روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۲۵ تیر
۱۳۹۹

Wed. 15 Jul 2020
۲۳ ذوالقعده ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۸۳-۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

از افزایش نرخ سود اوراق بدهی تا افزایش نرخ اوراق گواهی سپرده

نقشه بانک مرکزی برای کاهش تورم

مدیریت نقدینگی و اجرای سیاست‌های ضدتورمی از جمله مسائل مهمی است که اقتصاددانان و...

۲

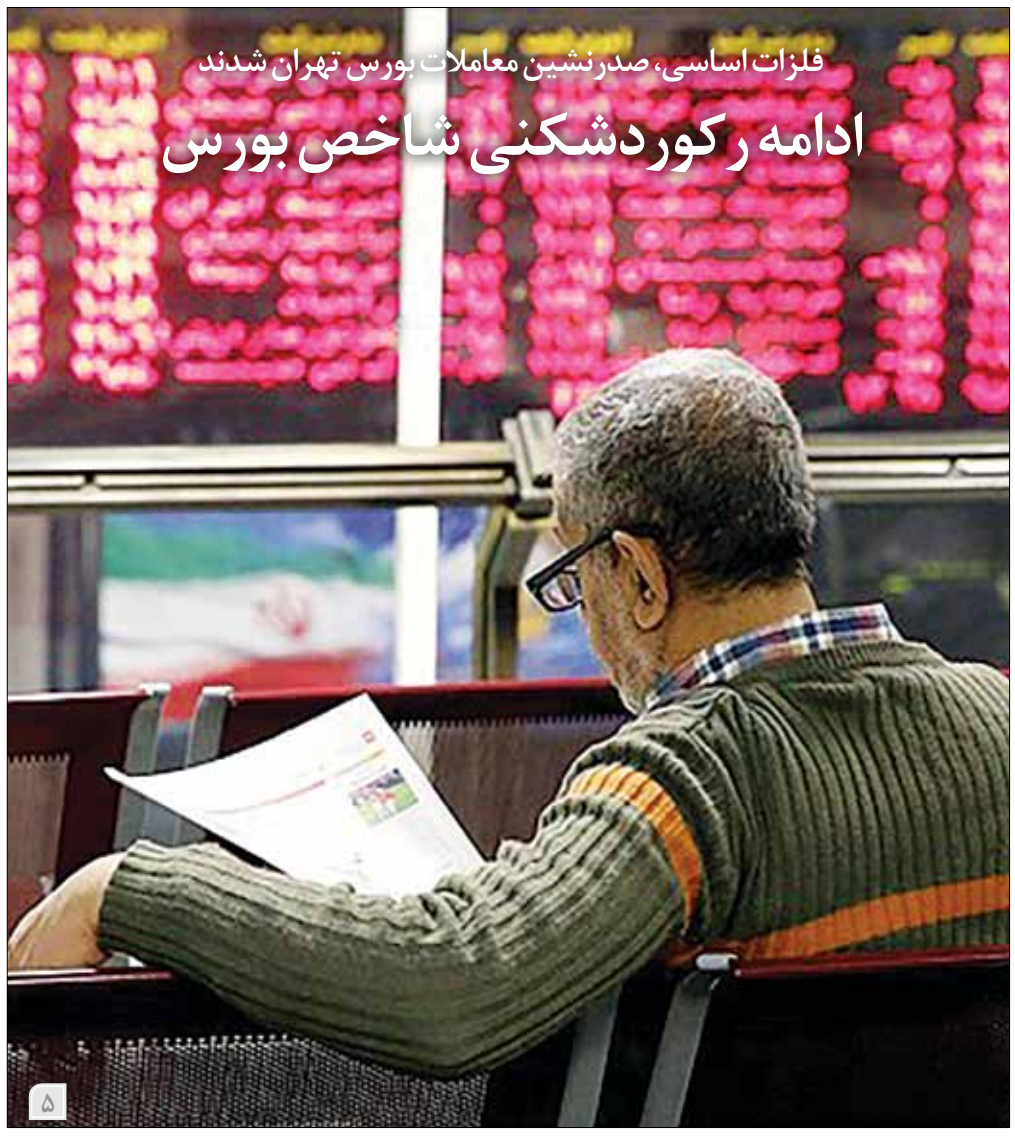
یادداشت

مسیر حرکت نقدینگی چگونه قابل اصلاح است؟

وحید شقاقی شهری
اقتصاددان

یکی از ریشه‌های اصلی چالش‌های اقتصادی ایران که عمدتا در زمینه قیمت‌ها رقم خورده، ناشی از رشد نقدینگی است. آمار سال گذشته نشان می‌دهد که ۲۸ درصد رشد نقدینگی داشته‌ایم و بیش از ۲۴۰۰ هزار میلیارد تومان حجم نقدینگی اقتصاد ایران بوده که بخشی از این میزان نقدینگی، سرگردان است و بین بازارهای دلار، طلا، سکه، مسکن و... جابه‌جا شده است. نسبت نقدینگی به تولید ناخالص داخلی تقریبا ۱۱۰درصد بوده، درحالی که رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری کشور منفی بوده است. شرایط موجود و افزایش ۳۰درصدی نقدینگی در اسفندماه نشان می‌دهد که امسال نیز تورم بالایی را تجربه خواهیم کرد. گرچه شاید آقای همتی به عنوان رئیس‌کل بانک مرکزی تورم ۲۰درصدی را هدف‌گذاری کرده باشد اما واقعیت‌های اقتصادی ایران، آن را نشان نمی‌دهد. میانگین رشد نقدینگی در ۴۰ سال اخیر...

۲



فلزات اساسی، صدرنشین معاملات بورس تهران شدند

ادامه رکوردشکنی شاخص بورس

۵

نگاهی به عملکرد ۳۰ شرکت بزرگ بورس تهران از ابتدای سال تاکنون

صدرنشینان بورس

فرصت امروز: شاخص بازار سرمایه در حالی در سقف تاریخی خود قرار گرفته است و کماکان به رشد خیره‌کننده خود ادامه می‌دهد که بررسی‌ها نشان از رشد ۳۲۶درصدی ۳۰ شرکت بزرگ بورس تهران از ابتدای سال تا پایان هفته سوم تیرماه دارد. این بازدهی ۳۲۶درصدی در حالی است که شاخص کل بورس در همین دوره زمانی، رشدی ۲۴۰درصدی داشته است. همچنین ارزش بازار این ۳۰ شرکت بزرگ بورس در تاریخ ۲۱ تیر ۱۳۹۹ برابر با ۴۰۷۷ هزار میلیارد تومان بوده که مجموع سهم این شرکت‌ها از کل ارزش بازار همه شرکت‌های بورس و اوراق بهادار تهران در همین روز حدود ۶۰درصد است. همانطور که اشاره شد، شاخص ۳۰ شرکت بزرگ بورسی طی ۱۱۳ روز نخست امسال (منتهی به ۲۰ تیر ۱۳۹۹) رشد ۳۲۶درصدی داشته، در حالی که رشد شاخص کل بورس در همین بازه زمانی ۲۴۰درصد بوده است. اما میانگین بازدهی ۳۲۶درصدی این ۳۰ شرکت بزرگ بورسی در ۱۱۳ روز نخست امسال در حالی است که هفت شرکت پالایش نفت اصفهان، پالایش نفت بندرعباس، گسترش نفت و گاز پارسیان، شرکت ملی صنایع مس ایران، صندوق سرمایه‌گذاری بازنشستگی کشور، شرکت فولاد مبارکه اصفهان و پالایش نفت تهران، بازدهی...

۲

کدام روش در شرایط تحریمی برای حمایت از تولید داخلی کارآمدتر است؟

سیاست‌گذاری تولید در شرایط تحریم

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- چگونه به‌عنوان فریلنسر مذاکره موفق‌تری داشته باشیم؟
- کارآفرین‌های موفق صبح خود را چگونه آغاز می‌کنند
- چگونه پیشنهادهای کاری بیشتری داشته باشیم
- چگونه فروش محصولات‌مان را افزایش دهیم؟
- چرا بازاریاب‌ها همایش‌های مجازی را دوست دارند؟
- ۱۱ فرآیند و استراتژی بازاریابی جذب مشتری جدید

۸ تا ۱۶

ایلان ماسک
پردرآمدترین مدیر جهان شد

گزارش «اکونومیست» از بازخورد کرونا در اقتصاد جهانی

وقتی ویروس یقه اقتصاد را رها نمی‌کند

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

روزهای سخت کرونایی، یکی پس از دیگری در دنیا سپری می‌شود و در تازه‌ترین آمارها، تعداد مبتلایان به کرونا از مرز ۱۳ میلیون نفر و تعداد جان‌باختگان از ۵۷۵ هزار نفر در جهان عبور کرده است. اقتصاددانان از تبعات اقتصادی کرونا و رکود فراگیر در اقتصاد جهانی سخن می‌گویند و کارآفرینان و فعالان اقتصادی از خطر حذف از چرخه اقتصادی صحبت می‌کنند. «صندوق بین‌المللی پول» نیز نسبت به تکرار «رکود بزرگ» در اقتصاد جهانی هشدار داده و معتقد است که دنیا در حال تجربه وضعیتی بدتر از رکود دهه ۱۹۳۰ میلادی است. در همین حال، نهادهای بین‌المللی و مراکز پژوهشی با شیوع کرونا، پیش‌بینی خود از نرخ رشد اقتصادی کشورها را دائما کاهش می‌دهند و اعداد و ارقام خود را به موازات گسترش هرچه بیشتر کووید-۱۹ به‌روزرسانی می‌کنند. نشریه «اکونومیست» نیز چندی پیش در سرمقاله خود از عبارت «شوم و تاریک» برای توصیف وضعیت اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۰ استفاده کرد و حالا در دو گزارش مجزا به بررسی اثرات شیوع کرونا در اقتصاد آفریقا و آمریکای لاتین پرداخته است.

ضربه کرونا به اقتصاد بیمار آمریکای لاتین

شرایط اقتصادی ناپایدار کشورهای آمریکای لاتین پیش از شروع بحران کرونا، نقش مهمی در تشدید اثرات بیماری کرونا بر اقتصاد این منطقه داشته است، چنانچه بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین با گام‌هایی لرزان و لنگان وارد سومین دهه از قرن بیست‌ویکم میلادی شدند. به گزارش «اکونومیست»، ویروس کرونا به هر کشور یا منطقه‌ای که هجوم می‌برد، حقایق تلخی را درباره آن کشور یا منطقه برملا می‌کند و آمریکای لاتین که این روزها به کانون شیوع ویروس کرونا بدل شده است، بیش از هر زمان دیگری خود را با این حقایق تلخ روبه‌رو می‌بیند.

شیوع ویروس کرونا در آمریکای لاتین با عمیق‌ترین رکودی که تاکنون کشورهای درحال‌توسعه و اقتصادهای نوظهور جهان به خود دیده‌اند، همراه شده است. «صندوق بین‌المللی پول» در جدیدترین گزارش خود از چشم‌انداز اقتصادی جهان پیش‌بینی کرده است که تولید ناخالص داخلی منطقه آمریکای لاتین در سال جاری میلادی در مقایسه با سال گذشته ۹,۴ درصد کاهش خواهد یافت؛ این در حالی است که «صندوق بین‌المللی پول» میزان افت تولید ناخالص داخلی کل اقتصادهای نوظهور جهان را ۳ درصد پیش‌بینی کرده است.

اثرات ویران‌کننده اقتصادی و اجتماعی بحران کرونا در آمریکای لاتین، وقتی دردناک‌تر می‌شود که بدانیم اقتصاد این منطقه در دو دهه نخست قرن حاضر نیز عملکرد ضعیفی داشته است. در طول دو دهه گذشته سرمایه‌گذاران همواره امیدوار بوده‌اند که اقتصاد کشورهای آمریکای لاتین نیز همچون دیگر اقتصادهای نوظهور جهان در مسیر شکوفایی گام بردارند، اما در نهایت همه این امیدها تبدیل به یأس شد و اینک با شیوع بیماری کرونا حتی دستاوردهای کوچک منطقه آمریکای لاتین طی این دو دهه نیز در حال از دست رفتن است.

اگرچه اقتصاد کشورهای منطقه آمریکای لاتین چندان همگن نیست، اما ویژگی‌های مشترکی در اقتصاد این کشورها وجود دارد که موجب شده است کشورهای این منطقه جزو آسیب‌پذیرترین کشورهای جهان در برابر بحران کرونا باشند. در برخی کشورهای منطقه محدودیت‌های سختگیرانه‌ای به اجرا درآمده است. به عنوان مثال، دولت پرو در اقدامی عجیب کلیه معادن این کشور را تا اطلاع ثانوی تعطیل کرده است؛ این تصمیم در حالی اتخاذ شده است که بخش معدن، مهم‌ترین بخش اقتصاد پرو به شمار می‌رود و این یکی از دلایلی است که «صندوق بین‌المللی پول» نرخ رشد اقتصادی پرو در سال جاری میلادی را منفی ۱۴درصد پیش‌بینی کرده است.

از لاف‌زنی پوپولیست‌ها تا سیاست‌زدگی اقتصاد

در عین حال، وجود شهرهای بزرگ و متراکم از یک سو و نرخ بالای فقر و اشتغال عمده جمعیت منطقه در بخش غیررسمی اقتصاد باعث شده است که از اثربخشی محدودیت‌های در نظر گرفته شده برای مهار ویروس کرونا در آمریکای لاتین کاسته شود. بزرگ بودن اقتصاد غیررسمی در منطقه آمریکای لاتین و ضعف دولت‌های این منطقه، دسترسی خانوارها و کسب‌وکارها به حمایت‌های دولتی را محدود کرده و روند نزولی اقتصاد منطقه را شدت بخشیده است. علاوه بر این، لاف‌زنی پوپولیست‌ها و شنیده نشدن صدای کارشناسان در بزرگ‌ترین اقتصادهای منطقه، بر شدت مشکلات افزوده است. شرایط اقتصادی ناپایدار کشورهای منطقه آمریکای لاتین پیش از آغاز بحران کرونا، نقش مهمی در تشدید اثرات کرونا بر اقتصاد این منطقه از جهان داشته و بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین با گام‌هایی لرزان وارد دهه سوم قرن حاضر شدند. نرخ رشد اقتصادی منطقه آمریکای لاتین (بدون در نظر گرفتن ونزوئلا که اقتصادش در سال‌های اخیر سقوط فاجعه‌باری را تجربه کرده است) در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ به ترتیب ۱,۸ و ۰,۸ درصد بوده است. در آغاز سال جاری میلادی یعنی حتی پیش از شیوع ویروس کرونا در آمریکای لاتین، اقتصاد آرژانتین و مکزیک وارد رکود شده بود و اقتصاد بسیاری از کشورهای منطقه از جمله برزیل که پس از پشت سر گذاشتن بحران‌های سیاسی و اقتصادی در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ در حال تجدید قوا بود، در شرایط شکننده‌ای قرار داشت.

با ورود به هزاره جدید، جهش خیره‌کننده فرصت‌های سرمایه‌گذاری در اقتصادهای نوظهور جهان نیز آغاز شد، تجارت بین‌المللی با تصاعد هندسی رشد کرد، قیمت کالاهای خام به شدت افزایش یافت و اقتصادهای نوظهور و درحال‌توسعه با اعتمادبه‌نفس بیشتری در عرصه‌های جهانی ظاهر شدند. در دهه نخست قرن بیست‌ویکم، سرانه درآمد واقعی (برمبنای برابری قدرت خرید) در اقتصادهای نوظهور با نرخ اعجاب‌آور ۴,۶ درصد در سال رشد کرد که این رقم ۴ برابر نرخ رشد سالانه اقتصادهای پیشرفته جهان بود. به نظر می‌رسید که شکاف درآمدی بسیار بزرگی که در قرن بیستم بین کشورهای پیشرفته و سایر کشورهای جهان شکل گرفته بود، در قرن جدید بسته خواهد شد. اما آمریکای لاتین در دو دهه اخیر نشان داده که از این جهش خیره‌کننده جا مانده است. در دهه اول قرن جاری نرخ رشد سرانه تولید ناخالص داخلی منطقه آمریکای لاتین به طور متوسط ۱,۹درصد در سال بود و در دهه دوم نیز این رقم به تنها ۰,۵درصد در سال رسید، یعنی بسیار کمتر از نرخ رشد اقتصادهای نوظهور جهان و حتی کمتر از نرخ رشد اقتصادهای پیشرفته. به‌جز مکزیک، کمتر کشوری در منطقه آمریکای لاتین از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حد دیگر اقتصادهای نوظهور جهان برخوردار بوده است. اگرچه پس از بحران بدهی و تورم نجومی دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی، کیفیت حکمرانی (به‌ویژه در حوزه اقتصاد کلان) در کشورهای آمریکای لاتین به میزان قابل‌توجهی بهبود یافته است، اما معضلاتی همچون فساد، جرم و نوسانات سیاسی باعث شده است که جذابیت این کشورها برای سرمایه‌گذاران کمتر از سایر اقتصادهای نوظهور جهان باشد.

اقتصاد آمریکای لاتین در تکاپوی آینده

آمریکای لاتین که در سال‌های اخیر خطر دچار شدن به یک بحران بدهی جدید را کاملا احساس می‌کرده، تاکنون موفق شده است از این بحران دوری کند. خطوط سواپ ارزی «فدرال رزرو» (بانک مرکزی آمریکا) برای مکزیک و برزیل، آنها را در برابر مشکلات ناشی از کمبود دلار ایمن ساخته است. خطوط اعتباری «صندوق بین‌المللی پول» برای شیلی، کلمبیا، مکزیک و پرو نیز فشار بر اقتصاد این کشورها را کاهش داده است. بانک‌های مرکزی کشورهای آمریکای لاتین توانسته‌اند با کاهش نرخ بهره، نوعی تکیه‌گاه برای اقتصاد این کشورها در برابر آسیب‌های اقتصادی ناشی از شیوع ویروس کرونا بسازند، بدون اینکه موجب فرار سرمایه شوند.

با این حال، به هیچ وجه نمی‌توان این واقعیت را انکار کرد که حتی سالم‌ترین اقتصادهای منطقه آمریکای لاتین نیز باید مسیر بسیار سختی را برای بازگشت به حالت نرمال طی کنند. «صندوق بین‌المللی پول» نرخ رشد تولید ناخالص داخلی منطقه آمریکای لاتین در سال ۲۰۲۱ میلادی را ۳,۷ درصد پیش‌بینی کرده است که در مقایسه با نرخ رشد پیش‌بینی شده برای کل اقتصادهای نوظهور جهان (۵,۹درصد) رقم چندان قابل‌توجهی محسوب نمی‌شود. از سوی دیگر، اگر ویروس کووید-۱۹ در آینده نزدیک مهار نشود، بسیار بعید است که این پیش‌بینی‌ها در سال آینده محقق شوند. علاوه بر این، دستاوردهای آمریکای لاتین در زمینه کاهش نابرابری و فقر اکنون در معرض خطر است؛ چنانچه «بانک جهانی» هشدار داده است که تعداد افراد زیر خط فقر در آمریکای لاتین ممکن است در سال جاری میلادی ۲۳ میلیون نفر افزایش یابد و به نظر نمی‌رسد که سیاست‌های دولت‌های منطقه کمکی به رفع این مشکلات کند. در سال گذشته کشورهای بولیوی، شیلی، کلمبیا و اکوادور شاهد شکل‌گیری اعتراضات خیابانی گسترده بودند و اکنون نظام سیاسی این کشورها ممکن است بیش از پیش تحت فشار اعتراض مردمی قرار گیرد. به طور کلی، بحران کووید-۱۹ برای آمریکای لاتین یک شوک دوطرفه است: یک تراژدی دردناک به خودی خود و یک پایان قطعی بر فرصت رشدی که این منطقه نتوانست در دو دهه اخیر از آن استفاده کند. آینده اقتصادی و اجتماعی آمریکای لاتین به این امر بستگی دارد که مردم منطقه بپذیرند که در آینده نیز فرصت‌های دیگری پیش روی آنها قرار خواهد گرفت و البته دولت‌های آمریکای لاتین باید تلاش بیشتری برای بهره‌گیری از این فرصت‌ها انجام دهند.

اقتصاد مصر تعطیلی خود را تعطیل کرد

در همین حال و به موازات گسترش ویروس کووید-۱۹ در جهان، مصر ابدا به اندازه کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس، مسئله تعطیلی را جدی نگرفته و اقتصاد این کشور همچنان فعال است و اتفاقا آمارهای ابتلا و مرگ و میر کرونا در این کشور به نسبت جمعیتش اصلا بد نیست. با این‌حال، آسیب دیدن منابع ارزی این کشور آفریقایی باعث شده که کل اقتصاد نتواند از آسیب دور بماند.

به گفته «اکونومیست»، هرگز فرصتی برای فاصله‌گذاری اجتماعی در شهر قاهره پدید نیامد؛ قاهره‌ای که از بسیاری از کشورهای جهان پرجمعیت‌تر است. اتوبوس‌ها تا سقف پر از مسافرانی می‌شوند که نیمی از بدن‌شان از در اتوبوس بیرون قرار دارد. میلیون‌ها نفر در بخش‌هایی غیررسمی زندگی می‌کنند و خیابان‌ها آنقدر تنگ هستند که یک ماشین به سختی از آنها عبور می‌کند. البته مصر برخلاف بسیاری از دیگر کشورهای عرب، به دنبال این هم نبوده است که یک تعطیلی بسیار سفت و سخت اعمال کند. شکلی از حکومت نظامی در شب وجود دارد و اماکن شلوغی همچون رستوران‌ها و کافه‌ها تعطیل شده‌اند. با این‌حال، بخش حمل و نقل عمومی فعال است و کارخانه‌ها کار می‌کنند و مغازه‌ها هم دست‌کم در ساعات محدودی باز هستند. تا این‌جای کار که مصر از بیماری کرونا تا حدی فرار کرده است. بیش از ۲۰ هزار نفر در این کشور یکصد میلیون نفری به کرونا مبتلا شده‌اند که نسبت به بسیاری از کشورهای جهان اصلا وضعیت بدی به حساب نمی‌آید. داده‌ها به ما می‌گویند که دولت این کشور تنها از چیزی در حدود ۳۰ هزار نفر در طول هفته آزمایش می‌گیرد. به بعضی از مصری‌ها که تست‌شان مثبت شده، گفته‌اند که خویشاوندان‌شان مورد تست قرار نمی‌گیرند، مگر آنکه علائم بیماری را از خود نشان دهند. نرخ مرگ‌ومیر کرونایی این کشور به ازای جمعیت نیز پایین‌تر از بسیاری کشورهای عرب ثروتمند حاشیه خلیج فارس است و در این بین کشورهایی چون بحرین هم حضور دارند که آمار بسیار بدتری دارند.

البته اینکه مصر خیلی تعطیلی را جدی نگرفته، باعث نشده است که این کشور بحران اقتصادی را تجربه نکند. برای مثال، بخش خصوصی این کشور در حال سقوط آزاد است: شاخص مدیران خرید از رقم ۴۴,۲ در ماه مارس به عدد ۲۹,۷ در ماه آوریل رسید و این در حالی است که قرار گرفتن عدد شاخص زیر ۵۰ نشان‌دهنده افت اقتصادی است. همچنین سفارش صادرات با سرعت بیشتری افت کرده و منابع بزرگ ارز خارجی به طور مشخص آسیب بیشتری از این کسادی اقتصادی می‌بینند. شهروندان این کشور که سال‌ها تجربه فرازونشیب سیاسی و دوران ریاضت داشته‌اند حالا وضعیت بدتری هم پیدا کرده‌اند. دولت مصر منابع کافی برای رسیدگی به این مسئله را نداشته و به دنبال کمک‌های بین‌المللی است. شاید مصر اولین کشور باشد، ولی جهان عربی که نفت ندارد، دیر یا زود این مسائل را تجربه می‌کند.

صنعت توریسم مصر زیر تیغ کرونا

اولین صنعتی که در مصر آسیب دید، صنعت توریسمی بود که از هر ۱۰ مصری ۱ نفر را به استخدام خود درآورده بود. توریست‌های خارجی سال گذشته ۱۳ میلیارد دلار را وارد این کشور کردند که چیزی در حدود ۵درصد تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل می‌داد. حالا که فرودگاه‌ها از ماه مارس تعطیل شده‌اند، این درآمد به حدود صفر رسیده است. «ایجیپت‌ایر»، شرکت هوایی ملی مصر امید داشت که از ماه ژوئن پروازهای خارجی را از سر بگیرد، اما دولت این کشور تعطیلی فرودگاه‌ها را تمدید کرد. هتل‌هایی که به شدت نیازمند پول هستند، فضای خود را بازگشایی کرده‌اند و حداکثر ۲۵درصد فضای خود را با توریست‌های داخلی می‌توانند پر کنند، که البته این توریست‌ها خیلی کمتر از توریست‌های خارجی پول خرج می‌کنند.

نگرانی اصلی البته مربوط به ۳,۴ میلیون مصری است که خارج از این کشور کار می‌کنند. پول‌هایی که این افراد به مصر می‌فرستند، باعث شده است که این کشور از این حیث در سال ۲۰۱۹ میلادی در رتبه پنجم قرار بگیرد و با دریافت ۲۷ میلیارد دلار پول از این منابع، ۹درصد از تولید ناخالص داخلی خود را تامین کند. البته هنوز نمی‌توان به شکلی دقیق سخن گفت، اما «بانک جهانی» تخمین زده است که چنین پول‌هایی در سطح جهان در سال جاری میلادی افتی ۲۰درصدی متحمل شوند. بیش از نیمی از مصری‌هایی که در خارج از این کشور کار می‌کنند، در دولت‌های نفتی حاشیه خلیج فارس حضور دارند و این کشورها هم به خاطر پایین آمدن قیمت نفت، به شدت درگیر کاهش دستمزد و تعدیل نیرو هستند. به طور کلی، مصر به دنبال کمک «صندوق بین‌المللی پول» است و این در حالی است که همسایه‌های این کشور نیز در صف ایستاده‌اند.

شرکت مخابرات ایران
سهامی عام (شماره ثبت ۳۲۵۰۸۱)
منطقه گلستان

مناقصه دو مرحله‌ای
شماره ۱۰/ک/۹۹

شرکت مخابرات ایران-مخابرات منطقه گلستان در نظر دارد.طرح قرارداد تامین ملزومات جهت دایری و تغییر مکان و سرقتی مراکز تابعه استان را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند جهت اطلاعات بیشتر به و یاسایت مخابرات منطقه گلستان به آدرس WWW.tci.ir آگهی فراخوان در سایت شرکت مخابرات ایران به آدرس golestan.tci.ir مراجعه نمایند.

روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان

۳۳۱

یادداشت

مسیر حرکت نقدینگی چگونه قابل اصلاح است؟

وحید شقاقی شهری
اقتصاددان

یکی از ریشه‌های اصلی چالش‌های اقتصادی ایران که عمدتا در زمینه قیمت‌ها رقم خورده، ناشی از رشد نقدینگی است. آمار سال گذشته نشان می‌دهد که ۲۸ درصد رشد نقدینگی داشته‌ایم و بیش از ۲۴۰۰ هزار میلیارد تومان حجم نقدینگی اقتصاد ایران بوده که بخشی از این میزان نقدینگی، سرگردان است و بین بازارهای دلار، طلا، سکه، مسکن و... جابه‌جا شده است. نسبت نقدینگی به تولید ناخالص داخلی تقریبا ۱۱۰درصد بوده، درحالی که رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری کشور منفی بوده است. شرایط موجود و افزایش ۳۰درصدی نقدینگی در اسفندماه نشان می‌دهد که امسال نیز تورم بالایی را تجربه خواهیم کرد. گرچه شاید آقای همتی به عنوان رئیس‌کل بانک مرکزی تورم ۲۰درصدی را هدف‌گذاری کرده باشد اما واقعیت‌های اقتصادی ایران، آن را نشان نمی‌دهد. میانگین رشد نقدینگی در ۴۰ سال اخیر ۲۰ تا ۲۵درصد و رشد اقتصادی ۴درصد بوده که این موضوع نشان می‌دهد رشد اقتصادی کشور متناسب با رشد نقدینگی نبوده است. عمده خلق نقدینگی در نظام بانکی از دهه ۸۰ به بعد انجام شده و بانک‌ها برای حل مسئله ناترازی منابع خود دست به خلق نقدینگی زده‌اند. بانک‌ها برای اینکه بتوانند سود سپرده‌های گذشته خود را بدهند، با پیشنهاد نرخ‌های سود بالا اقدام به جذب سپرده‌گذار جدید کرده‌اند و همین عامل موجب شد که دست به خلق نقدینگی و رقابت برای افزایش نرخ سود بزنند.

البته باید این موضوع را در نظر داشت که نقدینگی هم می‌تواند متغیر خوب و هم بد باشد. اگر ساختارهای اقتصادی به نحوی باشد که نقدینگی را هضم کند می‌تواند به تحرک بیشتر اقتصاد، توسعه، تولید و درنهایت رونق اقتصادی کمک کند، درست مانند خوردن غذا که در صورت هضم درست می‌تواند موجب تحرک اندام‌های داخلی بدن شود. اما اگر ساختار اقتصادی نتواند این نقدینگی را هضم کند، می‌تواند به تورم در بازارهای مختلف دامن بزند، بنابراین تا زمانی که رشد نقدینگی ما با رشد تولید همخوانی و هماهنگی نداشته باشد ما درگیر تورم در حوزه‌ها و دارایی‌های مختلف خواهیم شد.

علت اینکه ساختارهای اقتصادی ایران تورم‌زا شده و کارآمدی لازم را ندارد، این است که رشد نقدینگی جذب اقتصاد نشده و همواره در بازارهای موازی جریان داشته و این موضوع تورم در بازارها و دارایی‌های مختلف را به وجود آورده است. یکی از راهکارهای جلوگیری از افزایش نرخ تورم، خاموش کردن موتور تولید نقدینگی در اقتصاد کشور است. اگر با همین وضعیت، رشد نقدینگی ادامه داشته باشد نسبت نقدینگی به تولید به عدد ۱۳۰ درصد در پایان سال جاری خواهد رسید که این موضوع باعث خواهد شد که نقدینگی به‌جای یک عامل مثبت به یک عامل مخرب ایجادکننده تورم تبدیل شود.

رشد نقدینگی در تمام این سال‌ها منجر به تولید، افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش عرضه کل اقتصاد نشده، بلکه موجب مازاد تقاضا در اقتصاد شده است، یعنی نقدینگی به دست مردم رسیده ولی این عرضه متناسب با تقاضا نبوده است. مازاد تقاضا هم عامل اصلی تورم در اقتصاد است و به یکی از بازارها سرایت می‌کند. روزی بازار ارز، طلا و در مقطعی خودرو یا بازار سرمایه را دگرگون می‌سازد. زمانی می‌توان دید مثبتی به نقدینگی داشت که موجب رشد سرمایه‌گذاری و به‌تبع آن، رشد تولید در اقتصاد کشور شود. ضریب فزاینده نقدینگی هم‌اکنون به حدود ۷ رسیده و این در حالی است که تا قبل از سال ۱۳۹۰ این ضریب فزاینده ۴ بود. ضریب فزاینده نقدینگی ۷ یعنی اینکه هر یک تومان نقدینگی که سیستم بانکی خلق می‌کند در پایان سال ۷ برابر می‌شود و به ۷ تومان می‌رسد.

بنابراین ابتدابه‌ساکن باید به این سؤال پاسخ داده شود که اقتصاد ایران برای رشد سرمایه‌گذاری و تولید به چقدر نقدینگی نیازمند است تا متناسب با آن نقدینگی ایجاد شود. ساختارهای اقتصاد کلان باید به نحوی اصلاح و طراحی شود که این نقدینگی جذب سرمایه‌گذاری شود. این شیوه می‌تواند عرضه کل را افزایش دهد. هر چقدر عرضه کل افزایش یابد، می‌تواند تقاضا را پوشش دهد و جلوی مازاد تقاضا را بگیرد و به رشد تولید و سرمایه‌گذاری منجر شود. در چنین برهه‌ای، برنامه‌ریزی‌های کلان مدیران اقتصادی ما باید طوری طراحی شود که رشد نقدینگی متناسب با رشد اقتصادی را هدف‌گذاری کنند و به جریان نقدینگی جهت بدهند. باید بررسی شود که این نقدینگی به کدام بازارها وارد شده است. اصلاحات باید در راستای ایجاد سرمایه‌گذاری باشد تا در کشور فضای کسب‌وکار مساعد شود و زمینه رقابت‌پذیری مهیا شود تا نقدینگی به سمت بخش‌های مولد در اقتصاد حرکت کند.

مهار بخش غیرمولد و جذاب کردن بخش مولد، راهکار هدایت نقدینگی به سمت تولید است. نقدینگی با زور و فشار به سمت جریان مولد حرکت نخواهد کرد. باید سیاست‌گذاری‌ها به نحوی باشد که بخش غیرمولد تحت کنترل باشد و بسته شود. باید بتوانیم برای این بخش، ریسک بالا ایجاد کنیم و سودآوری آن را کاهش دهیم. در مقابل، بخش مولد را سودآور کنیم و ریسک آن را کاهش دهیم و امنیت ایجاد کنیم تا جریان نقدینگی را که سال‌هاست از بخش مولد به سمت بخش غیرمولد حرکت کرده، تغییر دهیم، چراکه جریان فعلی موجب ایجاد سوداگری در اقتصاد شده و پیامدهای تورم‌زای خود را طی سال‌های متمادی به‌جا گذاشته است. باید بخش غیرمولد و بازارهای سوداگری مانند طلا، ارز، مسکن و واردات را با ابزارهایی مثل مالیات و تعرفه، غیرجذاب و پرریسک کرد و در مقابل، بخش مولد و تولید را با ابزارهایی مثل حمایت یارانه‌ای، کاهش مالیات و بهبود محیط کسب‌وکار، جذاب و کم‌ریسک کرد. همچنین برای جلوگیری از رشد نقدینگی باید گام‌هایی برای حل ناترازی بین بدهی‌ها و دارایی‌های نظام بانکی برداشته شود. اصلاحات ساختاری باید طوری باشد که نقدینگی به جریان سالم اقتصاد هدایت شود که این هم هنر مدیریتی اقتصاد کشور برای اصلاحات ساختاری در بهبود فضای کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری است.

نگاهی به عملکرد ۳۰ شرکت بزرگ بورس تهران از ابتدای سال تاکنون

صدرنشینان بورس

فرصت امروز: شاخص بازار سرمایه در حالی در سقف تاریخی خود قرار گرفته است و کماکان به رشد خیره‌کننده خود ادامه می‌دهد که بررسی‌ها نشان از رشد ۳۲۶درصدی ۳۰ شرکت بزرگ بورس تهران از ابتدای سال تا پایان هفته سوم تیرماه دارد. این بازدهی ۳۲۶درصدی در حالی است که شاخص کل بورس در همین دوره زمانی، رشدی ۲۴۰درصدی داشته است. همچنین ارزش بازار این ۳۰ شرکت بزرگ بورس در تاریخ ۲۱ تیر ۱۳۹۹ برابر با ۴۰۷۷ هزار میلیارد تومان بوده که مجموع سهم این شرکت‌ها از کل ارزش بازار همه شرکت‌های بورس و اوراق بهادار تهران در همین روز حدود ۶۰درصد است. همانطور که اشاره شد، شاخص ۳۰ شرکت بزرگ بورسی طی ۱۱۳ روز نخست امسال (منتهی به ۲۰ تیر ۱۳۹۹) رشد ۳۲۶درصدی داشته، در حالی که رشد شاخص کل بورس در همین بازه زمانی ۲۴۰درصد بوده است. اما میانگین بازدهی ۳۲۶درصدی این ۳۰ شرکت بزرگ بورسی در ۱۱۳ روز نخست امسال در حالی است که هفت شرکت پالایش نفت اصفهان، پالایش نفت بندرعباس، گسترش نفت و گاز پارسیان، شرکت ملی صنایع مس ایران، صندوق سرمایه‌گذاری بازنشستگی کشور، شرکت فولاد مبارکه اصفهان و پالایش نفت تهران، بازدهی بیشتری از این میانگین داشته‌اند. در واقع، این هفت شرکت یادشده بازدهی بیش از ۳۲۶درصدی (میانگین بازدهی ۳۰ شرکت بزرگ) را کسب کرده‌اند. در این میان، بالاترین بازدهی در این دوره زمانی متعلق به شرکت پالایش نفت اصفهان با رقم ۴۹۵درصد و کمترین بازدهی نیز متعلق به ایران خودرو با رقم منفی ۵۲درصد است.

همچنین طبق گزارش معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، از میان این ۳۰ شرکت بزرگ بورسی در تاریخ مذکور، سهام شناور ۲۱ شرکت کمتر از ۲۰درصد است، به طوری که بیشترین سهم سهام شناور در میان این شرکت‌ها مربوط به بانک پاسارگاد با سهم شناور ۳۹درصدی و شرکت ملی صنایع مس ایران با سهم شناوری ۳۳درصدی است.

وضعیت ۳۰ شرکت بزرگ بورس و اوراق بهادار تهران در تاریخ ۲۱ تیرماه ۱۳۹۹

ردیف	نام نماد	نام شرکت	ارزش بازار (هزار میلیارد تومان)	سهم از کل (درصد)	قیمت هر سهم در پایان سال۹۸	قیمت هر سهم در ۲۰ تیر ۹۹	درصد تغییر	درصد شناور
۱	وبملت۱	بانک ملت	۱۲۹,۰	۳,۲	۸۱۷۷	۲۵۴۸۰	۲۱۲	۲۷
۲	وپاسار۱	بانک پاسارگاد	۷۴,۰	۱,۸	۳۴۸۴	۱۴۵۵۰	۳۱۸	۳۹
۳	کچاد۱	معدنی و صنعتی چادرملو	۱۴۰,۹	۳,۵	۷۱۰۷	۲۴۸۵۰	۲۵۰	۱۰
۴	فخوز۱	فولاد خوزستان	۷۴,۸	۱,۸	۱۳۳۵۷	۳۹۱۰۰	۱۹۳	۲۴
۵	فولاد۱	فولاد مبارکه اصفهان	۴۴۲,۰	۱۰,۸	۴۶۲۲	۲۰۰۸۰	۳۳۴	۲۶
۶	وغدیر۱	سرمایه گذاری غدیر (هلدینگ)	۱۳۳,۵	۳,۳	۴۴۸۰	۱۸۰۷۰	۳۰۳	۲۳
۷	کگل۱	معدنی و صنعتی گل‌گهر	۱۵۲,۲	۳,۷	۹۵۶۶	۱۷۲۵۰	۸۰	۱۵
۸	همراه۱	شرکت ارتباطات سیار ایران	۹۳,۷	۲,۳	۱۷۹۸۱	۴۹۶۶۰	۱۷۶	۱۰
۹	خودرو۱	ایران خودرو	۱۵۹,۶	۳,۹	۱۰۹۸۴	۵۲۹۰	-۵۲	۲۲
۱۰	حکشتی۱	کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران	۱۰۴,۲	۲,۶	۱۵۶۱۶	۴۷۰۱۰	۲۰۱	۸
۱۱	ومعادن۱	توسعه معادن و فلزات	۱۰۴,۵	۲,۶	۷۱۳۵	۱۹۰۳۰	۱۶۷	۲۳
۱۲	رمپنا۱	گروه مپنا (سهامی عام)	۱۴۰,۵	۳,۴	۱۴۶۹۹	۵۱۴۱۰	۲۵۰	۱۰
۱۳	اخابر۱	مخابرات ایران	۱۰۵,۸	۲,۶	۶۸۶۶	۱۷۶۳۰	۱۵۷	۱۲
۱۴	مبین۱	مبین انرژی خلیج فارس	۴۹,۱	۱,۲	۱۴۱۱۶	۳۴۶۵۰	۱۴۵	۱۷
۱۵	فملی۱	ملی صنایع مس ایران	۳۴۳,۰	۸,۴	۷۰۹۰	۳۲۳۹۰	۳۵۷	۳۳
۱۶	نوری۱	پتروشیمی نوری	۵۶,۴	۱,۴	۶۰۴۹۵	۱۹۱۹۷۰	۲۱۷	۹
۱۷	وامید۱	گروه مدیریت سرمایه گذاری امید	۱۴۰,۰	۳,۴	۱۱۷۳۹	۴۷۰۰۰	۳۰۰	۶
۱۸	پارس۱	پتروشیمی پارس	۱۰۵,۳	۲,۶	۷۰۶۵۹	۱۷۳۳۲۰	۱۴۵	۶
۱۹	پاکشو۱	گروه صنعتی پاکشو	۲۴,۸	۰,۶	۴۰۹۶۵	۶۱۹۰۰	۵۱	۹
۲۰	پارسان۱	گسترش نفت و گاز پارسیان	۱۵۳,۱	۳,۸	۷۴۶۵	۳۶۰۰۰	۳۸۲	۱۸
۲۱	جم۱	پتروشیمی جم	۶۱,۰	۱,۵	۱۶۹۶۳	۴۴۱۷۰	۱۶۰	۱۳
۲۲	شخارک۱	پتروشیمی خارک	۳۸,۷	۰,۹	۲۵۷۸۲	۶۴۲۱۰	۱۴۹	۱۱
۲۳	فارس۱	صنایع پتروشیمی خلیج فارس	۴۰۸,۸	۱۰,۰	۸۳۱۴	۲۶۴۵۰	۲۱۸	۹
۲۴	شبندر۱	پالایش نفت بندرعباس	۱۴۵,۰	۳,۶	۹۶۵۸	۴۷۰۰۰	۳۸۷	۱۱
۲۵	شپنا۱	پالایش نفت اصفهان	۱۷۸,۸	۴,۴	۵۵۲۱	۳۲۸۴۰	۴۹۵	۲۲
۲۶	شبریز۱	پالایش نفت تبریز	۵۸,۶	۱,۴	۱۵۷۸۲	۵۵۲۵۰	۲۵۰	۸
۲۷	شپدیس۱	پتروشیمی پردیس	۶۶,۱	۱,۶	۲۹۶۸۳	۱۱۵۱۱۰	۲۸۸	۱۶
۲۸	تاپیکو۱	س. نفت و گاز و پتروشیمی تامین	۱۷۴,۶	۴,۳	۵۱۷۱	۲۰۴۰۰	۲۹۵	۸
۲۹	شتران۱	پالایش نفت تهران	۱۵۲,۷	۳,۷	۷۲۸۷	۳۱۴۸۰	۳۳۲	۹
۳۰	وصندوق۱	سرمایه گذاری صندوق بازنشستگی	۶۶,۶	۱,۶	۵۶۷۷	۲۴۹۲۰	۳۳۹	۱۵
جمع‌کل			۴۰۷۷,۳	۱۰۰				

منبع داده‌ها: سازمان بورس و اوراق بهادار تهران

از افزایش نرخ سود اوراق بدهی تا افزایش نرخ اوراق گواهی سپرده

نقشه بانک مرکزی برای کاهش تورم

مدیریت نقدینگی و اجرای سیاست‌های ضدتورمی از جمله مسائل مهمی است که اقتصاددانان و متولیان بخش پولی و مالی کشور بر آن تاکید دارند؛ بر این اساس بانک مرکزی به عنوان متولی این حوزه با ترسیم برنامه‌هایی، گام نخست خود را در سه جهت از دو هفته گذشته آغاز کرده است که شامل افزایش نرخ سود اوراق بدهی، سود گواهی سپرده بلندمدت و سپرده‌های بانک‌ها نزد این بانک است.

