

<div><div></div><div><div>Mon.24 Jul 2023</div></div></div>
۵ محرم ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۲۸۲
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

نگاه

۳ مانع رونق تولید

علی نقیب
<div>عضو اتاق بازرگانی تهران</div>
<div>طی ۱۰ سال گذشته همواره تولید، رونق تولید، رفع موانع تولید و مفاهیمی از این دست در سطوح مختلف جامعه مطرح شده است؛ به نحوی که مسئله تولید و رونق آن در تمامی شعارهای بیش از یک دهه گذشته نمایان بوده است. بر همین اساس می‌توان به درستی ادعا کرد که در حال حاضر هر مسئول دولتی که در حوزه‌های مرتبط با مسائل اقتصادی در کشور فعالیت می‌کند و با بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران اقتصادی به راحتی می‌توانند لیست بلندبالایی از موانع و مشکلات تولیدی را مطرح و در خصوص علل آن توضیحات دقیق و کارشناسانه‌ای طرح کنند. همچنین شناخت علل و عوامل مخعل رونق تولید حتی دیگر برای قریب به اتفاق نمایندگان مجلس نیز آشنا بوده و حداقل اگر همانند صنعتگران و فسالان اقتصادی، مشکلات پیش روی تولید را با گوشت و استخوان خود حس نمی‌کنند، اما همه روزه با عواقب آن که همانا مشکلات اقتصادی کشور و معیشتی مردم است، دست به گریبان هستند.برای اثبات ادعاهای فوق‌الذکر کافی است نگاهی به وعده‌های انتخاباتی روسای جمهور در دوره‌های گذشته و برنامه‌های‌شان و وزرای پیشینهای حوزه‌های اقتصادی در روزهای دریافت رأی اعتماد در مجلس داشته باشیم.</div>
<div>ادامه در صفحه ۲</div>

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

مجموع تسهیلات مسکن و جعاله برای زوج‌های تهرانی ۹۶۰ میلیون تومان شد

وام خرید مسکن افزایش یافت



موسسه گلدمن ساکس پیش‌بینی کرد

برترین اقتصادهای جهان تا سال ۲۰۷۵

تولید ناخالص داخلی برابر با ۳۷٫۲ هزار میلیارد دلار و هند با تولید ناخالص داخلی برابر با ۲۲٫۲ هزار میلیارد دلار در رتبه‌های دوم و سوم جهان قرار می‌گیرند. کشورهای اندونزی، آلمان، ژاپن، انگلیس، برزیل، فرانسه و روسیه نیز به ترتیب در رتبه‌های چهارم تا دهم جهان در اقق ۲۰۵۰ می‌ایستند.

موسسه گلدمن ساکس همچنین در ادامه گزارش خود، کشورهای چین، هند، آمریکا، اندونزی، نیجریه، پاکستان، مصر، برزیل، آلمان و انگلیس را ۱۰ اقتصاد برتر جهان در سال ۲۰۷۵ معرفی کرده است. در

پیش‌بینی گلدمن ساکس در اقق ۲۰۷۵، ژاپن (نسبت به سال ۲۰۵۰) از رتبه ۶ به رتبه ۱۲، روسیه از رتبه ۱۰ به رتبه ۱۳ و فرانسه از رتبه ۹ به رتبه ۱۵ سقوط خواهند کرد. همچنین براساس برآوردهای آینده‌نگرانه گلدمن ساکس، تولید ناخالص داخلی چین در سال ۲۰۷۵ برابر با ۵۷ هزار میلیارد دلار، تولید ناخالص داخلی هند برابر با ۵۲٫۵ هزار میلیارد دلار، تولید ناخالص داخلی آمریکا برابر با ۵۱٫۵ هزار میلیارد دلار و تولید ناخالص داخلی اندونزی برابر با ۱۳٫۷ هزار میلیارد دلار خواهد بود. این پیش‌بینی بدان معناست که تولید ناخالص داخلی هند از سال ۲۰۵۰ تا سال ۲۰۷۵ بیش از دو برابر رشد خواهد داشت. همچنین حضور کشورهای پاکستان، نیجریه و مصر در میان ۱۰ اقتصاد برتر جهان از متفاوت بودن جهان پیش‌بینی شده گلدمن ساکس در سال ۲۰۷۵ حکایت دارد. البته یکی از اصلی‌ترین شاخصه‌هایی که در محاسبه این تخمین‌ها توسط موسسه گلدمن ساکس در نظر گرفته شده است، رشد جمعیت است که می‌تواند منجر به افزایش قابل توجه نیروی کار در کشورهای جهان شود. همچنین برابری نسبی تولید ناخالص داخلی چین، هند و آمریکا در پیش‌بینی سال ۲۰۷۵ گلدمن ساکس، این پرسش را برای مخاطب ایجاد می‌کند که این سه قدرت برتر جهان در حد فاصل نیم قرن آینده برای تعامل با یکدیگر چه مسیری را در پیش خواهند گرفت؟ آیا جنگ تجاری آمریکا و چین همچنان ادامه خواهد داشت؟ پاسخ این پرسش‌ها مطمئنا چشم‌انداز آینده جهان را شکل خواهد داد.

۱۰ اقتصاد برتر سال ۲۰۲۳

در حال حاضر، آمریکا در رأس قدرتهای اقتصادی جهان قرار دارد. براساس گزارشی که فوربز ایندیاز از اقتصادهای برتر ۲۰۲۳ برمینای تولید ناخالص داخلی منتشر کرده، آمریکا همچنان رتکنینگ خود را به عنوان اقتصاد نخست جهان حفظ کرده و از دهه ۱۹۶۰ تاکنون

پاسارگاد متصل باشد.
* چنانچه مشتری دارای چند دستگاه کارت‌خوان یا درگاه اینترنتی باشد، با فعال بودن حداقل یکی از دستگاهها، مشمول طرح یادشده می‌شود.

* امتیاز مشتری برابر با مجموع «امتیاز مرواده (هر ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال مانده روزانه در حساب، معادل ۱ امتیاز)» و «امتیاز تراکنش (هر تراکنش خرید بیشتر از ۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال، معادل ۱ امتیاز)» خواهد بود؛

فرصت امروز: گزارش تازه گلدمن ساکس نشان می‌دهد که رتکنینگ اقتصادهای برتر جهان تا سال ۲۰۵۰ و هم‌منظور تا سال ۲۰۷۵ میلادی تغییر خواهد کرد. طبق ارزیابی این موسسه مالی، چین تا سال ۲۰۵۰ به صدر اقتصادهای برتر جهان خواهد رسید و ایالات متحده آمریکا در رتبه دوم و هند در جایگاه سوم خواهد ایستاد. کشورهای اندونزی، آلمان، ژاپن، انگلیس، برزیل، فرانسه و روسیه نیز در رده‌های چهارم تا دهم جای می‌گیرند. از شش اقتصاد برتر جهان در اقق ۲۰۵۰ میلادی، چهار کشور آسیایی هستند و این امر نشان می‌دهد که چرا کارشناسان قرن بیست و یکم را قرن آسیا نامیده‌اند.

موسسه مالی گلدمن ساکس در گزارش تازه خود اعلام کرده که موازنه قدرت‌های اقتصادی جهان در دهه‌های آینده دستخوش تغییرات زیادی خواهد شد. مثلا قرار است تا ۵۰ تا سال آینده اقتصاد هند از اقتصاد ایالات متحده آمریکا سبقت بگیرد. براساس پیش‌بینی‌های گلدمن ساکس، لیست برترین اقتصادهای جهان تا سال ۲۰۵۰ و پس از آن تا سال ۲۰۷۵ دستخوش تغییراتی قابل توجه خواهد شد. این تغییرات با استفاده از شاخص تولید ناخالص داخلی (GDP) مبتنی بر برابری قدرت خرید (PPP) برآورد شده‌اند. تولید ناخالص داخلی ارزش بازار همه کالاها و خدمات تولیدشده در بازه زمانی مشخصی را در داخل یک کشور مشخص می‌کند، اما تولید ناخالص داخلی براساس برابری قدرت خرید، ارزش کالاها یا خدمات تولیدشده در یک کشور را نسبت به واحد پول کشوری دیگر معمولا دلار آمریکا برآورد می‌کند. از این شاخص به صورت گسترده‌ای برای سنجش تفاوت‌های میان بهره‌وری در اقتصاد کشورهای مختلف جهان استفاده می‌شود. برای مثال، ایالات متحده آمریکا براساس تولید ناخالص داخلی اسمی بزرگ‌ترین اقتصاد جهان به شمار می‌رود، اما براساس شاخص برابری قدرت خرید، چین بزرگ‌ترین اقتصاد جهان خواهد بود.

رتکنینگ اقتصادی کشورها

سازمان ملل پیش‌بینی کرده که اقتصاد جهان در سال جاری ۲٫۳ درصد رشد خواهد کرد. رشد اقتصادی آمریکا نیز ۱٫۱ درصد و چین ۵ درصد برآورد شده است. اقتصادهای اروپایی هم تحت تاثیر جنگ اوکراین تنها ۰٫۹ درصد رشد خواهند کرد و این روند نزولی در پیش‌بینی جدید گلدمن ساکس همچنان تداوم خواهد داشت. کارشناسان، قرن ۲۱ را قرن آسیا نامیده‌اند. گلدمن ساکس هم باور دارد به دلیل عملکرد بهتر از

دارندگان دستگاه کارت‌خوان یا درگاه پرداخت اینترنتی پاسارگاد می‌توانند برمینای مجموع «امتیاز ناشی از ماندگاری وجود در حساب‌های خود» و «امتیاز ناشی از تراکنش‌های دستگاه کارت‌خوان یا درگاه پرداخت اینترنتی»، تا ۲٫۵ برابر امتیاز خود، یا نرخ سود بین ۶ تا ۲۳ درصد از بانک پاسارگاد تسهیلات دریافت نمایند. مشمولان طرح:

* «دارندگان دستگاه کارت‌خوان فعال پاسارگاد یا حداقل ۱۰ تراکنش یا حداقل ۱۵ میلیون ریال مبلغ

شاخص کل بورس تهران در اولین روز مرداد ۶ هزار واحد دیگر ریخت

ریزش نفتی در بورس تهران

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در اولین روز مردادماه، روند پرنوسانی داشت و در حالی که در ساعات میانی معاملات یکشنبه روندی صعودی به خود گرفته بود، در ۲۰ دقیقه پایانی وارد روند نزولی شد و بیش از ۶ هزار واحد کاهش یافت. نمادهای پالایشی در این میان، نقش محوری داشتند و شاخص کل را پایین کشیدند. شاخص کل بورس تهران در ماهی که گذشت، سه بار...

۴

به گفته آنکتاد، ایران در سال گذشته ۱٫۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی جذب کرد

تبخیر سوخت رشد اقتصادی

فرصت امروز: از رشد سرمایه‌گذاری به عنوان سوخت رشد اقتصادی یاد می‌شود و وقتی که این سوخت به مرور تزریق نشود، طبیعی است که ماشین اقتصاد متوقف خواهد شد. گزارش سرمایه‌گذاری جهانی آنکتاد در سال ۲۰۲۳ نشان می‌دهد که کشورهای در حال توسعه برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار تا سال ۲۰۳۰ با کسری سرمایه‌گذاری سالانه رو به رشدی روبه‌رو هستند. این کسری از ۲٫۵ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ میلادی به ۴ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ افزایش یافته است. این گزارش کاهش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را در سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد و تأکید می‌کند که کشورهای در حال توسعه به ۱٫۷ تریلیون دلار سرمایه‌گذاری سالانه در انرژی‌های تجدیدپذیر نیاز دارند اما تنها ۵۴۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ دریافت کرده‌اند. این وضعیت برای اقتصاد ایران به مراتب سخت‌تر و...

۲

بورس، سکه، طلا و دلار بیشترین زبان را در ۴ ماه گذشته تجربه کردند

فرمان خروج از بازارها

۲

مدیریت و کسب‌وکار
طراحی استراتژی محتوا؛ راهنمایی ساده برای بازاریاب‌ها
بازاریابی بدون در نظر گرفتن نقش محتوا مثل آن است که از یک رهبر ارکستر انتظار داشته باشیم بدون حتی یک نوازنده ترکیبی حیرتانگیز از قطعات موسیقی را روی صحنه ببرد. تمام فعالیت‌های نفسگیر و حساس بازاریابی نهایتا در محتوا خلاصه می‌شود. حالا اگر محتوای موردنظر کیفیت بالایی داشته باشد، نتیجه نهایی کار حساسی حیرتانگیز از آب درمی‌آید. وگرنه شما باید دوباره دست به تولید محتوا زده و امیدوار باشید این دفعه با واکنش بهتر مخاطب رو به رو شوید. شاید شما هم تا حالا با تعجب به کمپین‌های موفق برندهای بزرگ نگاه کرده باشید. موفقیت‌های پی در پی چنین برندهایی بیشتر از اینکه به بخت و اقبال ربط داشته باشد، حاصل برنامه‌ریزی دقیق است. قبول دارم برندهای بزرگ به خاطر منابع مالی گسترده‌ای که دارند، به راحتی آب خوردن از خجالت برندهای کوچک درمی‌آیند، اما استراتژی محتوا هم در این میان بی‌تاثیر نیست...
۸

بر بام اقتصادی جهان ایستاده است. چین که در دهه ۱۹۶۰ در رده چهارم اقتصادهای برتر جهان قرار داشت، شاهد رشد فزاینده‌ای در این سال‌ها بوده و هم‌اکنون دومین اقتصاد برتر جهان و رقیب جان‌سخت آمریکا شناخته می‌شود. سامورایی‌ها در رتبه سوم جای دارند و وجه تمایز اقتصاد ژاپن را می‌توان تکنولوژی رو به رشد این کشور، قدرت بالای تولیدی و صنعت خدماتی و بهره‌گیری از ماشین‌آلات خودکار و پیشرفته دانست. رتبه چهارم از آن آلمان است. اقتصاد آلمان به شدت بسر امر صادرات تمرکز داشته و بخش‌های مهندسی، ماشین‌آلات خودکار، صنایع شیمیایی و دارویی این کشور از شهرت خاصی برخوردار هستند. اقتصاد این کشور از نیروی کار مثال‌زدنی، ابتکارات تحقیق و توسعه‌ای نیرومند و ارتقای مستمر نوآوری و فناوری بهره می‌برد.

هند در رتبه پنجم جهان قرار دارد. اقتصاد نوظهور هندوستان به گوناگونی و رشد سریع خود می‌بالد. بخش‌هایی نظیر فناوری اطلاعات، خدمات، کشاورزی و تولید از جمله حیاتی‌ترین مولفه‌های پیشرفت اقتصادی هندوستان محسوب می‌شوند. ناگفته نماند که بازار داخلی عظیم در هند، نیروی کار جوان و توانمند در بهره‌گیری فناوری‌های روز و از طرف دیگر، جامعه‌ای با متخارج نرمال برای گذراندن زندگی از جمله سرمایه‌های اقتصادی برای این کشور محسوب می‌شود. بریتانیا نیز به عنوان ششمین اقتصاد برتر از تعاون بخش‌های خدماتی، تولیدی، مالی و نوآوری بهره می‌برد و به عنوان مرکز مالی بین‌المللی و اغواگر سرمایه‌گذاران خارجی عمل می‌کند. اقتصاد بریتانیا توسط شرکای تجاری و فرایند جهانی‌شدن شکل گرفته است.

