

یادداشت

ضرورت ورود به عصر صادرات فعال مستوفی اقتصادی

ایران با دارا بودن بیش از ۷ درصد از ذخایر معدنی جهان، پتانسیل بالایی برای رشد و توسعه در این صنعت دارد. ذخایر اثبات شده معادن ایران به بیش از ۲۷ میلیارد تن و ذخایر بالقوه به ۵۷ میلیارد تن می‌رسند. پایین بودن هزینه کار و انرژی در ایران نسبت به سایر کشورهای منطقه، مزیت رقابتی مهمی برای این صنعت به شمار می‌آید. این مزیت می‌توانست ایران را به یک قطب مهم در زنجیره ارزش معادن و صنایع معدنی تبدیل کند. ایران نه تنها در صنعت معدن، بلکه در سایر بخش‌ها نیز پتانسیل‌های زیادی دارد. ذخایر عظیم نفت و گاز، موقعیت جغرافیایی استراتژیک و نیروی کار جوان و تحصیلکرده، از جمله مزیت‌های رقابتی ایران هستند. ترکیب این عوامل با مزیت‌های بخش معدن در کمتر کشوری اتفاق می‌افتد و می‌توانست بخش معدن را به یکی از حوزه‌های اصلی توسعه تبدیل کند.
بااین حال، متأسفانه از این موهبت‌ها به درستی استفاده نکرده‌ایم. صنعت معدن ایران با چالش‌های جدی مواجه است و از محدودیت‌های اساسی و ساختاری رنج می‌برد. تحریم‌ها و ناطلمینانی ناشی از آن، بر سر همه بخش‌های اقتصادی، از جمله معدن، سایه افکنده و برنامه‌ریزی را به شدت دشوار ساخته است. این شرایط نه تنها مانع از جذب سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی شده، بلکه توسعه پایدار را نیز به خطر انداخته است. ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



کمتر از ۵ هزار خودرو برقی و ۱۵۰ ایستگاه شارژ در ایران وجود دارد چالش‌های استفاده از خودروهای برقی

شارژر خودرو برقی

ضرورت ورود به عصر صادرات

کمبودها نه تنها بخش معدن و صنایع معدنی، بلکه کل صنایع کشور را تحت تأثیر قرار داده است. پیش بینی می‌شود که در سال‌های آینده این بحران شدت بگیرد. به ویژه در بخش برق، نوسانات بین تولید و مصرف انرژی افزایش خواهد یافت، که منجر به محدودیت‌های برق زودتر و طولانی‌تر می‌شود. این قطعی‌ها نه تنها تولید را کاهش می‌دهند، بلکه به تعطیلی بسیاری از واحدهای صنعتی منجر می‌شوند. این شرایط نشان می‌دهد که سیستم انرژی ایران، نیاز به اصلاحات اساسی دارد تا بتواند به نیازهای صنایع پاسخ دهد. بحران انرژی ایران علاوه بر تأثیر بر تولید و اشتغال، بر کل چرخه توسعه کشور نیز تأثیر گذاشته است. حال با این چالش‌های اساسی که داریم، در برنامه هفتم، رشد ۱۲ درصدی برای بخش معدن پیش‌بینی می‌کنیم و اصلا توجه نداریم که این هدف با توجه به چالش‌های موجود، چقدر دور از انتظار است. برنامه‌ریزی، کار درستی است، ولی ماقبل آن، نیاز به الزاماتی دارد که متأسفانه در کشور وجود ندارد. برنامه‌های موجود به دلیل عدم توجه به مشکلات ساختاری و تحریم‌ها، ناکارآمد هستند و فقط روی کاغذ نوشته می‌شوند. تا زمانی که این چالش‌ها برطرف

نشوند، صحبت از ارقامی، مانند رشد اقتصادی ۸ درصد بی‌فایده است. با توجه به چالش‌های موجود و عدم بهبود شرایط، چشم‌انداز سال ۱۴۰۴ برای صنعت معدن ایران چندان امیدوارکننده نیست. بحران انرژی و مشکلات ساختاری اقتصادی، از جمله مولفه‌های منفی در حال حاضر، اولویت باید حل مشکلات کردن تحریم‌ها و خودتحریمی‌ها، مهم‌ترین عواملی هستند که به کند کردن روند شرایط نامساعد موجود کمک می‌کنند. بعد از آن می‌توان در مورد برنامه‌ریزی و اعداد و ارقام برای رشد کل اقتصاد و بخش معدن صحبت کرد. اگر توانستیم ناطلمینانی را کاهش دهیم، بعد از آن می‌توان راهکارهایی برای میان‌مدت و بلندمدت، طراحی و اجرا کرد. از جمله: فراهم کردن بستر برای حضور شرکت‌های خصوصی در صنعت معدن می‌تواند به رشد این بخش کمک کند. این کار می‌تواند به افزایش رقابت و بهبود کیفیت خدمات در این صنعت منجر شود. استفاده از فناوری‌های

سپهر برزی مهر، قائم مقام دبیر کل اتاق تهران تحلیل شرایط اقتصادی ایران در سال ۱۴۰۴، نیازمند بررسی عوامل متعددی است که بر روندهای اقتصادی، تأثیر می‌گذارند. تحریم‌های بین‌المللی، تحولات منطقه‌ای و جهانی، تنش‌های سیاسی و امنیتی، تورم، نرخ ارز و صادرات ایران، جنبه‌هایی کلیدی هستند که می‌توانند در تحلیل اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۴ مورد توجه قرار گیرند. شاید به جرأت بتوان تحریم‌های اقتصادی را یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد ایران دانست. پیش‌بینی دقیق تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران در سال ۱۴۰۴ دشوار است؛ زیرا این موضوع به عوامل متعددی از جمله تحولات دیپلماتیک، سیاسی و منطقه‌ای وابسته است. اگر تنش‌های سیاسی بین ایران و غرب افزایش یابد و گفت‌وگوهای دیپلماتیک به نتیجه نرسد، احتمالاً تحریم‌های فعلی علیه ایران ادامه خواهد یافت و تشدید نیز خواهد شد. در این صورت، فشار بر شرکای تجاری ایران برای کاهش همکاری‌های اقتصادی افزایش می‌یابد و همچنین محدودیت‌ها در انتقال فناوری نیز بیشتر می‌شود.

در چنین شرایطی با محدودتر شدن صادرات نفت ایران، درآمدهای ارزی کاهش یافته و دسترسی به منابع مالی بین‌المللی دشوارتر می‌شود. ضمن اینکه احتمال اعمال محدودیت‌های جدی برای جلوگیری از دسترسی ایران به فناوری‌های پیشرفته بیشتر می‌شود. همچنین افزایش تنش‌ها ممکن است باعث افزایش هزینه‌های نظامی و امنیتی شود که این امر می‌تواند بودجه دولت را تحت فشار قرار داده و منابع مالی را از بخش‌های تولیدی و اجتماعی منحرف کند. از سوی دیگر، ناامنی منطقه‌ای می‌تواند باعث کاهش سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی شده و فشار را بر بخش‌های کلیدی اقتصاد افزایش دهد. در این صورت، ایران برای دور زدن تحریم‌ها، چاره‌ای جز تلاش برای افزایش صادرات غیرنفتی (مانند محصولات پتروشیمی و معدنی)، استفاده از راه‌های جایگزین برای تجارت (مانند مبادلات ارزی غیردلاری و همکاری با کشورهای همسایه) و بهبود روابط با کشورهای همسایه مانند عراق، ترکیه، امارات و پاکستان

بیش از ۱۵۰۰ تومان پول حقیقی وارد تالار شیشه‌ای شد
عبور از مرز ۳ میلیونی با لیدری بانکی‌ها
فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات روز گذشته با رشد ۱٫۵ درصدی، مرز ۳ میلیون واحدی را رد کرد و در ارتفاع ۳ میلیون و ۱۲ هزار واحد ایستاد. شاخص هموزن نیز با رشد ۱٫۲۸ درصدی مواجه شد و به تراز ۸۶۰ هزار واحد رسید. همچنین در آن سوسوی بازار سرمایه، شاخص کل فرابورس با افزایش ۰٫۵ درصدی روبه‌رو شد تا برای پنجمین روز متوالی در کانال...

سلطه دولت بر صندوق ثروت

فرصت امروز: به نظر می‌رسد صندوق توسعه ملی، بیش از آنکه به سرمایه‌گذاری‌های زاینده اقتصادی بپردازد، به منبعی برای جبران کسری بودجه دولت‌ها تبدیل شده و نتوانسته مأموریت اصلی خود در حفظ منابع بین‌نسلی را انجام دهد. این نهاد مالی که با هدف تبدیل بخشی از درآمدهای نفت و گاز به سرمایه‌های مولد اقتصادی و حفظ سهم نسل‌های آینده تأسیس شده بود، در عمل از اهداف خود فاصله گرفته و با چالش‌های جدی مواجه شده است. مجموع منابع صندوق از ابتدای تأسیس تاکنون حدود ۱۶۰ میلیارد دلار گزارش شده که ۱۵۳ میلیارد دلار آن، مربوط به عواید حاصل از صادرات نفت و گاز بوده و تنها ۸ میلیارد دلار دیگر، شامل سود حاصل از سپرده‌گذاری نزد بانک مرکزی و سود تسهیلات و سرمایه‌گذاری‌ها بوده است. این ترکیب منابع نشان می‌دهد که سهم فعالیت‌های اقتصادی سودآور از کل منابع صندوق بسیار ناچیز بوده و بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها پایین بوده است. براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، بخش عمده ذخایر صندوق توسعه ملی از عواید صادرات نفت و گاز محقق شده و تنها بخش کوچکی از آن، سود حاصل از سپرده‌گذاری در بانک مرکزی بوده است. در سوی دیگر، میزان مصارف صندوق، حدود ۱۲۲ میلیارد دلار بوده که بیش از ۶۵ درصد آن به برداشت دولت‌ها برای جبران کسری‌های بودجه‌ای اختصاص یافته است. این در حالی است که تنها حدود ۳۶٫۵ میلیارد دلار (یعنی کمتر از ۳۰ درصد کل مصارف) به مصارفی...

۳

دهک چهارم از دریافت وام اجاره مسکن حذف شد؟

جزییات جدید بسته حمایتی مستاجران

۲

مدیریت و کسب‌وکار

استارت‌آپ‌های حوزه سلامت در چشم‌انداز آینده

در دهه گذشته استارت‌آپ‌های حوزه سلامت با سرعتی چشمگیر رشد کرده‌اند؛ از اپلیکیشن‌های پایش سلامت و خواب گرفته تا پلنفرم‌های مشاوره آنلاین پزشکی و ابزارهای پوشیدنی که فشار خون و ضربان قلب را لحظه به لحظه رصد می‌کنند. فناوری دروازه‌های تازه به روی مراقبت‌های پزشکی باز کرده که پیش تر صورت آن دشوار بود، اما این سرعت رشد همیشه با ثبات و اطمینان همراه نیست. تغییرات گسترده‌ای مانند همه‌گیری کرونا یا ورود هوش مصنوعی به عرصه تشخیص و درمان، آینده این صنعت را پرشش‌های تازه‌ای مواجه کرده است. اگرچه بسیاری از استارت‌آپ‌های سلامت توانستند در بحران کرونا خوش بدرخشند، اما همچنان باید برای آینده‌ای پر از چالش آماده شوند. پرسش اساسی اینجاست که این استارت‌آپ‌ها در مسیر رو به جلو با چه تغییرات و چالش‌هایی رو به رو خواهند شد؟ چه فاکتورهایی باعث...

۸

نشوند، صحبت از ارقامی، مانند رشد اقتصادی ۸ درصد بی‌فایده است. با توجه به چالش‌های موجود و عدم بهبود شرایط، چشم‌انداز سال ۱۴۰۴ برای صنعت معدن ایران چندان امیدوارکننده نیست. بحران انرژی و مشکلات ساختاری اقتصادی، از جمله مولفه‌های منفی در حال حاضر، اولویت باید حل مشکلات وجودن تحریم‌ها و خودتحریمی‌ها، مهم‌ترین عواملی هستند که به کند کردن روند شرایط نامساعد موجود کمک می‌کنند. بعد از آن می‌توان در مورد برنامه‌ریزی و اعداد و ارقام برای رشد کل اقتصاد و بخش معدن صحبت کرد. اگر توانستیم ناطلمینانی را کاهش دهیم، بعد از آن می‌توان راهکارهایی برای میان‌مدت و بلندمدت، طراحی و اجرا کرد. از جمله: فراهم کردن بستر برای حضور شرکت‌های خصوصی در صنعت معدن می‌تواند به رشد این بخش کمک کند. این کار می‌تواند به افزایش رقابت و بهبود کیفیت خدمات در این صنعت منجر شود. استفاده از فناوری‌های

چشم‌انداز محیط کسب و کار و نقش سازمان‌های میانجی

اداری و قانونی و ایجاد فضایی شفاف و رقابتی است. اگر دولت بتواند اصلاحات ساختاری انجام دهد و فضای کسب و کار را بهبود بخشد، ممکن است شاهد کاهش چالش‌های اقتصادی باشیم.