به گزارش ایرناپلاس، بازارهای دارایی به دلیل افزایش نقدینگی و مهم‌تر از آن، داغ شدن پول (سرعت گرفتن گردش پول) در وضعیت هشدارآمیزی قرار دارد؛ تا جایی که بسیاری از کارشناسان نسبت به تعلل بانک مرکزی در اجرای سیاست‌های انقباضی اظهار تعجب و نارضایتی می‌کردند. زیرا در شرایطی که اقتصاد با انتظارهای تورمی و افزایش گردش پول مواجه می‌شود، این بانک مرکزی است که وارد میدان عمل شده و با اقدامات ثبات‌ساز خود اقتصاد را بر محور تعادل برمی‌گرداند.

در حال حاضر یکی از معلول‌های رشد نقدینگی و سرعت‌گیری گردش پول در بازارهایی همچون ارز و مسکن است. از همین رو، اقتصاددانان انتظار داشتند بانک مرکزی با اجرای سیاست‌های انقباضی به جمع‌آوری نقدینگی بیقرار گام بردارد، اما برعکس شاهد نرخ بهره منفی ۱۵درصد و کاهش اوراق بدهی به جای افزایش آنها بودیم.

از همین رو، سرمایه برای مقصد گزیدن در جایی پرسودتر به بازارهایی همچون مسکن و ارز رفته است. آمارها نشان می‌دهد اگر کسی در سال ۱۳۹۶ سپرده ریالی معادل ۶۰ دلار در بانک قرار می‌داد، در حال حاضر به ۱۹ دلار کاهش یافته بود. این روند سبب شده که رشد حجم پول نسبت به شبه‌پول به‌شدت افزایش یابد؛ به بیان دیگر، شبه‌پول در بانک‌ها که معادل همان سپرده‌های بلندمدت است، در حال تبدیل به سپرده‌های کوتاه‌مدت است و این به معنای گردش نقدینگی از بانک‌ها در میان دیگر بازارهای دارایی و بیشتر بازار سهام است.

این مسئله در درجه نخست موجب جهش بسیار بلند قیمت سهام و به دنبال آن سرریزی به دیگر بازارها خواهد شد که تورم در بازارهای کالایی را نیز به دنبال خواهد داشت؛ موضوعی که در نامه ۲۵ اقتصاددان نسبت به آن هشدار داده شد. از همین رو، رئیس‌کل بانک مرکزی ورود این بانک برای ایجاد تعادل پولی در اقتصاد را از سیاست‌های مهم خود اعلام کرده است. به گفته همتی آنچه که قرار است در آینده در دستور کار قرار گیرد، هدف‌گذاری و کنترل تورم از طریق کنترل سود کوتاه‌مدت و کنترل نقدینگی با تمرکز بر عملیات بازار باز و نیز کنترل پایه پولی از طریق ضابطه‌مند کردن برداشت بانک‌ها و بدهی دولت به بانک مرکزی است.

البته گام ابتدایی این اقدام‌ها در هفته گذشته برداشته شد. بانک مرکزی ۱۰ تیرماه با اعلام افزایش ۷.۳درصدی نقدینگی در چهار ماه ابتدایی امسال که این نهاد پولی دلیل آن را حمایت‌های انجام شده از خانوارهای آسیب‌دیده از کرونا اعلام کرده، نوشته است: بانک مرکزی حسب وظایف قانونی و تخصصی خود روند تحول‌های متغیرهای پولی و اعتباری را مستمر رصد و نظارت می‌کند و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های جدید ایجادشده در حوزه سیاست‌های پولی و عملیات بازار باز، نسبت به هدایت متغیرهای پولی و نرخ سود در مسیر موردنظر در چارچوب هدف تورمی خود اقدام می‌کند.

در این زمینه می‌توان به زمینه‌سازی مناسب بانک مرکزی برای عرضه و فروش اوراق بدهی دولتی از طریق کارگزاری این بانک و نیز اقدام اخیر بانک مرکزی درخصوص اعلام نرخ سپرده‌پذیری از بانک‌ها در سطح ۱۰درصد و در ادامه افزایش آن به سطح ۱۲درصد اشاره کرد.

افزایش نرخ سود اوراق بدهی: در هفته اخیر سود اوراق در یک روند افزایشی در بازار بدهی قرار گرفت. در آخرین حراج در بازار بین بانکی که ۱۷ تیرماه برگزار شد، سود اوراق با سررسید ۴ ساله با ۰,۷ درصد رشد به ۱۸,۲ درصد رسید. بازدهی اوراق ۲ ساله نیز با رشد نیم درصدی همراه شد. پیش از آن نیز بانک مرکزی در حراج اوراق بدهی دولتی، چهارشنبه چهارم تیرماه امسال با فروش ۳ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان اوراق «اراد۳۶» با نرخ بازده تا سررسید ۱۶.۵درصد و ۲.۶ هزار میلیارد تومان اوراق «اراد۳۴» با نرخ بازده تا سررسید ۱۷,۵ درصد موافقت کرد بنابراین در این دو هفته، دو بار نرخ فروش اوراق در بازار بدهی افزایش داده شد، تا از این طریق بانک مرکزی سیاست انقباضی خود را با سرعت بیشتری به اجرا درآورد.

افزایش نرخ اوراق گواهی: در اقدامی دیگر در ۱۸ تیرماه، بانک مرکزی با مجوز افزایش حجم اوراق گواهی سپرده با نرخ ۱۸درصد، موافقت و اعلام کرد: با افزایش انتشار گواهی سپرده عام ۱۸درصدی توسط بانک‌ها موافق بوده و سقف انتشار «گواهی سپرده عام بانک‌ها» در سال جاری تا ۳۱ شهریورماه امسال، حداکثر به میزان ۲۰درصد سپرده‌های بلندمدت آنها در پایان اسفندماه ۱۳۹۸ خواهد بود. به گفته کارشناسان این اقدام بانک مرکزی به‌منزله ارائه سیگنالی برای افزایش نرخ سپرده بانکی بوده است.

افزایش نرخ بهره سپرده بانکی نزد بانک مرکزی: بانک مرکزی با هدف کنترل انتظارهای تورمی، در جلسه ۱۲ تیرماه خود، نرخ سود سپرده‌گذاری بانک‌ها و مؤسسه‌های اعتباری غیربانکی نزد بانک مرکزی را با یک واحد درصد افزایش به ۱۳درصد رساند. این بانک با اعلام اینکه نرخ تورم از تورم هدف اعلام شده (۲۲درصد) فاصله دارد، افزود: بر این اساس، هیأت عامل بانک مرکزی در راستای اجرای قانون پولی و بانکی کشور برای حفظ ارزش پول ملی در جلسه پنجشنبه ۱۲ تیرماه، ترتیبات جدید اجرای سیاست پولی را تصویب کرد.

بر این اساس، هیأت عامل بانک مرکزی براساس مواد (۶) و (۱۱) دستورالعمل «عملیات بازار باز و اعطای اعتبار در قبال اخذ وثیقه توسط بانک مرکزی»، نرخ سود سپرده‌گذاری بانک‌ها و مؤسسه‌های اعتباری غیربانکی نزد بانک مرکزی را با یک واحد درصد افزایش، ۱۳درصد تعیین کرد. این تصمیم با هدف کاهش دامنه دالان نرخ سود و هدایت نرخ تورم به سمت نرخ تورم هدف اتخاذ شد. نرخ سود اعتبارگیری بانک‌ها از بانک مرکزی ۲۲درصد است. پیش از این موضوع هیأت عامل بانک مرکزی در روز چهارشنبه چهارم تیرماه، کف دالان نرخ سود را از ۱۰ به ۱۲درصد افزایش داده بود.

کدام روش در شرایط تحریمی برای حمایت از تولید داخلی کارآمدتر است؟

سیاست‌گذاری تولید در شرایط تحریم

فرصت امروز: برای حل نوسانات ارزی به جای راهکارهای موردی باید مشکلات ساختاری اقتصاد ایران را حل کرد. تورم مزمن از جمله مشکلاتی است که ریشه بسیاری از عدم تعادل‌ها و نوسانات قیمتی است. البته تورم مزمن خود ریشه در مسائلی نظیر عدم انضباط مالی دولت و کسری بودجه متوالی دولت‌ها که پدیدآورنده رشد بالای نقدینگی است، دارد. به اعتقاد کارشناسان، در چنین شرایطی سرکوب قیمت‌ها و اعمال محدودیت‌های دستوری بر بازار ارز نتیجه‌ای جز آرامش مصنوعی در کوتاه مدت ندارد. همچنین سرکوب قیمت‌ها در بلندمدت موجب برهم زدن تعادل بازارها به عنوان عامل بازدارنده‌ای برای رشد تولید می‌شود. در چنین شرایطی استفاده صحیح از ابزارهای پولی و مالی به عنوان راهکاری بلندمدت برای اصلاح ساختار تأمین مالی بودجه دولت و مقابله با رشد افسارگسیخته نقدینگی توصیه می‌شود.

استفاده از ظرفیت بازار بدهی برای تأمین مالی دولت، واگذاری دارایی‌ها و طرح‌های عمرانی دولت به بخش خصوصی، فروش اموال مازاد بانک‌ها، اصلاح نرخ سود سپرده‌گذاری، استفاده از ظرفیت‌های بازار سرمایه و توسعه ابزارهای آتی مبتنی بر دارایی‌های فیزیکی (ارز، طلا و سایر فلزات گرانبها) از جمله راهکارهای ممکن پیشرو است. در همین راستا، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به عنوان بازوی پژوهشی وزارت صمت، پنج پیشنهاد برای عبور از شرایط کنونی، حل مشکلات ارزی بخش تولید و ساماندهی بازار بی‌ثبات ارز ارائه کرده است:

در شرایط اقتصادی نرمال، دخالت مستقیم دولت برای تعیین نرخ ارز در بازار پیشنهاد نمی‌شود. در شرایط تحریمی نیز به تدریج باید از روند دخالت مستقیم دولت کاسته شود و سازوکارهایی فراهم شود تا نظام بازار به سمت رقابتی شدن حرکت کند. چراکه تعیین قیمت برآمده از تعادل یک بازار سامان یافته معمولا همراه با بیشترین کارایی و کمترین اتلاف منابع است.

از یک سو، ارزبری تولید ملی باعث می‌شود با افزایش نرخ ارز و لذا افزایش قیمت کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای وارداتی هزینه تولید داخلی افزایش یابد. از سوی دیگر، اجرای کارآمد سیاست تعیین نرخ ارز ترجیحی نیازمند صرف هزینه و انرژی قابل توجهی برای نظارت است. لذا برای شناسایی و اولویت‌بندی صحیح موارد مصرف ارز ترجیحی، بررسی جامع اطلاعات مربوط به تولیدکنندگان، عاملین بازار ارز و نیروهای اثرگذار بر آنها ضروری است.

در شرایط تحریمی و نااطمینانی بازارها، تولیدکنندگان علاوه بر مسئله تأمین ارز با مسائل مهم دیگری نظیر کندی روند ثبت سفارش کالا و نقل و انتقالات بانکی و غیربانکی مواجه هستند. لذا در کنار تسهیل موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای تجارت کالاهای ضروری، اتخاذ سیاست‌های اعتباری در راستای تأمین گردش سرمایه موردنیاز بنگاه‌های تولیدی به گونه‌ای که فساد رانت‌خواران و سودجویان در حاشیه اجرای سیاست‌های تنظیمی به حداقل ممکن برسد، پیشنهاد می‌شود.

گره زدن سیاست‌های اصلاح قیمت‌ها به سیاست‌های تأمین رفاه اجتماعی (پرداخت‌های انتقالی دولت) موجب پیچیدگی بیشتر امر سیاست‌گذاری می‌شود بنابراین پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاری در هر یک از این دو حوزه به صورت جداگانه و با در نظر گرفتن شرایط ویژه هر یک از حوزه‌های مهم اقتصادی و اجتماعی انجام شود.

براساس تئوری برابری قدرت خرید، نرخ ارز متناسب با اختلاف نرخ تورم داخل و خارج است، لذا به سیاست‌گذاران اقتصاد کلان به خصوص نهاد بانک مرکزی به عنوان نهاد سیاست‌گذار پولی پیشنهاد می‌شود که برای حفظ ارزش پول ملی و جلوگیری از نوسانات شدید نرخ ارز به جای شیوه مدیریت دستوری به راهکارهای کنترل تورم توجه بیشتری داشته باشند. نظارت صحیح بر رشد نقدینگی، نرخ سود بانکی و سیاست‌های اعتباری از جمله موارد اساسی برای کنترل نرخ تورم است. همچنین برای حل مشکلات ساختاری تورم باید راهکارهای مقتضی در دستور کار قرار گیرد، چراکه در صورت حل مشکلات پیش روی تولید (عدم دسترسی به تکنولوژی پیشرفته، بهره‌وری پایین عوامل تولید و مشکلات تأمین مالی)، بین عرضه و تقاضای داخلی تعادل بهتری برقرار شده و فشار برای افزایش قیمت‌ها کمتر می‌شود.

در ادامه این گزارش و در تشریح پیشنهادهای گفته‌شده نیز گریزی به وضعیت کنونی اقتصاد زده شده و آمده است: براساس تئوری‌های علم اقتصاد، قیمت تعادلی کشف شده در بازار آزاد تحت شرایط رقابت کامل، می‌تواند حداکثر رفاه (شرایط بهینه «پارتو») را ایجاد کند. این قیمت نمایانگر نقطه تلاقی منحنی عرضه و تقاضاست. از آنجا که در شرایط نرمال، شیب منحنی عرضه مثبت و شیب منحنی تقاضا منفی است و هر دو این منحنی‌ها نسبت به تغییرات نرخ، حساسیت نرمالی دارند. لذا به طور متعارف با افزایش قیمت، مقدار عرضه افزایش و مقدار تقاضا کاهش می‌یابد.

اما در شرایط تحریم و نااطمینانی بازارها، کشش (شیب) منحنی عرضه و تقاضای بازار ارز بسیار متفاوت از وضعیت آنها در شرایط نرمال اقتصادی خواهد شد، یعنی افزایش نرخ ارز لزوما باعث افزایش عرضه ارز و کاهش تقاضای ارز نخواهد شد و حتی در صورت وجود جریان سفته‌بازی و انتظارات تورمی (انتقالات منحنی‌های عرضه و تقاضا) ممکن است در کوتاه‌مدت مقدار عرضه و تقاضا نسبت به تغییرات نرخ ارز خلاف جهت مورد انتظار واکنش نشان دهند. در شرایط تحریمی، از یک سو به خاطر موانع ورود کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای موردنیاز تولید و بالارفتن هزینه‌های تولید، امکان تولید رقابتی دشوار می‌شود و حتی در صورت تحقق تولید محصول رقابتی دارای قابلیت عرضه در بازارهای جهانی، باز هم به دلیل مشکلات نقل و انتقال ارز و کالاهای صادراتی، حساسیت منحنی عرضه نسبت به افزایش نرخ ارز بسیار کم است. از سوی دیگر، به علت وابستگی زیاد مصرف و تولید داخل به کالاها و مواد اولیه خارجی، حساسیت منحنی تقاضای ارز نیز نسبت به افزایش نرخ ارز بسیار کم است، بنابراین با توجه به شرایط اقتصاد ایران و ساختار عرضه و تقاضای بازار ارز، انجام برخی اصلاحات ساختاری در راستای افزایش حساسیت سرمایه‌گذاری، تولید داخلی، صادرات و لذا عرضه ارز نسبت به افزایش نرخ ارز و همچنین افزایش حساسیت تقاضا به تغییرات نرخ ارز از طریق شفاف‌سازی معاملات بازار و بازنگری در سیاست‌های پولی و مالی و ایجاد ظرفیت‌های جدید برای تولید داخلی ضروری است.

با توجه به ساختار تولید در اقتصاد ایران، افزایش نرخ ارز، تبعات مهمی بر قدرت خرید خانوارها دارد. اگر با دید جامع‌تری به عوامل مؤثر بر قدرت خرید مصرف‌کنندگان داخلی بنگریم، می‌توان اینگونه تفسیر کرد که با افزایش نرخ ارز، قیمت برای مصرف‌کنندگان داخلی هم از جانب افزایش قیمت کالاهای وارداتی و هم از سمت افزایش قیمت کالاهای صادراتی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. با افزایش قیمت کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای وارداتی هزینه‌های تولید و قیمت افزایش می‌یابد. همچنین با افزایش قیمت ریالی صادرات، عرضه کالا در بازار داخلی کم می‌شود و لذا قیمت برای مصرف‌کنندگان داخلی افزایش می‌یابد. بنابراین دولت‌ها معمولا سیاست پرداخت یارانه ارزی را به عنوان راهکاری برای حفظ قدرت خرید خانوارها اتخاذ می‌کنند، اما این روش مشکلاتی نظیر رانت و نارضایتی فعالان اقتصادی را به دنبال دارد.

به علاوه، گاهی با وجود تخصیص و تأمین ارز با نرخ ترجیحی برای تنظیم بازار ارز، برخی از تولیدکنندگان داخلی که همواره با هزینه‌های ثابت مواجه هستند، به منظور جلوگیری از توقف در خط تولید مجبور به پرداخت‌های بیشتر به واسطه‌گران بازار ارز می‌شوند. زمانبر بودن فرآیند شناسایی و اولویت‌بندی متقاضیان دریافت ارز ترجیحی، از جمله انتقاداتی است که به این شیوه سیاستی وارد می‌شود. همچنین مشکل پایین بودن گردش سرمایه در برخی بنگاه‌های تولیدی، موانعی را برای دریافت مواد اولیه وارداتی با نرخ ارز ترجیحی به وجود خواهد آورد.

نکته دیگر آنکه بعضا دشواری‌های اجرا و پیچیدگی‌های نظارتی بر سر راه سیاست تخصیص نرخ ارز ترجیحی، موجب شکل‌گیری موج اعتراض به این سیاست و درخواست یارانه نقدی به جای آن می‌شود، اما باید توجه داشت که پرداخت یارانه نقدی نیز خود با مشکلات عدیده‌ای همراه است. از جمله آنکه این‌گونه پرداخت‌های انتقالی مستقیم معمولا موجب افزایش نقدینگی و ایجاد تورم بیشتر می‌شود. همچنین انتظاراتی را برای دولت‌های آینده ایجاد می‌کند. مشکل افزایش نقدینگی از این ناحیه در صورتی که دولت‌های آینده نیز با کسری بودجه مواجه باشند، بیشتر و بیشتر خواهد شد.

با شیوع کرونا، ۱۹۵ میلیون واحد از ساعت کار شاغلان کم شد

جزییات محدودیت‌های یک هفته‌ای در پایتخت

فرصت امروز: سازمان جهانی بهداشت اعلام کرده است که فعلا چشم‌اندازی برای بازگشت به زندگی پیش از شیوع کرونا وجود ندارد. این اتفاق در تهران بیش از پیش خود را نشان داده است، چنانچه شهرداری تهران اعلام کرده که محدودیت‌های یک هفته‌ای در پایتخت به دلیل کرونا اجرا می‌شود. بر این اساس، همه دانشگاه‌ها، مدارس، مدارس شبانه‌روزی، حوزه‌های علمیه، آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای، زبانسراها و سایر آموزشگاه‌ها و کتابخانه‌ها و همچنین سینما، تئاتر و مراکز مشابه، موزه و باغ‌موزه‌ها، تالارهای پذیرایی، آرایشگاه‌های زنانه و سالن‌های زیبایی، مساجد و مصلی‌ها به مدت یک هفته تعطیل هستند.

براساس اعلام سازمان پیشگیری و مدیریت شهر تهران، این محدودیت‌ها به مدت یک هفته اعمال خواهد شد. همچنین برگزاری هرگونه مراسم اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و همایش‌ها ممنوع است. باشگاه‌های ورزشی پربرخورد، کافه، قهوه‌خانه و چایخانه، باغ‌وحش و شهربازی‌ها، مراکز تفریحی آبی، استخرهای سرپوشیده و باشگاه‌های بدنسازی نیز براساس این دستورالعمل به مدت یک هفته تعطیل خواهند بود.

در این راستا، سخنگوی شورای شهر، این محدودیت‌ها را فعلا «حداقلی» توصیف کرده است. علی اعطا دوشنبه‌شب در توییتی از اعمال «محدودیت‌های حداقلی» در تهران خبر داد و گفت که مجموعه‌ای از محدودیت‌ها فعلا به مدت یک هفته در تهران و شهرهای قرمز ۱۰ استان دیگر اعمال می‌شود. سخنگوی شورای شهر تهران نوشت: «بالاخره قرار شد مجموعه‌ای از محدودیت‌ها فعلا به مدت یک هفته در تهران و شهرهای قرمز ۱۰ استان دیگر اعمال شود.» او البته این محدودیت‌ها را فعلا «حداقلی» توصیف کرده است.

انوشیروان محسنی بندپی، استاندار تهران نیز گفته که این تصمیمات در پی بررسی‌های علمی و کارشناسی ستاد مقابله با کرونا استان تهران و تأیید آن در کمیته انتظامی و اجتماعی و امنیتی ستاد ملی مبارزه با کرونا اتخاذ شده و ممکن است در صورت تشدید شیوع بیماری پس از یک هفته شاهد تمدید تعطیلی‌ها باشیم، اما تصمیم‌گیری در این خصوص به میزان شیوع بیماری و تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا مرتبط است.

محدودیت‌های یک هفته‌ای در تهران و ۱۰ شهر قرمز کشور در شرایطی اعمال می‌شود که تا بیست و چهارمین روز از تیرماه امسال و بنا بر اعلام سخنگوی وزارت بهداشت، با ابتلای ۲هزار و ۵۲۱ بیمار جدید، تعداد مبتلایان کرونا در ایران به ۲۶۲ هزار و ۱۷۳ نفر رسیده و آمار جان‌باختگان نیز مرز ۱۳ هزار تن را پشت سر گذاشته است. البته این محدودیت‌های یک هفته‌ای در پایتخت و ۱۰ شهر دیگر شامل محدودیت‌های اجتماعی است و هنوز خبری از تعطیلی کسب و کارها به مانند قبل نیست. در این میان، بررسی‌ها نشان می‌دهد به دلیل آسیب‌های ناشی از شیوع کرونا در کسب و کارها، حدود ۱۹۵میلیون نفر-ساعت از حجم ساعت کار شاغلان و حداقل پنج ساعت از ساعت کاری کم شده است که اتفاقی بی‌سابقه در تاریخ کسب و کار کشور به شمار می‌رود.

به گزارش ایسنا، شیوع کرونا تاثیر قابل توجهی بر فعالیت کسب و کارها و اشتغال آنها داشته است؛ از کاهش تولید و فروش، افزایش هزینه‌ها تا تعدیل نیرو و کاهش جمعیت شاغلان. این در حالی است که از زمان شدت گرفتن بیماری از اسفند تا پایان اردیبهشت‌ماه به دلیل اعمال محدودیت‌ها، در برخی مشاغل توقف فعالیت وجود داشت و یا میزان فعالیت‌ها کاهش پیدا کرد. این موضوعی است که در گزارش اخیر مرکز آمار ایران در فصل بهار به وضوح دیده می‌شود.

در همین رابطه بررسی گزارش مربوط به ساعت کاری شاغلان در بهار امسال نشان می‌دهد حجم ساعت کار انجام شده در طول یک هفته مرجع توسط جمعیت شاغل نسبت به فصل مشابه سال گذشته بیش از ۱۹۵ میلیون نفر-ساعت کاهش یافته است و از یک میلیارد و ۱۲۱ میلیون نفر-ساعت به ۹۲۶ میلیون نفر-ساعت رسیده است.

همچنین متوسط ساعات کار هفتگی نیز در این فصل نسبت به فصل مشابه سال قبل با کاهش محسوسی مواجه شده است و از ۴۵,۸ ساعت در هفته در بهار ۱۳۹۸ به ۴۰,۴ ساعت در هفته برای هر نفر شاغل در بهار امسال رسیده که حاکی از کاهش محسوس ساعت کار انجام شده توسط جمعیت شاغل در بهار امسال است. آنطور که جواد حسین‌زاده، رئیس مرکز آمار ایران می‌گوید، این پدیده در سال‌های اخیر بی‌سابقه بوده است. به طور کلی، ۵۶,۱ درصد از جمعیت شاغل، ۴۴ ساعت و بیشتر و ۳۶,۷ درصد کمتر از ۴۴ ساعت در هفته مورد بررسی کار کرده‌اند و ۷,۲ درصد نیز در این مدت موقتا در سرکار خود حاضر نبوده‌اند.

این در حالی است که برخی مشاغل، میزان فعالیت بیشتری در دوره کرونا داشته و چندی پیش، جمشید انصاری رئیس سازمان اداری و استخدامی گفته بود که در مواردی از جمله کادر درمان و یا شهرداری‌ها حتی بیش از ساعت کاری خود فعالیت داشته‌اند. موضوعی که در گزارش پژوهشکده آمار هم به آن اشاره شده بود؛ به گونه‌ای که در کل بخش‌های کسب و کار ۷,۹درصد در اسفندماه و فروردین‌ماه و همچنین ۸,۷درصد در اردیبهشت‌ماه حداقل یک ساعت افزایش کاری داشته است. به هر صورت با شدت گرفتن شیوع کرونا، ساعت کاری در برخی مشاغل و از جمله برای کارکنان دولت نیز با کاهش همراه بود و چند ماهی است از ۸ ساعت به ۷ ساعت کاهش پیدا کرده است.

مسکن

مردم با فروش متری مسکن، خانه‌دار می‌شوند؟

چند روایت درباره پنجمین بورس ایران

فرصت امروز: راه‌اندازی بورس املاک و مستغلات، موضوعی است که به تازگی از سوی دولتمردان مطرح شده و به گفته وزیر اقتصاد، ۱۲ حوزه درگیر بورس مستغلات هستند. در این بین، برخی از سازمان‌ها نظیر بنیاد مستضعفان، بنیاد شهید، ستاد فرمان امام، سازمان تامین اجتماعی و دانشگاه آزاد اعلام آمادگی کرده‌اند تا املاک خود را در این بورس قرار دهند.

با افزایش قیمت و کاهش معاملات مسکن در بهار امسال، عزم دولت برای راه‌اندازی بورس املاک جدی‌تر شده و حالا با اعلام وزیر اقتصاد، دولت به دنبال عرضه املاک مازاد دولتی در بازار مستقل املاک است. بورس املاک پنجمین بورس ایران به شمار می‌رود و درباره راه‌اندازی آن دو سناریو وجود دارد؛ سناریوی نخست، عرضه املاک در تابلو مستقلی در بورس کالاست و سناریو دوم این است که یک بورس جدید به عنوان بورس مسکن راه‌اندازی شود، گرچه به گفته کارشناسان هیچ نمونه جهانی ندارد.

راه‌اندازی بورس املاک به تازگی در گفت و گوی ویژه خبری سیما مورد بررسی قرار گرفت و حسین سلاح‌ورزی، نماینده اتاق بازرگانی در شورای عالی بورس در این باره گفت: راه‌اندازی بورس مستقل املاک و مستغلات می‌تواند به تأمین مالی و تولید انبوه مسکن با قیمت تمام شده مناسب، کمک کند. مطالعات بر روی اقتصاد کشورمان و بقیه کشورها، نشان می‌دهد که رابطه قوی میان متغیرهای کلان اقتصادی و متغیرهای بخش مسکن وجود دارد و از طرف دیگر حدود ۱۲۰ رشته فعالیت با حوزه ساختمان ارتباط مستقیم دارند.

او ادامه داد: شاخص‌های مختلف نشان می‌دهد رونق در بخش ساختمان با رونق یا رکود کل اقتصاد، ارتباط دارد و از طرفی موضوع مسکن برای مردم نه‌تنها اقتصادی بلکه موضوع اجتماعی است و دولت هم حجم انبوهی از املاک و طرح‌های نیمه تمام دارد که قرار بود آنها را برای بهره‌برداری و مولدسازی به بخش خصوصی واگذار کند.

به عقیده سلاح‌ورزی، راه‌اندازی بازاری به عنوان بازار املاک و مستغلات می‌تواند امکان تأمین مالی از طریق صندوق پروژه‌ها برای تکمیل طرح‌های نیمه تمام دولت را فراهم کند و از سوی دیگر فرصتی برای مردم جهت پیش‌خرید در بستر شفاف است. به نظر می‌رسد موضوع راه‌اندازی بورس املاک و مستغلات در تحلیل‌های عامیانه به بورس مسکن تقلیل داده شده است، در حالی که این‌گونه نیست و کارکردهای گوناگون بیشتری دارد. املاک مسکونی و تجاری در ایران بیش از ۸۰درصد خالص ثروت را تشکیل می‌دهد و با توجه به تنوع کارکردها در این بخش، بورس تخصصی در این باره ضرری ندارد.

نایب رئیس اتاق ایران با بیان اینکه فروش متری مسکن، ابزاری برای تأمین مالی طرح‌هاست، گفت: قرار است تعداد زیادی سازنده، طرح‌های متعدد انبوه‌سازی را تعریف کنند و سپس از طریق فروش متری، شفاف تأمین مالی شوند. این موضوع، عرضه و تقاضا را در بازار مسکن متعادل خواهد کرد.

همچنین محمد اسکندری، کارشناس بازار سرمایه با حضور در گفت و گوی ویژه خبری سیما با اشاره به اینکه بیش از دو سال از تهیه امیدنامه پیش‌فروش متری مسکن در بورس کالا می‌گذرد، اما هنوز اجرایی نشده است، گفت: همچنین در بازار فرعی بورس کالا، املاک بانک‌ها و دولتی تبلیغ شدند، اما موفق نبود. صندوق زمین و ساختمان هم وجود دارد که نوعی از صندوق‌های تأمین مالی طرح‌هاست، اما به علت مدلش، مشکلاتی دارد. به نظر می‌رسد صرفه نداشتن برای فرابورس و بازار بورس کالا، شاید یکی از علل پا نگرفتن بورس املاک و مستغلات است.

او با انتقاد به اساسنامه پیشنهادی بورس املاک و مستغلات گفت: این بورس با قوانین فعلی، مطابق نیست.

شاهین چراغی، عضو شورای عالی بورس نیز در ارتباط تلفنی در این برنامه گفت: ماهیت بورس املاک و مستغلات، متفاوت خواهد بود و به این علت ۵ هزار میلیارد تومان سرمایه برای این بورس در نظر گرفتیم، زیرا به تأمین سرمایه‌های تخصصی موردنیاز در حوزه مسکن نیاز داریم و اکنون تنها تأمین سرمایه تخصصی در حوزه مسکن مربوط به بانک مسکن است.

چراغی با تاکید بر اینکه به تأمین سرمایه‌های متفاوت در حوزه مسکن نیازمندیم، افزود: همه تلاش ما این است که از منابع مالی سهامداران، سرمایه‌های تخصصی بخش مسکن را تامین کنیم و طرح‌های متفاوتی آغاز به کار شود. می‌خواهیم ریل‌گذاری جدیدی را در رابطه با صنعت ساختمان انجام دهیم و همه تلاش‌مان این است که از پلتفرم‌های موجود در شرکت سپرده‌گذاری بورس کالا و نرم‌افزارهای بورس کالا و فرابورس استفاده کنیم.

به گفته چراغی، طبق آیین‌نامه اجرایی، همه سازمان‌های وابسته به وزارت راه و شهرسازی و نهادهای قانونی می‌توانند زمین خود را در این بورس عرضه کنند و به جای آن واحدهای سرمایه‌گذاری دریافت کنند بنابراین مصوبات قانونی در این باره وجود دارد.

حسین عبده تبریزی نیز در ارتباط تلفنی با این برنامه گفت: اگر گسترش بازار سرمایه، منطقی نباشد مشکلاتی به وجود می‌آید. بخش ساختمان بخش بزرگی از اقتصاد کشورمان است که در بازار سرمایه حضور فعالی ندارد.

این اقتصاددان افزود: همه محصولاتی که قرار است به عنوان بورس جدید املاک و مستغلات تعریف شود موجود است و باید در دو بورس فعلی، شرکت‌های ساختمانی بیشتری پذیرفته شوند. اکنون صندوق‌های مستغلات، بازار ثانویه اوراق رهنی و اوراق تسه (ورقه نوبت بانک مسکن) در بورس‌هایی وجود دارند که می‌توانند گسترش یابند.

او با بیان اینکه هیچ محصول جدیدی که منطقی برای ایجاد بورس جدید باشد ارائه نشده است، گفت: آنها می‌گویند بورس‌های جدید، کم کاری کرده‌اند و بورس جدایی باید درست شود.

عبده تبریزی با اشاره به اینکه بورس املاک و مستغلات هیچ نمونه جهانی ندارد، گفت: بورس جدید نیاز به نظارت دارد ضمن اینکه نظارت‌ها در بورس‌های فعلی هم مشکلاتی دارد. نباید بورسی را که در هیچ جای جهان تجربه نشده است، ایجاد کرد.

بانک نامه

روحانی: اداره کشور بدون نفت، قدرت‌نمایی در جنگ اقتصادی است

رئیس جمهور بر تأمین کالاهای ضروری مردم و همچنین نظارت جدی بر قیمت‌ها تأکید کرد و گفت هرگونه موفقیت به دست آمده از سوی دولت توسط همراهی ملت در شرایط مقابله همزمان با تحریم و کرونا بوده است.

حسن روحانی روز سه‌شنبه در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، با اشاره به اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های ویژه از سوی دولت در حد مقدورات برای گذر از مشکلات کنونی، افزود: آمریکایی‌ها انتظار داشتند چندی پس از آغاز تحریم‌ها، اقتصاد کشور متوقف شود اما امروز توانسته‌ایم با برنامه‌ریزی و اتکا به اقتصاد بدون نفت کشور را اداره کنیم که این قدرت‌نمایی و پیروزی بزرگی برای ملت ایران در جنگ اقتصادی است.

روحانی مقابله با بیماری عالمگیر کووید- ۱۹ که نه‌تنها اقتصاد ایران بلکه اقتصاد همه کشورهای جهان را دچار اختلال و چالش بزرگی کرده است، مرحله دیگر موفقیت دولت برشمرد و افزود: دولت در چنین شرایطی که حتی برخی کشورهای توسعه‌یافته نیز در تامین و توزیع نیازهای روزمره مردم با مشکل مواجه شدند، با تدابیر ویژه و آمادگی ساختارها و دستگاه‌ها با همکاری مردم از این فضا نیز عبور کرده و خواهد کرد.

رئیس جمهور تامین نیازهای ضروری مردم و تولیدکنندگان را از اولویت‌های دولت عنوان کرد و با تاکید بر تلاش همه‌جانبه مسئولان در این زمینه، گفت: تاکنون نیازهای اساسی و ضروری مردم و تولیدکنندگان تامین شده و قطعا دستگاه‌های مرتبط باید با همکاری نهادهای نظارتی، قیمت‌ها را کنترل و از نوسانات مقطعی و بدون دلیل جلوگیری کنند.

روحانی با اشاره به تامین ارز موردنیاز تولیدکنندگان، تصریح کرد: دولت در سال جهش تولید با همه ظرفیت‌ها و توان خود از بخش تولید حمایت می‌کند و به فعالان اقتصادی اطمینان می‌دهد که چرخ تولید کشور با قوت و با تامین ارز و مواد اولیه موردنیاز به حرکت خود ادامه خواهد داد.

قیمت دلار ثابت ماند

رشد اندک قیمت سکه

قیمت سکه تمام بهار طرح جدید روز سه‌شنبه اندکی افزایش داشت و نرخ فروش دلار و یورو نیز ثابت ماند اما نرخ خرید این دو ارز از مردم با ۳۰۰ تومان کاهش مواجه شد.

براساس اعلام اتحادیه فروشندگان و سازندگان طلا و سکه تهران، قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید به ۱۰ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان رسید که نسبت به دوشنبه افزایش ۷۰ هزار تومانی را تجربه کرد. سکه طرح قدیم نیز بدون تغییر همان قیمت ۱۰ میلیون تومان ماند و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز ۹۹۶ هزار تومان قیمت خورد.

همچنین قیمت نیم‌سکه ۵میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان و سکه گرمی یک میلیون و ۶۹۰ هزار تومان اعلام شد. آخرین قیمت هر اونس طلای جهانی نیز به ۱۷۹۵ دلار رسید.

صرافی‌های بانکی نیز هر دلار آمریکا را به قیمت ۲۲ هزار و ۲۵۰ تومان خریدند و ۲۲ هزار و ۷۵۰ تومان فروختند که نرخ خرید دلار ۳۰۰ تومان کاهش یافت اما نرخ فروش دلار ثابت ماند. این صرافی‌ها همچنین هر یورو را ۲۴ هزار و ۵۵۰ تومان خریده و ۲۵ هزار و ۵۰ تومان فروختند که نرخ خرید یورو نیز ۳۰۰ تومان کاهش یافت اما نرخ فروش یورو ثابت ماند. بانک‌ها هر دلار آمریکا را هم به قیمت ۲۲ هزار تومان و هر یورو را معادل ۲۴ هزار تومان خریداری کردند.

دیدگاه اقتصاددانان درباره هدف‌گذاری تورم توسط بانک مرکزی

پازل تورم ۲۲درصدی چگونه کامل می‌شود؟

بانک مرکزی در حالی تورم هدف را ۲۲درصد اعلام کرده است که نقدینگی در سه ماهه ابتدایی سال به بیش از ۲۶۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده و افزایش چشمگیر قیمت‌ها نشانی از کاهش تورم نداشت، اما با این حال کارشناسان اقتصادی به تحقق تورم ۲۲درصدی برای اقتصاد ایران خوشبینانه نگاه می‌کنند و رسیدن به آن را مشروط و ملزم به یکسری پیش‌شرط‌ها می‌دانند.

به گزارش ایسنا، اوایل خردادماه بود که رئیس کل بانک مرکزی از آمادگی این بانک برای اجرای سیاست هدف‌گذاری تورم خبر داد تا اینکه پس از چند روز نرخ تورم هدف برای یک سال آینده ۲۲درصد اعلام شد. با اجرای این سیاست تغییراتی در عملکرد بانک مرکزی صورت می‌گیرد که می‌توان به تاثیرگذاری سیاست پولی در بلندمدت تنها بر نرخ تورم، حفظ تورم در سطحی پایین و پایدار برای رسیدن به اهداف کلان اقتصادی و در آخر امکان اعلام مقاصدشان به مردم و اعمال پاسخگویی و انضباط بر بانک مرکزی اشاره کرد.