فرانسه، ایتالیا، کانادا و برزیل در جایگاه‌های بعدی قرار دارند. تولید ناخالص داخلی فرانسه رقمی بالغ بر ۲٫۹ میلیارد دلار را شامل می‌شود. فرانسه به داشتن رفاه اجتماعی مناسب، زیرساخت بسیار پیشرفته و سرمایه‌گذاری بنیادین در تحقیق و توسعه شهرت دارد. ایتالیا در رده سومین اقتصاد برتر کشورهای اتحادیه اروپا قرار دارد و به تاثیرگذاری و پایه‌گذاری در امر بیزینس مشهور است. اقتصاد کانادا نیز بر منابع طبیعی گسترده این کشور همچون گاز، نفت، معدن و چوب استوار است. برزیل هم به عنوان دهمین اقتصاد برتر ۲۰۲۳ در بخش‌های مختلفی همچون کشاورزی، معدن، تولید و خدمات فعال است. این کشور به شکل خاصی هاب تولید و صادرات محصولات کشاورزی معرفی شده است.

طرح «اعطای تسهیلات مبتنی بر مرواده به دارندگان دستگاه‌های کارت‌خوان و درگاه‌های پرداخت اینترنتی پاسارگاد»

* سقف امتیاز تراکنش هر پذیرنده، حداکثر معادل امتیاز مرواده ایشان خواهد بود.

* تراکنش‌هایی از جمله «پرداخت قبض»، «پرداخت شارژ» و... در محاسبه امتیاز تراکنشی لحاظ نمی‌شود.
* در صورت اتصال چندین دستگاه کارت‌خوان یا

درگاه پرداخت اینترنتی به یک سپرده مشتری، مجموع امتیازهای تراکنشی دستگاه‌های مذکور برای مشتری لحاظ می‌شود.

مبلغ، مدت، نحوه بازپرداخت (یکجا یا اقساطی) و

۴

یادداشت

۳ مانع رونق تولید

ادامه از صفحه اول

به درستی تمامی موانع تولید و حتی راهکارهای عملیاتی که از درون و بدنه بخش خصوصی و فعالان اقتصادی کشور احصا شده است نیز در برنامه‌های راهبردی پیشبنهادی دولتمردان در ابتدای فعالیت دولت‌ها نمود داشته است. از سوی دیگر، تصویب قوانین مختلفی همچون قانون بهبود محیط کسب و کار، قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر، قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و… نیز به خوبی مویذ شناخت ریشه و دلایل بسیاری از مشکلات پیش پای فعالان اقتصادی کشور به خصوص صنعتگران و معدنکاران است که صدا البته به دلیل اجرای ناقص و گاهی نادرست و متضاد این قوانین، به اهداف از پیش تعیین شده تصویب‌کنندگان نرسیده‌ایم و عملا حتی این قوانین بسیار خوب و کارشناسی شده نیز کار آمدی و تاثیرگذاری خود را از دست داده‌اند.

در چهار دوره گزارش‌های محیط کسب و‌کار کشور که به صورت فصلی توسط اتاق بازرگانی و با دریافت اطلاعات به صورت مستقیم از بنگاه‌های اقتصادی تهیه و منتشر می‌شود، مشکلات پیش روی بنگاه‌های تولیدی مطرح شده است ولی اقدام موثر و راهکار مفیدی در راستای حل آنها توسط دولت صورت نپذیرفت؛ به نحوی که مهمترین مشکلات مطرح‌ه در این پایش علمی و رسمی و دقیق همچنان پابرجاست و از فصلی به فصل دیگر منتقل می‌شود. در سال‌های گذشته حتی ستاد تسهیل و رفع موانع تولید کشور در گزارش‌ی جامع و کامل، فهرست نهایی ۲۱۵ مسئله و مانع پیش روی بخش تولید را که در ۲۱ دسته مختلف طبقه‌بندی شده بود، به همراه راهکارهای عملیاتی و اجرایی آن (که بازخورد مستقیمی از درخواست‌های فعالان اقتصادی و اتاق‌های بازرگانی کشور بود) را رونمایی کرد، اما این پیشنهادهات نهاد دولتی نیز در بسیاری از موارد عملا اجرایی نشده و بخش عمده‌ای از ۲۱۵ مسئله مطرحه همچنان جزو مشکلات بنگاه‌های تولیدی کشور است.

هدف از بیان این موارد و گزارش تاریخچه‌ای از بیان و تلاش کارشناسی و فعالیت اقتصادی در گذشته در راستای رونق تولید و رفع موانع و مشکلات پیش پای فعالان تولیدی کشور بوده و هست؛ بنابراین طرح یک یا چند عامل محدود در این یادداشت به عنوان مشکل تولیدی کشور و عدم توجه به ارتباط مستحکم مشکلات اقتصادی و تولیدی نمی‌تواند به عنوان طرح جامع رفع مشکلات تلقی شود و نمی‌توان با بیان چند مشکل، توقع اصلاح و بهبود کامل فضای اقتصادی کشور را داشت. علی ایحال در راستای این موضوع، سه مانع که از عوامل مهم و تاثیرگذار بر موانع تولید کشور است و رفع آنها قطعا می‌تواند در بهبود فضای اقتصادی و تسهیل تولید کشور تاثیرگذار باشد را طرح می‌کنم:

عدم ثبات نرخ ارز و سیاست پولی

افزایش شدید، تغییرات متعدد نرخ ارز و همچنین سیاست پولی کشور و مشکلات عدیده سرر راه گشایش اعتبارات، امکان هر گونه پیش‌بینی برای برنامه‌ریزی آتی بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی را مختل می‌کند. در فضای متلاطم موجود هم بنگاه‌های تولیدی صادرات‌محور و هم بنگاه‌های تولیدی که بسیاری از مواد اولیه خطوط آنها منوط به مواد اولیه و تجهیزات وارداتی است، نمی‌توانند نسبت به برنامه‌ریزی مناسب اقدام کنند. افزایش شدید نرخ ارز موجب افزایش مولفه‌های تاثیرگذار بر قیمت نهایی شده و قیمت کالا‌های تولیدی را افزایش خواهد داد. این افزایش قیمت نهایی در وضعیت رکود تومی کشور که توان خرید و قدرت خرید مشتریان را نیز کاهش داده، موجب کاهش فروش بنگاه‌های تولیدی و در نتیجه کاهش ظرفیت تولید و بهره‌وری خواهد شد. تداوم این وضعیت، تولید را از توجیه اقتصادی خارج کرده و بسیاری از فعالان این حوزه مجبور به تعطیلی یا کاهش میزان تولید خود و تعدیل نیرو خواهند شد که تبعات جبران‌ناپذیری در افزایش نرخ بیکاری و خروج سرمایه خواهد داشت. این غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و کاهش دسترسی به آن، مشکل سرمایه در گردش کارخانجات تولیدی کشور را چندین برابر می‌کند. در حال حاضر با حرکت پول و منابع مالی به سمت بازارهای غیرمولد توسط بانک‌ها و عدم تخصیص و پرداخت تسهیلات مناسب به بخش مولد کشور، قریب به اتفاق بنگاه‌های تولیدی درگیر مشکل سرمایه در گردش هستند و افزایش روزانه قیمت ارز و در نتیجه مواد اولیه و تجهیزات وارداتی موجب کاهش شدیدتر سرمایه در گردش این کارخانجات خواهد شد.

قیمت‌گذاری دستوری و دخالت دولت

در بند اول به تعدادی از عواملی که موجب افزایش قیمت تمام شده کالای ساخته شده است، اشاره شد. به تغییرات متعدد قیمت مواد اولیه و بی‌ثباتی و افزایش نرخ ارز باید افزایش بالای هزینه‌های مرتبط با انرژی کارخانجات تولیدی (برق/گاز/آب و پسماند و…)، افزایش مالیات‌ها، حقوق و دستمزد، هزینه‌های بالای لجستیک و حمل و نقل، هزینه تأمین مالی و هزینه‌های مرتب تر به انتقال ارز را نیز اضافه کرد؛ در حالی که تمامی هزینه‌های تاثیرگذار بر قیمت نهایی کالای تولیدی افزایش قابل توجهی یافته است. دخالت‌های دستوری دولت و قیمت‌گذاری دستوری بر کالای تولیدی موجب کاهش شدید توجیه اقتصادی فرآیند تولید و خسارت‌های قابل توجه برای فعالان این بخش شده است؛ به نحوی که تعطیلی کارخانجات تولیدی و حرکت سرمایه‌ها از بخش تولیدی و اشتغال‌زای کشور به سمت بازارهای واسطه‌ای و دلالی و غیرمولد صورت گرفته است. سرکوب قیمتی توسط دولت‌ها به پهنه‌های واهی تنظیم بازار و فشار بر بخش‌های تولیدی، سیاستی است که به دفعات تکرار شده و نتایج خسران‌تبار آن بر اقتصاد کشور ملموس و مشخص است. از آنجا که عدتاج قیمت‌گذاری دستوری بدون توجه به ضرورت آن برای کالای مورد نظر و بررسی کارشناسی و نیازسنجی آن صورت می‌گیرد، خسارات مربوط به بی‌توجهی در تولید رقابت‌پذیر و عدم کیفیت کالاها در بازار را برای بنگاه‌های تولیدی به همراه خواهد داشت.

بی‌ثباتی سیاست‌ها و رویه‌های کسب و کار

یکی دیگر از عوامل منفی تاثیرگذار بر محیط کسب و‌کار به صورت عام و بخش تولید به صورت خاص، قوانین و مقررات دست و پاگیر و بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های گاها متضاد است که منجر به پیچیدگی و سخت‌تر شدن فرآیندهای تولیدی می‌شوند. برداشت‌های سلیقه‌ای و تفاسیر سازمانی از قوانین و ابلاغ بخشنامه‌هایی متضاد با تسهیل محیط کسب و‌کار توسط وزارخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی، یکی از سه عامل معرفی شده از سوی فعالان اقتصادی است که حداقل طی دو سال گذشته در تمامی پایش‌های محیط کسب و کار از آنها نام برده شده است. این تفسیرپذیری قوانین و تدوین بخشنامه‌های سازمانی موجبات ایجاد فساد را نیز مهیا می‌کند.

دلایل متعددی در فضای اقتصادی و تولیدی وجود دارد که مانع توسعه و بهبود تولید کشور می‌شود. توجه به یک عامل و عدم توجه به عوامل دیگر و وابستگی و پیچیدگی‌های این عوامل به یکدیگر باعث می‌شود سیاستگذار به درستی مشکل را درک نکرده و لذا تصمیم‌گیری مناسب و راهکار تاثیرگذاری نیز ارائه نکند. تورم و افزایش لطمه‌ای قیمت‌ها، تحریم‌های بین‌المللی و محدودیت در تخصیص و تأمین کافی و به موقع ارز، سرمایه در گردش و افزایش نیاز به نقدینگی در بنگاه‌های اقتصادی، مشکلات عدیده در جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و رشد منفی سرمایه‌گذاری در صنایع، عدم‌نظرات کافی بر مبادی ورودی و واردات بی‌رویه غیرقانونی و قاچاق سازمان یافته، فشارهای غیرمنطقی سازمان‌های مالیاتی و تأمین اجتماعی بر بخش تولید، محدودیت در واردات مواد اولیه موردنیاز خطوط تولیدی، شکاف تکنولوژی بین صنایع داخلی و روندهای جهانی تولید، مشکلات مبادلات ارزی و مالی یا شرکای خارجی، فرسودگی و محدودیت‌های ناوگان حمل‌ونقل، رکود حاکم بر اقتصاد کشور و کاهش شدید قدرت خرید مردم و… مشکلاتی است که صنایع و معدان کشور با آن روبه‌رو هستند.

اقتصاد امروز

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۳۹۰

به گفته آنتکاند، ایران در سال گذشته ۱٫۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی جذب کرد

تبخیر سوخت رشد اقتصادی



خارجی خودش را از منفی ۹ میلیارد دلار به حدود ۲۰ میلیارد دلار برساند.

براساس گزارش آنتکاند، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جهانی در سال ۲۰۲۲ با ۱۲ درصد کاهش به ۱٫۳ هزار میلیارد دلار رسید که تحت تاثیر جنگ در اوکراین، قیمت بالای مواد غذایی، انرژی و بدهی عمومی قرار گرفته است. اقتصادهای توسعه‌یافته با کاهش ۲۷ درصدی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ۳۷۸ میلیارد دلار، بیشتر از سایر اقتصادها تحت تاثیر قرار گرفتند. با این حال، برخی کشورهای بزرگ در حال ظهور در اقتصادهای در حال توسعه سهم بیشتری از سرمایه‌گذاری را جذب کردند که منجر به رشد ۴ درصدی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی شد. پروژه‌های اعلام شده سرمایه‌گذاری گرین فیلد در سال ۲۰۲۲ حدود ۱۵ درصد افزایش یافت و صنایعی که با چالش‌های زنجیره تأمین مواجه بودند، شاهد افزایش پروژه‌های سرمایه‌گذاری بودند. سرمایه‌گذاری در بخش‌های اقتصاد دیجیتال کند شد؛ در حالی که سرمایه‌گذاری بین‌المللی در تولید انرژی‌های تجدیدپذیر رشد ۸ درصدی را تجربه کرد. شرکت‌های بزرگ نفتی دارایی‌های سوخت فسیلی را عمدتا به شرکت‌های سهام خصوصی ثبت نشده و اپراتورهای کوچک‌تر با الزامات افشای پایین‌تر و با نرخ حدود ۱۵ میلیارد دلار به صورت سالانه می‌فروشند که برای اطمینان از مدیریت دارایی‌های مسئولانه نیازمند مدل‌های جدید معامله است.

شکاف سرمایه بیشتر شد

سرمایه‌گذاری در بخش‌های مرتبط با اهداف توسعه پایدار (SDGs) کشورهای در حال توسعه در سال ۲۰۲۲ به ویژه در زمینه زیرساخت‌ها، انرژی، آب و فاضلاب، سیستم‌های کشاورزی، بهداشت و آموزش افزایش یافت. با این حال، از زمان پذیرش در سال ۲۰۱۵ به دلیل رشد آهسته در ابتدا و تاثیر پاندمی کووید-۱۹، این افزایش اندک بوده است. این گزارش نشان می‌دهد شکاف سرمایه‌گذاری برای توسعه پایدار در کشورهای در حال توسعه از ۲٫۵ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ به ۴ هزار میلیارد دلار افزایش یافته است. این شکاف هم به سرمایه‌گذاری ناکافی و هم به نیازهای اضافی نسبت داده می‌شود. بخش انرژی بیش از نیمی از شکاف را تشکیل می‌دهد و نیازهای سرمایه‌گذاری سالانه ۲٫۲ هزار میلیارد دلار برای تولید انرژی، بهره‌وری و فناوری‌های کم‌کربن تخمین زده می‌شود. همچنین شکاف‌های قابل توجهی در زیرساخت‌های آب و حمل و نقل وجود دارد. این شکاف فرایندها با روندهای مثبت مشاهده شده در سرمایه‌گذاری پایدار در بازارهای سرمایه جهانی که ۱۰ درصد رشد کرد و در سال ۲۰۲۲ به ۵٫۸ هزار میلیارد دلار رسید، در تضاد است.