در این میان، نقش سازمان‌های میانجی، منجمله اتاق‌های بازرگانی و تشکل‌های اقتصادی در بهبود محیط کسب و کار ایران، بسیار کلیدی است. اگر این سازمان‌ها بتوانند در شرایط کنونی کشور به طور موثر به عنوان میانجی، بین بخش خصوصی و دولت عمل کرده و بر کارکردهای کلیدی خود به عنوان یک سازمان میانجی تمرکز کنند، می‌توانند در رشد اقتصادی کشور ایفای نقش نمایند. نمایندگی از اعضا و توانمندسازی و ارائه خدمات به آنها و همچنین تنظیم‌گری و تسهیل‌گری محیط کسب و کار، کارکردهای کلیدی سازمان‌های میانجی است. این سازمان‌ها در حوزه نمایندگی از اعضا باید با شناسایی و تحلیل دقیق خواسته‌ها و نیازهای کسب و کارها در بین اعضای خود و ذی‌نفعان به اجماع و صدای واحد برسند و بسته‌های سیاستی مدون و کارشناسی شده برای بهبود قوانین و مقررات تجارت به سیاستگذاران ارائه دهند. در چنین شرایطی، بخش خصوصی می‌تواند مشارکتی فعال در تدوین سیاست‌های اقتصادی و تجاری در راستای منافع مشروع خود داشته باشد.

سازمان‌های میانجی همچنین در محور توانمندسازی و ارائه خدمات به اعضا باید از طریق آموزش مهارت‌های تخصصی، ارائه خدمات تجاری و مشاوره‌ای در حوزه‌های مختلف کسب و کار به ویژه بازاریابی، تجارت، صادرات، فناوری، اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی و همچنین برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، برقراری ارتباط با اتاق‌های بازرگانی دیگر کشورها، ایجاد شبکه‌های تجاری بین‌المللی، زمینه را برای توسعه تجارت و توسعه صادرات هموار کنند. ضروری است که تشکل‌ها و سازمان‌های میانجی، توجه ویژه‌ای به شرکت‌های کوچک و متوسط، استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا و فنآور، داشته باشند و ایجاد شرایط مناسب برای جذب و نگهداری نیروهای متخصص و نخبه در کشور را نیز در دستور کار خود قرار دهند. سازمان‌های میانجی در حوزه تنظیم‌گری

نوبن برای ارتقای ایمنی و بهره‌وری معادن، ضروری است. این کار می‌تواند به کاهش هزینه‌ها و افزایش تولید کمک کند. اصلاح نظام اداری و کاهش فساد می‌تواند به بهبود شرایط کمک کند. این کار می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی کمک کند و توسعه پایدار را تسهیل کند. در مجموع، چشم‌انداز سال ۱۴۰۴ برای صنعت معدن ایران با توجه به چالش‌های موجود چندان امیدوارکننده نیست. بحران انرژی و مشکلات ساختاری اقتصادی، از جمله مولفه‌های منفی در حال شوند تا بتوان به توسعه این صنعت امیدوار بود. در حال حاضر، اولویت باید حل مشکلات موجود و نگهداشت باشد، نه بلندپروازی‌هایی مانند رشد اقتصادی ۸ درصد. با این حال، اگر بتوانیم ناطلمینانی را کاهش دهیم و راهکارهایی برای گسترش فعالیت بخش خصوصی، استفاده از فناوری‌های نوین و اصلاح ساختار اداری به کار بندیم، می‌توانیم به توسعه پایدار در این بخش امیدوار باشیم. در این صورت، ایران می‌تواند از پتانسیل‌های خود به درستی استفاده کند و به یک قطب مهم در تولید و صادرات و توسعه زنجیره‌های ارزش معدن و صنایع معدنی تبدیل شود.

تسهیل‌گری محیط کسب و کار نیز می‌تواند برای اعضای خود موثر واقع شوند. آنها باید ساده‌سازی فرآیندها و کاهش مراحل اداری برای کسب و کار و اخذ مجوزها، توسعه سامانه‌های الکترونیکی، شفاف‌سازی قوانین و تدوین قوانین شفاف و قابل پیش‌بینی برای کاهش ابهامات حقوقی، کاهش مداخله دولت در قیمت‌گذاری و تنظیم بازار و تلاش برای پیاده‌سازی مکانیزم‌های بازارمحور و تقویت حقوق مالکیت فکری و فیزیکی برای افزایش امنیت سرمایه‌گذاری، محیط کسب و کار را برای اعضای خود بهبود دهند. در این زمینه همچنین کاهش نرخ سود بانکی و تسهیل ارائه تسهیلات با شرایط مناسب، توسعه بازار سرمایه برای تأمین مالی کسب‌وکارها، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش دسترسی به خدمات دیجیتال، حمایت از صادرات و تجارت بین‌الملل و همکاری با نهادهای منظر بین‌المللی، تسهیل صادرات و واردات و همچنین اجتناب از پیاده‌سازی سیاست‌های تجاری با اعضای خود منطقه‌ای و جهانی، عضویت و پیوستن به سازمان‌های تجاری بین‌المللی و الگوبرداری از تجربیات موفق کشورهای دیگر، مهم‌ترین اولویت سازمان‌های میانجی در سال ۱۴۰۴ خواهد بود.

با توجه به آنچه اشاره شد، بدون تردید ایجاد بهبود در شرایط اقتصادی کشور در کوتاه مدت و در سال ۱۴۰۴ دشوار است. با این وجود نمی‌توان از اهمیت اجرایی سیاست‌های اصلاحی در بهبود محیط کسب و کار برای دستیابی به رشد اقتصادی پایدار چشم پوشید. به نتیجه رساندن مذاکرات دیپلماتیک با غرب، تمرکز بر سیاست‌های مبتنی بر تقویت تولید داخلی و صادرات غیرنفتی، توسعه همکاری با کشورهای همسایه و همچنین اجتناب از پیاده‌سازی سیاست‌های انبساطی پولی، از سیاست‌هایی است که اقتصاد ایران را برای مواجهه با سختی‌های سال ۱۴۰۴ مجهز خواهد کرد اما این مهم نیازمند اصلاحات ساختاری، قانونی و اداری و ایجاد فضایی شفاف و رقابتی در اقتصاد کشور است. با اجرایی شدن اقداماتی که شرح آن رفت، می‌توان به بهبود محیط کسب و کار و افزایش رقابت‌پذیری در اقتصاد ایران امیدوار ماند.

نگاه

با اعلام سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان

افزایش خودسرانه قیمت خودرو ممنوع شد

سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام کرد که واردکنندگان خودروهای بنزینی و هیبریدی باید پیش از تغییر قیمت، گزارش و مستندات لازم را ارائه دهند و تنها با تأیید کارگروه تنظیم بازار، مجاز به اعمال آن هستند. رئیس سازمان حمایت در نامه‌ای خطاب به تمامی شرکت‌هایی که نسبت به واردات خودرو اقدام می‌کنند، تأکید کرد که هرچند خودروهای وارداتی از شمول دستورالعمل تنظیم بازار خودروی سواری مستثنی شده‌اند اما کلیه واردکنندگان خودروهای سواری بنزینی و هیبریدی مکلفند قبل از هرگونه تعیین و تغییر قیمت گزارش لازم به همراه مستندات مربوطه را جهت بررسی کارشناسی به این سازمان ارائه و پس از تأیید سناد تنظیم بازار، این موضوع عملیاتی خواهد شد.

در جلسه ۷۲۰ شورای رقابت در تاریخ ۲۰ اسفندماه ۱۴۰۳، اعضای این شورا پس از بحث و بررسی به اتفاق آراء، تصمیم گرفته و مصوب کردند که دیگر دخالتی در قیمت‌گذاری خودروهای وارداتی نداشته باشد و خودروهای وارداتی از شمول دستورالعمل تنظیم بازار خودروی سواری (مصوبه ۵۴۳ تاریخ ۱۱ بهمن ماه ۱۴۰۱ و اصلاحات بعدی) مستثنی باشد. به استناد این مصوبه، گویی این تصور برای شرکت‌های واردکننده خودرو ایجاد شد که در تعیین قیمت خودروهایی که وارد می‌کنند «مختار» هستند و می‌توانند هر زمان که خواستند، قیمت‌ها را تغییر دهند. بر همین اساس در روز پنجشنبه هفته گذشته، «حسین فرهیدزاده»، رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در نامه‌ای خطاب به مدیران عامل شرکت‌های واردکننده خودرو (اعم از ایران‌خودرو، سایپا و دیگر شرکت‌های خصوصی که اقدام به واردات و فروش خودروهای وارداتی می‌کنند) بر تصمیمات جلسه ستناد تنظیم بازار درخصوص خودروهای سواری وارداتی، اشاره کرد و گفت که پیرو تصمیمات جلسه ۷۲۰ شورای رقابت، پیرامون اصلاح دستورالعمل شماره ۵۲۳ و مستثنی کردن خودروهای وارداتی از شمول دستورالعمل تنظیم بازار خودروی سواری، مطابق تصمیمات جلسه ۱۷ فروردین ماه ۱۴۰۴ ستاد تنظیم بازار، کلیه واردکنندگان خودروهای سواری بنزینی و هیبریدی، مکلفند پیش از هرگونه تعیین و تغییر قیمت، گزارش لازم به همراه مستندات مربوطه را جهت بررسی کارشناسی به سازمان حمایت ارائه و پس از تأیید کارگروه تنظیم بازار، اقدام به عملیاتی کردن موضوع کنند. او همچنین تأکید کرد که عرضه خودروهای مذکور، می‌بایست از طریق سامانه شفاف مورد تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام شود.

بر همین اساس، معاون وزیر صمت از مدیران عامل شرکت‌های مذکور خواسته تا این شرکت‌ها مقرر کنند که اقدامات آتی اعم از تعیین قیمت (ارائه اسناد و مدارک مثبت خودروهای وارداتی پس از تکمیل واردات و ترخیص از گمرک به این سازمان برای بررسی و ارائه گزارش به کارگروه تنظیم بازار) و نحوه عرضه (عرضه در سامانه شفاف مورد تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت) خودروهای وارداتی بنزینی و هیبریدی مطابق فرآیند تعریف شده در مصوبه مذکور صورت پذیرد. در انتهای این نامه، رئیس سازمان حمایت به صراحت اعلام کرده که طبیعتاً مسئولیت و تبعات هرگونه اقدام مغایر با مفاد مصوبه یادشده، با شرکت بوده و مستوجب پیگرد قانونی خواهد بود. به گفته سازمان حمایت، هرگونه اقدام مغایر با مفاد این مصوبه (شامل تعیین قیمت یا عرضه خارج از چارچوب تعیین‌شده)، مسئولیت حقوقی و پیگرد قانونی برای شرکت متخلف به‌دنبال خواهد داشت.