در این میان، آنچه اهمیت دارد این است که آیا اقتصاد ایران با کاهش ۱۲درصدی به تورم ۲۲درصدی در سال جاری می‌رسد و تحقق این تورم هدف به چه چیزهای نیاز دارد؟ عده‌ای از کارشناسان اقتصادی به این سوال‌ها پاسخ دادند و به اعتقاد آنها، تحقق تورم ۲۲درصدی برای اقتصاد ایران تا یک سال آینده دور از انتظار نیست، اما به یکسری شروط و ملزومات احتیاج دارد که دولت و سایر ارکان کشور باید در این مسیر از بانک مرکزی حمایت کنند.

رسیدن به تورم ۲۲درصدی با بانک مرکزی مستقل

یکی از ملزومات رسیدن به تورم هدف اعلام‌شده از سوی بانک مرکزی، این است که دولت برای تامین کسری بودجه خود دور نظام بانکی را خط بکشد و از آن قرض نکند. در این زمینه، علی سعدوندی کارشناس اقتصادی این‌گونه توضیح می‌دهد: برای تحقق تورم هدف اعلام‌شده باید روش تامین کسری بودجه از محل پایه پولی به سمت اوراق تغییر پیدا کند که متاسفانه دولت‌ها در گذشته هر زمانی که با کسری بودجه مواجه شده‌اند، دست به خزانه بانک مرکزی زده و پول پرقدرت منتشر کرده‌اند که تاثیرات تورمی همراه داشته است.

همچنین به اعتقاد لطفعلی بخشی تحلیلگر اقتصادی، باید دولت و بانک مرکزی به ملزومات تحقق تورم ۲۲درصدی متعهد باشند و اگر دولت برای تامین کسری بودجه خود از روش‌های قدیمی استفاده کند، به تورم ۲۲درصدی نخواهیم رسید.

از سوی دیگر، بانک مرکزی مستقل نیز از دیگر ملزومات تورم ۲۲درصدی است که طبق گفته حیدر مستخدمین حسینی، اقتصاددان، تحقق تورم ۲۲درصدی به استقلال بانک مرکزی نیاز دارد و از آنجا که مدیریت ساختار اقتصادی کشور از اختیارات بانک مرکزی خارج است، این امر امکان تحقق این هدف را کاهش می‌دهد اما اکثر کارشناسان اقتصادی تمایل دارند که این هدف محقق شود.

علاوه بر این، از آنجا که هر تغییری چه مثبت چه منفی یکسری هزینه‌ها را متحمل می‌کند، تورم ۲۲درصدی هم هزینه‌هایی همچون افت تولید را به بار می‌آورد که در این زمینه کامران ندری می‌گوید: از آنجا که کاهش تورم جزو سیاست‌های انقباضی است و این نوع سیاست‌ها بر تولید تاثیر منفی می‌گذارد، نمی‌شود در یک زمان واحد هم تورم را کاهش داد و هم اینکه تولید رشد پیدا کند. به اعتقاد این کارشناس اقتصادی، بنابراین برای تحقق تورم هدف باید هزینه‌های آن پذیرفته شود. همچنین صادق الحسینی دیگر تحلیلگر اقتصادی، شروط تحقق تورم ۲۲درصدی را در انجام درست عملیات بازار باز و عمق‌بخشی به بازار اوراق می‌داند.

نقدینگی دردسر تحقق تورم ۲۲درصدی

همچنین در این راستا، آخرین گزارش مرکز آمار ایران از وضعیت تورم نشاندهنده آن است که نرخ تورم با ۲درصد کاهش نسبت به ماه گذشته به ۲۷٫۸درصد در خردادماه امسال رسیده است. در این باره، رئیس اتاق بازرگانی معتقد است که با توجه به شواهد و افزایش‌های چشمگیری که در قیمت کالاها و خدمات دیده می‌شود، نرخ تورم احتمالا امسال بالاتر خواهد رفت و عدد ۲۲درصدی اعلام‌شده از سوی بانک مرکزی احتمالا با واقعیت‌ها سازگار نخواهد بود.

البته علاوه بر این، یکی از عواملی که نرخ تورم را بالا می‌برد، رشد نقدینگی است که طبق جدیدترین آمار بانک مرکزی، حجم نقدینگی تا سه ماهه ابتدایی امسال به رقم ۲۶۵۱هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان رسیده است که در مقایسه با سال گذشته معادل ۷٫۳درصد افزایش یافته و حجم پایه پولی نیز با ۸٫۸درصد افزایش به عدد ۳۸۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان رسیده است، اما بانک مرکزی اعلام کرده است که برای مهار این میزان پول برای اینکه به رشد تورم دامن نزند، برنامه‌هایی همچون فروش سهام دولتی، انتشار اوراق بدهی و اجرای طرح گواهی سپرده یورویی دارد که برنامه بانک مرکزی برای مهار پول هم از نگاه کارشناسان مشروط به انجام صحیح عملیات بازار باز بانکی، انتشار اوراق و حمایت دولت از اقدامات بانک مرکزی برای کنترل تورم و نقدینگی است.

جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای

« آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای به شماره ۹۹/۷۵/۲۲۳ »

سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای با موضوع چاپ و توزیع ماهنامه راهبران را با شماره ۲۰۹۹۰۰۳۰۱۲۰۰۰۰۰۷ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل پاکات مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.Setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار در سامانه مورخ ۹۹/۰۴/۲۴ می باشد.
- مهلت دریافت اسناد مناقصه از طریق درگاه سامانه : ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۹۹/۰۴/۲۹
- مهلت ارسال پاکات از طریق درگاه سامانه : ساعت ۹:۰۰ مورخ ۹۹/۰۵/۱۱
- تاریخ بازگشایی پیشنهادات : ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۹۹/۰۵/۱۱
- مهلت ارسال پاکات الف (ضمانتنامه) بصورت دستی تا ساعت ۹:۰۰ مورخ ۹۹/۰۵/۱۱ به دبیرخانه مرکزی سازمان واقع در طبقه همکف آدرس مناقصه گزار در قبال اخذ رسید می‌باشد.
- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار : آدرس خ ولی عصر – نرسیده به میدان ولی عصر- خ دمشق – شماره ۱۷ و تلفن ۸۴۴۹۱۱۹۸
* اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۲۷۳۱۳۱۳۱
دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
- اطلاعات تکمیلی در اسناد مناقصه می باشد.
- جهت کسب اطلاعات می توانید به سایت http://iets.mporg.ir رجوع نمائید.

م.الف: ۱۱۸۴
دبیرخانه کمیسیون معاملات سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای

سازمان بنادر و دریانوردی

« آگهی »

به استناد رونوشت سند شماره ۳۰۷۳۱ مورخ ۹۱/۴/۱۳ دفتر اسناد رسمی ۲۱ پارسیان آقایان محمد بهمنی فرزند هادی و ابراهیم رنجبر فرزند علی (هر کدام نسبت به ۳ دانگ) تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به شماره ثبت ۱۱۷۷۱- بندرعباس را به آقای طیب شریفی سوزائی فرزند عبدالعزیز انتقال قطعی داده اند.
مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م.الف:۱۰۸۴

فلزات اساسی، صدرنشین معاملات بورس تهران شدند

ادامه رکوردشکنی شاخص بورس

فرصت امروز: در معاملات بازار سرمایه در روز سه‌شنبه، شاخص کل همچنان به روند صعودی خود ادامه داد و به رشد ۲۲ هزار و ۷۷۴ واحدی دست یافت. شاخص کل بورس در بیست و چهارمین روز تیرماه با این میزان رشد در ارتفاع یک میلیون و ۸۴۴ هزار واحد ایستاد. همچنین شاخص کل (هم وزن) با یک هزار و ۵۰۴ واحد کاهش به ۴۸۰ هزار و ۸۵۵ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۹۹۰ واحد افت به ۳۱۶ هزار و ۴۵۴ واحد رسید. شاخص بازار اول ۱۵ هزار و ۷۰۸ واحد و شاخص بازار دوم ۴۹ هزار و ۸۱۳ واحد افزایش داشت. آیفکس نیز با رشد بیش از ۴۰ واحدی عدد ۱۸ هزار و ۷۲۴ واحدی را نمایش داد. در معاملات این روز بیش از ۹ میلیارد و ۹۸۳ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۷۷ هزار و ۸۳۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. در پایان داد و ستد بورس تهران، فلزات اساسی برترین گروه صنعت بود و صنایع شیمیایی و بانک به ترتیب جایگاه دوم و سوم را به خود اختصاص دادند.

کدام نماد بیشترین و کمترین رشد را تجربه کرد؟

نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۶ هزار و ۱۰۹ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۵ هزار و ۶۵۷ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۴ هزار و ۷۳۱ واحد، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۳ هزار و ۶۲۵ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۲هزار و ۵۳۰ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۲ هزار و ۳۴۶ واحد و پالایش نفت تهران (شتران) با ۲ هزار و ۱۴۷ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (وامید) با یک هزار و ۷۲۹ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با یک هزار و ۳۵۴ واحد، گروه مپنا (رمپنا) با یک هزار و ۳۵۴ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با یک هزار و ۴۰ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۹۴۹، معدنی و صنعتی گل‌گهر (کگل) با ۸۱۸ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۵۸۸ واحد و سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی (وصندوق) با ۵۷۹ واحد تاثیر منفی بر شاخص داشتند.

همچنین نمادهای بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران، بانک تجارت، سرمایه‌گذاری غدیر، گلوکوزان و بانک پارسیان از جمله نمادهای پربیننده بورس در روز سه‌شنبه بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۶۸۸ میلیون و ۶۳ میلیون برگه سهم به ارزش ۲۴ هزار و ۴۱۷ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۴۰ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۸ هزار و ۷۲۴ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲میلیارد و ۵۷۰ میلیون برگه سهم به ارزش ۱۳۷ هزار و ۶۵۷ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، پلیمر آریاساسول (آریا)، بیمه پاسارگاد (بپاس)، بانک دی (دی)، فرابورس ایران (فرابورس)، اعتباری ملل (وملل)، بیمه دی (ودی) و پالایش نفت لاوان (شاوان) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، پالایش نفت شیراز (شراز)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان) و نفت ایرانول (شرانول) تاثیر منفی بر شاخص فرابورس گذاشتند.

پیش‌بینی تداوم روند صعودی بورس تا پایان سال

شاخص بورس کماکان در مسیر صعود قرار دارد و بسیاری از کارشناسان این روند صعودی را ادامه‌دار می‌دانند، چنانچه علی اسلامی، کارشناس بازار سرمایه با پیش‌بینی تداوم روند صعودی بورس تا پایان سال گفت: می‌توان امیدوار بود که بازار سهام کماکان تا ماه‌های پایانی سال با روند رو به رشدی همراه باشد اما نباید در انتظار رشدهای گذشته که بازار تجربه کرده است، باشیم.

اسلامی با بیان اینکه در طول یک هفته گذشته با افزایش چشمگیر معاملات در ۱۰ شرکت اصلی بازار همراه بودیم که دلیل آن ناشی از گرایش مردم به سمت خرید سهام بزرگ بازار به خصوص سهام شرکت‌های حاضر در صندوق‌های ETF دولت بوده است، به ایرنا گفت: از طرف دیگر با توجه به ایجاد فشار عرضه از سوی سهامداران عمده، شدت عرضه به میزان قابل توجهی افزایش پیدا کرد که این موضوع باعث افزایش حجم معاملات نجومی در برخی از نمادها شده است.

به گفته اسلامی، روز دوشنبه شاهد یک هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان معامله در سهام شرکت فولاد مبارکه اصفهان بودیم که این رقم به اندازه کل معاملات فولاد مبارکه در سال ۹۶ بوده است. این مسائل نشان‌دهنده تداوم شدت جریان ورود نقدینگی از سوی سهامداران حقیقی به صورت مستقیم و غیرمستقیم در بازار سرمایه است و با وجود عرضه قابل توجه سهام توسط سرمایه‌گذاران حقوقی و نهادی، همچنان طرف تقاضا نسبت به عرضه متورم است و منجر به رشد قیمت سهام می‌شود.

او پیش‌بینی خود از روند معاملات بورس در روزهای آینده را اینگونه بیان کرد: پیش‌بینی روند بازار برای روزهای آینده وابسته به این است که آیا در طول روزهای آینده روند برتری منابع نقدی ورودی به بورس توسط سرمایه‌گذاران حقیقی نسبت به افزایش حجم عرضه از طریق سرمایه‌گذاران حقوقی ادامه‌دار است یا خیر؟ پیش‌بینی این موضوع بسیار مشکل است، روندی که این روزها در بازار شاهد هستیم تاکنون در تاریخ بازار سرمایه ایران مشاهده نشده که بتوان از الگوهای گذشته استفاده و روند آتی بورس را از طریق آن تخمین زد.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: بازیگرانی که این روزها به عنوان بازیگران اصلی در بورس فعال هستند بازیگرانی نیستند که حضور در این بازار را در سال‌های متمادی تجربه کرده باشند، به همین دلیل نمی‌توان از طریق مبادی مالی رفتاری، رفتار آنها را برای ماه‌های آینده تخمین بزنیم. منابع مالی ورودی قابل توجه به بازار سرمایه توسط سرمایه‌گذارانی است که یا در گذشته تجربه حضور در بازار سرمایه را نداشتند یا بخش کمی از پس‌انداز آنها در بورس سرمایه‌گذاری شده است بنابراین با مدل رفتاری این سرمایه‌گذاران نمی‌توان آینده بازار را پیش‌بینی کرد.

به اعتقاد اسلامی، پیش‌بینی‌پذیری بازار بسیار مشکل شده است، به همین دلیل بهترین توصیه به سرمایه‌گذاران، حضور غیرمستقیم و ورود به این بازار از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری است. خوشبختانه سرمایه‌گذاران حقیقی در موقعیت فعلی در بازار هوشیار و آگاه شده‌اند که این موضوع را می‌توان از جریان حجم نقدینگی واردشده در صندوق‌های سرمایه‌گذاری در یک ماه گذشته برداشت کرد.

تاثیر عرضه صندوق‌های ETF بر معاملات بورس

وی به صنایعی که اکنون مورد اقبال سرمایه‌گذاران در بازار قرار گرفته است، اشاره کرد و گفت: به نظر می‌رسد همچنان جریان ورود نقدینگی بازار به سمت صنایع پتروشیمی، پالایشی، مس، فولاد و خودرو و بانکی‌ها باشد، در دو ماه گذشته عمده رشد بازار مربوط به این صنایع بوده و بخش قابل توجهی از معاملات روزانه هم به این صنایع اختصاص داده شده است.

اسلامی با اشاره به تاثیر عرضه دومین مرحله از صندوق‌های ETF در بازار افزود: نخستین مرحله از عرضه این صندوق‌ها به دلیل تجربه پایین مردم با استقبال چندانی همراه نشد اما دومین و سومین مرحله مورد توجه مردم قرار خواهد گرفت که می‌تواند به طور حتم بر روند بازار تاثیرگذار باشد.

او با تاکید بر اینکه تاثیر عرضه صندوق‌های ETF در بازار دو بعدی است، افزود: ورود صندوق‌ها به این بازار سیگنال، رشد سهامی است که در این صندوق‌ها قرار دارند و می‌تواند در بازار اثر مثبت داشته باشد، بخش منفی آن تامین نقدینگی برای خرید این صندوق‌ها از طریق فروش سهام است اما اینکه کدام یک از این کفه‌ها از توانایی بیشتری در بازار برخوردار باشند همچنان نامشخص است. انتظار ما از ارکان بازار سرمایه کمک برای افزایش عمق معاملات بازار سرمایه است. مسئولان باید تلاش کنند ضمن افزایش برای ورود شرکت‌ها به بورس و عرضه‌های اولیه، تدابیری اتخاذ کنند تا بازار سرمایه بتواند بازویی برای تامین مالی شرکت‌های پذیرفته در بورس باشد.

دریچه

در جلسه شورای عالی بورس و اوراق بهادار

۵۰درصد از کارمزد سازمان بورس کاهش یافت

در یکصد و هشتاد و پنجمین جلسه شورای عالی بورس و اوراق بهادار به ریاست وزیر اقتصاد، کارمزد سازمان بورس ۵۰درصد کاهش یافت.

حسن قالیباف اصل، دبیر شورای عالی بورس و اوراق بهادار از کاهش ۵۰درصدی کارمزد سازمان بورس خبر داد و گفت: پس از برگزاری یکصد و هشتاد و پنجمین جلسه این شورا به ریاست فرهاد دژپسند، مقرر شد ۵۰درصد از کارمزد این سازمان کاهش پیدا کند.

او در تشریح کاهش ۵۰درصدی کارمزد سازمان بورس افزود: طبق مصوبه شورای عالی بورس و اوراق بهادار، ۵۰درصد از کارمزد این سازمان کاهش می‌یابد که ۳۰درصد از این کاهش کارمزد، به صندوق تثبیت بازار تخصیص خواهد یافت.

به گفته قالیباف اصل، هدف از این تخصیص، تثبیت و حمایت از بازار در زمان نیاز است.

رئیس سازمان بورس همچنین با اشاره به تغییر الگوی تامین مالی از بانک به بورس گفت: در گذشته تامین مالی بیشتر از طریق بانک‌ها و دریافت وام انجام می‌شد، در حالی که اکنون به سمت بازار سرمایه حرکت شده و بیشترین تامین مالی بخش‌های مختلف اقتصادی از طریق این بازار انجام می‌شود.

قالیباف اصل در گفت و گو با ایرنا، به حمایت دولت از بازار سرمایه اشاره کرد و افزود: مهمترین حمایتی که دولت می‌تواند از بازار سرمایه داشته باشد ایجاد شفافیت اقتصادی است. به هر میزان که فضای کسب و کار در کشور بهبود پیدا کند و اقتصاد کشور به سمت شفافیت پیش رود، می‌توان آن را به عنوان بزرگ‌ترین حمایت دولت از بازار سرمایه تلقی کرد.

او به عرضه صندوق‌های ETF در بورس اشاره و خاطرنشان کرد: صندوق‌های ETF از جمله مباحث مهمی است که دولت پیگیر عرضه آن است که می‌توان آن را نقطه عطفی در این بازار دانست. نخستین مرحله از صندوق‌های ETF دولتی که مربوط به نمادهای بانکی و بیمه‌ای بود انجام شد و تاکنون با رشد بیش از دو برابری همراه بوده است. اکنون عرضه دو صندوق دیگر پالایشی‌ها (پالایش نفت تهران، پالایش نفت بندرعباس، پالایش نفت اصفهان و پالایش نفت تبریز) و خودرو و فلزی‌ها (ایران خودرو، سایپا، فولاد مبارکه اصفهان و ملی صنایع مس ایران) در بورس باقی مانده که پیگیری عرضه آن در بورس هستیم و به محض ارائه درخواست، در بازار سرمایه ورود خواهند کرد.

عرضه‌های اولیه امروز کدامند؟

بازار سرمایه امروز چهارشنبه شاهد دو عرضه اولیه در بازارهای بورس و فرابورس خواهد بود. در این روز تعداد ۱۹۲ میلیون سهم معادل ۱۲درصد از سهام شرکت صنعتی زرماکارون به عنوان پانصد و سی و هشتمین شرکت در فهرست شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و اوراق بهادار در فهرست نرخ‌های بازار دوم و در نماد «غزر» به شیوه ثبت سفارش جهت کشف قیمت عرضه خواهد شد. حداکثر سهمیه هر کد حقیقی و حقوقی ۱۵۰ سهم بوده و سقف و کف قیمت نیز به ترتیب ۳۹۷۰ و ۳۷۷۰ تومان است.

همچنین شرکت رایان هم‌افزا در حالی ۳۰ میلیون سهم خود (معادل ۱۵درصد از کل سهام شرکت) را در روز سه‌شنبه به صورت عرضه اولیه وارد فرابورس می‌کند که از این ۳۰ میلیون سهم، ۲۶ میلیون سهم قابل عرضه به عموم بوده و ۴ میلیون نیز در اختیار صندوق‌ها قرار می‌گیرد. عرضه اولیه «رافزا» در حالی انجام می‌شود که هر کد بورسی می‌تواند حداکثر ۲۰ سهم در بازه قیمتی ۲۴۵۰ تا ۲۵۰۰ تومانی سفارش انجام دهد. ثبت سفارش این نماد عصر سه‌شنبه انجام شد.

نوبت دوم

آگهی مزایده عمومی شماره ۹۹/۱۴ م

جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه و شهرسازی استان خوزستان

۱- نام دستگاه مزایده گذار: اداره کل راه و شهرسازی استان خوزستان
۲- موضوع مزایده : اداره کل راه و شهرسازی استان خوزستان به نمایندگی از طرف شرکت بازآفرینی شهری ایران در نظر دارد تعداد ۲ پلاک زمین دولتی با کاربری مسکونی واقع در شهرستان شوشتر را طبق مشخصات و شرایط ذیل از طریق مزایده به صورت نقدی به فروش برساند.
۳-شرکت کننده در مزایده باید سپرده شرکت در مزایده را معادل مبالغ مندرج در ستون مربوط در آگهی مزایده ،به صورت ضمانتنامه بانکی صادره از بانکهای دولتی و خصوصی و موسسات مالی و اعتباری، دارای مجوز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران با اعتبار سه ماهه در وجه شرکت بازآفرینی شهری ایران و یا واریز وجه نزد بانک مرکزی به نام شرکت بازآفرینی شهری ایران (قابل پرداخت در بانک ملی) تودیع نموده و اصل ضمانتنامه بانکی یا اصل فیش واریز وجه را در یک پاکت(الف) در بسته در مهلت مقرر به آدرس امانیه-خیابان شهید مدرس-اداره کل راه و شهرسازی خوزستان دبیرخانه تحویل گردد.در ضمن بارگذاری تصویر ضمانتنامه بانکی یا فیش واریز وجه در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت الزامی می باشد.
۴- زمان،مهلت و دریافت اسناد و شرایط مزایده: از تاریخ ۹۹/۴/۲۵ لغایت ۹۹/۴/۲۹ از طریق سامانه تدارکات دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir دریافت نمایند.
۵- زمان و ارائه پیشنهادها :از تاریخ ۹۹/۴/۳۰ لغایت ۹۹/۵/۸ از ساعت ۷/۳۰ صبح تا ساعت ۱۳/۳۰ پیشنهاد قیمت اسکن و بارگذاری فیش واریزی یا ضمانتنامه از طریق سامانه تدارکات دولت(ستاد)به آدرس www.setadiran.ir میباشد.
۶- زمان و محل ارائه پاکت(الف): روز شنبه مورخ ۹۹/۵/۱۱ از ساعت ۷/۳۰ لغایت ۱۳ با درج شماره و موضوع مزایده و کپی از کارت ملی و ضمانتنامه به آدرس امانیه- خیابان شهید مدرس-اداره کل راه و شهرسازی خوزستان دبیرخانه تحویل گردد .توجه:پس از مهلت فوق هیچ پاکتی تحویل گرفته نمی شود.
۷- زمان و محل بررسی پیشنهادها: ساعت ۹ صبح روز یکشنبه مورخ ۹۹/۵/۱۲ به آدرس- امانیه خیابان شهید پودات اداره کل راه و شهرسازی طبقه ۲ سالن جلسات
۸- تاریخ بازدید از محل از تاریخ ۹۹/۴/۳۰ لغایت ۹۹/۵/۶ ساعت ۱۰ صبح اداره راه و شهرسازی شهرستان شوشتر
۹- حد نصاب تعداد مزایده گران در هر پلاک ثبتی حداقل دو مزایده گر می باشد.
۱۰- برای هر پلاک ثبتی ضمانتنامه یا فیش واریزی جداگانه ارائه شود.
۱۱- مزایده گران (برنده) ملزم به واریز مبلغ کارمزد تعیین شده در سامانه ستاد میباشد.
۱۲- لایحه قانونی منع مداخله وزراء نمایندگان مجلس و کارمندان دولت در معاملات دولتی مصوب سال ۱۳۳۷ حاکم بر این مزایده میباشد.

وارریز نقدی	شماره شبا: IR ۰۴۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۳۷۲۰۶۳۷۳۷۳۳	کد پستی: ۱۹۹۴۷۶۳۸۱۲
تهیه ضمانت نامه بانکی	شماره شبا: IR ۹۷۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۳۷۲۰۴۰۰۰۷۰۰	شناسه ملی: ۱۴۰۰۸۳۰۸۱۱۵

شماره مزایده	پلاک ثبتی	مساحت(متر مربع)	قیمت یک متر مربع (ریال)	قیمت کل پایه (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	نشانی
۱-۹۹/۱۴ م	۳۷۲۰/۱	۱۲۱/۸۲	۱۶/۰۰۰/۰۰۰	۱/۹۴۹/۱۲۰/۰۰۰	۱۹۴/۹۱۲/۰۰۰	شوشتر-پشت بر ابن مالک روبروی نانوایی شیخی
۲-۹۹/۱۴ م	۳۷۲۱/۱	۱۷۱/۲۶	۲۷/۰۰۰/۰۰۰	۴/۶۲۴/۰۲۰/۰۰۰	۴۶۲/۴۰۲/۰۰۰	

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی خوزستان
شناسه:۹۱۳۸۱۴
۳۳۹

برندگان و بازندگان بازار کالا در ۶ ماه گذشته

هر سال این موقع عملکرد بازارهای مواد خام مورد بررسی قرار می‌گیرد اما امسال از رقابت خبری نبود و فلزات ارزشمند بزرگ‌ترین برندگان شش ماه نخست سال ۲۰۲۰ بودند.

به گزارش ایسنا، طلا که قیمت هر اونس آن از ابتدای سال ۲۰۲۰ تاکنون رشد بیش از ۱۷درصدی داشته، در رتبه نخست قرار گرفت و پس از آن نقره با حدود ۲درصد رشد قیمت و پالادیم تقریبا با قیمت ثابت ایستادند. پلاتین که در تولید کاتالیزورهای خودرو مورد استفاده قرار می‌گیرد با فاصله قابل توجهی پس از این سه فلز ارزشمند قرار گرفت زیرا فروش جهانی خودرو در نتیجه وضع مقررات قرنطینه در شش ماه گذشته به شدت کاهش پیدا کرده است.

با این حال اوضاع ممکن است تغییر کند؛ تولیدکنندگان خودرو در چین که دومین بازار بزرگ خودروی جهانی است، روز جمعه اعلام کردند که فروش سه ماهه دوم بیش از ۱۰درصد در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته رشد کرده است. در واقع فروش ژوئن در چین به رکورد بالای جدیدی صعود کرد و ۲.۳ میلیون خودرو فروخته شد.

طلا هفته گذشته برای پنجمین هفته متوالی رشد هفتگی داشت و با تقاضای سرمایه‌گذاران برای خرید دارایی امن، سه‌شنبه هفته گذشته برای نخستین بار از سال ۲۰۱۱ به بالای مرز ۱۸۰۰ دلار صعود کرد و روز چهارشنبه تا مرز ۱۸۲۸ دلار پیش رفت که بالاترین قیمت در ۹ سال اخیر بود، اما با سودگیری معامله‌گران روبه‌رو شد و به عقب نشینی تن داد اما اکثر تحلیلگران مسیر حرکت طلا را صعودی پیش‌بینی می‌کنند. بسیاری اکنون رکورد بالای قیمت طلا در ۱۲ ماه آینده را پیش‌بینی می‌کنند و گلدمن ساکس با اشاره به احیای اقتصادی متزلزل، قیمت هر اونس طلا را ۲۰۰۰ دلار پیش‌بینی کرده است. تحلیلگران این بانک وال استریت هفته گذشته در یادداشتی برای سرمایه‌گذاران نوشتند: مس، نقره و فولاد بخرید و خریدار طلا بمانید.

سهام طلا و صندوق‌های ETF طلا در طول روند صعودی قیمت طلا شاهد موج ورود سرمایه بوده‌اند و شرکت‌های معدنکاری طلا شاهد رشد ۱۴۵درصدی ارزش سهام خود در ۱۲ ماه گذشته بوده‌اند.

در این بین مجموع ذخایر طلا در صندوق‌های ETF طلای جهان در نهم ژوئیه به رکورد ۱۰۴.۳ میلیون اونس رسید که معادل بیش از ۲۹۵۶ تن طلا است. برای این پی بردن به اینکه رقم مذکور تا چه حد عظیم است کافی است بدانیم که این میزان طلا بالاتر از ذخایر هر کشوری در جهان به جز آمریکا (۸۱۳۳.۵ تن) و آلمان (۳۳۶۳.۶ تن) است.

بدترین عملکرد به نام انرژی زده شد

انرژی بدترین عملکرد بخش اس اند پی ۵۰۰ را در نیمه اول سال ۲۰۲۰ داشت و حداکثر ۳۵.۳درصد سقوط کرد که بالاتر از پیش‌بینی افت ۳۴.۹درصدی از سوی بانک‌های وال استریت بود. گاز طبیعی، زغال سنگ و نفت همگی در شش ماه نخست سال میلادی جاری که محدودیت‌های سفر اعمال شد و چشم‌انداز تقاضا رو به وخامت گذاشت، بیش از ۲۰درصد سقوط کردند.

براساس گزارش اویل پرایس، مانند سایر بخش‌های آسیب‌دیده شامل ایرلاین‌ها، وضعیت جاری بخش انرژی ممکن است به منزله فرصت خوبی برای خرید بزرگ باشد.

سخنگوی گمرک:

فعالیت تجاری گذرگاه مرزی سومار هنوز آغاز نشده است

سخنگوی گمرک گفت با وجود صدور مجوز بازگشایی رسمی مرز مندلی (سومار) از سوی نخست وزیر عراق، فعالیت تجاری این گذرگاه هنوز آغاز نشده است. به گزارش گمرک، «سید روح اله لطیفی» با اشاره به بازگشایی رسمی گذرگاه مندلی عراق در ۲۱ تیرماه، توسط نخست وزیر این کشور اظهار داشت: به دلیل نیاز به هماهنگی‌های بیشتر برای شیوه‌های فعالیت و تفاهم بر سر موضوعاتی از قبیل، تعیین اولویت اقلام صادراتی، تعیین تکلیف محموله مصالح ساختمانی متوقف در مرز که به یک هزار و ۵۰۰ کامیون کالا می‌رسد، روش‌های تخلیه کالا، محل تخلیه کالا، مسائل اداری و مجوزها و اجرای پروتکل‌های بهداشتی تا زمان از سرگیری عملیات تجاری، باید منتظر ماند.

وی افزود: براساس تصمیم اتخاذشده، طرف عراقی برای فعالیت این مرز در دو روز در هفته و هر روز ۲۵۰ کامیون کالای صادراتی ایران، اعلام آمادگی و روزهای یکشنبه و چهارشنبه را برای انجام پذیرش کالا پیشنهاد کرده است و گمرک آمادگی دارد به محض جمع‌بندی موضوعات مورد اشاره با طرف عراقی، تشریفات و عملیات گمرکی را در سریع‌ترین زمان ممکن انجام دهد و بر همین اساس از صاحبان کالا و تجار درخواست می‌شود تا از سرگیری فعالیت تجاری این مرز از ارسال کالا به آن خودداری کنند.

لطیفی تصریح کرد: با فعال شدن مرز سومار، سومین مرز تجاری ایران و عراق در بخش عربی این کشور فعال خواهد شد که با احتساب سه مرز و چهار بازارچه فعال مرزی ایران و عراق در منطقه کردستان این کشور، جمع مرزهای تجاری فعال با عراق به ۱۰ گذرگاه می‌رسد.

وی خاطرنشان کرد: خبر مربوط به موافقت عراق مبنی بر واردات ۵۰۰ کامیون کالا در هفته از ایران مربوط با استان دیاله عراق است که بخش کمی از کل تجارت دو کشور را شامل می‌شود.

سخنگوی گمرک با ابراز امیدواری برای اضافه شدن مرزهای خسروی و چذابه به مرزهای فعال، گفت: مرزهای ایران با عراق در بخش اقلیم کردستان در زمان بسته بودن مرزهای تجاری بخش عربی این کشور، بار تجارت ایران و عراق را به دوش می‌کشید و با گشایش مرزها در بخش عربی و با امید به بازگشت فعالیت به حالت عادی در آینده‌ای نزدیک، انتظار داریم تردد و انجام تشریفات گمرکی در مرزهای باشماق، پرویزخان، تمرچین و بازارچه‌های مرزی کیله، شیخ صله، شوشمی و سیرانبند روان‌تر انجام شود.

وزیر راه: تا پایان دولت ۵ هزار کیلومتر انواع راه افتتاح می‌شود

وزیر راه و شهرسازی گفت در صورت تامین اعتبار تا پایان دولت دوازدهم امکان بهره‌برداری از ۵ هزار کیلومتر انواع راه وجود دارد.

«محمد اسلامی» بعد از پایان جلسه مشترک با کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در جمع خبرنگاران افزود: در جلسه امروز طرح‌های عمرانی نیمه کاره را معرفی کردم، ۱۱ هزار و ۱۰۰ کیلومتر پروژه آزادراهی، راه اصلی، بزرگراه و راه آهن در دست احداث داریم که در صورت تامین اعتبار تا پایان دولت امکان بهره‌برداری از ۵ هزار کیلومتر آن وجود دارد. وی با بیان اینکه موضوع دوم بررسی وضعیت بازآفرینی شهری بود، گفت: لازم است با تمهیدات ویژه، حاشیه‌نشینی و بافت ناکارآمد شهری را به حداقل برسانیم، طرح مسکن ملی مورد حمایت مجلس است و با توجه به تامین زمین در محلات هدف امکان حل مشکل حاشیه‌نشینی وجود خواهد داشت.

وزیر راه از بررسی مدل‌های گوناگون تامین منابع مالی مسکن ملی خبر داد و گفت: درباره تامین مالی مسکن ملی لازم است که همه دستگاه‌ها همکاری کنند، بازار مسکن دچار التهاب و حباب است و طرح مسکن ملی می‌تواند این مشکل را حل کند و هم‌صدایی و حمایت همه را لازم داریم.

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به افزایش تقاضای سکونت روستایی ادامه داد: با مجلس رایزنی کردیم تا برای ساخت راه روستایی بودجه مناسبی در لایحه بودجه ۱۴۰۰ تصویب شود و بتوانیم نقاط حادثه‌خیز را کاهش داده و راه‌های آسفالت را افزایش دهیم.

درخواست نانوایان برای تعیین قیمت جدید نان

رئیس اتحادیه نان سنتی گفت برخی مسئولان معتقدند چون گندم گران نشده نان هم گران نمی‌شود؛ در حالی که باید گفت آرد حدود ۲۵ تا ۳۰درصد هزینه تمام شده نان را تشکیل می‌دهد و آن ۷۵درصد دیگر قیمت تمام شده مربوط به سایر هزینه‌های آب، برق، گاز و دستمزد کارگر است که هر سال نیز افزایش می‌یابد. یعنی اگر قرار باشد در تمام بخش‌ها افزایش قیمت رخ دهد، طبیعتا نان نیز نباید از این قاعده مستثنی باشد. بیژن نوروز مقدم در گفت وگو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که آیا نان گران می‌شود، گفت: سال گذشته بعد از پنج سال که نرخ نان اعلام نشده بود و نانواها در تنگنا قرار گرفته بودند دولت با تشکیل جلسات متعدد به خواسته اتحادیه نان سنتی رسیدگی کرد. در حقیقت خواسته ما این بود که بعد از پنج سال و با توجه به افزایش هزینه‌ها یعنی آب، برق و گاز قیمت نان تقریبا دو برابر شود اما در نهایت توافقی صورت گرفت و قیمتی نیز اعلام شد.

وی ادامه داد: در بخشنامه هم قید شد این نرخ اعلام شده تا زمانی که هزینه خرید گندم یا سایر هزینه‌های تولید افزایش نیافته ملاک عمل خواهد بود، اما واقعیت این است که سایر هزینه‌های تولید از جمله کارگر، آب، برق، گاز، بیمه و خمیرمایه هر سال افزایش می‌یابد.

رئیس اتحادیه نان سنتی تصریح کرد: از مهرماه سال گذشته نرخ جدید اجرایی شد و از فروردین امسال با افزایش هزینه‌ها، نانوایان درخواست افزایش نرخ نان داشتند.

وی اضافه کرد: درخواست افزایش نرخ نان را به همه سازمان‌ها ارسال کردیم زیرا معتقدیم با توجه به افزایش هزینه‌ها و تورم، بسیاری از هزینه‌های نانوایان پاس نمی‌شود. از مسئولان هم درخواست کردیم که هرچه سریع‌تر فکری به حال این صنف کنند و اجازه دهند نانوایان مانند سایر اصناف بتوانند هزینه‌های خود را تامین کنند.

نوروز مقدم با بیان اینکه مسئولان معتقدند چون گندم گران نشده نان هم گران نمی‌شود، گفت: اگر قرار است در همه بخش‌ها افزایش قیمت رخ دهد، نان نیز از این قاعده مستثنی نبوده، زیرا نانوایی‌ها نیز تحت تاثیر این افزایش قیمت‌ها هستند و نانوایان نیز در همین شرایط زندگی می‌کنند.

اخبار

معاون وزیر صنعت:

تخصیص یارانه به خریداران ماشین‌آلات معدنی ساخت داخل

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت خریداران ماشین‌آلات معدنی ساخت داخل از یارانه سود تسهیلات برخوردار می‌شوند.

به گزارش روز سه‌شنبه روابط عمومی سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) «خداداد غریب‌پور» افزود: مقرر شده با هدف توسعه ساخت داخل و حمایت از تولیدکنندگان داخلی، صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی، تا ۴درصد از سود تسهیلات را به صورت یارانه در اختیار معدنکارانی که به شیوه مزبور اقدام کنند، در قالب یارانه پرداخت کند.

رئیس هیات عامل ایمیدرو پیرامون سیاست‌های ایمیدرو در تقویت تولیدات داخلی، اضافه کرد: مجموعه این اقدامات سبب تحقق شعار «جهش تولید» می‌شود.

وی تصریح کرد: پیش از این، ایمیدرو با پیشنهاد صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی مبنی بر حمایت از سازندگان ماشین‌آلات معدنی، موافقت کرده بود و به تازگی مصوبه هیات عامل ایمیدرو در این باره نیز صادر شده است.

صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی، به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های ایمیدرو فعالیت می‌کند. عملکرد این صندوق، متمرکز بر پشتیبانی از معادن بخش خصوصی است و خدمات ارائه شده این صندوق بیمه به شکل عمده بر مناطق کم‌برخوردار کشور متمرکز است.

به گزارش ایرنا، اردیبهشت ماه امسال نشست سیاست‌گذاری به منظور تامین و نوسازی ماشین‌آلات معدنی در وزارت صنعت با حضور کارفرمایان بزرگ معدنی برگزار شد و چگونگی تامین ارز ماشین‌آلاتی که مشابه ساخت داخل ندارند، مورد بررسی قرار گرفت.

وزارت صنعت اعلام کرد: پارسال ۳۲۱ دستگاه ماشین‌آلات و تجهیزات معدنی وارد کشور شده که با نیاز این بخش همخوانی ندارد.

موضوع نحوه تأمین ماشین‌آلات سنگین معدنی، چگونگی استفاده از ظرفیت و توان تولید ساخت ماشین‌آلات معدنی در داخل کشور و نقش معاونت معدن و صنایع معدنی در این زمینه، با توجه به ظرفیت‌های موجود در نشست با کارفرمایان بزرگ معدنی مورد بررسی قرار گرفت.

هیات وزیران اردیبهشت ماه امسال مصوبه ورود و ترخیص ماشین‌آلات معدنی و راهسازی غیراسقاطی دارای نشان تجاری معتبر جهانی را اصلاح کرد و براساس آن تا پایان سال ۱۳۹۹ با ارز بازار ثانویه اعلامی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران این مهم قابل انجام است.

معاون سازمان زمین‌شناسی در گفت وگو با ایرنا:

ایران چهل و ششمین تولیدکننده طلا در جهان

معاون سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور گفت برنامه امسال دستیابی به استخراج ۳۵ هزار و ۶۰۰ تن سنگ طلا با عیار ۳.۴ ppm از ۲۲ معدن فعال است و رتبه ۴۶ را با ۰.۲ درصد تولید در سطح جهان به خود اختصاص داده‌ایم.

«محمدباقر دری» روز سه‌شنبه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، افزود: امروز بزرگ‌ترین معدن طلای کشور به نام زرشوران در منطقه تکاب آذربایجان غربی واقع شده است.