طبق اعلام آنتکاند، کشورهای در حال توسعه برای جذب سرمایه‌گذاری در انرژی پاک، نیاز بیشتری به حمایت دارند؛ زیرا از زمان تصویب توافقنامه پاریس در سال ۲۰۱۵، سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر تقریبا سه برابر شده، اما بیشتر بودجه به کشورهای توسعه‌یافته اختصاص یافته است. کشورهای در حال توسعه سالانه به حدود ۱۰٫۷ هزار میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر از جمله شبکه‌های برق، خطوط

انتقال و ذخیره‌سازی نیاز دارند، اما در سال ۲۰۲۲، آنها تنها حدود ۵۴۴ میلیارد دلار دریافت کردند. بیش از ۳۰ کشور در حال توسعه هنوز سرمایه‌گذاری بین‌المللی قابل توجهی در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر جذب نکرده‌اند. در اکثر ۱۰ کشور در حال توسعه برتر با بالاترین سطح سرمایه‌گذاری بین‌المللی در انرژی‌های تجدیدپذیر نیز این سرمایه‌گذاری تنها بین یک‌دهم تا یک‌سوم از کل سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) را تشکیل می‌دهد. یکی از موانع اصلی سرمایه‌گذاری انرژی در کشورهای در حال توسعه، هزینه سرمایه است، زیرا این سرمایه‌گذاری‌ها اغلب به عنوان سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیرتر تلقی می‌شوند. این گزارش نشان می‌دهد که مشارکت بین سرمایه‌گذاران بین‌المللی، بخش عمومی و موسسات مالی چندجنبه می‌تواند هزینه سرمایه را به میزان قابل توجهی کاهش دهد. برای مثال جذب سرمایه‌گذاران بین‌المللی می‌تواند گسترش تأمین مالی بدهی را تا ۸ درصد، افزودن بانک‌های توسعه چندجنبه (MDB) تا ۱۰ درصد و ترکیب هر دو در مشارکت‌های دولتی و خصوصی تا ۴۰ درصد کاهش دهد.

جاماندگی از جذب سرمایه

گزارش کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل یا همان آنتکاند نشان می‌دهد که کشورهای در حال توسعه تا پایان سال ۲۰۲۰، کسری سرمایه‌گذاری رو به رشدی روبه‌رو هستند. این کسری از ۲٫۵ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ به ۴ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ رسیده است. این گزارش کاهش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جهانی را در سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد و می‌گوید که کشورهای در حال توسعه سالانه به ۱٫۷ هزار میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر نیاز دارند، اما تنها ۵۴۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ دریافت کردند. به همین دلیل، آنتکاند خواهان حمایت فوری از کشورهای در حال توسعه برای جذب سرمایه‌گذاری بیشتر جهت گذار به انرژی پاک است. طبق گزارش آنتکاند، از زمان تصویب توافقنامه پاریس در سال ۲۰۱۵، سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر تقریبا سه برابر شده اما بیشتر بودجه به کشورهای توسعه‌یافته اختصاص یافته است. روند سرمایه‌گذاری خارجی ایران در پنج سال گذشته، یک شیب ملایم نزولی را طی کرده و از حدود ۵ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ به رقم ۱٫۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ رسیده است. از دلایل کاهش سرمایه‌گذاری خارجی طی پنج سال منتهی به ۲۰۲۲ می‌توان به تشدید تحریم‌های بین‌المللی به خصوص تحریم‌های بانکی و خروج شرکت‌های خارجی از ایران اشاره کرد. بخش عمده سرمایه‌گذاری جذب شده در این سال‌ها نیز در بخش نفت و گاز هزینه شده است. این در حالی است که در همین برهه زمانی، امارات متحده عربی توانسته روند صعودی جذب سرمایه‌گذاری خود را که از سال ۲۰۱۹ آغاز کرده بود تا سال ۲۰۲۲ ادامه بدهد و جذب سرمایه‌اش را به حدود ۲۳ میلیارد دلار برساند. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی عربستان سعودی نیز که در سال ۲۰۲۱ حدود ۱۹ میلیارد دلار بود، با کاهش ۵۹ درصدی در سال ۲۰۲۲ به حدود ۸ میلیارد دلار رسید.

بورس، سکه، طلا و دلار بیشترین زیان را در ۴ ماه گذشته تجربه کردند

فرمان خروج از بازارها

۸۰۰ تومان فروخته می‌شده است. این امر نشان از آن دارد که در چهار ماه ابتدای سال از قیمت هر دلار آمریکا بیش از ۱۰ درصد کاسته شده و ۵ هزار و ۳۱۳ تومان سقوط کرده است.

بهای طلا ۱۵ درصد کم شد

آخرین قیمتی که در بازار طلا ثبت شده است، ۲ میلیون و ۲۸۱ هزار تومان است. این قیمت در شرایطی تعیین شده است که بررسی‌ها نشان می‌دهد هر گرم طلای ۱۸عیار در یک ماه قبل و در ابتدای فصل تابستان حدود ۵۳ هزار و ۸۰۰ تومان گران‌تر بود و این یعنی سرمایه‌گذاران بازار طلا در طول یک ماه گذشته حدود ۲.۳ درصد زیان دیده‌اند، اما نکته‌ای که در این میان اهمیت دارد، این است که قیمت هر گرم طلای ۱۸عیار از ابتدای سال تاکنون در حدود ۳۵۹ هزار تومان ریزش داشته است. هر گرم طلای ۱۸عیار در ابتدای سال ۱۴۰۲ بالغ بر ۲ میلیون و ۶۴۰ هزار تومان قیمت داشت و این یعنی دارندگان طلا در طول چهار ماه گذشته حدود ۱۵.۷ درصد ضرر کرده‌اند.

ارزش سکه ۲۴ درصد ریخت

سکه‌بازان نیز در طول یک ماه گذشته بیش از ۲۴ درصد زیان دیده‌اند. رصد روند بازار سکه طلا حاکی از آن است که سکه در طول یک ماه نخست تابستان یک میلیون و ۵۸۰ هزار تومان و به عبارتی ۵.۵ درصد ریزش قیمت داشته است. در حال حاضر قیمت هر قطعه سکه امامی در

^[1] به گفته آنتکاند، ایران در سال گذشته ۱٫۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی جذب کرد

^[2] به گفته آنتکاند، ایران در سال گذشته ۱٫۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی جذب کرد



اخبار

قیمت سکه ۴۵۰ هزار تومان ریخت

سقوط سکه به کانال ۲۶ میلیونی

قیمت سکه طلا در اولین روز مردادماه به سطح ۲۶ میلیون تومان رسید. در جریان دادوستدهای روز یکشنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با رقم ۲۶ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز شنبه، کاهش ۴۵۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۳۰۰ هزار تومان کاهش با قیمت ۲۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان معامله شد. قیمت نیم‌سکه با ۱۵۰ هزار تومان کاهش با رقم ۱۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان دادوستد شد. ربع سکه به ۹ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید و سکه یک گرم هم ۵میلیون و ۷۵۰ هزار تومان داد و ستد شد. قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۲۷۸ هزار تومان اعلام شد. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی هم به یک هزار و ۹۶۲ دلار رسید.

همچنین قیمت هر دلار آمریکا در مرکز مبادله ارز و طلای ایران با ۱۱ تومان افزایش قیمت نسبت به روز شنبه با نرخ ۴۱ هزار و ۲۷۰ تومان مبادله شد. بر پایه داد و ستد بازار مبادله ارز و طلای ایران، قیمت هر اسکناس دلار به ۴۱ هزار و ۲۷۰ تومان و قیمت حواله دلار به ۲۷ هزار و ۵۱۸ تومان رسید. بهای هر اسکناس یورو ۴۵ هزار و ۹۳۰ تومان و بهای حواله یورو ۴۱ هزارو ۷۵۴ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۲۲۷ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۲۱۶ تومان کشف شد.

در میانه فصل بهار به ثبت رسید

رشد ۲۴ درصدی سرانه تراکنش شاپرک

علی رغم تورم نقطه به نقطه ۵۴ درصدی در یک سال منتهی به اردیبهشت ماه ۱۴۰۲، ارزش هر تراکنش در سامانه شاپرک در این مدت کمتر از ۲۴ درصد افزایش یافته است. به گزارش «اکیوایران»، در سال گذشته میزان تورم از میزان رشد تراکنش‌های سرانه در سامانه شاپرک بیشتر بوده است. به عبارت دیگر، مبلغ حقیقی هر تراکنش نسبت به اردیبهشت سال گذشته کاهش یافته است. با توجه به اینکه الگوی مصرف افراد در ماه‌های مختلف سال تغییر می‌کند، مقایسه تراکنش‌ها باید نقطه به نقطه باشد. برای مثال در انتهای سال افراد به دلیل نزدیک شدن به سال نو و خریدهای نوروزی تعداد و مبلغ تراکنش‌ها افزایش می‌یابد. بنابراین بهتر است برای درک مناسب‌تر تغییرات در تقاضا، تراکنش‌های اردیبهشت ماه با موقعیت مشابه خود در سال گذشته مقایسه شود. در طول یک سال منتهی به اردیبهشت ماه ۱۴۰۲، مبلغ هر تراکنش در سامانه شاپرک از ۱۸۸ هزار تومان به ۲۳۲ هزار تومان رسیده است. علی رغم اینکه روند مبالغ سرانه مبادله شده در سامانه شاپرک صعودی بوده، اما در کل در اردیبهشت اسمال ارزش هر تراکنش تنها ۲۳.۴ درصد افزایش پیدا کرده که در مقایسه با تورم نقطه به نقطه ۵۴.۶ درصدی در اردیبهشت، کمتر از حد انتظار است. همچنین تعداد کل تراکنش‌ها در حدود ۳.۵ میلیارد در اردیبهشت سال گذشته به ۴.۱ میلیارد رسیده است. به عبارت دیگر، تعداد کل تراکنش‌ها در سال اخیر تقریباً ۱۷ درصد رشد کرده و مشابه رشد سالانه در اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ است. افزایش تعداد تراکنش‌ها و رشد مبلغ هر تراکنش کمتر از تورم می‌تواند بیانگر کاهش ارزش حقیقی هر تراکنش و خرد شدن مبادلات باشد. البته این بهر آن است که با توجه به سد قابل معامله در بده بستن‌های ثبت شده در شاپرک مقایسه تورم با ارزش سرانه شاپرک را اقامتی نامناسب ارزیابی می‌کنند، چراکه این عده معتقدند تسبب مصرفی در شاپرک لزوماً از کالاهای نهایی نبوده و می‌تواند متأثر تورم تولیدکننده باشد. بنابراین اساس این مقایسه با فرض آن بوده که معاملات ثبت شده در شاپرک عمدتاً از سبد کالاهای نهایی شکل گرفته باشد و تورم مصرف‌کننده بر آن اثرگذار باشد.

نهاد پژوهشی مجلس گزارش داد

۳ متهم صندوق‌های بانزشتگی

نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که اغلب مردم، عامل وضعیت بحرانی صندوق‌های بانزشتگی را فساد مالی، مدیریت ناکارآمد و عملکرد نامناسب دولت می‌دانند. به گزارش «اکیوایران» یک پروژه تحقیقاتی از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس انجام شده و طی آن از مردم بابت وضعیت بحرانی صندوق‌های بانزشتستگی سوال شده، نشان می‌دهد اغلب پاسخ‌دهندگان، سه عامل فساد مالی، مدیریت ناکارآمد و عملکرد نامناسب دولت را دلایل اصلی این وضعیت می‌دانند.براساس پژوهزهای که مرکز پژوهش‌ها دی‌ماه ۱۴۰۱ در راستای افکارسنجی مردم نسبت به وضعیت صندوق‌های بانزشتستگی انجام داد، یافته‌های قابل تأملی به دست آمده است. صندوق‌های بانزشتسکی طی سال‌های اخیر تبدیل به یکی از چالش‌های جدی نظام حکمرانی شده که همواره با هشدار کارشناسان مواجه بوده و بر اجرای اصلاحات بنیادی در این صندوق‌ها تأکید شده است. پروژه مرکز پژوهش‌ها به منظور شناخت دقیق و معتبر نگرش مردم به صندوق‌های بانزشتستگی انجام شده که در این گزارش به برخی از یافته‌های آن پرداخته می‌شود. از نظر ۸۵.۵ درصد از مردم، لزوم داشتن بیمه بانزشتستگی خیلی زیاد یا زیاد است که می‌تواند حاکی از نگرانی مردم نسبت به آینده و عدم ثبات وضعیت اقتصادی و مالی افراد باشد، به طوری که ۶۲.۲ درصد از مردم از مستمری بانزشتگی به عنوان منبع درآمد خود در دوران بانزشتستگی نام برداند.۱۶.۷ درصد از مردم نیز درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری در ملک و بازار را به عنوان منبع درآمد خود در دوران بانزشتستگی در نظر گرفته و ۲۴.۴ درصد هم منبع منبع درآمدی را برای دوران سالمندی خود در نظر نگرفته‌اند. اما یافته قابل تأملی که از این پروژه افکارسنجی برآمده این است که بخش قابل توجهی از مردم وضعیت مالی صندوق‌های بانزشتسگی را بد و بحرانی و همچنین مدیریت ناکارآمد و فساد مالی را عامل بحرانی شدن صندوق‌ها می‌دانند. وضعیت مالی صندوق‌های بانزشتسگی از نظر ۳۱.۸ درصد از مردم خوب یا بسیار خوب است، در حالی که ۲۲.۳ درصد وضعیت را بد و ۲۵.۶ درصد آن را بحرانی می‌دانند. همچنین ۲۳.۷ درصد از مردم علت این وضع بد و بحرانی را مدیریت ناکارآمد صندوق‌ها، ۲۲ درصد فساد مالی، ۲۰.۴ درصد بی‌ثباتی اقتصادی در کشور، ۱۹ درصد عملکرد نامناسب دولت و ۴.۴ درصد نیز افزایش تعداد بانزشتسنگان می‌دانند. براساس گزارش مرکز پژوهش‌ها، بیش از نیمی از بانزشتسنگان یعنی ۵۳.۲ درصد آنها (یعنی بیش از نیمی از افراد) اذعان کرده‌اند که اگر در زمان بانزشتستگی خود محدودیتی برای سن وجود نداشت، مایل به ادامه اشتغال بودند، در همین راستا ۲۲.۷ درصد از آنها نیز معتقدند اگر دیرتر بانزشته می‌شدند وضعیت مالی خانواده‌شان بهتر بود. مهم‌ترین دلیل اشتغال مجدد بانزشتسنگانی که پس از بانزشتسگی در شغل دیگری فعالیت داشته‌اند، «کافی نبودن حقوق بانزشتسگی» عنوان شده است. یافته‌های این گزارش همچنین نشان می‌دهد نیمی از افرادی که هرگز تجربه پرداخت بیمه نداشتند(۵۰.۳ درصد) اصلا احتمال نمی‌دهند در چند سال آینده خود را بیمه بانزشتستگی کنند و ۲۴.۳ احتمال آن را کم می‌دانند. درحالی که ۱۷.۰ درصد به میزان زیاد یا خیلی زیاد احتمال می‌دهند در آینده خود را بیمه کنند.
کند. بالای افرادی که تجربه پرداخت بیمه نداشتند و علاقه‌ای نیز به پرداخت حق بیمه در آینده ندارند، می‌تواند بیانگر این موضوع باشد که تجربه دیگر بانزشتسنگان و میزان مستمری دریافتی آنان برای این افراد موردسند قابل قبول نبوده و ترجیح می‌دهند حق بیمه را نزد خود نگه داشته و به طریق دیگری برای آن برنامه‌ریزی کنند.