در همین حال، آخرین گزارش شاخص مدیران خرید در سال ۱۴۰۳ اعلام شد که نشان می‌دهد گام‌های رکودی شاخص همچنان ادامه دارد. شاخص تولیدکننده وسایل نقلیه و قطعات وابسته نیز در اسفندماه ۱۴۰۳ باز هم روی مرز رکود ایستاد تا سال گذشته را با رکود به پایان برده باشد. شاخص خودرو در آخرین ماه از سال ۱۴۰۳ در سطح ۵۰٫۳ واحد ایستاد تا باز هم روی مرز رکود بایستد. این شاخص مهم اقتصادی در اسفندماه سال گذشته، ۲٫۲ واحد نسبت به ماه قبل (بهمن) با افت مواجه شد. روند رکودی خودرو تقریباً از ابتدای سال ۱۴۰۳ آغاز شد و شاخص خودرو از اردیبهشت تا مهرماه بدون هیچ وقفه‌ای به طور مداوم زیر مرز ۵۰ واحد و در وضعیت رکودی قرار داشت. سپس در مهرماه وضعیت شاخص خودرو اندکی بهتر شد و شاخص این گروه به سطح ۵۷٫۸ واحد رسید اما در میانه پاییز مجدداً به روند نزولی بازگشت و در سطح ۵۱ واحد در آبان ایستاد. در آذرماه اما رکورد جدیدی در رکود وسایل نقلیه ثبت شد و شاخص این گروه به سطح ۴۰٫۸ واحد رسید. طبق گزارش اتاق بازرگانی ایران، در دی ماه باز هم صنعت خودرو و قطعات در مرز رکود ایستاد اما در بهمن ماه مجدداً به روند بهبود بازگشت و شاخص گروه خودرو در این ماه به سطح ۵۲٫۲ واحد رسید. با این وجود، در ماه پایانی سال گذشته باز هم شاخص خودرو ۲٫۲ واحد افت داشت و در ارتفاع ۵۰٫۳ واحد، سال ۱۴۰۳ را به پایان برد. با مرور این اعداد و ارقام به خوبی مشخص می‌شود که سال ۱۴۰۳، سال خوبی برای خودروسازان و قطعه‌سازان نبوده است. این سال با وعده‌های بزرگ سیاست‌گذاران خودرویی آغاز شد و هدف‌گذاری تولیدی که ابتدای این سال اعلام شد، یک میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه به طور کلی و یک میلیون و ۳۰۰ هزار دستگاه برای خودروهای سواری بود. این در شرایطی است که تولید خودروی سواری در سال گذشته توسط سه خودروساز بزرگ کشور حتی به رقم ۹۰۰ هزار دستگاه هم نرسید. از سوی دیگر قرار بود سال ۱۴۰۳، نقطه عطفی در عرضه محصولات برقی و هیبریدی باشد اما در سال گذشته نه تنها افزایش از تحقق این وعده نبود بلکه به طور کلی، وضعیت صنعت خودرو به هیچ وجه مناسب و درخور این صنعت استراتژیک نبود و شاخص خودرو در بهترین حالت در مرز رکود و رونق حرکت کرده است. البته عوامل مختلفی در این زمینه تأثیرگذار بوده‌اند. خودروسازان در سال گذشته به شدت تحت تأثیر تورم بوده‌اند که شاخص خودرو نیز به خوبی این گفته را تأیید می‌کند. همچنین عدم‌تأمین ارز در ابتدای سال نیز در این زمینه دخیل بود. به عبارت دیگر، برای خودروسازان تا اواسط تابستان سال گذشته ارزی تخصیص نیافت و اگر ارزی هم به آنها داده شد از ارز تخصیصی سال پیش از آن بود. نرخ ارز در اواخر سال پیش به شدت افزایش یافت، در واقع، افت ارزش پول ملی را می‌توان اینه‌ای از تورم عمومی در کشور دانست. بنابراین این‌ موضوع نیز صنعت را تحت تأثیر خود قرار داد. از طرف دیگر، هزینه تأمین ارز برای خودروسازان نیز به قطعه‌سازان نیز به طور قابل توجهی افزایش داشت. در اوایل زمستان سال گذشته، ارز نیمايي به طور رسمی حذف شده و نرخ ارز تجاری شش‌نوار شد که قیمت بیشتری نسبت به ارز نیمايي داشت، اما با وجود همه اینها، آنچه بیش از همه به خودروسازان لطمه زده و صورت‌های مالی آنها را بر از زیان کرده است، قیمت‌گذاری دستوری است. در روز ۲۸ آبان ماه بود که قیمت‌های جدید محصولات خودروسازان داخلی اعلام شد. اما مشکل اینجا بود که اعلام قیمت بعد از ۱۸ ماه فریز قیمتی اتفاق افتاد. خودروسازان از ابتدای سال گذشته در انتظار افزایش قیمت بودند و حتی مقاطعی تولید خود را کاهش دادند تا بعد از افزایش قیمت بتوانند تولید بیشتری داشته باشند و محصولات‌شان را به قیمت بالاتری بفروشند اما تا اواخر هشتمین ماه سال ۱۴۰۳، هیچ خبری از رشد قیمت نبود و قیمت‌گذاری دستوری همچنان سایه سنگین خود را در صنعت خودرو حفظ نمود.

کمتر از ۵ هزار خودرو برقی و ۱۵۰ ایستگاه شارژ در ایران وجود دارد

چالش‌های استفاده از خودروهای برقی



فرصت امروز: طرح جدید شورای اقتصاد برای الزام به ایجاد ایستگاه‌های شارژ خودروهای برقی، ایران را وارد دوران جدیدی از حمل‌ونقل عمومی و پاک می‌کند، اما سوال اینجاست که آیا زیرساخت‌های موجود به اندازه کافی آماده‌اند تا از پس این تحول بزرگ برآیند؟ یا کمتر از ۵ هزار خودرو برقی در خیابان‌ها و ۱۵۰ ایستگاه شارژ، آینده حمل‌ونقل برقی در ایران همچنان با چالش‌های فراوانی روبه‌روست.

حمل‌ونقل عمومی پاک و برقی، از مهمترین راهکارهای مقابله با آلودگی هوا و کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی در شهرهاست و طرح جدید شورای اقتصاد، گام مهمی در جهت تحقق این هدف است. براساس مصوبه شورای اقتصاد، از ابتدای سال ۱۴۰۴، صدور و تمدید مجوز فعالیت جایگاه‌های سوخت شهری و بین شهری، منوط به اختصاص فضای موردنیاز برای احداث حداقل یک ایستگاه شارژ تکنازل برای خودروهای برقی شده است. همچنین شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران موظف شده که نسبت به صدور کارت سوخت تاکسی‌های این طرح با سهمیه مدنظر، اقدام و پیش‌بینی‌های لازم را در سامانه کارت هوشمند سوخت انجام دهد. در همین زمینه، سخنگوی صنف جایگاه‌داران کشور می‌گوید: با وجود نگرش مثبت شورای اقتصاد به ایجاد ایستگاه شارژ خودروهای برقی، اما این شرتاب‌برده عمل کرده و اجرای این مصوبه باید متناسب با توجه‌پذیری، تعداد خودروهای برقی و توجه به ابعاد عملیاتی باشد و قطعاً اجرای آن زمانبر خواهد بود. بنابراین بهتر بود که شورای اقتصاد پیش از تصویب این موضوع، با بخش خصوصی و بخش‌های دولتی مرتبط، مشورت لازم را انجام می‌داد و سپس متن مصوبه نگارش می‌شد؛ منوط کردن مجوز، فعالیت یا عدم فعالیت پمپ بنزین‌های فعال یا جدیدالاحداث به ایجاد ایستگاه شارژ برقی، منطقی نیست، هرچند احتمالاً نگارنده هم چنین قصدی نداشته و به نظر می‌رسد که صرفاً متن مصوبه با ابهام نوشته شده است.

۵ هزار خودرو برقی در ایران تردد دارند

کمتر از ۵ هزار خودرو برقی در خیابان‌ها تردد دارند و با توجه به تعداد اندک ایستگاه‌های شارژ، آینده حمل‌ونقل برقی در ایران با چالش مواجه است. غالب خودروهای برقی در حال تردد در کشورمان، تاکسی‌ها هستند؛ بنابراین لزوم تمرش و تعبیه ایستگاه‌های شارژ برقی، بسیار مهم است. در همین زمینه، «ایسنا» در گزارشی به بررسی حضور و تردد خودروهای برقی در ایران پرداخته و با استناد به آمارها، وضعیت خودروهای برقی، ایستگاه‌های شارژ برقی‌ها و نیازهای زیرساختی گسترش حمل‌ونقل برقی در کشور را مورد بررسی قرار داده است. این گزارش به لزوم اهمیت توسعه خودروهای برقی و ایستگاه‌های شارژ، اشاره کرده و می‌گوید: در حال حاضر، تعداد خودروهای برقی موجود در ایران نسبت به بسیاری از کشورهای پیشرفته، تعداد محدودی است. طبق آمارهای منتشر شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر منابع معتبر، تاکنون حدود ۵ هزار خودرو برقی در خیابان‌های کشور در حال تردد هستند. این خودروها بیشتر شامل مدل‌های وارداتی از برندهای مختلف هستند که به دلیل عدم وجود حمایت‌های کافی، نتوانسته‌اند به طور گسترده وارد بازار شوند. همچنین تعداد کمی از این خودروها به صورت تجاری و در قالب ناوگان

دهک چهارم از دریافت وام اجاره مسکن حذف شد؟

جزئیات جدید بسته حمایتی مستاجران

قرض‌الحسنه متعارف خود، این تسهیلات را پرداخت خواهند کرد و منبع جدیدی تعریف نشده است. این رقم لزوماً پاسخ‌گوی کل نیاز دهک‌های یکم تا چهارم نیست، اما با توجه به محدودیت منابع، تلاش شده است که با اولویت‌بندی، بخشی از این اقشار را تحت پوشش قرار دهد.» به گفته وزیر راه و شهرسازی، «میزان سرانه تسهیلات برای هر خانوار هنوز تعیین نشده است؛ چراکه براساس ساختار تصمیم‌گیری، شورای عالی مسکن اختیار تعیین جزئیات اجرایی را ندارد و این وظیفه برعهده هیأت‌عالی بانک‌ها است که براساس شاخص‌هایی نظیر نرخ تورم، میزان تسهیلات قابل پرداخت به هر خانوار را مشخص خواهد کرد.»

اما با این حال، «حبیب‌الله خانی» معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی، روز چهارشنبه (۲۷ فروردین ماه) با اشاره به تشریح وام ودیعه مسکن، گفت: «روز یکشنبه (۲۴ فروردین ماه) بنا به درخواست وزارت راه و شهرسازی، جلسه شورای‌عالی مسکن به ریاست رئیس جمهوری برگزار شد و یکی از دستور کارهای این جلسه، بررسی پیشنهاد بسته‌های کمک ودیعه مسکن مستاجرین از سوی وزارت راه و شهرسازی بود.» معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی به جزئیات بسته‌های پیشنهادی کمک ودیعه مسکن مستاجرین در نشست شورای عالی مسکن، اشاره کرد و افزود: «بسته نخست به ارزش ۲۰ همت، وام ودیعه قرض‌الحسنه مسکن برای اقشار تحت پوشش نهادهای حمایتی با سقف ۴۰۰ میلیون تومان برای هر متقاضی بود که به تصویب هیأت عالی بانک‌ها نیز رسید.» او در ادامه به تشریح بسته دوم پیشنهادی وزارت راه و شهرسازی به ارزش ۲۰۰ همت، مبنی بر وام معمول ودیعه مسکن با نرخ سود مصوب بانک مرکزی پرداخت و گفت: «مدهم مستاجرانی که مشخصات و اجارنامه‌های خود را در سامانه وزارت راه و شهرسازی بارگذاری می‌کنند، برای استفاده از این

شود. «عباس علی‌آبادی»، زمانی که سکنداری وزارت صنعت، معدن و تجارت در دولت سیزدهم را برعهده داشت، بر موضوع گسترش استفاده از خودروهای برقی و ضرورت جایگزینی آن با خودروهای بنزینی به سبب مسائل زیست محیطی، آلودگی هوا و کنترل مصرف سوخت کشور، تأکید زیادی داشت. او ضمن تأکید بر اهمیت استفاده از خودروهای برقی در ایران، بر لزوم ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای توسعه این نوع حمل‌ونقل تأکید داشت و معتقد بود که خودروهای برقی به عنوان راه‌حلی برای کاهش آلودگی هوا و وابستگی به سوخت‌های فسیلی در ایران مطرح هستند اما برای تحقق این هدف، نیاز به زیرساخت‌های گسترده‌ای وجود دارد. ایجاد ایستگاه‌های شارژ در تمامی نقاط کشور، تقویت شبکه برق و سرمایه‌گذاری در این زمینه، از جمله اقدامات ضروری است. وزیر وقت صمت همچنین معتقد بود که «دولت باید با تدوین برنامه‌های جامع، ضمن تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این بخش، امکان دسترسی آسان‌تر به خودروهای برقی را برای مردم فراهم کند.»