وی اضافه کرد: اکنون سازمان در حال اکتشافات طلای نخیله (شمال غرب زاهدان)، بزمان (سیستان و بلوچستان- ایرانشهر)، آلچه قشلاق (ورزقان آذربایجان شرقی) و گلپایگان (اصفهان) و چند ذخیره دیگر است که احتمال می‌رود تا پایان سال با ذخیره مشخص، کار به اتمام برسد.

معاون اکتشاف سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور گفت: اقدامات زیربنایی از جمله اکتشافات ژئوشیمیایی، هر روز منجر به معرفی اندیس‌های جدید و نیز کارهای اکتشافات تفصیلی منجر به معرفی ذخایر جدید طلا شد.

انک‌های مرکزی جهان در سال ۲۰۱۸ بیش از ۶۵۱.۵ تن طلا خریداری کردند که در مقایسه با سال ۲۰۱۷ رشد ۷۴درصدی را نشان می‌دهد، ضمن اینکه آمریکا، فرانسه، آلمان، ایتالیا و روسیه دارنده بزرگ‌ترین ذخایر طلا در جهان به شمار می‌روند.

آمارهای مختلفی در ارتباط جایگاه ایران از لحاظ مصرف و تولید طلا وجود دارد، ارقام منتشرشده وزارت صنعت حاکی از آن است که جمهوری اسلامی ایران در بین بیش از یکصد کشور جهان، رتبه چهل و ششم را از آن خود ساخته و در عین حال در بین آسیایی‌ها کشورمان جایگاه دوازدهم را دارد.

موضوع مصرف طلا سبب شده براساس آمار غیررسمی ایرانی‌ها در بین ۱۰ کشور شاخص جای گیرند و در گزارش‌های دیگر ایران پنجمین مصرف‌کننده این فلز خوشرنگ است.

جمهوری اسلامی ایران به سبب قرار گرفتن روی کمربند کانی‌سازی طلا، پتانسیل بالایی برای افزایش ظرفیت تولید این ماده معدنی در اختیار دارد و اکنون ۷۴ کانسار طلا در ایران شناخته شده که زرشوران و آق دره در آذربایجان غربی، داشکسن در کردستان، موته در استان اصفهان، کوه زر در استان خراسان رضوی و خارونا در استان آذربایجان شرقی مهمترین کانسارهای این فلز در ایران به شمار می‌آیند.

براساس آمار سال ۲۰۱۸ آمریکا دارای ۸ هزار و ۴۰۷ تن طلا، بیشترین ذخایر این فلز قیمتی را در جهان دارد، «دویچه بوندس بانک» آلمان (بانک مرکزی آلمان) ۳هزار و ۴۸۳ تن طلا در اختیار دارد، ایتالیا با ۲هزار و ۵۳۴ تن طلا، ضمن اینکه ذخایر طلا در فرانسه ۲هزار و ۵۱۸ تن طلا برآورد شده و رتبه روسیه، پنجم با ۲ هزار و ۱۴۹ تن طلا قید شده بود.

به گزارش ایرنا، سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) به تازگی آمار داد: تولید شمش طلا در سال گذشته در واحدهای مورد بررسی به رقم یک هزار و ۱۲۸ کیلو گرم رسید که نسبت به عملکرد در سال ۹۷ رشد ۱۳درصدی داشت، تولید شمش طلا در سال ۹۷ برابر با یک هزار و یک کیلوگرم بود.

بازار با تصویب مالیات بر خودروهای صفر هیجان‌زده عمل خواهد کرد

امیرحسن کاکایی اظهار کرد مالیات یک مفهوم ارزشمند است شکی نیست که دولت‌های مدرن از طریق مالیات هزینه‌های خود را مدیریت و درآمد کسب می‌کنند.

به گزارش میزان، کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه اصل مالیات موضوع خوبی اســت، افزود: اما شــرایط فعلی جامعه پیچیده اســت و نه‌تنها مالیات در مورد خودرو بلکه برای ســایر مســائل نیز باید مراقب باشیم که اثرات آن چگونه است.

وی گفت: متاسفانه بازار خودرو به دلیل اتفاقاتی که افتاد در دو سال گذشته به شدت بهم ریخت.

کاکایی با اشــاره بــه دو دلیل بهم ریختگی بازار خــودرو، بیان کرد: تحریم موجب شــد ظرفیت تولید کاهــش یابد که در حال مدیریت آن هســتند، اما دلیل دوم قیمت‌گذاری غلط خودرو اســت که به واســطه آن ســعی در کنترل قیمت داشتند، اما متاســفانه نه‌تنها قیمت کنترل نشــد بلکه زیان به صنعت خودرو وارد شــد و صنعتی که می‌توانست با ســرمایه‌گذاری تکمیلی داخلی‌سازی را توسعه دهد و از تهدید تحریم، فرصت طلایی بســازد از دست رفت و نتیجه اینکه تولید کمتر از نیازی است که در بازار وجود دارد.

کارشناس صنعت خودرو خاطرنشان کرد: یک حلقه باطلی اتفاق افتاد در حالی که با افزایش قیمت می‌توانســت یک فرصت‌ســازی شود برای ایجاد ظرفیت‌های تکمیلی متاســفانه با چالش جــدی در تولید مواجه شد.

وی تصریــح کرد: علت اصلــی معضل بازار خودرو کماکان ادامه دارد و به جای اینکه دولتمردان مشــکل اصلی را حل کنند هر روز یک ایده جدید می‌دهند.

کاکایــی گفت: قرعه‌کشــی قرار بود بــازار را کنترل کنــد، اما توفیق چندانــی نداشــت و موجــب تحریک بیشــتر بــازار شــد و هزینه‌های خودروسازی را بالا برد.

کارشــناس صنعت خودرو با بیان اینکــه مالیات در مقطع کنونی به افزایــش قیمت دامن می‌زنــد، افزود: به دلیل اینکه تولید کم اســت و سرمایه ســرگردان زیاد و عرضه‌کننده هزینه مالیات را از مصرف‌کننده می‌گیرد.

وی تاکیــد کرد: در شــرایط فعلی نه‌تنها بازار خــودرو با اخذ مالیات مدیریت نخواهد شد بلکه بیشتر هیجان‌زده می‌شود.

تولید نمونه اولیه خودروهای ارزان‌قیمت تا ۶ ماه آینده

مدیر پیش‌توسعه و تکوین محصولات ایران خودرو از تولید خودروهای ارزان‌قیمت با همکاری معاونت علمی خبر داد.

مدیر پیش‌توسعه و تکوین محصولات ایران خودرو از تولید خودروهای ارزان‌قیمت با همکاری معاونت علمی خبر داد و گفت: این طرح تا شش ماه آینده اجرایی شده و محصول آن تولید می‌شود.

به گزارش ایســنا، مهندس رحیمی در نشســت آنلاین نیازهای ایران خودرو با اشاره به برنامه همکاری‌های شرکت ایران خودرو با بخش‌های علمی و تحقیقاتی کشور، گفت: ما تفاهم‌نامه‌های مختلفی با بخش‌های هوافضای سپاه، جهاد دانشگاهی، ســازمان انرژی اتمی، دانشگاه علم و صنعت و ســازمان صنایع دفاعی برای توسعه فناوری‌های موردنیاز این شرکت منعقد کردیم.

وی توســعه موتورهای کم مصرف، گیربکــس، تولید باتری‌های برقی موتورسیکلت و خودروهای برقی و تست و مهندسی شامل ساخت تونل باد را از زمینه‌های همکاری شرکت ایران خودرو با سازمان هوافضا سپاه نام برد و اظهار کرد: با جهاد دانشــگاهی در زمینه‌های طراحی و توسعه خودرو متصل، ساخت کاتالیست، مواد پلیمری، تجهیزات و ماشین‌آلات تولید و خودروهای برقی و باتری تفاهم‌نامه‌هایی به امضا رسیده است.

رحیمی یادآور شــد: برخی از این تفاهم‌نامه‌ها تبدیل به قرارداد شده و وارد فاز عملیاتی شده است.

مدیــر پیش‌توســعه و تکویــن محصولات ایــران خودرو با اشــاره به زمینه‌هــای همکاری بــا معاونت علمــی و فناوری ریاســت جمهوری خاطرنشــان کرد: با تفاهم‌نامه‌ای که با این معاونت منعقد کردیم مقرر شــد در زمینه طراحــی و تولید خودروهــای ارزان‌قیمت همکاری‌های مشــترکی صورت گیرد که در این راســتا کمیته مشــترکی میان این شرکت و معاونت علمی تشکیل شده است.

رحیمــی از تولید اولین نمونه خودرو ارزان‌قیمت با همکاری شــرکت ایران خودرو با معاونت علمی طی شش ماه آینده تولید خواهد شد.

وی احیای پلتفرم L۹۰ با محوریت ســازمان گســترش و نوسازی و توســعه فناوری‌های خودرویی را از زمینه‌های همکاری شــرکت ایران خودرو با دانشگاه علم و صنعت نام برد.

رحیمی ادامه داد: ما برای توســعه محصولات خود اقدام به طراحی و تدوین نقشــه راه‌هایی در حوزه موتور، گیربکس، سوخت‌های جایگزین برقــی و هیبریدی کردیم. بر این اســاس طراحی و ســاخت موتورهای کم‌مصرف در راستای کاهش مصرف سوخت را در دستور کار داریم.

وی حداکثــر بهره‌بــرداری از توان شــرکت‌های دانش‌بنیــان، صنایع دفاعی و نظامی، دانشــگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی را از رویکردهای شرکت ایــران خــودرو در اجرای اهداف این شــرکت نام برد و یادآور شــد: در این راســتا تولید خودرو K۱۳۲ تا پایان ســال ۱۳۹۹ و K۱۲۵تا پایان ســال ۱۴۰۰ را در دســتور کار داریم و عمق ساخت داخل قطعات این خودروها ۹۰درصد است.

رحیمی ســطح اســتاندارد ایــن دو خــودرو را یورو ۵ اعــلام کرد و خاطرنشان کرد: در ساخت پلتفرم‌های جدید خودروهای تولید شرکت ایران خودرو مشخصه‌هایی چون قیمت تمام شده، عمق ساخت داخل، قابلیت برقی‌ســازی و قابلیت پوشش سوخت‌های جایگزین مدنظر قرار گرفته است.

مدیــر پیش‌توســعه و تکویــن محصــولات ایــران خــودرو، تولیــد گیربکس‌های شــش دنــده را از دیگر برنامه‌های این شــرکت نام برد و اضافه کرد: تا انتهای سال ۱۳۹۹ این نوع دنده‌ها وارد چرخه تولید و از آنها در خودروهای دنا و دناپلاس استفاده می‌شود.

وی همچنین به تلاش این شــرکت در زمینه تولید خودروهای برقی اشــاره کرد و گفت: براســاس مطالعاتی که بر بــازار جهانی خودروهای برقی داشــتیم برنامه زمان‌بندی ما در این عرضه تدوین شــد که بر این اساس در ســال ۲۰۲۵ میزان تولید خودروهای برقی ۷درصد و تا سال ۲۰۳۰ این میزان به ۱۲ تا ۱۴درصد خواهد رسید.

تشکیل کمیته مشترک انجمن‌های قطعه‌سازان در ۶ محور

طی نشســت مشــترک دو انجمن قطعه‌ســازی کشــور، قرار شــد تا کمیته‌های مشــترک در شش محور تشکیل شــود؛ این هم‌افزایی توان انجمن‌های قطعه‌ســازی با هدف مقابله با چالش‌ها و مشــکلات صنعت قطعه‌سازی کشور خواهد بود.

به گزارش ایســنا، در هفته جاری (بعد از ظهر روز یکشــنبه) نشست هم‌اندیشی مشترک اعضای هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن قطعه‌ســازی کشور و انجمن ســازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو ایران در محل هتل ارم برگزار شد.

در رابطه با نتایج این نشســت هم‌اندیشی که با هدف رسیدگی و حل مشکلات صنعت قطعه‌سازی کشــور برگزار شد، آرش محبی‌نژاد- دبیر انجمن همگن قطعه‌سازی و نیروی محرکه- در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه این هم‌اندیشی مشــترک انجمن‌های قطعه‌سازی کشور در شش محور اساسی برگزار شد، اظهار کرد: در نتیجه این نشست با محورهای تامین ارز، کسری نقدینگی صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی، موضوع قیمت‌گذاری و تامین مواداولیه، داخلی‌ســازی قطعات و همچنین بازار قطعات یدکی، کمیته‌های مشترکی برای همکاری متقابل تشکیل شد.

وی افــزود: همچنیــن در رابطــه با مواضع مشــترک، ایجــاد اتحاد حداکثری در صنعت قطعه‌سازی و شیوه‌های اعتلای صنعت قطعه‌سازی کشــور بحث و تبادل نظر شــد کــه حاصل آن امضــای تفاهم‌نامه‌های اولیــه‌ای در ایــن ارتباط بــود. دبیر انجمــن همگن قطعه‌ســازی ابراز امیدواری کرد که برگزاری این نشســت‌های مشترک و هم‌فکری‌ها در حوزه قطعه‌سازی کشور با هدف اعتلا و اتحاد حداکثری در این صنعت ادامه یابد و حاصل آن امضای تفاهم‌نامه‌های مشــترک بین انجمن‌های قطعه‌ســازی کشور باشــد تا بتوان از تمام ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های هر دو انجمــن برای مقابله با چالش‌ها و بحران‌های مختلف قطعه‌ســازان و صنایع کشور استفاده کرد. محبی‌نژاد ضمن تاکید بر اینکه با هم‌افزایی توان انجمن‌های قطعه‌سازی کشور و ارائه راه حل‌ها و تبیین شیوه‌های مناسب، می‌توان گامی موثر و قوی در جهت حل مشکلات قطعه‌سازی کشــور برداشــت، گفت: در شــرایط کنونی همیــاری و هم‌افزایی توان انجمن‌ها و ســازمان‌های مردم‌نهاد قطعه‌ســازی، علاوه بر اینکه کمکی به مســئولان به عنوان بازوی مشورتی است، می‌تواند قطعه‌سازان را در پیشبرد بهتر اهداف کمک و یاری کند و نقشه راه هماهنگی برای آینده قطعه‌سازی کشور تعریف و تدوین کند.

چرا رانندگان از طرح دوگانه‌سوز شدن خودرو استقبال نمی‌کنند؟

سرپرســت مدیریت طرح CNG درخصوص اســتقبال کم در طرح رایگان دوگانه‌سوز کردن خودروها توضیحاتی ارائه کرد.

محمدحســین باقری، سرپرســت مدیریت طرح CNG در گفت‌وگو بــا خبرنگار اقتصاد و انــرژی گروه اقتصادی باشــگاه خبرنگاران جوان، با اشــاره به اســتقبال کم خودروها در طرح رایگان دوگانه‌ســوز کردن، گفت: به دلیل اینکه این طرح تازه و اواخر ماه گذشــته آغاز شــده و تا اطلاع‌رسانی شود زمانبر است.

او ادامه داد: زمان زیادی برای اســتقبال مردم از این طرح نیاز است، با توجه به اینکه قیمت سوخت افزایش پیدا کرده است به نظر می‌رسد ثبت نام در این طرح روز به روز افزایش پیدا کند.

دوگانه‌سوز شدن ۶۰ هزار خودرو

سرپرســت مدیریت طرح CNG بیان کرد: در حال حاضر تا به امروز ۶۰ هزار خودرو در این طــرح ثبت نام کرده‌اند، مصرف CNG مجددا افزایش یافت و به مرز ۲۴.۵ میلیون متر مکعب در روز رسید.

باقــری تصریــح کــرد: همزمان بــا افزایــش قیمت بنزیــن و اجرای ســهمیه‌بندی، طرحی در راســتای تبدیل خودروهای بخش عمومی به خودروهــای CNG ســوز از طرف دولت به ما ابلاغ شــد، یعنی دولت وزارت نفت را مکلف کــرد تا خودروهای پرمصرف عمومی را به صورت رایگان CNG سوز کند.

دوگانه‌سوز شدن یک میلیون و ۴۶۴ هزار خودرو عمومی

او اظهار کرد: در این راســتا برنامه‌ریزی شــده اســت که حدود یک میلیون و ۴۶۴ هزار خودرو عمومی شــامل انواع تاکســی‌ها و وانت‌بارها به صورت رایگان دوگانه‌ســوز شــوند؛ اگــر در کارخانه ایــن خودروها دوگانه‌سوز شــوند بخشی از هزینه دوگانه‌سوز کردن خودروها را نیز به صورت یارانه به تولیدکنندگان پرداخت می‌کنیم.

باقــری بیان کرد: ســایتی کــه متقاضیان برای CNG ســوز کردن خودروهــا باید به آن مراجعه کنند از اواخر خردادماه امســال راه‌اندازی شــد، آدرس این سایت gcr.niopdc.ir اســت، روند ثبت نام در این سایت بسیار ســاده بوده و متقاضیان می‌توانند با وارد کردن کد ملی و شماره پلاک خودرو برای دریافت خدمات رایگان اقدام کنند.

اخبار

مجلس برای کاهش محسوس قیمت خودرو در بازار طرح داد

نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شــورای اسلامی با بیان اینکه طرح جامع ســاماندهی خودرو به مجلس ارائه شــده است، گفت مالیات یک روش بازدارنده‌ای است که اجازه جولان به افراد دلال در بازار را نمی‌دهد. به گزارش تســنیم، مصطفــی طاهری در زنجان اظهار داشــت: طرح جامع ســاماندهی خودرو به مجلس شورای اسلامی ارائه شده و امیدواریم هرچه زودتر این طرح تصویب شــود. وی با تاکید بر اینکه طرح ساماندهی خودرو در دست بررسی و اقدامات لازم اســت، گفت: این طرح شــامل برنامه بلندمدت و کوتاه‌مدت است و امیدواریم با اجرایی شدن این طرح قیمت خودرو کاهش یابد. نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شــورای اسلامی با بیان اینکه هدف این طرح در بلندمدت این اســت که تولید خودرو و عرضه آن افزایش یابد، افزود: قطعا با این شیوه قیمت خودرو کاهش محسوسی پیدا می‌کند. وی افزود: براساس طرح جامع ســاماندهی خودرو، کســانی که چندین خودرو به‌نام دارند و افراد سودجویی که اقدام به دلالی یا احتکار خودرو می‌کنند و سبب گرانی در بازار می‌شوند باید مالیات بر خودرو بپردازند. مالیات یک روش بازدارنده‌ای است که اجازه جولان به افراد دلال در بازار را نمی‌دهد. طاهری یادآور شد: طرح جامع ساماندهی خودرو ارائه شده و در کمیسیون مربوط بررسی و امیدواریم هرچه زودتر نهایی شود.

ضرورت ورود به موضوع درج قیمت مسکن و خودرو در سایت‌ها

از دادســتان به عنوان مدعی‌العموم انتظار داریــم تا به موضوع درج قیمت مســکن و خــودرو در ســایت‌ها ورود کرده و جلــوی متخلفــان را بگیرد تا قیمت‌سازی نکنند. عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس گفت: از دادستان به عنوان مدعی‌العموم انتظار داریم تا به موضوع درج قیمت مسکن و خودرو در سایت‌ها ورود کرده و جلوی متخلفان را بگیرد تا قیمت‌سازی نکنند.

به نقل از صداوســیما به نقل از خانه ملت، آقای رحیم زارع، با اشاره به درج دوباره قیمت‌های مســکن و خودرو در ســایت‌هایی همچون دیوار گفت: قوه قضائیــه باید مانند دفعه قبل به ایــن موضوع ورود کرده و با متخلفان برخورد قاطــع انجام دهد. وی گفت: ســودجویان با سوءاســتفاده از وضعیت افزایش نــرخ ارز و طلا در کشــور، بار دیگر قیمت‌گذاری را در ســایت‌ها آغاز کرده‌اند که این اقدام روی التهاب بازار مســکن و خودرو و افزایش قیمت‌ها تاثیرگذار اســت، اما قوه قضائیه می‌تواند با چارچوب تعریف شــده خود جلوی افزایش قیمت‌های یک شــبه را بگیرد. آقــای زارع تاکید کرد: اکنون از دادســتان به عنــوان مدعی‌العموم انتظار داریم تا به این موضوع وارد کرده و جلوی ســایت دیوار و بقیه سایت‌های متخلف را بگیرد تا قیمت‌سازی نکنند. عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس همچنین ضمن تاکید بر ورود تعزیرات برای مقابله با گرانفروشی گفت: تعزیرات وظیفه دارد، در شرایطی که قیمت کالاهای ضــروری مردم به صورت لحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند، بحث نظارت واقعی را تقویت کند.

پاسخ سایپا به انتقاد فرهنگستان زبان و ادب فارسی از نام‌گذاری خودرو

گروه خودروســازی ســایپا با انتشــار یک جوابیه در ۶ بند به انتقاد مجدد فرهنگســتان زبان و ادب فارســی از نام‌گــذاری کوییک پس از چهار ســال، واکنش نشــان داد. به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین به نقل از سایپانیوز، گروه خودروسازی سایپا با انتشار یک جوابیه در ۶ بند به انتقاد مجدد فرهنگستان زبان و ادب فارســی از نامگذاری کوییک پس از چهار سال، واکنش نشان داد، متن کامل این پاسخ به شــرح زیر است: روز گذشته فرهنگستان زبان و ادب فارسی در کانال تلگرامی خود پس از چهار سال مجدداً از انتخاب نام کوییک بــرای یک محصول ســایپا انتقاد کرده و ضمن اذعان به جلســات متعدد فی مابین این گروه خودروسازی و فرهنگستان زبان فارسی در گذشته برای بررسی این موضوع، اعلام کرده است: «توجیه مسئولان شرکت [سایپا] این است که کوییک نام روســتایی در مسیر کرمانشاه ـ روانسر و نامی ایرانی است. بدیهی اســت که این توجیه به هیچ‌وجه برای انتخاب چنین نامی پذیرفته نیســت؛ گذشــته از اینکه معلوم نیســت که تلفظ این کلمه نیز «کوییک» باشد» لذا صرف‌نظر از چرایی توجه دوباره فرهنگستان به این موضوع تکراری، ذکر نکات زیر را ضروری می‌دانیم:

۱- روستای تاریخی کوییک در استان کرمانشاه واقع شده است و نام آن پس از حضور ارزشمند و پربرکتِ رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) در ۲۹ آبان‌ماه ۹۶ در این روستا و بازدید از چادرهای اسکان زلزله‌زدگان در روستای کوییک، بیش از گذشــته در رسانه‌ها و خاطره جمعی مردم ولایتمدار استان کرمانشاه ماندگار شــده اســت. ۲- گروه خودروسازی ســایپا در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خود، به دلیل هم‌نامی محصول جدید خود با نام روســتای زلزله‌زده کوییک، احداث یک مدرسه ۶ کلاسه به جای مدرسه ۲ کلاسه تخریب شده در این روستا را در دستور کار قرار داده و مدیران و کارکنان سایپا بخشی از حقوق ماهیانه خود را برای ســاخت این مرکز آموزشــی اختصاص دادند که به لطف الهی عملیات عمرانی آن به اتمام رسیده و هم‌اکنون در اختیار وزارت آموزش و پرورش قرار گرفته و در حال بهره‌برداری آموزشی و خدمت به اهالی شریف این روستا است. ۳- روستا و تپه کوییک مربوط به عصر مس قدیم در هزاره چهارم است و در استان کرمانشاه، شهرستان روانسر واقع شده و در تاریخ ۲۳ شهریور ۱۳۸۲ با شــماره ثبت ۱۰۱۲۶ به عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده اســت. ۴- علاوه بر این روستا در استان کرمانشاه، یک روستای قدیمی دیگر در استان هرمزگان از توابع بخش مرکزی شهرستان جاسک و یک روستا نیز در استان کردستان و بخش موچش شهرستان کامیاران «کوییک» نام دارند، همچنین گفته می‌شــود روستایی در شهرستان نقده نیز به همین نام خوانده می‌شــود و اینها نشــاندهنده این اســت که این واژه در ادبیات و فرهنگ‌های مختلف ایرانی کاربرد داشته و دارای معنای ایرانی است.

۵- گروه خودروسازی سایپا ضمن قدردانی و تجلیل از دغدغه‌مندی مجدد اعضای فرهیخته و محترم فرهنگستان زبان و ادب فارسی پس از چهار سال، از این عزیزان دعوت می‌کند به پاس تلاش برای پاسداشت فرهنگ و تمدن کهن ایران زمین به مدت چهار روز در روستای تاریخی کوییک در استان کرمانشاه مهمان گروه سایپا باشند.

۶- گروه خودروســازی ســایپا همواره در انتخاب نام محصولات خود توجه ویژه‌ای به پاسداشت زبان غنی و ارزشمند فارسی به عنوان ثروت بزرگِ معنوی ایرانیــان داشــته و دارد، گواه این ادعا نیز انتخاب نام زیبای «شــاهین» برای محصول جدید، به‌روز و مدرن سایپا است (رهام به عنوان نام اولیه و پیشین این محصول نیز یک نام ایرانی بوده است) و بدیهی است که این روند همچنان در انتخاب نام محصولات این گروه خودروسازی ادامه خواهد داشت.

آخرین یافته‌های درمانی عصب روانپزشکی ارائه می‌شود

کنگره عصب روانپزشـکی به دور دوم خود رسید؛ رویدادی که گسترش همکاری‌های علمی میان رشـته‌های پایه و بالینی مرتبط با حوزه‌های عصب روانپزشکی و شناختی را هدف قرار داده اسـت. این رویداد به مدت چهـار روز و به صورت وبینار در حال برگزاری است و در آن جنبه‌های عصب روانپزشکی و شناختی در حوزه بیماری‌های صرع، ام اس، اختلالات حرکتی، تشنج‌های عصبی، ضربات مغزی و دمانس (آلزایمر) و آخرین اطلاعات و یافته‌های پزشکی و درمانی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. در دومین کنگره عصب روانپزشکی ۹ پنل تخصصی و سه کارگاه آموزشی برگزار می‌شود و هشت تن از متخصصان رشـته‌های عصب روانپزشکی به همراه دو تن از اسـاتید خارجی از کشورهای انگلیس و استرالیا درخصوص جنبه‌های عصب روانپزشکی و شناختی سخنرانی می‌کنند. همچنین، در این رویداد ۳۰ مقاله پژوهشی و پوستر در دو جلسه آن نیز ارائه می‌شود.

دریچـــه

از جنگ تجاری تا جنگ ویزایی

محمدامین مولا، کارشـناس رصدخانه مهاجرت ایران : روابط بین ایالات متحده و چین در ماه‌های اخیر به طور چشمگیری تنزل یافته است. در تاریخ ۱۵ ماه مه، رئیس جمهور دونالد ترامپ تهدید کرد که کلیه روابط با چین را بر سر همه‌گیری کووید- ۱۹، که منشأ آن در ووهان بوده قطع خواهد کرد. او پیشتر کرونا ویروس را «ویروس چینی» خوانده بود و تهدید می‌کرد که برای جبران خسـارات ناشـی از کرونا ویروس از چین غرامت خواهد گرفت. این درگیری‌ها که ابتدا از تجارت و فناوری شـروع شـد، اکنون دامنگیر دانشجویان و محققان چینی شـده است. طبق بیانیه کاخ ریاست جمهوری دولت ترامپ قصد دارد هزاران ویزا را برای دانشـجویان فارغ‌التحصیل و اساتید چینی کاهش دهد. این طرح که نخستین بار توسط نیویورک تایمز گزارش شده است، موجب می‌شـود دولت ویزای افرادی را که ارتباط مستقیمی با دانشگاه‌های وابسته به ارتش آزادی‌بخش مردم چین دارند، لغو کند. این محدودیت‌ها حداقل ۳ هزار فرد را که در حال مطالعه یا تحقیق در ایالات متحده هستند، تحت تأثیر قرار می‌دهد.

تنها در سال تحصیلی ۲۰۱۸-۲۰۱۷ بیش از ۳۶۰ هزار دانشجوی چینی در کالج‌های آمریکایی ثبت نام کرده‌اند. تحصیل دانشـجویان بین‌المللی در مقطع کارشناسـی در کالج‌هـای عمومی آمریکا هزینه‌ای معادل ۳۷ هزار دلار و در دانشـگاه‌های خصوصی هزینـه‌ای بیـش از ۴۸ هزار دلار را در پی دارد. این رقم یکی از بیشـترین هزینه‌های تحصیل در میان کشورهای دنیا است اما با این حال کشور آمریکا با اختلاف مقصد اول دانشـجویان چینی است. چین منابع عظیمی از دانشجویان را دارد که مایل به صرف هزینه هسـتند اما دولت ترامپ محدودیت‌های خود را در مورد مشـاغل و شهروندان چینی به عنوان بخشـی از جنگ تجاری گسـترده‌تر خود تشدید کرده است. حال با بالاگرفتن تنش‌ها میان دو کشور، اکنون دانشجویان و دانشگاه‌های میزبان خود را در آتش جنگ تجاری ایالات متحده با چین می‌بینند.

از سـال گذشـته، واشـنگتن قوانین ویزا را تشـدید کرده و بعد از شیوع کرونا این محدودیت‌ها خصوصا برای دانشـجویان چینی افزایش یافته اسـت، همچنین دولت آمریکا نظارت بر همکاری‌های پژوهشی بین دو کشور را تشدید کرده است. در همین زمان، ادعاهای جاسوسـی و سـرقت از مالکیت معنوی که توسط دولت آمریکا علیه دانشـجویان و محققان چینی مطرح شـده است، به ایجاد محیطی ناپایدار و خصمانه منجر شـده است که می‌تواند نتیجه سـال‌ها همکاری را خنثی کند. همچنین طرح محدودیت تحصیل دانشجویان چینی در حوزه‌های مرتبط با علم، فناوری، مهندسی و ریاضیات در مقاطع لیسانس و تحصیلات تکمیلی از دیگر محدودیت‌های در نظر گرفته شده برای دانشجویان چینی است.

در سال ۲۰۱۸ میلادی ایالات متحده با استناد به خطر جاسوسی و سرقت از مالکیت معنوی مدت زمان ویزا را برای دانشجویان فارغ‌التحصیل چینی در رشته‌های هوانوردی، روباتیک و تولیدات پیشـرفته از پنج سـال به یک سـال کاهش داد. بنا بر گزارش‌ها، سازمان‌های اطلاعاتی آمریکا به دانشگاه‌ها در مورد خطر جاسوسی توسط دانشجویان و محققان هشـدار داده‌اند و از دانشگاهیان و مدیران دانشگاه خواسته‌اند که در زمینه شناسایی تهدیدات احتمالی، آموزش ببینند. این سخت‌گیری‌ها بخشی از الگوی فشار بیشـتر بـر صادرات فناوری و دارایـی معنوی از ایالات متحده به چین اسـت. در ماه مه سـال ۲۰۱۹، دولت ترامپ محدودیت‌های جدیدی را در مورد فروش نرم‌افزارها و سخت‌افزارها به شرکت هوآوی اعلام کرد.

با وجود فشـار بیشـتر دولت ترامپ بر چین این نگرانی در صنعت آموزش ایالات متحده وجود دارد که چین از طریق کاهش دانشجویان بین‌المللی خود در آمریکا دست به اقدامی تلافی‌جویانه بزند. در همین راستا دانشگاه‌های ایالات متحده سعی کرده‌اند از خصومت دولت فاصله بگیرند. برخی از دانشـگاه‌ها از جمله دانشگاه برکلی، دانشگاه ییل و دانشگاه نیویورک نامه‌هایی را به دانشجویان ارائه داده‌اند که از آنها پشتیبانی و حمایت می‌کنند اما با این وجود، این جو سطح جدیدی از اضطراب را برای دانشجویان و محققان به ارمغان می‌آورد که بالطبع بر تصمیم دانشجویان و محققان چینی برای انتخاب کشور مقصد برای تحصیل و انجام فعالیت‌های پژوهشی اثرگذار خواهد بود.

نکته حائز اهمیت دیگری که در کنار سایر عوامل اثرگذار بر دانشجویان بین‌المللی و انتخاب یک مقصد خاص از سوی آنها باید به آن توجه کرد این است که دانشجویان آسـیایی، با عطش آموزش بین‌المللی، تبادلات فرهنگـی و تجربیات جدید یک بازار حیاتی برای بخش آموزش عالی در سراسـر جهان هسـتند. چشم‌انداز آموزش عالی بین‌المللی (HE) دائماً با روندهای نوظهور، وقایع ژئوپلیتیکی و نوسـانات در جمعیت سنی دانشجویان در حال تحول است بنابراین، درک فرآیندهای تفکر این دانشجویان برای ایجاد یک استراتژی قوی بین‌المللی جذب دانشجو مهم است.

برخی از پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد تمامی این روندها ممکن است دستخوش تغییر شوند و با توجه به اینکه دانشجویان در شرق به طور فزاینده‌ای به دنبال تحصیل درون منطقه‌ای هستند، الگوهای تحرک در سال‌های آینده ممکن است تغییر کنند. کشور چین با فهم این تغییر و تحولات و تغییر اسـتراتژی خود از برنامه‌های صرفا ارسـال و بازگشـت دانشجویان به استراتژی‌های جذب دانشجویان بین‌المللی از سال ۲۰۱۰، طرح تحصیل در چین را با هدف جذب ۵۰۰ هزار دانشجوی بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ راه‌اندازی کرد. در واقع تبدیل چین به یک مقصد جذاب برای دانشـجویان بین‌المللی هدفی اسـت که سیاسـت‌گذاران چینی آن را مورد هدف خود قرار داده و برنامه‌های مختلفی از جمله بورس های تحصیلی اضافی برای دوره‌های آمادگی یک سـاله زبان، ارائه برنامه‌های بیشتر به زبان انگلیسی و دسترسی آسان‌تر به بازار کار برای دانشجویان بین‌المللی، به منظور دستیابی به این هدف اجرایی شده است.

قرار گرفتن این کشـور در میان ۱۰ کشـور برتر مقصد دانشـجویان بین‌المللی در چندین سـال گذشـته همگی نشـانگر برنامه‌ریزی و اجرای سیاسـت‌هایی از جانب کشـورهای آسـیایی (خصوصا چین و ژاپن) برای جذب دانشجویان بین‌المللی است. به طور کلی سیاسـت‌های مطلوب‌تر پذیرش، دسترسـی آسـان‌تر به بـازار کار برای دانشجویان بین‌المللی، تحولات کشورهای غربی و افزایش هزینه تحصیل دانشجویان بین‌المللی در کشورهای غربی، همگی از جمله عواملی هستند که کشورهای شرقی را به مکانی مناسـب برای تحصیل دانشجویان بین‌المللی بدل می‌کند و این امر با توجه سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی کشورهای شرق برای جذب دانشجویان بین‌المللی و سهم چشمگیر دانشجویان آسیایی از بازار کشورهای سنتی دانشجو فرست به معنای از دست رفتن سـهم دانشجویان بین‌المللی منطقه آسیا برای کشورهای اصلی دانشجوپذیر از جمله ایالات متحده خواهد شد. در همین راستا بسیاری از صاحبنظران اذعان داشتند که سیاسـت‌گذاران آمریکایی و مدیران دانشگاه باید مواظب باشند که ایالات متحده مقصد جذابی برای دانشجویان خارجی و محققان مهاجر باقی بماند. یک مطالعه اخیر نشان داده است که ایجاد محدودیت برای ورود دانشجویان بین‌المللی و ویزاهای کاری افراد ماهر می‌تواند باعث کاهش تولید ناخالص داخلی، افزایش بیکاری و تأثیر منفی بر کارآفرینی شـود. برای چندین دهه، سیستم آموزش عالی آمریکا به عنوان یک آهنربا دانشـجویان روشنفکر، خلاق و بااستعداد را از سراسر جهان به خدمت گرفته است و این امر در تبدیل ایالات متحده به یک مرکز نوآوری جهانی و نیروگاه اقتصادی نقشی اساسی ایفا کرده است. با وجود ایجاد محدودیت‌های جدید، برخی از دانشجویان در حال بررسی برنامه‌های خود هستند. به هر ترتیب به نظر می‌رسد که ایجاد محدودیت‌های شدید بر دانشجویان چینی، با توجه به اینکه این کشور بزرگ‌ترین جمعیت دانشجویان بین‌المللی در ایالات متحده را تشـکیل داده است، درآمد ۳۹ میلیارد دلاری آمریکا از دانشـجویان بین‌المللی را با کاهش جدی همراه سـازد. علاوه بر از دست رفتن منافع اقتصادی حاصل از دانشجویان بین‌المللی، کشور آمریکا با از دست دادن سهم بازار خود از دانشجویان بین‌المللی مغلوب کشورهای رقیبی همچون کانادا، انگلستان و استرالیا خواهد شد که با بهبود برنامه‌های اشتغال پس از فارغ‌التحصیلی خود در صدد افزایش سهم خود از دانشجویان بین‌المللی هستند، برخلاف آمریکا که محدودیت‌های شدیدی را بر ویزاهای دانشجویی و اشتغال پس از فارغ‌التحصیلی ایجاد کرده است.

بسیاری از کارشناسان بر این باورند که برای حفظ این وضعیت و تقویت نقش کشور به عنوان رهبر در صنایع نوظهور که باعث ایجاد اشـتغال در آینده و رشـد اقتصادی خواهد شد، سیاست مهاجرت ایالات متحده باید به تشویق دانشجویان بین‌المللی برای آمدن به آمریکا برای تحصیل و کار ادامه دهد.

ایلان ماسک به عنوان پردرآم

به قلم: آندرس ملین / نویسنده حوزه مدی

همواره فهرست پردرآمدترین‌ها، مورد توجه بسیاری قرار می‌گیرد، با این حال در این مقاله مخاطبین هدف، بازیگران و یا ورزشـکاران نبوده و قصد داریم تا به وضعیت درآمدی مدیران شـرکت‌های مختلف بپردازیم. این آمار به تازگی در رابطه با سال گذشته اعلام شده است که در جایگاه نخسـت ایلان ماسـک با اختلافی فاحش قرار دارد. وی در سـال گذشته موفق شد تا درآمدی ۵۹۵ میلیون دلاری را داشـته باشـد که یک رکورد فوق‌العاده محسوب می‌شود، با این حال بخش اعظمی از این درآمد به علت رشـد فوق‌العاده ارزش سهام دو برند او محسوب می‌شود. درواقع تسلا در حال حاضر ارزشمندت فاحش او با سـایر رقبا، هیچ احتمالی وجود ندا قرار گیرد. در جایگاه بعدی مدیر ارزشمندترین است تا درآمد ۱۳۳ میلیونی را داشته باشد. تق شرکت است. نکته قابل تأمل فهرست امسال، ر است. در این راستا جایگاه نوزدهم به لیزا سو،

بزرگ‌ترین سایت هسته‌ای پرتودهی گاما در کشور راه‌اندازی شد

با تلاشـی دانش‌بنیان، بزرگ‌ترین سایت هسته‌ای پرتودهی گاما در منطقـه ویژه اقتصادی اسـتان چهارمحال و بختیـاری به عنوان یک طـرح کلان ملی فناوری راه‌اندازی شـد. این طرح بـه تامین امنیت غـذا، اقدامات درمانـی و ذخایر راهبردی و موردنیاز کشور می‌انجامد.

با توجه به افزایـش جمعیت کره زمین، یکـی از مهم‌ترین دغدغه کشـورها، تامین غـذای موردنیاز مـردم، انبـار و نگهداری صحیح و بدون ضایعـات این مواد، افزایش سـطح بهداشت عمومی و جلوگیری از بروز عفونـت در بدن افراد سـالم هسـتند. این اهـداف جز بـا اسـتفاده از تجهیزات کاملا استریل محقق نمی‌شود.

دنیـا برای رسـیدن به این هدف مسـیر به‌کارگیری پرتوی گامای سـاطع شـده از عنصر شـیمیایی کبالت ۶۰ را پیش گرفته است. در ایران هم برای نخستین بار یک شرکت دانش‌بنیان با تلاشی فناورانه در سـال ۹۰ موفق به تاسـیس و راه‌اندازی بزرگ‌ترین سایت هسـته‌ای پرتودهی گاما در منطقه سیسـتان و بلوچسـتان شد. این سـایت‌ها از اساسـی‌ترین زیرسـاخت‌ها در تحقق بند ۷ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی بـرای تامین امنیت غذا و درمان و ایجاد ذخایر راهبردی با افزایش کمی و کیفی تولید به حساب می‌آیند.

به گفته سـیدرضا رفیعـی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان شـارپرتوایرانیان، این شـرکت بـا عقد قـرارداد با شـرکت‌های هندوسـتانی، روسـی و مجارسـتانی و با همـت کارشناسـان و متخصصـان خود، توانسـته به عنوان یکی از دارندگان دانش فنـی طراحی، سـاخت و بهره‌بـرداری از سـامانه‌های پرتودهـی گامـا در بخـش خصوصی کشور معرفی کند.