مجموع تسهیلات مسکن و جعاله برای زوج‌های تهرانی ۹۶۰ میلیون تومان شد

وام خرید مسکن افزایش یافت



خرید و فروش ملک که از اوایل خردادماه در بازار مسکن شهر تهران ایجاد شده، همچنان ادامه دارد. ادامه این وضعیت می‌تواند ثمرات مثبت و منفی برای بازار ملک ایجاد کند. سناریوی محتمل آن است که معاملات تا پایان ماه صفر در حالت سکون باقی بماند؛ در این صورت، بازار مسکن اولین مرحله از ورود به فاز رکود را پشت سر خواهد گذاشت که می‌تواند به بازیابی توان خرید متقاضیان مصرفی منجر شود. به گزارش «ایسنا»، با توجه به دیرپذیر بودن بازار مسکن باید برای ارزیابی از وضعیت آن دست کم یک فصل بگذرد. پایان ماه صفر یعنی ۲۵ شهریورماه رکود این بازار تقریباً چهار ماهه می‌شود، اما به دلیل آنکه به صورت سنتی و با توجه به اعتقادات مذهبی، خرید و فروش خانه در ماه‌های محرم و صفر در ایران متوقف می‌شود، رکود ماه‌های مناسبی ملکی برای تحلیل آینده آن نیست. کارشناسان معتقدند برای تحلیل وضعیت بازار باید تا اواسط پاییز منظر ماند.

آنچه که می‌توان از اوضاع فعلی بازار مسکن استنباط کرد، آن است که انتظارات کاهشی در بازار ایجاد شده و به همین دلیل عرضه پیش از تقاضا شده است. البته این رشد عرضه به معنای افزایش فروشندگان نیست بلکه به دلیل کاهش تعداد خریداران، تناسب بین عرضه و تقاضا به هم ریخته است. بازار با افزایش حجم عرضه در برابر تقاضا مواجه شده و این شرایط را به نفع متقاضیان تغییر می‌دهد، اما توقف معاملات می‌تواند ساخت و ساز را تحت تأثیر قرار دهد و عرضه را در بازار مسکن پایین بیاورد. این موضوع از دو جهت منفی ارزیابی می‌شود؛ اول اینکه به دلیل پیشران بودن بخش مسکن، رکود آن برای شرایط عمومی اقتصاد، اتفاق چندان خوبی نیست. از جهت درون بخشی نیز کاهش تولید مسکن ممکن است اثرات سونی را در میان‌مدت ایجاد کند. بررسی‌های میدانی از سطح دفاتر املاک شهر تهران و فایل‌های عرضه شده در سامانه‌های فروش ملک، گویای آن است که نرخ‌های پیشنهادی آپارتمان در مقایسه با اردیبهشت ماه بین ۵ تا ۲۵ درصد دچار کاهش شده است. واسطه‌های ملکی می‌گویند که اندک خرید و فروش‌ها در واحدهای با تخفیف و زیر قیمت صورت می‌گیرد.

فرصت امروز: تسهیلات خرید مسکن برای زوج‌های تهرانی و املاکی که حداکثر ۲۵ سال عمر دارند، ۸۰۰ میلیون تومان و برای املاکی که ۲۵ تا ۳۰ سال سن دارند، ۶۴۰ میلیون تومان شد. زوج‌هایی که در مراکز استان‌ها و شهرستان‌های بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت زندگی می‌کنند از این پس می‌توانند برای بناهای ۲۵ ساله ۶۴۰ میلیون تومان و برای بناهای ۲۵ تا ۳۰ ساله ۴۸۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند. تسهیلات جعاله نیز در همه مناطق و برای همه املاک، ۱۶۰ میلیون تومان شد. بانک مسکن از افزایش انواع تسهیلات مسکن اعم از خرید مسکن انفرادی، خرید مسکن زوجین و جعاله در تهران و شهرستان‌ها خبر داد. طبق اعلام این بانک، تسهیلات خرید مسکن در تهران برای املاکی که حداکثر تا ۲۵ سال عمر کرده‌اند به مبلغ ۴۰۰ میلیون تومان و برای املاکی که ۲۵ تا ۳۰ سال عمر دارند، به ۳۲۰ میلیون تومان افزایش پیدا کرد. همچنین تسهیلات خرید مسکن انفرادی در مراکز استان و شهرستان‌هایی که بیش از ۲۰۰ هزار نفر جمعیت دارند به مبلغ ۳۲۰ میلیون تومان برای املاک ۲۵ ساله و ۲۴۰ میلیون تومان برای املاک ۲۵ تا ۳۰ سال افزایش یافت. این تسهیلات در سایر مناطق به ترتیب برای املاک ۲۵ و ۲۵ تا ۳۰ سال، به مبلغ ۲۴۰ و ۱۶۰ میلیون تومان تغییر پیدا کرد.

تسهیلات خرید مسکن برای زوجین نیز در تهران برای املاکی که حداکثر ۲۵ سال عمر دارند، ۸۰۰ میلیون تومان و برای املاکی که ۲۵ تا ۳۰ سال سن دارند، ۶۴۰ میلیون تومان شد. زوجینی که در مراکز استان و شهرستان‌های بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت زندگی می‌کنند از این پس می‌توانند برای بناهای ۲۵ ساله ۶۴۰ میلیون تومان و برای بناهای ۲۵ تا ۳۰ ساله ۴۸۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند. این تسهیلات در سایر مناطق برای ساختمان‌های ۲۵ و ۲۵ تا ۳۰ ساله به ترتیب به مبلغ ۴۸۰ و ۳۲۰ میلیون تومان تغییر یافت. تسهیلات جعاله نیز بدون هیچ قید و شرطی در همه مناطق و برای همه املاک، ۱۶۰ میلیون تومان شد. در این میان، گزارش‌های میدانی از بازار مسکن نشان می‌دهد، توقف

بانک مرکزی: کنترل نقدینگی باعث کاهش اعطای تسهیلات بانکی نشد

افزایش ۲۵ درصدی پرداخت تسهیلات

نشده است و لذا این نگرانی که این افزایش در پایه پولی منجر به افزایش نقدینگی در ماه‌های آینده می‌شود، بی‌مورد است. ضمن اینکه در نتیجه اجرای این سیاست ضریب فرابنده نقدینگی اقتصاد از مقدار هشت در سال ۱۴۰۰ به ۷.۳۶ در سال ۱۴۰۱ کاهش پیدا نمود.

همچنین دو علت مهم دیگر کاهش موجودی حساب ذخایر مزاد با آزاد بانک‌ها در سال ۱۴۰۱ در مقایسه با سال‌های گذشته و در نتیجه افزایش بدهی آنها به بانک مرکزی در این سال نسبت به قبل، یکی به واسطه کاهش تزریق پول برسدی از طرف بانک مرکزی به حساب ذخایر مزاد بانک‌ها نزد بانک مرکزی از محل افزایش خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی بود. بدین صورت که در سال‌های قبل از آن بانک مرکزی به منظور تأمین ارز مورد نیاز با نرخ ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی، به میزان مایه‌النفوذ ریالی عملیات خرید و فروش ارز به خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی اضافه می‌نمود. در نتیجه این اقدام به میزان قابل توجهی پول پر قدرت به شبکه بانکی وارد می‌شد و بدین وسیله میزان ناترازی نقدینگی ساختاری موجود شبکه بانکی تا حد زیادی از این طریق تعدیل می‌شد، اما با اجرای طرح برمدی‌سزرت از طرف بانک مرکزی به حساب ذخایر پولی بانک‌ها نزد بانک مرکزی از طریق بازار مذکور تا حد زیادی در نتیجه اجرای طرح مذکور برطرف نشود و لذا دیگر شاهد افزایش نقدینگی و در نتیجه ایجاد تورم مزمن و بلندمدت در نتیجه اجرای آن سیاست در اقتصاد نباشیم.

دولتی (اعم از دستگاه‌ها و شرکت‌های دولتی) در شبکه بانکی بود و با عنایت به سهم بالای منابع بخش دولتی در اقتصاد کشور از این محل به میزان به میزان قابل توجهی از نقدینگی موردنیاز شبکه بانکی تأمین می‌شد، اما با اجرای تقریباً کامل قانون حساب واحد خزانه و تمرکز منابع نقدی بخش دولتی نزد بانک مرکزی از سال ۱۴۰۱ به میزان زیادی از نقدینگی موجود در شبکه بانکی کاسته شد. در مجموع به دنبال اجرای دو سیاست درست مذکور عمق بازار بین بانکی و متعاقباً رفع ناترازی نقدینگی بانک‌های کشور از طریق بازار مذکور تا حد زیادی در نتیجه اجرای طرح مذکور این موضوع منجر به بروز افزایش بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی گردید. براساس این گزارش، آنچه که در تحلیل کل‌های پولی و تأثیر آن بر تورم برای اقتصاد از اهمیت زیادی برخوردار است، تغییرات نقدینگی بوده و نه پایه پولی. نقدینگی درواقع مجموع کل سپرده‌هایی است که توسط نظام بانکی ایجاد شده و در دست آحاد اقتصادی قرار دارد که می‌تواند به تقاضای موثر و افزایش قیمت‌ها در اقتصاد منجر بشود. به همین دلیل است که کنترل رشد نقدینگی به عنوان مهم‌ترین متغیر در کنترل تورم از اولویت‌های اقتصادی بانک مرکزی در سال‌های اخیر تعیین شده است. لذا

به گفته بانک مرکزی، به دنبال کاهش رشد نقدینگی از ۴۲.۸ درصد در مهرماه ۱۴۰۰ به ۲۹ درصد در خردادماه اسمال، پرداخت تسهیلات در شبکه بانکی در سال گذشته رشد ۴۵.۳ درصدی و در سه ماهه اول ۱۴۰۲ نیز رشد ۲۵.۸ درصدی داشته است. طبق اعلام بانک مرکزی، کنترل رشد نقدینگی به عنوان مهم‌ترین متغیر در مهار تورم از اولویت‌های اقتصادی بانک مرکزی در شرایط کنونی است. حجم نقدینگی در مرداد ۱۳۹۲ معادل ۶۴۰ هزار میلیارد تومان بود که در پایان شهریورماه ۱۴۰۰ این رقم به ۴ هزار و ۶۸ هزار میلیارد تومان رسید. حجم پایه پولی نیز از ۹۶.۳ هزار میلیارد تومان در مردادماه ۱۳۹۲ به ۵۱۹ هزار میلیارد تومان در پایان شهریورماه ۱۴۰۰ رسید.

به دنبال تدوین و اجرای برنامه پولی و تعیین هدف رشد نقدینگی برای سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ در کنار پیگیری جدی سیاست کنترل مقداری رشد ترازنامه بانک‌ها و جریمه بانک‌های متخلف از حدود تعیین‌شده از طریق افزایش نسبت سپرده قانونی، نرخ رشد ۱۲ماهه نقدینگی در پایان خردادماه ۱۴۰۲ با ۸.۸ واحد درصد تنزل نسبت به دوره مشابه سال قبل (معادل ۳۷.۸ درصد در خردادماه ۱۴۰۱) به ۲۹ درصد کاهش یافته است. در خصوص تحولات پایه پولی نیز باید توجه نمود که رشد پایه پولی در پایان اسفند سال ۱۴۰۱ در ادامه تحولات ماه‌های قبل از آن بوده است. ضمن اینکه معمولاً در پایان هر سال رشد ماهانه پایه پولی نسبت به ماه‌های قبل افزایش پیدا می‌کند و رشد یک ماهه پایه پولی در اسفندماه معمولاً بالاترین نرخ را در میان کل ماه‌های سال دارد که در اسفندماه سال گذشته نیز همین موضوع اتفاق افتاده است. لذا، رشد محقق شده پایه پولی در ماه پایانی سال گذشته اتفاق متفاوتی نسبت به ماه‌های قبل از آن نبوده و افزایش آن براساس روند ماه‌های گذشته کاملاً قابل پیش‌بینی بوده است.

نکته دیگر آنکه بخشی از افزایش رشد پایه پولی در ماه‌های پایانی سال گذشته، همانطور که قبلاً هم بانک مرکزی مکرراً توضیح داده است، به دلیل اجرای سیاست کنترل مقداری رشد ترازنامه و جریمه بانک‌های خطایی با استفاده از افزایش نسبت سپرده قانونی بوده و نیز اتخاذ سیاست تنظیمی افزایش سپرده قانونی در راستای تحقق هدف‌گذاری رشد ۳۰ درصدی نقدینگی در سال ۱۴۰۱ بوده است.

این امر باعث شده درخصوص بانک‌هایی که از حساب ذخایر مزاد کافی نزد بانک مرکزی برخوردار نبوده‌اند منجر به افزایش بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی از یک طرف و افزایش سپرده قانونی بانک‌ها نزد بانک مرکزی از طرف دیگر شود؛ در این حالت درست است که پایه پولی افزایش یافته ولی در عمل پولی از طرف بانک مرکزی به حساب ذخایر مزاد بانک‌ها نزد بانک مرکزی واریز نشده است و به عبارت دیگر این پول به اقتصاد تزریق

خبرنامه

مصرف انرژی در ایران ۶ برابر پر تغال است

بیش‌مصرفی انرژی در ایران

بررسی‌ها نشان می‌دهد میزان مصرف انرژی در ایران به ویژه در بخش خانگی به شدت بالاست و به مرور زمان در روندی معکوس در قیاس با دیگر کشورهای عضو آژانس بین‌المللی انرژی روند افزایشی خود را ادامه داده است؛ واقعیتی ناخوشایند که می‌تواند در آینده نزدیک، صنعت انرژی کشور را به ویژه در حوزه برق با چالش‌هایی جدی رو به رو کند.

به گزارش «ایسنا»، تابستان سال ۱۴۰۲ در حالی وارد دومین ماه خود شد که براساس بسیاری از داده‌های هواشناسی میزان افزایش دمای هوا در تابستان سال جاری در ۱۱ سال گذشته بی‌سابقه بود و همین مسئله سبب شد تا در تیرماه چندین بار رکورد مصرف برق کشور شکسته شود. به طور نمونه در تاریخ ۱۹ تیرماه سال جاری میزان نیاز مصرف برق کشور به ۷۲ هزار و ۴۸۵ مگاوات رسید و این رکورد در حالی در تاریخ صنعت برق کشور به ثبت رسید که سال گذشته و در همین روز میزان نیاز مصرف برق کشور براساس داده‌های رسمی شرکت مدیریت شبکه برق کشور ۶۰ هزار و ۱۳۹ مگاوات بود.

اگرچه یکی از دلایل افزایش قابل توجه میزان مصرف برق کشور در تابستان سال جاری به موضوع دمای بالای هوا و افزایش میزان استفاده از سیستم‌های سرمایشی مرتبط است، اما از آنسو بررسی‌های تخصصی‌تر نشان می‌دهد به طور کلی و تحت تأثیر عوامل مختلف شدت مصرف انرژی در ایران به مراتب از بسیاری از کشورهای جهان بالاتر است. بالابودن شدت مصرف انرژی در ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای منطقه و جهان به این معنا است که در ایران و برای رفع میزان مشخصی از نیاز به برق نسبت به کشورهایی که در آنها شدت مصرف انرژی پایین‌تر است، برق به مراتب بیشتری مصرف می‌شود. واقعیتی ناخوشایند که بررسی‌ها نشان می‌دهد ظرف ۳۰ سال گذشته در روندی معکوس در قیاس با دیگر کشورها استمرار داشته و تا سال ۲۰۲۰ میلادی ۷۵ درصد رشد یافته است.

براساس داده‌های بین‌المللی ایران اکنون به لحاظ شدت مصرف انرژی در جایگاه ششمین کشور با شدت مصرف انرژی بالا قرار دارد و این موضوع نشان می‌دهد مصرف انرژی در ایران به شدت ناکارآمد است. بالابودن شدت مصرف انرژی ایران بیانگر این واقعیت است که میزان مصرف انرژی در ایران دست کم ۶۰ درصد از میانگین جهانی برای تولید کالا و خدمات مشابه بیشتر است. بررسی آمار و ارقام رسمی نشان می‌دهد، شاخص مصرف انرژی در بخش خانگی ایران چیزی حدود ۴۶۰ کیلووات ساعت در سال به ازای هر متر مکعب است که اگر این داده به‌ واحد مگاژول تبدیل شده و با آمارهای جهانی سایر کشورها مقایسه شود، میزان ناکارآمدی مصرف انرژی در بخش خانگی ایران را بیش از پیش نمایان می‌کند.

توضیح بیشتر اینکه در حالی مصرف انرژی به ازای واحد سطح خانه در ایران براساس داده‌های ترازنامه هیدروکربوری ۱۶۵۰ مگاژول محاسبه می‌شود که در هیچ یک از کشورهای عضو آژانس بین‌المللی انرژی، میزان مصرف انرژی با وجود آب و هوایی به مراتب سردتر از ایران از ۱۰۰۰ مگاژول تجاوز نمی‌کند. به عنوان نمونه میزان مصرف انرژی به ازای واحد سطح خانه در کشور پرتغال چیزی حدود ۲۵۰ مگاژول، در کشور یونان ۴۰۰ مگاژول، در کشور ایتالیا ۶۰۰ مگاژول و در جمهوری چک ۸۰۰ مگاژول است.

بالابودن شدت مصرف انرژی در ایران تابعی از عوامل مختلفی است که نتیجه آن ناکارآمدی مصرف انرژی در بخش‌های مختلف مصرفی ایران به ویژه در بخش خانگی است. به طور نمونه متوسط مصرف برق سالیانه مشترکان بخش خانگی در استان هرمزگان چیزی حدود ۱۰ هزار کیلووات ساعت است که بررسی‌ها نشان می‌دهد در صورت اجرای برخی راهکارهای مدیریت مصرف می‌توان این میزان مصرف را تا ۶۰ درصد کاهش داد. به عنوان نمونه با اصلاح سیستم‌های روشنایی می‌توان ۲۵۰ کیلووات ساعت، با تعویض یخچال‌های قدیمی ۶۵۰ کیلووات ساعت، با اصلاح سیستم سرمایشی و تعویض سه دستگاه کولر گازی رتبه A پلاس، جای‌بندی و نصب پنجره دوجداره ۴۸۵۰ کیلووات ساعت و با نصب آیرگمکن خورشیدی نیز ۲۵۰ کیلووات ساعت، در مصرف برق سالیانه خانوار هرمزگانی ۶۰۰۰ کیلووات ساعت صرفه‌جویی کرد.

مجموعه ارقام و آماری که به خوبی نشان می‌دهد شدت مصرف انرژی در ایران به ویژه در حوزه برق به شدت نسبت به سایر کشورهای جهان بالاتر است و مهمتر از آن اینکه می‌توان با اجرای برخی راهکارهای کاهش مصرف انرژی تا ۶۰ درصد از این میزان مصرف را کاهش داد و علاوه بر کمک به حفظ محیط زیست، نقش موثری در بهبود شاخص‌های اقتصاد انرژی کشور ایفا کرد.

ریزش نفتی در بورس تهران

شاخص کل بورس تهران در اولین روز مرداد ۶ هزار واحد دیگر ریخت



می‌شود. در همین زمینه، «فردین آقابزرگی»، کارشناس بازار سرمایه می‌گوید: برنده بازدهی در بازار سرمایه افرادی هستند که در این بازار به سرمایه‌گذاری بلندمدت فکر می‌کنند، البته به شرط اینکه سهام بنیادی خریداری کنند. او با تأکید بر اینکه نوسان ذات بازار سرمایه است، در گفت‌وگو با «ایسنا» توضیح می‌دهد: باید به این نکته توجه داشت که گاهی نوسان ناشی از تصمیمات ذی‌نفعانه‌ای است که اخذ می‌شود و از جمله آن می‌توان به نرخ خسوراک، عدم عرضه خودروی سواری در بورس کالا، نرخ تسعیر ارز پالایشگاه‌ها که باعث کاهش ۱۵ تا ۱۷ درصد سود پالایشگاه‌ها شد و… اشاره کرد. این موضوعات ممکن است سود شرکت‌ها را تحت تأثیر کمی قرار دهد، اما باعث کاهش اعتماد در بازار می‌شود. بر این اساس باید درس عبرتی گرفت و اصلاحات لازم را انجام داد.

او با بیان اینکه در جلساتی که برای تصمیم‌گیری در مورد موضوعات تأثیرگذار روی بازار سرمایه برگزار می‌شود نماینده بخش خصوصی حضور ندارد، می‌افزاید: در حالی که اگر هدف تنظیم‌گری است حتماً باید ضررهایی که عاید سهامداران خرد می‌شود لحاظ شود. اصلاحات زبرساخت‌های قانونی حدود دو سال است که در انتظار بررسی در مجلس به سر می‌برد؛ یکی از این موارد، اصلاح قانون بازار اوراق بهادار است. چرا نمایندگان کانون‌های سهامداران حقیقی یا نمایندگان سایر نهادهای مالی در اتاق‌های فکر و تصمیم حضور ندارند؟

این کارشناس بازار سرمایه با تأکید بر اینکه رسالت سازمان بورس شفافیت است، می‌گوید: باید در مورد تصمیماتی که اخذ می‌شود شفافیت وجود داشته باشد. بازه ۳۰ درصدی بازار سرمایه تحلیل رفت و بازار به اسفندماه سال گذشته عقبگرد کرد. اتفاقات اخیر مانند شوکی است که در کوتاه‌مدت باعث تخریب بازار سرمایه می‌شود. بازار سرمایه براساس شاخص‌هایی مانند P/E و P/E TTM فوروارد بالاترین سطح ارزندگی را نسبت به سایر بازارهای معاملاتی از جمله خودرو و مسکن را دارد. بنابراین برنده بازدهی در بازار سرمایه افرادی هستند که در این بازار به سرمایه‌گذاری بلندمدت فکر می‌کنند، البته به شرط اینکه سهام بنیادی خریداری کنند.

روز متوالی ادامه یافت و ۱۸۵ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار خراج شد. نماد و آیند بیشترین خروج را داشت که ارزش آن ۵۰ میلیارد تومان بود. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای رمینا، گلدپرا و حکشتی اختصاص داشت. پالایشی‌ها قمرزترین گروه بازار بودند و بیشترین نقش را در ریزش بازار ایفا کردند. نمادهای شیندر، فارس و شتران نمادهای قمرزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. رمینا، حکشتی و وبملت نیز از نمادهای سبزی بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای گکهر، شگویا و آریا بیشترین اثر افزایشی و نمادهای شساوان، هرمز و فجهان بیشترین اثر کاهنده را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکش بورس نیز شتران بیشترین تراکش را داشت و شسریز و هرمز در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نیان، دی و کتوسمه بیشترین تراکش را داشتند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۶ هزار و ۹۰۳ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۳۴ میلیارد تومان بود که ۳ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود.

ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۹ درصدی به نسبت روز قبل به رقم ۳ هزار و ۹۳۷ میلیارد تومان رسید که کمترین رقم در پنج ماه اخیر به حساب می‌آید. نماد شتران بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۶۰ میلیارد تومان بود. شسریز، شیندر، رمینا و دی نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات جای گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام شتران با تعداد یک میلیارد سهم در صدر قرار گرفت. دی در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار ایستاد و رتبه سوم به خسپا تعلق گرفت. در معاملات یکشنبه، ۵۸ نماد صف خرید داشتند و ۷۰ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۲۷ درصدی نسبت به روز قبل به ۳۸۷ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با کاهش ۶۶ درصدی به ۲۸۵ میلیارد تومان رسید.

سرمایه‌گذاران برنده در بورس

با وجود آنکه بورس در یک ماه گذشته بیش از ۸ درصد افت کرد، اما همچنان در بازه بلندمدت بهترین گزینه سرمایه‌گذاری محسوب

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در اولین روز مردادماه، روند پرنوسانی داشت و در حالی که در ساعات میانی معاملات یکشنبه روندی صعودی به خود گرفته بود، در ۲۰ دقیقه پایانی وارد روند نزولی شد و بیش از ۶ هزار واحد کاهش یافت. نمادهای پالایشی در این میان، نقش محوری داشتند و شاخص کل را پایین کشیدند.

شاخص کل بورس تهران در ماهی که گذشت، سه بار ابر کانال ۲ میلیون واحد را از دست داد و نماگی اصلی بورس با ایستادن در سطح یک میلیون و ۹۸۳ هزار واحد تیرماه را به پایان رساند. با این حال، شاخص کل در اولین روز معاملاتی مردادماه نه تنها سطح ۲ میلیونی را به دست نیاورد، ۰.۳۱ درصد دیگر نیز از این سطح حمایتی دورتر شد. شاخص کل در جریان معاملات این روز تا شروع نیم ساعت پایانی بازار روند ثابتی داشت و اوضاع نمادهای کوچک بازار به‌مراتب بهتر بود. روز یکشنبه نماد فخرز بازگشایی شد و با مثبت ۷ درصد کار را تمام کرد، اما در مقابل بازگشاییی نماد شیندر کاملاً متفاوت بود و با افت ۱۰ درصدی باعث تأثیر منفی بیش از ۴ هزار و ۵۰۰ واحدی روی شاخص شد تا در کنار افت نمادهایی مثل فارس و شتران، شاخص کل بورس تهران با افت بیش از ۶ هزار و ۱۰۰ واحدی کار را تمام کند و همچنان در محدوده‌های کمتر از ۲ میلیون واحدی قرار بگیرد. شاخص کل با این افت ۰.۳۱ درصدی تا سطح یک میلیون و ۹۷۶ هزار واحد عقب رفت. شاخص کل هم‌وزن اما با ۲ هزار و ۶۰۰ واحد معادل ۰.۲۹ درصد افزایش در تراز ۷۰۲ هزار واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس نیز با رشد ۸۶ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۴۳۶ واحد رسید. خلاص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام برای سومین روز متوالی منفی شد و ۱۸۵ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار خراج شد.

خروج پول حقیقی ادامه یافت

در جریان معاملات روز یکشنبه یکم مردادماه، شاخص کل بورس با ۶ هزار و ۱۸۹ واحد معادل ۰.۳۱ درصد کاهش به رقم یک میلیون و ۹۷۶ هزار واحد سقوط کرد. شاخص هم‌وزن با ۲ هزار و ۶۰۰ واحد معادل ۰.۲۹ درصد به رقم ۷۰۲ هزار واحد رسید. ایفگس هم با ۸۶ واحد افزایش، رقم ۲۶ هزار و ۲۳۶ واحد را نمایش داد. خروج پول حقیقی برای سومین



پارلمانی

آگهی مناقصه عمومی

یک مرحله ای

دهیاری لیا از توابع بخش دشتایی شهرستان بوئین زهرا – استان قزوین درنظر دارد به استناد صورتجلسه شماره ۱۵۱۳شورای اسلامی و صورتجلسه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۱ کمیته انطباق نسبت به واگذاری پروژه اجرای زیر سازی و جدول گذاری معابر روستا براساس فهرست بهاء ۱۴۰۲ را با برآورد قیمت اولیه به مبلغ ۲۱,۱۸۴,۲۶۰,۷۹۱ ریال (بیست و یک میلیارد و یکصد و هشتاد و چهار میلیون و دویست و شصت هزار و هفتصد و نود و یک ریال) را از طریق مناقصه به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید. لذا از کلیه متقاضیان دعوت بعمل می آید جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۱ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۱۲ به سامانه ستاد با شماره فراخوان ۰۰۰۰۰۱۳۳۸۹۰۲۰۲۱ مراجعه نمایند. توضیح:

۱- داشتن شخصیت حقوقی ، گواهینامه صلاحیت پیمانکاری رتبه ۵ اینیه، داشتن گواهینامه صلاحیت ایمنی حقوقی، ارائه گواهی ارزش افزوده، بارگذاری اساننامه و آخرین تغییرات روزنامه رسمی ، نیروی متخصص و کادر فنی مجرب ، داشتن توان مالی ، تجربه و سابقه کافی و مرتبط با موضوع مناقصه و همچنین داشتن ظرفیت خالی جهت اجرای پروژه، شایان ذکر است درصورت عدم ارائه گواهینامه صلاحیت ایمنی نامه شماره ۳۳۴۲۲۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۲ سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان قزوین (مندرج در اسناد مناقصه) ملاک عمل قرار خواهد گرفت.

۲-صرفا بارگذاری اسناد پاکتهای پیشنهادی "ب" (گواهینامه صلاحیت پیمانکاری رتبه ۵ اینیه، داشتن گواهینامه صلاحیت ایمنی حقوقی، ارائه گواهی ارزش افزوده، بارگذاری اساننامه و آخرین تغییرات روزنامه رسمی ، رزومه کاری شرکت مربوطه و سایر مدارک مورد نیاز) و "ج" (برگه های پیشنهاد قیمت شامل جداول شماره ۱ الی ۵ و همچنین آنالیز قیمت (دارای امضای الکترونیکی و همچنین مهر و امضای گرم مورد پذیرش است. ضمنا پاکت "الف" (فیش نقدی یا ضمانتنامه) باید هم به صورت الکترونیکی و هم به صورت فیزیکی به کد پستی ۳۴۶۷۱۳۴۷۹۴ واحد امور مالی دهیاری (مسئقر در بخشداری دشتایی) ارسال گردد. شایان ذکر است در جلسه بازگشایی پاکتهای "ب" و "ج" ، اسناد فیزیکی (کاغذی) و اسناد فاقد امضای الکترونیکی (دارای مهر گرم) به هیچ وجه مورد پذیرش نخواهد بود.

۳- زمان ارائه پیشنهادات تا ساعت ۱۳:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۲ می باشد.

۴- زمان بازگشایی پاکتها راس ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۳ در محل بخشداری و در حضور اعضای کمیسیون عالی معاملات می باشد.

۵- به پیشنهادهای فاقد شرایط فوق الذکر، فاقد ضمانتنامه ، ناخوانا ، مخدوش و مشروط ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۶- ضمنا ضمانتنامه شرکت در مناقصه به مبلغ ۱,۰۵۹,۲۱۳,۰۴۰ ریال به شماره حساب ۵۵۱۹۹۴۴۷۴۳۸۶۷۴۰۲ و شماره شبا ۵۵۱۹۹۴۴۷۴۳۸۶۷۴۰۲IR واحد امور مالی دهیاری لیا با شناسه ملی ۱۴۰۰۲۷۷۲۶۳۰ نزد پست بانک واریز و یا ضمانت نامه معتبر بانکی ارائه گردد. (چک شخصی ، چک شرکت و یا مواردی به غیر از فیش واریزی و یا ضمانت نامه بانکی مورد قبول نمی باشد)

۷- جهت تهیه اسناد مناقصه می بایست مبلغ ۴,۰۰۰,۰۰۰ ریال به حساب ۵۵۱۹۹۴۴۷۴۳۸۶۷۴۰۲ به نام دهیاری شهرستانک واریز گردد.

۸- پرداخت صورت وضعیتها و مطالبات پیمانکار منتخب بر اساس توان و موجودی ریالی دهیاری و با تشخیص کارفرما قابل پرداخت می‌باشد.

۹- دهیاری در رد یا قبول یک یا تمام پیشنهادات مختار می باشد.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۵/۰۹

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۵/۰۲

مظاهر قببری (دهیار لیا)

رضا منهنجی – دهیار شهر ستانک

اخبار

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان:

شبکه فاضلاب شهر قم توسعه می‌یابد



قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان از توسعه شبکه فاضلاب در شهر قم بر اساس اولویت‌بندی قم، به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان خبر مهندس حسن بختیاری از توسعه شبکه فاضلاب در قم خبر داد و گفت: اولویت توسعه شبکه فاضلاب بر اساس مشکلات زیست‌محیطی ناشی از راهسازی فاضلاب در معابر و انهار و مناطق با تراکم ساختمانی بالا است.

وی در همین راستا از اجرای شبکه فاضلاب در خیابان مهدیه قم و فرعی آن به طول ۵ کیلومتر خبر داد و خاطر نشان کرد: این پروژه

با اعتباری بالغ بر ۲۰۰ میلیارد ریال از ابتدای سال جاری شروع شده و همچنان ادامه دارد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم با بیان اینکه تاکنون یک هزار متر از خط اصلی این مسیر با لوله‌های به قطر ۵۰۰ و ۶۰۰ میلی‌متر در عمق ۶ و ۹ متر در خیابان‌های توایبر و امام خمینی(ره) اجرا شده است، اظهار کرد: در تلاش هستیم تا شهریورماه این پروژه به طول کامل اجرا شده و آماده بهره‌برداری شود. وی با تأکید بر اینکه خطوط اجرا شده در خیابان‌های توایبر و امام خمینی(ره) برای تحت پوشش قرار دادن بخش عمده محدوده خیابان مدرس در نظر گرفته شده است، یادآور شد: در صورت تأمین اعتبار و مشارکت اهالی شبکه‌های فرعی اطراف این خطوط نیز قابل اجرا است.

مدیرعامل آبفای هرمزگان خبر داد:

اجرای عملیات اصلاح و توسعه بیش از ۵ کیلومتر از شبکه توزیع و انتقال روستاهای پارسیان

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از اصلاح و توسعه بیش از ۵ کیلومتر شبکه توزیع و خط انتقال با هدف تأمین نیاز آبی روستاهای شهرستان پارسیان خبر داد.

عبدالحمید حمزه پور افزود: با اجرای پروژه اصلاح و بازسازی شبکه توزیع آب، ۸ روستا با جمعیتی بالغ بر ۶ هزار نفر از بهبود وضعیت تأمین آب شرب ناشی از این عملیات بهره مند شدند.

به گفته وی، از ابتدای اسسال عملیات اصلاح و توسعه شبکه در روستاهای مجتمع ساحلی غوزره، زیارت، بوچیر، تمبو جنوبی، سنلو، کنارلان و بستلو انجام شده که باعث بهبود وضعیت آبرسانی و افزایش فشار آب شده است. مدیرعامل آبفا ضمن قدرانی از خیرین آبرسان تصریح کرد: عملیات احداث خط انتقال آب بوچیر با مشارکت خیر انجام شده است. گفتنی است، نیاز آبی شهرستان پارسیان در حال حاضر از منابع زیرزمینی و خط انتقال محرم تأمین می شود و آبفا در تلاش است تا مردم با کمترین دغدغه تابستان را پشت سر بگذراند.

مدیر عامل آبفای استان اصفهان:

پویش «شهروند مروج» برای نخستین بار توسط آبفای استان اصفهان برگزار می شود

اصفهان – لیلیاقاسمی: مدیر عامل آبفای استان اصفهان گفت: پویش شهروند مروج به منظور افزایش مشارکت مردم در مدیریت مصرف پهنینه آب برای نخستین بار توسط آبفای استان و با شعار «من حامی آب هستم» اجرا می شود. حسین اکبریان اظهار داشت:با توجه به افزایش بی‌سابقه‌های هوا تبع آن افزایش مصرف آب،همراهی مردم در زمینه مدیریت مصرف پهنینه آب،بیش از هر زمان دیگر احساس می شود. وی تصریح کرد: در چنین شرایطی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در کنسراس اقدامات فنی و بهره برداری جهت توزیع عادلانه آب، برنامه‌های فرهنگی و ترویجی متنوعی در ایمن ایام در سطح شهرها و روستاها اجرا می کند. مدیر عامل آبفای استان اصفهان افزود: پویش شهروند مروج به منظور افزایش مشارکت مردم در مدیریت مصرف پهنینه آب برای نخستین بار توسط آبفای استان و با شعار «من حامی آب هستم» اجرا می شود. وی گفت در این پویش هم استانی‌های گرمی در صورت مشاهده هر گونه مصرف بی رویه آب مستندات مربوطه را در قالب عکس و فیلم کوتاه در پیام رسان به شماره ۰۹۲۳۲۷۱۰۶۱۵ ارسال کنند.

با همکاری موزه نفت مسجدسلیمان و پایگاه منظر فرهنگی و صنعتی مسجدسلیمان انجام شد:

نصب تابلو های معرفی آثار برجسته میراث صنعتی مسجدسلیمان

اهواز – شبنم قجاوند: مسئول موزه نفت مسجدسلیمان از نصب تابلوهای معرفی آثار برجسته صنعتی شهر مسجدسلیمان در بخش های مختلف موزه نفت خبر داد. فرید کاوش با بیان خبر بالا افزوداین اقدام در راستای معرفی طرح شهر موزه صنعتی مسجدسلیمان توسط پایگاه منظر فرهنگی و صنعتی و با مشارکت موزه نفت انجام شد.

وی ادامه داد طی این اقدام تابلوهای استاندارد معرفی آثار برای جاذبه های میراث صنعتی ثبت شده در فهرست آثار ملی کشورمان شامل چاه شماره یک، موزه کارخانه تقطیر، نیروگاه برق تسمی و چشمه های نفتی سی برنج نصب گردید و تابلو موزه نفت نیز در حال آماده سازی می باشد. وی افزود: این کار بخشی از طرح مشترک فرهنگی و پایگاه منظر است که با نصب تابلوهای راهنمای بین شهری، درون شهری و تابلوهای معرفی در مکان طبق استاندارد میراث فرهنگی و به دو زبان فارسی و انگلیسی اجرا می شود. وی در پایان از همکاری و تعامل ایوب سلطانی مدیر پایگاه منظر فرهنگی و صنعتی مسجدسلیمان و همکارانش با موزه نفت مسجدسلیمان قدردانی نمود.

مدیرکل انتقال خون استان قم :

پویش نذر خون حسینی تا پایان ماه صفر در قم ادامه دارد

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل انتقال خون استان قم با اشاره به اجرای پویش نذر خون به مناسبت محرم و صفر با شعار « اهدای خون، فرهنگ حسینی، نذر عاشقان» در قم گفت: این پویش تا آخر ماه صفر ادامه خواهد داشت.

مهدی پهلوانی روز شنبه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا بیان داشت: از ابتدای ماه محرم این پویش آغاز شده و تا آخر ماه صفر ادامه دارد و اهدای خون در این ۲ ماه از ساعت هفت تا ۱۲ و ۲ پایگاه وقع در خیابان ۱۵ خرداد و میدان روح الله امکان پذیر است. به گفته وی در روزهای یکشنبه و سه شنبه اهدای خون تا ساعت ۱۷:۳۰ انجام می شود. وی ادامه داد: در روزهای تاسعا و عاشورا نیز مرکز انتقال خون روح الله با حضور کارکنان فعال هستند و از ساعت های اولیه صبح تا ساعت ۱۷ پذیرای مردم هستیم. وی گفت: این پویش ایجاد شد تا حجم زیادی از مراجعه کننده صرفا در تاسعا و عاشورا به مراکز خون گیری وارد نشوند چرا که مردم علاقه مند به اهدای خون در این ۲ روز زیاد هستند. پهلوانی با بیان اینکه امکان اهدای خون برای بانوان در مرکز روح الله امکان پذیر است، اظهار داشت: نیمی از جمعیت استان را بانوان تشکیل می دهند و باید مشارکت آنان در اهدای خون یالاتر باشد.

وی گفت: ماه محرم و ایام عزاداری سیدالشهدا(ع) یکی از بزرگترین فرصت ها برای تبیین و ترویج کارهای فرهنگی در جامعه است و اهدای خون به عنوان یک کار نیکار بخش می تواند در این ایام مورد توجه بیشتر جامعه قرار بگیرد.

برگزاری اولین دوره آموزشی مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان در استان گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل راه و شهرسازی گلستان گفت: دوره آموزشی الزامات مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان و مباحث انرژی در ساختمان در راستای ارتقای دانش فنی صاحبان حرفه در بخش ساختمان و در اجرای قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی در گلستان برگزار شدبه گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی گلستان، مهندس مهدی ملک، مدیرکل راه و شهرسازی گلستان اظهار کرد: پیرو دستورالعمل وزارت راه و شهرسازی مبنی بر الزام برگزاری دوره های مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان، برنامه ریزی های لازم برای برگزاری کلاس ها برای رشته های عمران، معماری، برق و مکانیک در کمیته آموزش سازمان نظام مهندسی ساختمان استان صورت گرفته است.وی افزود: دوره آموزشی الزامات مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان و مباحث انرژی در ساختمان در راستای ارتقای دانش فنی صاحبان حرفه در بخش ساختمان و در اجرای قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی و همچنین تصویب نامه هیئت وزیران با موضوع ضوابط صرفه جویی انرژی در ساختمان در گلستان برگزار شد.مهندس ملک ادامه داد: با توجه به دستورالعمل وزارت راه و شهورسازی و ضوابط صرفه جویی انرژی در ساختمان ها و ضرورت رعایت کامل مفاد مبحث ۱۹ قانون مقررات ملی ساختمان، در ساختمان های جدیدالاحداث و لزوم آشنایی مهندسان با ضوابط فنی مبحث مذکور، دوره های آموزشی ایلاخی از ابتدای مردادماه ۱۴۰۲ به عنوان یکی از دوره های آموزشی ارتقا پایه برپناه اشتغال به کار در هر یک از رشته های فوق الذکر برگزار می گردد.رئیس شورای هماهنگی امور راه و شهرسازی گلستان همچنین گفت: اولین دوره این کلاس ها برای مهندسان رشته بر گزار شد و برای سایر رشته های عمران و مکانیک نیز برگزار خواهد شد.وی افزود: همچنین از ابتدای مهرماه ۱۴۰۲ تمدید پروانه در هر یک از رشته های فوق الذکر الزامی بوده و با برنامه ریزی های صورت گرفته این دوره ها به صورت متناوب در طول سال در شهرهای گرگان و گنبد کاووس برگزار خواهد شد.

زمینه تحول برای استفاده از اقتصاد دریا و گردشگری ساحلی در بندر ترکمن فراهم است

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: استاندار گلستان با اشاره به ظرفیت های استان اظهار کرد: زمینه تحول برای استفاده از اقتصاد دریا و گردشگری ساحلی در بندر ترکمن فراهم است.به گزارش پایگاه اطلاع رسانی استانداری گلستان دکتر علی محمد زنگنه امروز جمعه ۳۰ تیر در آیین نماز سیاسی عبادی جمعه شهرستان ترکمن در مصالاح لای سنت این شهرستان با حضور مهندس ایری نماینده مردم غرب استان، حاج فریاد محمد آخوند اونیق، حاج عبدالرحمن آخوند کر و مردم ولایتمدار و نمازگزار تصریح کرد: بندر ترکمن تنها شهرستانی بود که به جز گرگان مقصد حضور رئیس جمهور محترم در سفر دور اول بوده، ایشان به عنوان خیرنگار و حضور در جزیره آشنوراده را نیز با رعایت تمام موضوعات محیط زیستی اجرایی خواهیم کرد و تلاش داریم موزه خشکی خلیج گرگان صدمات جبران ناپذیری به استان گلستان، استان‌های همجوار و جمهوری ترکمنستان وارد خواهد آورد. استاندار گلستان ادامه داد: در کمتر از ۱۰ روز با ترک تشریفات در هیات دولت قرارگه خانم الانبیا به عنوان پیمانکار لایروبی کانال آشور تعیین شد و امروز با افتتاح نامه، در ۹۰ درصد این پروژه اجرایی شده و تلاش کردیم با ایجاد عمق ۱۶ متری ارتباط بین دریا و خلیج فراهم را فراهم کنیم و در سفر دوم رئیس جمهور به گلستان این پروژه افتتاح می‌شود.استاندار گلستان یادآور شد: با تلاش‌های صورت گرفته اسکله گردشگری در ساحل بندر ترکمن به وسعت ۲۵ هکتار از مجریان قبلی پروژه خلع بد شده و با لایروبی صورت گرفته تلاش داریم تردد قایق‌ها و اتوبوس‌های دریایی را فراهم کنیم.وی گفت: این اقدامات در راستای طرح طبیعت گردی آشوراده است و ما اجرایی این طرح با یک چنگ و دندان و قاطعیت ادامه می‌دهیم.دکتر زنگنه تأکید کرد: مدیرعامل شرکت گاز استان اصفهان، با اشاره به توسعه بازار گاز استان اصفهان، از افزایش سهم گاز در تولید برق و توسعه صنایع و خدمات شهری، به ویژه آکواریم و آجرایی کتبم و احیای اردوگاه و بوم گردی را نیز در دستور کار دایریمی با اشاره به سفر اول رئیس جمهور به استان گفت: برتکست رئیس جمهور ۲۰ پروژه قابل توجه در شهرستان بندر ترکمن با ۶۷۹ میلیارد تومان مصوبه بوده که تاکنون ۳۳۸ میلیارد تومان آن تخصیص یافته و کل اعتبار تا سال ۱۴۰۴ تخصیص می‌یابد.دکتر زنگنه گفت: از علمای عزیز اهل تسنن و تشیع، انمه محترم جمعه و جماعات، نماینده محترم مردم در منطقه در پیشبرد اهداف توسعه کمال تشکر و تقدیر را دارم.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی تأکید کرد:

لزوم ارتباط اهالی فرهنگ و هنر ایران و جمهوری آذربایجان

شدهن برخی شیطنت های رسانه ای دشمنان از جمله صهیونیست‌ها کمک کند.

بلاغی با ابراز خرسندی از راه اندازی ایرنا آذری اظهار کرد: امید است این اقدام به توسعه روابط دو کشور در همه زمینه ها از جمله فرهنگ، هنر و رسانه کمک کند. بلاغی با اشاره به پیوندهای ناگسستن فرهنگی و تاریخی دو کشور جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان، گفت: این همسایه همواره مرزهای امن و دوستی داشته اند و تحت تاثیر هیچ کشور ثالثی برادری و دوستی خود را نخواهند گسست.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی افزود: دو کشور مسلمان و شیعه همواره در طول تاریخ کنار هم بودند و این دوستی‌ها با تقویت روابط فرهنگی، هنری و اجتماعی بیش از پیش نمود پیدا خواهد کرد. بلاغی ادامه داد: آداب و رسوم مشترک نوروز، مذهب، زبان، همسایگی، مشترکات و پیوندهای دیرینه و علاقمندی مردم دو کشور نسبت به یکدیگر همچون موسیقی های عاشقانی، موغام و آذری، سنت های مشترک محرم از جمله پیوندها و هقه های دو طرفه است.



آذربایجان و ایران برای ملت‌های دیگر از جمله کشورهای همسایه مانند جمهوری آذربایجان آغای نقش اساسی داشته باشند و در عین حال به خنثی

از ایران، بر نقش رسانه ها در این خصوص باید توجه کرد، رسانه‌ها از جمله ایرنا به عنوان خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی می‌تواند در زمینه روایت

دبیر اجرائی ستاد اربعین صنعت نفت در جنوب:

شرکت های نفتی در استان خوزستان همه امکانات خود را

برای خدمات رسانی به زائران بکار می‌گیرند

اهواز – شبنم قجاوند: دبیر اجرائی ستاد اربعین صنعت نفت

در جنوب گفت: حسب تأکید وزیر محترم نفت و مدیرعامل محترم شرکت ملی نفت ایران ، شرکت های نفتی در استان خوزستان همه امکانات و ظرفیت های خود را برای خدمات رسانی مطلوب به زائران حسینی بکار خواهند گرفت.

دکتر حمید رضا گلیگلگانی مدیرعامل این شرکت به عنوان دبیر اجرائی ستاد اربعین صنعت نفت در جنوب در نشست مدیران و مسئولان شرکت های ملی مناطق نفتخیز جنوب ، نفت و گاز اروندان و ملی حفاری و فرمانده مرکز مقاومت بسیج شهید تدگوپان(وزارت نفت – جنوب) و سایر اعضا افزود: این شرکت ها هم مانند سال های گذشته با همکاری ستاد اربعین استان ، خدمات خود را در پایانه های مرزی شلمچه و جزابه متمرکز می کنند.

وی با اشاره به اینکه این دومین نشست پس از جلسه اخیر در شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب است که به میزبانی شرکت ملی حفاری ایران برگزار می شود، اظهار کرد این خدمات از زمان عزیمت زائران به کربلای معلی تا بازگشت آخرین زائر به کشور استمرار خواهد داشت.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان اعلام کرد:

حذف ۷۵ نقطه پر تصادف راههای آذربایجان شرقی

دور اول سفر رئیس جمهور به استان با اعتبار ۲۵۰ میلیارد تومان در حال اجرا است. وی اظهار کرد: عملیات اجرایی تعریض باند شمالی بزرگراه شهید کسایی از مبدأ بل دیزل آباد تا بل شهید باغبان به طول ۱۶ کیلومتر و عرض ۶ متر با هدف سه خطه کردن این باند و کاهش بار ترافیکی این مسیر اجرا می شود. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان آذربایجان شرقی با بیان اینکه اجرای این طرح با سرعت در حال انجام است، افزود: هم اکنون عملیات خاکی اجرای طرح تعریض این بزرگراه به ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی رسیده است. در ادامه مدیر شرکت ساخت و توسعه زیربناهای حمل و نقل، راه آهن ایستادن آباد – خاوران را نقطهطفی از نظر طراحی و اجرا در بومی سازی و استفاده از تولیدات داخلی در احداث شبکه ریلی دانست و گفت: برای اولین بار تمامی ادوات زیرسازی و روسازی استفاده شده تا این مسیر تولید داخل است که موجب کاهش ۶۰ درصد از هزینه ها شده است. در ادامه مدیرکل آزمایش فنی و مکانیک خاک استان با نقش آفرینی تاثیرگذار شرکت آزمایشگاه فنی و مکانیک خاک در ارتقاء کیفی عملیات احداث پروژه راه آهن ایستادن آباد – تبریز و ارائه خدمت بیش از ۱۵۲ هزار

آذربایجان شسرقی – فلاح: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان آذربایجان شرقی گفت: بیش از ۲۰ هزار میلیارد ریال به طرح های حوزه راهداری و حمل و نقل جاده ای در سفر اخیر رئیس جمهور و هیات دولت به استان آذربایجان شرقی اختصاص یافت.

اولجلی علیزاده در جلسه مدیران شورای هماهنگی امور راه و شهرسازی استان آذربایجان شرقی با اعلام این خبر افزود: این میزان اعتبار به پروژه های اجرای آسفالت، حذف ۷۵ نقطه پر تصادف راههای استان، خط کشی و ارتقای ایمنی جاده ها، تکمیل پل‌های در دست احداث شهرستان‌های اهر، مرغه، آذرشهر، مرند، میانه، گرنده المچی کلپبر و ورودی کلپبر، تعمیرات پل‌های بزرگ سطح استان، تکمیل پل شهرک سرمایه گذاری خارجی، تکمیل پل خروزی سروده، تکمیل آژداره تبریز – زنجان، تکمیل شش خطه نمودن آژداره شهید کسایی تبریز، تکمیل راه اصلی مرزی جلفا – خداآفرین، مرند، جلفا، مرند – ابولواغلی، محور میانه – ترک و بهسازی راه های روستایی اختصاص یافته است.

علیرزاده طرح مشارکتی تعریض بزرگراه شهید کسایی تبریز از مصوبات



رشت – خبرنگار فرصت امروز: سد لاستیکی فخر آباد گیلان که در سال ۱۳۹۱ کلید خورده و جزو پروژه های نیمه تمام معطل مانده بود با اهتمام دولت سیزدهم و با پیشرفت فیزیکی ۹۸ درصد در آستانه بهره برداری است. ساخت سدهای لاستیکی فناوری به نسبت جدیدی است که برای مهار آب های سطحی به کار گرفته می شود.سابقه استفاده از سدهای لاستیکی در دنیا به حدود شصت سال اخیر می‌رسد. تخمین زده می شود در حال حاضر بیش از چهار هزار سد لاستیکی در مناطق مختلف دنیا ساخته شده است.

این سدها از یک تیوپ بزرگ و حجیم تشکیل شده اند و بر روی یک بستر بتنی نصب و بوسیله هوا پر می شوند و اتصال بنده پلاستیکی به بستر بتنی با استفاده از مهارهای فولادی صورت می‌پذیرد و از مولفه های کاربردی مهم سدهای لاستیکی کنترل سساده آن جهت تنظیم فشار درون تیوپ،

اجرای فرمان تخلیه و یا پر کردن تیوپ است.سهولت اجرا طراحی سریع، سهولت نصب و بهره برداری، هزینه اندک اجرای طرح و مدت زمان کوتاه اجرا از ویژگی های مهم سدهای لاستیکی است و با توجه به انعطاف پذیری قابل توجه در مقابل عوامل خارجی، امکان تغییر شکل و سبکی سدهای لاستیکی می توانند جایگزین مناسبی برای سازه های ای جهت کنترل سیلاب در استان های شمالی کشور محسوب شوند.

شرکت آب منطقه ای گیلان نیز با توجه به نیاز مبرم به کنترل آب های سطحی به عنوان یک برنامه کوتاه مدت تا پایان احداث سازه های بزرگ منابع آب (سدهای بزرگ) اقدام به ساخت ۱۱ سد لاستیکی در شهرستان های استان کرده است. سد لاستیکی فخر آباد یکی از این سدهای لاستیکی است؛ این سد بر روی رودخانه لوشمک قرار دارد که این رودخانه پس از طی مسافت حدود ۴۰ کیلومتر و با عبور از شهرهای کوچصفهان لشت نشا روستای فخر آباد و زیباکنار به دریای خزر می ریزد.

مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گیلان درباره آخرین وضعیت این سد لاستیکی گفت: سد لاستیکی فخر آباد با طول تاج بیش از ۴۰ متر، ارتفاع لاستیک سه متر و نیم و حجم مخزن ذخیره آب ۴۵۰ هزار مترمکعب و

مدیرعامل آب و فاضلاب آذربایجان شرقی:

۳۷ روستای اهر از نعمت آب شرب بهره مند شدند

آذربایجان شرقی – فلاح: مدیرعامل آب و فاضلاب آذربایجان شرقی از پیشرفت ۹۹ درصدی مجتمع آبرسانی یخفرزون شهرستان اهر خبر داد و گفت: با بهره برداری از طرح یاد شده ۳۷ روستای این شهرستان از آب شرب بهداشتی بهره مند می شوند.

محمد خانی اظهار کرد: این مجتمع شامل ۵۸ باب مخزن با حجم ۱۱ هزار و ۷۰۰ مترمکعب، ۲۰ باب دستگاه پمپاژ با ظرفیت ۲۷ لیتر بر ثانیه، ۱۱۴ کیلومتر خط انتقال و ۵۸ کیلومتر شبکه توزیع آب است و برای آن ۲۶۰ میلیارد ریال هزینه شده است.

وی خاطر نشان کرد: با افتتاح این مجتمع آبرسانی ۳۷ روستا با ۲ هزار و ۸۸ خانوار شامل قریب هفت هزار و ۲۴ نفر در این روستاها از آب سالم آشنامندی بهره مند می شوند.

وی افزود: همچنین از محل منابع آبی مجتمع یخفرزون و با اجرای هشت



اصفهان – فایزه مرادیان: مدیرعامل شرکت گاز استان اصفهان از پیشرفت پروژه گازرسانی به واحدهای تولیدی، صنعتی، دامپروری و مرغاری های شهرستان تیران و کرون در محور تیران – سامان خبر داد. ابوالقاسم عسکری مدیرعامل این شرکت، با تأکید بر لزوم حمایت از

صنایع داخلی و توجه به تولید و برنامه های حمایتی دولت سیزدهم، از پیشرفت عملیات گازرسانی به واحدهای تولیدی، صنعتی، دامپروری و مرغاری های شرق شهرستان تیران و کرون در محور تیران –سامان خبر داد. وی، با بیان این مطلب که یکی از مأموریت های اصلی این شرکت گازرسانی آیین و پایدار است، افزود: در این منطقه، ۱۹ کیلومتر شبکه پلی اتیلن و ۲۰ کیلومتر شبکه فولادی اجرا و یک ایستگاه ۳۰ هزار مترمکعبی ICGS، TBS و ۲ ایستگاه TBS ۱۰ و ۲۰هزار متر مکعبی درحال احداث می باشد.

عسکری گفت: با اجرای این پروژه مشکل تأمین گاز مستمر و پایدار شهرک صنعتی رضوانشهر و روستاهای حسن آباد، بریزه، فضل آباد، آله آباد،آبپهنه و

طراحی استراتژی محتوا؛ راهنمایی ساده برای بازاریاب‌ها



نویسنده: علی آل علی

بازاریابی بدون در نظر گرفتن نقش محتوا مثل آن است که از یک رهبر ار کستر انتظار داشته باشیم بدون حتی یک نوازنده ترکیبی حیرتانگیز از قطعات موسیقی را روی صحنه ببرد. تمام فعالیت‌های نفسگیر و حساس بازاریابی نهایتا در محتوا خلاصه می‌شود. حالا اگر محتوای موردنظر کیفیت بالایی داشته باشد، نتیجه نهایی کار حسابی حیرتانگیز از آب درمی‌آید. وگرنه شما باید دوباره دوت به تولید محتوا زده و امیدوار باشید این دفعه با واکنش بهتر مخاطب رو به رو شوید.

شاید شما هم تا حالا با تعجب به کمپین‌های موفق برندهای بزرگ نگاه کرده باشید. موفقیت‌های بی در پی چنین برندهایی بیشتر از اینکه به بخت و اقبال ربط داشته باشند، حاصل برنامه‌ریزی دقیق است. قبول دارم برندهای بزرگ به خاطر منابع مالی گسترده‌ای که دارند، به راحتی آب خوردن از خجالت برندهای کوچک درمی‌آیند، اما استراتژی محتوا هم در این میان بی‌تاثیر نیست.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه طرفدار کار با برنامه بوده‌ایم. اگر برنامه‌ریزی را از دنیای کسب و کار کنار بگذاریم، آن وقت دیگر هیچ شناسی برای موفقیت باقی نمی‌ماند؛ درست مثل تیم فوتبالی که برای رقابت با غول‌های دنیا حتی یک دقیقه هم تمرین و برنامه‌ریزی نکرده است! طراحی استراتژی محتوا به بازاریاب‌ها این شناس را می‌دهد تا در فضای پر از کلیشه‌های تکراری دل مخاطب را به دست بیاورند. احتمالا شما هم کمپین‌هایی را دیده‌اید که اصلا معلوم نیست چرا طراحی شده‌اند. خوب این مدل از کمپین ها کاملا با مفهوم استراتژی محتوا بیگانه هستند. اگر دوست دارید کارتان در دنیای بازاریابی با شکست‌های کمتری همراه شود، در این مقاله با ما همراه باشید. ما در ادامه به شما پیدای می‌دهیم چطور صفر تا صد استراتژی محتوا را برنامه‌ریزی کرده و دستی به سر و گوش استراتژی محتوای‌تان بکشید.

اجزای اصلی استراتژی محتوا

وقتی درباره استراتژی محتوا حرف می‌زنیم، تقریبا هر کسی یک تعریف مشخص از آن دارد. همانطور که در فوتبال استراتژی به برنامه کلی یک تیم برای رقابت با دیگران اشاره دارد، اینجا هم استراتژی بازاریابی به تمام برنامه‌های یک کسب و کار برای تولید محتوا و مارکتینگ اشاره می‌کند. یادتان باشد، محتوا فقط شامل فرمت متن نمی‌شود، شاید چندین دهه قبل که خبری از اینترنت نبود، متن یکه‌تاز عرصه بازاریابی بود، اما حالا شرایط به طور کامل فرق کرده است.

ما در این بخش سه تا از مهمترین اجزای استراتژی محتوا را به اتفاق شما مرور خواهیم کرد. این کار به شما ذهنیت درستی درباره استراتژی محتوا خواهد داد. بعد هم سراغ اصل ماجرا رفته و تکنیک‌هایی برای طراحی درست و

حسابی استراتژی محتوا را به اتفاق شما مرور خواهیم کرد. پس با ما همراه باشید تا قدم به قدم در این ماجراجویی جلو برویم.

تمرکز بر روی برند

استراتژی محتوا فقط مربوط به ترندهای داغ و پرطرفدار در بازار نیست. خیلی از برندها فکر می‌کنند همینکه روی ترندهای جذاب تمرکز کنند، دیگر مو لای درز کارشان نخواهد رفت. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، بد نیست نگاهی به سرنوشت انبوهی از برندهای شکست خورده بیندازید. باور کنید یا نه، خیلی از استارت‌آپ‌ها حتی سال اول شکل‌گیری‌شان را هم به چشم نمی‌بینند. بنابراین اصلا نباید رقابت در بازار را شوخی گرفت.

آنچه یک کسب و کار را از رقبا متمایز می‌کند، ارزش‌ها و تعهداتی است که در بازار مطرح کرده است. مثلا تسلا را در نظر بگیرید؛ این برند با شعار معرفی نسل جدید خودروها و ساده‌سازی حمل و نقل راهی بازار شد. بی‌شک این شعار، خلافتانه تفاوت محسوسی با برندهای قدیمی‌تر مثل بنز یا آئودی دارد. درست به همین خاطر طرفدارهای تسلا در سراسر دنیا حسلی به این برند نسبتا تازه وارد حساس هستند

استراتژی محتوا باید طوری طراحی شود که تمام کمپین‌های برند هویت شما را بازنمایی کند. این نکته به بهترین شکل در میان برندهای صنعت فست فود و مواد غذایی به چشم می‌خورد. شما لازم نیست سال‌های سال مشتری مک دونالد باشید تا آگهی‌های تبلیغاتی این برند را روی هوا بشناسید. ترکیب المان‌های آشنا و تأکید روی ارزش‌های منحصر به فرد از جمله مواردی است که تبلیغات مک دونالد یا سایر برندها را کاملا آشنا می‌سازد.

تجربه مشتریان

حالا که بحث ارزش و هویت برند را پشت سر گذاشتیم، باید به یکی از مهمترین بخش‌های استراتژی محتوا بپردازیم. اگر از مخاطب‌های قدیمی ما در روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب می‌دانیم ما همیشه مشتریان را داور نهایی در دنیای کسب و کار می‌دانیم. فرقی ندارد نتیجه کار شما یک کمپین بازاریابی باشد یا محصولی خاص، در هر صورت این مشتریان هستند که باید نتیجه کار را اعلام کنند. توجه به تجربه مشتریان در ارتباط با برند نکته‌ای است که شما باید همیشه مدنظر داشته باشید. خوب اگر مشتریان از کار شما راضی نباشند، دیگر تلاش‌تان معنایی نخواهد داشت. آن هم در دوره و زمانه‌ای که توسعه شبکه‌های اجتماعی اوضاع را حساسی به هم ریخته است. کافی است یک اشتباه کوچک از برندی سرس بزند تا چند دقیقه بعد شبکه‌های اجتماعی پر از محتوایی درباره این اشتباه شود. شما را نمی‌دانم، ولی من که خیلی بعید می‌دانم برندی از این حمله سهمگین جان سالم به در بررد!

یادتان باشد، تجربه مشتریان از برند امری ثابت نیست.

نه تنها برندها در طول زمان تغییر می‌کنند، بلکه سلیقه مشتریان نیز دستخوش هزاران تغییر می‌شود. احتمالا شما هم کلی مطالب مختلف درباره تغییر سبک زندگی و رفتار مشتریان در بازار به گوش‌تان خورده است. خوب اگر فکر کرده‌اید چنین تغییراتی فقط برای دیگران روی می‌دهد، حسابی اشتباه کرده‌اید؛ چراکه تغییر در سلیقه مشتریان امری نیست که به این سادگی از کنارش عبور کنیم. بنابراین باید خودتان را برای این نکته کلیدی آماده نگه دارید.

مشارکت در تولید محتوا

استراتژی محتوا نه تنها بسر روی محصول نهایی (همان محتوا) تمرکز دارد، بلکه باید تکلیف افراد درگیر در فرآیند تولید محتوا را نیز مشخص کند. کارآفرینان به طور سنتی فکر می‌کنند تولید محتوا وظیفه مطلق تیم مارکتینگ است. اگر شما هم چنین عقیده‌ای دارید، احتمالا خیلی وقت است از خرجه تحولات دنیای کسب و کار دور بوده‌اید؛ چراکه این روزها کمتر کسی فقط از تیم بازاریابی انتظار تولید محتوا دارد.

این روزها تفکیک قابل ملاحظه‌ای میان بازاریابی، فروش و روابط عمومی وجود ندارد. با افزایش اهمیت تیم‌های خدمات مشتریان در طول سال‌های اخیر عملا ما چهار ضلع در بازی تولید محتوا داریم. اینکه مسئولیت تمام کارها فقط برعهده تیم بازاریابی باشد، نهایتا اوضاع را حساسی به هم خواهد ریخت. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز آخرین بخش از اجزای استراتژی محتوا را مربوط به تعیین و تکلیف درباره مشارکت‌کنندگان در فرآیند تولید محتوا می‌دانیم.

کارآفرینان باهوش معمولا از تمام ظرفیت بردشان برای اثرگذاری بر روی مشتریان استفاده می‌کنند. در این میان نقش مشتریان را نیز باید مدنظر داشته باشیم. اشتباه نکنید، بنابراین شما یک یار کمکی در مسیر تولید محتوا دارید. حالا اگر هیچ توجهی به این یار وفادار نداشته باشید، کم طوری از بازار محو می‌شوید که خودتان هم باور نکنید! ما اصلا شوخی مان نگرفته‌است. هرچه باشد مشتریان درباره برندهای مورد علاقه‌شان دست به تولید محتوا می‌زنند. بنابراین شما یک یار کمکی در مسیر تولید محتوا دارید. حالا اگر هیچ توجهی به این یار وفادار نداشته باشید، کم طوری از بازار محو می‌شوید که خودتان هم باور نکنید!

تیم بازاریابی

- تیم فروش
- تیم روابط عمومی
- تیم خدمات مشتریان
- خود مشتریان

مورد آخر معمولا مورد بی‌توجهی کارآفرینان قرار می‌گیرد. انگار که مشتریان اصلا بازیگر مهمی در فرآیند تولید محتوا نیستند و فقط باید مصرف‌کننده صرف کمپین‌ها باشند. خوب در دنیایی که همه چیز دستخوش تغییر شده، تولید محتوا نیز به شیوه تازه‌ای انجام می‌شود. پس بد نیست کمی به فکر مشتریان باشید و برای آنها سهمی در فرآیند تولید محتوا قائل شوید. اینطوری فرآیند تولید محتوا از سوی خودتان هم راحت‌تر دنبال خواهد شد.

طراحی استراتژی محتوا؛ چطور و چگونه

شما الان اطلاعات نسبتا جامعی درباره اجزای استراتژی محتوا دارید. با این حال هنوز اصل ماجرا باقی مانده است. روی دیگر سکه استراتژی محتوا مربوط به طراحی این مفهوم است. خوب انتظار ندارید که استراتژی دلخواه شما همینطور بی‌مقدمه از آسمان پایین بیفتد؟

ما در این بخش گام‌های اساسی برای طراحی استراتژی محتوا را به اتفاق شما مرور خواهیم کرد. این امر به شما برای آشنایی کامل و نهایی با استراتژی محتوا کمک می‌کند. پس با ما همراه باشید تا بدل به یک با کارشناس در این رابطه شوید.

تعیین اهداف دقیق؛ شروع یی عیب‌محرا

شما چرا قصد تولید محتوا دارید؟ این سوالی است که کمتر بازاریابی در ابتدای فرآیند تولید محتوا از خودش می‌پرسد. انگار تکرار عملی خاص از سوی دیگران مجوز کافی برای ملحق شدن ما به آن فرآیند است. چنین کاری مثل آن است که یک ورزشکار آماتور که برای سلامتی پیاده‌روی می‌کند، مثل یک دونده المپیک تمرین کرده و رژیم سفت و سختی بگیرد؛ آن هم بدون اینکه پای شرکت در مسابقات بزرگ در میان باشد!

وقتی از تعیین اهداف حرف می‌زنیم، باید دو محور اهداف بلندمدت و کوتاهمدت را مدنظر داشته باشیم. معمولا کارآفرینان در دام یکی از اهداف بالا می‌افتند. به طوری

که فقط به افق‌های دور‌دست یا حال حاضر نگاه می‌کنند. شما به عنوان یک کارآفرین و بازاریاب باهوش باید هر دو چشم‌انداز مورد بحث را در کنار هم قرار دهید. اینطوری کارتان بی‌نهایت ساده‌تر شده و دیگر مشکلی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان نخواهید داشت.

بد نیست قبل از اینکه دست به کار شوید، چند تا سوال کلیدی از خودتان بپرسید. آدم‌ها معمولا وقتی با سوالات اساسی رو به رو می‌شوند، جواب‌های بهتری ارائه خواهند داد. پس کمی درباره این سوالات فکر کنید:

• آیا شما به دنبال فروش محصولات در سریع‌ترین زمان ممکن هستید؟ در این صورت انتظارتان از استراتژی محتوا چیست؟

• جلب نظر مخاطب هدف و درگیر ساختن او در قالب

مشارکتی بلندمدت چه جایی در برنامه‌های شما دارد؟

• چه نوع واکنشی از سوی مخاطب برای شمارضایت‌بخش است؟

سوالات بالا شاید کمی عجیب به نظر برسند، اما اگر کمی به آنها دقت کنید خیلی از سوالات‌تان جواب‌های دقیقی پیدا خواهد کرد. پس تعارف را کنار گذاشته و هرچه سریع‌تر به این سوالات جواب صادقانه دهید.

معمولا در کمپین‌های بازاریابی بر روی شناخت مخاطب هدف تأکید زیادی می‌شود. خوب هر کاری برای یک مخاطب ویژه صورت می‌گیرد. حالا اگر شما مخاطب‌تان را گم کرده یا اشتباه بگیرید، سرنوشت بازاریابی‌تان به کلی عوض خواهد شد.

باور کنید یا نه، خیلی از کمپین‌های بازاریابی بدون انتخاب مخاطب هدف طراحی و روانه بازار می‌شود. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید شکست چنین کمپین‌هایی اصلا جای تعجب ندارد. خوب وقتی پای مهمترین عامل که مخاطب هدف باشد از فرآیند تولید محتوا حذف شود، نتیجه کار نگفته مشخص است!

ماموریت شما در این بخش کمی بیشتر از شناخت صرف مخاطب هدف است. شما باید علاوه بر شناخت سلیقه و منطق رفتار مشتریان در بازار کمی هم به فکر درک آنها باشید. اصلا بر فرض که شما کلیدی‌ترین اطلاعات دنیا درباره مشتریان را به دست آورید، بدون درک نیازها و خواسته مشتریان این اطلاعات هیچ فایده‌ای برای‌تان نخواهد داشت.

خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها بدون اینکه متوجه باشند، سلیقه و نیازهای مشتریان را پشت گوش می‌اندازند. شما برای تجربهای درست در بازار باید همیشه شناخت مخاطب را با درک او ترکیب کنید. برای این کار کافی است چند دقیقه هم که نشده خودتان را جای مشتریان قرار دهید. به علاوه، نظرسنجی‌های منظم از مشتریان نیز در درک بهتر آنها نقش خواهد داشت.

ارزیابی محتوای فعلی؛ به وقت انتقاد!

استراتژی محتوا گامی به سوی بهبود کیفیت کمپین‌های بازاریابی است. شما برای این کار قبل از هر کاری باید نیم نگاهی به محتوای سابق‌تان داشته باشید. خوب حتما یک ایرادی در کارتان بوده که شما را به فکر طراحی دوباره استراتژی محتوا انداخته است. اگر هم تا حالا استراتژی محتوا نداشته‌اید، در لبه پرته‌گاه قرار دارید.

مسا در روزنامه فرصت امروز بهترین روش برای طراحی درست و اصولی استراتژی محتوا را نگاه انتقادی به گذشته می‌دانیم. آدم‌ها معمولا خیلی راحت از کار دیگران انتقاد کرده و آن را زیر سوال می‌برند. با این حال وقتی پای خودشان وسط باشد، دیگر اوضاع به سادگی قبل نخواهد بسود. دلیل این امر هم کاملا روشن است؛ چراکه مردم معمولا میانه خوبی با انتقاد از خودشان ندارند؛ چراکه این کار را نوعی اعتراف به شکست تلقی می‌کنند. قبول دارم درخواست ما در این بخش خیلی ساده نیست اما برای موفقیت در بازار باید کمی سختی را تحمل کنید.

ماموریت شما در این بخش انتقاد از شیوه تولید محتوای برنداتان در گذشته است. یادتان باشد، انتقادات شما باید کاملا دقیق و همسراه با توضیحات جانبی باشند. پس دور انتقادات سلیقه‌ای را همین حالا خط بکشید.

اگر نظر ما را بخواهید، درخواست از همکاران یا اعضای

سایر بخش‌های شرکت برای انتقاد از محتوای بازاریابی ایده چندان بدی نیست. گاهی اوقات افراد خارج از حوزه تخصصی بازاریابی نگاه متفاوتی دارند که حساسی راهگشاست. پس خودتان را به این شیوه محدود نکنید.

بازاریاب‌های باهوش معمولا شیوه تولید محتوا از سوی

خودشان را خیلی زود مورد شناسایی قرار می‌دهند. پس کمی بیشتر وقت گذاشته و منطق تولید محتوای‌تان را دربیاورید. اینطوری متوجه ذهنیت و پیش‌فرض‌های قبلی‌تان در فرآیند بازاریابی می‌شوید. این نکته برای اصلاح اشتباهات گذشته و بهبود فرآیند تولید محتوا در ادامه راهگشا خواهد بود.

استفاده از توفان ذهنی؛ پیش به سوی ایده‌های تازه
طراحی استراتژی محتوا با استفاده از ایده‌های قدیمی یا کلیشه‌ای اصلا امکان‌پذیر نیست. شما برای اثرگذاری بسر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از ایده‌های تازه و صلابته مطابق با شرایط کنونی دارید. به همین خاطر توفان ذهنی گزینه اصلی ما برای شماست.

توفان ذهنی تکنیکی رایج برای یافتن ایده‌های دست اول محسوب می‌شود. ماجرا از این قرار است که شما برای چند دقیقه هرچه در سرتان می‌گذرد، روی کاغذ پیاده می‌کنید. آن وقت مثل یک کارآگاه سختگیر یک گوشه نشسته و این ایده‌های به هم ریخته را واکاوی خواهید کرد. بی‌شک بخش قابل ملاحظه‌ای از ایده‌های مربوط به این بخش اصلا به درد شما نمی‌خورد. با این حال معدود ایده‌های جذاب سرنوشت بازاریابی‌تان را حسابی تغییر خواهد داد. پس همیشه نیم نگاهی به این ایده‌ها و امکان تغییر استراتژی تولید محتوا داشته باشید.

توفان ذهنی لازم نیست همیشه از سوی شما به عنوان مدیر یا مسئول بخش بازاریابی انجام شود. اگر یادتان باشد، در بخش مقدمه از چهار تیم اصلی در شرکت برای مشارکت در فرآیند تولید محتوا نام بردیم. شما اینجا می‌توانید علاوه بر آن چهار تیم، از هر کسی که عضوی از شرکت است نیز استفاده کنید. خوب فقط بازاریاب‌های حرفه‌ای که ایده‌های جذاب درباره تولید محتوا ندارند!

تبدیل استراتژی محتوا به قیف بازاریابی؛ آخرین مرحله کار

شما الان اطلاعات زیادی درباره شیوه تولید محتوا و ایده‌های مناسب دم دست دارید. با این حال زمانی که این اطلاعات مسترده رنگ و بوی واقعیت به خود بگیرند، هیچ کاربردی برای شما نخواهند داشت. نکته کلیدی در این میان تبدیل اطلاعات موردنظر به یک فرآیند منظم است. درست حدس زدید، منظور ما قیف بازاریابی است.

قیف بازاریابی در واقع فرآیندی است که از دل آن تولید محتوا و همچنین تعامل با مخاطب هدف بیرون می‌آید. یادتان باشد، شما قرار نیست در این میان نقش حاشیه‌ای ایفا کنید. در عوض باید تمام جزئیات نقشه را جایگذاری کرده و هرچند وقت یکبار آن را آپدیت کنید.

آدم‌ها وقتی یک برنامه دقیق و فرآیند منظم دم دست‌شان باشند، معمولا عملکرد بهتری از خودشان نشان می‌دهند. این درست همان کاری است که شما در این بخش باید به بهترین شکل ممکن انجام دهید. وگرنه تمام تلاش‌های قبلی‌تان بی‌فایده خواهد شد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و قیف بازاریابی را طراحی کنید. مهمترین نکته در طراحی قیف بازاریابی توجه به نقش هر عضو شرکت است. به علاوه، شما باید راهنمایی جامع برای تولید محتوا ارائه دهید. به طوری که دیگر جایی برای بی‌راهه رفتن باقی نماند.

سخن پایانی

استراتژی محتوا مفهومی است که تقریبا همه کارآفرینان درباره‌اش حرف می‌زنند اما کمتر کسی در عمل از آن درست استفاده می‌کند. بی‌شک خیلی از مفاهیم در دنیای کسب و کار چنین سرنوشت غم‌انگیزی دارند. البته شما دیگر لازم نیست چنین سرنوشتی را رقم بزنید؛ چراکه حالا تمام اطلاعات لازم برای طراحی استراتژی محتوای شرکت‌تان را دم دست دارید. من و همکارتم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با استراتژی محتوا و اصول طراحی آن کرده باشد. یادتان نرود رمز موفقیت شما در استفاده از تمام گام‌های مورد بحث در این مقاله است. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و با تمام توان‌تان وارد گود طراحی استراتژی محتوا شوید. مثل همیشه اگر سوالی درباره موضوع مقاله داشتید، کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز آماده پاسخگویی به شما هستند.

منابع:
https://rockcontent.com/blog/content-strategy-plan
https://neilpatel.com/blog/content-strategy-a-development-guide