی که داشته باشند می‌توانند این خدمت را از طریق پیامک با استفاده از سامانه هریم دریافت کنند، همچنین بانک پاسارگاد نیز کد USSD خود را فعال کرده و می‌توان گفت از ابتدا دی ماه با اتصال به سامانه هریم و سایر روش‌ها تمامی زیرساخت‌ها برای دریافت رمز دوم یکبار مصرف ایجاد خواهد شد.

✽ راه‌اندازی رمز یکبار مصرف رایگان است: میرحسینی درباره رایگان بودن این خدمات، گفت: فعال‌سازی و دریافت رمز دوم یکبار مصرف طبق بخشنامه ابلاغی بانک مرکزی، به صورت رایگان به مردم ارائه خواهد شد و هیچ هزینه‌ای نخواهد داشت گرچه برای بانک هزینه خواهد داشت. از ابتدای دی ماه طبق بخشنامه بانک مرکزی رمزهای دوم ایستا، غیرفعال خواهد شد .

یادآور می‌شود، راهکار دریافت پیامک از طریق استفاده از سامانه هریم برای افراد دارای گوشی هوشمند که مایل به نصب برنامه نیستند نیز امکان‌پذیر است.

نماگر بازار سهام

در نشست سپرده‌گذاری مرکزی با فعالان بورسی مطرح شد

بازار سرمایه تشنه فین تک‌ها

نشست معرفی سندباکس شرکت سپرده‌گذاری مرکزی به همت این شرکت و فعالان بازار سرمایه و فین تک در محل صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری برگزار شد. در این نشست، علیرضا ماهیار مشاور مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در جمع فعالان صنعت فین تکی و بورسی گفت: در یک‌سال اخیر دو و نیم میلیون نفر در سامانه سجام ثبت نام کرده‌اند. او با تاکید بر ضرورت توسعه سرویس‌ها و اپلیکیشن‌ها برای ارائه خدمات در بازار سرمایه کشور گفت: هم‌اکنون بیش از ۱۲ میلیون کد معاملاتی ثبت‌شده در کشور داریم، اما همچنان ضریب نفوذ بازار سرمایه نیاز به افزایش دارد. این در حالی است که اگر سهام عدالت نیز از طریق بورس آزادسازی شود، چیزی حدود ۴۰ میلیون نفر دیگر دارای کد سهامداری خواهند شد.

فعالان اصلی بازار سرمایه سجامی شده‌اند

به گزارش سنا، مشاور مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی ادامه داد: آمارها نشان می‌دهد از ابتدای سال جاری افرادی که حداقل یک معامله داشته‌اند یک میلیون و ۸۰۰ هزار نفر بوده‌اند که از این میان ۴۵۰ هزار نفر طی ۲۵ هفته گذشته از سال حداقل هفته‌ای یک معامله داشته‌اند. همچنین براساس آمارها ۸۵درصد افراد سجامی از ابتدای سال بیش از ۱۰۰۰ معامله داشته‌اند که این نشان‌دهنده ثبت‌نام در سجام از سوی معامله‌گران اصلی بازار سرمایه است. مشاور فناوری اطلاعات سمات بیشترین دلیل مراجعه به این سامانه را دریافت گزارش‌های جامع شرکت‌ها عنوان کرد: پرداخت سود شرکت‌ها از طریق سجام نیز از دیگر موارد استقبال‌شده از سوی فعالان بورسی بوده است؛ چراکه کاهش تردد سهامداران برای دریافت آن را در پی داشته است. به توجی که به محض اعلام اجرای این طرح در فرابورس، میزان سجامی‌های آن در کمتر از یک ماه از ۲ هزار نفر به بیش از ۹ هزار نفر رسید. ماهیار اجرای مجامع الکترونیک را به دلیل زمینه‌سازی برای حضور پررنگ‌تر سهامداران حقیقی در مجامع موثر ارزیابی کرد و گفت: این نوع اجرای مجامع حضور و توان اعلام نظر توسط تک تک سهامداران را به همراه خواهد داشت. وی همچنین تعداد گوشی‌های هوشمند مورد استفاده در کشور را بیش از ۵۰ میلیون برآورد کرد و با عنوان ضریب نفوذ بیش از ۱۱۰درصدی شبکه تلفن همراه در جغرافیای کشور گفت: در این میان خلأ اپلیکیشن‌های بورسی به شدت احساس می‌شود. ضمن اینکه در حال حاضر ۱۰درصد پندنگی کشور در صندوق‌های سرمایه‌گذاری است و باید این صندوق‌ها را نیز به سمت سجامی‌شدن پیش ببریم. ماهیار با یادآوری نقش‌های سپرده‌گذاری مرکزی گفت: این شرکت دارای سه وظیفه احراز هویت، فعالیت‌های پیش و پس از معاملات و مدیریت ریسک است. وی ایجاد تایید مشتریان الگوریتمی در سامانه سجام را راهکار مناسب برای بهبود فعالیت و توسعه این نوع معاملات در بازار سرمایه عنوان کرد و افزود: به دلیل مشکلاتی که در زمینه فعالیت پلتفرم‌ها در کشور وجود دارد، سجام همواره این آمادی را دارد که مشتریان پلتفرم‌ها را احراز هویت کند؛ چراکه ایراد از پلتفرم‌ها نیست و این یوزرها هستند که به دلیل عدم KYC مناسب امکان ایجاد اختلال را یافته‌اند بنابراین با این روش می‌توان مشکلات معاملات الگوریتمی را نیز کاهش داد. مشاور مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی درباره جایگاه فین تک‌ها در بازار سرمایه هم افزود: وقتی حوزه‌های مختلف فین تک را نگاه می‌کنیم می‌توانیم به نقش پراهمیت آنها در حوزه‌های مختلف مالی پی ببریم. در این میان نقش بورس تک‌ها همچنان نیاز به توسعه دارد. ماهیار سپس با تاکید بر ضرورت ایجاد سامانه‌های یکپارچه در بانک‌ها خاطرنشان کرد: این خلأ اکنون در بازار سرمایه نیز تا حد زیادی وجود دارد که باید به همت همه فعالان بورسی و فین تکی مرتفع شود.

کاهش زمان اعطای کد بورسی از ۲ روز به ۱۰ دقیقه

مژگان مقدم، مدیر پروژه سجام نیز با تشریح فرآیند احراز هویت مشتریان جدید در کارگزاری‌ها گفت: در ایجاد سجام برای رفع مشکلات قبلی احراز هویت تلاش شده است، به طوری که فرد با مراجعه به سایت سجام و ثبت اطلاعات و آپلود مدارک لازم در این سامانه ثبت نام می‌کند که این اطلاعات توسط مراجع ذی‌صلاح راستی‌آزمایی می‌شود. او با اشاره به وجود سه طرح ورودی در احراز هویت گفت: علاوه بر مراجعه به سایت سجام، امکان ثبت نام در اپلیکیشن‌های پرداخت، اپلیکیشن‌های برخی بانک‌ها و برخی کارگزاری‌ها نیز امکان‌پذیر است. ضمن اینکه با بررسی همه ورودی‌های سجام نسبت به اعطای سرتیفیکیت اقدام می‌شود. به گفته مقدم، راستی‌آزمایی افراد حقیقی از طریق سازمان ثبت احوال کشور، برای افراد غیرایرانی از سامانه پژواک و اشخاص حقوقی نیز از طریق قوه قضائیه صورت می‌گیرد. مدیر پروژه سجام کاهش زمان اعطای کد بورسی از دو روز کاری به ۱۰ دقیقه را نیز از مزایای دیگر اجرای سجام عنوان و خاطرنشان کرد: مهم‌ترین مساله این است که بتوانیم اطراعات را به اشتراک بگذاریم و با این کار بهره‌وری لازم در بازار سرمایه کشور را ایجاد کنیم، به ویژه در زمینه استرات‌آپ‌ها که اکنون در کانون نگاه ویژه است.



درخصوص تغییر حذباص‌هاست. هامونی با تاکید بر اینکه این مورد باید با دقت بیشتری و با در نظر گرفتن شرایط صندوق‌ها به تصویب برسد و ابعاد حقوقی و فنی اجرای این سیاست که بخش خصوصی مکلف به سرمایه‌گذاری در اوراق دولتی شود نیز بررسی شود، اضافه کرد: این تصمیم معایر و در تناقض با سیاست‌های کلان خصوصی‌سازی و رشد بخش خصوصی در کشور است؛ زیرا آزادی عمل و تصمیم‌گیری را برای صندوق‌ها و بخش خصوصی در زمینه سرمایه‌گذاری دارایی مردم با مشکل روبه‌رو می‌کند. وی افزود: جریمه در نظر گرفته شده بسیار بیشتر از بازدهی یک سال این صندوق‌هاست و ممکن است تبعاتی به همراه داشته باشد، بنابراین باید به‌گونه‌ای عمل شود که سرمایه‌گذاران متضرر نشوند و در این زمینه از مدیران سرمایه‌گذاری و سازمان بورس به عنوان مرجع صدور مجوز این نهادها راهنمایی کافی دریافت شود.

جزییات انتشار اسناد خزانه اسلامی در بودجه ۹۹

مدیرعامل فرابورس در ارتباط با میزان انتشار اوراق مالی اسلامی و به طور مشخص اسناد خزانه اسلامی در لایحه بودجه ۹۹ گفت: دولت مطابق بند «ه» تبصره ۵ قصد دارد به وسیله واگذاری ۲۰ هزار میلیارد تومان اسناد خزانه اسلامی نسبت به تسویه بدهی‌های خود به پیمانکاران اقدام کند که این بند نسبت به بودجه سال قبل ۵۳درصد رشد کرده است.

هامونی در مورد فروش و تخصیص ۵۵ هزار میلیارد تومان اوراق مالی اسلامی نیز که دولت در لایحه بودجه پیشنهادی به مجلس برنامه‌ریزی کرده است، عنوان کرد: عمده رشد مقداری واگذاری اوراقی مالی مربوط به بند «ب» تبصره ۵ می‌شود که در واقع رشد ظرفیت این بند بالغ بر ۲۶ هزار میلیارد تومان است.

وی با بیان اینکه دولت در بند «ج» نیز که مربوط به پذیرهنویسی اوراق مالی اسلامی است پیشنهاد داده از این محل ۱۰ هزار میلیارد تومان اوراق مالی اسلامی منتشر کند، افزود: در سایر بندها نیز به انتشار یک هزار میلیارد تومان بابت نوسازی مدارس و تخصیص ۲هزار میلیارد تومان اوراق تسویه خزانه اسلامی اشاره شده است.

به گفته هامونی، دولت در لایحه‌ای که ارائه کرده اجازه انتشار اوراق برای شهرداری‌ها تا مبلغ ۵هزار میلیارد تومان و شرکت‌های دولتی تا مبلغ ۶ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان را داده و همچنین پیشنهاد کرده است که شرکت‌های دولتی تابعه وزارت نفت ۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان اوراق مالی اسلامی و ۳میلیارد دلار اوراق مالی اسلامی ارزی منتشر کنند.

فرآورده‌ها در بورس انرژی خواهان دارند، نفت خام نه!

شده است.

حسینی در ادامه سخنانش با اشاره به انتشار اوراق سلف موازی، گفت: اوراق سلف موازی عمدتاً با هدف تامین مالی منتشر می‌شود. امسال هم بالغ بر ۵۰۰۰ میلیارد تومان اوراق سلف موازی منتشر کردیم. امیدواریم روند رشد داشته باشد و شرکت ملی نفت برای عرضه‌های فیزیکی نفت خام و میعانات چاراندیشی کرده و مسیر را باز کند.

براساس این گزارش، چراغ نفت خام در رینگ بین‌المللی بورس انرژی در سال گذشته روشن و وزارت نفت مکلف شد به صورت هفتگی نفت خام را در بورس عرضه کند. ۱۸مهرماه ۱۳۹۷ بود که شرکت ملی نفت ایران با انتشار پیش‌اطلاعیه‌ای اعلام کرد برای تحقق بند ۱۲ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری مبنی بر ایجاد تنوع در روش‌های فروش نفت و مشارکت بخش خصوصی و همچنین اجرای بند (ج) ماده ۴ قانون پنج ساله برنامه ششم توسعه کشور، در نظر دارد یک میلیون بشکه نفت خام را در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ایران عرضه کند؛ تصمیمی که با فراهم شدن زمینه‌های قانونی و نهایی‌سازی چارچوب و اصول کلیدی موضوع توسط مراجع ذی‌صلاح، با همکاری شرکت ملی نفت ایران، بورس انرژی ایران و شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار در دستور کار قرار گرفت و شرایط تسویه وجوه، سازوکار اجرایی و جزییات عرضه طراحی و جمع‌بندی شد.

با این حال نفت خام انطور که انتظار می‌رفت توسط فعالان بازار بورس

فرصت امروز؛ روند رو به رشد شاخص بورس تهران در سومین روز هفته و بیست و پنجمین روز آذرماه نیز حفظ شد و شاخص کل با رشدی ۳۷۲ واحدی به رقم ۳۴۴ هزار و ۴۸۷ واحد رسید. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۸۶۷ واحد افزایش به ۱۰۸ هزار و ۵۹۸ واحد و شاخص قیمت (تاپیکو) با ۲۰۵ واحد، فولاد ۵۴۸ واحد رسیدند. شاخص آزاد شناور نیز با ۹۱۸ واحد افزایش به رقم ۴۰۷ هزار و ۹۲۳ واحد رسید، شاخص بازار اول ۲۴ واحد و شاخص بازار دوم یک هزار و ۸۶۴ واحد افزایش داشتند.

در معاملات سومین روز هفته بیش از ۳ میلیارد و ۹۸۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۱ هزار و ۸۰۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. در بین تمامی نماده‌ا، سرمایه‌گذاری نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۲۰۵ واحد، فولاد خراسان (فخاس) با ۱۸۸ واحد، سرمایه‌گذاری دارویی تامین (تیبیکو) با ۸۰ واحد و سرمایه‌گذاری ملی ایران (ونیک) با ۷۱ واحد، بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل در روز دوشنبه داشتند. در مقابل نیز گروه مینا (سهامی عام) (رمینا) با ۱۵۲ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۱۰۳ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۷۸ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۶۵ واحد، پتروشیمی جم (جم) با ۶۲ واحد و توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با ۶۱واحد از جمله گروه‌هایی بودند که افت شاخص بورس را در این روز رقم زدند.

نمادهای بانک تجارت، بورس کالای ایران، سایپا، س. صنایع شیمیایی ایران، بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان و ایران خودرو از جمله نمادهای پرپیننده در روز دوشنبه بودند. گروه خودرو نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۵۰۸ میلیون و ۴۱۲ هزار برگ سهم به ارزش ۲ هزار و ۹۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

فرابورس نیز پایه‌پای بورس در روز دوشنبه، روند صعودی خود را حفظ کرد و شاخص این بازار با ۱۲ واحد رشد رقم ۴۴۸۳ واحد را ثبت کرد. همچنین معامله‌گران در این روز در فرابورس ۳۰۴ هزار معامله انجام دادند که ارزش آن به ۱۶۹۴ تومان رسید و البته نسبت به روز یکشنبه با کاهش مواجه بود.

در فرابورس، پتروشیمی مارون، پالایش نفت لاوان، صنایع ماشین‌های اداری ایران و نفت پاساگاد نسبت به سایر نماده‌ا، بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص گذاشتند و در نقطه مقابل نیز فولاد هرم‌گان جنوب، سنگ آهن گهرزمین و سهامی ذوب آهن اصفهان هم نسبت به سایر نماده‌ا بیشترین تأثیر منفی را در فرابورس داشتند.