وی ادامـه داد: سـازمان خواربـار و کشاورزی ملل متحد، سازمان ایمنی مواد غذایی اروپا، سازمان غذا و داروی آمریکا، آژانس بین‌المللی انرژی اتمی و سـازمان بهداشـت جهانی بر اسـتفاده از مواد غذایی پرتودیـده تاکید دارند و قوانین مختلفی برای جلوگیری از واردات محصولات آغشته به سموم شیمیایی چون متیل بروماید و اتیلن اکساید وضع کرده‌اند.

سند همکاری توسعه حمایت مالی از شرکت‌های خلاق امضا شد

براساس تفاهم‌نامه منعقدشـده بین ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق پژوهش فنـاوری سـپهر، کمک به تامین مالی شـرکت‌های خلاق گسـترش می‌یابد.

با گذشت چند سـال از برنامه حمایت از توسعه زیسـت بوم شرکت‌های خلاق، تعداد این شرکت‌ها، از ۸۰۰ شرکت عبور کرده اسـت و هر ماه به تعداد آنها افزوده می‌شود. شـرکت‌های خلاق که در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی فعالیت می‌کنند، برای توسـعه فعالیت‌های خـود به منابع مالی قابل اتکا نیازمند هستند.

این شـرکت‌ها در زمینـه تولید محتوا، صنایع دسـتی، انیمیشن، گیاهان دارویی و بسـیاری دیگر از عرصه‌ها فعال هستند و برای جهش در تولید، نیازمند ابزارهای مالی مناسب هستند.

سـتاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری برای تنوع‌بخشی به سـبد مالی شرکت‌های خلاق، تفاهم‌نامـه جدیدی با یک صندوق فعال در حوزه زیسـت بوم نوآوری منعقد کرده است.

براساس مفاد تفاهم‌نامه امضاشده میان ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز و صندوق پژوهش و فناوری سـپهر، لیزینگ محصـولات و خدمات صنایع خلاق از طریق اعطای تسهیلات به خریـداران محصـولات و خدمات تا سقف ۳میلیارد ریال انجام می‌گیرد.

همچنیـن براسـاس ایـن تفاهم‌نامه، سـرمایه در گـردش و سـرمایه‌گذاری در پروژه‌هـای مختلـف از طریق جذب مشارکت مدنی تسهیل می‌شود.

همـکاری در جهـت شناسـایی و به کارگیـری ابزارهـای جدیـد مالـی و همکاری بـرای حضـور در رویدادها، از جملـه دیگر مفـاد مورد توافـق در این تفاهم‌نامه است.

دو طرف برای همکاری بیشـتر در جهت توسـعه پشتیبانی مالی از ایجاد مرکز نوآوری سینما نیز توافق کردند.

نقش فناوری و نوآوری در صنایع معدنی جان می‌گیرد

تقی نبئی، رئیس سازمان نظام مهندسی معدن و کامبیز مهدی‌زاده مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری دیدار کردند. ارتقای نقش دانش در فعالیت‌های حوزه معدن از موضوعاتی بود که در این دیدار به آن پرداخته شد.

رئیس سازمان نظام مهندسی معدن از آمادگی این سازمان برای همکاری با طرح توسعه فناوری‌ها و نوآوری‌های معدن و صنایع معدنی خبر داد و گفت: برای سرعت دادن به اقدامات در این حوزه، تشکیل کارگروه‌های تخصصی، انعقاد تفاهم‌نامه دوجانبه و همکاری در زمینه‌های بین‌المللی در حوزه نظام مهندسی معدن باید در اولویت قرار گیرد.

یادداشت

استارت‌آپ‌های گیاهان دارویی با ۶ شتاب‌دهنده سرعت می‌گیرد

گیاهان دارویی ذخایر ژنتیک ملی کشور محسوب می‌شوند و صادرات خام و بدون فرآوری آنها مانند خام‌فروشی مواد معدنی، دارای ارزش افزوده اندکی است. تلاش برای ایجاد زنجیره تولید در این صنعت با حمایت از توسعه کمی و کیفی استارت‌آپ‌ها در سال جاری یکی از اقدامات ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است.

محمدحسن عصاره، دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری در این باره گفت: خام‌فروشی یکی از اصلی‌ترین چالش‌ها در حوزه گیاهان دارویی است. بازار قابل توجهی برای محصولات به دست آمده از فرآوری گیاهان دارویی مانند زعفران و گل محمدی در جهان وجود دارد. صادرات این محصولات می‌تواند ارزآوری قابل توجهی برای کشور به همراه داشته باشد.

وی ادامه داد: گیاهان دارویی به‌عنوان ذخایر ژنتیکی و میراث ملی ما محسوب می‌شوند. خام‌فروشی و حتی صادرات این محصولات به صورت خام و فرآوری نشده ارزش افزوده ناچیزی به همراه دارد که حراج منابع طبیعی کشور محسوب می‌شود. در واقع، خام‌فروشی یعنی واگذاری سود و بازار گیاهان دارویی به رقبای بین‌المللی، این مسئله باعث می‌شود تا زنجیره تولید در کشور تکمیل نشود و نیروی کار تحصیلکرده، فرصت‌های کمتری برای اشتغال در این عرصه بیابد.

عصاره در ادامه بیان کرد: ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای تغییر رویکرد از خام‌فروشی به صادرات فناوری محور، برنامه‌های متعددی را اجرا کرده است. این ستاد، طبق بندهای سند ملی گیاهان دارویی، وظایفی که برعهده دارد، علاوه بر نظارت بر حسن اجرای برنامه‌های مرتبط با حوزه کشت و فرآوری، حمایت‌های مادی و معنوی متعددی را ارائه می‌کند.

به گفته وی، تدوین استاندارد ملی بذرها و محصولات گیاهان دارویی، توسعه کشت گیاهان دارویی دارای ارزش اقتصادی و طرح‌های توسعه بانک ژن و احداث کلکسیون‌های گیاهان دارویی از جمله برنامه‌های اجراشده است. تعداد دارو و فرآورده‌های گیاهی و سنتی که از سازمان غذا و دارو مجوز گرفته‌اند از کمتر از ۴۰۰ محصول در سال ۸۷ به حدود ۴۰۰۰ محصول در سال جاری رسیده‌اند و این خود یک پیشرفت قابل تأمل محسوب می‌شود.

دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری افزود: این ستاد برای توسعه زنجیره ارزش و تعداد استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناور فعال، سعی دارد تا بازیگران زیست‌بوم نوآوری گیاهان دارویی را افزایش دهد. بسیاری از ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه، نیاز به توسعه بازار و ایجاد شبکه توزیع دارند. شتاب‌دهنده‌ها به عنوان بازوان تجاری‌سازی ستاد عمل می‌کنند. این شتاب‌دهنده‌ها با شناسایی و جذب ایده‌های فناورانه و توسعه آنها، طی دوره‌های تخصصی شتابدهی، آنها را به سرمایه‌گذاران و بازار نزدیک می‌کنند.

عصاره همچنین گفت: بر این اساس ستاد، حمایت از تاسیس شش شتاب‌دهنده تخصصی در سال ۱۳۹۹ را در دستور کار خود قرار داده است.

وی ایجاد واحدهای فرآوری پیشرفته و توسعه قطب‌های تولید داروهای گیاهی در کشور را از جمله برنامه‌های اجراشده توسط این ستاد در سال‌های اخیر، خواند و افزود: ستاد تلاش دارد تا با کمک به توسعه آزمایشگاه‌های استاندارد برای کنترل کیفی و مکانیزه کردن مزارع گیاهان دارویی در مراحل کاشت، داشت و برداشت، به رشد تولید در این حوزه کمک کند.

شکست یک انحصار؛ دستگاه کنترل رشد تومور مغزی در ایران ساخته شد

همه چیز از رشد غیرطبیعی سلول‌های جهش یافته در مغز آغاز می‌شود. تومور در مغز ایجاد و زندگی را مختل می‌کند؛ اما فناوری برای این بیماران هدیه‌ای باارزش داشت. پنج سال پیش بود، یک شرکت از رژیم اشغالگر قدس محصول خود را که یک دستگاه برای کنترل و از بین بردن تومورهای مغزی است، رونمایی کرد.

دستگاهی که فناوری تولید آن تا امروز در انحصار این شرکت بود، اما این انحصار شکست. جمعی از نخبگان علمی از پژوهشکده‌ها و دانشگاه‌های گوناگون کشور مانند صنعتی شریف، تهران و پژوهشکده سرطان معتمد جهاد دانشگاهی گردهم جمع شدند برای ساخت این دستگاه؛ گردهمایی فناورانه‌ای که منجر به دستیابی به فناوری ساخت این دستگاه شد.

علیرضا مجیدانصاری، مجری این تیم تحقیقاتی گفت: ساخت دستگاه کنترل رشد تومور مغزی بر پایه میدان‌های الکتریکی کاری است که نتیجه تحقیقات و فعالیت‌های چند ساله این تیم است. این دستگاه به عنوان ابزاری برای درمان تومورهای مغزی کاربرد دارد. فناوری ساخت آن نیز متعلق به شرکتی از رژیم اشغالگر قدس بود که به آمریکا و شرکت‌های اروپایی خدمات خود را ارائه می‌دهد. البته این دستگاه به بیماران اجاره داده می‌شود.

وی ادامه داد: در حال حاضر این دستگاه را بازطراحی کرده‌ایم. نمونه آزمایشگاهی آن با موفقیت ساخته شده است و در شُرّف تحقیقات بالینی قرار داریم. درمان تومورهای مغزی مشکلات زیادی دارد. امکان جراحی برای این نوع از تومورها به راحتی وجود ندارد. همچنین دارورسانی به مغز نیز کار سختی است و سد مغزی و نخاعی به هر دارویی اجازه ورود نمی‌دهد. از سویی رادیوتراپی مغز نیز به دلیل سیستم و ساختار آن دشوار است. مجیدانصاری درباره نحوه عملکرد این دستگاه بیان کرد: به کمک این دستگاه میدان الکتریکی ضعیفی با کارگذاری دقیق الکترودهایی روی سر در مغز ایجاد می‌شود. این میدان روند تولید سلول‌های توموری را که با سرعت در حال تقسیم هستند، مختل می‌کند. پس توقف تقسیم سلول رخ می‌دهد و سلول از بین می‌رود.

وی در ادامه افزود: این دستگاه از اطلاعات ام آر آی و سی تی اسکن بیمار بهره می‌برد و ابعاد تومور و محل قرار گرفتن آن را دقیق مشخص می‌کند. سپس با این اطلاعات دقیق میدان الکتریکی اعمال می‌شود. البته این دستگاه نسبت به نمونه خارجی خود تفاوت‌هایی دارد. در نمونه خارجی با قرارگیری الکترودها روی پوست سر حساسیت‌هایی برای بیمار ایجاد می‌شد که در نمونه ایرانی این مشکل رفع شده است. برای این هدف نیز محققان کشور از فناوری نانو استفاده کردند.

محققان با کمک این دستگاه طول عمر بیماران را افزایش می‌دهند. البته پاسخ در بیماران مختلف متفاوت است. در برخی بیماران با استفاده چند ماهه تومور از بین می‌رود اما در برخی دیگر خصوصا افرادی که با عود مجدد بیماری مواجه بوده‌اند، پیشنهاد می‌شود استفاده از دستگاه را ادامه دهند.

محققان کشور برای توسعه این طرح از حمایت‌های مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برخوردار شدند.

...دترین مدیر جهان انتخاب شد

...یت و کارآفرینی - مترجم: امیر آل‌علی

...رین برند خودروسازی است. با توجه به اختلاف ...رد که برای سال آینده، فرد دیگری به جای او ...برند حال حاضر جهان قرار دارد. وی موفق شده ...ریبا تمام این درآمد به خاطر ارزش سهام او در ...شد چشمگیر مدیران زن در فهرست ۱۰۰ تایی‌ها ...مدیر AMD اختصاص دارد. با این حال درآمد وی ۵۵ میلیون دلار بوده است که اختلاف آن با نفرات اول، زیاد است. درواقع هنوز وضعیت بانوان برای رقابت نزدیک با مدیران مرد، چندان مناسب نیست. رده‌های بعدی پردرآمدترین مدیران به شرح زیر است: ۳-تام راتلج (۱۱۷ میلیون دلار) ۴-جوزپه لانیلو (۱۱۶ میلیون دلار) ۵-سامیت سینگ (۱۰۸ میلیون دلار) ۶-جاناتان گری (۱۰۷ میلیون دلار) ۷-رابرت سوان (۹۹ میلیون دلار) ۸-ساندار پیچای (۸۶ میلیون دلار) ۹-ساتیا نادلا (۷۷ میلیون دلار) ۱۰-داگلاس اینگرام (۷۰ میلیون دلار).

منبع: bloomberg.com

محققان ایرانی نشاسته را شکل‌پذیر کردند

ظروف یک‌بار مصرف چه چیزی را در ذهن شما تداعی می‌کند؟ آلودگی محیط زیست، پلاستیک، سرطان. این کلمات مواردی است که معمولا در ذهن اکثر افراد نقش می‌بندد. اما محققان کشور نوعی از این ظروف را از مواد گیاهی تولید کرده‌اند تا دیگر مشکلاتی اینچنینی وجود نداشته باشد؛ اقدامی که نگرانی‌ها در این حوزه را رفع کرده است. ظروف یک‌بار مصرف سالانه حجم بالایی از ضایعات را تشکیل می‌دهند؛ ظروفی که برای بسته‌بندی غذا کاربرد دارند. تولید این حجم از این ضایعات برای محیط زیست آسیب‌زا است. برای رفع این مشکل محققان در دانشگاه علم و صنعت راهکاری نوین ارائه دادند. آنها از منابع گیاهی ظروف یک‌بار مصرف تولید کردند. صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز از این محققان حمایت کرد تا مسیر حرکت آنها هموار شود.

محمد فصیحی دستجردی، مجری این طرح پژوهشی بیان کرد: در این طرح از ترکیب نشاسته و پلیمر زیست سازگار برای تولید این ظروف استفاده شد. نشاسته یکی از منابع تجدیدپذیر ارزان و در دسترس برای تولید پلیمرهای زیست تخریب‌پذیر است. این ماده به دلیل ترکیب شدن با پلیمرهای سنتزی می‌تواند موجب کاهش قیمت و زیست تخریب‌پذیری محصول تولیدی شود. فصیحی دستجردی ادامه داد: نشاسته ماده‌ای حساس به آب و شکننده است. همچنین قابلیت شکل‌دهی ندارد. پس در این پژوهش برای رفع مشکل عدم شکل‌پذیری اقداماتی انجام شد. ما ساختار نشاسته را برای تولید این ظروف اصلاح کردیم و فرمولاسیون پیچیده این ماده کاری سخت بود. به نشاسته اصلاح شده قابل فرآیند نشاسته ترموپلاستیک می‌گویند. این کار به کمک افزودن نرم‌کننده‌ها انجام می‌شود که نقطه ذوب نشاسته را کاهش می‌دهد. وی همچنین بیان کرد: اکنون موفق به دستیابی دانش فنی برای تولید ظروف اسفنجی (برای نگهداری مواد غذایی گرم) از نشاسته شدیم. نمونه‌های اولیه این محصول به دو صورت ظروف عادی و اسفنجی تولید شد و نتایج اولیه نیز رضایت‌بخش بود. این ظروف مناسب غذای گرم است و ایجاد مسمومیت نمی‌کند. همچنین دوستدار محیط زیست هستند و آلودگی خاک را به دنبال ندارند.

دانش‌آموزان برنامه‌نویسی را آنلاین یاد می‌گیرند

برگزاری آنلاین کلاس‌های درسی یکی از اتفاقاتی بود که ایران برای نخستین بار تجربه کرد؛ کلاس‌هایی مجازی که سعی دارد نیازهای آموزشی دانش‌آموزان و دانشجویان را پاسخ دهد. دومین مدرسه تابستانی فناوری اطلاعات هم در ادامه همین مسیر و به دلیل شیوع بیماری کرونا به صورت آنلاین برگزار می‌شود.

آموزش آنلاین برنامه‌نویسی برای کودکان و نوجوانان که سال گذشته به صورت حضوری برگزار شده بود؛ امسال مدل آنلاین خود را تجربه می‌کند. دوره‌ای یک ماهه که با همکاری مشترک سازمان فناوری اطلاعات، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت آموزش‌و پرورش برگزار می‌شود.

کودکان و نوجوانان ۶ تا ۱۸ سال با هر سطحی از دانش برنامه‌نویسی می‌توانند در یکی از ۵ دوره آموزشی شامل آشنایی با «پیاده‌سازی وب‌سایت استاتیک»، «آشنایی با پیاده‌سازی وب‌سایت بر پایه وردپرس»، «سلسله دوره‌های آشنایی با علوم داده»، «برنامه‌نویسی پایتون» و «برنامه‌نویسی اسکرچ» شرکت کنند. یکی از اهداف این دوره آنلاین، آموزش کودکان در مناطق کمتر برخوردار از امکانات و خدمات است. بر همین اساس هم تاکنون ۳ هزار دانش‌آموز کودک و نوجوان در سراسر کشور در ۲ محور کارآفرینی بر بستر فناوری اطلاعات و برنامه‌نویسی آموزش دیده‌اند. یک همکاری فناورانه آموزشی

شیوع بیماری کرونا بهانه‌ای شد که استفاده از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور موضوع همکاری مشترک نهادهای دولتی و خصوصی شود تا نظام آموزشی کشور لطمه نبیند. همین نگاه هم مدرسه تابستانی فناوری اطلاعات را به یک مدرسه دائمی بدل کرده است که در مرکز نوآورانه کودک و نوجوان موزه ارتباطات برگزار می‌شود. ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی و ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از حامیان این رویداد فناورانه دانش‌آموزمحور هستند.

کارگاه برندینگ

صنعت بازی استراتژی جدید اپل

به قلم: عمر سهیل خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

به نظر می‌رسد که برای جاه‌طلبی اپل نقطه پایانی وجود ندارد. این شرکت پس از حضور موفق در زمینه تولید فیلم و سریال، اکنون قرار است که وارد صنعت بازی شود. بدون شک مهمترین خبر امسال اپل، مهاجرت از تراشه‌های برند اینتل به خودکفایی در این زمینه است. به نظر می‌رسد که با این اقدام، فضا برای فعالیت بیشتر این شرکت مهیا شده است. توجه به این نکته ضروری است که صنعت یادشده، در مقایسه با عرصه‌هایی نظیر سینما، تولید گوشی‌های هوشمند و لپ‌تاپ کم‌رقیب‌تر محسوب شده و تنها دو برند پلی استیشن و ایکس باکس به عنوان غول‌های این عرصه یاد می‌شوند. این امر می‌تواند باعث شود تا یک مثلث رقابتی جدی شکل گیرد، با این حال در این رابطه تردیدهایی وجود دارد. درواقع طرح فوق، فعلا اخباری است که پیرامون شرکت شنیده می‌شود و ممکن است هیچ‌گاه به مرحله اجرا گذاشته نشود. درواقع هنوز مشخص نیست که انحصارطلبی اپل، در این زمینه نیز رعایت خواهد شد؟ درواقع همه ما اپل را به معرفی سیستم عامل و برنامه‌های جداگانه می‌شناسیم که بنابر این اصل، کنسول اپل نیز باید دارای بازی‌های جداگانه باشد که می‌تواند فعالیت در این زمینه را بسیار سخت کند. همچنین هنوز مشخص نیست که این شرکت چگونه قرار است دو ابرقدرت حال حاضر صنعت بازی را با چالش مواجه سازد. به همین خاطر برای اطمینان از قابل اجرا بودن آن، باید منتظر اخبار رسمی باشیم. با این حال بدون شک این خبر می‌تواند برای طرفداران ارزشمندترین برند حال حاضر جهان، بسیار جذاب باشد. در صورت به اجرا درآمدن این طرح، سوالی که در ذهن همه افراد شکل خواهد گرفت این است که اپل چه حوزه‌های دیگری را نیز مورد توجه قرار خواهد داد.

منبع: wccftech.com

درمان بیماری‌ها طرح جدید ایلان ماسک

به قلم: آنتونی کاتبرتسون خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک ایلان ماسک را می‌توان نابغه عصر حاضر نام برد. وی در حوزه‌های جدیدی نظیر اتومبیل‌های خودران و صنعت فضایی فعالیت داشته و دستاوردهای بسیار خوبی را به دست آورده است. جدیدترین آمارها در رابطه با برند تسلا بیانگر آن است که این شرکت هم‌اکنون ارزشمندترین برند خودروسازی جهان محسوب می‌شود، با این حال یکی از استارت‌آپ‌های خریداری شده توسط وی که تا به امروز کمتر شناخته شده است، نورالینک است که در زمینه تولید چیپ‌های کامپیوتری فعالیت دارد. با این حال به نظر می‌رسد که قرار است که طرح‌های بسیار جالبی انجام شود. ایلان ماسک در جدیدترین مصاحبه خود اعلام کرده است که این برند قادر خواهد بود تا با کارگذاری چیپ‌های مخصوص، به درمان برخی از بیماری‌ها کمک کند. برای مثال درمان افسردگی و اعتیاد، به سادگی توسط این ابزارها امکان‌پذیر خواهد شد. درواقع کاربرد اصلی آن در زمینه بیماری‌های روانی بوده و در این رابطه می‌توان شاهد از بین رفتن کامل اسکیزوفرنی و حتی اوتیسم باشیم. همچنین وی اعلام کرده است که با این چیپ‌ها دیگر نیازی به یادگیری زبان وجود نداشته و افراد می‌توانند ذهن یکدیگر را بخوانند. این امر به معنای از بین رفتن نیاز به یادگیری زبان‌های مختلف برای ارتباط جهانی خواهد بود. با این حال آقای ماسک تاکید کرده است که این اقدامات باید با دقت بسیار بالایی انجام شود. در غیر این صورت ممکن است شاهد یک فاجعه بزرگ باشیم. به همین خاطر هنوز نمی‌توان نسبت به زمان به اجرا درآوردن چنین طرحی، زمانی را مشخص کرد. با این حال تست‌های اولیه بر روی حیوانات در حال انجام است و اخبار منتشرشده پیرامون آن حاکی از موفقیت‌آمیز بودن طرح‌ها است. به همین خاطر ممکن است طی چند ماه آینده، شاهد آزمایش آنها به صورت مستقیم بر روی افراد مختلف باشیم. حال باید دید که واکنش‌ها به این طرح فوق‌العاده چه خواهد بود. درواقع در صورت عملی بودن آن، شاهد یک انقلاب جدید خواهیم بود و در مدت زمانی کم، این استارت‌اپ به یک برند جهانی تبدیل خواهد شد.

منبع: independent.com

بررسی ۸ توصیه مهم برای طراحی استراتژی فروش

چگونه فروش محصولات‌مان را افزایش دهیم؟

ترجمه: علی آل‌علی

معرفی یک محصول جذاب برای مشتریان آخرین گام در مسیر موفقیت در زمینه فروش نیست. امروزه بسیاری از برندها دارای محصولات جذاب و جدید هستند، اما در عمل تنها تعداد اندکی از آنها توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان و کسب فروش دلخواه را دارند. اگر استراتژی فروش یک شرکت نامناسب باشد، هرگز توانایی تاثیرگذاری قابل توجه بر روی مخاطب هدف را نخواهد یافت. امروزه برندها نیازمند به روز رسانی استراتژی بازاریابی و فروش‌شان در سریع‌ترین زمان ممکن هستند. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهند داشت. ما در این مقاله به بررسی برخی از بهترین توصیه‌های موجود برای ساماندهی استراتژی فروش کاربردی خواهیم پرداخت. توصیه‌های مورد بحث به طور نسبی در تمام کسب و کارها امکان اجرا دارد بنابراین شما در هر کسب و کار امکان استفاده از آنها را خواهید داشت.

۱.تلاش برای شناخت مشتریان

پیش از هرگونه تاثیرگذاری بر روی مشتریان باید نسبت به شناخت درست آنها اقدام کرد. بسیاری از برندها در عمل با محصولات جذاب اقدام به تعامل با مشتریان نادرست می‌کنند. اینکه مشتریان علاقه نسبی به محصولات یا دست کم ماهیت کسب و کار ما داشته باشند، نکته بسیار مهمی است. اگر ما به این نکته مهم توجه نداشته باشیم، هرگز امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نخواهیم کرد.

مزیت اصلی شناخت مشتریان امکان ارائه کمپین‌های بازاریابی و از همه مهم‌تر شخصی‌سازی محصولات‌مان مطابق سلیقه‌شان است. برندهای بزرگ همیشه از این الگو برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف استفاده می‌کنند. تعامل نزدیک با مخاطب هدف همیشه چالش اساسی برندها محسوب می‌شود. شناخت مشتریان گام مهمی برای کسب و کارها در مسیر غلبه بر این نگرانی خواهد بود.

۲.تمرکز بر روی سود اصلی محصول به جای امکانات جانبی

بدون تردید محصولات مختلف با گذشت زمان دارای امکانات جانبی متعددی می‌شوند. این امر نقش مهمی در جلب نظر مشتریان بازی می‌کند. نکته مهم در این میان اهمیت اصلی کاربرد اولیه محصولات در مقایسه با امکانات جانبی است. ما همیشه باید در معرفی محصولات‌مان بر روی کاربرد اصلی و اولیه آنها تمرکز داشته باشیم. ایراد اصلی برخی از برندها تلاش برای مانور بر روی امکانات جانبی محصولات و فراموشی کاربرد اولیه آنهاست. نتیجه این امر کاهش انگیزه مشتریان برای خرید محصول موردنظر خواهد بود. بی‌تردید هیچ برندی مایل به عقب ماندن از دیگر رقبا در مسیر فروش محصولاتش نیست بنابراین به هنگام معرفی محصولات‌تان ابتدا با کاربردهای اولیه آن شروع کنید. سپس امکان تمرکز بر روی سایر کاربردهای جانبی محصولات وجود خواهد داشت.

امروزه کمپین‌های بازاریابی و فروش از هدف اصلی‌شان دور شده‌اند. وقتی یک برند در تلاش برای فروش محصولاتش است، باید ابتدا به فکر جلب نظر مخاطب هدف به ویژگی و کاربردهای اصلی محصولاتش باشد. اهدافی مانند سرگرم ساختن مخاطب هدف در درجه‌های بعدی اهمیت قرار می‌گیرد. به عبارت ساده، وظیفه اصلی شما در این بخش بیان چگونگی تاثیرگذاری محصول‌تان بر روی زندگی مشتریان است. بی‌تردید نحوه تاثیرگذاری یک محصول باید در راستای ساده‌تر ساختن زندگی برای مشتریان باشد.

۳.بیان شیوه حل مشکلات مشتریان از سوی محصول

هر محصولی برای رفع یک یا چند مشکل مشتریان ساخته می‌شود. اگر محصول تازه شما توانایی رفع مشکلات مشتریان را نداشته باشد، به احتمال فراوان کمتر کسی مایل به خریدش خواهد بود. بسیاری از برندها به هنگام طراحی محصول این نکته ظریف را مدنظر قرار نمی‌دهند. نتیجه این امر ناتوانی آنها برای جلب نظر مشتریان و فروش محصولات‌شان است.

وظیفه برندها در مسیر فروش محصولات‌شان فقط بیان تاثیرگذاری آنها بر روی زندگی مشتریان نیست. ما باید نوعی همدردی نزدیک با مشتریان و مشکلات‌شان نیز داشته باشیم. امروزه انتظارات مشتریان از برندها به طور تساعدی افزایش یافته است بنابراین اگر شما نسبت به ایجاد رابطه‌ای عمیق با مشتریان بی‌توجه باشید، احتمال شکست‌تان افزایش خواهد یافت.

استفاده از تکنیک‌های داستان‌سرایی در زمینه بازاریابی و فروش کمک شایانی به شما برای جلب نظر مشتریان خواهد کرد. امروزه یکی از مهارت‌های اساسی برای هر فروشنده‌ای بیان داستان‌های جذاب است. نکته مهم در این میان تلاش برای پرهیز از المان‌های کلیشه‌ای در طراحی و بیان داستان‌های مدنظرمان است.

۴.یافتن مزیت رقابتی محصولات‌مان

طراحی محصول تازه همیشه همراه با افزودن امکانات اضافی به آن است. اگر یک برند در مرحله طراحی محصول هیچ ابزار تازه‌ای به آن اضافه نکند، هرگز امکان موفقیت در زمینه فروش را نخواهد داشت. وقتی محصول ما دارای تفاوت‌های معنادار با دیگر رقباست، باید به دنبال استفاده تبلیغاتی از مزیت‌های موردنظر باشیم. ایراد اغلب برندها ناتوانی برای تبدیل امکانات تازه محصولات‌شان به مزیت‌های بازاریابی و تبلیغاتی است. بهترین تکنیک در این میان مشاهده محصولات‌مان از چشم‌انداز مشتریان است. همچنین باید مقایسه مداوم میان محصولات برندمان با دیگر رقبا را مدنظر قرار دهیم. این امر امکان دستیابی به اطلاعات برتر در زمینه کیفیت محصولات و نحوه تعامل با مشتریان را فراهم می‌سازد.

۵.قیمت‌گذاری منطقی

تعیین قیمت برای محصولات یکی از گام‌های نهایی در راستای حضور در بازار فروش است. اگر قیمت محصول ما بیش از اندازه بالا باشد، کمتر مشتریان اقدام به خرید آن خواهد کرد. امروزه مشتریان ابزارهای فراوانی برای مقایسه قیمت محصولات با یکدیگر دارند. بنابراین کیفیت محصول ما باید هماهنگ با سطح قیمتی مناسب باشد. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم نخواهد شد.

انتخاب قیمت برای محصولات بدون توجه به عملکرد رقبا امکان‌ناپذیر است. اگر شما قصد معرفی محصول تازه‌ای را دارید، ابتدا به وضعیت محصولات مشابه در بازار نگاه کنید. ارزیابی میانگین قیمت‌های مربوط به چنین محصولاتی راهنمای مناسبی برای شما در راستای تعیین یک قیمت منصفانه خواهد بود.

۶.استفاده حداکثری از شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوایی

شبکه‌های اجتماعی صرفا برای تعامل با دوستان و آشنایان نیست. امروزه بسیاری از برندها در عمل از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف بازاریابی و تبلیغات نیز استفاده می‌کنند. رایج‌ترین الگوی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی مربوط به بازاریابی محتوایی است. این شیوه بر روی تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف و تعامل نزدیک با آنها تمرکز دارد. اگر برند شما دارای بخش بازاریابی نیست، باید هرچه سریع‌تر نسبت به راه اندازی یک بخش مجزای بازاریابی و تبلیغات اقدام کنید. عصر کنونی با سلطه شبکه‌های اجتماعی شناخته می‌شود، بنابراین شما باید حضور قابل توجهی در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید.

۷. طراحی پیام فروش به صورت ساده و واضح

ایراد اصلی اغلب کمپین‌های فروش بیان پیام اصلی به صورت پیچیده و غیرواضح است. نتیجه این امر ناتوانی مخاطب هدف برای درک پیام اصلی است. هرچه پیام بازاریابی ما واضح‌تر باشد، تمایل مخاطب هدف برای تعامل با ما افزایش خواهد یافت، بنابراین به هنگام انتخاب پیام اصلی بازاریابی و فروش باید سادگی و وضوح آن را مدنظر قرار دهید. در غیر این صورت توانایی چندانی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهید یافت. امروزه مشتریان در عمل مدت‌زمان زیادی به مشاهده پیام‌های بازاریابی و فروش اختصاص نمی‌دهند بنابراین باید در کمترین زمان ممکن تاثیرگذاری مدنظرمان بر روی مشتریان را خلق کنیم.

۸. خلق تجربه‌ای دلپذیر برای مشتریان

نحوه تعامل ما با مشتریان در فرآیند فروش اهمیت بسیار زیادی دارد. ما باید به دنبال امری فراتر از صرف فروش محصولات‌مان باشیم. ایراد برخی از برندها تاکید بر روی فروش محصولات به هر قیمتی است. یک هدف بهتر در این میان تبدیل شدن به مشاور مورد اعتماد مشتریان است. این امر فرآیند تبدیل خریداران به مشتریان وفادار برندمان را تسهیل خواهد کرد. ما باید در تمام فرآیند تعامل با مشتریان این نکته مهم را مدنظر قرار دهیم. هرچه تجربه مشتریان از خرید محصولات برند ما خوشایندتر باشد، امکان تاثیرگذاری بر روی آنها افزایش خواهد یافت.

منبع: myasbn.com

نظریه انتشار نوآوری چیست و چرا هر کارآفرینی باید آن را بداند؟

یک نظریه هست به اسم نظریه انتشار نوآوری که فکر می‌کنم راجرز توی دهه ۶۰ اولین بار اون رو مطرح کرد و راستش هر کارآفرینی باید یاد بگیره. این نظریه خیلی ساده است. جمعیت توی انحراف استاندارد یه منحنی پراکنده شده. نظریه انتشار نوآوری میگه دو و نیم درصدِ اول جمعیت نوآور هستن، دوازده و نیم یا سیزده و نیم درصدِ بعدیِ جمعیت تبعیت می‌کنن، سی و چهار درصدِ اکثریت متقدم هستن، سی و چهار درصدِ بعدیِ اکثریت متاخر هستن و شونزده درصدِ آخر، گروه تاخیری هستن. گروه آخر گروهیه که تنها دلیلی که گوشی هوشمند می‌خره اینه که دیگه نمی‌شه گوشی‌های قدیمی خرید. اون‌هایی که زودتر تبعیت می‌کنن حاضرن ریسک کنن. اون‌ها حاضرن به غریزه و شهودشون موقع تصمیم‌گیری اعتماد کنن. اکثریت متأخر کمی بدبین‌تر و عمل‌گراتره. مدرک بیشتری می‌خواد. وقتی ببینه قیمت، کیفیت و قابلیت همه اونجاست، تبعیت می‌کنه. برای اون‌هایی که زود تبعیت می‌کنن آدم‌هایی هستن که ساعت‌ها توی صف صبر می‌کنن تا موقعی که یه آیفون به بازار میاد بخرنش در صورتی که می‌شه هفته بعد رفت مغازه و یکی خرید.

سایمون سینک نویسنده، سخنران انگیزشی و مشاور بازاریابی در این ویدئو درباره اینکه نظریه انتشار نوآوری چیست، چرا هر کارآفرینی باید آن را بداند و تأثیری که پیروی از این نظریه در موفقیت‌هایش داشته صحبت می‌کند. با یوکن همراه باشید تا صحبت‌های سایمون سینک درباره نظریه انتشار نوآوری را بشنوید.

هر کارآفرینی که می‌خواد موفقیت عمده‌ای توی بازار داشته باشه، کاری که می‌کنه اینه که اکثریت رو هدف می‌گیره ولی حقیقت اینه که شکلی که ایده‌ها گسترش پیدا می‌کنه، شکلی که چیزها اتفاق می‌افتن و بازاریابیِ عمده می‌شن برعکسه. یکی از دلایلی که اکثریت سریع سراغ چیزی نمی‌رن اینه که صبر می‌کنن یه نفر اول امتحانش کنه. قانون انتشار خیلی ساده می‌گه برای ایجاد نقطه تغییر باید بین ۱۵ تا ۱۸درصد مشارکت داشته باشی. نه الزاماً از کل بازار، بلکه فقط بین افرادی که به چیزی که باور داری، باور دارن. این یعنی به مردم درباره قیمت، کیفیت و قابلیت‌ها اطلاع‌رسانی کنی، بازی خیلی سخت و وحشتناکیه. چون بازی موش و گربه است. اکثریت به اندازه اون گروه اولی که وقتی بهشون می‌گین به چی باور دارین زود ازش تبعیت می‌کنن بگی تاثیر نداره و اگه اون‌ها هم چیزی که شما باور دارید رو باور کنند، جذب می‌شن. من به شدت درگیر این مدل کوچیک شدم و حس می‌کنم دلیل گسترش کار من بوده. من ناشر ندارم، هیچ‌کدوم از کتاب‌هام توسط نیویورک‌تایمز یا جاهای دیگه نقد نشد، من هیچ جور نقدی توی رسانه‌های جمعی نداشتم، من هیچ‌کس رو استخدام نکردم که بره تو سایت آمازون چیزهای تقلبی پست کنه تا امتیازم بیاد بالا، همش واقعی بوده. دلیلش هم این بوده که هیچ‌وقت هدف من اکثریت نبوده. من به طرز وسواسی درباره چیزی که باور دارم، چیزی که باور دارم، چیزی که باور دارم، صحبت کردم. جوری که معرفیم کردی. خوش‌بین. بلافاصله می‌دونی من طرفدار چی‌ام و باورم چیه. بدون اینکه یه کلمه حرف بزنم. اون‌هایی که چیزهایی که من باور دارم رو باور دارن، اون‌هایی که دنیایی رو تصور می‌کنن که من تصور می‌کنم، جذب کار من می‌شن و اگه به نظرشون جالب اومد، به دوست‌شون پیشنهاد می‌کنن. به همون دلیلی که من هم به دوستام خیلی چیزا رو می‌گم. چون وقتی یه چیز زیبا می‌بینیم دوست داریم با افرادی که دوست داریم به اشتراکش بذاریم. یه فیلم خوب می‌بینی، به دوستات زنگ می‌زنی و میگی باید این فیلمو ببینی. همونه و اگه اونا هم پیداش کنن... وقتی این آدم‌ها رو داری که اعتبارشون خیلی از من، یا هر بازاریاب و تبلیغات‌چی و روزنامه‌نگاری بیشتره. وقتی دوستت میگه باید اینو بخونی، از دیگران الهام‌بخش‌تر و قابل‌اعتمادتره.

من به شکل وسواسی دنبال نظریه انتشار نوآوری بودم و هستم که افرادی رو پیدا کنم که باوری که من دارم رو داشته باشن و افرادی که بهم بگن بهم ثابت کن چرا باید کتابت رو بخونم. بهم ثابت کن چرا باید به حرفت گوش کنم. جواب-شون اینه که، نخون. گوش نکن. بعداً بهت می‌رسم. هیچ‌وقت سعی نمی‌کنم کسی رو قانع کنم که یه چیزی جالبه یا همچین چیزی رو بهش قالب کنم. به اون‌هایی که درکش می‌کنن بیشتر علاقه‌مندم.

منبع: ucan

دلایل گرایش بازاریاب‌ها به سوی همایش‌های آنلاین

چرا بازاریاب‌ها همایش‌های مجازی را دوست دارند؟

ترجمه: علی آل‌علی

پیش از شیوع ویروس کرونا اغلب برندها برای برگزاری همایش‌های کاری به سراغ نمونه‌های حضوری می‌رفتند. دلیل این امر عرف رایج در دنیای کسب و کار برای هماهنگی حضوری امور مربوط به همایش‌ها و اهمیت ملاقات‌های رو در رو بود. بنابراین تا پیش از شیوع ویروس کرونا صحبت از برگزاری همایش‌ها یا ملاقات‌های کاری به صورت آنلاین چندان جدی تلقی نمی‌شد. این امر در طول ماه‌های اخیر به طور کامل تغییر کرده است. اکنون برگزاری همایش‌ها و ملاقات‌های آنلاین بدل به انتخاب نخست اغلب برندها شده است. شاید در نگاه نخست این حجم از تغییر در جهت‌گیری برندها بسیار عجیب و غیرمنتظره باشد، اما به لطف شرایط کنونی برگزاری جلسات و حتی همایش‌های بزرگ به صورت آنلاین بدل به عادتی رایج در میان بازاریاب‌ها و برندها شده است.

بستر مناسب اینترنت برای برگزاری جلسات و همایش‌های آنلاین اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به طور مداوم بر روی حضور در شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی آنلاین سرمایه‌گذاری کرده‌اند. دسترسی اغلب مردم در سراسر دنیا به اینترنت پرسرعت استفاده از همایش‌های آنلاین را بدل به گزینه‌ای جذاب کرده است. به عنوان مثال، شرکت Adobe همایش فصل بهار خود را همراه با ۵۰۰ هزار بازدیدکننده به صورت آنلاین برگزار کرد. نکته جالب حضور ۱۶ برابر بیشتر کاربران بر اساس پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه مدیران Adobe بود. بر این اساس نه‌تنها برندها، بلکه مشتریان آنها نیز در حال عادت به همایش‌های آنلاین هستند. مزیت اصلی همایش‌های آنلاین امکان صرف نظر از هزینه جابه‌جایی و اجاره واحدهای تجاری برای برگزاری رویداد موردنظر است.