از رویای خودرو برقی تا کابوس خاموشی

توسعه خودروهای برقی در ایران البته با یک چالش مهم دیگر مواجه است و آن، ناترازی انرژی و تداوم قطعی برق است که طرح توسعه خودرو برقی در ایران را دچار چالش می‌کند. بنابراین از جمله زیرساخت‌های توسعه خودروهای برقی، توسعه شبکه برق پایدار است. برای شارژ خودروهای برقی، نیاز به یک شبکه برق قابل اطمینان و پایدار است. در حال حاضر، شبکه برق ایران با چالش‌های زیادی روبه‌رو است و نیاز به بهبود تقویت این شبکه وجود دارد تا بتواند از پس تأمین انرژی مورد نیاز خودروهای برقی برآید. از سوی دیگر در حال حاضر، ایستگاه‌های شارژ در نقاط مختلف کشور پراکنده‌اند و این پراکندگی موجب بروز مشکلاتی برای مالکان خودروهای برقی شده است؛ بنابراین دولت باید برنامه‌ریزی دقیقی برای ایجاد ایستگاه‌های شارژ در مکان‌های استراتژیک (همچون کنار بزرگراه‌ها، پارکینگ‌های عمومی، مراکز خرید و هتل‌ها و…) انجام دهد. در همین حال، برای جذب سرمایه‌گذاران و تشویق به توسعه زیرساخت‌های خودروهای برقی، نیاز به سیاست‌های مالی مناسب و مشوق‌های اقتصادی وجود دارد. معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات ویژه برای خرید خودروهای برقی و کاهش تعرفه‌های گمرکی، از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند به تسریع این روند کمک کنند.

در مجموع می‌توان گفت که حمل‌ونقل برقی می‌تواند به عنوان یک راهکار پایدار در جهت کاهش آلودگی هوا و مصرف سوخت‌های فسیلی در ایران عمل کند؛ اما در حقیقت برای تحقق این هدف، به تدوین یک استراتژی جامع و هماهنگ از سوی دولت و بخش خصوصی، نیاز است. با توجه به چالش‌هایی که در زمینه زیرساخت‌ها، ایستگاه‌های شارژ و هزینه‌های بالا وجود دارد، ضروری است که اقدامات اساسی در این حوزه انجام شود تا بتوان به سرعت به سوی یک آینده پاک‌تر و سبزتر حرکت کرد. حلال با توجه به طرح جدید شورای اقتصاد برای الزام ایجاد ایستگاه‌های شارژ خودروهای برقی، باید دید که آیا یکی از مشکلات دارندگان این خودروها به دلیل کمبود ایستگاه‌های شارژ به این زودی‌ها رفع خواهد شد؟

تسهیلات به نظام بانکی معرفی می‌شوند.»

«طاهرخانی» با اشاره به جزئیات دومین بسته پیشنهادی وزارت راه و شهرسازی، مبنی بر وام معمول ودیعه مسکن در مراکز استان و شهرستان‌ها، ادامه داد: «سقف تسهیلات کمک ودیعه مسکن در شهر تهران مبلغ ۲۷۵ میلیون تومان، در مراکز استان‌ها ۲۱۰ میلیون تومان، در سایر شهرها ۱۴۰ میلیون تومان و در روستاها ۵۵ میلیون تومان برای متقاضیان در نظر گرفته شده است. همچنین سقف تسهیلات کمک ودیعه مسکن برای اقشار تحت پوشش نهادهای حمایتی ۴۰۰ میلیون تومان، برای متقاضیان در شهر تهران ۲۷۵ میلیون تومان، مراکز استان‌ها ۲۱۰ میلیون تومان، سایر شهرها ۱۴۰ میلیون تومان و در روستاها ۵۵ میلیون تومان در نظر گرفته شده است.»

براساس این گزارش، با توجه به اینکه تنها دهک‌های یکم تا سوم، تحت پوشش نهادهای حمایتی قرار می‌گیرند، بنابراین دهک چهارم از دریافت وام ودیعه مسکن ۴۰۰ میلیون تومانی حذف شده است. بنابراین بهتر بود که وزیر راه و شهرسازی، پیش‌از اعلام قطعی جزئیات وام ودیعه مسکن، اطمینان کامل از تصویب این بسته حمایتی توسط بانک مرکزی کسب می‌کرد و سپس این موضوع را به طور عمومی به مردم اعلام می‌کرد؛ زیرا هم‌اکنون با حذف دهک چهارم از فهرست وام‌گیران، امید عده زیادی از مستأجران برای دریافت وام ودیعه از بین رفته و آنها ناامید شده‌اند. همچنین اگر وزیر راه و شهرسازی پس‌از اطمینان کامل از تصویب بسته حمایتی مستأجران توسط بانک مرکزی، این خبر خوش را به عموم مستأجران می‌داد، اعتماد اجتماعی بیشتری را برای کشور به دنبال داشت و این باور را ایجاد خواهد کرد که مستأجران می‌توانند به طرح‌های مسکنی دولت در راستای خانه‌دار شدن بیش از پیش مطمئن باشند.

یکم لغایت هفتم ار دیبهشت ماه هفته سلامت گرامی باد

تغذیه با شیر مادر، بهترین سرمایه گذاری برای نسل های آینده

روابط عمومی و امور بین الملل دانشگاه علوم پزشکی گلستان



دانشگاه علوم پزشکی گلستان

اخبار

خارجی‌ها چقدر در بورس سرمایه‌گذاری کرده‌اند؟

در پایان اسفندماه ۱۴۰۲، بیش از ۵ هزار سرمایه‌گذار خارجی (حقیقی و حقوقی) در بورس تهران و فرابورس ایران فعال بودند که ارزش سبد سرمایه‌گذاری آنها به بیش از ۹ هزار میلیارد تومان رسید. اخیراً مدیریت پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی سازمان بورس و اوراق بهادار، گزارشی از وضعیت بازار سرمایه در اسفندماه ۱۴۰۲ را منتشر کرده که براساس آن، ارزش سبد سرمایه‌گذاری خارجی در بورس تهران و فرابورس ایران در پایان اسفندماه به ۹ هزار و ۸۰ میلیارد تومان رسید. با این حال، این رقم در قیاس با پایان بهمن ماه ۱۴۰۲، قریب به ۱۶۵۰ میلیارد تومان (۱۶ همت) کمتر بود که کاهش ۱۵.۴ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین سهم سبد سرمایه‌گذاران خارجی حقیقی در پایان اسفندماه سال گذشته، ۱۲۳۸ میلیارد تومان و سهم سبد سرمایه‌گذاران خارجی حقوقی در این مدت ۷۸۴۱ میلیارد تومان محاسبه شده که نسبت به ماه قبل خود (بهمن ماه) کاهش ۴.۹ درصدی در ارزش سرمایه‌گذاری حقیقی خود یعنی بهمن ماه ۱۴۰۲ را نشان می‌دهد. براساس این گزارش، در ماه مذکور (پایان اسفندماه ۱۴۰۲)، در مجموع ۵۰۰۱ سرمایه‌گذار خارجی در بازار بورس تهران و فرابورس ایران فعال بودند که از این تعداد، ۳۳۲۲ سرمایه‌گذار حقیقی و ۱۶۴۸ سرمایه‌گذار حقوقی بودند.

در برنامه ششم توسعه

عمر اتوبوس‌های برون‌شهری ۵ سال بیشتر شد

طبق آخرین اطلاعات مرکز آمار ایران، متوسط عمر ناوگان مسافری (اتوبوس) درباره زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ که به ترتیب ۱۰۶۰، ۱۱۶۰، ۱۲۴۲، ۱۴۴۷ و ۱۵۵۴ سال بوده معادل ۴.۹۴ سال افزایش یافته است. براساس شاخص‌های برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور که از سوی مرکز آمار ایران منتشر شده است، میزان جابه‌جایی کالا در بنادر کشور از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ به ترتیب ۱۲۰، ۱۴۹، ۱۵۲، ۱۵۹ میلیون تن بوده که نشان‌دهنده افزایش ۱۲ درصدی نتی نسبت به سال ۱۳۹۸ است. در ادامه این گزارش، بر ظرفیت اسمی بنادر تجاری در بازه زمانی مذکور اشاره شده و بر این اساس، ظرفیت اسمی بنادر تجاری در سال ۱۳۹۸ (۲۴۶) تن، سال ۱۳۹۹ (۲۶۴)، ۱۴۰۰ (۲۷۰)، ۱۴۰۱ (۲۸۶) و ۱۴۰۲ (۲۹۶) میلیون تن است و نسبت به سال ۱۳۹۸ ۵۰۰ میلیون تن افزایش یافته است. همچنین ظرفیت جابه‌جایی مسافر در بنادر نیز از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ به تربی ۲۴.۷، ۲۴.۸، ۲۵، ۲۵.۱ و ۲۵.۵ کیلومتر نفر است که حکایت از رشد ۰.۸ میلیون نفری نسبت به سال اول یعنی ۱۳۹۸ دارد. بررسی داده‌ها نشان می‌دهد، در پایان بازه زمانی گفته شده میزان کالای ترانزیت شده ۷۹۴ تن افزایش یافته است. در واقع میزان کالای ترانزیت شده در سال ۱۳۹۸ (۶۸۰۶) سال، ۱۳۹۹ (۴۸۲۹ تن)، ۱۴۰۰ (۹۲۷۵ تن)، ۱۴۰۱ (۹۳۳۸ تن) و ۱۴۰۲ (۱۴) هزار و ۷۲۶ تن است. بررسی اطلاعات منتشرشده نشان می‌دهد طول راه‌های بین شهری موجود در بازه زمانی گفته شده نیز افزایش یافته است؛ به طوری که از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ طول راه‌های بین شهری به ترتیب معادل ۸۴ هزار و ۸۴،۴۰ هزار و ۸۰،۲ هزار و ۸۵،۵۶۴ هزار و ۷۳۸ و ۸۷ هزار و ۲۵۲ کیلومتر بوده که در پایان سال ۱۴۰۲ حدود ۳ هزار و ۲۱۲ کیلومتر افزایش یافته است. علاوه بر موارد گفته شده، در بخش دیگری از این گزارش بر متوسط عمر ناوگان باری پرداخته شده است که بر این اساس متوسط عمر ناوگان باری در سال ۱۳۹۸ (۱۸.۲۵ سال)، (۱۳۹۹ (۱۹.۳ سال) ۱۴۰۰ (۱۹.۲۶ سال) ۱۴۰۱ (۱۹.۸۶) و ۱۴۰۲ (۱۹.۸۴) سال اعلام شده که حدود دو سال افزایش یافته است. همچنین در کنار ناوگان باری، متوسط عمر ناوگان مسافری (اتوبوس) افزایش یافته است. طبق اطلاعات مرکز آمار، متوسط عمر ناوگان مسافری در پنج سال گفته شده به ترتیب ۱۰.۶، ۱۱.۶، ۱۲.۴۲، ۱۲.۴۷ و ۱۴.۵۴ سال بوده که ۴.۹۴ سال افزایش یافته است.

بررسی تورم گروه‌های کالایی در سال ۱۴۰۳

قیمت‌ها در دولت چهاردهم چقدر بالا رفت؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد که گروه آموزش بالاترین و بهداشت و درمان پایین‌ترین تورم را از زمان روی کار آمدن دولت چهاردهم داشته‌اند. به گزارش «اُکوپران»، محاسبات کارشناسی حاکی از آن است که گروه آموزش از زمان روی کار آمدن دولت چهاردهم تورمی بالاتر از ۲۸ درصد داشته که نسبت به سایر گروه‌های کالایی افزایش قیمت بیشتری را تجربه کرده است. از طرف دیگر بهداشت و درمان در این دولت پایین‌ترین تورم را داشته و سطح عمومی قیمت‌های این گروه افزایشی نزدیک به ۱۲ درصد داشته است. همچنین در این مدت تورم کلی معادل ۲۱،۲ درصد برآورد شده که تنها سه گروه کالایی آموزش، کالاها و خدمات متفرقه و خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها تورمی بالاتر از این مقدار داشته‌اند. بنابراین با توجه به اینکه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها گروه‌های کالایی بوده‌اند که بالاترین افزایش قیمت را داشته‌اند می‌توان گفت اقشار آسیب‌پذیر جامعه فشار زیادی را در این مدت متحمل شده‌اند. دولت چهاردهم در مرادماه سال گذشته سکان هدایت کشور را برعهده گرفت و از همین‌رو در این گزارش تورم گروه‌های کالایی اصلی از شهروبر تا اسفند سال گذشته براساس آخرین مرکز آمار تورم محاسبه قرار گرفته است.