فرآورده‌ها در بورس انرژی خواهان دارند، نفت خام نه!

مدیرعامل بورس انرژی از انتشار بالغ بر ۵۰۰۰ میلیارد تومان اوراق سلف موازی در سال جاری خبر داد و اظهار امیدواری کرد که شرکت ملی نفت برای عرضه‌های فیزیکی نفت خام و میعانات چاراندیشی و مسیر را بدین منظور باز کند.

سید علی حسینی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به عرضه نفت خام، میعانات گازی و فرآورده‌های نفتی در رینگ بین‌المللی بورس انرژی، اظهار کرد: طبق ماده چهارم قانون برنامه ششم و برای یک برنامه بلندمدت پنج ساله، وزارت نفت مکلف شده است که نفت خام، میعانات گازی و فرآورده‌های نفتی را در بورس انرژی عرضه کند.

وی ادامه داد: استقبال از فرآورده‌های اصلی مانند نفت گاز، بنزین و گاز مایع زیاد است اما در مقابل از نفت خام و میعانات گازی که توسط شرکت ملی نفت عرضه می‌شود، استقبال خوبی نشده به طوری که در سال جاری نفت خام در بورس معامله نشده است. خریداران نفت خام شرایطی دارند که باید توسط شرکت ملی نفت بررسی شود.

مدیرعامل بورس انرژی در مورد صادرات فرآورده‌های نفتی از طریق رینگ بین‌المللی بورس انرژی توضیح داد: صادرات به یک کشور محدود نیست. حجم معاملات صادراتی ایران خیلی خوب است و از ابتدای سال ۱۳۹۸ تاکنون نسبت به دوره مشابه سال ۱۳۹۷ تقریباً ۲۴۵درصد افزایش حجم معاملات رینگ صادراتی بوده است که طی آن انواع فرآورده‌ها به کشورهای مختلف صادر

((آگهی))

براساس درخواست آقای علیرضا محمدی مالک کشتی حمل کالای

عمومی (تارک ۲) با شماره ثبت ۱۰۶۱- مرکز و موافقت سازمان

بنادر و دریانوردی، نام کشتی مذکور به (آنا) تغییر یافته است.

مراتب به موجب ماده ۲۳ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م.الف: ۲۷۹۲



شرکت آبر و فاضلاب شهری

فراخوان مناقصه عمومی همزمان

با ارزیابی کیفی (فشرده) یک مرحله ای



وزارت شهر

شرکت آب و فاضلاب شهری استان

فراخوان مناقصه عمومی

شرکت آب و فاضلاب شهری استان کردستان در نظر دارد خرید ذیل را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای به تامین کنندگان و تولید کنندگان واجد صلاحیت واگذار نماید.

ردیف	کد مناقصه	نام پروژه	مدت اجرا (مدت تحویل ماه)	مدت اجرا (مدت تحویل ماه)	محل اعتبار	مبلغ و نوع تضمین ترک در مناقصه		واحدین ترک در مناقصه	شماره ماده ستاد دولت
						مبلغ (ریال)	انواع تضمین		
۱	۹۸-۱۱۴	خرید کنور آب ۱/۲ اینچ بولتی جت خشک کلاس -۳ نویت دوم	۳	سنندج	منابع داخلی	۵۵۰,۰۰۰,۰۰۰	ضمانت ناه بانکی -سپرده فنانی - اوراق مشارکت	تولید کنندگان و تامین کنندگان ۲۴	۲۰۹۸,۰۷۰,۱۴۰,۰۰۰,۰۷۳

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سامانه ستاد : ساعت ۱۹ روز شنبه مورخ ۹۸,۹,۳۰

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد قیمت : ساعت ۱۹روز چهارشنبه مورخ ۹۸,۱۰,۱۱

زمان شروع بازگشایی پاکت های ارزیابی : ساعت ۸روز پنجشنبه مورخ ۹۸,۱۰,۱۲

زمان شروع بازگشایی اسناد مناقصه (پاکت های الف ، ب ، ج) روز یکشنبه مورخ ۹۸,۱۰,۱۵

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت (الف)

الف: آدرس سنندج، بلوارشیلی، جنب اداره کل بهداشتی، شرکت آب و فاضلاب شهری استان کردستان، تلفن ۰۸۷۳۳۲۸۰۷۳۲

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت درسامانه: مرکز تماس : ۰۲۱-۴۱۹۳۴-۰ دفترثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و

۸۵۹۱۹۳۷۶۸

مهلت تحویل پاکت الف(ضمانتنامه شرکت درمناقصه)تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۹۸,۱۰,۱۱به دفترحراست و امور محرماته

شرکت آب و فاضلاب شهری استان کردستان می باشد.

شرکت آب و فاضلاب شهری استان کردستان

مرجع قیمت خرما، دلالان هستند

در انتظار ورود خرما به بورس کالا هستیم

یکی از نخل کاران کشوری گفت کشاورزان در ایران، هر محصولی که تولید کنند، بهره چندانی از سود فروش آن نمی‌برند و بخش عمده سود محصولات کشاورزی به جیب دلالان می‌رود.

محمدرضا کمالی یکی از نخل کاران کشوری درخصوص عرضه خرما در بورس کالا گفت: به شدت موافق عرضه خرما در بورس کالا هستیم و در صورت فراهم‌شدن امکان عرضه خرما در رینگ بورس، حتماً محصول خود را در این بازار عرضه خواهیم کرد. بین قیمت فروش خرما و قیمت خرید از کشاورزان، فاصله چند برابری وجود دارد

کمالی گفت: بین قیمت فروش خرما به مصرف‌کننده نهایی و قیمت خرید از کشاورزان، فاصله چند برابری وجود دارد، زیرا قیمت خرما با توافق دلالان تعیین می‌شود که از این رو بی‌صبرانه در انتظار آغاز معاملات خرما در بورس کالا و حتی راه‌اندازی قرارداد آتی این محصول هستیم تا سرانجام سود واقعی حاصل از زحمت و تولید کشاورز به خود او برسد.

رئیس «خانه دوستی ایران و بلاروس» پیرامون مزایای عرضه خرما در بورس کالا افزود: کشاورزان در ایران، هر محصولی که تولید کنند، بهره چندانی از سود فروش آن نمی‌برند و بخش عمده سود محصولات کشاورزی به جیب دلالان می‌رود. خرما هم از جمله محصولاتی است که بین قیمت فروش خرما به مصرف‌کننده نهایی و قیمت خرید از کشاورزان، فاصله چند برابری وجود دارد. به گفته وی، بورس کالا بازار مناسبی برای عرضه مستقیم خرما بوده و دلالان را به حاشیه بازار خواهد راند. قطعاً امکان فروش محصولات کشاورزی با قیمت واقعی‌تر، انگیزمای برای کشاورزان و توسعه بخش کشاورزی در کشور خواهد بود.

وی افزود: خرما در کشورهای مختلف، قیمت متفاوتی دارد. در کشور ما مرجعی برای قیمت‌گذاری خرما وجود ندارد و قیمت خرما با توافق دلالان تعیین می‌شود که نسبت به قیمت‌های بازار، بسیار پایین است. همچنین بسیاری از کشاورزان به علت نیاز به نقدینگی، ناچار به پیش‌فروش محصولات خود با قیمتی بسیار کمتر از قیمت فروش نقدی هستند. با این تفسیر فراهم‌شدن عرضه خرما در بورس کالا و ایجاد یک مرجع قیمت و امکان معاملات آتی خرما، گام بزرگی در راستای حمایت از کشاورزان خواهد بود.

ایران با داشتن بیش از ۲۴۰ هزار هکتار سطح زیر کشت خرما و تولید سالیانه ۱.۲ میلیون تن خرما، دومین تولیدکننده بزرگ خرما در جهان محسوب می‌شود و سالیانه بیش از ۴۰۰ هزار تن خرمای ایران روانه بازارهای صادراتی می‌شود. در این میان طی دو سه سال گذشته شاهد عرضه موفق محصولاتی از قبیل زعفران، زیره و پسته در بورس کالای ایران هستیم که با قرار گرفتن این محصولات در بازار مالی بورس، اوراق کالاها نیز مورد دادوستد قرار می‌گیرد. به این ترتیب هم‌اکنون معاملات گواهی سپرده و قرارداد آتی زعفران، زیره و پسته با حجمی قابل قبول در جریان است و از تالار نقرهای خبری می‌رسد که تدارکات ورود کشمش و خرما به تابلوی بورس نیز در حال انجام است.

معاملات مطمئن، فروش و تسویه وجه در کمترین زمان ممکن، کم‌رنگ شدن نقش واسطه‌ها در امر قیمت‌گذاری و حداکثرسازی سود تولیدکننده، ارتقای استاندارد و کیفیت محصول برداشت‌شده و بازاررسانی مستقیم محصولات کشاورزی توسط بهره‌برداران، امکان مدیریت ریسک کشاورز و فراهم‌سازی امکان معامله محصول در قالب ابزارهای مالی از جمله مزایای ورود انواع محصولات از جمله خرما به بورس کالا خواهد بود.

ضعف تامین ماشین برداشت چغندر از مشکلات پیش روی کشاورزان

رئیس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی گفت نبود ماشین برداشت چغندر به عنوان تامین علوفه از مشکلات پیش روی ما به شمار می‌رفت.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، کاظم خاوازی در مراسم تجلیل از برگزیدگان علمی و اثرگذار بخش کشاورزی و منابع طبیعی که به مناسبت هفته پژوهش برگزار شد، اظهار کرد: مسئولان بخش کشاورزی در تأمین امنیت غذایی بسیار جدی‌تر از هر زمان دیگری اثرگذار هستند و باید به آن توجه ویژه داشته باشند.

رئیس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی شعار امسال هفته پژوهش را «پژوهش و فناوری پیامدمحور، ضامن رونق تولید و امنیت غذایی» اعلام کرد.

خاوازی ادامه داد: این پژوهش و فناوری پیامدمحور پیش‌نیازهایی دارد که یکی از آنها تقاضامحوری است و باید سعی کنیم که به این سمت و سو پیش رویم.

معاون وزیر جهاد کشاورزی درباره آخرین جزئیات نحوه داوری نمونه‌های معرفی‌شده به سازمان تحقیقات، گفت: برای اولین‌بار در این بخش ابتکار به خرج دادیم و آثار پس از معرفی بلافاصله در اختیار دانشگاهیان قرار گرفت و پس از آن برای داوری به معاونان ارسال شد.

او یکی از اقدامات پیامدمحوری امسال در هفته پژوهش را آغاز سهمیه‌بندی اعلام کرد و افزود: ما هفته پژوهش را با سهمیه‌بندی آغاز کردیم و برای هر بخش دو یا سه پرونده سهمیه ارسال کردیم.

این مقام مسئول با تأکید بر این مسئله که امسال هیچ مدیری به عنوان پژوهشگر برتر معرفی نخواهد شد، اظهار کرد: امسال پژوهشگران و فعالان بخش خصوصی در معرفی آثار فراموش شدند که این امر نقطه ضعف ما در این مراسم به شمار می‌رود.

رئیس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی درباره برگزاری ایده بازار گفت: خرداد امسال برگزارای ایده بازار را آغاز کردیم که بدین منظور ۲۰۰۰ ایده جدید مورد ارزیابی قرار گرفت که در نهایت ۲۶ ایده توسط صاحبان سرمایه، انجمن‌ها و اتحادیه انتخاب و پس از دو ماه آموزش ۱۰ ایده انتخاب و در اختیار بنگاه‌های اقتصادی قرار گرفت.

کاظم خاوازی، رئیس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی در حاشیه مراسم تجلیل از برگزیدگان علمی و اثرگذار بخش کشاورزی و منابع طبیعی در جمع خبرنگاران با اشاره به اینکه سالانه ۴۰ میلیون دوز واکسن بروسلوز در کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد، اظهار کرد: در گذشته مدت ماندگاری این واکسن در کشور چهار ماه بود که برای واردات آن باید ارز قابل توجهی از کشور خارج می‌شد که خوشبختانه محققان با کار کردن روی این موضوع ماندگاری واکسن را به یک سال رساندند.

وی با اشاره به اینکه نبود ماشین برداشت چغندر به عنوان تامین علوفه از مشکلات پیش روی ما به شمار می‌رفت، افزود: هم‌اکنون دستگاهی طراحی شده که چغندر را از دل خاک بیرون می‌کشد و در نوع خود بی‌نظیر است به طوری که نمونه آن در دنیا وجود ندارد.

انحصار واردات چادر مشکی در اختیار چند نفر با سود ۵۰۰درصد

مشکل چادر مشکی وزارت صمت است



عضو هیأت مدیره انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب گفت: تولید چادر به تجربه طولانی نیاز دارد و اینطور نیست که دوساله به خودکفایی در این عرصه برسیم.

قلعه‌قوند یادآور شد: کارخانات بافندگی در کشور ظرفیت‌های خالی دارند و اگر وزارت صمت بر قیمت چیپس‌های پلی‌استریل که در اختیار شرکت‌های تولیدکننده نخ قرار می‌دهد نظارت کند حتما در چادر مشکی کاهش قیمت خواهیم داشت.

وی گفت: چند نوع پارچه خاص گلدار ژاپنی و کره‌ای وجود دارد که واردات و فروش آن در انحصار چند نفر است و می‌توانند این پارچه‌ها را با هر قیمتی در بازار بفروشند.

قلعه‌قوند با بیان اینکه یکی از حلقه‌های مفقوده در تولید چادر مشکی، دانش فنی است اضافه کرد: از وزارت صمت تعجب می‌کنم چرا تاکنون سراغ شرکت‌های دانش‌بنیان نرفته است زیرا در رنگ و مواد شیمیایی برای چادر مشکی مشکل داریم.

وی با اشاره به اینکه چند شرکت داخلی نخ خوبی را تولید می‌کنند، گفت: با سرمایه‌گذاری معادل واردات یک سال چادر مشکی تقریباً ۷۰ تا ۸۰درصد نیاز بازار به این محصول تأمین می‌شود.

عضو هیأت مدیره انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب تأکید کرد: باید با ایجاد بازار متشکل تولید و عرضه از بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در تولید چادر مشکی حمایت شود.

شانه خالی کند. سلیمانی گفت: برخی مسئولان به چادر مشکی حساسیت دارند و اگر محصول دیگری مانند شیلات بود اکنون به داد ما رسیده بودند، اما چون اسم چادر روی آن است از ما حمایت نمی‌کنند و نخواهند کرد.

وی همچنین گفت: ۴۰ هزار نفر در حوزه محصولات مربوط به حجاب شاغل هستند و ۳۰درصد شاغلان در این حوزه به دلیل نبود مواد اولیه بیکار شده‌اند.

سلیمانی اضافه کرد: اگر برای حدود ۷۰ تا ۸۰درصد نیاز بازار چادر مشکی در کشور سرمایه‌گذاری شود ۱۰ هزار اشتغال ایجاد خواهد شد.

وی تأکید کرد: به اندازه کافی ماشین‌آلات و توان تولید چادر مشکی در کشور وجود دارد اما با برداشتن موانع کسبوکار نیاز به زنجیره تولید داریم.

علی قلعه‌قوند، عضو هیأت مدیره انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب نیز گفت: به دلیل نبود نظارت بر تولید و واردات و عرضه چادر مشکی، واحدهای تولیدی چادر مشکی در کشور تعطیل شده است.