اگر شما در طول دوران فعالیت‌تان سفرهای کاری بسیار زیادی برای شرکت در جلسات مختلف داشتید، اکنون باید با آنها خداحافظی کنید. بسیاری از جلسات کاری دیگر در فضای رسمی و به صورت حضوری برگزار نمی‌شود. انواع نرم‌افزارهای ارتباط از راه دور مانند اسکایپ جایگزین شیوه‌های ملاقات سنتی شده است. وظیفه اصلی هر بازاریابی در این شرایط تلاش برای هماهنگی هرچه بهتر با شرایط جاری است. در غیر این صورت از مسیر توسعه کسب و کارها دور خواهیم شد.

شرکت Adobe در راستای برگزاری همایش‌ها به صورت آنلاین تنها نیست. بسیاری از برندهای دیگر نیز در کنار آنها مشغول به سرمایه‌گذاری بر روی رویدادهای آنلاین هستند. بنابراین شما در مسیری پر از رقابت حضور خواهید داشت. در این میان ایده‌های جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف اهمیت بالایی خواهد داشت. همانطور که بسیاری از همایش‌های حضوری برندها با بی‌توجهی مخاطب هدف مواجه می‌شود، در اینجا نیز باید به دنبال راهکارهایی برای جلب نظر مخاطب هدف به رویدادهای برندمان باشیم. اگرچه شیوه حضور در رویدادهای آنلاین بسیار ساده‌تر از هر زمانی است، اما مخاطب هدف وقت اضافی برای حضور در چنین رویدادهایی ندارد بنابراین همان فرآیندهای ارزیابی سلیقه مخاطب هدف و ترتیب دادن سخنرانی‌های جذاب باید در اینجا نیز مدنظر قرار گیرد.

هدف اصلی ما در این مقاله بررسی چرایی توجه و علاقه بازاریاب‌ها و کسب و کارها به برگزاری همایش‌های آنلاین است. بدون تردید ما برخی از نکات ابتدایی را مورد بررسی قرار داده‌ایم، اما بحث تخصصی پیرامون این موضوع نیازمند ارزیابی آن در قالب بخش‌های مجزاست بنابراین ما در ادامه براساس تجربه برندهای بزرگ از برگزاری همایش‌های آنلاین به بررسی موضوع مورد بحث خواهیم پرداخت.

۱. هزینه‌های پایین برگزاری همایش آنلاین

هزینه برگزاری همایش‌های حضوری همیشه برای برندها چالش‌برانگیز بوده است. اینکه پرداخته چنین هزینه‌ای منطقی به نظر می‌رسد یا خیر، اغلب بازاریاب‌ها و مدیران شرکت‌ها را دچار سردرگمی می‌کند. امروزه بسیاری از شرکت‌ها به دلیل بحران کرونا در وضعیت مالی دشواری به سر می‌برند بنابراین استفاده از همایش‌های آنلاین امکان کاهش قابل توجه هزینه‌های جاری را در پی خواهد داشت. برخی از بازاریاب‌ها نسبت به کاهش ۵۰ درصدی هزینه‌های برگزاری همایش‌های آنلاین گزارش‌هایی ارائه کرده‌اند. این امر در مورد شرکت Adobe شامل برگزاری همایش‌هایی با پایه هزینه یک هزار دلار در ازای ۵۰۰ دلار است بنابراین تغییر جهت‌گیری از سوی همایش‌های حضوری به سوی همایش‌های آنلاین کاملا مقرون به صرفه خواهد بود.

نکته بعد در مورد هزینه برگزاری همایش‌ها مربوط به دشواری هماهنگی با مهمان‌هاست. بسیاری از همایش‌ها در لحظه آخر به دلیل بروز مشکلاتی برای مهمان‌ها لغو یا با برنامه‌ای متفاوت اجرا می‌شوند. مزیت همایش‌های آنلاین سهولت دسترسی مهمان‌ها به سامانه است بنابراین سخنرانی‌ها مطابق برنامه و بدون نیاز به ایجاد گسست اجرا خواهد شد. اگر شما تجربه مدیریت همایش‌های بزرگ را داشته باشید، ساماندهی امور به صورت منظم همیشه دشوار است. سامانه‌های برگزاری همایش‌ها به صورت آنلاین مزیت استفاده از نظم و ترتیب بهتر برای امور را دارد بنابراین شما باید استفاده از سامانه‌های برگزاری آنلاین همایش‌ها را در اولویت فعالیت‌تان قرار دهید.

۲. نیاز به زمان کمتر برای برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی برای برگزاری همایش‌های مختلف همیشه همراه با دشواری‌های خاصی است. بسیاری از برندها در این مسیر با شکست‌های سنگینی مواجه می‌شوند. عنصر زمان در عرصه کسب و کار همیشه کمیاب است بنابراین ما باید در تلاش برای استفاده بهینه از آن باشیم. همایش‌های آنلاین نیاز به زمان چندانی برای برنامه‌ریزی ندارند بنابراین شما امکان استفاده از مزیت‌های این شیوه برای بازاریابی بهینه را خواهید داشت.

هرچه سرعت عمل شما برای تبدیل ایده کنفرانس‌تان به یک همایش واقعی بیشتر باشد، توانایی بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. امروزه ایده‌های مناسب برای برگزاری همایش به طور واحد در ذهن چند نفر شکل می‌گیرند بنابراین اگر به دنبال موفقیت در حوزه بازاریابی هستید، باید هرچه سریع‌تر دست به کار شوید.

برگزاری نشست‌های آنلاین زمان کمتری در مقایسه با همایش‌های سنتی به خود اختصاص می‌دهد، با این حال چنین امری به معنای عدم نیاز به اختصاص زمان برای برگزاری همایش نیست. اگر شما قصد برگزاری همایش بسیار بزرگی در سطح بین‌المللی را دارید، باید دست‌کم از یک تیم ۳۰ نفره بازاریابی استفاده کنید. همچنین اختصاص زمانی تقریبی دو هفته برای ساماندهی بهینه امور ضروری خواهد بود. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف فراهم خواهد شد. یکی از اشتباهات برندها در این میان تلاش برای ساماندهی امور در مدت‌زمان بسیار اندک است. اغلب نتیجه این امر ناتوانی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود بنابراین شما باید زمان موردنیاز برای بازاریابی و طراحی برنامه‌ها در مورد رویدادهای آنلاین را مدنظر داشته باشید.

۳. سهولت دسترسی بازدیدکنندگان

امروزه اغلب مردم دارای برنامه‌های بسیار شلوغ و پشت سر هم هستند. این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف برای حضور در همایش‌های آنلاین را به شدت کاهش می‌دهد. اگر ما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف برای حضور در همایش‌های‌مان هستیم، باید زمان‌بندی درستی داشته باشیم. اغلب همایش‌های حضوری در روزهای تعطیل هفته برگزار می‌شود. این امر کمک شایانی به مخاطب هدف برای حضور در آنها می‌کند بنابراین شما نیز باید چنین استراتژی را در پیش بگیرید.

یکی از مزیت‌های اصلی همایش‌های آنلاین امکان دسترسی ساده به مخاطب هدف است. حضور در چنین همایش‌هایی نیاز به لغو کارهای روزمره نیست. به عنوان مثال، اغلب افراد امکان گوش دادن به صحبت‌های یک همایش بزرگ در مسیر رفت و آمد بین محل کار و خانه را دارند. این امر مزیت‌های قابل توجهی برای برندها ایجاد می‌کند بنابراین اگر شما به دنبال ایجاد زمانی مناسب برای حضور دامنه وسیعی از مخاطب هدف در همایش‌های‌تان هستید، باید نسبت به مزیت‌های همایش‌های آنلاین اطلاع دقیق داشته باشید.

۴. امکان ارتباط با سراسر دنیا

برگزاری همایش‌های حضوری همیشه با محدودیت مکانی مواجه است. بسیاری از افراد علاقه‌مند به برند ما توانایی سفر به شهر محل برگزاری کنفرانس را ندارند. همچنین حضور مشتریان خارجی در کنفرانس موردنظر نیز به طور کامل منتفی است. ما باید به دنبال راهکارهایی برای حضور تمام مشتریان علاقه‌مند به کسب و کارمان در همایش‌های شرکت باشیم. راهکار مناسب در این بخش مربوط به برگزاری همایش‌های آنلاین است. چنین همایش‌هایی محدودیت‌های مکانی را به طور کامل از بین می‌برد بنابراین شما امکان تعامل با مشتریان جهانی را خواهید داشت. شاید این امر در ابتدا عجیب به نظر برسد، اما تاثیرگذاری همایش‌های آنلاین در بعد جهانی بسیار بیشتر از همایش‌های حضوری است. دلیل این امر دسترسی وسیع کاربران به همایش‌های موردنظر است.

مهمترین نکته در مورد برگزاری همایش‌های آنلاین مربوط به اطلاع‌رسانی دقیق است. تمام مخاطب هدف ما در سراسر دنیا باید اطلاع دقیقی از زمان و نحوه برگزاری همایش داشته باشند. در غیر این صورت احتمال بروز نارضایتی در مخاطب هدف افزایش خواهد یافت.

۵. تعامل هرچه عمیق‌تر مخاطب با بحث‌ها

مخاطب هدف برای تعامل با برندها نیاز به فضایی تعاملی دارد. ایراد اصلی بسیاری از همایش‌های حضوری فقدان کانال‌های ارتباطی مناسب برای طراح پرسش و تعامل از سوی حاضران است. بنابراین مشاهده بازدهی پایین همایش‌های حضوری امر عجیبی نخواهد بود. امروزه همایش‌های آنلاین دارای امکانات وسیعی برای گفت‌وگوی کاربران هستند. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای یک برند دارد. وقتی سطح تعامل بازدیدکنندگان با همایش بالا باشد، توجه رسانه‌های جمعی نیز به رویداد موردنظر جلب خواهد شد بنابراین شما امکان کسب شهرت و بهبود جایگاه برندتان را خواهید داشت.

شهرت مناسب یک برند در زمینه برگزاری همایش‌های کاری اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها در عمل برای کسب شهرت بیشتر دست به اختصاص بودجه‌های بسیار زیاد نیز می‌زنند بنابراین شما باید در وهله نخست اقدام به اطلاع‌رسانی دقیق برای همایش و سپس بهبود کانال‌های ارتباطی مخاطب هدف با سخنران‌ها کنید. این امر توجه بالای رسانه‌ها را جلب خواهد کرد. به این ترتیب شما امکان تبدیل شدن به تیتر اول اغلب رسانه‌ها را خواهید داشت.

۶. تولید محتوای فراوان

وقتی دسترسی به سخنران، مهمان و مخاطب هدف ساده‌تر باشد، تولید محتوا نیز سریع‌تر صورت می‌گیرد. یکی از انتقادهای اساسی تمام بازدیدکنندگان از رویدادهای حضوری فقدان تاثیرگذاری همایش‌ها بر روی دانسته‌های‌شان است. رویدادهای آنلاین به دلیل تمرکز بیشتر شرکت‌کنندگان امکان تولید محتوای ارزشمند را افزایش می‌دهد. بسیاری از بازاریاب‌ها پس از برگزاری همایش‌های آنلاین اقدام به تحلیل داده‌ها و اطلاعات تولید شده می‌کنند. این امر فرصت مناسبی برای تولید کمپین‌های بازاریابی براساس اطلاعات به دست آمده از دل کمپین‌های موردنظر خواهد بود. به این ترتیب شما توانایی تاثیرگذاری مداوم بر روی مخاطب هدف بدون نیاز به تولید داده‌های تازه را خواهید داشت.

۷. تمایل سخنران‌های حرفه‌ای برای حضور در همایش‌های آنلاین

سخنران‌های حرفه‌ای در زمینه کسب و کار حضور بسیار موفقی در همایش‌های آنلاین دارند. این امر در مورد کارآفرینان حرفه‌ای نیز صادق است. دلیل این امر برنامه‌های فشرده اغلب کارآفرینان مهم در طول روز است. وقتی همایش‌های آنلاین باشد، کارآفرینان بزرگ توانایی بیشتری برای اختصاص زمان اندک به منظور حضور در همایش‌های موردنظر خواهند داشت.

همایش‌های سنتی همیشه نیازمند سفر سخنران‌ها برای حضور در مکان برگزاری رویداد است. این مشکل از سوی بازدیدکنندگان نیز وجود دارد بنابراین شما با برگزاری رویداد آنلاین امکان جلب نظر بازاریاب‌های حرفه‌ای و کارآفرینان بزرگ به همایش‌تان را خواهید داشت.

۸. مدیریت ساده‌تر

همایش‌های آنلاین دردسرهای زیادی برای مدیریت ندارند. اغلب همایش‌های آنلاین بدون نیاز به اطلاعات و اختصاص زمان قابل توجه از سوی مسئولان مدیریت می‌شود. دلیل این امر امکان استفاده از دستیارهای هوشمند در فرآیند برگزاری همایش است. همایش‌های حضوری همیشه با مشکل برگزاری درست و مدیریت مناسب همراه است. این امر به لطف فناوری هوش مصنوعی در همایش‌های آنلاین تا حد زیادی رفع شده است بنابراین دیگر جای نگرانی برای شما و برندتان نخواهد بود.

۹. امکان تبدیل سریع مخاطب به مشتری برند

ترغیب مخاطب هدف در همایش‌ها برای خرید محصولات شرکت امر دشواری محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این مسیر با ناکامی‌های بسیار زیادی مواجه هستند. مزیت اصلی همایش‌های آنلاین امکان برنامه‌ریزی مناسب و همچنین تاثیرگذاری عمیق بر روی مخاطب هدف است. نکته مهم در این میان استفاده از کارشناس‌های متعدد برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها دارد. هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات برای جلب نظر مخاطب هدف به محصولات امکان کاهش در پی تمرکز بر روی همایش‌های آنلاین را دارد بنابراین شما بدون دغدغه و صرف هزینه‌های گزاف فرصت پیشفروش محصولات‌تان را خواهید داشت. این امر در صورت برنامه‌ریزی برای برگزاری همایش در قالب رونمایی از محصولات تازه کاربرد بیشتر خواهد یافت.

جمع‌بندی

استفاده از فناوری‌های نوین برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ترند تازه‌ای نیست. نکته مهم در این میان استفاده از مزیت‌های همایش‌های آنلاین در شرایط کنونی است. بسیاری از مردم دیگر علاقه‌ای به حضور در همایش‌های حضوری ندارند. این امر به دلیل شیوع ویروس کرونا تا مدت زمانی طولانی پابرجا خواهد بود بنابراین ما با جهت‌گیری به سوی استفاده از همایش‌های آنلاین امکان تداوم تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهیم داشت.

منبع: blog.marketo.com

ایستگاه بازاریابی

۱۱ فرآیند و استراتژی بازاریابی جذب مشتری جدید

بازاریابی جذب مشتری جدید هرگونه فعالیت بازاریابی است که با هدف مشخص جذب مشتریان جدید انجام شود. در این زمینه مشتریان جدید مصرف‌کنندگانی هستند که هرگز از سازمانی خرید نکرده‌اند یا دیگر فعالانه در حال انجام این کار نیستند. در این بخش از مقالات کسب و کار بازده با ما همراه باشید تا با بهترین استراتژی‌های بازاریابی جذب مشتری جدید آشنا شوید.

انواع مشتریان برای جذب جدید

چشم‌انداز- یک چشم‌انداز مشتری بالقوه یا سرنخ فروشی است که به براساس مجموعه‌ای از ضوابط تایید شده است.

مشتریان گرینفیلد یا مشتریان کاملا جدید برای کسب و کار- این مشتریان پیش از این از شرکت خریدی نکرده‌اند. مشتریانی که به جذب مجدد درآمده‌اند- این موارد مشتریانی هستند که قبلا از این کسب و کار خرید می‌کرده‌اند اما دیگر این کار را نمی‌کنند و به عنوان مشتریانی که باید مجددا به دست آورده شوند شناسایی شده‌اند. مشتریانی که مدتی از خریدشان می‌گذرد- مشتریانی که اخیرا دچار مرور زمان شده و دیگر ورای یک دوره زمانی مورد انتظار دست به خرید نزده‌اند. این مشتریان را می‌توان در صورتی در این دسته‌بندی قرار داد که در بازه زمانی سه تا شش ماه دست به خرید می‌زنند اما طی شش ماه گذشته خرید نداشته‌اند. مشتریان خنثی- مشتریان خنثی کاربرانی هستند که طی یک دوره زمانی طولانی خرید نکرده‌اند، به عنوان مثال بیش از ۱۲ ماه است که خرید نکرده‌اند.

فرآیند جذب می‌تواند به شش مرحله اصلی تقسیم شود:

۱. تجزیه و تحلیل

یک شرکت باید پیشینه مشتریانی که محصولات رقیب را خریداری می‌کنند و اینکه رقبا چه ارزشی را ارائه می‌کنند، درک کند. سایر عواملی که باید مدنظر قرار بدهیم عبارتند از اینکه آیا مشتریان از محصولات و پیشنهادات سازمان آگاهند و چه برداشتی از آنها دارند.

۲. آماده‌سازی

در این فاز سازمان خود را پیش از رفتن به سراغ مشتری آماده می‌کند؛ فعالیت‌های آماده‌سازی شامل همراه شدن با فروش طی فرآیند و رویکرد جذب؛ تعریف مشتریان و نقطه نظرات‌شان (به عنوان مثال نیازها و چالش‌های اصلی‌شان)؛ تطبیق ارزش تجاری و توافق بر سر قیمت نهایی و یا نحوه راغب کردن مشتری می‌شود.

۳. آموزش

طی این فاز عموما به صورت غیرمستقیم و از طریق اطلاعات با مشتریان تماس گرفته می‌شود تا به آنها در فاز تحقیق‌شان کمک کنیم؛ این کمکی است به سفر خریدار که طی آن مشتریان مقدار نیازهای‌شان را مشخص نموده و به دنبال راه‌حل‌های جایگزینی برای نیازهای‌شان می‌گردند.

۴. آغاز درگیر کردن مشتری

طی این فاز کسب و کار یا نمایندگان کسب و کار با مشتری تماس می‌گیرند.

۵. دنبال کردن

طی مرحله دنبال کردن بخش فروش به صورت فعالانه‌تری با مشتری درگیر می‌شود و در پاسخ دادن به هرگونه سوال نهایی که مشتری ممکن است داشته باشد یاری می‌رساند.

۶. جذب

مرحله نهایی این فرآیند زمانی است که مشتری تصمیم به خرید گرفته و معامله را تکمیل می‌کند.

۱. تله‌ها و تسهیل‌کنندگان مسیر

تسهیل‌کنندگان مسیر معمولا برای این طراحی می‌شوند تا در جلب توجه و ارائه فرصت‌هایی به کسب و کار برای درگیر شدن با مشتری کارایی داشته باشند. انواع تسهیل‌کنندگان مسیر شامل معرفی‌نامه‌های کم‌هزینه، کوپن‌ها و همچنین رویکردهای پیچیده‌تری می‌شوند که شامل ارائه چیزی باارزش توسط مسئول فروش طی یک جلسه با مشتری می‌شود. تسهیل‌کنندگان مسیر باید برای سهامداری که هدف‌مان درگیر کردن اوست جالب باشد. تسهیل‌کنندگان مسیر در عین حال می‌توانند به خدمات نیز مربوط باشند، به عنوان مثال، برخی شرکت‌های سخت‌افزار IT خدمات کم‌هزینه یا رایگانی را برای نشان دادن توانایی‌های‌شان ارائه می‌کنند.

۲. رویکرد اصرار برای جذب مشتری جدید

مکتب‌های فکری متفاوتی در زمینه جذب مشتری وجود دارند. رویکرد «اصرارم که طی آن شرکت یا مامور فروش مدام به سراغ یک مشتری بالقوه می‌رود از کارایی کمتری برخوردار است. سایرین که از روش‌های بازاریابی استفاده می‌کنند به دلیل استراتژیک‌تر بودن، پیچیدگی در برنامه‌ریزی و هدف‌گیری، از کارایی بیشتری برخوردارند.

۳. بخش‌بندی بازار؛ بخش‌بندی مشتریان

انجام یک بخش‌بندی دقیق که بتوانیم در واقع از آن استفاده کنیم بسیار مهم است. به عنوان مثال، یک کسب و کار ممکن است بخواهد همه کسب و کارهای کوچک در بریتانیا را هدف بگیرد اما با وجود ۴ میلیون کسب و کار کوچک، بازاریابی برای همه آنها و متعاقبا درگیر کردن همه آنها واقع‌گرایانه یا مقرون به صرفه نیست. بخش‌بندی این مخاطب بزرگ می‌تواند از نوع افقی، براساس منطقه، با براساس بخش‌بندی براساس تعداد کارکنان باشد. به صورت ایده آل بخش‌بندی باید مجموعه‌ای از قواعد را دنبال کند، به عنوان مثال می‌توان به همه کسب و کارهای کوچک با بیش از پنج کارمند در هر منطقه پیشنهاد خدمات مشاوره داد.

۴. داستان‌های جالب و فراخوان

همه شرکت‌ها با اندازه‌های مختلف داستان‌هایی برای گفتن دارند؛ آنها باید این داستان‌ها را برای جلب توجه مشتریان بالقوه بگویند. کسب و کارهای کمی در مورد ایجاد و به اشتراک گذاشتن پیشنهاد یا پیام‌شان به شکل جالبی فکر می‌کنند که سپس به چیز منقولی تبدیل شود. به عنوان یک نمونه، آنها می‌توانند یک مقاله یا نوشته‌ای از سوی رئیس ارائه کرده و آن را به دعوت به یک وبینار یا تماس مرتبط ساخته و این چالش منحصر به فرد را به صورت شخصی مورد بحث و بررسی قرار بدهند.

۵. طرفداری

ایجاد برنامه‌های طرفداری نیز برای جذب مهم است. مشتریان طرفدار احتمالا قدرتمندترین تاثیر را بر مشتریان بالقوه دارند زیرا مشتریان به سایر مشتریان گوش می‌دهند؛ به همین دلیل است که امتیازدهی آمازون و انواع سایت‌های بررسی مشابه بسیار محبوب هستند. طرفداری می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد. به عنوان مثال، گلاسدور سایتی است که به طور آنلاین فرصت‌هایی برای صحبت در مورد شرکت‌ها و امتیازدهی به آنان را برای افراد شاغل و بیکار فراهم می‌کند. نظرات منفی باعث می‌شود افراد دیگر به دنبال استخدام در یک شرکت، درگیری و ارتباط با آن شرکت نباشند؛ نظرات مثبت و امتیازدهی بالا می‌تواند به جذب استعداد و کسب و کارها به سمت یک سازمان کمک کند.

منبع: forbes/bazdeh

رهبری

توسعه کسب و کار با تمرکز بر بازارهای نامحسوس

به قلم: واکر اسمیت کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

اگـر ما فقط یـک درس کوچک از تغییر مـداوم جوامع در طول سـال‌های اخیر یاد گرفته باشـیم، کاهش جذابیت شمار بالایی از برندها برای مشـتریان اسـت. این امر با تلاش اغلب کسب و کارها برای تبلیغات بیشتر و افزایش جذابیت پیشنهادهای‌شان نیز جبران نشده اسـت. اکنون بسیاری از کسب و کارها در شرایط وخیمی به سـر می‌برند. تلاش برای دستیابی به مشتریان هرچه بیشتر در این دوران در عمل به معنای ورود به بازارهای تازه است. این امر همراه با شک و تردیدهای بسیار زیادی از سوی برندهاست. در هر صورت ورود به یک بازار تازه در شرایط غیرمطمئن اقتصادی نیازمند امری بیش از شجاعت صرف است.

انتظارات مشتریان در طول سال‌های اخیر از برندها افزایش بسیار زیادی یافته است. اکنون مشتریان به برندها به چشم تهیه‌کنندگان صرف محصولات موردنیازشـان نگاه نمی‌کنند. پیگیری یک یا چند ارزش اجتماعی مهم بدل به یکی از نیازهای اساسـی کسب و کارها برای ادامه تعامل سـازنده با مخاطب هدف شده است. امروزه اغلب مشتریان تمایل به احسـاس تعلق خاطر به یک یا چند برند خاص براسـاس هویت فرهنگی‌شـان دارند. نمونه مناسب این امر در بازار ایالات متحده روی داده اسـت. شـهروندان دارای تبار آسـیایی یا آفریقایی اغلب از برندهای خاصـی حمایت می‌کنند. دلیل این امر جهت‌گیری مشـخص چنین برندهایی به سوی بازنمایی ارزش‌های مرتبط با چنین گروه‌های اقلیتی است.

وقتـی در حوزه کسـب و کار و بازاریابی از گروه‌های اقلیت بحث می‌شـود، اصطلاح بازارهای نامحسوس مدنظر قرار می‌گیرد. منظور از بازارهـای نامحسـوس مجموعه‌ای از بازارهـای کوچک در کنار بازارهای بزرگ اسـت. شـاید چنین بازارهایی برای برندهای بزرگ اهمیت چندانی نداشته باشد، اما نقش تعیین‌کننده‌ای در سرنوشت کسـب و کارهای کوچک دارد. نکته مهـم در این میان حمایت دو طرفه برندها و مشـتریان از یکدیگر در بازارهای نامحسـوس است بنابرایـن رابطه میان دو طرف فراتـر از اموری مانند خرید و فروش محصولاتی خاص است.

بدون تردید صحبـت از ضرورت ارتباط عمیق با گروه‌های اقلیت در بازارهای مختلف بسـیار راحت‌تر از اجرای آن است. اغلب برندها در این مسـیر با مشـکلات متنوعی مواجه هسـتند. با این حساب بررسـی فرآیند تعامل با مشتریان متعلق به گروه‌های اقلیت نژادی یا قومی ایده مناسـبی خواهد بود. نخستین اصل مهم برای حضور پایـدار در چنین بازارهایی صداقت و احترام متقابل اسـت. ما باید همیشه با اقلیت‌های موجود به عنوان مشتریان‌مان با نهایت احترام رفتار کنیم. این امر در مورد تعامل برندهای آمریکایی با شهروندان سـیاه پوست باید به دقت رعایت شود. نژادپرستی در ایالات متحده امر افتخارآمیزی نیست، اما یکی از واقعیت‌های بنیادین این جامعه اسـت. اگر ما در چنین بازاری در تلاش برای جلب نظر مشـتریان سـیاه پوست هسـتیم، باید در تلاش برای جلب اعتماد آنها باشیم. این امر از طریق احترام به این گروه و استفاده از المان‌های فرهنگی موردپسند آنها در فرآیند بازاریابی و توسعه کسب و کارمان است.

کسب و کارهایی که در مسیر توسعه‌شان به بازارهای نامحسوس توجه داشته باشـند، امکان اسـتفاده از مزیت‌های گسترده چنین بازارهایی را دارند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها از نقطه نظر سـرعت رشـد و توسعه دارد. امروزه بسـیاری از برندها پس از گذشـت سـال‌های متمادی هنوز درگیر ورود بـه بازارهای محلی مجاور هسـتند. تمرکز بـر روی بازارهای نامحسـوس و گروه‌های اقلیت در بازارهای مختلف گزینه بسیار جذابی برای توسعه سریع و مطمئن کسب و کار محسوب می‌شود. تجربه اغلب کسب و کارهای کوچـک و موفـق در زمینه تمرکز بر روی بازارهای نامحسـوس از تبدیـل مخاطـب موردنظر به مشـتریان وفادار برنـد حکایت دارد بنابراین شـما با یک اقدام سـاده امکان دسترسـی بـه دامنه قابل توجهی از مشتریان وفادار را نیز خواهید داشت.

منبع: brandingstrategyinsider.com

کارآفرین‌های موفق صبح خود را چگونه آغاز می‌کنند

به قلم: جیسون دیمرس نویسنده و سخنران حوزه مدیریت و کارآفرینی
مترجم: امیر آل‌علی

برای تمامی کارآفرین‌های موفق جهان، سحرخیزی یک عادت بسیار مهم محسـوب می‌شـود. درواقع آنها باید زودتر از آنکه فعالیت شرکت آغاز شـود، خود را آماده ساخته باشند. همچنین راز یک روز پرانرژی و حفظ سلامتی، داشتن یک برنامه خواب منظم است. بر طبق آن افرادی که قبل از ساعت ۱۲ به خواب می‌روند، نه‌تنها به تعداد ساعت استراحت کمتـری نیاز دارند، بلکه سـلامتی آنها نیز تا حد زیادی تضمین شـده خواهد بود. با این حال یکی از سوالات جذاب برای هر فردی این است کـه کارآفرین‌ها چگونه روز خود را آغـاز می‌کنند. همین امر نیز باعث شده است تا یکسری تحقیقات انجام شود که نتیجه آن پیداکردن هفت عادت مشترک است. در ادامه آنها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-زمانی مشخص برای بیدارشدن

بدن انسان این قابلیت را دارد که با هر شرایطی خود را وقف دهد، با این حال ایجاد عادت سـخت بوده و به راحتی می‌تواند از بین برود. به همین خطر شما باید حمایت‌های لازم را از آن انجام دهید. برای مثال اگر خواهان این امر هسـتید که هر روز سـاعت ۵ صبح از خواب بیدار شوید، لازم است تا به این ساعت خود را مقید کنید. پس از گذشت تنها یک ماه، این موضوع به عادت رفتاری شـما تبدیل خواهد شد. در کنار این موضوع توجه داشته باشید که شما باید به کیفیت خواب خود توجه داشته باشید. برای مثال تاریک بودن اتاق، راحت بودن محل استراحت و حذف صداها از جمله مواردی است که باید به آن توجه داشته باشید.

۲-مدیتیشن

آیا شـما اطلاعی در رابطه با این ورزش ندارید؟ نکته جالب این است که شـما بـرای انجام ایـن ورزش فوق‌العاده، به تجهیـزات خاصی نیاز نداشـته و می‌توانید فیلم‌های آن را در یوتیوب مشـاهده کنید. درواقع تاثیـر آن به حدی زیاد اسـت کـه یکی از روش‌های مراقبه محسـوب می‌شـود. بـه همین خاطر تاثیر آن هم بر روی سـلامت جسـم و هم روح اسـت. بهترین زمان برای انجـام این کار نیز بلافاصله پس از بیدار شدن است. این امر باعث خواهد شد تا با وضعیت به مراتب بهتری روز خود را آغاز کنید. درواقع مدیتیشـن بخش جدایی ناپذیر زندگی تقریبا تمامی کارآفرین‌ها اسـت. نکته مهمی که باید به آن توجه داشته باشید این اسـت که ذهن محرک اصلی برای تـلاش و یا رهاکردن همه چیز محسـوب می‌شود. به همین خاطر بسـیار مهم است که افکار منفی را از خود دور کرده و به آرامشـی درونی دسـت پیدا کنید. در این رابطه مدیتیشـن یک راهکار کاملا مناسب محسوب می‌شود. برای درک تاثیر آن توصیـه می‌شـود که تنها برای یـک هفته این اقـدام را به صورت آزمایشی انجام دهید.

۳-ورزش

اگرچه مدیتیشـن را نیز می‌تـوان جزو ورزش‌ها به حسـاب آورد، با این حال طبیعی اسـت که با تکیه بر آن شـما نمی‌توانید تناسب اندام خـود را حفظ کنید. به همین خاطر ضروری اسـت تا یک ورزش دیگر را بـه صورت مداوم انجام دهید. در این رابطه فراموش نکنید که شـما بایـد با توجه به وضعیت خود اقدام کنید. برای مثال دلیلی وجود ندارد که از همان روز اول، یک سـاعت ورزش مداوم را داشته باشید. در این رابطه سلسـله مراتب بسیار مهم بوده و در غیر این صورت، با نتیجه‌ای کامـلا عکس مواجه خواهید شـد. در این رابطه دویـدن در کنار انجام تمرین‌های کششـی، یک گزینه کاملا مناسب و در دسترس محسوب می‌شـود، با این حال ممکن است شما به مواردی دیگر نظیر بدنسازی، شنا و یا هر ورزش دیگری تمایل داشته باشید. به صورت یک استاندارد کلی، هر فردی به حداقل ۲۰ دقیقه ورزش روزانه برای حفظ سـلامتی خود نیاز دارد.

۴-صبحانه

بدون شـک صبحانه مهم‌تریـن وعده غذایی در طول روز محسـوب می‌شـود. در این رابطه بسیار مهم است که از مواد غذایی غنی استفاده کنید. همچنین فراموش نکنید که افراد با یکدیگر تفاوت داشـته و نیاز بدنی آنها متفاوت اسـت. به همین خاطر بهتر اسـت تا از یک مشـاور تغذیه مشورت گرفته و بهترین برنامه را برای خود ایجاد کنید. همچنین روانشناس ها توصیه می‌کنند که با توجه به این امر که شما وعده ناهار را در کنار تیم شـرکت خواهید بود، حتمـا صبحانه را در کنار خانواده خود صرف کنید. این امر باعث خواهد شـد تا فرصت بیشتری برای در کنار هم بودن وجود داشته باشد. این مسئله از جمله معضل‌های جدی زندگی کارآفرین‌ها محسـوب می‌شود که معمولا زمان کمتری را برای بـودن در کنار خانواده خود دارند. به همیـن خاطر این موضوع کمک خواهد کرد تا تعادل میان کار زندگی شخصی، بهتر شکل گیرد.

۵-قهوه

بهترین زمان برای صرف قهوه ابتدای صبح است. این امر در حالی است که بسیاری از افراد این امر را به ساعات پایانی کار خود اختصاص می‌دهند که نتیجه آن اختلال خواب اسـت. درواقع کافئین موجود در قهوه، کمک خواهد کرد تا سرحال‌تر باشید. این امر زمینه را برای شروع سریع اقدامات مهیا خواهد کرد. به عقیده برایان تریسـی، هر فردی باید سخت‌ترین کار روزانه خود را در همان ابتدا انجام دهد، در این رابطه ضروری است تا شما در وضعیت خوبی قرار داشته باشید، با این حال فراموش نکنید که کیفیت قهوه و حجم آن نیز بسیار مهم بوده و نباید زیاده‌روی کنید.

۶-برنامه‌ریزی

شـروع یک روز بدون برنامه، بدترین اشـتباهی اسـت که هر فردی می‌توانـد انجام دهد. این امر برای مدیـران به علت این امر که با حجم کاری بالایی مواجه هسـتند، کاملا الزامی خواهد بود. درواقع زود بیدار شدن به شما این امکان را می‌دهد که برخی از اقدامات را قبل از حضور در شـرکت انجام دهید. برای مثال چک کردن سریع ایمیل‌ها، یکی از این موارد محسـوب می‌شود، با این حال توجه داشته باشید که باید در این رابطه محدودیت زمانی تعیین کنید. در غیر این صورت اقدام شـما بیش از حد طولانی خواهد شد.

۷-مطالعه و پیگیری اخبار

اگرچه ممکن اسـت تصور کنید که بـرای این حجم از اقدامات زمان کافی را نخواهید داشـت، با این حال همـواره راهکارهایی وجود دارد. بـرای مثال می‌توانید در حیـن راه ورزش و یا رانندگی، به اخبار گوش کـرده و یا کتاب صوتی را انتخاب کنید. ایـن نکته را همواره به خاطر داشته باشـید که یک کارآفرین باید نسـبت به اخبار مختلف خصوصا مواردی که ارتباط مسـتقیم و غیرمستقیم با کسب و کار او دارد، کاملا آگاه و بـه‌روز باشـد. در رابطه با اهمیت مطالعه هـم نیازی به صحبت وجود نداشته و حیاتی بودن آن برای تمامی افراد اثبات شده است.

در نهایت توجه داشـته باشـید که پس از رعایت این هفت مورد، در صورت تمایل می‌توانید موارد مفید بیشتری را اضافه کنید.

منبع: allbusiness.com

چگونه پیشنهادهای کاری بیشتری داشته باشیم

به قلم: لسلی کینگ نویسنده و مشاور
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شـک هر فردی تمایـل دارد که تعداد زیادی پیشـنهاد کاری داشته باشد. این امر باعث خواهد شد تا انتخاب برای آنها ساده‌تر باشد. همچنین این امر کاملا رویایی خواهد بود که شما هیچ‌گاه به دنبال کار نگشته و مدیران مستقیما پیشـنهاد همکاری بدهند. با این حال حتی اگر به این سـطح نیز دست پیدا نکنید، همواره راهکارهایی وجود دارد که باعث خواهد شـد تا شانس شـما برای پیدا کردن شغل و موفقیت در هر مصاحبه‌ای افزایش پیدا کند. در ادامه این موارد را مورد بررسـی قرار خواهیم داد.

۱-در لینکدین حضور فعال داشته باشید

نخسـتین نکته‌ای که باید به آن توجه داشـته باشـید این است که شـما باید از همیـن امروز یک صفحه در لینکدیـن را برای خود ایجاد کنید، با این حال تنها حضور کافی نبوده و شما باید کاملا فعال باشید. در کنار این موضوع به‌روز رسـانی مداوم اطلاعات شـما و کامل کردن اطلاعـات پروفایـل، از دیگر اقدامات حیاتی خواهد بـود. در این رابطه حتـی خرید حق اشـتراک ماهانه ۶۰ دلاری این شـبکه، باعث خواهد شد تا به امکانات بیشتری دست پیدا کنید. این امر باعث خواهد شد تا زمینه آشنایی برندهای بیشتری با شما شکل گیرد. درواقع جالب است بدانید که در حال حاضر بسیاری از مدیران از طریق این شبکه اقدام به استخدام نیروی جدید می‌کنند.

۲-رزومه‌ای حرفه‌ای ایجاد کنید

شـما با مطالعه چند مقاله در زمینه اصول رزومه‌نویسـی و مشاهده چنـد نمونه موفق، می‌توانید به خوبی در این رابطه اقدام کنید. درواقع افرادی که رزومه‌ای ندارند، زمینه رشـد بسیار کمی را خواهند داشت. در اختیار داشـتن رزومه به شما این امکان را می‌دهد که بتوانید سریعا مدیران مختلف را به اسـتخدام خود ترغیب کنید. درواقع رزومه مجوز اولیه برای دعوت شدن به مصاحبه محسوب می‌شود. در نهایت فراموش نکنید که در رزومه شما باید اصل کوتاه‌نویسی رعایت شود.

۳-تمرین داشته باشید

بـرای این امـر که در مصاحبه‌های مختلف درخشـان ظاهر شـوید، ضروری است تا به خوبی تمرین کنید. در این رابطه با کمی جست و جو در اینترنت می‌توانید رایج‌ترین سـوالات در مصاحبه‌های شغلی را پیدا کنید. همچنین تلاش کنید که قبل از روز مصاحبه، اطلاعات خود را در رابطـه با برند مذکور، افزایش دهید. در این رابطه دنبال کردن صفحات آنها در شـبکه‌های اجتماعی مختلف نیز سودمند خواهد بود. درواقع به هر میزان که اطلاعات بالاتری را داشته باشید، امکان پاسخ‌دهی بهتری را نیز خواهید داشـت. در رابطه با تمرین خود فراموش نکنید که شـما تنها به پاسـخ‌ها نباید بسنده کرده و اصول زبان بدن و مدیریت زمان را نیز مورد توجه خود قرار دهید. همچنین مطالعه مقالاتی نظیر مواردی که نباید در مصاحبه کاری مطرح شـود، باعث خواهد شـد تا به سطح حرفه‌ای‌ها نزدیک‌تر شوید.

۴-مزیت‌هایی را برای خود داشته باشید

آیا تفاوت خوبی میان شـما با سـایر کاندیداهای یک موقعیت شغلی وجود دارد؟ اگر پاسـخ شما به این سـوال منفی است، توصیه می‌شود تا برنامه‌ای برای ارتقای سـطح خود داشته باشید. برای مثال به صورت کلی افرادی که مسلط به زبان‌های بین‌المللی هستند، شانس استخدام بالاتری را خواهند داشـت، با این حال فرامـوش نکنید که مهارت‌های دیگر نظیر تسـلط به نرم‌افزارهای مرتبط و گذراندن دوره‌های آموزش می‌تواند شانس شما را افزایش دهد.

۵-تنها پاسخ‌دهنده به سوالات نباشید

اگر در طول مصاحبه صرفا منتظر باشید تا سوالاتی از شما پرسیده شود، بدون شـک در گروه کارمندان روباتی قرار خواهید گرفت. درواقع مدیران و افراد مصاحبه‌کننده تمایل دارند تا شـما نیز فعالیتی را داشته باشید. در این رابطه شـما باید بدانید که حق سوال پرسیدن را داشته و بهتر است تا یک تعامل دوطرفه ایجاد کنید. برای مثال مطرح کردن این پرسش که یک کارمند نمونه از نظر شـما دارای چه ویژگی‌هایی اسـت و یا چه اصل‌هایی برای شرکت حیاتی محسوب می‌شود؟ بسیار مناسب خواهد بود.

۶-به جزییات توجه داشته باشید

عدم توجه به جزییات یک قرارداد می‌تواند برای شما مشکلات زیادی را به همراه داشـته باشـد. در این رابطه توصیه می‌شود که به مواردی نظیر شرایط پیشرفت و افزایش حقوق توجه داشته و موارد را به خوبی بررسـی کنید. این امر در حالی اسـت که در موارد بسـیاری مشاهده می‌شـود که افراد تنها به شـغل موردنظر توجه داشته و از جزییات آن غافل می‌شـوند. همین امر نیز آنها را با مشـکلات جدی مواجه خواهد سـاخت. همچنین در کنار توجه به حقوق خـود، به نحوی رفتار کنید که بیانگر آن باشد که برای شما اهدافی فراتر از دستمزد وجود دارد.

۷-از کمک گرفتن واهمه نداشته باشید

در نهایت شـما می‌توانید از اطرافیان خود برای انتقال تجربه استفاده کنیـد. در این رابطه برخی از افراد به شـکلی حرفـه‌ای عمل کرده و با کارمندان شرکت‌های موردنظر خود، ارتباط برقرار می‌کنند. این ارتباط باعـث خواهد شـد تا بتوانند از توصیه‌های آنها برای اسـتخدام شـدن استفاده کرده و شانس بالاتری را به دست آورند.

منبع: allbusiness.com

اخبار

شهردار اندیشه از تشدید اقدامات ضدکرونایی در این شهر خبرداد

شهریار – غلامرضا جباری: به گزارش واحد خبر اداره روابط عمومی و امور بین‌الملل شهرداری و شورای اسلامی شهر اندیشه علی ملکی شهردار اندیشه عنوان نمود: خط قرمز مدیریت شهری؛ رعایت کامل پروتکل های بهداشتی است. علی ملکی شهردار اندیشه با ابراز نگرانی از آغاز موج دوم شیوع ویروس کرونا در کشور گفت: حفظ سلامت شهروندان و رعایت دقیق و کامل پروتکل های بهداشتی، خط قرمز مدیریت شهری در اندیشه می باشد لذا ضروری است تمام امکانات لازم و همچنین دغدغه ی معاونت های مرتبط و حتی غیر مرتبط با موضوع کرونا؛ مبارزه با گسترش این بیماری خطرناک باشد. علی ملکی ایجاد پایگاه های سلامت، خطوط ضدعفونی خودروهای عمومی و خصوصی در سطح شهر، شستشوی معابر پرتردد و همچنین مراقبت های ویژه از فضاهای عمومی و بازارچه ها را از جمله موارد بسیار مهم در جلوگیری از شیوع این بیماری یاد کرد و تاکید نمود: معاونت خدمات شهر و در ذیل آن تمام مسئولان حمل و نقل و ترافیک و همچنین سازمان فضای سبز باید بطور مداوم بر رعایت پروتکل های بهداشتی نظارت داشته باشند و گزارش عملکرد خود را بطور پیوسته در کمیته پیشگیری از شیوع ویروس کرونا ارائه نمایند تا کوچکترین مشکلات هم در حفظ جان مردم از مسیر برداشته شود.

شهردار اندیشه ضمن تقدیر و تشکر از شهروندان شریف این شهر در رعایت اصول بهداشتی گفت: با توجه به اجباری شدن استفاده از ماسک و نظر به اینکه تهدید سلامت کارکنان مراکز اداری، یک خطر جدی برای سلامت کل شهروندان به شمار می رود؛ ورود کلیه مراجعه کنندگان به ساختمان های شهرداری را ممنوع نموده ایم بنابراین تقاضا داریم ارباب رجوع در درجه اول از مراجعات غیرضروری خودداری نمایند و در صورت نیاز، تمام اصول بهداشتی را رعایت نمایند. ملکی با بیان اینکه امکان شیوع بیماری از مخازن زباله و یا مراکز جمع آوری زباله و بازیافت زیاد است اظهار داشت: تعداد مراحل ضدعفونی باکس های زباله و همچنین خودروهای حمل زباله را افزایش دادیم و همچنین مراقبت های بهداشتی را برای کارکنان، ادوات و دستگاه ها را تشدید بخشیدیم تا علاوه بر حفظ سلامتی شهروندان، جان خدمتگزاران زحمتکش و پاکبانان نیز از معرض خطر در امان بماند. وی در پایان ضمن آرزوی نابودی کامل ویروس کرونا در تمام دنیا یادآور شد: سامانه ۱۳۷ شهرداری اندیشه بطور شبانه روزی آماده دریافت گزارشات مردمی برای بهبود کیفیت کار است لذا شهروندان می توانند علاوه بر همراهی در داشتن یک شهر خوب، نقاط ضعف و قوت کار را به خدمتگزاران خودشان در شهرداری اندیشه اطلاع دهند.

شهردار اراک خبر داد:

ناوگان اتوبوسرانی اراک بازسازی می شود

اراک - خبرنگار فرصت امروز: شهردار اراک گفت: بازسازی ناوگان اتوبوسرانی اراک در دستور کار است. محمد کریم شفیعی هفدهم تیرماه در جلسه کارگروه کاهش آلودگی هوای استان مرکزی، اظهار کرد: بودجه شهرداری اراک در سال ۹۹ بالغ بر ۶۸۰ میلیارد تومان است که اقدامات خود را در راستای این بودجه تعریف خواهد کرد. وی با اشاره به افتتاح سه پروژه تقاطع غیرهمسطح، افزود: این تقاطع ها با ایجاد تغییر در جریان ترافیک منجر به کاهش زمان سفر و کاهش مصرف سوخت می شود، به طوری که با افتتاح تقاطع آزادگان مشکل ترافیکی میدان نماز رفع شد. شفیعی افزود: اصلاح هندسی میدان ولیعصر، میدان مقاومت، طراحی ۲۰ تقاطع و میدان شهر اراک انجام و موارد به شورای ترافیک استان ارجاع شده است، افزود: در راستای اجرای طرح جامع کاهش آلودگی هوای اراک طرح هر خانه یک نهال از زمستان گذشته آغاز شد و با کمک منابع طبیعی ۶۰ هزار اصله درخت در شهر کاشته شد، همچنین پوسته طرح معابر چنارکاری شده است که در سال های آینده سرسبزی معابر را رقم خواهد زد. وی هوشمندسازی شهر با فعال سازی ۱۲ دوربین نظارتی و ۷ دوربین ثبت تخلف و خرید ۱۷ دستگاه دیگر در سال جاری که به مدیریت هوشمند ترافیکی شهر کمک می کند، گفت: ایجاد ۵۰ کیلومتر فیبرنوری در دستور کار قرار دارد که تاکنون ۷۰ درصد پیشرفت پیدا کرده است که با کمک توسعه شبکه دولت تردد مردم در داخل شهر کاهش می یابد. شهردار اراک با بیان اینکه پیاده راه سازی مرکز شهر در سال جاری در دستور کار قرار دارد و پیمانکار نیز انتخاب شده است، گفت: سال گذشته ۲۰ دستگاه اتوبوس جدید به ناوگان حمل و نقل عمومی اراک اضافه شد، اما امسال هیچ امکانی برای خرید اتوبوس وجود ندارد و حتی به دلیل تحریم ها اجازه واردات اتوبوس یورو ۴ دست دوم هم وجود ندارد، بر همین اساس بازسازی ۳۰ دستگاه اتوبوس در دستور کار قرار دارد که تعمیر آنها به هسکو واگذار شده است و عملا می توان با صرف ۵۰ تا ۶۰ میلیارد تومان ناوگان اتوبوسرانی اراک را بازسازی کرد.

مدیر دفتر بازار برق شرکت توزیع برق شهرستان اصفهان :

سرمایه‌گذاری در تولید انرژی برق خورشیدی می‌تواند درآمد پایدار و طولانی مدتی برای سرمایه‌گذاران به همراه داشته باشد

اصفهان - قاسم اسد: مدیر دفتر بازار برق شرکت توزیع برق شهرستان اصفهان با بیان ظرفیت ۱۲ مگاواتی اصفهان در تولید انرژی برق خورشیدی گفت: سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌تواند درآمد پایدار و طولانی مدتی برای سرمایه‌گذاران به همراه داشته باشد.

سارا صالحی درباره جایگاه انرژی‌های تجدید پذیر در اصفهان، اظهار کرد: در حال حاضر بالغ بر ۲۱۳۳ کیلووات از برق شهرستان اصفهان توسط سامانه‌های برق خورشیدی با ظرفیت‌های متغیر یک تا ۱۵۰ کیلوواتی تأمین می‌شود که در قالب طرح‌ها و شرایط مختلف نصب و در حال بهره‌برداری است. علاوه بر این، نیروگاه خورشیدی غدیر با ظرفیت تولیدی ۱۰ مگاوات در مجاورت شهرک صنعتی جرقویه تأسیس و در حال بهره‌برداری است. وی افزود: از ۲۱۳۳ کیلووات برق تولیدی از طریق منابع انرژی تجدید پذیر، ۶۲۷ کیلووات از طریق سامانه‌های برق خورشیدی طرح تسهیلاتی سال ۹۲، ۲۲۳ کیلووات از ظرفیت سامانه‌های طرح ۲۰ درصد ادارات و سازمان‌ها و ۱۱۳۳ کیلووات از ظرفیت سامانه‌های قرارداد خرید تضمینی، تأمین می‌شود. مدیر دفتر بازار برق شرکت توزیع برق شهرستان اصفهان خاطرنشان کرد: کل ظرفیت در حال بهره‌برداری تولید برق خورشیدی در محدوده شهرستان اصفهان، بالغ بر ۱۲.۳۳ مگاوات است که با در نظر گرفتن پیک بار ۱۱۶۳ مگاواتی شرکت توزیع برق شهرستان، ۱.۰۶ درصد بار مصرفی اصفهان از طریق انرژی‌های تجدید پذیر تأمین می‌شود.

اخذ و تمدید ۷ گواهینامه مدیریتی (ISO) در شرکت گاز استان ایلام

ایلام - خبرنگار فرصت امروز: عباس شمس اللهی مدیر عامل شرکت گاز استان ایلام در اختتامیه ارزیابی و ممیزی سیستم های مدیریتی شرکت گاز استان ایلام که بصورت آنلاین و از طریق ویدئو کنفرانس برگزار گردید، گفت: در این ارزیابی که در دو روز صورت پذیرفت کلیه مدارک و مستندات لازم برای ممیزان ارسال گردیده و در روز ارزیابی بصورت آنلاین پایش و کنترل گردید . شمس اللهی اظهار داشت : شرکت گاز استان ایلام در راستای بهینه سازی اقدامات و وظایف خود و نیز اجرای فرآیند بهبود مستمر در کلیه امورات ، در حال پیاده سازی استاندارد و سیستم های مدیریتی نوین جهانی (ISO) گام بر میدارد و نیز با شرکت در آخرین جشنواره سرآمدی و بهبود مستمر شرکت ملّی گاز موفق به دریافت گواهینامه تعالی ۴ ستاره گردیده است. وی اخذ گواهینامه مدیریت ۴۵۰۰۱ ISO (مدیریت سیستم های ایمنی و بهداشت شغلی) را جدیدترین استاندارد مدیریتی جاری سازی شده عنوان نمود و افزود تمدید گواهینامه های ۱۰۰۰۲،۵۰۰۰۱،۱۴۰۰۱،ISO۹۰۰۱، HSE-MS، ۱۰۰۰۴نیز در این ارزیابی مورد پایش و بررسی قرار گرفت. شمس اللهی افزود: همکاران ما در شرکت گاز استان ایلام بصورت مستمر در حال اجرا و جاری سازی استانداردهای مدیریتی استقرار یافته می باشند و با بروز رسانی و بازنگری دستورالعمل ها و روش های اجرایی ، خط مشی سازمان ، رفع عدم انطباق های سنوات قبلی ، برگزاری جلسات بازنگری مدیریت و فرهنگ سازی رعایت این استانداردها در بطن شرکت درجهت کسب رضایتمندی حداکثری ذینفعان و پیشبرد اهداف متعالی شرکت بر اساس اهداف و خط مشی شرکت ملّی گاز تلاش می نمایند.

در راستای تحقق دولت الکترونیک انجام می گیرد؛

توزیع فرآورده های نفتی با زیرساخت بانکی در آذربایجان شرقی

تبریز – ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از توزیع فرآورده های نفتی با زیرساخت بانکی در این منطقه خبر داد و گفت: این اقدام گامی دیگر در راستای تحقق دولت الکترونیک می باشد.

به گزارش خبرنگار ما در تبریز، علی روح اللهی با اشاره به عملیاتی شدن توزیع نفت سفید با زیرساخت بانکی از تیرماه سال جاری گفت: با برنامه ریزی بعمل آمده توزیع نفتگاز مصرف کنندگان جزء نیز از مرداد ماه ۹۹ با درخواست الکترونیکی سوخت و شارژ در کارت بانکی به مرحله اجرا درخواهد آمد. وی افزود: اجرای این طرح گامی دیگر در راستای تحقق دولت الکترونیک خواهد بود و مصرف کنندگان جزء فرآورده نفتگاز همانند خانوارهای نفت سفید سوز روستایی و شهری می توانند بدون مراجعه حضوری، جهت ثبت و درخواست حواله سوخت از خدمات سوخت رسانی از طریق فروشندگی های منطقه بهره مند گردند، لذا مشتریان جزء نفتگاز جهت دریافت سهمیه خود باید اطلاعات بانکی خود را در بخش مربوطه در سامانه درخواست فرآورده های نفتی(.newtejaratasan niopdc.ir)ثبت کنند. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی تصریح کرد؛ اجرای این طرح علاوه بر تسهیل خدمات سوخت رسانی و صرفه جویی در وقت و هزینه شهروندان و هموطنان فعال در بخش های مختلف کشاورزی، صنعتی و خدماتی موجب کاهش سوء استفاده های احتمالی و قاچاق فرآورده های نفتی نیز خواهد گردید.

حضور فعال تیم سوخت رسانی در کنار امدادگران اطفای حریق در منطقه ارسباران

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی همچنین از حضور فعال اکیپ سوخترسانی منطقه جهت امداد رسانی به بالگردهای اطفای حریق در جنگلهای ارسباران خبر داد. علی روح اللهی با اشاره به اینکه مدیران و مسئولین منطقه همواره آماده خدمت رسانی به مردم می باشند، گفت: اکیپ سوخترسانی مرکز سوختگیری هواپیمایی شهید مدنی تبریز جهت تأمین سوخت بالگردهای سپاه و هلال احمر در راستای عملیات اطفای حریق جنگل های ارسباران در منطقه حضور و فعالیت آن تا مهار کامل آتش ادامه داشت. وی تصریح کرد؛ تیم سوخترسان منطقه آذربایجان شرقی به نمایندگی از سوی مجموعه خدوم شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران با عشق به کار و وظیفه سازمانی خویش در منطقه عملیاتی ارسباران در راستای تلاش و معاضدت از هیچ کوششی در جهت اطفای حریق و بازگشت شرایط به وضعیت عادی دریغ نکردند. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی یاد آور شد: منطقه جنگلی ارسباران ثبت جهانی است و درختان و پوشش گیاهی آن در نوع خود در جهان بی نظیر می باشد و همه ما وظیفه داریم از این میراث با ارزش طبیعی با رفتار مسئولانه خود حراست و حفاظت نماییم.

رشد ۶/۳۴ درصدی مصرف سی ان جی در منطقه آذربایجان شرقی

مصرف سی ان جی در منطقه آذربایجان شرقی در اردیبهشت ماه ۹۹ نسبت به فروردین سال جاری ۶/۳۴ درصد در بخش حمل و نقل رشد داشته است. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با بیان اهمیت استفاده از سوخت پاک و نقش آن در کاهش آلودگی هوا و صرفه جویی در مصرف بنزین، گفت: رشد مصرف ۶/۳۴ درصدی مصرف سی ان جی با کاهش محدویت های سفر در اردیبهشت ۹۹ نسبت به فروردین ماه سال جاری نشان از اقبال شهروندان به مصرف گاز طبیعی دارد. علی روح اللهی با اشاره به اینکه مصرف سی ان جی در اردیبهشت ۹۹ در مقایسه با همین ماه در سال ۹۸ نزدیک به ۵ درصد رشد داشته است، افزود: در اردیبهشت ماه سال جاری معادل ۵۷ میلیون و صد و شصت و شش هزار مترمکعب در مصرف بنزین صرفه جویی شده است.

این مقام مسوول تصریح کرد؛ با ثبت نام و تبدیل خودروهای عمومی باری و مسافری در سایت .GCR niopdc.ir که اخیراً توسط شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران انجام می گیرد و با توسعه جایگاههای عرضه سی ان جی انتظار می رود در آینده میزان مصرف گاز طبیعی در سبد سوخت حمل و نقل افزایش یابد. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی ضمن تأکید بر رعایت الزامات ایمنی و عمل به شرح وظایف مربوطه هنگام سوختگیری توسط اپراتورها و مراجعان جایگاهها یادآور شد، از ۳۴۱ باب جایگاه عرضه سوخت استان ۱۷۲ باب به جایگاههای عرضه سی ان جی اختصاص دارد که با تمام ظرفیت و به طور شبانه روزی آماده ارائه خدمات سوخت رسانی می باشند.

ثبت نام در سامانه کارا بهترین فرصت برای فعالان فرهنگی و هنری در وضعیت کنونی است

قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: فعالان حوزه کسب و کار در بخش‌های فرهنگی و هنری، برای استفاده از تسهیلات اختصاصی جبران خسارت کرونا، در سامانه کارا ثبت نام کنند.

به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی از مدیران مسوول و فعالان فرهنگی و هنری استان قم خواست تا هرچه سریع‌تر به سامانه کارا مراجعه و برای استفاده از تسهیلات اختصاصی این بخش ثبت نام نمایند. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: تا کنون ۵۸ بنگاه در قالب ۳۱۱ نفر از فعالان فرهنگی، هنری و رسانه‌ای در استان قم به مبلغ ۷۶/۴۹ میلیارد ریال از این تسهیلات استفاده کرده‌اند.

وی به رسانه‌ها اعلام کرد: سامانه کارا برای ثبت‌نام شاغلان و بنگاه‌های فاقد بیمه فرهنگی، هنری و رسانه‌ای پیش‌بینی شده و مراکز و کسب و کارهای فرهنگی و هنری که بر اثر شیوع کرونا دچار آسیب شده‌اند می‌توانند به این سامانه مراجعه و ثبت نام کنند. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی با تاکید بر اینکه در صورت مراجعه نکردن فعالان فرهنگی، هنری و رسانه‌ای، این تسهیلات به سایر بخش‌ها اختصاص می‌یابد و بخش فرهنگ و هنر از آن محروم می‌شود خاطرنشان کرد: فعالان کسب و کارهای فرهنگی برای نام‌نویسی، سریع‌تر در این سامانه اقدام کنند. ایشان بیان کرد: ارسال پیامک اطلاع‌رسانی و دعوت از متقاضیان مشمول دریافت تسهیلات از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از ۱۲ تیرماه آغاز شد و متقاضیان مشمول می‌توانند با مراجعه به سامانه کارا برای دریافت تسهیلات کرونا به نشانی https://kara.mcls.gov.ir/Home/ Main_header ثبت نام کنند.

وی از تسهیل شرایط دریافت تسهیلات کرونایی خبر داد و گفت: همه‌گیری ویروس کرونا آسیب زیادی به کسب و کارهای مختلف از جمله فعالیت‌های فرهنگی هنری وارد کرده است و ستاد ملی مبارزه با کرونا به همین دلیل، اقدام به اعطای تسهیلات از طریق ثبت نام در سامانه کارا کرده است.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم تصریح کرد: تعداد زیادی از فعالان فرهنگی، هنری و رسانه‌ای فاقد بیمه و کد کارگاهی هستند و مشمول این تسهیلات نمی‌شدند که با پیگیری‌های صورت گرفته از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و با مصوبه کارگروه مقابله با پیامدهای اقتصادی ناشی از شیوع ویروس کرونا، مقرر شد صاحبان و شاغلان کسب و کارهای فرهنگی، هنری و رسانه‌ای که کد بیمه و کد کارگاهی ندارند نیز از سوی دولت حمایت شوند.

وی میزان این تسهیلات را ۶۰ تا ۸۰ میلیون ریال بیان کرد و اظهار داشت: کارمزد این تسهیلات ۱۲ درصد است.

مدیر عامل نیروگاه شهید مفتح خبر داد :

آمادگی کامل واحدهای بخار نیروگاه همدان و گازی دورود در پیک تابستان

همدان - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید مفتح و به نقل از مدیر عامل این شرکت واحدهای بخار نیروگاه شهید مفتح همدان و واحدهای گازی دورود جهت تولید حداکثری در پیک تابستان امسال در آمادگی کامل قراردارد.

عبدالمجید دیناروند گفت: تعمیرات نیروگاه طبق برنامه زمانبندی شده با موفقیت به پایان رسیده و نیروگاه های همدان و دورود جهت تولید حداکثری در پیک تابستان بدون یک مگاوات محدودیت آمادگی کامل دارند.

مدیرعامل نیروگاه شهید مفتح افزود: با پایان فصل زمستان و لزوم آماده سازی واحدها جهت پیک تابستان، جلسات متعدد کارشناسی تشکیل گردید و با شناسائی نقاط ضعف و در نظر گرفتن شرایط خاص حاکم برصنعت برق و تحریم های اقتصادی علیه کشور، فصل تعمیرات با تمرکز بر رفع محدودیت های تولیداز ابتدای اسفند آغاز شد. عبدالمجید دیناروند با تشریح شرایط خاص کشور و شیوع ویروس کرونا در ماه های اخیر افزود: با محدودیت زمانی تعیین شده، ناچار به انجام همزمان تعمیرات دو واحد در اوج بیماری کرونا در فروردین امسال شدیم که اقدامی جهادی و فداکارانه توسط پرسنل هر دو نیروگاه بود.

مدیر عامل نیروگاه شهید مفتح با اعلام رفع کامل محدودیت واحدها در دوره تعمیرات و تولید هزار مگاوات در پیک روز و شب در هفته پایانی خرداد، اقدامات انجام شده در این حوزه را اقدامی ارزشمند برشمرد که توانست عوارض و مشکلات استفاده از سوخت مایع در نیروگاه را که به محدودیت واحدها منجر شده بود برطرف کند. دیناروند با اشاره به پایداری واحدهای نیروگاه و پایین بودن نرخ خروج اضطراری این مجموعه تصریح کرد: عملکرد نیروگاه در تابستان امسال و تولید مطمئن و پایدار توسط این نیروگاه می تواند مشارکت فعالی در کنترل فرکانس شبکه سراسری برق بویژه در منطقه غرب کشور به همراه داشته باشد. وی هدف گذاری مجموعه را تولید مطمئن و پایدار در پیک تابستان و تحقق شعار سال که همان جهش تولید است برشمرد و تأکید کرد با همت و همدلی کارکنان پرتلاش نیروگاه های همدان و دورود تکرار موفقیت های گذشته دور از دسترس نیست.

در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز با موفقیت انجام گردید :

تعمیرات در دو ایستگاه شیر بین راهی و یک مورد اخذ انشعاب از خط لوله شهرک صنعتی رشت

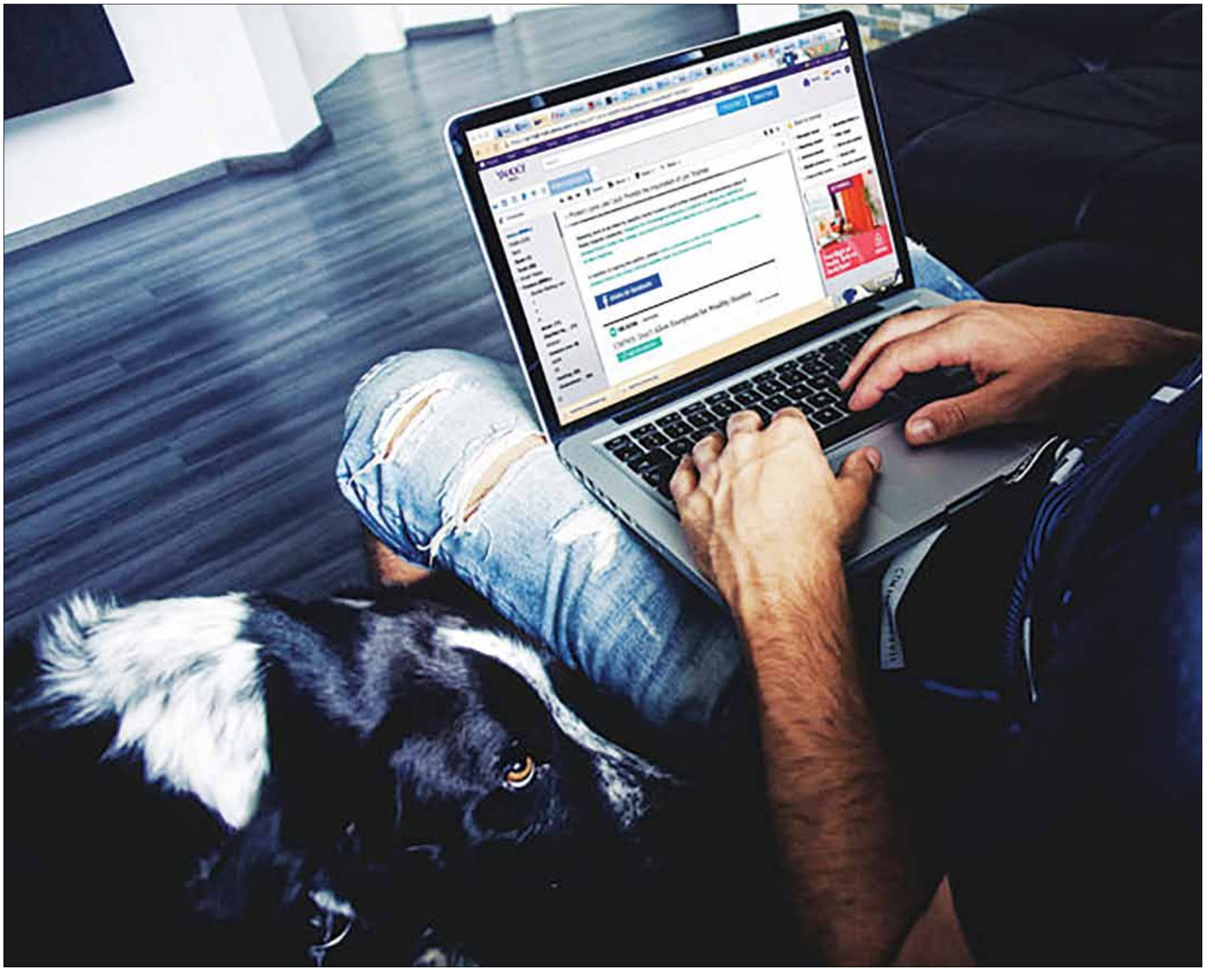
ساری – دهقان: به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، مقدم بیگلریان از تعویض شیر بلودان ایستگاه شیر بین راهی شهرستان عباس آباد خبر داد و اظهار نمود: با توجه به گزارش واحد نشت یابی مبنی بر نشتی از شیر بلودان ایستگاه شیر بین راهی عباس آباد در محدوده مرکز بهره برداری نور، بلافاصله هماهنگی لازم با دیسپچینگ شرکت ملی گاز ایران به عمل آمده و پس از حفاری، تعویض شیر بلودان توسط همکاران مرکز بهره برداری خطوط لوله نور با رعایت نکات ایمنی با موفقیت انجام پذیرفت.

مدیر منطقه ۹ همچنین از تعویض شیرهای بای پاس و نصب پیگ سیگنالر در ایستگاه رسیور خط لوله ۱۲ اینچ مراوه تپه خبر داد و خاطرنشان کرد: با توجه به بازدیدهای به عمل آمده توسط کارشناسان عملیات خطوط لوله از خط مراوه تپه و گزارش نقص شیرهای بای پاس شیر خودکار ورودی ایستگاه دریافت پیگ خط مراوه تپه در محدوده مرکز بهره برداری گرگان، موضوع تعویض شیرهای مذکور در دستور کار قرارگرفت.

وی افزود: پس از تامین شیرها توسط واحد کالا و هماهنگی های لازم با دیسپچینگ ملی گاز و شرکت گاز استان گلستان، با نظارت واحد ایمنی، ضمن برشکاری، جوشکاری و نصب شیرها، با حذف پیگ سیگنالر معیوب در ورودی ایستگاه سیور، نسبت به نصب یک عدد پیگ سیگنالر جدید توسط همکاران پرتلاش عملیات خطوط لوله بدون قطع گاز مشترکین خانگی با موفقیت انجام گردید.

همچنین مدیر منطقه ۹ از عملیات انشعاب بر روی خط لوله شهرک صنعتی رشت خبر داد و اظهار نمود: عملیات برشکاری، جوشکاری و رادیو گرافی و نصب انشعاب بر روی خط رابط ۶ اینچ شهرک صنعتی رشت توسط همکاران خطوط لوله منطقه با همکاری واحدهای بازرسی و HSE انجام گردید. وی افزود: با نصب این انشعاب و گیج اندازه گیری فشار، امکان کنترل فشار ورودی و تامین گاز شهرک صنعتی رشت از دو خط سوم و سراسری اول وجود خواهد داشت.

چگونه به‌عنوان فریلنسر مذاکره موفق‌تری داشته باشیم؟



فریلنسرها بخش عمده‌ای از چالش‌های کاری خود را در مذاکره با کارفرما تجربه می‌کنند. پیداکردن شیوه‌ای بهینه برای مذاکره، به موفقیت بیشتر آنها کمک می‌کند.

فریلنسرها روزبه‌روز نقش خود را در دنیای کسب‌وکار پررنگ‌تر می‌کنند. امروز یک‌سوم نیروی کار آمریکا یعنی حدود ۵۷ میلیون نفر از ۱۶۰ میلیون نیروی کاری این کشور، فریلنسر هستند. آمار مذکور، ۴ میلیون نفر یعنی حدود ۱۳درصد بیشتر از آمار سال ۲۰۱۴ است.

افراد فریلنسر یا آزادکار، در حوزه خود تخصص دارند، اما مدیریت کسب‌وکار را نیز انجام می‌دهند. برندسازی شخصی، بازاریابی خدمات، مدیریت مالی و مذاکره قراردادی با مشتریان بالقوه، از وظایف مرسوم یک فریلنسر محسوب می‌شود. مذاکره‌های قراردادی می‌تواند برای پیمانکارهای فردی چالش‌های زیادی به‌همراه داشته باشد. ازطرفی فریلنسرهایی که در مذاکره موفق نیستند، شانس کمی برای درآمدزایی دارند. رشد پورتفولیوی پروژه‌ای آنها نیز با سرعت پایینی پیش می‌رود. به‌علاوه وقتی یک مشتری را از دست دهید، یعنی فرصت‌های جذب مشتریان جدید از طریق او را هم از دست داده‌اید.

کارشناسان کسب‌وکار، رویکردی تکراری را در مذاکره فریلنسرها پیش‌بینی می‌کنند. سه حوزه مشخص در اکثر مذاکرات آنها دیده می‌شود که منجر به شکست می‌شود. ابتدا، فریلنسرها روی جنبه‌های کسب‌وکاری ارتباط متمرکز می‌شوند و به‌دنبال ایجاد ارتباط شخصی نمی‌روند. در وهله دوم، فریلنسرها تلاش می‌کنند تا با قیمت پایین‌تر، خود را متمایز از رقبا نشان دهند. درنهایت، بخش عمده‌ای از زمان آنها در مذاکره با مشتریان اشتباه به هدر می‌رود. در ادامه این مطلب، به بررسی هر سه چالش مذکور و راهکارهایی برای عبور از آنها می‌پردازیم:

مذاکرات را شخصی کنید

ارتباط و روابط معتبر، نیروی محرکه کسب‌وکار هستند. مردم عموما با افراد آشنا تجارت می‌کنند. درواقع آشنابودن را می‌توان پایه اعتماد در سطحی شیمیایی و روانی در مغز دانست. این اصل برای فریلنسرها اهمیت بالایی دارد. اعتماد و اعتبار برای آنها بیش از هر فعال دیگری در دنیای کسب‌وکار، حیاتی محسوب می‌شود.

در مذاکره‌های سازمانی، تمایل برای شخصی‌کردن ارتباط و استفاده از آن به‌عنوان نیروی محرکه، شاید تحت تأثیر نیاز مدیران و سهامداران دو طرف قرار بگیرد. ازطرفی در دنیای فریلنسرها، شما تنها هستید و خبری از مدیر و سهامدار نیست. ارتباط مشتری با شما در وضعیت فریلنسری، کل کسب‌وکارتان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. درواقع از مراحل ابتدایی صحبت با مشتری بالقوه تا امضای قرارداد نهایی و دریافت پیش‌پرداخت و انجام پروژه، تنها «شخص شما» آن المانی است که کارفرما تصمیم به سرمایه‌گذاری و ارتباط با آن می‌گیرد.

وقتی به‌عنوان فریلنسر وارد یک مذاکره می‌شوید، ارتباط را به‌عنوان بازتابی از برند و ارزش‌های خود بسازید. داستان خود را تعریف کرده و درباره کیفیت و توانایی‌های شخص خودتان صحبت کنید. دراین‌میان به‌دنبال زمینه‌های مشابه و مشترک باشید تا ارتباط آتی را روی آنها شکل دهید. در ادامه الگویی کاربردی برای گفتمان مذاکره فریلنسری ذکر می‌کنیم:

• صحبت درباره اعتقادات کاری. چنین رویکردی، تمایل و علاقه شما به کار و شیوه جهت‌گیری‌تان را در انتخاب پروژه‌ها و انجام وظایف نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال تعریف خود از وظیفه و شغل کنونی را بیان کنید.

• صحبت درباره عوامل محرک. در ادامه مذاکره، چگونگی رسیدن به باور کنونی، تاریخچه‌ای از دستاوردهای گذشته و دلیلی را مطرح کنید که کارفرما را به عقد قرارداد با شما تشویق کند.

• ارتباط ایده با فعالیت کنونی. در پایان، تأثیر اعتقاد و باور خود را بر رویکرد کنونی و پروژه حاضر نشان دهید. درواقع باید ثابت کنید که باور شما به شغل و حیطه تخصص، چگونه به پیشرفت پروژه کارفرما کمک خواهد کرد.

رویکردهای بالا را می‌توان در بسیاری از مواقع به‌صورت مشترک با مشتریان متعدد مطرح کرد. خصوصا بخش اول باور و ایده، در مشتریان گوناگون عموما ثابت می‌ماند. ازطرفی نباید رویکرد شما برای همه مشتریان، ثابت باشد. داستان‌های خود را بسته به سازمان مخاطب، فردی که با او کار می‌کنید و پروژه موردنظر تغییر دهید. همین روند اولیه، فرصت مهم شما برای شکل‌دهی به زمینه‌های مشترک خواهد بود.

برای پیداکردن نقاط مشترک با کارفرما، باید از مذاکره‌های اولیه درس گرفت و راهی برای اتصال جهان خود با جهان کارفرما پیدا کرد. موضوعات ساده، حتی علاقه‌های مشترک ورزشی و سینمایی، می‌تواند بهانه‌ای برای شخصی‌تر کردن رابطه با کارفرما باشد؛ نکاتی که به‌مرور به کشف مواردی همچون عوامل استرس‌زا برای فرد مقابل، عوامل الهام‌بخش و موارد دیگر می‌انجامد. درنهایت به‌دنبال این باشید که هدف و برنامه‌های خود را با کارفرما، مشترک نشان دهید.

در برابر وسوسه تخفیف مقاومت کنید

ساختن ارتباط شخصی، عامل کافی برای موفقیت در مذاکره نیست. جزییات قرارداد هنوز برای مشخص‌کردن موفقیت یا شکست اهمیت دارند. شرکت‌های بزرگ در مذاکرات عظیم خود عموما با تخفیف‌های قابل‌توجه، رقبا را از بازار خارج می‌کنند. آنها به‌خاطر ابعاد خود توانایی جذب خسارت‌های واردشده به‌خاطر تخفیف را دارند. بسیاری از فریلنسرها نیز برای به‌دست‌آوردن پروژه، به کارفرما تخفیف می‌دهند، اما چنین رویکردی پایداری قابل‌توجهی ندارد.

وقتی برای جذب یک پروژه، قیمت را پایین‌تر از نرخ متداول دستمزد خود در نظر می‌گیرید، به‌نوعی ارزش کار کنونی را زیر سؤال برده‌اید. خصوصا در پلتفرم‌های آنلاین فریلنسری که سابقه فعالیت شما قابل مشاهده است، پس از تخفیف نمی‌توان مجددا به قیمت قبل بازگشت. درواقع با افزایش تجربه هم نمی‌توان قیمت را به نرخ‌های قبل بازگرداند و مشتریان درنهایت اعتمادی به قیمت‌گذاری شما نخواهند داشت. کارشناسان پیشنهاد می‌دهند که نرخ ثابتی برای کل پروژه (به‌جای هزینه‌های ساعتی یا موردی) خود در نظر بگیرید تا مشتریان و پروژه‌های مشابه، درکی کلی از قیمت داشته باشند. نرخ ثابت پروژه، برای مشتریان نیز مناسب‌تر به‌نظر می‌رسد. آنها تخمینی از هزینه‌های خود برای موضوع کنونی خواهند داشت و نگران افزایش قیمت در صورت افزایش کار و وظایف فریلنسر نیز نیستند.

در برخی موارد، تخفیف دادن تبدیل به تنها راه پیشبرد پروژه می‌شود. درواقع فریلنسر راه دیگری برای جذب کارفرما ندارد و ازطرفی، تخفیف هم به‌معنای کاهش ارزش کار خواهد بود. در چنین موقعیت‌هایی می‌توانید با همان قیمت ثابت، خدمات بیشتری را پیشنهاد دهید تا حس سود بردن از قرارداد نیز به کارفرما منتقل شود. به‌هرحال در تمامی شرایط، ضوابط کلی خود را حفظ کنید و آنها را زیر پا نگذارید. به‌عنوان نمونه‌هایی از تخفیف‌های مرسوم و نه‌چندان مضر می‌توان به تخفیف برای معرفی مشتری جدید یا حتی نزدیک بودن مسافتی کارفرما اشاره کرد.

زمان خود را با مذاکره اشتباه هدر ندهید

تلاش برای ایجاد بهترین ارتباط با همه مشتریان، رویکردی مرسوم در میان فریلنسرها محسوب می‌شود. درواقع آنها اکثرا هر مشتری بالقوه را به‌عنوان فرصتی عالی می‌بینند و همه تلاش و زمان خود را برای جذب او متمرکز می‌کنند. چنین رویکردی در طولانی‌مدت عواقب نه‌چندان مناسبی به‌همراه دارد. فریلنسرهای متعددی از زمان اختصاص داده شده برای مشتریان بالقوه شکایت دارند که درنهایت به پروژه هم نینجامیده است.

برای تشخیص مناسب بودن یا نبودن اختصاص زمان به یک مشتری، باید دو فاکتور را در نظر بگیرید. ابتدا درآمد احتمالی پروژه را در نظر بگیرید که هرچه بیشتر باشد، ارزش زمان بیشتری را خواهد داشت. در ادامه، ارزش پروژه به‌معنای ارزش‌های ثانویه یا علاقه شخصی یا ارزش رزومه‌ای، به‌عنوان فاکتوری مهم وارد می‌شود. درنهایت شناسایی مشتری بهتر و ارزش زمان اختصاصی برای مذاکره، وابستگی زیادی به تجربه‌های فریلنسر و شناخت او از بازار و افراد دارد.

مشتریانی که به ارزش کار شما اهمیت می‌دهند و پرداخت خوبی هم دارند، باید در اولویت اول باشند. ارتباط مناسب با آنها و پاسخ در دوره‌های زمانی صحیح، ارزش بالایی خواهد داشت. البته هیچ مشتری را نباید از ابتدا بالفعل تصور کنید. مشتریان دیگری هم هستند که در اولویت پایین قرار می‌گیرند. آنها علاوه بر پیشنهاد قیمت پایین، ارزش افزوده زیادی هم ندارند.

در برخی موارد، پروژه مفیدی پیشنهاد می‌شود که فریلنسر ارتباط خوبی با کارفرمای آن ندارد. شاید روش کار دو طرف به هم شبیه نیست یا ارتباط شخصی مناسب شکل نگرفته است، به‌هرحال در چنین مواردی هم باید با احتیاط زمان خرج کنید چون احتمال دارد همین اختلاف‌های ساده، به عدم عقد قرارداد منجر شوند. در بدترین شرایط، ارتباط شخصی مناسب با کارفرما وجود دارد، اما پرداخت مناسبی صورت نمی‌گیرد. این وضعیت را باید به‌عنوان حالتی سمی، در دورترین موقعیت ممکن از لحاظ اولویت زمانی قرار دهید.

راهکارهای بالا، پایه‌هایی ساده و کاربردی برای پیش‌بردن مذاکرات فریلنسری محسوب می‌شوند. فراموش نکنید که هر پروژه و کارفرما، مشخصات منحصربه‌فردی دارد و باید بسته به هر کدام، بهترین رویکرد مذاکره‌ای را پیش ببرید. از نگاه نگارنده، دقت در اختصاص زمان به مشتریان بالقوه، مهم‌ترین نکته مذاکرات فریلنسری است، چون مهم‌ترین دارایی آنها یعنی زمان را هدف قرار می‌دهد.

منبع: HBR/zoomit

ورود استارت‌آپ‌ها به بورس، شوآف دولت یا بازی با سرمایه مردم؟

عباس سیاح طاهری
پژوهشگر حکمرانی و اقتصاد دیجیتال

«دولتمردان ادعا می‌کنند ورود نخستین شرکت‌های استارت‌آپی نشانه‌ای از گذراندن دوران پرریسک و شفاف شدن وضعیت مالی آنها و مایه دلگرمی دیگر استارت‌آپ‌ها و اعتماد سرمایه‌گذاران سنتی است. در مقابل گروهی دیگر، این نوع ورود به بورس در شرایط گلخانه‌ای و حمایت‌های گاهی عجیب و غریب دولتی را، ضربه به سرمایه مردم می‌دانند. حال اصل ماجرا چیست؟

ورود یک کسب‌وکار به بازار سرمایه یا به عبارت دیگر عرضه سهام‌شان در بورس، همیشه برای آنها پدیده خوشایندی است. به‌ویژه برای آن دسته از کسب‌وکارهای استارت‌آپی که توانسته‌اند مراحل پرچالش رشد و جذب سرمایه‌ها از منابع مختلف را پشت سر گذاشته و با ورود به بورس، در واقع، دوران بلوغ را تجربه کرده و برای اهداف بلندمدت و رشد و توسعه بیشتر سرمایه‌گذاری کنند. از طرفی، به پشتوانه این بلوغ بتوانند شاهد ورود سرمایه بیشتری به اکوسیستم استارت‌آپی باشند.

به هر حال، تب بورس و بازار سرمایه حسابی این روزها داغ شده؛ تبی که از سال گذشته بالا گرفته و همچنان روند صعودی را طی می‌کند. روند رو به رشدی که نه‌تنها به مذاق سرمایه‌گذاران خرد خوش آمده بلکه به یکی از بازوهای اجرایی مهم دولت برای پیشبرد برنامه‌های اقتصادی تبدیل شده است. حتی در این میان، دولت در صدد است برای ورود استارت‌آپ‌ها به بورس تسهیلاتی فراهم کند طوری که صندوق نوآوری و شکوفایی از طرح پیشنهادی برای تسهیلگری این ورود خبر می‌دهد و از طرفی سازمان بورس و اوراق بهادار برای ایجاد تابلوی جدید برای شرکت‌های استارت‌آپی و متناسب‌سازی شرایط پذیرش با ویژگی‌های شرکت‌های نوآور اعلام آمادگی می‌کند.

بنابر گفته مدیران وزارتخانه ارتباطات و سازمان بورس، ورود استارت‌آپ‌ها به بورس اتفاقی است که دیر یا زود رخ می‌دهد و تا پایان سال جاری شاهد عرضه عمومی سهام چند استارت‌آپ از جمله دیجی‌کالا و کافه‌بازار در بازار سرمایه خواهیم بود؛

اتفاقی که از زمان مطرح شدن مورد استقبال اکوسیستم استارت‌آپی و سرمایه‌گذارانی قرار گرفته که در این اکوسیستم تامین مالی می‌کنند. به گفته فعالان این حوزه، در شرایط فعلی اقتصاد کشور که روزهای سختی بر کسب‌وکارها می‌گذرد، چنین اتفاقی می‌تواند برای استارت‌آپ‌ها نویدبخش باشد و نظر سرمایه‌گذاران جدید را جلب کند، اما از نظر آنها باید نگران دو مقوله در این میان بود؛ نخست هیجانی است که در بازار سرمایه و به تبع آن در اکوسیستم استارت‌آپی کشور ایجاد می‌شود. باید مراقب بود که این هیجان به مثابه حبابی نباشد که ترکیدن آن به تضعیف و از بین رفتن اکوسیستم استارت‌آپی کشور تمام شود. مانند تجربه تلخی که در بحران حباب دات‌کام در آمریکا رخ داد.

موضوع دیگر، واکنش پرهیجان و ذوق‌زده دولت به ورود استارت‌آپ‌ها به بورس است؛ چراکه انتظار می‌رود دولت صرفاً در نقش یک ناظر در این فرآیند ظاهر شود و نگذارد تصمیماتش روند بازار را تحت‌الشعاع قرار دهد و آن را از روند طبیعی و واقعی آن خارج کند. به بیان دیگر دولت از این شرایط نباید ذوق‌زده شود، اصلا بهتر است واکنشی نشان ندهد و بگذارد استارت‌آپ‌ها نیز مانند سایر شرکت‌ها سهام خود را در بورس عرضه کنند و صرفاً به نقش ناظر بودن کفایت کند. بهترین قاضی برای شرکت‌های استارت‌آپی واکنش بازار سرمایه است. پس اشتیاقی که در حال حاضر مدیران دولتی برای ورود استارت‌آپ‌ها به بورس نشان می‌دهند، به لحاظ اقتصادی منطقی نیست. امیر ناظمی، معاون وزیر ارتباطات، در گفت‌وگو با وب‌سایت آی‌تی ایران می‌گوید: «ایجاد یک تابلوی اختصاصی استارت‌آپ‌ها در بورس در حال پیگیری است و به این ترتیب هر پنج استارت‌آپی که در این مرحله آماده عرضه عمومی سهام هستند و سایر استارت‌آپ‌ها می‌توانند ذیل این تابلو به عرضه سهام بپردازند.»

به نظر می‌رسد تخصیص تابلو جداگانه برای استارت‌آپ‌ها برگرفته از تجربیات سایر کشورها است. اتخاذ شیوه جدید برای ورود استارت‌آپ‌ها به بورس در حالی است که این شیوه هنوز در ایران تجربه نشده است، در نتیجه پیش‌بینی نخستین حضور استارت‌آپ‌های ایرانی در بورس را دشوار می‌کند.

بگذارید کمی به عقب برگردیم.

چرا استارت‌آپ‌ها باید وارد بورس شوند؟ چه تغییراتی در ساختار یک شرکت باید اتفاق بیفتد تا بتواند وارد بورس شود؟ شرایط ورود به بورس برای شرکت‌های استارت‌آپی چه تفاوتی با دیگر شرکت‌ها دارد؟

شاید مرور برخی قوانین عمومی شرکت‌ها برای ورود به بورس خالی از لطف نباشد.

- در زمان پذیرش نباید بیشتر از ۸۰درصد از سهام شرکت در اختیار کمتر از ۱۰ سهامدار باشد.

- شرکت باید در دو دوره متوالی سودآور بوده و امکان سودآوری آن در آینده وجود داشته باشد و زیان انباشته نداشته باشد.

-نسبت حقوق صاحبان سهام شرکت به کل دارایی‌ها، از حد مناسب برخوردار بوده و از ۳۰درصد کمتر نباشد. در صورتی که نسبت مذکور از حداقل تعیین شده در این بند کمتر باشد، لیکن به تشخیص هیأت پذیرش از حد مطلوب برخوردار باشد، باید نسبت حقوق صاحبان سهام به دارایی‌های ثابت – به قیمت تمام شده – حداقل از ۵۰درصد کمتر نباشد.

خوب است استارت‌آپ‌های مدعی ورود به بورس لااقل در این سه عنوان وضعیت شرکت خود را به طور شفاف اعلام کنند. تا جایی که ذهن نویسنده یاری می‌کند تمام این شرکت‌ها زیانده بوده و تنها دیجی‌کالا آن هم به علت عدم گسترش خدمات خود در سال گذشته، توانسته است به تراز مالی صفر - و نه سوددهی- برسد.

مسئله دیگر شیوه ارزش‌گذاری این شرکت‌هاست. نظام پیشنهادی شرکت‌های استارت‌آپی برای ارزش‌گذاری نظام مقایسه‌ای است که ارزش یک شرکت را در مقایسه با شرکت‌های مشابه آن شرکت تعیین می‌کند. این نوع ارزش‌گذاری باعث رشد حبابی ارزش شرکت‌ها می‌شود. از سمت دیگر به علت نبودن مشابه بسیاری از شرکت‌ها در داخل کشور، این شرکت‌ها خود را با نمونه خارجی مقایسه کرده و ارزش‌گذاری براساس دلار صورت می‌گیرد که به کاذب شدن و افزایش حباب قیمتی کمک می‌کند و ارزش شرکت را چیزی بسیار بیشتر از واقعیت نشان می‌دهد. انتشار گزارشات ارزش‌گذاری شرکت‌ها به خوبی می‌تواند این شبهه را مرتفع و از تضییع سرمایه مردم جلوگیری کند.

در بورس معادل ۳۰درصد حجم سهام باید نقدا و به صورت وثیقه در نزد شرکت سرمایه‌گذاری مرکزی بورس قرار گیرد و همچنین معادل ۳۰درصد سهام شرکت‌ها در بورس و اوراق بهادار و فرابورس به عنوان وثیقه تسهیلات پذیرفته می‌شود. حال سوال اساسی آن است که شرکت‌های استارت‌آپی چه دارایی قابل تملیکی برای وثیقه‌گذاری دارند؟ این شرکت‌ها عموماً دارایی خود را شبکه خود می‌دانند. سوال مهم این است که با یک قطعی ساده اینترنت که در ایران اصلاً امر دشواری نیست، تکلیف این دارایی چه می‌شود؟ و ارزش روز آن چه خواهد شد؟ شاید سوال بهتر آن است که ارزش بنیادین این شرکت‌ها به صورت شفاف اعلام شود تا سرمایه‌گذاران و فعالان بازار سرمایه به خوبی بدانند بر روی چه شرکتی و با چه خالص ارزش دارایی (NAV) در حال سرمایه‌گذاری هستند.

دانش‌بنیان یا استارت‌آپ؟

شرکت‌های «استارت‌آپ» بعضاً تفاوت‌های مهمی با شرکت‌های «دانش‌بنیان» دارند و این تفاوت‌ها که به ماهیت شکل‌گیری و اهداف متفاوت آنها برمی‌گردد موجب تاثیر متفاوت آنها در توسعه اقتصاد و فرهنگ و حکمرانی کشور به خصوص در حوزه فضای مجازی می‌شود.

شرکت دانش‌بنیان شرکتی است که «محصول» یا «خدمت» آنها بر پایه و مبتنی بر دانش (وابسته به دانش در مقابل وابسته به کارگر یا کاربر) است. در عین حال «دانش» به عنوان ویژگی شرکت دانش‌بنیان از محصول فراتر می‌رود و فرآیندهای شرکت، هدف و چشم‌انداز شرکت را نیز دربر می‌گیرد. منبع اصلی یک شرکت دانش‌بنیان، دانش است و دانش و فناوری دارایی حیاتی شرکت به شمار می‌رود. در چنین شرکت‌هایی هزینه تحقیق و توسعه (R&D) بخش بزرگ قابل توجهی را نشان می‌دهد و کارکنان اینگونه شرکت‌ها معمولاً دارای تحصیلات آکادمیک و با حقوق بالا هستند.

شرکت استارت‌آپ شرکتی است که توسط یک «کارآفرین» جهت ایجاد «کسب و کار قابل توسعه» ایجاد می‌شود. یک شرکت استارت‌آپ معمولاً یک «مشکل» قابل حل را در نظر می‌گیرد و برای آن یک راه حل تعریف می‌کند. سپس با ارزیابی بازار یک طرح تجاری طراحی می‌کند و با ارائه محصول یا خدمت به مشتری و بازار و ارزیابی عکس‌العمل آن، فعالیت خود را توسعه می‌دهد.

اقتصاد دانش‌بنیان که مورد تاکید سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است، بر پایه شرکت‌های دانش‌بنیان شکل می‌گیرد که باعث ارتقای استقلال صنعتی و فناوری و علمی و دانشی کشور می‌گردد.

شرکت‌های استارت‌آپ در شرایط فعلی کشور عمدتاً شرکت‌های «استفاده‌کننده» از فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند و نه شرکت‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات و استارت‌آپ‌ها عملاً شرکت‌هایی هستند که عمدتاً به ارائه خدمات الکترونیک در بازار می‌پردازند.

حواشی پیرامون استارت‌آپ‌ها

یکی از مهم‌ترین اهداف و کارکردهای سرویس‌های خدمت‌رسانی دسترسی به اطلاعات و حریم شخصی افراد است و با تحلیل حجم عظیم اطلاعات (BIG DATA) مذکور عملاً امکان مهندسی اجتماعی، سنجش ذائقه اجتماعی، برنامه‌ریزی و هدایت جامعه برای هر کسی که به این اطلاعات دسترسی داشته باشد، به وجود خواهد آمد. مسئله‌ای که در استارت‌آپ‌ها ذیل هیچ نظارتی نیست و عملاً حریم خصوصی افراد در این فضا به سادگی نقض شده و حتی پاسخگویی نیز وجود ندارد. به عنوان مثال فقط در سه نوبت اطلاعات کاربران دیجی‌کالا، کافه بازار و تپسی منتشر شد و عملاً هیچ کسی پیگیر امنیت کاربران نشد و هیچ کسی نیز پاسخگوی سوالات مردم از این پلتفرم‌ها نشد.

موضوع ایجاد انحصار و خرید رقبا توسط استارت‌آپ‌های بزرگ که در کشور به غلط از آن به عنوان «ادغام» یاد می‌شود نیز یکی دیگر از چالش‌های حال حاضر شرکت‌های بزرگ استارت‌آپی است. رفتار این شرکت‌ها در ایجاد انحصار اقتصادی سوالات زیادی را برای فعالان این حوزه به وجود آورده است. اگر حاکمیت به انحصار این شرکت‌ها در اقتصاد دیجیتال پایان دهد، آیا ارزش این شرکت‌ها یا فروش آنها در سال به همین میزان ادعایی در ارزش‌گذاری‌ها خواهد بود؟ ارزش آنها در بازار سرمایه چطور؟

شاید بهتر باشد دولت به جای حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی، تابلوی اختصاصی، تسهیلات ویژه (مثلا تسهیلات ۱۴۰۰ میلیارد تومانی صندوق نوآوری و شکوفایی برای این شرکت‌ها که در تضاد با ماده ۵۲ قانون تسهیل رقابت است) و... حمایت خود را بر شرکت‌های دانش‌بنیان قرار دهد تا هم به رشد اقتصاد مقاومتی کمک کند و هم ریسک سرمایه مردم کاهش یابد؛ مسئله‌ای که دورنمایی از آن در دولت دیده نمی‌شود چون دوران شوآف با شرکت‌های دانش‌بنیان تمام شده است و دور، دور استارت‌آپ‌هاست!»

منبع: mehrnews

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۰۴۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۳/۲۶ پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۰۸۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی خانم فاطمه میرزایی به شناسنامه شماره ۶۲۱ کد ملی ۵۰۹۸۸۶۷۱۱۸ صادره از قزوین فرزند جلیل در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۵۳،۱۲ مترمربع پلاک شماره ۱۴ و ۱۵ فرعی از ۳۶ اصلی واقع در قزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری از عیسی مرادخانی تائید ومحرز گردیده است لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۰۴/۱۰ تاریخ انتشار دوم: ۹۹/۰۴/۲۵
علی شهسواری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین - ۱۲۲۸ م الف

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۰۵۹۱ مورخ ۹۹/۴/۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۳۷۵ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم هادی محمدی نژاد فرزند ابراهیم به شماره شناسنامه ۳۶۶ صادره از قزوین در دو دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه باغ سنتی به مساحت ۱۵۸۰،۸۰ مترمربع پلاک ۱۲۶ فرعی از ۵۲ اصلی واقع در بخش چهار جنوب غرب قزوین محرز گردیده است لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۴/۲۵ تاریخ انتشار دوم: ۹۹/۵/۱۱
شعبان عسگری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه۱ قزوین - ۱۲۵۵ م الف

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و مشاعی

هیأت حل اختلاف مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو قم تصرفات مالکانه مفروزی متقاضیان پرونده‌های تشکیلی طبق قانون مذکور را براساس گزارش کارشناسان و به استناد مدارک موجود در پرونده به شرح آراء ذیل تایید نموده‌اند.
۱- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۳۵۸۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۳۷۹ آقای موسی نجفی فرزند نعمت اله در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۴۴ مترمربع پلاک شماره ۱۹۷۹/۲۶۵ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از سیدحیدر باقرزاده بیرون ثبت دفتر ۱۴۴ صفحه ۵۸۵ (م الف ۴۴۴۹)
۲- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۰۶۵۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۸۹۷ خانم زهرا شوندی فرزند بیرامعلی در ۴ دانگ مشاع از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۰۳ مترمربع پلاک شماره ۲۳۲۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری از محمد حکیمی نیا به میزان ۵۷/۲ متر و مالکیت متقاضی طی سند رسمی به میزان ۱۲ متر (م الف ۴۴۵۰)
۳- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۰۶۵۶ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۸۹۳ آقای ایوب قراگوزلو فرزند زین العابدین در ۲ دانگ مشاع از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۰۳ مترمربع از پلاک شماره ۲۳۲۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری از محمد حکیمی نیا به میزان ۲۸/۵۱ متر و مالکیت متقاضی طی سند رسمی به میزان ۶ متر (م الف ۴۴۵۱)
۴- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۳۱۹۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۵۱۹ آقای حسن مدد فرزند عبداله در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۴۰ مترمربع پلاک شماره ۱۹۴۷/۷۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مالکیت متقاضی طی سند مالکیت مشاعی ثبت دفتر ۱۹۱ صفحه ۱۹۶ (م الف ۴۴۵۳)
۵- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۱۸۲۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۶۵۲ آقای حیدر فردوسی فرزند قربان در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۶۵/۲۴ متر مربع پلاک شماره ۲۳۰۲/۶/۳۷۴ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از احمد امیدی ثبت دفتر ۳۰۶ صفحه ۱۶۶ (م الف ۴۴۵۴)
۶- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۰۸۶۹ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۰۹۰ آقای سید احمد سید پور فرزند سید حسین در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۶۹ مترمربع پلاک شماره ۲۴۲۲/۶۴ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از غلامحسین علی اشرف خانی ثبت دفتر ۸۲ صفحه ۵۸۵ (م الف ۴۴۵۵)
۷- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۱۴۲۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۴۵۴ آقای حمزه اکبری فرزند خلیل در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۹۶/۵۰ مترمربع پلاک شماره ۲۱۶۰/۱۴۴ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از محمد ایدی نیک (م الف ۴۴۵۶)
۸- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۲۶۰۰ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۳۰۲۲ آقای محمد خاکپور الانق فرزند احمد در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۶۰ مترمربع پلاک شماره ۱۹۵۵ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از عباس افسر (م الف ۴۴۵۷)
۹- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۲۸۸۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۹۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۰۷۵ آقای موسی رفیعی فرزند سلطانعلی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۷۰ مترمربع پلاک شماره فرعی از ۲۲۶۶/۱۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری از محمد ابراهیم بروجردی (م الف ۴۴۵۸)
۱۰- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۲۰۰۰۲۰۲۷۷۸۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۸۸۷ آقای داود زنجیرانی فراهانی فرزند محمد در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۲۰ مترمربع پلاک شماره ۱۷۵۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مالکیت متقاضی طی سند رسمی شماره ۱۶۳۳۱۲ مورخ ۹۴/۷/۹ دفترخانه ۱۲ قم (م الف ۴۴۵۹)
۱۱- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۲۷۵۳ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۶۰۲ آقای علیرضا اصغریان فرزند رستمعلی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۸۰ مترمربع پلاک شماره ۲۳۸۰ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از غلامعلی زندیه ثبت دفتر ۲۴ صفحه ۴۹۹ و ۵۰۲ (م الف ۴۴۶۰)
۱۲- رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۲۷۹۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۵۲۰ خانم فاطمه مرادی فرزند عزیز در ۲ دانگ مشاع از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۱۰/۹۸ مترمربع پلاک شماره ۲۳۹۱ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از رضا و عبداله و اصغر ومحمد و حسن و معصومه و بتول زرین اقبال ورثه اسداله ومحمد هادی ومحمد تقی ومحمد حسن و شمس و خدیجه و زهرا ونرگس زرین اقبال و رباب بابا آبیار و یداله رمضانی ورثه حسین زرین اقبال ناصرثه ورثه اسداله زرین اقبال (م الف ۴۴۶۱)
مورد تایید قرار گرفته و از آنجائیکه مقرر گردیده است پس از نشر آگهی و انقضاء موعد مقرر سند مالکیت رسمی صادر گردد با توجه به عدم دسترسی به مالکین مشاعی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه اشخاص ذینفع اعتراضی داشته باشند ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد منطقه دو قم تسلیم و رسید آن را اخذ و ظرف مدت یکماه پس از تسلیم اعتراض به اداره ثبت به دادگاه مراجعه و دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم و گواهی آنرا به این اداره تحویل نمایند لازم به توضیح است که صدور سند بر اساس قانون مذکور مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۴/۱۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۴/۲۵
عباس پور حسنی حجت آبادی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو قم

دورکاری روشی طلایی برای مدیران پا به سن گذاشته

به قلم: ریک تارین نویسنده حوزه مدیریت و کارآفرینی
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از تلخ‌ترین لحظات برای هر مدیری زمان بازنشستگی است. درواقع این امر طبیعی است که با افزایش سن، کارکرد افراد کاهش پیدا کند. همچنین محیط پراسترس کاری، می‌تواند تهدیدی برای سلامت شما باشد، با این حال بسیاری از مدیران همچنان تمایل به ادامه فعالیت خود داشته و از دست دادن موقعیت شغلی، می‌تواند زمینه انواع بیماری‌ها نظیر افسردگی را در آنها تشدید کند. به همین خاطر نباید تصور کرد که بازنشستگی همواره یک مزیت محسوب می‌شود. تحت این شرایط سوالی که مطرح است این است که چگونه می‌توان امکان فعالیت را برای این دسته از مدیران فراهم کرد که خطری متوجه آنها نباشد. درواقع روانشناس‌ها بر این باور هستند که هر فردی باید تا زمانی که تمایل دارد، به انجام اقدامات کاری خود بپردازد. درواقع قطع شدن ناگهانی همه چیز، فشار روانی بسیار زیادی را به همراه خواهد داشت. در این رابطه دورکاری می‌تواند یک انتخاب کاملا مناسب باشد. در این رابطه افراد ضمن خانه‌نشینی، همچنان به فعالیت‌های خود ادامه می‌دهند، با این حال طبیعی است که نیاز به انتخاب یک جانشین باشد. در این رابطه برخی از شرکت‌ها به صورتی کاملا حرفه‌ای رفتار کرده و یک مدیر جوان را انتخاب می‌کنند. این امر باعث خواهد شد تا امکان استفاده از تجربه مدیر دورکار، شکل گیرد. در حال حاضر که ویروس کرونا باعث خانه‌نشین‌شدن بسیاری از افراد شده است، بهترین زمان برای به اجرا درآوردن این طرح شـکل گرفته اسـت. درواقع با توجه به این امر که بسیاری از برندها به دنبال بازگشایی مجدد هستند، حضور در محیط می‌تواند برای سلامت مدیران سالخورده، تهدیدی جدی باشد. به همین خاطر می‌توانید از همین امروز این طرح را به اجرا درآورده و خود را برای فعالیتی متناسـب با شـرایط خود، آماده کنید. خوشبختانه امروزه تکنولوژی به حدی پیشرفته شده است که شما ابزارهای لازم برای چنین اقدامی را خواهید داشت. درواقع شما می‌توانید حتی جلسات آنلاین را نیز برگزار کرده و با این اقدام حضور خود را پررنگ کنید. این امر می‌تواند یک راهکار هوشمندانه برای مدیرانی باشد که همچنان تمایل به ادامه فعالیت‌های خود دارند. همچنین این امر که جانشین خود را آموزش دهید، باعث خواهد شد تا شرکت با جهان‌بینی شما به کار خود ادامه دهد که این امر به معنای کاهش احتمال از دست رفتن میراث به دست آمده خواهد بود.

منبع: entrepreneur.com

چرا استراتژی‌ها با شکست مواجه می‌شوند

به قلم: مایکل بر کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چرا بسیاری از استراتژی‌ها علی رغم تلاش‌های زیاد با شکست مواجه می‌شوند؟ در این رابطه اگرچه می‌توان دلایل متعددی را ذکر کرد، با این حال نتایج آخرین تحقیقات حاکی از آن است که به صورت کلی، پنج دلیل اصلی وجود دارد. درواقع عدم توجه به این موارد باعث خواهد شد تا شما از همان ابتدا، بازنده باشید. این امر به معنای از دسـت رفتن زمان و بودجه شـما خواهد بود. اگرچه ممکن است تصور کنید که شکست‌ها زمینه‌ای برای یادگیری محسوب شده و نباید به آن توجه کرد. با این حال حتی یک شکست بزرگ می‌تواند روحیه شما را به صورت کامل تخریب کند و زمینه اخراج شما از شرکت را مهیا سازد. به همین خاطر اولویت شما باید این باشد که احتمال بروز شکست را به پایین‌ترین حد ممکن برسانید.

۱-تعیین اهداف بدون توجه به واقعیت موجود

بسیاری از مدیران اهدافی را برای خود تعیین می‌کنند که کاملا با واقعیات موجود تفاوت دارد. این امر باعث خواهد شد تا رسیدن به آن کاملا سخت و حتی غیرممکن باشد. این امر در حالی است که شما باید به سلسله مراتب توجه داشته باشید. برای مثال تبدیل شدن به بهترین برند کشور خود، یک پروژه چند ساله خواهد بود که در ابتدا باید به مسائل کوچک‌تر و پیش‌زمینه‌های آن توجه داشته باشید. در غیر این صورت شما عملا توانایی رسیدن به آن را نخواهید داشت. در کنار این موضوع، شما باید به زمان مناسب نیز توجه داشته باشید. درواقع در بسیاری از شرایط ممکن است که اکنون زمان مناسب برای به اجرا درآوردن طرح شما نباشد و با یک سال صبر بتوانید نتیجه‌ای کاملا متفاوت را رقم بزنید. درواقع به صورت کلی شما باید هدف خود را با توجه به شرایط حال حاضر، تعیین کنید.

۲-عدم توجه به نیاز مشتری

ممکن است هدف و استراتژی‌ای را تعیین کنید که توسط یک برند مطرح مورد استفاده قرار گرفته و نتیجه‌بخش بوده اسـت، با این حال آیا تضمینی وجود دارد که به اجرا درآوردن آن توسـط شـما به تجربه‌ای یکسان منجر خواهد شد؟ در این رابطه شـما باید برای اطمینان از درسـتی یک اسـتراتژی پس از طی کردن مرحله اول، به نیاز مشتری توجه داشته باشید. درواقع استراتژی شما باید شامل اقداماتی باشد که در راستای تامین خواسته‌های مشتریان باشد. در غیر این صورت نتیجه‌ای را برای برند شما به همراه نخواهد داشت. طبیعی است که برای موفقیت در این مرحله، شما باید اطلاعات مختلفی را از جامعه هدف و مشتریان اصلی خود به دست آورید. این امر یکی از مبناهای تصمیم‌گیری شما خواهد بود.

۳-عدم هماهنگی تیم با استراتژی تعیین‌شده

تیم شرکت بازوی اجرایی هر تصمیمی خواهد بود. به همین خاطر بسیار مهم است که در تصمیم‌گیری‌ها از این افراد نیز استفاده کرده و نظرات را جویا شوید. فراموش نکنید که کارمندان شما در زمینه برخی از مسائل به علت ارتباط مستقیم خود، آگاهی بهتری را داشته و این امر می‌تواند باعث شود تا تصمیم نهایی، وضعیت بهتری را پیدا کند. همچنین ممکن اسـت هدف و استراتژی تعیین‌شده، تناسبی را با وضعیت حال حاضر تیم شرکت نداشته باشد. تحت این شرایط شما دو راهکار کلی را خواهید داشت. نخست آنکه تصمیم خود را تغییر دهید و یا تیم شرکت را دگرگون ساخته و افراد جدید را استخدام کنید. به هر صورت شما باید در انتخاب استراتژی خود، به وضعیت تیم شرکت نیز توجه داشته باشید.

۴-عدم توجه به وضعیت بودجه شرکت

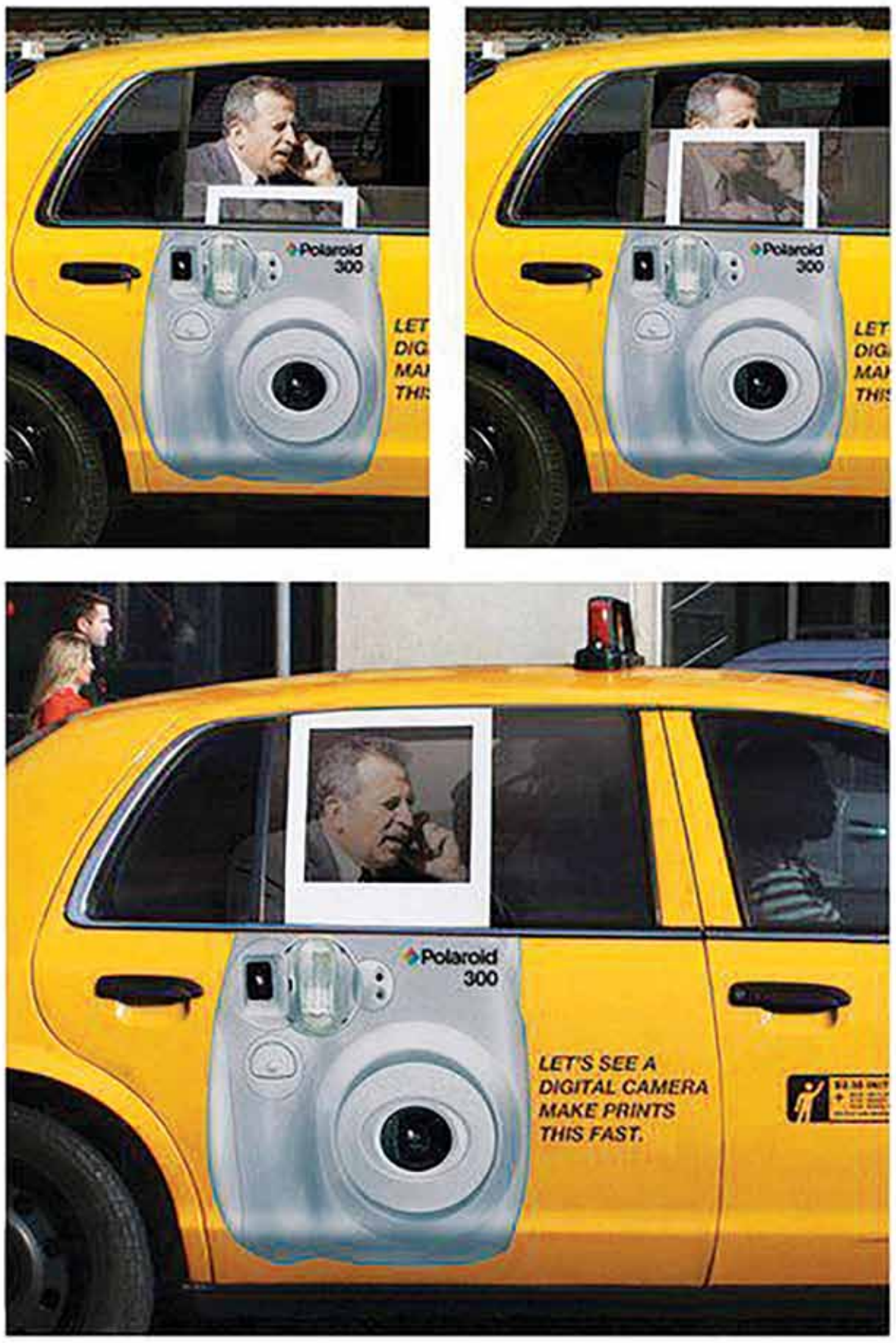
آیا به خوبی می‌دانید که طرح شـما به چه سـطح بودجه‌ای نیاز دارد؟ در این رابطه فراموش نکنید که همواره میان پیش‌بینی‌ها با واقعیت تفاوت‌هایی وجود دارد. برای مثال ممکن است بخشی از لیست قیمت‌های شما در مرحله به اجرا درآوردن استراتژی، با تفاوت قیمت همراه شود. تحت این شرایط اگر شما چنین مواردی را پیش‌بینی نکرده باشید، بدون شک در همان ابتدا با کندی محسوسی مواجه خواهید شد که خود هزینه‌بر است. درواقع به صورت کلی شما باید تصمیماتی را اتخاذ کنید که قدرت مالی به اجرا درآوردن آن را دارید. در این رابطه برخی از شرکت‌ها از مدت‌ها قبل با اقداماتی نظیر صرفه‌جویی و به حداقل رساندن هزینه‌های خود، شرایط را برای به اجرا درآوردن یک طرح بزرگ، مهیا می‌کنند.

۵-عدم پیگیری مداوم

در آخر نکته‌ای که باعث می‌شود تا با شکست در استراتژی خود مواجه شوید این است که پیگیری و بازنگری‌های لازم را انجام نمی‌دهید. درواقع شما باید در هر مرحله، به خوبی نسبت به درست بودن اقدامات، اطمینان داشته باشید. این امر تنها زمانی میسر خواهد بود که هر روز موارد را بررسی کرده و در آخر هفته اطلاعات را به آمار تبدیل کنید تا با مقایسه آن با موارد هفته آینده نسبت به درست بودن همه چیز اطمینان داشته باشید. این نکته بسیار مهم است که در بسیاری از موارد حتی یک مشـکل کوچک و به ظاهر سـاده، به دلیل نادیده گرفته شدن، به یک بحران جدی تبدیل شده است. به همین خاطر انجام چنین اقداماتی کاملا ضروری خواهد بود.

منبع: hbr.org

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۲۵ تیر ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۸۳ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



۱۰ نکته ساده برای افزایش عمر و بهبود زندگی

در دنیـای امروز، تغییر سـبک زندگی باعث شـده میانگین عمر افراد کاهش پیدا کند، اما همه ما دوست داریم عمر بیشتری داشته باشیم.

نکات زیادی وجود دارد که با رعایت آن عمر طولانی‌تری خواهید داشت. البته نباید انتظار داشته باشید تنها با رعایت چند نکته بیشتر عمـر کنید. برای داشـتن عمر طولانی نکات زیـادی وجود دارد که تعدادی از آنها را معرفی می‌کنیم.

تحقیقات نشـان می‌دهد چهار رفتار بد مانند سـیگار کشـیدن، نوشـیدن بیش از حد الکل، ورزش نکـردن و عدم مصرف میوه‌ها و سبزیجات به اندازه کافی، طول عمر شما را کاهش داده و حدود ۱۲ سـال از عمرتان کم می‌کند. اکنون ۱۰ عادت را معرفی می‌کنیم که با رعایت آن، بدن احساس جوانی کرده و بهتر به نظر خواهید رسید.

۱. در غذاخوردن افراط نکنید

اگر می‌خواهید عمر بیشـتری داشـته باشـید، غذای کمتری در بشـقاب‌تان بریزید تا پرخوری نکنید. محققان دانشگاه سنت‌لوئیس می‌گویند مصرف غذای کمتر کمک می‌کند دیرتر پیر شـوید. نتایج مطالعه‌ای در سـال ۲۰۰۸ میلادی نشـان می‌دهـد کاهش کالری مصرفی، سـبب کاهش تولید تری‌گلیسیرید می‌شود؛ همان هورمون تیروئیدی که متابولیسم بدن را کاهش داده و باعث سرعت بخشیدن روند پیری می‌شود.

۲. از نور مستقیم خورشید دوری کنید

اگر از نور خورشـید دوری کنید، احتمال ابتلا به سـرطان پوست را در خـود کاهش می‌دهیـد و همچنین با جلوگیری از بروز چین و چـروک صورت، جوان‌تر خواهید ماند. خیلی خوب اسـت هر روز از کرم ضدآفتاب اسـتفاده کنید و به زیبایی پوست خود اهمیت دهید (از ضدآفتاب با SPF ۳۰ یا بالاتر اسـتفاده کنید). البته تمرکزتان را روی صورت نگذارید، زیرا نور خورشـید می‌تواند به دیگر نقاط بدن آسیب برسـاند و لکه‌های روی قفسه سـینه و گردن باعث می‌شود پیرتر به نظر برسید.

۳. تلویزیون را خاموش کنید

تماشـای افراطی تلویزیون می‌تواند عواقب جدی به سـلامتی‌تان وارد کند. تحقیقی در سال ۲۰۱۰ نشان داد افرادی که چهار ساعت یا بیشـتر در طول روز تلویزیون تماشـا می‌کنند ۴۶درصد بیشتر از کسـانی که کمتر از دو ساعت در روز تماشا می‌کنند در معرض ابتلا به انواع بیماری‌ها قرار دارند.

پیشـنهاد می‌کنیم کمی از ساعت تماشای تلویزیون کم کنید؛ هر ساعت اضافی که تلویزیون می‌بینید، خطر مرگ را ۱۱درصد و خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی را ۱۸درصد افزایش می‌دهد.

۴. ارتباط بیشتری برقرار کنید

اگـر ارتباط خوبی با خانواده و دوسـتان‌تان نداشـته باشـید، در معـرض ابتلا بـه بیماری‌های قلبـی خواهید بود. تنهایـی در افراد سـالم به اندازه کلسترول بالا یا سیگار کشیدن خطرناک است. گفته می‌شـود تنهایی خطر بیشـتری برای افراد سـالخورده دارد زیرا در معرض ابتلا به افسردگی قرار دارند.

۵. سیگار را ترک کنید

ترک سـیگار به سـلامتی و طول عمر شـما کمـک خواهد کرد. پژوهشـی در مجله آمریکایی بهداشـت عمومی به چاپ رسـید که نشـان می‌دهـد زنانی که سـیگار کشـیدن را تا ۳۵ سـالگی ترک کرده‌اند، تقریبا ۶ تا ۸ سال به طول زندگی‌شان اضافه می‌کنند.

۶. فست فود و غذاهای فرآوری‌شده نخورید

نتایـج آژانـس بین‌المللی تحقیقات سـرطان (IARC)، نشـان می‌دهـد مصرف ۵۰ گرم از گوشـت فرآوری‌شـده، روزانه ۱۸درصد خطر ابتلا به سـرطان کولورکتال (سـرطان روده بزرگ) را افزایش می‌دهـد. همچنیـن یافته‌های IARC حاکی از آن اسـت، مصرف گوشت قرمز با سرطان‌های کولون، پروستات و پانکراس ارتباط دارد.

۷. به تناسب اندام‌تان اهمیت دهید

نتایج تحقیقی در سال ۲۰۰۸ میلادی اعلام می‌کند ورزش منظم با شدت بالا (مانند دویدن)، چهار سال به طول زندگی اضافه خواهد کرد. شاید برای‌تان جالب باشد، اما تاثیر مثبت ورزش روی سلامتی قلب، ذهن و سوخت‌وسـاز بدن ثابت شده اسـت. حتی یک ورزش معمولی مانند پیاده‌روی سریع، ۳۰ دقیقه در هر روز، می‌تواند خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی را کاهش دهد.

۸. خواب کافی داشته باشید

زمـان و کیفیـت خواب با طول عمـر ارتباط مسـتقیم دارد. اگر می‌خواهید عمر طولانی‌تری داشـته باشـید به اندازه کافی بخوابید. محققان دانشـگاه کالیفرنیا می‌گویند افرادی که خواب خوب شبانه دارند، در مقایسه با دیگر افراد عمر طولانی‌تری دارند.

۹. میوه و سبزیجات تازه بخورید

مصرف کمتر از سـه بار میوه و سـبزی در طول روز باعث کاهش سلامت بدن می‌شود. تغذیه‌ای سرشار از فیبر و ویتامین‌ها، میوه‌ها و سبزیجات می‌تواند خطر ابتلا به بیماری قلبی را تا ۷۶درصد کاهش دهد. همچنین، نقش موثری در کاهش خطر ابتلا به سـرطان سینه خواهـد داشـت. خوردن میوه و سـبزیجات باعث می‌شـود چین و چروک‌ها نیز از بین بروند.

۱۰. رابطه جنسی خوبی داشته باشید

دو تا سه بار در هفته رابطه جنسی رضایت‌بخش داشته باشید تا سه سال به طول عمرتان افزوده شود. رابطه جنسی باعث سوزاندن مقادیر زیادی کالری می‌شود، گاهی برابر با ۳۰دقیقه دویدن. همچنین، رابطه جنسی باعث می‌شود فشار خون‌تان کاهش یابد، خواب‌تان بهبود پیدا کند، قلب‌تان سالم‌تر کار کند و ایمنی‌تان افزایش یابد.

منبع: pamper/ucan