براساس آخرین داده‌های مرکز آمار ایران، محاسبات حاکی از آن است که بالاترین رشد قیمتی از زمان روی کار آمدن دولت چهاردهم در مرداد سال گذشته به آموزش تعلق گرفته که تورم مربوط به این بخش در این مدت معادل ۲۸،۲ درصد برآورد شده است. در رتبه دوم بالاترین تورم‌ها در دولت چهاردهم، کالاها و خدمات متفرقه قرار گرفته‌اند. که مقدار تورم این گروه کالاها از شهروبر تا اسفند سال گذشته برابر با ۲۶.۵ درصد محاسبه شده است. بعد از این گروه کالاها اقلام خوراکی و آشامیدنی هستند که در بازه زمانی موردشاره افزایش قیمتی معادل ۲۵.۸ درصد را تجربه کرده‌اند. از طرف دیگر در فقر جدول تورمی دولت چهاردهم، سه گروه کالایی بهداشت و حمل و نقل و هتل و رستوران ایستاده‌اند که بهداشت و درمان در حداقل‌ها شهروبرماه تا انتهای سال گذشته تورمی برابر با ۱۱.۹ درصد را تجربه کرده که پایین‌ترین رقم در میان سایر گروه‌های کالایی بوده است. گروه حمل و نقل در این مدت تورمی ۱۴،۲ درصدی داشته و گروه هتل و رستوران رشد قیمتی به اندازه ۱۴.۵ درصد را از سر گذرانده است.

گزارش مرکز پژوهش‌ها از عملکرد صندوق توسعه ملی تا پایان سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد

سلطه دولت بر صندوق ثروت



حوزه‌های هدف سرمایه‌گذاری صندوق در چارچوب یک راهبرد توسعه صنعتی جامع و در هماهنگی با دولت بازنگری شود تا از وابستگی بیش از حد منابع صندوق به بخش نفت و گاز و تجمیع ریسک در صندوق اجتناب گردد. در یک کلام، نتایج گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد که صندوق توسعه ملی، بیش از آنکه به سرمایه‌گذاری‌های زاینده اقتصادی بپردازد، متاسفانه به منبعی برای جبران کسری بودجه دولت‌ها در سال‌های اخیر تبدیل شده است. بنابراین صندوق توسعه ملی نتوانسته مأموریت اصلی خود در حفظ منابع بین‌نسلی را انجام دهد و همانطور (حفظ سهم نسل‌های آینده) صورت گرفته است.

صندوق توسعه ملی یا خزانه دوم دولت؟

براساس گزارش مرکز پژوهش‌ها، صندوق توسعه ملی که با هدف تبدیل بخشی از درآمدهای نفت و گاز به سرمایه‌های مولد اقتصادی و حفظ سهم نسل‌های آینده تأسیس شده بود، در عمل از اهداف خود فاصله گرفته و با چالش‌های جدی مواجه شده است. مجموع منابع صندوق از ابتدای تأسیس تاکنون حدود ۱۶۰.۸ میلیارد دلار گزارش شده که ۱۵۲ میلیارد دلار آن مربوط به عواید حاصل از صادرات نفت و گاز بوده و تنها ۸ میلیارد دلار دیگر شامل سود حاصل از سپرده‌گذاری نزد بانک مرکزی و سود تسهیلات و سرمایه‌گذاری‌ها بوده است. این ترکیب منابع نشان می‌دهد که سهم فعالیت‌های اقتصادی سودآور از کل منابع صندوق بسیار ناچیز بوده و بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها پایین بوده است.

بخش عمده ذخایر صندوق توسعه ملی از عواید صادرات نفت و گاز محقق شده و تنها بخش کوچکی از آن سود حاصل از سپرده‌گذاری در بانک مرکزی بوده است. در نسوی دیگر، میزان مصارف صندوق بالغ بر ۱۳۲.۷ میلیارد دلار بوده که بیش از ۶۵ درصد آن به برداشت دولت‌ها برای جبران کسری‌های بودجه‌ای اختصاص یافته است. آنچه منابع صندوق توسعه ملی را به خزانه دوم دولت تبدیل کرده است. این درحالی است که تنها حدود ۳۶.۵ میلیارد دلار، معادل کمتر از ۳۰ درصد کل مصارف، به مصارفی که در چارچوب اهداف اساسنامه‌ای صندوق تعریف شده بودند، تعلق گرفته است. این استفاده وسیع دولت‌ها از منابع صندوق برای مخارج جاری، عملاً با هدف بین‌نسلی و توسعه‌ای این صندوق، مغایرت داشته و یکی از عوامل اصلی ناکارآمدی آن به‌شمار می‌رود.

عملکرد صندوق توسعه ملی در حوزه تسهیلات نیز با چالش‌هایی روبه‌رو بوده است. از مجموع ۳۰.۵ میلیارد دلار تسهیلات ارزی اعطا شده، بخش عمده‌ای (بالغ بر ۶۸ درصد) به بخش انرژی اختصاص یافته که شامل طرح‌های نفت، گاز، پالایشگاهی و نیروگاهی است. این تمرکز بالا بر حوزه انرژی با توجه به ریسک‌های قیمتی، تحریمی و محدودیت‌های حاکم بر بازار داخلی، باعث تجمیع ریسک در سبد سرمایه‌گذاری‌های صندوق توسعه ملی شده است. درحالی که هدف نهایی صندوق‌های ثروت ملی، کاهش وابستگی به اقتصاد نفتی و تنوع‌بخشی به ساختار اقتصاد کشور است، تخصیص عمده تسهیلات به حوزه نفت و گاز در ایران، نتایجی را معکوس به همراه داشته است.

چالش‌های سرمایه‌گذاری صندوق ثروت

نرخ بازگشت سرمایه نیز در این تسهیلات بسیار پایین بوده و از میان ۲۶ میلیارد دلار مطالبات سررسید شده، نزدیک به ۶۹ درصد تبدیل به مطالبات معوق شده‌اند. در برخی موارد، مانند نهادهای عمومی غیردولتی، نرخ نکول به ۷۶ درصد رسیده است که در مقایسه با بخش خصوصی (با محافظت می‌کند.

آیا «پاول» به خواسته «ترامپ» برای کاهش نرخ بهره تن می‌دهد؟

دوئل دولت و فدرال رزرو

تمایل بیشتری برای به چالش کشیدن رویه‌های قانونی و نهادی، از جمله حمایت‌های مهم درباره استقلال فدرال رزرو نشان می‌دهد؛ وزارت دادگستری آمریکا به‌دنبال لغو یک اصل قانونی ۹۰ ساله است؛ اصلی که از مقام‌های منصوب‌شده در نهادهای نظارتی، از جمله در فدرال رزرو در برابر برکناری به دلیل اختلاف‌نظر بر سر سیاستگذاری محافظت می‌کند.

«دونالد ترامپ» روز پنجشنبه در پستی «پاول» را مورد انتقاد قرار داد و گفت که «پایان دوره او ممکن است به‌زودی فرا برسد.» او سپس به خبرنگاران گفت که «اگر بخواهد او را برکنار کند، می‌تواند به سرعت آن را انجام دهد.» رئیس جمهوری آمریکا که آسیب‌های کوتاه‌مدت ناشی از تعرفه‌ها را تأیید کرده، انتظار دارد فدرال رزرو به کمکش بیاید. «جروم پاول» نیز می‌داند که احتمالاً نیاز است فدرال رزرو برای کاهش اثرات جنگ تعرفه‌ای در صورت وقوع رکود وارد عمل شود، ولی مایل نیست پیش‌دستانه عمل کند؛ چراکه اقدام زودهنگام ممکن است تورم را تشدید کند. بسیاری از حقوق‌دانان قانون اساسی بر این باورند که برکناری رئیس فدرال رزرو دشوار خواهد بود، اما این مسئله از نظر حقوقی همچنان حل‌نشده باقی مانده است. «جروم پاول» در روز چهارشنبه تأکید کرد که استقلال بانک مرکزی، موضوعی قانونی است. اگر «ترامپ» به تهدیدهای خود برای عزل «پاول» ادامه دهد، رئیس فدرال رزرو احتمالاً شکایت خواهد کرد و این اختلاف در نهایت به دیوان عالی خواهد رفت. با این حال، حتی اگر یک برخورد کوتاه‌مدت اتفاق نیفتد، «دونالد ترامپ» همچنان این فرصت را دارد تا با انتصاب جایگزین «جروم پاول» در سال آینده بر ایمن نهاد اثر بگذارد. «دونالد ترامپ» می‌خواست نرخ بهره را پایین بیاورد، ولی گرسز او را تهدید به اخراج نکرده بود. فدرال رزرو در نهایت نرخ بهره را در چپتی که «ترامپ» به دنبال آن بود، کاهش داد، ولی نه به آن سرعت و بزرگی که او به دنبال آن بود. «جروم پاول» همچنین به روشنی اعلام کرد که سمت خود را ترک نخواهد کرد؛ او معتقد است قانون اجازه برکناری او به‌دلیل اختلاف نظر بر سر سیاستگذاری را نمی‌دهد، اما وضعیت در دور دوم ریاست جمهوری «ترامپ» متفاوت است. او به‌دنبال انتصاب وفاداران در پست‌های کلیدی است؛ افرادی که صلاحیت آنها از سوی کارشناسان جریان اصلی زیر سوال رفته است. کاخ‌سفید همچنین

فرصت امروز؛ به نظر می‌رسد صندوق توسعه ملی، بیش از آنکه به سرمایه‌گذاری‌های زاینده اقتصادی بپردازد، به منبعی برای جبران کسری بودجه دولت‌ها تبدیل شده و نتوانسته مأموریت اصلی خود در حفظ منابع بین‌نسلی را انجام دهد. این نهاد مالی که با هدف تبدیل بخشی از درآمدهای نفت و گاز به سرمایه‌های مولد اقتصادی و حفظ سهم نسل‌های آینده تأسیس شده بود، در عمل از اهداف خود فاصله گرفته و با چالش‌های جدی مواجه شده است. مجموع منابع صندوق از ابتدای تأسیس تاکنون حدود ۱۶۰ میلیارد دلار گزارش شده که ۱۵۲ میلیارد دلار آن، مربوط به عواید حاصل از صادرات نفت و گاز بوده و تنها ۸ میلیارد دلار دیگر، شامل سود حاصل از سپرده‌گذاری نزد بانک مرکزی و سود تسهیلات و سرمایه‌گذاری‌ها بوده است. این ترکیب منابع نشان می‌دهد که سهم فعالیت‌های اقتصادی سودآور از کل منابع صندوق بسیار ناچیز بوده و بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها پایین بوده است. براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، بخش عمده ذخایر صندوق توسعه ملی از عواید صادرات نفت و گاز محقق شده و تنها بخش کوچکی از آن، سود حاصل از سپرده‌گذاری در بانک مرکزی بوده است. در سوی دیگر، میزان مصارف صندوق، حدود ۱۳۲ میلیارد دلار بوده که بیش از ۶۵ درصد آن به برداشت دولت‌ها برای جبران کسری‌های بودجه‌ای اختصاص یافته است. این در حالی است که تنها حدود ۳۶.۵ میلیارد دلار (یعنی کمتر از ۳۰ درصد کل مصارف) به مصارفی که در چارچوب اهداف اساسنامه‌ای صندوق تعریف شده بودند، تعلق گرفته است. این استفاده وسیع دولت‌ها از منابع صندوق توسعه ملی برای مخارج جاری، عملاً با هدف بین‌نسلی و توسعه‌ای این صندوق، مغایرت داشته و یکی از عوامل اصلی ناکارآمدی آن به‌شمار می‌رود.