وی ادامه داد: به فرض که وزارت صنایع می‌خواهد از تولیدکنندگان چادر مشکی حمایت کند، چه‌چرا با وضع تعرفه ۳۲درصدی این حمایت را از جیب مردم انجام می‌دهد؟!

قلعه‌قوند گفت: تولید چادر مشکی بخش‌های تولید نخ، بافت و تکمیل دارد که باید این زنجیره برای حمایت از تولیدکنندگان ایجاد می‌شد اما وزارت صمت این کار را انجام نداد.

وی افزود: ماشین‌های ماکویی هنوز در دنیا فعالند و محصولی را تولید می‌کنند که هنوز در ایران برمصرف‌ترین چادر است.

عضو هیأت مدیره اتحادیه صنف فروشندگان و تولیدکنندگان پوشاک گفت با سرمایه‌گذاری ۲۵میلیون داری می‌توان کارخانه‌ای را که ۱۰میلیون متر چادر مشکی تولید می‌کند تأسیس و با مبلغی حدود ۱۵۰میلیون یورو کل نیاز داخلی به این محصول را تأمین کنیم.

به گزارش تسنیم، اسدالله سلیمانی مدیرعامل انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب در گفت‌وگوی ویژه خبری با بیان اینکه واردات چادر مشکی انحصاری است، افزود: به جز این مسأله، نامناسب بودن فضای کسبوکار در کشور نیز تعطیلی کارخانات تولید چادر مشکی را در پی داشته است.

وی گفت: اگر تولید در کشور به‌صرفه باشد، تاجر این بخش خود کارخانه ایجاد می‌کنند اما اکنون به‌دلیل حمایت نکردن دولت، ۹۰درصد چادر مشکی کشور از چین، کره و ژاپن که کار خانات بسیاری با فناوری بالا ایجاد کرده‌اند وارد می‌شود. سلیمانی ابراز کرد: اینکه دولت تعرفه واردات چادر مشکی را افزایش داده است، حمایت از تولید داخلی از جیب مردم است و این خسارتی است که گمرک آن را وارد کرده است.

وی گفت: واردات چادر مشکی تعرفه نداشت اما چون پارچه‌های دیگر را در قالب چادر مشکی وارد می‌کردند گمرک برای اینکه کار خود را آسان کند به همه پارچه‌ها از جمله چادر مشکی نیز تعرفه بست.

مدیرعامل انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب تصریح کرد: امکان ندارد در دو سال آینده به خودکفایی در چادر مشکی برسیم و حرف‌ها در این زمینه به این دلیل است که وزارت صمت از یارانه‌ای که باید به چادر مشکی اختصاص دهد

طرح احیا و فعال سازی معادن کوچک‌مقیاس، فرصتی برای توسعه بخش معدن

مدیر اجرایی و دبیر شورای هماهنگی طرح احیا، فعال‌سازی و توسعه معادن کوچک‌مقیاس گفت فعال‌سازی معادن کوچک‌مقیاس به دلیل سهولت کار و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری در توسعه بخش معدن تاثیرگذار است. سیدرضا عظیمی در گفت و گو باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: طرح احیا، فعال‌سازی و توسعه معادن کوچک‌مقیاس به عنوان طرح اقتصاد مقاومتی مصوب شده و از جمله برنامه‌های اصلی دولت در بخش صنعت و معدن است. او بیان کرد: اهمیت و ضرورت پرداختن به بنگاه‌های کوچک و متوسط تولیدی در بخش معدن کشور از جنبه‌های مختلفی قابل بحث است.

عظیمی گفت: نیاز به سرمایه‌گذاری کمتر، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، تجهیز و تکنولوژی ساده‌تر، وجود زیرساخت‌های لازم، سهولت در اخذ مجوزهای قانونی با توجه به کوچک‌بودن ابعاد فعالیت، نیاز به نیروی متخصص در سطح پایین‌تر، بومی‌سازی ساده‌تر (تکنولوژی و نیروی انسانی)، عدم اکتشاف صحیح و یسا کم‌اظهاری در ذخیره معادن و ایجاد فرصت معادن بزرگ از طریق تقویت معادن کوچک از جمله مزیت‌های معادن کوچک است.

مدیر اجرایی و دبیر شورای هماهنگی طرح احیا، فعال‌سازی و توسعه معادن کوچک مقیاس ادامه داد: شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران که به عنوان

افت ۴۵۰ تومانی نرخ مرغ در بازار قیمت مرغ به ۱۲ هزار و ۳۵۰ تومان رسید

حجت با بیان اینکه خرید تضمینی سرغ تا حدودی بر تعادل قیمت در بازار تاثیرگذار خواهد بود، گفت: با توجه به نیاز پشتیبانی امور دام برای کنترل بازار شش عید پیش‌بینی شده که روزانه با خرید حداقل یک هزار تن مرغ، قیمت به تعادل برسد به طوری که تولیدکنندگان انگیزه کافی برای ادامه تولید خواهند داشت.

این مقام مسئول افزود: هم‌اکنون پشتیبانی امور دام هر کیلو مرغ منجمد را طبق مصوبه ستاد تنظیم بازار با نرخ ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومان از سطح بازار جمع‌آوری می‌کند، در حالی که مرغانران انتظار دارند حداقل با نرخ ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان از آنها خریداری شود.

وی متوسط قیمت هر قطعه جوجه یکروزه را ۲ هزار و ۸۰۰ تا ۳ هزار تومان اعلام کرد و گفت: با توجه به پیگیری‌های صورت‌گرفته طی هفته‌های اخیر، ورود دستگاه نظارتی موجب شد تا حدودی قیمت جوجه یکروزه در بازار کاهش یابد که با استمرار این روند پیش‌بینی می‌شود افت جوجه‌ریزی در ۱۰ روز ابتدای آذر جبران شود.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغانران گوشتی ادامه داد: بنابر آمار در ۱۰ روز ابتدای آذر ۲۳ میلیون قطعه جوجه‌ریزی صورت گرفت که با توجه به میانگین جوجه‌ریزی ماه‌های مهر و آبان جوجه‌ریزی حدود ۹ میلیون قطعه کاهش یافته است.

این طرح شامل سرمایه‌گذاران، سرمایه‌پذیران، دولت و تشکل‌ها و انجمن‌ها تعریف شده‌اند.

مدیر اجرایی و دبیر شورای هماهنگی طرح احیا، فعال‌سازی و توسعه معادن کوچک مقیاس گفت: از جمله حمایت‌ها و هماهنگی‌های صورت‌گرفته توسط مجری این طرح می‌توان به واگذاری طرح‌های سرمایه‌گذاری به بخش خصوصی در قالب قراردادهای تدوین‌شده (راهبردی – اکتشاف – سرمایه‌گذاری – تشکیل شرکت مشترک تامین مواد اولیه)، اختصاص کارشناس متخصص هر سرمایه‌گذاری جهت مذاکره و انجام امور جانبی و ارسال اطلاعات، بررسی و مطالعه پیش‌امکان‌سنجی طرح‌های سرمایه‌گذاری اشاره کرد.

او افزود: علاوه بر این ارائه طرح‌های سرمایه‌گذاری به سرمایه‌گذاران در جلسات مشترک و کارشناسی، تهیه گزارش‌های کاربردی جهت تصمیم‌گیری و کاهش ریسک‌های سرمایه‌گذاری، تهیه و امضای تفاهم‌نامه با سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی، تهیه تپ اسناد با نظر سرمایه‌گذاران جهت حضور حداکثری، تهیه قراردادهای مرتبط با طرح احیا و فعال‌سازی معادن کوچک‌مقیاس، ارائه کیچج‌های سرمایه‌گذاری در معادن کوچک از دیگر موارد حمایت‌ها و هماهنگی‌های صورت‌گرفته توسط مجری طرح است.

کمبودی برای تامین مرغ شب عید نداریم

به گفته حجت، طبق روال همه سال قیمت جوجه یکروزه در ابتدای دی به دنبال ازدیاد تقاضا برای جوجه‌ریزی شش عید با نوساناتی روبه‌رو می‌شود که با تداوم نظارت دستگاه‌های مسئول کمبودی برای تامین مرغ شب عید نخواهیم داشت.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغانران گوشتی بازار نهاده‌های دامی را مساعد ارزیابی کرد و گفت: هم‌اکنون قیمت هر کیلو ذرت در بنادر یک هزار و ۳۵۰ تومان، کتجاله سویا ۲ هزار و ۳۵۰ تا ۲ هزار و ۴۵۰ تومان و ذرت در انبارهای استانی یک هزار و ۶۰۰ و کتجاله سویا ۲ هزار و ۵۵۰ تومان است.

حجت با اشاره به اینکه خبری از التهاب و تفاوت چشمگیر قیمت مصوب نهاده‌های دامی با بازار آزاد نیست، بیان کرد: طی ماه‌های اخیر، قیمت نهاده‌های دامی در بازار آزاد تفاوت چشمگیری با نرخ مصوب ندارد که همین امر تا حدودی بر کاهش هزینه‌های تولید دامن زده است.

وی قیمت منطقهی هر کیلو مرغ زنده را ۹ هزار و ۲۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ را ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغانران گوشتی در پایان با اشاره به اینکه نیازی به واردات مرغ نداریم، تصریح کرد: با استمرار افت قیمت جوجه، کمبودی در جوجه‌ریزی شب عید نداریم که بر کاهش عرضه و التهاب بازار اثر بگذارد.

تامین منابع مالی خودروسازان در گرو همکاری دولت و بانک مرکزی است

طی جلسه‌ای با حضور وزیر صنعت و اعضای کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی راهکارهای تامین منابع مالی قطعه‌سازان در جهت افزایش تولید خودرو بررسی شد.

سیدمهدی مقدسی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: جلسه‌ای با حضور وزیر صنعت و اعضای کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی درخصوص بررسی راهکارهای تامین منابع مالی موردنیاز قطعه‌سازان در جهت افزایش تولید خودرو برگزار شد.

وی افزود: ارائه تسهیلات بانکی به قطعه‌سازان در اواخر سال ۹۷ و اوایل سال جاری منجر به افزایش تولید خودرو و در نتیجه کاهش نسبی قیمت خودرو و ایجاد تعادل در بازار شد.

این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در ادامه با اشاره به افزایش مطالبات قطعه‌سازان از خودروسازان گفت: عدم تامین قطعه به دلیل فقدان نقدینگی تعادل موجود میان میزان تولید و قیمت را بر هم زد و باعث افزایش قیمت خودرو در اواسط سال جاری گردید.

مقدسی در ادامه افزود: در این جلسه مجلس و وزارت صمت به نمایندگی از دولت راهکارهای متعددی را درخصوص وصول مطالبات قطعه‌سازان و تامین منابع مالی آنها بررسی و پیشنهاد کرده‌اند.

وی لازمه برون‌رفت صنعت خودرو از وضعیت فعلی را همکاری دولت و بانک مرکزی در اجرای برنامه‌ها دانست و گفت: افزایش تولید قطعات و در پی آن افزایش تولید خودرو موجب تنظیم بازار خواهد شد.

این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ادامه داد: حضور قطعه‌سازان، خودروسازان، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان، دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در کنار وزارت صمت به نمایندگی از دولت در راستای تدوین یک سند راهبردی و تعیین استراتژی برای این صنعت به ارتقای کیفیت خودرو و ایمن‌تر شدن محصولات تولیدی می‌انجامد.

مقدسی گفت: امیدواریم پیشنهادات ارائه‌شده در راستای تامین منابع مالی قطعه‌سازان و خودروسازان عملیاتی شود.

وی در پایان درخصوص راهکارهای تامین منابع مالی خودروسازان گفت: مقرر شد بانک مرکزی در این خصوص بررسی‌های لازم را انجام دهد و پس از آن تصمیمات مقتضی اتخاذ خواهد شد.

کادیلاک به برندی برقی تبدیل می‌شود!

در حالی که کیا در تلاش است تا نام اپتیما را حذف کرده و سدان متوسط جدید خود را در سراسر دنیا با نام K5 عرضه کند، کادیلاک دقیقاً اقدامی در تضاد با آن برای خودروهای برقی آینده خود انجام خواهد داد.

به گزارش خبرخودرو، مدیر این خودروساز، Steve Carlisle، به خبرنگاران اعلام کرد این برند لوکس با حذف نام‌های حروف الفبایی برای خودروهای برقی جدید خود به استفاده از نام‌های واقعی برمی‌گردد. البته مشخص نیست که این نام‌ها از نام‌های قدیمی احیاشده خواهند بود و یا کادیلاک در پی نام‌هایی جدید است.

این تنها خبر مهمی نیست که Carlisle اعلام کرد است. وی همچنین اعلام کرد کادیلاک می‌تواند تا سال ۲۰۳۰ به برندی تمام برقی تبدیل شود. اگر چنین نباشد، حداقل اکثر مدل‌های خط تولید این برند طی ۱۰ سال آینده بدون موتور احتراقی عرضه خواهند شد. آغازگر این راه نیز یک کراس‌اور بدون آلایندگی جدید خواهد بود که در نمایشگاه خودروی دیترویت سال آینده رونمایی می‌شود.

فعلاً اطلاعات زیادی در این مورد در دست نیست اما گفته می‌شود این کراس‌اور شش سرششین بوده و از سیستم‌های هدایت خودران بسیار پیشرفته بهره می‌برد.

زمینه واگذاری شرکت‌های تو در توی خودروسازان فراهم شده است

وزیر صنعت با بیان اینکه واگذاری خودروسازی‌ها در قالب یک پروسه انجام می‌شود، گفت زمینه واگذاری شرکت‌های تو در تو در خودروسازی‌ها فراهم شده است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، رضا رحمانی اظهار کرد: واگذاری خودروسازی‌ها در قالب پروسه‌ای انجام می‌شود. اصلاحات ساختاری در این صنعت شروع شده و زمینه واگذاری شرکت‌های تو در تو در خودروسازی‌ها در حال فراهم شدن است.

وی با تأکید بر استفاده از ظرفیت افراد و گروه‌های توانمند و دارای تجربه کافی در واگذاری خودروسازی‌ها، افزود: وزارت صنعت، معدن و تجارت از واگذاری خودروسازی‌ها کوتاه نمی‌آید.

وی با اشاره به شیوه واگذاری خودروسازی‌ها، اضافه کرد: در وهله نخست باید اموال و املاک خودروسازی‌ها واگذار شود، سپس شرکت‌های وابسته آنها و در مرحله آخر سهام اصلی خودروسازان واگذار می‌شود که تحقق این امور مستلزم برخی زمینه‌سازی‌ها است.



پیش‌فروش چهار محصول خود را با موعد تحویل سال آینده، آغاز کرد، رئیس مرکز ملی هوا و تغییر اقلیم سازمان حفاظت محیط‌زیست در نامه‌ای به مدیرعامل این شرکت خواستار توقف فروش شد. وی همچنین تأکید کرده بود که در صورت انجام پیش‌فروش موردنظر، سازمان حفاظت محیط‌زیست پیگیری قانونی لازم را در دستور کار خود قرار خواهد داد.