دست دولت در جیب صندوق توسعه است

بازوی پژوهشی مجلس در مطالعه‌ای به «بررسی گزارش عملکرد صندوق توسعه ملی تا پایان سال ۱۴۰۲» پرداخته که نتایج تلخ و نگران‌کننده را نشان می‌دهد. این گزارش به بررسی آخرین عملکرد صندوق توسعه ملی (تا پایان دی ماه ۱۴۰۲) پرداخته و نقاط قوت و ضعف آن را تحلیل می‌کند. صندوق توسعه ملی با هدف کاهش استفاده بودجه‌ای از عایدات نفتی، کاهش تبدیل ارزش‌های نفتی به ریال و تبدیل این منابع به ثروت‌های مولد و حفظ سهم نسل‌های آینده تأسیس شد، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که عملکرد صندوق توسعه نسبت به تمامی این اهداف، انحراف جدی داشته است. اختصاص بخش عمده مصارف صندوق به مصارف بودجه‌ای دولت‌ها، عملکرد نامطلوب تسهیلات صندوق از نظر بازگشت سرمایه و سودآفرینی، اختصاص منابع به نهادهای عمومی غیردولتی به جای بخش خصوصی و صرف بخشی از منابع ارزی در جهت اعطای تسهیلات خرد ریالی، از جمله موارد انحراف عملکرد این صندوق از اهداف اولیه خود محسوب می‌شود. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش پیشنهاد می‌دهد که به رغم ارتقای ساختار و شفافیت گزارش عملکرد صندوق نسبت به گذشته، انتشار منظم آن و ارائه اطلاعات دقیق‌تر درخصوص منابع و مصارف و عملکرد صندوق می‌تواند به اعتماد بیشتر افکار عمومی به این نهاد مهم در مدیریت منابع نفتی کشور منجر شود. این گزارش همچنین پیشنهاد می‌کند که به منظور جلوگیری از برداشت‌های بی‌رویه دولت‌ها، سازوکاری قانونی جهت تثبیت منابع ارزی نفتی ورودی به بودجه پیش‌بینی شود؛ برنامه‌ای برای وصول مطالبات معوق صندوق از نهادهای عمومی غیردولتی تدوین، در سطح هیأت امنای صندوق تصویب و پیگیری شود؛ همچنین

از لید سرد تا لید گرم: راهنمای طراحی لید برای فروشندگان

نویسنده: علی آل علی
در دنیای پرقابلیت فروش، هیچ چیز به اندازه لید (Lead) برای تیمهای بازاریابی و فروش حیاتی نیست. لیدها همان مخاطبانی هستند که به نوعی از شما، محصول یا خدماتتان خریدار شده‌اند و حالا باید ببینید چقدر به خرید نزدیکند. اما این همه ماجرا نیست؛ چرا که همه لیدها یکسان نیستند. بعضی‌ها فقط نگاهی گذرا به شما انداخته‌اند، برخی دیگر اما با جیب پر آماده نشسته‌اند تا همین حالا با شما معامله کنند!

شناخت درست و اصولی انواع لید نه تنها کار را برای بازاریاب‌ها راحت‌تر می‌کند، بلکه هزینه‌های تبلیغات را هم کاهش می‌دهد. چون وقتی دقیقاً می‌دانید با چه نوع مخاطبی طرفید، می‌توانید دقیقاً همان چیزی را به او ارائه دهید که به آن نیاز دارد. در نتیجه نرخ تبدیل بالا می‌رود و چرخه فروش کوتاه‌تر می‌شود. ما در این مقاله می‌خواهیم به سراغ دو نوع مهم از لیدها برویم: لید گرم و لید سرد. این دو مفهوم اگرچه ساده به نظر می‌رسند، اما در عمل مثل دو جهان کاملاً متفاوتند. تفاوت‌هایی که اگر به درستی درک شوند، می‌توانند معادلات رشد و سودآوری یک کسب و کار را تغییر دهند.

در ادامه ابتدا به مقایسه کامل این دو نوع لید می‌پردازیم. از ویژگی‌ها و تفاوت‌هایشان می‌گوییم و چند مثال ملموس هم از برندهای بزرگ جهانی می‌آوریم. سپس در بخش بعدی نحوه طراحی استراتژی برای جذب و تبدیل لیدهای گرم و سرد را بررسی می‌کنیم. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا آماده شوید تا ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

لید گرم و لید سرد: یک مقایسه کاربردی
اول از همه باید گفت که «لید سرد» به کسانی گفته می‌شود که شاید هیچ اطلاعاتی درباره برند شما نداشته باشند یا حتی علاقه خاصی هم به خرید محصول شما نشان نداده باشند. به عبارت دیگر، آنها در بالای قیف فروش قرار دارند. این افراد نیاز دارند که با شما آشنا شوند، مزایای محصولتان را بشنوند و به تدریج متقاعد شوند. تصور کنید یک فروشنده بیمه به شما پیام می‌دهد در حالی که اصلاً به خرید بیمه فکر نکرده‌اید. این یک لید سرد است.

و نحوه ارتباط با هر کدام پایه‌گذار موفقیت هر کمپین بازاریابی است. بدون این شناخت کسب و کارها فقط انرژی و منابع‌شان را در راهای اشتباه هدر می‌دهند و به نتیجه‌ای هم نمی‌رسند.
نحوه طراحی لید سرد: از بی‌خبری تا کنجکاوی
طراحی لید سرد یعنی ساختن یک مسیر هوشمندانه برای تبدیل مخاطبانی که اصلاً با شما آشنا نیستند به افرادی که کم‌کم به خرید فکر می‌کنند. این مسیر دقیقاً همان جایی است که محتوای آگاهی‌بخش وارد میدان می‌شود. مقالات وبلاگ، ویدئوهای آموزشی، اینفوگرافی‌ها و حتی تبلیغات جذاب در شبکه‌های اجتماعی ابزارهای طلایی شما هستند.
نخستین گام در طراحی لید سرد شناخت دقیق پرسونای مخاطب است. باید بدانید مخاطب هدف شما چه دغدغه‌هایی دارد، روزش را چگونه می‌گذراند و از

چه چیزهایی الهام می‌گیرد. هرچه این شناخت عمیق‌تر باشد، پیام شما بهتر شنیده می‌شود. اگر مخاطب شما مدیران استراتژی‌آبی هستند، احتمالاً محتوایی در مورد رشد سریع و مدیریت منابع محدود بیشتر توجه آنها را جلب می‌کند.
گام بعدی طراحی پیامی است که کنجکاوی ایجاد کند. به جای فشار آوردن برای خرید باید حس جست‌وجو را در ذهن مخاطب بیدار کنید. به او بگویید راه حلی برای یک مشکل خاص دارید، بدون



اینکه مستقیم محصولتان را تبلیغ کنید. اینطوری او احساس می‌کند خودش شما را کشف کرده و نه اینکه شما به او تحمیل شده‌اید.
سومین مرحله، ساختن پل‌های ارتباطی مستمر است. وقتی کسی برای اولین بار با برند شما مواجه شد، دیگر نمی‌تواند او را رها کند. او باید از راه‌های مختلف دوباره شما را ببیند. اینجاست تکنیک‌هایی مثل هدف‌گذاری مجدد (Retargeting)، دعوت به دنبال کردن در شبکه‌های اجتماع با دعوت به دانلود یک کتاب الکترونیکی رایگان راه‌های مؤثر ارتباط‌سازی هستند. در نهایت لید سرد باید در زمان مناسب به لید گرم تبدیل شود. برای این کار باید سیگنال‌های علاقه‌مندی مخاطب را رصد کنید: باز کردن ایمیل، کلیک روی لینک و تماشای ویدئو تا انتها راهنمای شما خواهد بود. وقتی چنین سیگنال‌هایی را دیدید، وقت

مخاطب در لید گرم باید حس کند که اگر الان تصمیم نگیرد، یک فرصت طلایی را از دست می‌دهد. برای این منظور، پیشنهادهایی مثل «تخفیف فقط تا امشب»، «ارسال رایگان برای خرید در ۲۴ ساعت آینده» یا حتی «موجودی محدود» ابزارهای تأثیرگذار هستند.
در گام چهارم باید اعتمادسازی نهایی را انجام دهید. اعتماد است یا نه، اینجاست که نمایش نظرات مشتریان قبلی، استفاده از گواهی‌نامه‌ها و ارائه تضمین بازگشت وجه می‌تواند او را به مرز خرید نزدیک‌تر کند.
در نهایت، پیگیری هوشمندانه را فراموش نکنید. حتی اگر لید گرم در همان لحظه خرید نکرد، نباید ناپدید شود. با ارسال محتوای آموزشی، اخبار جدید برند یا پیشنهادها مناسب دیگر، او را در جریان نگه دارید تا بالاخره در زمان مناسب خرید انجام شود. درست مانند آبی که آهسته ولی پیوسته سنگ را می‌تراشد.
سخن پایانی

در دنیای پیچیده و رقابتی فروش، هر قدم باید حساب شده برداشته شود. شناخت انواع لید فروش (از سرد تا گرم) یکی از آن گام‌های اساسی است که می‌تواند مسیر موفقیت یا شکست کسب و کار را رقم بزند. لیدهای سرد حکم بذراهایی را دارند که با محتوای درست، پیگیری مستمر و صبوری می‌توان آنها را به گیاهان ثمربخش تبدیل کرد. لیدهای گرم اما میوه‌هایی‌اند که آماده چیده شدن هستند، اگر فقط بلد باشید چطور و کی دستتان را دراز کنید. برندهایی که می‌دانند چطور این دو دسته را از هم تفکیک کنند و برای هر کدام استراتژی مجزایی داشته باشند، نه تنها فروش بیشتری خواهند داشت، بلکه سرمایه‌گذاری تبلیغاتی‌شان هم بسیار همدندتر و کم‌هزینه‌تر خواهد بود. آنها به جای شلیک گلوله در تاریکی، دقیقاً به هدف می‌زنند.

با رشد ابزارهای دیجیتال و افزایش داده‌های رفتاری حالا دیگر امکان رصد دقیق رفتارهای مشتری فراهم شده است. بنابراین هیچ بهانه‌ای برای این دست و آن دست کردن وجود ندارد. فقط باید کمی پشتکار به خرج داده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. اینطور کار برای‌تان بی‌نهایت ساده‌تر می‌شود. در پایان، موفق‌ترین برندها آنهایی نیستند که بیشترین لید را دارند، بلکه آنهایی هستند که بهترین ارتباط را با انواع لیدها برقرار می‌کنند. اگر شما هم می‌خواهید فروش‌تان از سطح معمولی به سطحی شگفت‌انگیز برسد، وقت آن است که بازی با لیدها را به درستی یاد بگیرید.

منابع:
<https://www.wordstream.com/blog/hot-leads-vs-cold-leads>
<https://www.callrail.com/blog/the-difference-between-cold-warm-and-hot-leads>

مشامه آگهی: ۱۹۱۳۳۳۳

آگهی مزایده عمومی شماره ۳-۱۴۰۳ محدوده معدنی سنگ آهن پلاسری خراسان رضوی

این اداره کل در نظر دارد به استناد پیشنهاد مرکز محترم منطقه ۲ بازرسی و اداره کل بازرسی خراسان رضوی محدوده معدنی دارای ماده معدنی سنگ آهن پلاسری به نام گوریاب با شرایط ذیل را از طریق برگزاری مزایده عمومی واگذار نماید متقاضیان می‌توانند جهت آگاهی از مشخصات محدوده و شرایط مزایده، از روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۲۷ تا روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۱۶ به سایت این سازمان به آدرس <https://khr.mimt.gov.ir> بخش مزایده معدن و یا سایت <https://cadastre.mimt.gov.ir> مراجعه نمایند. متقاضیان موظفند جهت دریافت اسناد مزایده حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۲۷ با توکن مربوطه به سامانه ستاد ایران به نشانی اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه و پس از اخذ و خرید اسناد مزایده و بررسی کامل موضوع و شرایط پیشنهادات خود به انضمام مدارک شرکت در مزایده را بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir تکمیل و بازگذاری نمایند. لازم به ذکر است این مزایده بصورت الکترونیکی برگزار خواهد شد و از پذیرفتن یا تکثیر یا تصدیق فیزیکی معذوریم. همچنین برای دریافت گواهی امضاء الکترونیکی (مستگاه توکن)، متقاضیان می‌بایست از طریق دفاتر پیشخوان مورد تایید (فهرست آنها در سامانه ستاد ایران موجود است) اقدام نمایند و جهت هرگونه راهنمایی و رفع خطاهای سایت ستاد ایران، مزایده‌گران محترم می‌بایست با مرکز پشتیبانی و راهبردی سامانه به شماره تلفن ۰۲۱۴۱۹۳۴ داخلی ۵ کارشناس مزایده، تماس حاصل نمایند. جلسه بازگشایی تضمین شرکت در مزایده (پاکت لقم سابق) راس ساعت ۱۲ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۱۷ توسط کمیسیون مزایده می‌یاشد و در صورت تأیید تضمین ارایه شده، به کمیته فنی ارجاع خواهد شد و پس از تأیید کمیته فنی، جلسه بازگشایی پیشنهاد قیمت (پاکت ج سابق) توسط کمیسیون مزایده برگزار و برنده اعلام خواهد شد. آخرین تغییرات و اطلاعیه‌های بعدی از طریق سامانه فوق‌الذکر (<https://khr.mimt.gov.ir>) اطلاع رسانی خواهد گردید و متقاضیان می‌بایست قبل از تأیید و ارسال پیشنهادات خود در سامانه ستاد ایران، از آخرین تغییرات و اطلاعیه‌های مزایده، در سایت مذکور اطلاع حاصل نمایند و اداره کل هیچ‌گونه مسؤلیتی در قبال ضرر و زیان ناشی از عدم آگاهی مزایده‌گر ناشی از این تغییرات نخواهد داشت. به درخواست‌های فاقد امضاء، ناقص، نامؤلفانه، مخدوش، مشروط و دارای چک بانکی نباشد و همچنین درخواست‌هایی که بعد از مهلت مقرر ارائه گردند، بنا بر نظر کمیسیون مزایده ترتیب اثر داده نخواهد شد.
نام محدوده: سنگ آهن پلاسری گوریاب
مساحت محدوده و مشخصات جغرافیایی: ۱/۵۳ کیلومتر مربع

نقشه	درجه	تلقیه	طول جغرافیایی	عرض جغرافیایی	رتوس
A	۲۳	۸/۶۶	۱۹	۶۰	درجه
B	۲۳	۱۳/۱	۱۹	۶۰	درجه
C	۲۴	۵۷/۴۲	۲۲	۶۰	درجه
D	۲۴	۵۰/۵۴	۲۲	۶۰	درجه
E	۲۳	۳۸/۷۵	۱۹	۶۰	درجه
F	۲۳	۳۸/۵۹	۱۹	۶۰	درجه

درصد وزنی تقریبی: ۸۱ درصد
ذخیره تقریبی برآورد شده بر اساس نامه شماره ۴۶۴۳۵۴۳ مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۱۲ اداره صمت شهرستان خواف: ۱۸۰۰۰۰۰ تن سنگ آهن پلاسری با عیار ۶۰ درصد تیبره؛ ذخیره ذکر شده تقریبی بوده و برنده مزایده قبل از صدور بروله بهره‌برداری موظف به انجام عملیات اکتشاف بر اساس صدور پروانه اکتشاف و طرح مصوب می‌باشد.
قیمت پایه مزایده: بر اساس نامه شماره ۱۷۰۰۲۱۷ مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۲۹ وزارت متبوع برابر با ۲/۵ برابر درصد وزنی معادل ۳۰ درصد قیمت فروش روز سنگ آهن پلاسری عیار ۶۰
تیمبره: با توجه به مسیوق به سابقه بودن محدوده مذکور، هزینه‌های توسط دارنده قبلی مجوز محدوده گرفته‌اند است که برنده مزایده موظف است وفق ماده ۲۱ قانون معدن با نظر کارشناس رسمی دادگستری هزینه‌های برآورد شده را به دارنده قبلی مجوز پرداخت نماید.
مدارک لازم جهت مزایده:
✓ ضمانت‌نامه: ۲۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال معادل ۲۱۰ میلیارد تومان.
✓ حداقل امتیاز صلاحیت فنی و مالی جهت شرکت در مزایده: ۱۵۰۰
✓ آگهی نابلس
✓ آگهی آخرین تغییرات
✓ فرم تعهد روئیت محدوده
✓ فرم تعهد منع مداخله کارکنان دولتی
✓ مدارک هویتی اشخاص حقیقی (شناسنامه و کارت ملی) و کارت پایین خدمت
✓ گواهی امضاء الکترونیکی در پایین اسناد

اداره کل صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی

۱۸۰

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی شماره: ۱۰-۱۴۰۴

شرکت پارس خودرو در نظر دارد انجام عملیات انتقال سیستم های اطلاعاتی منتخب از Oracle Forms and Reports ۶i به زیر ساخت Oracle APEX موجود در سازمان را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید، لذا از کلیه تامین کنندگان و پیمانکاران دارای صلاحیت با تجربه و سابقه کاری مرتبط دعوت به عمل می‌آید مطابق شرایط مندرج در جدول ذیل نسبت به دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند.

جدول زمانی انجام مناقصه	
زمان توزیع اسناد مناقصه	از ساعت ۰۹:۰۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۱ لغایت ساعت ۱۵:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۶
مهلت ارسال مدارک مناقصه و پیشنهاد قیمت	حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه ۱۴۰۴/۰۲/۰۷

- آدرس محل دریافت اسناد: تهران، کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج، شرکت پارس خودرو، معاونت بازرگانی، مدیریت بازرگانی خدمات، اداره خرید مهندسی و پروژه ها، تلفن: ۴۸۹۱۴۵۰۶ و ۴۸۹۱۴۵۸۱
- همچنین متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند، در بازه زمانی فوق با ارسال درخواست دریافت اسناد به آدرس ایمیل mro@parskhodro.ir نسبت به دریافت اسناد شرکت در مناقصه اقدام نمایند.
- آدرس محل تحویل اسناد: تهران، کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج، شرکت پارس خودرو، درب سبز دبیرخانه مرکزی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۱/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱

مدیریت ارتباطات شرکت پارس خودرو

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی شماره: ۰۹-۱۴۰۴

شرکت پارس خودرو در نظر دارد انجام عملیات آنالیز، تحلیل، طراحی، توسعه و استقرار سیستم مدیریت لجستیک داخلی، تحت استانداردها و در چارچوب سیستم اطلاعاتی کارفرما (Oracle Apex) را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید، لذا از کلیه تامین کنندگان و پیمانکاران دارای صلاحیت با تجربه و سابقه کاری مرتبط دعوت به عمل می‌آید مطابق شرایط مندرج در جدول ذیل نسبت به دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند.

جدول زمانی انجام مناقصه	
زمان توزیع اسناد مناقصه	از ساعت ۰۹:۰۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۱ لغایت ساعت ۱۵:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۶
مهلت ارسال مدارک مناقصه و پیشنهاد قیمت	حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه ۱۴۰۴/۰۲/۰۷

- آدرس محل دریافت اسناد: تهران، کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج، شرکت پارس خودرو، معاونت بازرگانی، مدیریت بازرگانی خدمات، اداره خرید مهندسی و پروژه ها، تلفن: ۴۸۹۱۴۵۰۷ و ۴۸۹۱۴۵۸۱
- همچنین متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند، در بازه زمانی فوق با ارسال درخواست دریافت اسناد به آدرس ایمیل mro@parskhodro.ir نسبت به دریافت اسناد شرکت در مناقصه اقدام نمایند.
- آدرس محل تحویل اسناد: تهران، کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج، شرکت پارس خودرو، درب سبز دبیرخانه مرکزی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۱/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱

مدیریت ارتباطات شرکت پارس خودرو

استارت‌آپ‌های حوزه سلامت در چشم‌انداز آینده



نویسنده: علی آل علی

در دهه گذشته استارت‌آپ‌های حوزه سلامت با سرعتی چشمگیر رشد کرده‌اند؛ از اپلیکیشن‌های پایش سلامت و خواب گرفته تا پلنفرم‌های مشاوره آنلاین پزشکی و ابزارهای پوشیدنی که فشار خون و ضربان قلب را لحظه به لحظه رصد می‌کنند. فناوری دروازه‌های تازه به روی مراقبت‌های پزشکی باز کرده که پیش‌تر تصور آن دشوار بود، اما این سرعت رشد همیشه با ثبات و اطمینان همراه نیست. تغییرات گسترده‌ای مانند همه‌گیری کرونا یا ورود هوش مصنوعی به عرصه تشخیص و درمان، آینده این صنعت را با پرسش‌های تازه‌ای مواجه کرده است.

اگرچه بسیاری از استارت‌آپ‌های سلامت توانستند در بحران کرونا خوش بدرخشند، اما همچنان باید برای آینده‌ای پر از چالش آماده شوند. پرسش اساسی اینجاست که این استارت‌آپ‌ها در مسیر رو به جلو با چه تغییرات و چالش‌هایی رو به رو خواهند شد؟ چه فاکتورهایی باعث موفقیت آنها خواهد شد و کدام موانع می‌توانند به شکست‌های سخت منجر شوند؟ ما در ادامه این مقاله، قصد داریم مهمترین تحولات و موانع احتمالی پیش روی این حوزه را بررسی کنیم تا شاید نقشه راهی برای فعالان آینده‌نگر ترسیم کنیم. پس با ما همراه شوید تا جواب‌های دست اولی برای این کنجکاو پیدا کنید.

پیاده‌سازی اخلاقی هوش مصنوعی در درمان: چالشی اساسی

یکی از اصلی‌ترین تغییراتی که در مسیر آینده استارت‌آپ‌های سلامت قرار دارد، ادغام روزافزون هوش مصنوعی با سیستم‌های تشخیص، درمان و مدیریت اطلاعات بیمار است. این تحول اگرچه نویدبخش آینده‌ای دقیق و سریع‌تر در مراقبت‌های پزشکی است، اما سوالات جدی اخلاقی و قانونی به همراه دارد. آیا یک الگوریتم می‌تواند جای پزشک را بگیرد؟ مسئولیت اشتباه‌های احتمالی متوجه چه کسی خواهد بود؟ اینها مسائلی هستند که ذهن بسیاری از متخصصان حوزه سلامت را به خود مشغول کرده‌اند.

مسئله اصلی در این میان اعتماد است. برای بسیاری از بیماران سپردن تصمیمات حیاتی به هوش مصنوعی هنوز دشوار است. استارت‌آپ‌هایی که به دنبال بهره‌گیری از این فناوری هستند، باید فرآیندهای خود را به گونه‌ای طراحی کنند که شفافیت، قابلیت پیگیری و کنترل انسانی همچنان در اولویت باقی‌ماند. بی‌توجهی به این نکته ممکن است منجر به کاهش استقبال کاربران و حتی مواجهه با چالش‌های قانونی شود. در عین حال، دولت‌ها و نهادهای ناظر نیز با چالش تدوین قوانین جدید مواجه‌اند. هنوز چارچوب مشخصی برای استفاده از هوش مصنوعی در تصمیم‌گیری‌های پزشکی وجود ندارد و این وضعیت خاکستری می‌تواند فرصت یا تهدید باشد. استارت‌آپ‌های هوشمندانه‌ای مقررات آینده نیز سناریوهایی داشته باشند.

نکته دیگری که باید بدان توجه کنیم، مسئله آموزش است. جنبه آموزش نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. کاربران باید بدانند یک سیستم هوشمند چگونه تصمیم می‌گیرد، چه محدودیت‌هایی دارد و چگونه از آن استفاده کنند. هرچه این آموزش عمومی گسترده‌تر و ساده‌تر باشد، احتمال پذیرش عمومی نیز بیشتر خواهد شد. بنابراین ایجاد رابط‌های کاربری انسانی‌تر، یکی از ماموریت‌های جدی برای این استارت‌آپ‌هاست. آینده هوش مصنوعی در سلامت نه در توانایی فنی آن، بلکه در «قابلیت هم‌زیستی با انسان» خلاصه می‌شود. هر استارت‌آپی که بتواند مرز میان علم، اخلاق و تجربه انسانی را مدیریت کند، شانس بیشتری برای ماندگاری در آینده خواهد داشت.

تطبیق با زیرساخت‌های بهداشتی فرسوده: بحرانی پایدار

یکی از مشکلات جدی که استارت‌آپ‌های حوزه سلامت با آن مواجه‌اند، عدم هماهنگی با زیرساخت‌های فرسوده نظام سلامت در بسیاری از کشورهاست. حتی در برخی از پیشرفته‌ترین نظام‌های درمانی دنیا نیز هماهنگ‌سازی فناوری‌های نوین با سیستم‌های سنتی پزشکی همچنان دشوار است. برای مثال، در بسیاری

از مراکز درمانی هنوز از پرونده‌های فیزیکی استفاده می‌شود یا داده‌های بیماران در سامانه‌هایی ثبت می‌شود که قابلیت ادغام با سیستم‌های دیجیتال جدید را ندارند. این شکاف میان نوآوری و زیرساخت سنتی سرعت رشد استارت‌آپ‌ها را کند می‌کند و حتی گاهی موجب بازگشت سرمایه‌گذاران می‌شود؛ چراکه بدون امکان پیاده‌سازی خدمات در مقیاس وسیع، مدل‌های کسب و کار نوین به سودآوری نخواهند رسید. در چنین شرایطی، استارت‌آپ‌ها باید یا راه‌حلی برای یکپارچه‌سازی ارائه دهند یا برای آموزش و فرهنگ‌سازی وقت و هزینه صرف کنند، که هر دو مسیرهایی پیچیده و بلندمدت هستند.