به جز ایران‌خودرو، برخی دیگر از خودروسازان داخلی نیز اقدام به پیش‌فروش محصولات خود با موعد تحویل سال آینده کرده‌اند، از جمله گروه خودروسازی سایپا. با توجه به اینکه در جمع محصولات پیش‌فروش شده، نام پراید و تیبا نیز به چشم می‌آید و این دو محصول به استاندارد آلایندگی یورو۵ مجهز نیستند، بنابراین پیش‌فروش با موعد تحویل ۹۹ آنها نیز از نظر محیط‌زیست در تضاد با قانون است. هرچه هست، طبق آیین‌نامه اجرایی ماده ۴ قانون هوای پاک (مصوب مجلس شورای اسلامی)، فروش خودروها در سال ۹۹ منوط به کسب استاندارد یورو۵ در آلایندگی است؛ استنادی که قرار بود از ابتدای امسال اجرایی شود، اما به درخواست خودروسازان یک سال عقب افتاد. با وجود توافقی که بین خودروسازان و سازمان حفاظت محیط‌زیست بر سر زمان اجرای استاندارد یورو۵ حاصل شد، انجمن خودروسازان ایران چندی پیش درخواستی جدید را مبنی بر تعویق دوباره این استاندارد به دولت ارائه کرد. در این درخواست آمده که یا اجرای استاندارد یورو۵ تا پایان تحریم‌ها به عقب بیفتد یا «خودروهای مونتاژی در حال ترخیص»، «خودروهای گیربکس اتوماتیک» و «خودروهای گازسوز» از این استاندارد معاف شوند.

آیا با وجود تحریم‌ها، امکان ارتقای استاندارد آلایندگی از یورو۴ به یورو۵ وجود دارد؟ از طرفی در صورت تجهیز خودروهای داخلی به یورو۵، آیا بنزین عرضه شده در کشور از استاندارد لازم (یورو۵) برخوردار خواهد بود؟ و اینکه ارتقای استاندارد آلایندگی خودروها به یورو۵، چه تاثیری روی قیمت آنها خواهد گذاشت؟

پیش از پاسخ به پرسش‌های مطرح‌شده، ابتدا مرور می‌کنیم جزئیات چالش رخ‌داده میان سازمان حفاظت محیط‌زیست و خودروسازان را تا مشخص شود حرف هر کدام از طرفین دقیقاً چیست؟

اصل ماجرا از این قرار است که محیط‌زیستی‌ها پیش‌فروش‌های اخیر خودروسازان با موعد تحویل سال آینده را خلاف قانون هوای پاک تشخیص داده و خواستار توقف (یا اصلاح) آن شده‌اند. اوایل هفته، ایران‌خودرو پیش‌فروشی را برای چهار محصول خود در نظر گرفت که موعد تحویل آنها سال آینده بود. این موضوع با واکنش رئیس مرکز ملی هوا و اقلیم سازمان حفاظت محیط‌زیست مواجه و وی در نامه‌ای به مدیرعامل ایران‌خودرو، ممنوعیت فروش خودروهای دارای استاندارد یورو۴ را از سال آینده، متذکر شد.

در نامه محمد مهدی میرزایی قمی به فرشاد مقیمی آمده بود که «براساس ماده ۴ قانون هوای پاک، پیش‌فروش خودروهای دارای استاندارد یورو۴ برای سال آینده ممنوع بوده و خودروسازان باید قبل از هرگونه اقدام به فروش و پیش‌فروش (با موعد تحویل سال ۹۹) نسبت به اخذ مجوز آلایندگی برای محصولات خود اقدام کنند.» از آنجا که ایران‌خودرو

از آن سو اما خودروسازان رفتاری دو پهلو را در پیش گرفته‌اند، به نحوی که از یکسو می‌گویند تحریم مانع دستیابی به استاندارد آلایندگی یورو۵ است و از سوی دیگر وعده می‌دهند خودروهای ثبت‌نامی را در سال آینده با استاندارد موردنظر تحویل خواهند داد.

به گزارش پدال نیوز، چالش میان سازمان حفاظت محیط‌زیست و خودروسازان پس از یک دوره خاموش، دوباره شعله‌ور شده و این بار پای استاندارد آلایندگی در میان است. طبق ماده ۴ قانون هوای پاک، فروش خودروهای دارای استاندارد آلایندگی یورو۴ از ابتدای سال آینده ممنوع است، بنابراین خودروسازان باید این ماده قانونی را در کل فروش‌های خود لحاظ کرده و خودروهای ثبت‌نامی را با استاندارد یورو۵ تحویل مشتریان دهند. این در حالی است که به اعتقاد مسئولان سازمان حفاظت محیط‌زیست، الزام قانونی موردنظر در پیش‌فروش‌های اخیر خودروسازان رعایت نشده و بنابراین باید اصلاحات لازم در آنها صورت گرفته و در غیر این صورت، متوقف شوند.

از آن سو اما خودروسازان رفتاری دو پهلو را در پیش گرفته‌اند، به نحوی که از یکسو می‌گویند تحریم مانع دستیابی به استاندارد آلایندگی یورو۵ است و از سوی دیگر وعده می‌دهند خودروهای ثبت‌نامی را در سال آینده با استاندارد موردنظر تحویل خواهند داد.

در این شرایط، چند پرسش مهم به وجود آمده که به نظر می‌رسد مهمترین آنها، توانمندی یا عدم توانایی خودروسازان در احراز استاندارد آلایندگی یورو۵ برای محصولات‌شان است. در واقع پرسش اینجاست که

ممنوعیت واردات خودرو لغو نمی‌شود

صنعت کشور نیازمند کار تحقیقاتی است. این مقام مسئول در ادامه با اشاره به سخنان دبیر انجمن‌های تحقیق و توسعه کشور که گفته بود آمادگی تولید خودروهای برقی در کشور وجود دارد، تصریح کرد: بخش‌های پژوهشی کشور در حال حاضر روی تولید خودروهای برقی کار می‌کنند، اما به نظر می‌رسد لازم است شرکت‌های خودروسازی، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و معاونت صنایع، با همکاری انجمن‌های تحقیق و توسعه کشور یک فعالیت جدی برای انتقال فناوری خودروهای برقی به کشور انجام دهند. وی افزود: برخی انتقاد می‌کنند که دولت می‌خواهد به بهانه خودروهای برقی واردات خودرو را از سر بگیرد، اما سیاست دولت در واردات خودرو تغییرناپذیر است و هدف ما این است که از صنایع داخلی خود حمایت کنیم، اما برای

تعیین خسارت آنلاین در تصادفات رانندگی

این مقام مسئول در بیمه حکمت با بیان اینکه یکی از زیرسیستم‌های باب نو در جهت مکانیزه کردن فرآیند بازدید اولیه بیمه‌های خودرو راه‌اندازی شده است، تصریح کرد: هم‌اکنون این زیرسیستم در شعب سراسر کشور به صورت پایلوت ایجاد شده که برآینم هرچه زودتر مابقی زیرسیستم‌های آن اعم از درمان، آتش‌سوزی، مسئولیت و مهندسی، عمر و سرمایه‌گذاری و... راه‌اندازی کنیم.

براساس این گزارش، در این سیستم امکان تعریف سیاست‌ها و کنترل‌های موردنظر مدیریت بیمه‌های اتومبیل در فرآیند و عملیات بازدید اولیه، فراخوانی سیستمی اطلاعات پیش‌نویس بیمه‌نامه از سیستم متمرکز بیمه‌گری جهت ثبت درخواست بازدید، امکان اختصاص بازدید به کارشناس موردنظر در شعب فراهم شد.

امکان تعریف سیاست‌ها و کنترل‌های موردنظر مدیریت بیمه‌های اتومبیل در فرآیند و عملیات بازدید اولیه، فراخوانی سیستمی اطلاعات پیش‌نویس بیمه‌نامه از سیستم متمرکز بیمه‌گری جهت ثبت درخواست بازدید، امکان اختصاص بازدید به کارشناس موردنظر در شعب فراهم شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، فاطمه صالحی معاون بیمه حکمت از آغاز به کار سیستم بیمه‌گری الکترونیک این بیمه با عنوان «باب نو» خبر داد و گفت: رونمایی از سیستم مذکور در جهت به‌کارگیری فناوری‌های نوین و خدمت‌رسانی سریع‌تر به احاد جامعه است.

ضرورت ورود دانشگاهیان به حوزه تجاری‌سازی

رئیس بنیاد نخبگان استان خراسان جنوبی با اشاره به نقش مهم دانشگاه در حل مشکلات استان، گفت جهت‌گیری‌ها باید به سمت فناوری و تجاری‌سازی محصول باشد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، مراسم بزرگداشت هفته پژوهش و تقدیر از پژوهشگران‌برتر خراسان‌جنوبی با حضور جمعی از نخبگان، مستعدان و متخصصان استان برگزار شد.

در این نشست سیدسعیدرضا احمدی‌زاده، به لزوم حمایت از پژوهش و پژوهشگران اشاره کرد و گفت: فضای مدیریت‌عالی استان به سمت رفع مسائل و مشکلات حرکت می‌کند و اگر بتوان چند مشکل اساسی را حل و اولویت‌بندی کرد، می‌توان زمینه را برای توسعه بیشتر فراهم کرد.



دریچه

توسعه محصولات دانش‌بنیان بازارپسند

مجتبی نسب – دبیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

بخش مهمی از رشد کشور با توسعه تعداد و تنوع محصولات دانش‌بنیان محقق می‌شود. طراحی و تولید محصولات دانش‌بنیان نیز نیازمند همکاری تیم فنی پرانگیزه و همراهی افراد خبره در کنار آنها است. شکل‌گیری طرح‌های متنوع و ساخت نمونه‌های اولیه متعدد؛ کسب تجربه از شکست‌ها و بهبود طراحی و رسیدن به محصول نهایی، لازمه تولید محصولی با کیفیت، کاربردی و بازارپسند است.

در این فرآیند، از ابتدای ساخت نمونه‌های اولیه تا رساندن محصول به بازار و اجرای برنامه‌های ارتقای بعدی، محصول در هر مرحله‌ای که باشد، باید تست شود و انجام آزمون، نیاز به آزمایشگاه و تجهیزات آزمایشگاهی مناسب دارد. نتیجه این آزمون‌ها است که مسیر رسیدن به مقصد نهایی را برای سازنده روشن می‌کند.

بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان دارای جته‌ای کوچک هستند و بیشترین دارایی آنها، دانش فنی ارزشمندی است که محصول براساس آن طراحی و ساخته می‌شود. بیشتر این تیم‌ها، از افراد فارغ‌التحصیل دانشگاه‌ها شکل گرفته‌اند که تازه در ابتدای راه پرپیچ و خم فعالیت‌های اقتصادی هستند و با فراهم ساختن سرمایه‌ای اندک، شرکت دانش‌بنیان خود را تأسیس کرده‌اند.

دسترسی به آزمایشگاه و خدمات مطلوب آزمایشگاهی، اولویت اصلی این تیم‌ها است و بیشتر آنها، توان ایجاد آزمایشگاه موردنیاز خود را ندارند. جدا از زمان قابل توجهی که برای یافتن آزمایشگاه موردنظر از آنها صرف می‌شود، این افراد سعی می‌کنند با استفاده از ارتباطاتی که با دانشگاه‌های محل تحصیل

و یا اشتغال خود دارند، به شکلی، نیاز خود را برطرف کنند که این روش به دلیل ناپایدار بودن ارتباطات در طول زمان و تنوع نیازها، محدودیت‌هایی را هم به همراه دارد.

البته اگر با دقت بیشتری به این موضوع نگاه شود، مشخص می‌شود که این شرکت‌ها به خدمات آزمایشگاهی نیاز دارند و نه خود آزمایشگاه؛ پس

سبد داروهای زیستی کشور غنی‌تر می‌شود

دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با تأکید بر اینکه داروهای زیستی تولیدی ایران با کیفیت بالایی تولید می‌شود، گفت در آینده‌ای نزدیک، ۳۳ داروی مهم زیستی در کشور به تولید می‌رسد. براساس گزارش‌های موجود در کشور، دانش‌بنیان‌ها سهم قابل توجهی از سبد تولید داروهای زیستی را به خود اختصاص داده‌اند. در این گزارش‌ها آمده است که از بازار ۴/۵ میلیارد دلاری دارو در ایران، سهم دانش‌بنیان‌ها ۷۰درصد است.

طبق برآوردها ۹۷درصد اقلام دارویی مصرف‌شده تولید داخل است و ۶۷درصد از ماده مؤثره دارویی (APIs) مورد استفاده برای تولید داروها در داخل کشور تولید شده است.

این اعداد و ارقام حاصل تلاش جوانان و متخصصانی است که دغدغه تأمین سلامت جسمی و روانی جامعه را دارند؛ جوانانی که پای تعهد خود مانند تن ایرانی خودکفا و توانمند بسازند. این تلاش‌ها زمانی به نتیجه مطلوب می‌رسد که حمایت‌های دولتی نیز مکمل آن باشد.

ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم بر همین مینا با حمایت از جوانان و ایده‌های خلاق آنها در شرکت‌های دانش‌بنیان، تلاش کرده است تا ریل حرکت این قطار فناوریانه در کشور را روان‌تر کند.

شرکت‌های دانش‌بنیان از ابزارهای نوین مالی بهره‌مند می‌شوند

مالی از طریق بدهی و تسهیلات بانکی صورت می‌پذیرد. در کشور ما خوشبختانه در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالان زیست‌بوم نوآوری کشور، هر دو روش مورد توجه قرار گرفته است. هرچند متعقد هنوز در ابتدای راه قرار داریم و راه‌نیموده بسیاری

برای تکوین و تکمیل بخش مالی زیست‌بوم نوآوری کشور باقی مانده است. محمد مرفوع در ادامه بیان کرد: صندوق نوآوری و شکوفایی، در مشارکت با صندوق‌های پژوهش و فناوری گام‌های مثبتی برای ایجاد کانال‌های متعدد تأمین مالی سرمایه‌ای برداشته است، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان به فراخور طرح‌ها و وضعیت عمومی شرکت می‌توانند در پرتوی سرمایه‌گذاری این صندوق‌ها قرار گیرند. این عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی ضمن بیان اقدامات انجام‌گرفته برای تسهیل دسترسی شرکت‌های دانش‌بنیان به خدمات مالی اضافه کرد: براساس تلاش‌های صورت‌گرفته در فرابورس، تألیفوی به نام «بازار شرکت‌های کوچک و متوسط» پیش‌بینی

شده است که شرکت‌های دانش‌بنیان نیز می‌توانند با پذیرش در این بازار از طریق بازار سرمایه، فرآیند تأمین مالی را انجام دهند. در حال حاضر بیش از ۳۰ شرکت دانش‌بنیان در بازارهای مختلف بورس و فرابورس پذیرش شده و سهام آنها در بازار معامله می‌شود.



و متوسط قرار می‌گیرند و همین موضوع در تعیین ابزارهای مالی مورد استفاده تأثیرگذار است. وی با اشاره به اهمیت تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان برای دولت، افزود: در دنیا و البته در ایران نیز تأمین مالی، غالباً به دو روش تأمین مالی سرمایه‌ای و تأمین



انقلاب فولکس واگن؛ موتور الکتریکی

دنده و ضریب دنده نهایی صورت می‌گیرد در خود در محور عقب خودرو قرار دارد.

با وجود اینکه می‌توان از یک موتور با جعبه دنده اما موتورهای احتراق داخلی را نمی‌توان همانند مو به طور معمول شرکت‌های خودروسازی موتورها.

دنده و دیفرانسیل دیگر شرکت‌های بزرگ همچون شرکت فولکس واگن اولین موتور الکتریکی بازار اروپا و آمریکا و همچنین بازار داخلی چین در سال نیم میلیون واحد خواهد بود. موتور یا ژنرا بدون جاروبک است که از یک بخش روتور که شانه و استاتور که از سیم پیچ مسی در یک قاب چند یک میدان مغناطیسی دوار ایجاد می‌کند در نتیجذب می‌کنند و روتور شروع به چرخش می‌کند. شده است که امکان تولید گشتاور بیشتر را به نسبت هر دو بخش روتور و استاتور توسط خود فول

یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در زمینه تولید وسایل نقلیه برقی بحث قیمت و مقرون به صرفه بودن آن است. تولید بخش‌های مختلف خودروهای برقی همچون باتری در حال حاضر بزرگ‌ترین چالش صنعت خودروسازی برای حرکت به سوی وسایل نقلیه برقی قلمداد می‌شود، با این وجود بخش‌های دیگری همچون موتور الکتریکی نیز می‌توانند نقش بسیار محسوس‌ی در قیمت نهایی یک محصول داشته باشند.

به گزارش دیجیاتو، به همین دلیل شرکت‌های مختلف خودروسازی به دنبال راه حل‌های جدیدی برای کاهش هرچه بیشتر قیمت نهایی خودروهای برقی هستند و در جدیدترین حرکت شرکت فولکس واگن قصد استفاده از موتور الکتریکی یکپارچه‌ای را دارد که می‌توان به صورت گسترده از آن در مدل‌های مختلف بهره برد.

مهم‌ترین محصول جدید شرکت فولکس واگن یعنی هاچیک تمام برقی ID ۳ از موتور الکتریکی یکپارچه‌ای با کد APP۳۱۰ بهره می‌برد. رقم ۳۱۰ به معنای گشتاور ۳۱۰ نیوتن‌متری این موتور است که بر روی محور عقب نصب می‌شود. همچنین تمام قدرت تولیدی این موتور ۲۰۱ اسب بخار به صورت یکپارچه به چرخ‌ها انتقال داده می‌شود.

موتورهای احتراق داخلی به طور سنتی از جعبه دنده، دیفرانسیل و ضریب دنده نهایی برای انتقال قدرت استفاده می‌کنند. این انتقال قدرت در خودروهای محور متحرک جلو با یکپارچه شدن جعبه

نیاز خودروها به فیلترهای نانو تأمین شد

عطا اکبری، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «نانو ساختار مهر آسا» که در زمینه تولید فیلترهای هوا نانو خودرو فعالیت دارد در مورد ویژگی‌های این فیلتر گفت: در فیلتر نانو پر دو، یک لایه نانوالیاف بر روی سطح کاغذ وجود

دارد که دارای خواص منحصربه‌فرد است (نسبت سطح وسیع در یک حجم محدود) که این خاصیت در علم نانو بسیار شناخته شده است و به عبارت دیگر در فناوری نانو اولین اثر کاهش اندازه ذرات، افزایش سطح است.

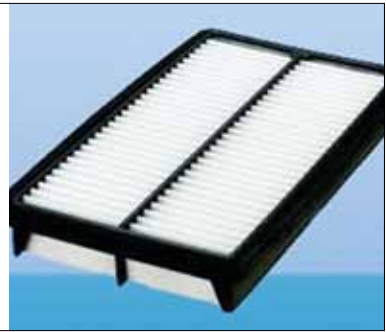
وی ادامه داد: افزایش نسبت سطح به حجم نانو ذرات باعث می‌شود که اتم‌های واقع در سطح، اثر بیشتری نسبت به اتم‌های درون حجم ذرات، بر خواص فیزیکی ذرات داشته باشند.

این فعال فناوری همچنین بیان کرد: لایه نانو الیاف بر روی کاغذ فیلتر باعث می‌شود که تمام ذرات ریز موجود در هوا (در حد نانومتر) در ورودی فیلتر گرفته شود و عملیات تصفیه هوا به خوبی شکل گیرد. دوده که جزو کوچک‌ترین این ذرات است نیز توسط این فیلتر به دام می‌افتد.

«فیلتر هوا» از تجهیزات لازم و ضروری در خودرو است. «فیلتر هوا» موجب جذب ذرات موجود در هوا و مانع ورود گرد و غبار و ذرات آلوده موجود در هوا به داخل موتور خودرو می‌شود.

در حالت طبیعی موتور اتومبیل در قبال هر گالن سوخت از هزار گالن هوا استفاده می‌کند. در این صورت برای سوخت صحیح خودرو باید از «فیلتر هوا» استفاده کنیم. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فیلتر هوا مسئولیت تنظیم میزان هوای ورودی موتور و جذب آلودگی‌ها و ذرات هوا را برعهده دارد. حتی می‌توان گفت همان‌طور که ریه در بدن انسان نقش مهم و بسزایی دارد؛ فیلتر هوا نیز در اتومبیل تأثیر اساسی دارد و بسیار مهم و ضروری است و در صورتی که به موقع تعویض نشود تنفس خودرو را دچار عواقب و مشکلات خواهد کرد.

یک شرکت دانش‌بنیان با استفاده از فناوری نانو فیلترهایی را تولید کرده که عملکرد بسیار بهتری نسبت به فیلترهای معمولی دارد.



چرا اغلب تبلیغات در شناخت هویت مخاطب مشکل دارد؟

 بحران شناخت هویت در دنیای تبلیغات
 ترجمه: علی آل علی

دنیای تبلیغات همیشه بر مدار سلیقه و خواست مشتریان در جریان بوده است. مفهوم شناخت یا وضوح هویت مخاطب به طور مشخص همین امر را مدنظر دارد. منظور از این اصطلاح فرآیند ترکیب داده‌های مختلف بردنمان درباره مشتریان به برنامه‌ای تاثیرگذار است. چنین امری توانایی اصلی برندها در زمینه جلب نظر مخاطب هدف و تولید محتوای تبلیغاتی تاثیرگذار را نشان می‌دهد. متاسفانه امروزه حتی نیمی از برندها نیز توانایی استفاده مناسب از داده‌های موجود درباره مخاطب‌شان برای تولید تبلیغات استاندارد را ندارند. این امر موجب ایجاد بحران هویت در عرصه تبلیغات شده است. وقتی برندها توانایی شناخت درست سلیقه مخاطب و تولید محتوا براساس آن را نداشته باشند، تمام سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه تبلیغات همراه با میزان بالای خطر خواهد بود. بدون شک تمام برندها علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری مطمئن در حوزه تبلیغات هستند بنابراین باید راهکاری برای بحران هویت در عرصه تبلیغات پیدا کرد.

مطالعاتی تازه از سوی موسسه اپسیلون کانوسانت بر روی مسئله هویت در دنیای تبلیغات نکات جالبی در حوزه ناتوانی برندها برای تعامل سازنده با مخاطب بیان کرده است. فرض اصلی این پژوهش بنای برنامه شناخت هویت مشتریان اغلب برندها بر روی پایه‌های سست است. این امر در قالب «برنامه‌های پوشالی» مورد بررسی پژوهشگران موسسه اپسیلون کانوسانت قرار گرفته است.

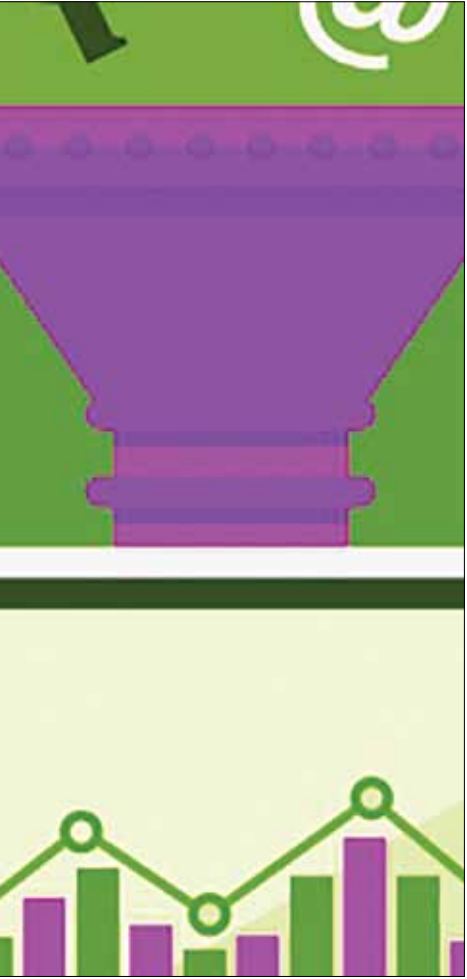
امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای جلب نظر مشتریان از طریق تولید تبلیغات مختلف هستند. این امر رقابت موجود در این عرصه را به شدت افزایش می‌دهد بنابراین اگر ما عملکرد مناسبی در این حوزه نداشته باشیم، به سرعت از عرصه رقابت کنار خواهیم رفت. استفاده از فرآیندهای مختلف و متنوع برای شناخت هویت مخاطب هدف اهمیت محوری در صنعت تبلیغات دارد. بی‌تردید هر برند ساز و کار منحصر به فردی برای تولید محتوای تبلیغاتی دارد. هدف اصلی این مقاله بررسی راهکارهای تازه برای شناخت هویت مخاطب هدف نیست. پژوهش موسسه اپسیلون کانوسانت به طور کلی چند ایراد مهم در زمینه فرآیند تولید تبلیغات را مورد توجه قرار داده است. در این پژوهش نظرات ۲۰۵ بازارپاب مختلف از سراسر جهان مورد استفاده قرار گرفته است، به نکات دیل توجه کنید:

• اغلب کمپین‌های تبلیغاتی در زمینه شناسایی سلیقه مخاطب ناتوان هستند. این امر در مورد ارزیابی وضعیت کمپین‌ها در حین اجرا نیز صادق است. وقتی ما فقط در پایان کمپین اقدام به ارزیابی وضعیت تبلیغ‌مان می‌کنیم، امکان آگاهی از روند تغییر سلیقه مخاطب هدف را نخواهیم داشت بنابراین تصویر ناقصی از هویت مخاطب در برند ما ایجاد خواهد شد. تلاش برای بهبود این روند نقش مهمی در افزایش تاثیرگذاری تبلیغات ما خواهد داشت.

• بسیاری از تبلیغات به دست مخاطب بی‌علاقه می‌رسد. به این ترتیب عدم تمایل مخاطب نسبت به خرید محصولات برندها امری طبیعی خواهد بود. این نکته به طور ویژه معطوف به ناتوانی برندها در زمینه شناخت هویت مخاطب هدف است. گاهی اوقات ما با استفاده از شاخص‌های اشتباه به سراغ شناخت هویت مخاطب می‌رویم. بی‌تردید در چنین موقعیتی ما توانایی تبلیغ تاثیرگذار برای محصولاتمان را نخواهیم داشت.

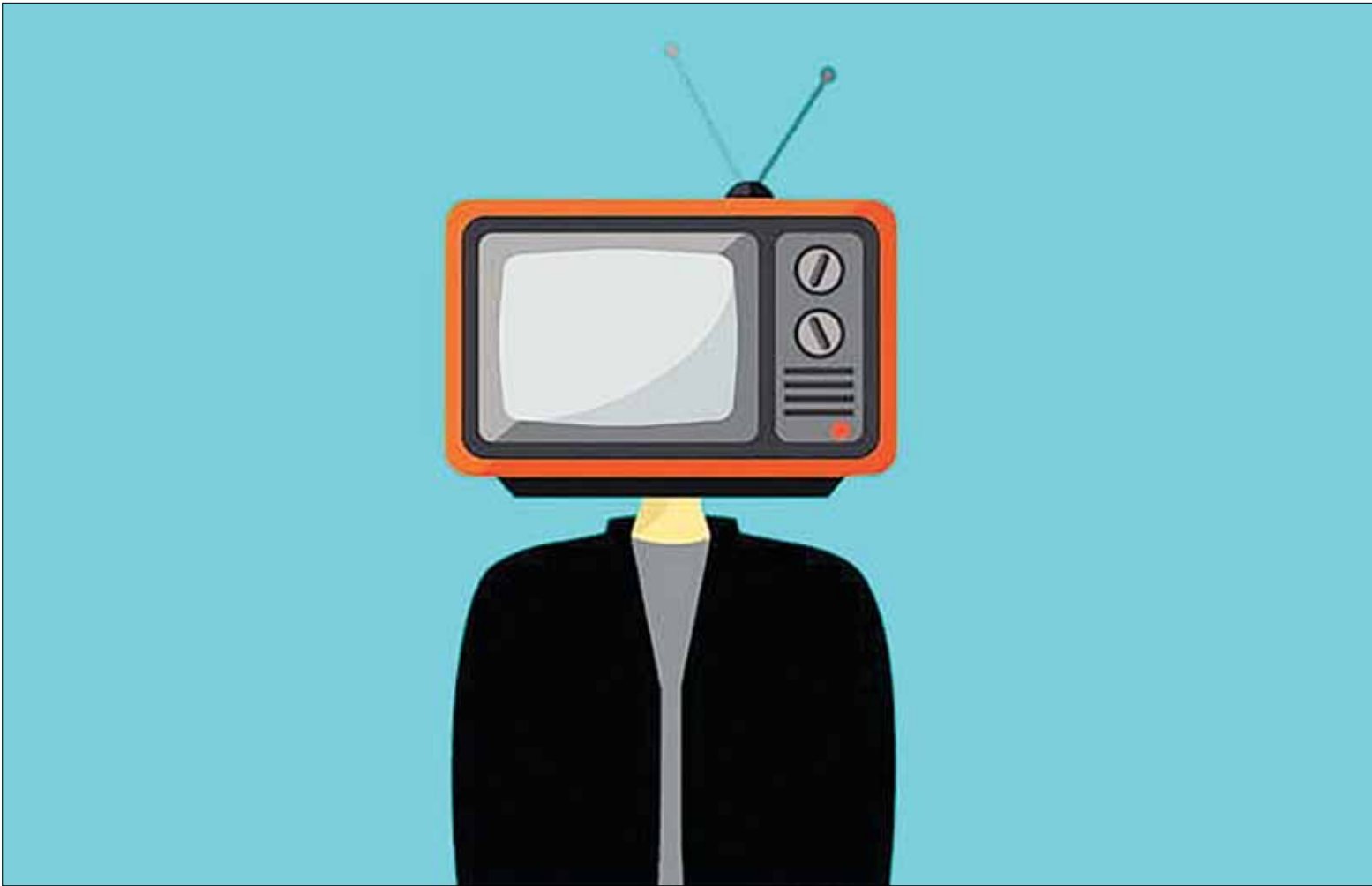
• برندها در حوزه تبلیغات باید علاوه بر توجه به مخاطب هدف به نوآوری‌های خود نیز بها دهند. تلاش برای طراحی تبلیغات به صورت یکسان در طول زمان هرگز نتیجه مناسبی برای برندها در پی ندارد بنابراین گام اساسی در اینجا تغییر برنامه طراحی تبلیغات به طور مداوم است.

منبع: adweek



از استراتژی تبلیغاتی یوتیوب در تلویزیون‌های هوشمند چه می‌دانیم؟

برنامه تبلیغاتی یوتیوب برای کاربران تلویزیون‌های هوشمند



ویدئوی اصلی است بنابراین گوگل در اپ تلویزیونی‌اش فقط تبلیغات دارای کیفیت اچ دی یا بالاتر را نمایش خواهد داد. خوشبختانه در اپ تلویزیونی یوتیوب همچنان امکان پرش از تبلیغات پس از گذشت شش ثانیه وجود خواهد داشت. این امر از طریق کنترل تلویزیون‌ها یا حرکات دست صورت می‌گیرد بنابراین برندها همچنان باید در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف در همان دقایق ابتدایی باشند. در غیر این صورت خبری از جلب نظر آنها و بالطبع فروش بیشتر نخواهد بود. بدون شک مخاطب تلویزیون هوشمند اهمیت بسیار زیادی برای برندهای مختلف دارد. این امر ضرورت فعالیت هوشمندانه برای جلب نظر آنها را دوچندان می‌کند. همیشه حوزه‌های تازه تبلیغات سطح تاثیرگذاری بیشتری بر روی مخاطب دارد بنابراین ما باید هرچه زودتر دست به کار شویم. نحوه پرداخت هزینه تبلیغات در اپ تلویزیونی یوتیوب همچنان براساس شخصی‌سازی محتوا و میزان مشاهده کاربران محاسبه می‌شود. نکته جالب اینکه تعرفه‌های تبلیغاتی در این محیط تازه هیچ‌گونه افزایشی در مقایسه با نسخه‌های عادی ندارد. مدیران گوگل در اظهارنظرهای رسمی هدف‌شان مبنی بر ایجاد تحول در تجربه مشاهده محتوای ویدئویی کاربران را اعلام کرده‌اند. توسعه اپ اختصاصی برای تلویزیون‌های هوشمند فقط یکی از گام‌های اساسی در این حوزه است. گوگل هنوز در حال آزمایش نحوه نمایش محتوای تبلیغاتی در این پلتفرم تازه است بنابراین شاید در آینده‌ای نزدیک با اعمال تغییرات بیشتر به سراغ رونمایی کامل از پلتفرمش برود.

منبع: cordcuttersnews

مشکلات، شکست‌ها و چالش‌های مدیران عرصه تکنولوژی در سال ۲۰۱۹

تلاش زیادی را به خرج داد تا تکنولوژی تشخیص چهره خود را به دولت آمریکا بفروشد و به همین خاطر نیز از سوی بسیاری گروه‌های حقوق بشری مورد انتقال قرار گرفت. البته در آمازون نیز درست مانند اپل و فیس‌بوک حفظ حریم خصوصی از جمله مشکلات اصلی و اساسی در سال جاری میلادی بود.

ایلان ماسک

شکست‌ها و ناکامی‌های ایلان ماسک در سال ۲۰۱۹ برای یک شرکت بیش از اندازه زیاد بودند و خوشبختانه ماسک هم بیشتر از یک شرکت را مدیریت می‌کند. مدیرعامل تسلا (و البته چند شرکت دیگر) اخیرا مجبور شد با محدودیت‌های مهندسی در ساخت سایبرتراک کنار بیاید و حادثه شکسته‌شدن شیشه ضدضربه آن را هضم کند. توییت‌های دردسرافرین او را نیز نباید فراموش کرد؛ در سالی که گذشت ماسک به خاطر استفاده از عبارت Pedo guy در مورد غواصی که جان کودکان گرفتار در غاری واقع در تایلند را نجات داد به دادگاه احضار شد و البته از آنجایی که این عبارت معانی متعددی می‌تواند داشته باشد از این اتهام تبرئه شد.

چند ماه قبل از این اتفاق نیز ماسک در اقدامی عجیب برای یادبود یک گوریل به نام Harambe یک ترانه رپ خواند و در ساوند کلاود منتشر کرد. هارامبه یک گوریل غریب پشت خاکستری ۱۷ ساله بود که در باغ وحش شهر سینسیناتی در ایالت اوهایو زندگی می‌کرد. خرداد ۱۳۹۵ کودکی سه-چهار ساله داخل محوطه نگهداری گوریل افتاد و نگهبان باغ وحش هم از ترس جان کودک، تصمیم گرفت هارامبه را به ضرب گلوله از پای درآورد.

در اقدامی دیگر ماسک حساب کاربری خود در توییتر را پاک کرد و مجددا بعد از سه روز در این شبکه فعال شد. ۱۵ آبان‌ماه امسال بود که ایلان ماسک در تویییتی به کاربران خود اعلام کرد که «از کاربردهای مثبت توییتر مطمئن نیست» وی همچنان در ادامه توییت خود نوشته بود «ریت پلتفرم خوبی به نظر می‌رسد» اما چندی پس از آن در تویییتی دیگر از آفلاین شدنش خبر داد.

البته شکست‌ها، مشکلات و چالش‌هایی که مدیران عرصه تکنولوژی در سال ۲۰۱۹ پشت سر گذاشتند به مراتب بیشتر از این موارد است و قطعا در سال پیش رو نیز شاهد اتفاقات باورنکردنی دیگری خواهیم بود.

منبع: mashable/digiato

را داشته باشید، اپ یوتیوب یکی از کاربردی‌ترین برنامه‌های پیش‌فرض تلویزیون‌ها محسوب می‌شود. این اپ به کاربران امکان جست‌وجو و مشاهده انواع ویدئوها را می‌دهد. گوگل تا پیش از این در زمینه نمایش تبلیغات برای کاربران اپ‌ها سیاست مشخصی نداشت، با این حال اعلام رسمی آنیش کاتوکاران به مثابه پایان استراتژی انفعالی گوگل در قبال تبلیغات در تلویزیون‌های هوشمند است. وی در اظهارنظر رسمی‌اش پیرامون این موضوع به نکات جالبی اشاره کرده است: «ما به خوبی از نیاز طراح‌های تبلیغات برای یافتن محیط‌های تازه به منظور بارگذاری محتوا آگاهی داریم. تلویزیون‌های هوشمند دامنه وسیع و تازه‌ای از مخاطب‌های هدف را ایجاد کرده است بنابراین علاقه برندها به نمایش تبلیغات برای آنها طبیعی خواهد بود. نکته مهم شیوه نمایش تبلیغات است. بدون تردید ما باید راهکارهای متفاوتی برای نمایش محتوای تبلیغاتی در تلویزیون‌های هوشمند در پیش گیریم بنابراین بخش مدیریت پروژه‌های گوگل در طول چند ماه گذشته علاوه بر بررسی دقیق این حوزه طرح‌های مختلفی را نیز مور آزمایش قرار داده است.» بی‌تردید نمایش محتوای تبلیغاتی در تلویزیون‌های هوشمند نیازمند توجه به نکات مختلفی است. یکی از نکات مهم افزایش کیفیت ویدئوهای تبلیغاتی خواهد بود. شاید در گوشی‌های هوشمند یا رایانه‌های شخصی ویدئوهای دارای کیفیت پایین قابل تحمل باشند، اما در تلویزیون‌های بزرگ با وضوح تصویر فوق‌العاده بالا چنین وضعیتی به هیچ وجه مطلوب نیست. در واقع یکی از شکایت‌های همیشگی کاربران نسبت به محتوای تبلیغاتی در یوتیوب تفاوت کیفیت آنها با

ترجمه:علی آل علی

یوتیوب یکی از مهم‌ترین پلتفرم‌های آنلاین در سراسر دنیا محسوب می‌شود. گوگل در طول یک دهه اخیر موفقیت کم‌نظیری در زمینه توسعه این پلتفرم داشته است. امروزه تمام کاربران برای یافتن ویدئوهای دلخواه‌شان به یوتیوب مراجعه می‌کنند. اعتبار و شهرت این شبکه اجتماعی حتی با ظهور رقبایی مانند Vimeo نیز خدشه‌دار نشده است. این امر علاوه بر نوآوری گوگل در زمینه ایجاد شبکه اجتماعی ویدئومحور بر مدار خلاقیت مداوم تیم فنی گوگل نیز استوار است. بدون تردید اگر ایده یوتیوب از زمان شکل‌گیری به طور مداوم به‌روز رسانی نمی‌شد، اکنون رقبای بسیار زیادی برای آن پیدا شده بودند. مهم‌ترین نکته درباره استراتژی گوگل در زمینه کسب درآمد از یوتیوب پخش تبلیغات مختلف در خلال مشاهده ویدئوهاست. به این ترتیب کاربران بدون نیاز به پرداخت حق عضویت برای مشاهده ویدئوهای مختلف فقط باید حوصله کافی برای تماشای کلیپ‌های تبلیغاتی را نیز داشته باشند. خوشبختانه اغلب کاربران با مشاهده ویدئوهای تبلیغاتی کوتاه مشکلی ندارند، بنابراین بخش قابل توجهی از درآمد یوتیوب به همین شیوه تأمین می‌شود.

آنیش کاتوکاران، مسئول بخش پروژه‌های گوگل، چند روز پیش از استراتژی تازه این برند برای نمایش تبلیغات ویدئویی در اپ تلویزیونی یوتیوب پرده برداشت. اگر تجربه استفاده از تلویزیون‌های نسل جدید

روزی‌های پائانی هر سال معمولا فرصت مناسبی است برای بررسی دستاوردها و شاید شکست‌های یک سال گذشته و برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف جدید. صنعت تکنولوژی در یک سال گذشته دستخوش تحولات فراوانی شد و موفقیت‌های بسیاری را در این عرصه شاهد بودیم، اما در این سال شکست‌ها هم کم نبودند و چه‌بسا در شرکت‌هایی رخ دادند که مدیران‌شان مرتبا به خاطر دستاوردهای بزرگ‌شان ستایش می‌شوند. در ادامه این مطلب نگاهی خواهیم داشت به بزرگ‌ترین شکست‌ها، مشکلات و چالش‌های تعدادی از مدیران مطرح عرصه تکنولوژی دنیا در سال ۲۰۱۹.

مارک زاکربرگ

در سال ۲۰۱۹ مدیرعامل فیس‌بوک یکی از سخت‌ترین سال‌های فعالیت خود را پشت سر گذاشت. البته ثروت او در این بازه نسبت به قبل بیشتر شد اما شهرت و اعتبار او ضربه‌های شدیدی خورد. رسوایی‌های متعددی که از بابت حفظ حریم خصوصی و امنیت دیتای کاربران رخ داد و گام‌های اشتباهی که این مدیر جوان برداشت، قطعا پیامدهای نامطلوبی را برای او و شرکت تحت مدیریتش در پی داشت و مرتفع ساختن مشکلات ناشی از این گام‌های اشتباه بخش اعظمی از زمان او را به خود اختصاص داد.

همین اواخر کنگره آمریکا او را به خاطر نقض حقوق شهروندی کاربران فیس‌بوک استنطاق کرد و کمیسیون تجارت دولت مرکزی آمریکا نیز به خاطر نقض حریم خصوصی در فیس‌بوک و به طور مشخص رسوایی کمبریج آنالیتیکا این پلتفرم اجتماعی را ۵ میلیارد دلار جریمه کرد. اندکی بعد نیز زاکربرگ در یک کنفرانس خبری از افزوده شدن قابلیتی تحت عنوان «پاکسازی تاریخچه» به فیس‌بوک خبر داد که به گفته او می‌توانست سابقه کلیه فعالیت‌های کاربر در این شبکه اجتماعی را پاک کند، اما مشخص شد که زاکربرگ چندان هم صادق نیست و تمام اطلاعات مد نظر کاربران را پاکسازی نمی‌کند.

یکی دیگر از اتفاقات بد امسال برای فیس‌بوک مطرح‌شدن پیشنهاد تجزه‌به این شبکه اجتماعی از جانب Chris Hughes هم‌بنیانگذار آن بود با زمانی که پروژه رمرازز لیبرا از سوی بسیاری حامیان آن از جمله مسترکارت و ویزا کنار گذاشته شد و حتی چندی پیش نیز وزرای اقتصاد اتحادیه اروپا خبر دادند که تا قبل از

ایستگاه بازاریابی

استقبال از «شب یلدا» با اهداف بازاریابی

همانطور که در مقالات قبلی نیز گفته شده است، مناسبت‌های خاص ملی و مذهبی به عنوان بهترین موقعیت‌هایی هستند که شما می‌توانید برای بازاریابی از آنها استفاده کنید.

در میان این دسته از مناسبت‌ها برخی از آنها جذابیت بیشتری برای مشتریان دارد. به عنوان مثال، ممکن است در یک بازه زمانی چندین مناسبت وجود داشته باشد که شما می‌توانید از آنها برای بازاریابی استفاده کنید، اما گاهی برخی از مناسبت‌ها معمولاً در زمانی که ممکن است مناسبت‌های کمتری باشد اتفاق می‌افتد. به عنوان مثال، «شب یلدا» از آن دسته از مناسبت‌هایی است که اکثر افراد برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند و سعی دارند شب خوبی را در کنار خانواده و اقوام خود داشته باشند. از طرفی معمولاً مناسبت‌های کمتری در پایان پاییز و ابتدای زمستان وجود دارد. بنابراین، زمانی است که جذابیت زیادی می‌تواند برای مخاطبان شما داشته باشد. اگر به دنبال این هستید که توجه مخاطبان بیشتری را به خودتان جلب کنید سعی کنید از «شب یلدا» به نفع خود استفاده کنید. می‌توانید محصولات متناسب با این شب را برای فروش به فروشگاه خود اضافه کنید. همچنین می‌توانید تخفیف‌ها و امتیازات ویژه‌ای را برای مشتریان قائل شوید تا آنها انگیزه زیادی برای مراجعه به فروشگاه شما و خرید محصولات‌تان پیدا کنند.

اهمیت شب یلدا از آن جهت است که این رویداد تاریخی هم برای کودکان و هم بزرگسالان جذاب است و شما می‌توانید هر نوع محصول یا خدماتی را که متناسب با گروه‌های سنی مختلف است به بهانه «شب یلدا» به فروشگاه خود اضافه کرده و با مشتریان خود ارتباط بیشتری برقرار کنید.

همچنین اگر صاحب شرکت یا کسب و کاری هستید که کارکنانی برای خود دارید از این فرصت برای توجه به کارکنان خود نیز می‌توانید استفاده کنید. به عنوان مثال می‌توانید یک سفره «شب یلدا» در محل کار خود داشته باشید یا آنها را به یک مهمانی دعوت کنید. بنابراین، نکته مهم این است که شما از این فرصت‌ها هم برای جلب توجه مخاطبان بیرونی و هم کارکنان داخل شرکت خود استفاده می‌کنید تا بتوانید موقعیت و محبوبیت شرکت خود را در نزد افراد بالا ببرید و ارتباط صمیمانه‌تر و نزدیک‌تری را با آنها داشته باشید.

براساس تجربیات مشاوره بازاریابی، معمولاً ذهن انسان‌ها به هر چیزی که محدودتر باشد بهتر و بیشتر پاسخ می‌دهد. شاید اگر شما در تمامی ایام سال بخواهید به مشتریان خود تخفیف‌هایی را بدهید ولی با درصد کمتر به اندازه‌ای که چند روز خاصی را انتخاب کنید و تخفیف با درصد بیشتر بدهید اثرگذار نباشد.

زیرا در این گونه مواقع، مشتریان چنین تصور می‌کنند که اگر از این فرصت استفاده نکنند حتماً سود زیادی را از دست خواهند داد و بعداً پشیمان خواهند شد بنابراین سعی کنید با هوشیاری هرچه تمام‌تر از این فرصت‌ها استفاده کنید. داشتن یک تقویم که تمامی مناسبت‌های مختلف یک سال در آن ذکر شده است برای شغل بازاریابی لازم است. سعی کنید از ابتدای هر سال جدید، تقویمی را برای کسب و کار خود تهیه کنید که در آن تمامی مناسبت‌ها ذکر شده است و از همان ابتدای سال برای هر کدام از آنها در برنامه بازاریابی خود برنامه‌ریزی و هدف داشته باشید.

هرچند هم در مقالات قبلی و هم در مقاله حاضر به این مسأله اشاره شده است که از مناسبت‌های مختلف برای هدف بازاریابی خود استفاده کنید و در واقعیت نیز تجربه نشان داده است که استفاده از ایین ایام و روزها چقدر می‌تواند برای کسب و کارها مفید باشد؛ ولی با این حال لازم است بدانید که بهتر است خودتان را محدود به این ایام نیز نکنید و از تمامی اوقات و روزها برای بازاریابی استفاده کنید.

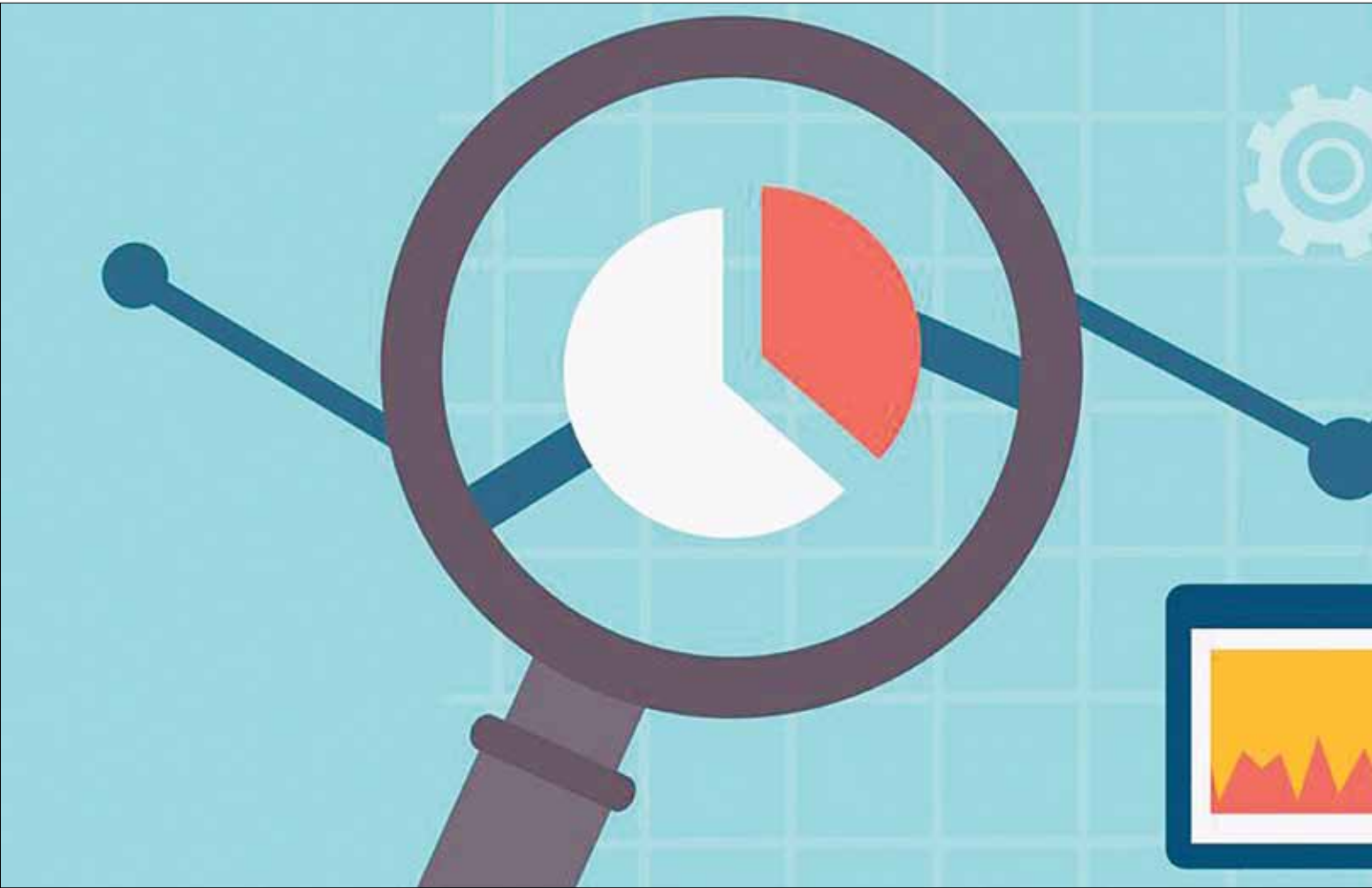
گاهی ممکن است شرایط بازار و جامعه اقتضا کند که شما روش بازاریابی یا محصول خود را عوض کنید بنابراین، همیشه خودتان را برای اینکه برنامه‌های بازاریابی خود را تغییر بدهید یا اصلاح کنید آماده نگه دارید.

به طور خلاصه می‌توان گفت: این حرکت رو به جلو و پویای شماس‌ت که نقش مهمی در حیات شغلی‌تان دارد.

منبع: qmpmarketing



موفقیت در بازاریابی محتوایی با ارزیابی عملکرد رقبا



برندها ندارند. به این ترتیب بسیاری از شکست‌ها در حوزه بازاریابی محتوایی به طور مداوم برای برندهای مختلف تکرار می‌شود.

یکی از نکات جالب برای ارزیابی موفقیت ویدئوهای بازاریابی بررسی میزان جلب مشارکت کاربران است. امروزه کاربران شبکه‌های اجتماعی واکنش مناسبی در قبال محتوای جذاب نشان می‌دهند. البته تعریف جذابیت همواره از سوی کاربران صورت می‌گیرد. اگر در هر مرحله از فعالیت بازاریابی نقطه نظر مخاطب هدف کنار گذاشته شود، حاصل کار محتوایی جذاب برای ما و خنثی برای مخاطب هدف خواهد بود. خوشبختانه امروزه نرم‌افزارهای دارای هوش مصنوعی امکان تحلیل عمیق میزان موفقیت و تاثیرگذاری محتوای بازاریابی را فراهم می‌کنند. بر این اساس ما باید به دنبال استفاده از تجربه دیگر برندها برای ارتقای کیفیت کمپین‌مان باشیم.

۳. ارزیابی وضعیت شبکه‌های اجتماعی

بسیاری از رقبای ما در شبکه‌های اجتماعی مختلف فعالیت دارند بنابراین فعالیت ما برای شناسایی نحوه فعالیت رقبا در شبکه‌های اجتماعی ضروری خواهد بود. متأسفانه در اینجا نیز بسیاری از برندها نسبت به ارزیابی وضعیت رقبا در شبکه‌های اجتماعی توجه کافی را ندارند. ارزیابی عملکرد رقبا در حوزه بازاریابی شامل مشاهده هرگونه فعالیت آنها در شبکه‌های اجتماعی است. توصیه من عضویت در تمام شبکه‌های اجتماعی مدنظر رقابتست. وقتی یک برند رقیب ما محسوب می‌شود، در واقع حوزه فعالیت و مخاطب هدف یکسانی با ما دارد. این امر به ما کمک فراوانی در راستای ارزیابی وضعیت آنها می‌کند. انتشار سریع برخی ترندهای بازاریابی نیز همین‌طور صورت می‌گیرد. همیشه برخی از برندهای بزرگ اقدام به استفاده از تکنیک‌های خاصی می‌کنند. رقبا نیز با مشاهده کاربرد این تکنیک به سرعت اقدام به الگوبرداری از آن می‌کنند.

یکی از ابزارهای مناسب برای ارزیابی وضعیت بازاریابی رقبا در شبکه‌های اجتماعی Rival IQ است. بی‌شک ابزارهای بسیار زیادی در این زمینه وجود دارد، اما Rival IQ به طور ویژه برای بررسی عملکرد رقبا طراحی شده است و این نرم‌افزار هرگونه تغییر در فالوورها و پست‌های تازه رقبا را مورد تحلیل قرار می‌دهد. در نهایت نیز اطلاعات طبقه‌بندی شده در اختیار برند مدنظر قرار می‌گیرد.

۴. بازنگری محتوای تاثیرگذار

هر برند به طور معمول چند محتوا و کمپین بسیار موفق دارد. بی‌تردید عملکرد منفی برندها در حوزه بازاریابی محتوایی امری مطلوب نیست، اما ارائه عملکرد عالی در مدت زمان طولانی نیز بسیار دشوار است. به طور معمول فقط برندهای بسیار بزرگ توانایی ارائه عملکرد عالی برای مدت زمان طولانی را دارند. نکته مهم در این میان ارزیابی وضعیت فعالیت رقبا براساس شاخص کیفیت برتر محتواس‌ت. هر برند دارای خیل عظیمی از محتوای بازاریابی است، بنابراین تلاش ما برای ارزیابی تمام آنها نیازمند زمان بسیاری خواهد بود. تعیین شاخص‌هایی مانند محتوای موفق براساس میزان دریافت لایک، کامنت یا تاثیرگذاری بر روی فروش برندها ایده مناسبی برای بهبود کیفیت کمپین‌های خودمان خواهد بود.

یکی از نمونه‌های موفق در زمینه بازنگری محتوای تاثیرگذار رقبا مربوط به برند Buzzsumo و Social Animal است. این‌دو برند در حوزه بازاریابی فعالیت گسترده‌ای دارند. همکاری آنها برای یافتن کمپین‌های برتر در حوزه بازاریابی محتوایی پس از سه سال منجر به ایجاد تحول اساسی در بخش بازاریابی‌شان شد. بی‌تردید سه سال مدت زمان بسیار زیادی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای ایجاد تحول در بخش بازاریابی نیازمند چنین زمان زیادی نیستند. ما فقط باید نسبت به استفاده از تکنیک‌های معتبر و شناسایی سریع محتوای برتر برندها اقدام کنیم. تحلیل محتوای برتر براساس شاخص‌های مختلف به سادگی از سوی نرم‌افزارهای مختلف صورت می‌گیرد. بنابراین وظیفه اصلی ما شناسایی محتوای برتر خواهد بود.

۵. شناسایی بهترین کلیدواژه‌ها

بازاریابی در طول سال‌های اخیر با حوزه مدیریت سئو پیوند نزدیکی پیدا کرده است. این امر به خاطر توسعه روزافزون شبکه‌های اجتماعی و همچنین فناوری اینترنت است. وقتی حجم وسیعی از داده‌ها در دسترس ما قرار دارد، طبقه‌بندی‌شان اهمیت خواهد یافت. بسیاری از برندها توجه کافی نسبت به این موضوع ندارند. به همین خاطر فعالیت‌شان در حوزه تولید محتوای بازاریابی چندان دقیق نیست. استفاده از کلیدواژه‌های مناسب گام اساسی در راستای تولید محتوای جذاب و مدیریت سئو موفق است.

به قلم: آلبیزو گارسا سوسیس و مدیرعامل برند Gain
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی محتوایی بخش مهمی از فعالیت برندها را تشکیل می‌دهد. امروزه اغلب برندها سرمایه‌گذاری وسیعی بر روی این حوزه دارند. دلیل این امر امکان تاثیرگذاری فوق‌العاده بر روی مخاطب هدف با استفاده از این الگو است. گام نخست در جلب نظر مخاطب هدف طراحی کمپین بازاریابی محتوایی خواهد بود. موفقیت در هر حوزه‌ای از کسب و کار بدون بررسی دقیق نیازها و طراحی برنامه‌ای جامع امکان‌ناپذیر است. چالش اصلی اغلب برندها نیز در همین مرحله شروع می‌شود بنابراین ما باید به دنبال راهکاری برای تدوین استراتژی بازاریابی محتوایی بردمان باشیم. خوشبختانه امروزه توصیه‌های بسیار زیادی در زمینه شیوه تدوین برنامه بازاریابی محتوایی وجود دارد. یکی از الگوهای مناسب در این زمینه ارزیابی وضعیت فعالیت رقبا و الگوبرداری از آن است. شاید در نگاه نخست این امر بیش از حد پیچیده به نظر برسد. به هر حال ما برای ارزیابی وضعیت فعالیت رقبا نیازمند مهارت و تخصص بالایی در حوزه بازاریابی هستیم. نکته مهم در این میان امکان الگوبرداری ساده از عملکرد رقبا بدون نیاز به دانش حرفه‌ای در حوزه بازاریابی است. بی‌تردید نکات تاثیرگذار و کاربردی برای رقبا به کار برند ما نیز خواهد آمد. امروزه حتی برندهای بزرگ نیز از این شیوه برای بهبود کیفیت کمپین‌های بازاریابی‌شان استفاده می‌کنند. بی‌شک بررسی عملکرد رقبا کاربرد زیادی در دنیای کسب و کار دارد. یک برند به طور کلی باید آگاهی دقیقی از فعالیت رقبا و تاثیر آن بر روی جایگاهش داشته باشد. در ادامه برخی از راهکارهای مناسب در راستای ارزیابی عملکرد رقبا در حوزه بازاریابی محتوایی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. هدف اصلی در اینجا یافتن ساده‌ترین راهکارها برای کسب اطلاعات جامع و کاربردی است. به این ترتیب امکان الگوبرداری مناسب برای برند ما فراهم خواهد شد.

۱. ثبت نام در خبرنامه رقبا

استفاده از سرویس‌های ایمیل برای فعالیت بازاریابی سابقه طولانی میان برندها دارد. از همان روزهای نخست توسعه فناوری اینترنت شرکت‌های مختلف اقدام به ارائه خدمات ایمیل کردند. امروزه گوگل به طور مشخص در این عرصه پیش‌تاز است. نکته مدنظر در این بخش مربوط به راه‌اندازی سرویس بازاریابی ایمیلی برای بردمان نیست. بدون شک برخی از رقبا خبرنامه مبتنی بر سرویس ایمیل دارند. این کتال ارتباطی به طور معمول برای انتشار پیام‌های بازاریابی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد بنابراین عضویت ما در خبرنامه رقبا نقش مؤثری در آگاهی از نحوه فعالیت آنها خواهد داشت.

گاهی اوقات ما ایده‌های جذابی برای جلب نظر مخاطب از دل فرآیند بازاریابی محتوایی داریم، اما نسبت به نحوه واکنش مخاطب نسبت به آن مطمئن نیستیم. ارزیابی عملکرد رقبا در این بخش اهمیت زیادی دارد. بسیاری از برندها نسبت به این امر توجه کافی ندارند بنابراین در عمل مجبور به تکرار تجربه‌های قبلی سایر برندها می‌شوند. یکی از الزامات مهم حوزه کسب و کار تلاش برای صرفه‌جویی در هزینه‌های برند است. این امر بدون استفاده از تجربه‌های رقبا امکان‌پذیر نیست. مزیت اصلی عضویت در خبرنامه رقبا دریافت آخرین پیام‌های بازاریابی و اطلاع از کمپین‌های آنهاست. امروزه بسیاری از برندها برای اطلاع از وضعیت فعالیت رقبا هزینه‌های زیادی صرف می‌کنند بنابراین عضویت در خبرنامه یکی از راهکارهای ساده و در عین حال رایگان برای ارزیابی عملکرد رقبا محسوب می‌شود.

۲. تحلیل محتوای ویدئویی

مطالعه موسسه سبسکو بیانگر اشتغال ۸۱درصد فضای اینترنت از سوی فرمت ویدئو است. بسیاری از برندها بازاریابی محتوایی را همگام با استفاده از فرمت ویدئو پیش می‌برند. این امر با توجه کامل به سلیقه مخاطب هدف صورت می‌گیرد. امروزه اغلب ما حوصله مطالعه متن، به ویژه متن‌های تبلیغاتی، را نداریم. در این شرایط داستان‌سرایی و جلب نظر مخاطب از طریق محتوای ویدئویی ایده بسیار جذابی محسوب می‌شود.

نگاهی کوتاه به اکانت رسمی رقبا در شبکه‌های اجتماعی به سادگی محتوای ویدئویی آنها را در اختیار ما قرار خواهد داد. تحلیل ویدئوی رقبا در زمینه بازاریابی چشم‌انداز انتقادی مناسبی برای ما ایجاد می‌کند. به این ترتیب امکان پرهیز از اشتباهات آنها و تلاش برای طراحی ویدئوهای جذاب‌تر فراهم خواهد شد. در اینجا باز هم یک مشکل پایدار وجود دارد. اغلب برندها توجه چندانی به تجربه سایر



۸ درسی که از هم‌بنیان‌گذاری یک استارت‌آپ آموختیم

مترجم: طاهره منبری شریف

۱- تیم‌سازی مناسبی برای استارت‌آپ‌تان داشته باشید
تیم مهم‌ترین دارایی هر مشارکت جدید است. اولاً مطمئن شوید که بهترین افراد با مهارت‌های مکمل را در اختیار دارید. دوما مطمئن شوید که با تیم خود راحت می‌توانید کار کنید. شما قبل از اینکه این مشارکت را شروع کنید با هم همکاری حرفه‌ای داشتید.

صرفاً به این خاطر که شما دوستان خوبی هستید، دلیل نمی‌شود که شرکای خوبی هم در کسب‌وکار باشید. هر کسی سبک کاری و شخصیت متفاوتی دارد. در یک شرکت بزرگ با افراد زیادی کار می‌کنید، ولی در یک استارت‌آپ در تیم‌های کوچک و با تعداد کمی از افراد کار خواهید کرد. اگر نمی‌توانید با آنها به خوبی کار کنید، این امر تاثیر شدیدی بر شانس موفقیت کسب و کارتان خواهد گذاشت.

۲- بازار و صنعت‌تان را بشناسید

اگر قبل از راه‌اندازی شرکت‌تان متوجه شدید که بازار و صنعت چگونه کار می‌کند، پس زمان بیشتری برای تمرکز روی توسعه محصول و فروش خواهید داشت.

۳- در اسرع وقت با مشتریان (بالقوه) صحبت کنید

شما باید از محل کارتان بیرون بروید. صحبت با مشتریان بالقوه، درک مشکلات آنها و تشخیص نیاز بالقوه برای خدمات یا محصولات بسیار مهم است. اصلاً نباید در این مورد کوتاهی کرد.

۴- نقاط قوت‌تان را بشناسید و براساس آن روی زمان خود سرمایه‌گذاری کنید

در استارت‌آپ باید هر کاری را تا حد مشخصی که مدنظر‌تان است، انجام دهید تا بتوانید بیشتر وقت خود‌تان را برای آنچه که واقعا در آن مهارت دارید، صرف کنید. بدین منظور باید به خوبی از نقاط قوت و ضعف خودتان آگاه باشید و براساس آن عمل کنید.

۵- زمان زیادی را صرف تکمیل محصول نکنید

با اینکه توسعه «سیستم کامل X» یا «مجموعه ویژگی ایده‌آل Y» ممکن است از دیدگاه فنی یا حتی از دیدگاه بعضی سهامداران قابل‌درک باشد، ولی باز هم فکر کنید که آیا این کار برای استارت‌آپ شما مناسب است یا خیر. اگر مشتریان واقعا خواستار محصول شما هستند خواهند توانست از عهده محدودیت‌های خاص بیایند. بهتر است یک خدمت یا محصول نیمه‌تمام را تهیه کنید و سپس ببینید که آیا واکنشی در بازار مشاهده می‌کنید یا خیر. شاید در پشت درهای بسته به تکمیل محصول بپردازید و درنهایت چیزی به دست آید که هیچ خریداری ندارد.

۶- اول بودن ممکن است مضر باشد

اگر می‌خواهید نوآور باشید و برای اولین بار از تکنولوژی جدیدی استفاده کنید. هیچ تضمینی برای موفقیت وجود ندارد. گاهی اوقات آماده شدن مشتریان، کسب و کارها یا سهامداران برای یک ایده، مقداری زمان می‌برد. استراتژی موفق این است که در عرصه، دومین نفر باشید و از مزایای کارهای اساسی‌ای که نفر اول انجام داده است بهره ببرید، به‌خصوص وقتی که محصول جدید کاملی ایجاد می‌کنید.

۷- فرهنگ بازخورد باز با بنیان‌گذاران مشترک و تیم‌تان داشته باشید

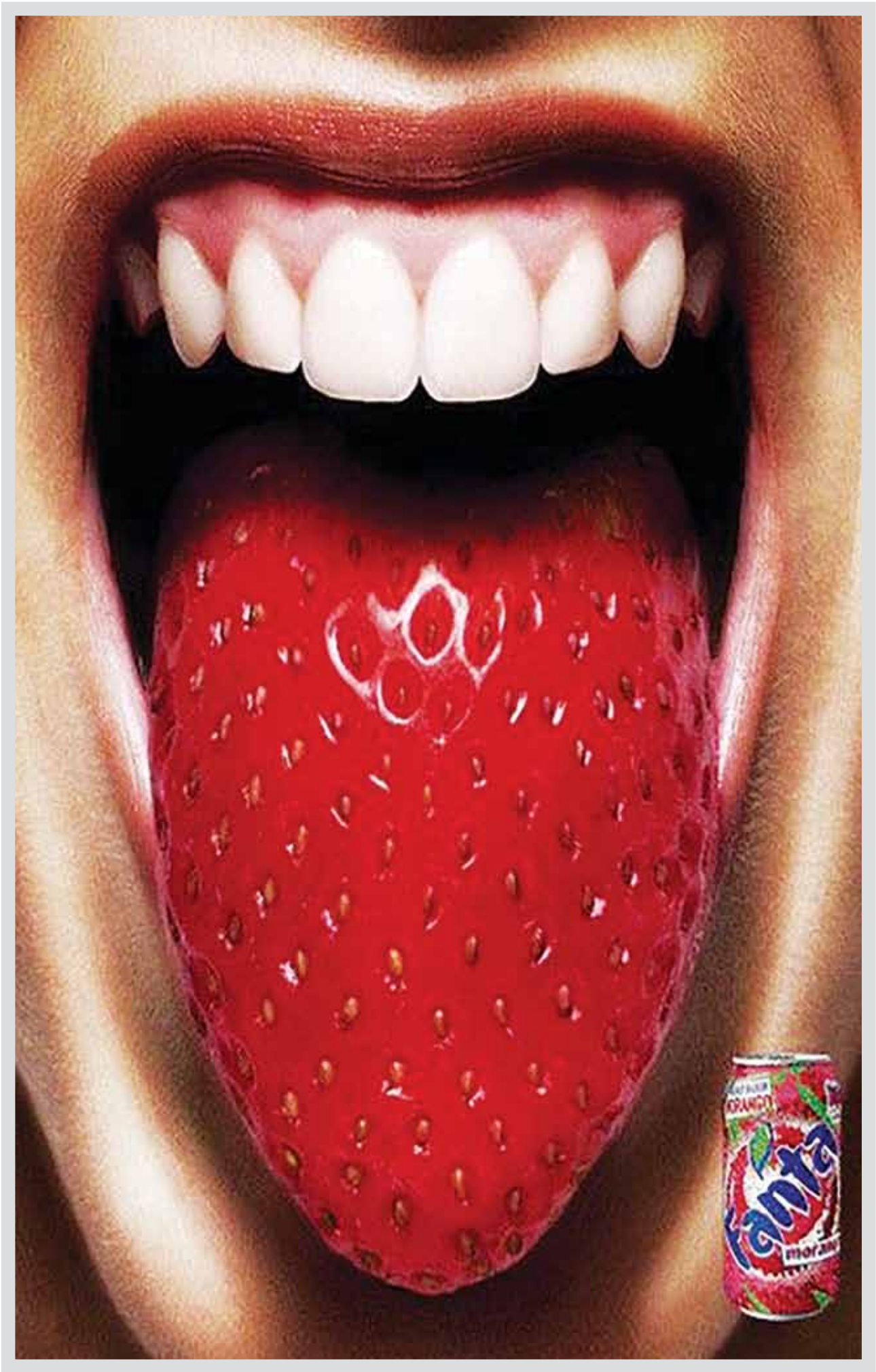
در تیم بنیان‌گذار، به فرهنگ بازخورد صادقانه نیاز دارید. این امر به‌خصوص وقتی سخت است که بازخورد نه‌تنها مثبت است، بلکه تیم باید مطمئن شود که بازخورد، عملی و مفید است.

۸- کاری که موثر نیست را رها کنید

هنوز هم هر وقت متوجه شدید کاری موثر نیست، می‌توانید گامی به عقب برگشته و موقعیت را ارزیابی کنید. به چه دلایلی بعضی چیزها موثر واقع نمی‌شوند؟ آیا برای حل مشکلات، می‌توان معیارهای واقع‌بینانه‌ای را در نظر گرفت؟ در غیر این صورت معیارهای جایگزین چه چیزهایی هستند؟ اگر جایگزینی مناسب در طول مسیر پیش بیاید، می‌توان آن را انتخاب کرد، حتی اگر این کار به معنای رهاکردن طرح اولیه باشد.

راه‌اندازی کسب و کار، کار آسانی نیست. گاهی احساس شکست خواهید کرد و برخی هم آن را تایید خواهند کرد. دیگران شما را به ادامه کار تشویق خواهند کرد و شما موفقیت‌های خود در طول مسیر را جشن خواهید گرفت. هر استارت‌آپی منحصر به فرد است، ولی با این حال چالش‌های ناشی از راه‌اندازی کسب و کارتان منحصر به فرد نیستند. هیچ نیازی نیست که شما اشتباه‌های قبلی دیگران را مرتکب شوید. بدین منظور می‌توانید وبلاگ‌ها و کتاب‌های مربوطه را بخوانید، مشورت کنید یا مربی پیدا کنید.

منبع: medium/modirinfo



۵ کتاب پیشنهادی بیل گیتس برای مطالعه تا پایان سال ۲۰۱۹ میلادی

این حقایق، اثر Kill Lepore

اگر به دنبال یک کتاب ۸۰۰ صفحه‌ای در مورد تاریخ آمریکا هستید این کتاب می‌تواند گزینه اول شما باشد. گیتس ضمن اشاره به این موضوع که مولف کتاب با گنجاندن نقطه نظرات متنوع در آن «صادقانه‌ترین تصویر از آمریکا» را در نظر بیننده ایجاد کرده از مخاطبانش دعوت کرده که حتماً این کتاب را بخوانند.

رشد، اثر Václav Smil

این کتاب که توسط یکی از مولفان مورد علاقه گیتس نوشته شده (پروفسور اهل چک-کانادا) تلفیق هوشمندانه‌ای از تمام چیزهایی است که می‌توانیم از الگوهای رشد در طبیعت و دنیای ساخت بشر بیاموزیم، البته آنطور که گیتس می‌گوید این کتاب برای همه مناسب نیست و بخش‌هایی طولانی دارد که خواندن‌شان مثل دوره کردن کتاب‌های درسی و دستورالعمل‌های مهندسی است، اما اگر این سبک را دوست داشته باشید مسحور همه معجزاتی می‌شوید که تمدن مدرن بر پایه‌شان ساخته شده و از جمله می‌توان به شبکه‌های برق، سیستم آب و فاضلاب، حمل و نقل هوایی و رایش اشاره کرد.

آماده، اثر Diane Tavenner

مولف این کتاب مؤسس مدارس سامیت است که به خاطر عملکرد بالای‌شان در خاک آمریکا مورد تقدیر قرار گرفتند: ۹۹درصد از دانش‌آموزان سامیت به دوره چهار ساله کالج راه پیدا می‌کنند و معمولاً با معدلی دو برابر متوسط ملی

اگر قصد خرید کتاب برای هدیه‌دادن را دارید یا می‌خواهید در سفرهای طولانی و بعضاً خسته‌کننده درون‌شهری اندکی از زمان خود استفاده ببرید، باید بدانید که بیل گیتس فهرست جدیدی از کتاب‌های مورد علاقه‌اش برای مطالعه را منتشر کرده است. روز سه‌شنبه این هفته گیتس عنوان پنج کتاب شامل یک رمان را منتشر کرد که به تصورش بهترین حسن ختام برای سال ۲۰۱۹ میلادی هستند. گیتس در این باره گفت: همزمان با نزدیک‌شدن عقربه‌های ساعت به شب سال نو بد نیست نگاهی به عقب بیندازیم و ببینیم که امسال چه کارهایی را به اتمام رساندیم. دسامبر زمانی فوق‌العاده است تا ارزیابی جامعی از فعالیت‌های خود طی ۱۲ ماه گذشته انجام دهیم از جمله همه کتاب‌هایی که در این دوران خوانده‌ایم را برشماریم. در ادامه نگاهی می‌اندازیم به فهرست تازه کتاب‌های معرفی‌شده توسط گیتس:

یک ازدواج آمریکایی، اثر Tayari Jones

چن دختر گیتس ظاهراً مطالعه این کتاب را به پدرش پیشنهاد داده و این تنها کتاب داستانی است که در فهرست جدید مدیرعامل سابق مایکروسافت برای مطالعه دیده می‌شود. کتاب داستان یک زوج سیاه‌پوست را به تصویر می‌کشد که به خاطر یک بی‌عدالتی وحشتناک ازدواج‌شان به جدایی ختم می‌شود. سوزه داستان بسیار سنگین و در عین حال تأمل‌برانگیز است و گیتس حسابدی درگیر داستان عشقی زوج این ماجرا شده است.

تحصیلات‌شان را به پایان می‌برند. خانم Tavenner در کتاب خود به فلسفه یادگیری در سامیت پرداخته که براساس یادگیری خودآموز، پروژه‌محور و منتورینگ طراحی شده و اشاره کرده که چطور باید بچه‌ها را برای مدرسه و زندگی آماده کرد. بخش اعظمی از این کتاب شخصی است و در آن دیان به داستان کودکی‌اش و بزرگ‌شدنش در یک خانواده مشکل‌دار پرداخته است.

چرا می‌خواهیم، اثر Matthew Walker

در نخستین روزهای راه‌اندازی مایکروسافت گیتس عادت داشت که شب‌ها بیدار می‌ماند و کار می‌کرد. به یاد می‌آورد که یک یا دوبار دو شب متوالی را بیدار مانده و کار کرده است. می‌دانستم وقتی با زور کافئین خودم را بیدار نگه می‌داشتم، مانند همیشه مغزم کار نمی‌کند اما به شدت غرق کارم بودم و به نظرم زیاد خوابیدن بیهوده بود.

اما بعد از خواندن این کتاب متوجه شدم که تمام شب‌بیداری‌هایم در کنار این مساله که تا به حال هیچ‌وقت هشت ساعت کامل در شب نخوابیده‌ام چه ضربه مهمی به من زده است. در این کتاب مولف توضیح داده که چطور غفلت از خواب کامل خلأقت را در شما می‌کشد و توانایی حل مساله، تصمیم‌گیری، یادگیری و حفظ کردن‌تان را تحت تاثیر قرار می‌دهد و شما را دچار بیماری‌های قلبی، مغزی، روانی می‌کند و سلامت حسی، سیستم ایمنی و حتی چرخه زندگی‌تان را تحت تاثیر قرار می‌دهد.