از سوی دیگر، بسیاری از بیمارستان‌ها و مراکز درمانی نگران ریسک‌های امنیتی و حریم خصوصی در صورت استفاده از راه‌حلی فناوری‌ها هستند. استارت‌آپ‌ها برای متقاعدکردن مدیران این مراکز به همکاری باید ضمانت‌های کافی درباره حفاظت از داده‌ها، پشتیبانی فنی و آموزش کارمندان ارائه دهند. بدون جلب اعتماد اولیه، هیچ فناوری‌ای راهی به دل این سیستم‌های سنتی نخواهد یافت. چالش دیگر، مقاومت در برابر تغییر در سطح نیروی انسانی است. پزشکان، پرستاران و کادر درمان سال‌ها به روش‌های خاصی خود عادت کرده‌اند. استارت‌آپ‌هایی که نتوانند راهکارهای ساده و در دسترس ارائه دهند، خیلی زود با دیوار مقاومت حرفه‌ای‌ها روبه‌رو می‌شوند. بنابراین، طراحی رابط کاربری ساده، آموزش موثر و ارائه مزیت ملموس، کلید ورود به این فضاست. موفق‌ترین استارت‌آپ‌ها آنهایی خواهند بود که نه صرفاً در برابر سیستم‌های سنتی بجنگند، بلکه بتوانند به عنوان پل اتصال میان گذشته و آینده عمل کنند. توانایی انطباق و هم‌زیستی با نظام‌های فعلی سلامت یکی از ضروری‌ترین مهارت‌های بقا در آینده این صنعت است.

الزامات حفظ حریم خصوصی: مسئله مدیریت داده‌ها

با دیجیتالی شدن سدن سلامت یکی از حساس‌ترین چالش‌ها مدیریت داده‌های بیماران و رعایت دقیق حریم خصوصی است. برخلاف بسیاری از صنایع دیگر، اطلاعاتی که در حوزه سلامت ثبت می‌شود جزو خصوصی و محرمانه‌ترین داده‌های انسان‌ها به شمار می‌آید. کوچک‌ترین نشت یا سوءاستفاده می‌تواند به بحران‌های حقوقی، مالی و اعتباری سنگینی منجر شود. بنابراین استارت‌آپ‌های سلامت باید امنیت داده‌ها را در اولویت مطلق خود قرار دهند.

قوانین متعددی در کشورهای مختلف درباره حفاظت از داده‌های سلامت وجود دارد، اما بازم اعتماد کامل در میان بیماران ایجاد نمی‌کند. این مقررات چارچوب‌هایی سختگیرانه برای ذخیره، انتقال و پردازش داده‌ها تعیین کرده‌اند. استارت‌آپ‌هایی که از همان ابتدای طراحی سرویس‌های حوزه سلامت، ملاحظات امنیتی را لحاظ نکرده باشند در آینده مجبور به بازطراحی و صرف هزینه‌های گزاف خواهند شد. بنابراین معماری اطلاعات باید از ابتدا با رویکرد امنیت در طراحی صورت گیرد. نکته دیگر شفافیت در استفاده از داده‌هاست. کاربران باید دقیقاً بدانند که اطلاعات‌شان برای چه منظوری استفاده می‌شود، چگونه ذخیره شده و آیا با شخص یا نهادی به اشتراک گذاشته می‌شود یا نه. این شفاف‌سازی نه تنها باعث ایجاد اعتماد می‌شود، بلکه از بروز بحران‌های ارتباطی در زمان بروز مشکل نیز جلوگیری می‌کند. به زبانی خودمانی، صادق بودن درباره محدودیت‌ها، قدرت برند را افزایش می‌دهد. بی‌شک آموزش کاربران در زمینه حریم خصوصی نیز اهمیت دارد. کاربران زیادی هنوز نمی‌دانند که حتی تحلیل الگوی خواب یا موقعیت مکانی می‌تواند

اطلاعات سلامت آنها را افشا کند. استارت‌آپ‌هایی که برای آموزش کاربران خود وقت بگذارند، نه تنها اعتماد بیشتری جلب می‌کنند بلکه پایه‌ای محکم‌تر برای آینده خود می‌سازند. مدیریت حرفه‌ای داده‌ها نه تنها یک الزام قانونی، بلکه یک مزیت رقابتی در بازار سلامت دیجیتال خواهد بود. آینده از آن برنده‌هایی است که بتوانند امنیت را هم سطح نوآوری بالا نگه دارند. در غیر این صورت، حتی بهترین خدمات سلامت نیز در سایه بی‌اعتمادی عمومی کم‌فروغ خواهند شد.

جذب و حفظ سرمایه در مسیرهای پرریسک: پیچ و خم‌های پزشکی مدرن

استارت‌آپ‌های حوزه سلامت، به ویژه آنهایی که به دنبال تغییرات بنیادی در نظام مراقبت‌های پزشکی هستند، معمولاً به سرمایه‌گذاری‌های سنگین و بلندمدت نیاز دارند. از مراحل تحقیق و توسعه گرفته تا اخذ مجوزهای قانونی، تست بالینی و ورود به بازار، هر مرحله نیازمند صرف منابع مالی گسترده است. اما مسئله اینجاست که سرمایه‌گذاران به طور طبیعی به دنبال بازدهی سریع و ریسک کمتر هستند؛ موضوعی که به تضاد منافع میان نوآوری و تأمین سرمایه منجر می‌شود.

در واقع، بسیاری از سرمایه‌گذاران سنتی هنوز با مدل کسب و کارهای سلامت دیجیتال آشنا نیستند یا نمی‌توانند پتانسیل رشد آن را به درستی ارزیابی کنند. این ناآشنایی باعث می‌شود استارت‌آپ‌ها مجبور شوند زمان زیادی را صرف توضیح، توجیه و قانع‌سازی سرمایه‌گذاران کنند؛ آن هم در شرایطی که رقابت به سرعت در حال افزایش است. استارت‌آپ‌هایی که بتوانند زبان سرمایه‌گذار را بفهمند یا داستان درستی از رشد آینده خود تعریف کنند، به سادگی از گردونه رقابت حذف می‌شوند.

چالش بعدی، حفظ سرمایه‌گذاران در طول مسیر است. پروژه‌های حوزه سلامت، به ویژه آنهایی که بر پژوهش‌های نوین یا داده‌کاو تکیه دارند، معمولاً زودبازده نیستند. سرمایه‌گذارانی که درک درستی از مسیر ندارند، ممکن است در میانه راه پروژه را ترک کنند و برند را در شرایط بحرانی رها سازند. به همین دلیل، انتخاب هوشمندانه شریک سرمایه‌گذار از اهمیت زیادی برخوردار است. راه حل بسیاری از استارت‌آپ‌ها، تنوع‌بخشی به منابع مالی است: استفاده از کمک هزینه‌های دولتی، جذب سرمایه از شتاب‌دهنده‌های تخصصی حوزه سلامت و حتی راه‌اندازی کمپین‌های تأمین مالی جمعی. این تنوع، ضمن پایداری بیشتر، باعث کاهش فشارهای مقطعی بر تیم‌های توسعه می‌شود و امکان تصمیم‌گیری منطقی‌تری در مسیر رشد فراهم می‌سازد.

در نهایت، آینده از آن استارت‌آپ‌هایی است که بتوانند داستانی جذاب، واقعی و همراه با چشم‌اندازی شفاف برای سرمایه‌گذاران تعریف کنند. داستان‌هایی که تنها به دنبال نوآوری نیستند، بلکه مسیر پایدار رشد، سودآوری و تأثیر اجتماعی را نیز ترسیم می‌کنند. در دنیای سلامت، سرمایه‌گذاران به همان اندازه که به بازدهی مالی فکر می‌کنند، به مسئولیت اجتماعی و تأثیر انسانی هم اهمیت می‌دهند.

ایجاد اعتماد در میان مخاطب: کلید موفقیت استارت‌آپ‌ها

در دنیایی که پر از اپلیکیشن‌ها، ابزارهای پوشیدنی و راهکارهای سلامت دیجیتال شده یکی از سخت‌ترین وظایف استارت‌آپ‌ها ایجاد اعتماد در میان کاربران است. مخاطبان حوزه سلامت معمولاً حساس‌ترین گروه مصرف‌کنندگان هستند؛ چراکه پای سلامت و جان آنها در میان است. کوچک‌ترین نشانه‌ای از بی‌دقتی یا عملکرد نادرست، می‌تواند باعث از دست رفتن کامل

اعتماد و حتی ورشکستگی کامل برند شود. بنابراین جلب اعتماد نه یک مزیت، بلکه ضرورتی بی‌چون وچرا برای بقاست. بخش بزرگی از این اعتماد به کیفیت علمی خدمات ارائه شده بازمی‌گردد. اگر اپلیکیشن یا پلنفرمی که وعده پایش علائم حیاتی یا ارائه مشاوره پزشکی را می‌دهد، پشتوانه‌ای علمی یا تیمی از متخصصان را در کنار خود نداشته باشد، خیلی زود با انتقاد یا حتی فشارهای حقوقی مواجه خواهد شد. در نتیجه استارت‌آپ‌هایی که در کنار توسعه محصول، روی همکاری با متخصصان پزشکی یا دانشگاه‌های علوم پزشکی سرمایه‌گذاری می‌کنند، شانس بیشتری برای جلب اعتماد خواهند داشت. مسئله مهم دیگر، صداقت در تبلیغات است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها با وعده‌های اغراق آمیز سعی در جلب توجه دارند، اما کاربرانی که به سرعت متوجه فاصله واقعیت با وعده‌ها می‌شوند، نه تنها از استفاده مجدد خودداری می‌کنند، بلکه اعتبار برند را در فضای مجازی زیر سؤال می‌برند. استفاده هوشمندانه از زبان واقع‌گرا و تمرکز بر حل یک مشکل مشخص، به مراتب کارآمدتر از وعده‌های همه چیزدان است. همچنین تجربه کاربری (UX) نقش کلیدی در اعتمادسازی دارد. طراحی ساده، راهنمایی دقیق، دسترسی آسان به خدمات، شفافیت در پرداخت‌ها و امکان تعامل انسانی با کارشناسان واقعی، عواملی هستند که حس امنیت و آرامش را برای کاربر به ارمغان می‌آورند. یک کاربر راضی، خود بهترین مبلغ برای یک برند استارت‌آپی خواهد بود.

یادتان باشد، اعتمادسازی یک فرآیند تدریجی و مستمر است. برندهایی که به دنبال میانبر هستند، معمولاً در همان ابتدا رقابت را می‌بازند، اما آنهایی که قدم به قدم، با دقت، همدلی و شفافیت پیش می‌روند می‌توانند رابطه‌ای پایدار با کاربران خود بسازند؛ رابطه‌ای که فراتر از تکنولوژی، به یک حس واقعی امنیت و آرامش در زندگی روزمره کاربران بدل می‌شود. **سخن پایانی**

آینده استارت‌آپ‌های حوزه سلامت بدون شک درخشان اما پرفرازونشیب است. تغییرات سریع فناوری، بحران‌هایی چون پاندمی‌ها، ظهور هوش مصنوعی و انتظارات روزافزون کاربران این عرصه را به یکی از پیچیده و البته ضروری‌ترین حوزه‌های نوآوری بدل کرده‌اند. از یک سو فرصت‌های گسترده‌ای برای بهبود مراقبت‌های پزشکی، افزایش دقت در تشخیص و گسترش دسترسی به خدمات سلامت وجود دارد؛ از سوی دیگر چالش‌هایی چون تطبیق با زیرساخت‌های سنتی، حفظ امنیت داده‌ها، جلب اعتماد کاربران و جذب سرمایه‌گذار راه را دشوار کرده‌اند.

استارت‌آپ‌هایی که بتوانند در این مسیر ترکیبی از نوآوری، انعطاف‌پذیری، شفافیت و مسئولیت‌پذیری را در استراتژی‌های خود لحاظ کنند، برنده این میدان خواهند بود. آینده این صنعت متعلق به آن برندهایی است که نه فقط با فناوری، بلکه با درک عمیق از نیازهای انسانی و همکاری با جامعه پزشکی، برای حل مشکلات واقعی قدم برمی‌دارند. سلامت، بزرگ‌ترین سرمایه بشر است و هر برندی که برای حفظ آن تلاش کند، سهم بزرگی در آینده خواهد داشت؛ چه در بازار، چه در ذهن و قلب مردم.

منابع:
<https://the-refinery.io/blog/top-ten-challenges-for-med-tech-start-ups>
<https://consonance.tech/blog/guide-to-medtech-startups-challenges>
<https://wi4biggest-challenges-facing-health-tech-startups>
<https://ai-news/insights/the-wi4-biggest-challenges-facing-health-tech-startups>

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۳۱ فروردین ۱۴۰۴ | شماره ۲۶۷۷ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر

پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR