

<div><div></div><div><div>Tue.9 Jan 2024</div></div></div>
۲۶ جمادی‌الثانی ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۳۹۹
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

یادداشت

بحران در سواد زیست‌محیطی
جبار رحمانی
عضو شورای مرکزی ان‌سان‌شناسی و فرهنگ

محیط زیست در ایران یک مفهوم مبهم و گاه آشفته است. گاه از آن به طبیعت جاندار حیوانی و گیاهی اشاره می‌شود و گاه به طبیعت بی‌جان مانند آب و هوا و خاک اشاره شده است، اما کثرت طرح این واژه در فضای فرهنگی و اجتماعی این روزهای ما، بیانگر تصویر و تصور خوشی از آن نیست. انگاه که محیط زیست دال بر حیات جانوری و گیاهی است، ما از انقراض، نابودی و حذف غیراخلاقی گونه‌های جانوری و گیاهی در فضای جغرافیای ایران صحت می‌کنیم. اینکه چطور در میانه عملکردهای دولت و مردم هر کدام به سهم خود زمینه‌های انقراض حیوان یا گیاهی را فراهم کرده‌اند. وقتی هم این واژه دال بر منابع طبیعی آب، هوا و خاک هستند، عموما از آلودگی هوا یا از بحران‌های آبی کشور صحت می‌شود و گاه نیز از فرورفتن خاک‌ها در برابر استانداردهای جهانی است. به همین سبب ما با مجموعه‌ای اثبوه از بحران‌ها در ایران مواجه هستیم، اما یک پرسش مهم در این روزهای پرتلاطم ایران و کلاشهر تهران مطرح شده است که چسرا مردم واکنش خاصی به بحران‌هایی مانند آلودگی هوا نشان نمی‌دهند. ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

حذف آرام و پلکانی قیمت دستوری خودرو

خودروسه‌نرخ‌ی می‌شود؟



بحران در سواد زیست‌محیطی

لیوان هم آب صرفه‌جویی کنید، مفید و موثر است، از این دسته‌اند. مسئله اصلی نه در راه‌حل‌های اینان، بلکه در فهم ناقص و محدود آنها از بحران است که عملا به اتلاف انرژی جامعه برای مواجهه با بحران و دادن آدرس غلط برای رفع بحران خواهند انجامید. شاید به تعبیری بتوان عملکردهای دولت را هم با توجه به حجم اختیارات و امکانات نهادهای دولتی و حکومتی، ذیل این دسته قرار داد. دولت با تاسیس سازمان محیط زیست، بخشی از این مسئله را در نمایی فانتزری برای خودش و دیگران به نمایش می‌گذارد، اما در نهایت سازمان محیط زیست در میان اثبوه قوانین و نهادهای مخرب محیط زیست در دولت، یک نهاد فرعی و حاشیه‌ای و گاه صرفا نمایشی باقی خواهد ماند و گاه هم بازیچه دست دیگران خواهد شد که می‌توان به ماجراهای اخیر درخصوص ماهی تیلاپیلا اشاره کرد که مخرب‌ترین تصمیم را همین نهاد محیط زیست و دولت گرفته‌اند.

دسته سوم، کنشگرانی هستند که می‌توان آنها را فعالان هوشمند و متعهد محیط زیست دانست. فعالانی که در جای‌جای ایران با تاسیس نهادهای مدنی برای حمایت و حفاظت از محیط زیست و اصلاح رفتارهای غلط مردمی تلاش می‌کنند. اینان را می‌توان پیشگامان آینده خوب برای ایران دانست. دسته چهارم کسانی هستند که علی‌رغم آگاهی از بحران‌های زیست‌محیطی، منابع محیطی را به هر نحو ممکن برای سود شخصی خودشان فدا می‌کنند. این گروه از آدم‌ها که تعدداً و آگاهانه بحران‌های زیست‌محیطی را ایجاد کرده یا دامن می‌زنند یا مانع جلوگیری از آنها می‌شوند، نه‌تنها در میانه مردم بلکه بیش از همه در نهادهای متولی و مسئول وجود دارند. اینان مصداق آن هستند که چو دزدی با چراغ آید گزیده‌برد کالا.

به نظر می‌رسد گروه سوم که تنها امید و کورسوی نجات جامعه از این بحران‌ها هستند، همچنان در اقلیتند و شاید به تعبیری بتوان گفت آنها و سرنوشت‌شان در کشور ما عملا می‌تواند نشانه‌ای از آینده فاجعه‌بار یا نجات‌یافته ما در برابر این مسئله باشد، اما برای توضیح این‌اقلیت بودن گروه‌های مثبت و محافظ محیط زیست و اکثریت بودن نیروهای بی‌تفاوت یا مخرب محیط زیست، باید توضیحی عمیق‌تر داد. اینکه چرا و چگونه این وضعیت بفرنج ایجاد شده و به کمک چه مقوله یا راهبردی می‌توان جلوی این فاجعه‌ها را گرفت؟ بررسی‌های اولیه نشان می‌دهد که فهم غلطی در مردم ما در این‌باره وجود دارد که اینها بحران‌های طبیعت‌ساخته هستند نه انسان‌ساخته و دوم آنکه گویی نه‌تنها مسئول ایجادش ما نیستیم، بلکه مسئول نجاتش هم ما نیستیم. چه چیزی سبب این غفلت نهادینه ایرانیان (مردم و نهاده‌ا و دولت‌ها) از پرداختن به محیط زیست به مثابه یک مقوله حیاتی می‌شود؟ چرا هنوز وخامت اوضاع توسط ما ایرانیان درک نشده و همچنان به تخریب و تبدیل امور طبیعی به فاجعه‌های انسانی و طبیعی ادامه می‌دهیم؟

برای فهم این‌ غفلت نهادینه‌شده در ذهنیات و اخلاقیات و عملکردهای انسان ایرانی می‌توان از مفهوم «سواد زیست‌محیطی» استفاده کرد. ما معمولا مفهوم سواد را در توانایی خواندن و نوشتن یا در نهایت سطوح بالاتری از مطالعه را دال بر سواد بالای ما دانیم، اما در

تعاریف جدید، مفهوم سواد آنقدر بسط یافته که تعاریف متنوعی از آن ارائه شده و انواع سواد را نیز مشخص کرده‌اند: سواد فرهنگی، سواد رسانه‌ای و مهمتر از همه، سواد زیست‌محیطی. سواد زیست‌محیطی طبق تعریف، «فهمی از ابعاد محیطی و اجتماعی و اقتصادی مربوط به تعامل‌های بشر و محیط زیست است و همچنین مهارت‌ها و اخلاقی تبدیل کردن این فهم به صورت انتخاب‌های زندگی است، سواد زیست‌محیطی انتخاب‌هایی که پرورش پایدار اجتماعات انسانی مختلف و نظام‌های بوم‌شناختی را که آنها را در خود جای داده‌اند تشویق می‌کند.» از این منظر، سواد زیست‌محیطی به طور هم‌زمان سه مولفه محیط، جامعه و اقتصاد را در برمی‌گیرد. دقیقا طبق این تعریف، بحران محیط زیست در ایران را می‌توان در دو سطح بازشناسی کرد: در سطح اول، وقتی ما به دلیل مداخله‌های نایجایی که در طبیعت و استثمار منابع آن داشته‌ایم، منجر به یک وضعیت بحرانی در طبیعت و عناصر آن شده‌ایم، این را می‌توان بحران اولیه دانست. اما سطح دوم بحران، جایی است که ما متوجه مداخله انسانی در ایجاد این بحران‌ها و مسئولیت اجتماعی در رفع این بحران‌ها نیستیم یا از این موضوع به شیوه‌های مختلف طفره می‌رویم. این‌ا را می‌توان بحران ثانویه دانست. در ایران مسئله اصلی، هم‌افزایی فراینده این دو سطح از بحران اولیه و ثانویه است که همچنان مسبب بحران‌های بیشتر و بیشتر می‌شود.

سواد زیست‌محیطی، سه مولفه کلیدی دارد: «خدمات بوم‌نظام‌ها یا اکوسیستم‌ها»، «رشدیای بوم‌شناختی» و «پایداری». خدمات بوم‌نظام‌ها بیانگر آن است که ما باید بدانیم حیات و بقا و رفاه ما در گروی محیط زیست ما و منابع طبیعی آن است. همه جوامع یک سرمایه طبیعی دارند که بنیان حیات انسانی و تمدنی او هستند؛ از هوایی که تنفس می‌کنیم تا آبی که می‌نوشیم و حتی تا مناظر طبیعی که به‌واسطه حضور در آنها روح و روان ما شاداب می‌شود. بوم‌نظام‌ها معمولا بخشی از خدمات‌شان ملموس و آشکار است؛ مثلا زمین‌های کشاورزی که در آنها کشت می‌شود، ولی مهم‌ترین بخش از خدمات آنها، ناملموس و نامرئی است، مثل نقشی که جنگل‌ها در کنترل و بهینه شدن هوا دارند. مناسفانه جامعه امروز ایران در هر دوی این سطوح متوجه خدمات بوم‌نظام‌ها یا سرمایه طبیعی خودش نیست. این مسئله بیش از همه ناشی از نوعی گسست است که میان انسان و ایرانی و منابع طبیعی‌اش ایجاد شده است. انسان امروزی در ایران گویی فراموش کرده که خوراک، هوا و آب و همه عناصر مادی‌اش از منابع طبیعی فراهم شده است. برای او گویی فروشگاه‌های بزرگ شهری، منبع تولید و تهیه این منابع هستند تا طبیعت پیرامونش. به همین دلیل در چرخه زندگی مصرفی که در ما ایرانیان هست، به هیچ وجه متوجه میزان استثماری که از سرمایه طبیعی خودمان برای تهیه این کالاها می‌شود، نیستیم. وجه دوم سواد زیست‌محیطی، ردهای بوم‌شناختی است. ردهای بوم‌شناختی بیانگر پیوندها و بازخوردهای میان جمعیت و مصرف و محیط است. هر کالایی که مصرف می‌کنیم یا هر کنششی که داریم، اثرات مستقیم و غیرمستقیم بسیاری بر محیط دارد. این میزان از منابع و سرمایه‌های طبیعی که صرف هرگونه فعالیت انسانی اعم از مصرف کالا یا خدمات می‌شوند را می‌توان

شاخص کل بورس تهران همچنان در نیمه کانال ۲،۱ میلیونی باقی ماند

ریزش بورس سوار بر خودرو

فرصت امروز: در روزی که نماد خودرو بیشترین اثر را در ریزش شاخص کل داشت، بورس تهران قریب‌پوش شد. در معاملات هجدهمین روز دی ماه، شاخص کل بورس تهران با افت ۷۹۹ واحدی نسبت به روز قبل در همان نیمه کانال ۲،۱ میلیونی باقی ماند. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۴۲۰ واحدی در میانه تراز ۷۵۹ هزار واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس اما با رشد ۴ واحدی…

شاخص مدیران خرید در پایان آذرماه به ۴۹،۸۸ واحد رسید

زنگ خطر تعمیق رکود

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران در پایان آذرماه به رقم ۴۹،۸۸ واحد رسید و زنگ خطر تعمیق رکود و کسادی تولید را به صدا درآورد. آخرین وضعیت شاخص اقتصاد در آذرماه ۱۴۰۲، از سقوط این شاخص به مرز کمتر از ۵۰ و ورود اقتصاد به منطقه رکود و انقباض حکایت دارد. شاخص مدیران خرید (PMI) که در ایران با عنوان شاخص منتشر می‌شود، در آذرماه امسال به کمترین مقدار ۱۱ ماهه (بدون احتساب فروردین) رسید و با سقوط به زیر عدد ۵۰، زنگ خطر تعمیق رکود و تضعیف و کسادی تولید را به صدا درآورد. روند شاخص کل اقتصاد و همچنین شاخص صنعت در آذرماه نشان می‌دهد که وضعیت فعالیت‌های اقتصادی در این ماه به‌طور محسوس تضعیف شده و تاوم این وضعیت می‌تواند رشد اقتصادی در نیمه دوم سال ۱۴۰۲ را به‌طور قابل‌توجهی کاهش دهد. یافته‌های مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش شاخص آذرماه حاکی از آن است که کسب‌وکارها همچنان با کمبود شدید نقدینگی و سرمایه در گردش مواجه هستند و این عامل در کنار عدم تخصیص ارز و مشکل تأمین مواد اولیه باعث شده تا برخی از شرکت‌ها با تعطیل شدن خطوط تولید نیز مواجه باشند. همچنین قوانین غیر کارشناسانه نیز ادامه کاهش فروش…

۴۰ شرکت دولتی از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان تخفیف مالیاتی استفاده می‌کنند

ناترازی مالیاتی در بودجه ۱۴۰۳

مدیریت و کسب‌وکار
جذب دنبال‌کننده در یوتیوب: از افسانه تا واقعیت
یوتیوب از آن دست شبکه‌های اجتماعی است که هیچ جوره نمی‌شود دور آن را خط کشید. حتی اگر آدم از فرمت ویدئو متنفر باشد هم باز گذرش به یوتیوب خواهد افتاد. این روزها این پلتفرم گوگل حسابی در بین کاربران محبوب است. به طوری که خیلی از بازاریاب‌ها موفقیت در کسب و کار را بدون این شبکه اجتماعی تقریبا غیرممکن می‌دانند. اگر شما به اندازه کافی خوش‌شانس هستید که همین حالا کانالی برای خودتان در این فضا داشته باشید، پس حسابی از رقبا جلو هستید. البته به شرط اینکه این پیش‌دستی شما در تعداد سابسکرایب نمایان باشد! راستی، سابسکرایب اصلا چیست و چه معنایی دارد؟ معمولا در شبکه‌های اجتماعی صحبت از فالور یا دنبال‌کننده است. خب راستش را بخواهید، سابسکرایپر هم دقیقا معنایی مشابه دارد. با این حال از آنجایی که در یوتیوب پای کانال در میان است، به جای فالورور از این عبارت استفاده می‌شود…

ردهای بوم‌شناختی دانست. به دلیل همان گستگی که میان انسان امروزی از منابع و فرآیندهای تولید کالا و خدمات ایجاد شده، اصلا آدم‌ها قادر به فهم این ردهای بوم‌شناختی نیستند. مسئله اصلی آن است که در جهان سنتنی و در دوره‌های قبل، جمعیت انسانی و نیازهای مصرفی او و تکنولوژی‌ای که داشت، به گونه‌ای بود که منابع محیطی نه تنها کفاف نیازها را داشت، بلکه مزاددی هم داشت و قدرت بازتولید خودش را نیز داشت، اما امروزه به دلیل افزایش جمعیت و افزایش سطح مصرف و تکنولوژی انسانی، چرخه تولید و مصرف بیش از توان و سرمایه طبیعی است و لذا عملا طبیعت دچار بحران منابع اولیه و امکان بازتولید خودش شده است. در نتیجه، مصرف بالای جمعیت امروز، چه در ایران و چه در جهان، فراتر از توان و سرمایه طبیعی محیط زندگی ماست. به همین دلیل، عنصر سوم سواد زیست‌محیطی مطرح می‌شود: پایداری که بیانگر ضرورت وجود الگوهایسی از روابط متقابل میان محیط، سلامت اجتماعی، عدالت و سبززندگی اقتصادی است. پایداری بیانگر شیوه‌ای از زندگی است که در محدوده منابع محیطی و سرمایه طبیعی از طبیعت بهره برداری می‌کند، به گونه‌ای که نه‌تنها مصرف بیش از حدی ندارد، بلکه امکان‌های بازتولید این منابع و استفاده آیندگان از آنها را نیز تضمین می‌کند. برهم زدن چرخه طبیعت، گاه دوره‌های بازگشت یا احیای آن صدها هزار سال طول می‌کشد. این مسئله در ایران امروز بیش از همه در قاعه فرورفتن زمین دیده می‌شود، که یکی از بالاترین رکوردهای جهانی در تاریخ بشری مربوط به فرورفتن زمین به‌واسطه مصرف غلط و مخرب ما ایرانیان از منابع طبیعی‌مان است.

سواد زیست‌محیطی از جنبه دیگر شامل دانش و اطلاعات، مهارت‌ها و در نهایت اخلاقیاتی است که رابطه‌ای پایدار میان انسان و محیط را فراهم می‌کند. در ایران ما نه تنها متوجه روندهای استثماری رابطه خودمان با طبیعت نیستیم، بلکه مسئولیتی هم در این قبال حس نمی‌کنیم. همه ما فکر می‌کنیم آلودگی هوا صرفا از ماشین یا کارخانه‌ای چرخه مصرف متوجه حجم بالای مصرف‌های مستقیم و غیرمستقیم انرژی است که خودش زمینه‌ساز این بحران آلودگی هواس‌ت. به عنوان مثال طبق گزارش‌های رسمی، به‌واسطه سرمای هوا در روزهای اخیر، مصرف گاز در کشور به ۵۴۳ میلیون متر مکعب در بخش خانگی و تجاری رسید. این یعنی اینکه ایران بزرگ‌ترین اتلاف‌کننده (دقت کنید، نه مصرف‌کننده بلکه اتلاف‌کننده) گاز طبیعی در جهان است. این میزان حدود ۱۰ برابر کشوری مانند آلمان است. ما اصولا نمی‌دانیم چرخه مصرف غلط صرفا یک پیامد ندارد؛ مثلا مصرف بیش از حد ما در پتروشیمی و صنایع مربوطه این نیست که فقط هوا آلوده می‌شود، بلکه وقتی هوا آلوده می‌شود و آلودگی از حدود مجاز فراتر می‌رود باید انتظار ایجاد زمینه‌ای برای افزایش این مشکلات انسانی را هم داشت: ناهنجاری‌های مادرزادی و نوزادان نارس و کم‌وزن، سقط جنین، شیوع برخی سرطان‌ها از جمله سرطان حنجره و تولید اثبوه موادی که نقشی موثر در سرطان ریه، مثانه و پوست دارند و حتی سرطان‌های گوارشی… همه اینها در شرایط آلودگی هوای ناشی از صنایع پتروشیمی، بستر رشد بیشتری خواهند داشت. این موارد در جایی مانند

عسلویه به شدت اهمیت دارند.

مصرف بی‌رویه بنزین- و گاز ما ایرانیان نه‌تنها در کلانشهرها موجب بیداری خودمان بلکه در نقاطی دورتر موجب قربانی کردن خانواد‌های هموطن نیز خواهد شد. به همین سبب باید گفت در ایران امروز ما نیازمند توجه و تمرکز بسیار بر ارتقای سواد زیست محیطی هستیم، سوادی که نه تنها ما را متوجه ابعاد و پیامدهای رفتارهای مصرفی و سبک زندگی مصرفی خودمان کند، بلکه ما را متعهد به پیامدهای این رفتار نماید، هم بر خودمان در فضای بی‌واسطه و مستقیم اثرپذیری و هم بر دیگرانی که در دوردست‌ها هزینه جانی سبک مصرفی ما را می‌دهند. ما هنوز مهارت‌های کافی و ابزارهای لازم برای این مواجهه و کاهش مصرف و اصلاح آن را هم نداریم. هنوز اخلاقیات ما در واقعیت جاری زندگی‌مان، فاقد تعهد و حس مسئولیت در قبال سرمایه طبیعی، دیگران و مهمتر از همه خودمان است. ما به شیوه زمین سوخته از منابع استفاده می‌کنیم. در شرایطی که ما نسبت به سلامتیی خودمان متعهد نیستیم، قطعاً متوجه تعهدات و مسئولیت خودمان به حفظ گونه‌های جانوری و گیاهی در خطر در ایران و جهان نیستیم و همچنین متوجه پیامدها و ردهای بوم‌شناختی مصرف زندگی خودمان بر دیگران، هم در جاهای دیگر ایران و جهان و هم در آینده این سرزمین و این زمین نیز نخواهیم بود.

آنچه می‌توان گفت در ایران امروز، بحران اصلی پایداری را برای مردم امروز بلکه برای آیندگان هم تضمین می‌کند. باید دقت کرد که بحران محیط زیست، نه یک امر رمانتیک فانتزی برای طبقات بالای شهری، بلکه یک ضرورت بقا برای همه مردم در همه نقاط ایران و کره زمین است. به همین دلیل، سواد زیست‌محیطی یک مقوله حیاتی برای تضمین سلامتی ما در زندگی‌مان، تاوم این سلامتی هم برای خودمان و هم برای دیگران و هم برای آیندگان است. باید دقت کنیم فرورفتن زمین، آلودگی هوا، خشکسالی، سیلاب‌ها و…، محصول طبیعت نیستند، بلکه محصول رفتارهای ما به عنوان افراد، نهاد و دولت و نظام حکمرانی است. به همین دلیل، مسئول نهایی این بحران هم در ایجادشدن آنها و هم در مدیریت و رفع آنها، انسان ایرانی است. مهمتر از همه آنکه، اولین قربانی این شیوه زندگی خودمان هستیم، ما با هموطنانی که با انواع سرطان و مریضی و هزینه‌های مالی و جانی، تاوان این نابخردی در مصرف و استثمار منابع طبیعی را می‌دهند و در وهله بعد، آیندگان هم بی‌آنکه بخواهند قربانی این بی‌مسئولیتی ما خواهند بود. ما بحسب ضرورت برای بقای خودمان و آیندگان بایستی سواد زیست‌محیطی بهتر و بالاتری داشته باشیم تا نه‌تنها از این بی‌دانشی نسبت به پیامدها و ابعاد رفتارهای مصرفی‌مان رها بشویم، بلکه مهمتر از همه، از این بی‌مسئولیتی نسبت به سرنوشت خویشتن و دیگران و آیندگان به موقعیت متعهدانه و مسئولانه برای کیفیت زندگی خودمان و آیندگان برسیم.

نگاه

وزیر اقتصاد خواستار حذف نام ایران از ذیل توصیه هفت FATF شد

نامه اعتراضی به گروه اقدام مالی

وزیر اقتصاد در نامه‌ای اعتراضی به گروه ویژه اقدام مالی (FATF) خواستار آن شد که نام جمهوری اسلامی ایران از ذیل توصیه ۷ و سایر اسناد مرتبط این نهاد با قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل متحد حذف شود. توصیه ۷ گروه ویژه اقدام مالی (FATF) درخصوص تحریم‌های هدفمند مرتبط با اشاعه سلاح‌های کشتار جمعی است که از کشورها می‌خواهد در راستای قطعنامه‌های شورای امنیت سازمان ملل متحد اقدامات بیان شده از قبیل توقیف وجوه و دارایی‌های اشخاص تعیین‌شده را بدون تأخیر اعمال کند. قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۵ در راستای اجرای برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) به اجرای قطعنامه‌های قبلی سازمان ملل متحد درخصوص ایران (۱۳۷۳، ۱۷۴۷، ۱۸۰۳ و ۱۹۲۹) پایان داد ولی اقدامات محدودکننده‌ای از قبیل اعمال تحریم‌های مالی هدفمند را ایجاد کرد. براساس قطعنامه مزبور، مفاد این قطعنامه در یکی از دو شرط: الف) تا هشت سال پس از تصویب برجام (JCPOA) و ب) در صورت اعلام آژانس بین‌المللی انرژی اتمی (IAEA) قابل اجرا است. بر این اساس، با در نظر گرفتن تاریخ تصویب برجام در ۱۸ اکتبر ۲۰۱۵ بند الف در مورد جمهوری اسلامی ایران صدق می‌کند. حالا انتظار که وزارت اقتصاد اعلام کرده، نامه‌ای در این خصوص از دبیرخانه سازمان ملل متحد در تاریخ ۱۹ اکتبر به جمهوری اسلامی ایران ارسال شده است.

بانک مرکزی برای اصلاح ناترازی بانکی چه کرد؟

دلایل اصلی ناترازی بانکها

یک کارشناس اقتصادی با بیان اینکه بانک مرکزی باید بتواند خطوط اعتباری محدود توسعه‌ای عرضه کند، گفت چند ماه دیگر قانون جدید بانک مرکزی اجرا می‌شود و همچنین با سیاست کنترل ترانزانه، بانک مرکزی می‌تواند نقش خود را به‌عنوان سیاست احتیاطی کلان ایفا کرده و در راستای ناترازی‌ها گام بردارد. «سیدمحمد نبوی‌زاده» با اشاره به آغاز فعالیت بانک‌های خصوصی در ایران به «ایستنا» توضیح داد: بانکداری خصوصی از دهه ۸۰ در ایران به وجود آمد، با این دغدغه که در فضای تسهیلات‌دهی و تامین مالی توسعه در کشور رقابتی بین بانک‌ها شکل بگیرد، اما نظرات به این بانک‌ها نتوانست همزمان با گسترش بانک‌های خصوصی ارتقا پیدا کند. در حالی که در دنیا معمول است که خصوصی‌سازی بانک‌ها و نظرات به آنها همزمان با هم توسعه پیدا می‌کند. این مهم‌ترین ضعیف ما بود. به گفته «نبوی‌زاده»، بانکداری خصوصی ادامه پیدا کرد و وقتی که ما وارد دهه ۹۰ شدیم، این بحران به دلایل مختلف خود را نشان داد. در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ بانک مرکزی سیاستی را با ادعای سالم‌سازی نقدینگی اتخاذ کرد، با این فرضیه که اگر بتوان جلوی پایه پولی را گرفت، می‌توان نقدینگی و به تبع آن تورم را کنترل کرد. از این رو پایه پولی در آن سال‌ها کنترل شد، اما نرخ رشد نقدینگی کاهش پیدا نکرد؛ همچنین ارقام تورم در آن سال‌ها به ظاهر کاهش داشت، اما نقدینگی در شبکه بانکی قبیض شده و درحال رشد بود. به دنبال این اتفاق با یک تلاطم ارزی در سال ۱۳۹۶ که ناشی از خروج از برجام بود، این نقدینگی که اقتصاددان‌های ایرانی به آن به‌کم نقدینگی می‌گفتند، به بازارهای مسکن و ارز سرازیر شده و باعث تشدید بحران شده و نرخ ارز و سایر دارایی‌ها را با افزایش قیمت مواجه کرد.

او با اشاره به اینکه کنترل تورم در سال‌های ۹۲ تا ۹۶، ناترازی بانک‌ها را تشدید کرد، ادامه داد: از طرفی از آنجایی که در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، تورم کاهش پیدا کرده بود، سمت راست ترانزانه بانک‌ها یعنی دارایی‌های‌شان رشد نکرد. تورم در اقتصاد باعث می‌شود سمت راست ترانزانه بانک‌ها یعنی املاک و مستغلاتی که دارند، با نرخ تورم تجدید ارزیابی بشود و این موضوع بانک‌ها را تراز می‌کند، اما این اتفاق در آن بازه زمانی رخ نداد و این موضوع ناترازی را تشدید کرد. ناترازی را از دو جهت می‌توان بررسی کرد. یکسری از بانک‌ها و موسسات بانکی ناسالم که مولفه‌های سلامت را ندارند، ناترازی‌های زیاد و اضافه‌برداشت‌های شدید دارند، به‌خصوص به دلیل اینکه مولفه نظارت بانکی را نداشتیم. اتفاقی که در عدم تقویت نظارت بانکی در دهه ۸۰ رخ داد، یک عامل مؤثر بود که دهه ۹۰ هم ادامه یافت و باعث شد ناترازی عمیق‌تر شود و روزبه‌روز هم تعیین تکلیف این بانک‌ها سخت‌تر شد. البته بانک مرکزی هم به لحاظ قوانین کمتر قدرت داشت که بانک‌های ناتراز را منحل کند.

این کارشناس اقتصادی افزود: در دولت سیزدهم اضافه‌برداشت نه به صورت گدانه‌گانه بلکه به صورت شبکه‌ای وجود دارد. ما در کل شبکه بانکی شاهد کمبود ذخایر هستیم. این کمبود ذخایر که منجر به اضافه‌برداشت می‌شود، علل سیاسی دارد. اتفاقی که باعث کمبود ذخایر و به دنبال آن اضافه‌برداشت و افزایش پایه پولی شد، مطرح شدن بحث حساب واحد خزانه بود برای اینکه شفافیت دولت روی حساب‌های خودش بیشتر شود، اما همین موضوع که بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی منتقل می‌شود، ذخایر هم باید منتقل شود که این موضوع کمبود ذخایر را به دنبال داشت. دلیل دوم بحث سیاست کنترل ترانزانه و جریمه بانک‌ها بود که نرخ ذخیره قانونی خود را افزایش دهند. این دو موضوع باعث شد که ما شاهد کمبود ذخایر به صورت شبکه‌ای باشیم که در نهایت به اضافه‌برداشت‌ها منجر شد بنابراین اگر اضافه برداشتی اتفاق افتاده دلالت‌های سیاسی داشته است.

«نبوی‌زاده» با بیان اینکه یک انگاره غلط وجود دارد که پایه پولی را بیش از حد مهم می‌دانیم، گفت: پایه پولی به تنهایی اهمیت ندارد، بلکه اگر منجر به افزایش نقدینگی شود مهم است. این انگاره که اگر پایه پولی را کنترل نکنیم، باعث افزایش نقدینگی و رشد تورم می‌شود اشتباه است و خلاف آن را در سال‌های ۹۲. ۹۶ مشاهده کردیم که پایه پولی کنترل شد، اما نقدینگی کنترل نشد. برای ما مهم این است که نقدینگی کنترل شود بنابراین انبساط پایه پولی و افزایش آن در دو سال گذشته نگران‌کننده نیست، چون نقدینگی کاهش پیدا کرده و نقدینگی است که باعث تورم می‌شود. اگرچه در پایه پولی انبساط رخ داده اما بهتر بود که بانک مرکزی این کار را به صورت فلاته انجام دهد و اجازه نمی‌داد که کمبود ذخایر به صورت شبکه‌ای در شبکه بانکی ایجاد شود که در انتهای زنجیره، به اضافه‌برداشت از بانک مرکزی منجر شود. بهتر بود که بانک مرکزی خط اعتباری محدود برای طرح‌های توسعه‌ای می‌داد که هم پایه پولی افزایش پیدا می‌کرد و هم از اضافه‌برداشت‌ها جلوگیری می‌شد. وی با بیان اینکه نظرات بانکی باید تقویت شود، تأکید کرد: این کار می‌تواند از طریق سیاست احتیاطی کلان مثل کنترل ترانزانه، معافیت‌ها و مشقوع انجام شود. اکنون دولت دو فرصت خیلی خوب دارد که باید از آنها استفاده کند، یکی از این فرصت‌ها افزایش اختیارات بانک مرکزی است که در قانون جدید بانک مرکزی اتفاق افتاد و می‌تواند در راستای نظرات گام‌های زیادی بردارد. دومین فرصت، سیاست کنترل ترانزانه است. بانک مرکزی باید به این سیاست اهتمام داشته باشد و یکسری اصلاحات را رقم بزند، مثل اینکه تفاوت بیشتری بین بانک‌های سالم و ناسالم را در حد رشد ترانزانه بگذارد و بتواند با یک سری مشوق و معافیت‌ها، بانک‌های سالم‌ر را تشویق کند و رشد بیشتر آنها را فراهم کند. چند ماه دیگر قانون جدید بانک مرکزی اجرایی می‌شود و همچنین با سیاست کنترل ترانزانه، بانک مرکزی می‌تواند نقش خود را به‌عنوان سیاست احتیاطی کلان ایفا کرده و در راستای ناترازی‌ها گام بردارد. اگر بانک مرکزی بتواند خطوط اعتباری محدود توسعه‌ای دهد، می‌تواند موضوع سرمایه در گردش بنگاه‌ها را راحت‌تر کند، زیرا این بنگاه‌ها در دو سال اخیر در تنگنای مالی قرار گرفتند. این ذخایر در سیستم می‌چرخد و کل تامین مالی را آسان‌تر کرده و اضافه‌برداشت‌ها را کاهش می‌دهد و باعث می‌شود هدایت اعتبار داشته باشیم و از توسعه کشور عقب نمانیم.

۴۰ شرکت دولتی از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان تخفیف مالیاتی استفاده می‌کنند

ناترازی مالیاتی در بودجه ۱۴۰۳



بالایی در جهان دارد!
نمره عملکرد مالیاتی ایران در شاخص آزادی اقتصادی هرتیچ در سال ۲۰۲۳ به ۸۲ از ۱۰۰ می‌رسد که نشان می‌دهد ۸۲ درصد از عملکرد مالی دولت با مالیات پوشش داده می‌شود؛ در حالی که این رقم در سوئد ۴۵٫۱ و در آلمان ۶۰٫۴ است، اما وقتی مخارج دولت را در این سه کشور مقایسه می‌کنیم، تازه متوجه می‌شویم که چرا نمره عملکردی ایران در مالیات‌ستانی بالاتر از این دو کشور است. ایران در شاخص سهم مخارج دولت از اقتصاد در گزارش بنیاد هرتیچج نمره ۹۴٫۸ را گرفته اما سوئد و آلمان که هر دو دولت‌های کوچکی دارند، امتیاز آنها در سال ۲۰۲۳ به ۲۸٫۳ درصد رسیده است.

رانت معافیت و تخفیف مالیاتی

وضعیت ایران در شاخص کارایی قضایی، اعتماد به دولت، حقوق مالکیت، آزادی تجارت و آزادی سرمایه‌گذاری نیز نامیدکننده است و بر همین اساس، ایران از بین ۱۷۶ کشور جهان، رتبه ۱۶۹ آزادی اقتصادی هرتیچ را به خود اختصاص داده است. اگر بپرسیم که آیا فعالان اقتصادی متناسب با تولید ناخالص داخلی ایران مالیات می‌پردازند؟ باید پاسخ منفی دهیم، اما به نظر می‌رسد این پرسش خوبی نیست و بهتر این است که بپرسیم: آیا اقتصاد ایران شایستگی سهم بالای مالیات‌ستانی دولت برای تامین مخارجش را دارد؟ که البته پاسخ آن باز هم خیر است. اقتصاد ایران، چسبندگی بالایی به مالیات و چسبندگی پایینی به شفافیت و رقابت‌پذیری دارد اما در همین حال، اجزای دولتی اقتصاد بار تخفیف‌های مالیاتی را برای خود برمی‌دارند. به گفته «محسن زنگنه»، سخنگوی کمیسیون تلفیق مجلس، ۴۰ شرکت دولتی از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان تخفیف مالیاتی استفاده می‌کنند. این تخفیف حدود یک هشتم مالیاتی است که از بخش‌های حقیقی و حقوقی اقتصاد برداشت می‌شود. همین شرکت‌ها به گفته «زنگنه»، محصولات خود را بنابر قیمت‌های جهانی در بازار ایران عرضه می‌کنند. در کنار تخفیف‌های مالیاتی باید به معافیت‌های مالیاتی هم اشاره کرد. به گفته «ایمان فدایی»، رئیس گروه مالیاتی وزارت اقتصاد، ۴۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشور، معاف از مالیات است. بخشی از همین معافیت‌ها واقعاً وجود دارد، این است که برنامه‌ریزی آنچنان شده باشد که خودرو ۴۰ درصد پیش‌بینی دولت برای درآمد مالیاتی سال ۱۴۰۲ است که به ۸۳۸ همت می‌رسد. این معافیت‌ها و فرارهای مالیاتی در حالی است که بخش‌های قانونی و شانسنامه‌دار کشور باید مالیات خود را بپردازند؛ مالیاتی که طبق ارزیابی موسسه هرتیچ برای اشخاص حقوقی بین ۲۵ تا ۳۰ درصد است.

مالیاتی و حقوق و مزدبگیران همیشه آماده پرداخت مالیات چندان غیرقابل پیش‌بینی نبود. در واقع، روند مالیات ستانی دولت سیزدهم به گونه‌ای پیش رفته که انتظار می‌رفت امسال بیش از ۱۰۰۰ هزار همت از درآمدهای پایدار دولت از همین محل تامین شود. دولت سیزدهم در روند جهت‌گیری‌های بودجه ۱۴۰۰ سهمی نداشت، اما لایحه بودجه ۱۴۰۱ را که به دست گرفت، مالیات را با ۶۰ درصد افزایش از ۳۲۹ هزار میلیارد تومان در بودجه ۱۴۰۰ به ۵۲۶ همت افزایش داد. در لایحه بودجه ۱۴۰۲ نیز همین رویه را در پیش گرفت و با حدود ۶۰ درصد افزایش، حجم مالیات در انتظار وصول را بدون در نظر گرفتن مالیات بر واردات به ۷۴۸ همت رساند. در مجموع سه سالی که دولت سیزدهم لایحه بودجه را تدوین کرده، به طور متوسط سالیانه ۵۶ درصد به مالیات‌ها اضافه شده است. در سه سال پایانی دولت دوازدهم اما سالیانه به طور متوسط ۴۲ درصد به بار مالیاتی اضافه شده است، اما در همین شش سال یعنی بین سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۳ که با وقایع پس از بازگرداندن تحریم‌ها از سوی آمریکا همزمان می‌شود، در مجموع ۲۹۵ درصد به مالیات اضافه شده است. کل مالیات‌ها در همین مدت حدود ۸۹۳ درصد رشد کرده است.

دریافت مالیات در زمانه رکود

دریافت مالیات از اقتصادی مانند ایران که دوره‌های رکودش در دهه ۹۰ بلند بوده است، اتفاق خجسته‌ای نیست. طبق ارزیابی بانک جهانی در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ نسالیانه ۰٫۶ درصد رشد منفی در تولید ناخالص داخلی ایران شکل گرفته است. ارزیابی بانک جهانی نشان می‌دهد که در همین مدت بیش از ۹ میلیون نفر از جمعیت کشور وارد خط فقر مطلق (طبق تعاریف جهانی) شده‌اند. بیشتر این افراد هم پس از خروج آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۷ به این وضعیت گرفتار شدند. بانک جهانی تخمین زده که هر یک درصد افزایش در تولید ناخالص داخلی موجب کاهش ۱٫۵۶ درصدی نرخ فقر می‌شود. در همین بازه زمانی هم فشار مالیاتی بر روی دوش افراد و بخش‌های مختلف قرار داشت و به تدریج بیشتر شد. در این میان، برخی استدلال می‌کنند که سهم مالیات از تولید ناخالص داخلی در ایران بالا نیست؛ پس حداقل نباید از این بابت فشاری روی دوش بخش خصوصی و فعالان اقتصادی باشد. طبق ارزیابی موسسه هرتیچ، میزان سهم مالیات به اندازه تولید ناخالص داخلی ایران ۶٫۶ درصد است، اما این استدلال در جایی به مشکل می‌خورد که اقتصاد ایران بازدهی چندانی ندارد و در رده بدست‌ترین اقتصادهای جهان قرار می‌گیرد. داده‌های هرتیچ نشان می‌دهد که اقتصاد ایران با نمره ۴۲٫۲ در رده بدست‌ترین اقتصادهای جهان قرار دارد. رتبه آزادی اقتصادی ایران در خاورمیانه و شمال آفریقا هم چهاردهم است.

ایران در بسیاری از شاخص‌هایی که اقتصاد را در محیط مساعد نگه می‌دارند، ضعیف عمل کرده است؛ گرچه عملکرد مالیاتی ایران نمره

فرصت امروز: افزایش مالیات در لایحه بودجه سال آینده برای دولت سیزدهم حساسی حاشیه‌ساز شده است. رشد قابل توجه درآمد‌های مالیاتی در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ موجب شده تا فعالان اقتصادی نسبت به افزایش فشار مالیاتی در سال آینده ابراز نگرانی کنند. البته سازمان برنامه و بودجه اعلام کرده که تغییری در قوانین مالیاتی، از ضرایب مالیاتی گرفته تا پایه مالیاتی ایجاد نشده است، بلکه رشد درآمد مالیاتی دولت معطوف به اجرای صحیح قوانین مالیاتی موجود، مقابله با فرارهای مالیاتی، شناسایی مودیان جدید، هوشمندسازی مالیاتی و اثرات ناشی از افزایش قیمت‌ها در سال آینده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳، سقف معافیت مالیاتی حقوق بگیران به ۱۴۴ میلیون تومان در سال و سقف معافیت مالیاتی مشاغل با افزایش ۵۵ درصدی به ۷۵ میلیون تومان در سال رسیده است. این رقم در خصوص درآمد اجاره مستغلات ۵۷ میلیون تومان در سال است. در لایحه بودجه سال آینده همچنین درآمد مالیاتی از اشخاص حقوقی و مالیات بر فروش کالا و خدمات در کاد ۵۳ درصد و مالیات بر ثروت و مالیات بر درآمد هر کدام ۳۲ درصد رشد داشته است. به طور کلی در اقتصاد ایران به چشم می‌خورد؛ از یکسو، بخش‌های قانونی و شانسنامه‌دار کشور مالیات خود را هر ساله به‌طور کامل می‌پردازند، اما از سوی دیگر، شاهد فرارهای مالیاتی و همینطور معافیت‌ها و تخفیف‌های مالیاتی قابل توجهی در اقتصاد کشور هستیم. آنطوری که «محسن زنگنه»، سخنگوی کمیسیون تلفیق مجلس چند هفته پیش در جریان بررسی برنامه هفتم توسعه در صحن علنی گفته است، ۴۰ شرکت دولتی از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان تخفیف مالیاتی استفاده می‌کنند و در عین حال، محصولات خود را با قیمت جهانی در بازار ایران عرضه می‌کنند.

در لایحه بودجه سال آینده بدون در نظر گرفتن مالیات بر واردات ۱۱۲۰ هزار همت مالیات تدارک دیده شده که نزدیک به ۷۵ درصد کل درآمد‌های پایدار دولت را دربر می‌گیرد. ۱۴۰ همت مالیات بر واردات را هم باید به آن اضافه کنید که مجموع مالیات را به ۱۲۶۰ هزار همت می‌رساند. در نتیجه بیش از ۸۳ درصد اتکای دولت در سال ۱۴۰۳ به فعالیت‌های اقتصادی مردم و بخش خصوصی است. حتی اگر مالیات ۱۱۲۰ هزار همتی را بدون مداخله مالیات بر واردات در نظر بگیریم، به نظر می‌رسد که دولت عزم بالایی برای حرکت به سمت بودجه غیرمبتکی به دارایی‌های خود دارد. تقصوات بودجه مردم‌اتکا با بودجه دولت‌اتکا در همین فروش اموال دولتی مشخص می‌شود. در لایحه بودجه ۱۴۰۳ درآمد‌های دولت از این محل از ۱۲۸ هزار و ۴۴۰ میلیارد تومان در سال جاری به ۶۱ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان در سال آینده کاهش می‌یابد. البته حرکت دولت به سمت مودیان

حذف آرام و پلکانی قیمت دستوری خودرو

خودرو سه‌نرخی می‌شود؟

اقدامات عملیاتی آن ننداریم.

البته «سپهر دادجوی توکلی»، سخنگوی شورای رقابت اعلام کرد که به هیچ عنوان خودروساز نمی‌تواند به شیوه‌ای خارج از آنچه که در مصوبه ۵۴۳ قید شد است خودرو عرضه کند، عرضه خودرو خارج از مصوبه ۵۴۳ تخلف محرز است. به گفته او، خودروساز ۱۰۰ درصد باید عرضه خودرو را طبق مصوبه ۵۴۳ شورای رقابت انجام دهد و اگر هم تغییری در شیوه عرضه صورت گیرد در پروتکلی اعلام می‌شود. مصوبه ۵۴۳ شورای رقابت صراحتاً اشاره دارد که نحوه محاسبه قیمت خودرو براساس دستور هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌هاست و سازمان حمایت براساس صورت‌های مالی آن را محاسبه می‌کند و قیمت محاسبه شده با دیگر فاکتورها نظیر جداول رقابت‌پذیری سنجیده می‌شود که آن قیمت نهایی خودرو است.

اما در این شرایط، سوالات بسیاری درباره این طرح فروش وجود دارد؛ اینکه در صورت اجرای آن، کدام قیمت خودرو در حاشیه بازار مبنای افزایش ۵درصدی قرار می‌گیرد؟ آن هم در شرایطی که در بازار خودرو، قیمت‌های متفاوتی از خودرو دیده می‌شود و هیچ مبنای قیمتی درستی در این بازار حاکم نیست. از سوی دیگر، در شرایطی که شاهد عرضه قطره‌چکانی خودرو به بازار هستیم، این سوال باز هم از سوی تحلیلگران مطرح می‌شود که اگر چنین خودروهایی در کشور وجود داشته، چرا تاکنون عرضه نشده است؟

«ایک صدراپی»، کارشناس صنعت خودرو در همین خصوص می‌گوید: اگر یک زمانی خودروساز نباید و بگوید من خودرو را ۵ درصد زیر قیمت بازار خودرو می‌دهم، به مشتری تحویل می‌دهم، به این شرایط هیچ عقل سلیمی نمی‌آید از بازار آزاد خودرو بخرد و به صورت مستقیم از خودروساز خرید می‌کند. در این حالت، اختلاف قیمت زیادی که بین بازار و کارخانه وجود دارد، از بین می‌رود. برای مثال، قیمت یک خودرو در کارخانه ۴۵۰ میلیون تومان است، اما در بازار به قیمت ۷۰۰ میلیون تومان به فروش می‌رود. حالا اگر یک کارخانه‌ای بگوید من دو سه هفته‌ای خودرو را به شما به قیمت ۶۷۰ میلیون تومان می‌دهم، عملاً کسی دیگر سراغ بازار آزاد نمی‌رود و همه از کارخانه خرید می‌کنند، اما یک اشتباهی وجود دارد که در این بخش‌ها گفته می‌شود ۱۲۰ هزار خودرو تا پایان سال می‌خواهیم بدهیم، اما نیاز بازار خودرو تا پایان سال به خصوص در این

^[1] بالا می‌رود؛ مالیاتی و حقوق و مزدبگیران همیشه آماده پرداخت مالیات چندان غیرقابل پیش‌بینی نبود

^[2] بالا می‌رود؛ مالیاتی و حقوق و مزدبگیران همیشه آماده پرداخت مالیات چندان غیرقابل پیش‌بینی نبود

اخبار

قیمت سکه ۱۰۰ هزار تومان پایین آمد

نوسان سکه در کانال ۳۰ میلیونی

قیمت سکه طلا در هجدهمین روز دی ماه، ۱۰۰ هزار تومان پایین آمد و به نوسان در کانال ۳۰ میلیون تومانی ادامه داد. در جریان دادوستدهای روز دوشنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فرشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۱۰۰ هزار تومان کاهش نسبت به روز قبل با قیمت ۲۰ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان به فروش رسید. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با همین میزان افزایش (۱۰۰ هزار تومان) نسبت به روز قبل با نرخ ۲۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان داد و ستسد شد. قیمت نیم‌سکه ۱۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۵ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان معامله شد. هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران بازارهای جهانی نیز نزدیک به ۲هزار و ۲۱ دلار اعلام شد که نسبت به روز قبل، ۲۴ دلار کاهش داشت.

همچنین قیمت هر اسکناس یورو در معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران با ۵۷ هزار تومان کاهش نسبت به روز قبل به ۴۶ هزار و ۹۵۱ تومان رسید و نرخ هر اسکناس دلار نیز در همان نرخ روزهای گذشته ثابت ماند. در معاملات روز دوشنبه مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا به ۴۲ هزار و ۹۲۷ تومان و نرخ حواله دلار نیز به ۳۹ هزار و ۵۳۳ تومان رسید که در مقایسه با روز یکشنبه به ترتیب یک تومان کاهش و ۹۳ تومان افزایش داشت. هر اسکناس یورو نیز با کاهش ۵۷ تومانی در مرکز مبادله ارز و طلای ایران به ۴۶ هزار و ۹۵۱ تومان و نرخ حواله یورو نیز با افزایش ۵۰ تومانی به ۲۳ هزار و ۲۳۸ تومان رسید. همچنین اسکناس درهم امارات ۱۱ هزار و ۶۸۹ تومان ارزش‌گذاری شد و نرخ حواله درهم نیز ۱۰ هزار و ۷۶۴ تومان تعیین شد.

متوسط تسهیلات اعطایی به ۶۷ میلیارد تومان رسید

وام‌های بزرگ برای دانش‌بنیان‌ها

برمبنای آنچه بانک مرکزی در گزارش اخیر خود اعلام کرده، می‌توان گفت طی ۹ ماهه ابتدای امسال به طور میانگین، هر شرکت دانش‌بنیان حداقل ۶۷ میلیارد تومان تسهیلات در قالب بیش از شش وام دریافت کرده است؛ این آمار شامل شرکت‌های دانش‌بنیانی نمی‌شود که وام دریافت نکرده‌اند بنابراین می‌توان گفت «خوش‌شانس‌ها» در این ۹ ماهه به طور متوسط شش وام به ارزش متوسط ۶۷ میلیارد تومان (در مجموع) دریافت کرده‌ند.
به گزارش «کوابرآن»، طی یک ماهه آذرماه امسال شبکه بانکی بیش از ۲۴ همت وام به شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخت کرده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته معادل ۸۹،۴ درصد رشد داشته است. براساس تازه‌ترین گزارش بانک مرکزی از وضعیت تسهیلات پرداختی به شرکت‌های دانش‌بنیان، در آخرین ماه از پاییز امسال، چیزی معادل ۲۴ هزار و ۷۲۸ میلیارد تومان وام بانکی در قالب ۱۸۳۲ فقره تسهیلات به ۲۷۵ شرکت دانش‌بنیان پرداخت شده است. به عبارتی، در میان این شرکت‌های دانش‌بنیان برخی بیش از یک وام در آذر ماه دریافت کرده‌اند، میانگین تعداد وام‌های دریافت‌شده برای این شرکت‌ها در آذر ماه بیش از دو فقره است. براساس این گزارش اخیر و کنار هم قرار دادن آن با گزارش‌های دیگر ماه‌های امسال، در ۹ ماهه اول امسال بیش از ۱۶۰ همت وام بانکی به شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخت شده که در مقایسه با مقطع مشابه سال قبل ۷۹،۳ درصد افزایش داشته است. نکته جالب آنکه بانک مرکزی در متن‌های خبری خود اعلام می‌کند که طی ۹ ماهه ابتدای امسال ۱۷۹۵ همت تسهیلات بانکی پرداخت شده است و نه ۱۶۰ همت که این تناقض آماری (حدود ۲۰ همت) قابل تأمل است. یعنی حاصل جمع کل ماهانه این وام‌ها حدود ۱۶۰ همت است اما وقتی بانک مرکزی میزان تسهیلات ۹ ماهه به دانش‌بنیان‌ها را اعلام می‌کند عدد ۱۷۹۵ را عنوان می‌کند. براساس آنچه بانک مرکزی در گزارش اخیر خود عنوان کرده طی ۹ ماهه ابتدای امسال بیش از ۱۷۹ همت وام بانکی در قالب ۱۶ هزار و ۸۰۰ فقره وام به ۲ هزار و ۶۴۵ شرکت دانش‌بنیان پرداخت شده که نسبت به ۹ ماهه ابتدای سال گذشته ۵۸،۵ درصد رشد داشته است. بانک مرکزی در گزارش قبلی خود یعنی پایان آبان ماه، تعداد شرکت‌های دریافت‌کننده وام ۲ هزار و ۳۴۷ شرکت اعلام کرده بود و در گزارش اخیر خود از آذر ماه نیز تعداد ۲۷۵ شرکت عنوان کرده، با این حساب در مجموع با یک حساب سرانگشتی انتظار می‌رود تعداد شرکت‌های دریافت‌کننده تسهیلات بانکی طی ۹ ماهه ابتدای امسال به بیش از ۳ هزار شرکت برسد، اما بانک مرکزی در گزارش خود تعداد ۲ هزار و ۶۴۵ شرکت را درج کرده که به نظر می‌رسد ناشی از پرداخت مجدد تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیانی (حداقل ۴۰۰ شرکت) است که قبلاً نیز وام دریافت کرده‌اند. بر مبنای آنچه بانک مرکزی در گزارش اخیر خود اعلام کرده می‌توان گفت طی ۹ ماهه ابتدای امسال به طور میانگین هر شرکت دانش‌بنیان حداقل ۶۷ میلیارد تومان تسهیلات در قالب شش فقره دریافت کرده است. طی ۹ ماهه ابتدای امسال، بیشترین میزان تسهیلات پرداختی به شرکت‌های دانش‌بنیان از سوی بانک‌های غیردولتی پرداخت‌شده، به طوری که بانک‌های غیردولتی (خصوصی و خصوصی شده) تقریباً ۸۲ درصدی از کل تسهیلات پرداختی به شرکت‌های دانش‌بنیان را به خود اختصاص داده‌اند. بانک‌های غیردولتی طی ۹ ماهه ابتدای امسال ۱۴۶ همت تسهیلات را در قالب ۱۲ هزار و ۲ فقره وام به ۲۰۹۵ شرکت دانش‌بنیان پرداخت کردند. بانک‌های دولتی نیز با سهم ۱۸ درصدی، تقریباً معادل ۲۳ همت تسهیلات را به شرکت‌های دانش‌بنیان طی ۹ ماهه ابتدای امسال پرداخت کردند که حدود ۲۲ همت از سوی بانک‌های تجاری و ۱۱ همت دیگر نیز توسط بانک‌های تخصصی اعطا شده است.

تهدید جدی قیمت نفت

مسئله عرضه دوباره به عامل تأثیرگذار بر بازارهای جهانی نفت، تبدیل شده است. مسئله، افزایش تولید نفت کشورهای غیراوپک پلاس شامل آمریکااست که می‌تواند با سرعت کمتری، از تقاضای جهانی که همچنان در حال رشد است، پیشی بگیرد.
واکنش اوپک پلاس، تعهد برای کاهش بیشتر تولید بوده است، اما معامله‌گران تردید دارند که این کاهش، برای حذف کامل مازاد تولید، به شکل موثر اجزا شود. این وضعیت، قیمت نفت را به سمت اولین کاهش سالانه خود از سال ۲۰۲۰ کشاند و انتظاراتی که برای قیمت‌های بالاتر به دلیل بهبود تقاضا پس از پاندمی کووید وجود داشت را از بین برد.
عامل دیگری که اوضاع را پیچیده‌تر کرد، این بود که سفته‌بازان کنترل‌شان بر بازار را تشدید کرده و به نوسانات قیمت‌ها دامن زدند. «رور وودز»، مدیر ارشد سرمایه‌گذاری صندوق کالاهای «پورترن تریز کپیتال» در این باره گفت: با نگاهی به آینده، پیش‌بینی وضعی فراتر از مدت سه ماهه، به نظر من بسیار دشوار است. امسال، سال سخت و دشواری پیش رو است. نفت برای حمایت، به شدت به اوپک و متحدانش متکی است و فروپاشی توافق اخیر این گروه برای محدودکردن عرضه می‌تواند باعث سقوط قیمت‌ها شود.
محدودیت اضافی عرضه به میزان ۹۰۰ هزار بشکه در روز که اوپک پلاس چند هفته پیش درخصوص آن توافق کرد، برای تحلیلگران و معامله‌گرانی که سعی در محاسبه توازن عرضه و تقاضای جهانی دارند، مسئله مورد بحث است. معامله‌گران در این اندیشه هستند که آیا این گروه به اندازه کافی، کاهش تولید را برای مهار مازاد عرضه پیش‌بینی شده، انجام خواهد داد. در آمریکا، تولید هفتگی نفت در ماه میلادی گذشته، به رکورد ۱۳،۳ میلیون بشکه در روز رسید. شرکت‌های حفاری نفت از منطقه پرمین در غرب تگزاس تا بیکن شیل در داکوتای شمالی، تولید نفت را بسیار فراتر از آنچه که تحلیلگران پیش‌بینی می‌کردند، افزایش دادند. طبق گزارش اداره اطلاعات انرژی آمریکا، انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۴، تولید به بالاترین حد خود برسد. برزیل و گویان هم قرار است عرضه خود را به میزان قابل توجهی افزایش دهند و به موج تولید جدید نفت در قاره آمریکا کمک کنند. طبق جدیدترین گزارش ماهانه بازار نفت آژانس بین‌المللی انرژی، در بحث تقاضا، رشد مصرف جهانی با ضعیف شدن فعالیت اقتصادی، کند خواهد شد. این گروه پیش‌بینی می‌کند که تقاضا در سال میلادی جاری، به میزان ۱.۱ میلیون بشکه در روز افزایش خواهد یافت.



محمول نهایی در انبار یا کارهای در حال تکمیل (۴۹،۵۴) کمترین میزان پنج ماهه اخیر از مردادماه را به ثبت رسانده است.
از جمله مشکلاتی که فعالان اقتصادی در آذرماه داشته‌اند، پروسه طولانی تخصیص ارز و مجوزهاست که باعث کمبود مواد اولیه و به تبع آن، کمبود تولید و در نتیجه تعدیل نیروی کار شده است.
بورو کراسی اداری زیاد و وضع قوانین لحظه‌ای از وزارت اقتصاد و وزارت صمت و گمرک، شرکت‌های تولیدی را متضرر کرده است. با توجه به کاهش شدید قدرت خریدفروش داخلی و از آنجا که قوانین نحوه تعهد ارزی نیز منجر به کاهش صادرات شده، بازنگری در قوانین تعهد ارزی بخش خصوصی به‌منظور توسعه صادرات شرکت‌ها ضرورت دارد.
نقدینگی شرکت‌ها بسیار پایین است و قدرت خرید مشتریان نیز به‌شدت کاهش یافته، در شرایطی که مواد اولیه وارداتی است و تخصیص ارز وجود ندارد. از سوی دیگر عدم ارائه تسهیلات سرمایه در گردش از سوی بانک‌ها در تشدید شرایط رکودی تأثیر داشته و بسیاری از خطوط تولید تعطیل هستند.

افت اختلالات در ماه آینده

شاخص مدیران خرید صنعت در آذرماه با ثبت عدد ۴۸،۶۱، کمترین مقدار چهار ماه اخیر از شهریورماه را ثبت کرده است.
شاخص گروه صنایع در بیشتر رشته فعالیت‌ها با کاهش همراه است و همچنان رکود در تقاضای اکثر فعالیت‌ها وجود دارد. در میان مؤلفه‌های اصلی، شاخص موجودی مواد اولیه بیشترین کاهش را تجربه کرد.
شاخص مقدار تولید در آذرماه (۴۶،۶۶) کمترین میزان چهار ماهه از شهریور را به ثبت رساند و کاهش سفارشات از یک‌سوی و کمبود نقدینگی، عدم تخصیص ارز و تسهیلات سرمایه در گردش بانک‌ها از سوی دیگر باعث شده تا بسیاری از شرکت‌ها، خود فعالیت کنند. در آذرماه تقاضا مجدداً عقب‌نشینی کرده و شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان در این ماه با مقدار ۴۷،۲۳، به کمترین میزان چهار ماهه از شهریور رسیده است.
فشارهای تورمی و کاهش قدرت خرید مشتریان، باعث تضعیف تقاضای مشتریان طی ماه‌های گذشته شده، به‌طوری که چشم‌انداز، تقاضا طی ماه آتی برای شرکت‌ها نامشخص است.
تولیدکنندگان برای ششمین ماه متوالی همچنان در تأمین مواد اولیه موردنیاز خود با کمبود روبه‌رو هستند، در آذرماه شاخص موجودی مواد اولیه خریداری‌شده (۴۵،۷۳) به کمترین میزان ۱۰ ماهه از اسفند سال گذشته رسیده است.
تداوم مشکل عدم تخصیص ارز و عدم پرداخت تسهیلات و تأمین مالی از سوی بانک‌ها نیز باعث شده تا شرکت‌ها در تأمین مواد اولیه موردنیاز خود به‌شدت با مشکل کمبود نقدینگی روبه‌رو باشند.
انتظارات نسبت به فعالیت‌ها در ماه آتی با مقدار ۶۰،۸۴ کمترین مقدار پنج ماه اخیر را تجربه کرده است. اگرچه شرکت‌ها همچنان انتظارات خوش‌بینانه‌ای برای ماه آینده دارند اما کاهش اعتماد به تقاضای مشتریان و نگرانی‌های در مورد کاهش قدرت خرید مشتریان و عدم اطمینان اقتصادی باعث انتظارات پایین‌تری شده است.

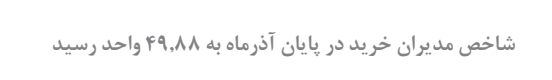


بیشتر شده است. پس از آن به طور کلی روندی نزولی را طی کرده است، به طوری که در بهمن ماه ۱۴۰۱ رشد ماهانه آن به ۰،۲ درصد رسیده است که کمترین سرعت رشد در این مدت محسوب می‌شود. با این حال در هشت ماه گذشته سرعت رشد شبه‌پول افزایش یافته است.
سرعت رشد ماهانه پول در اسفند سال قبل با ۳،۱ واحد درصد افزایش نسبت به بهمن ماه به ۳،۳ درصد رسیده است. روند کلی رشد این متغیر پولی نیز تا مهرماه ۱۴۰۲ صعودی بوده، به طوری که به بیشترین مقدار رشد برابر با ۳،۴ درصد در شهریور رسید. البته در ماه بعد با یک درصد کاهش به ۲،۳ درصد رشد رسید. افزایش سرعت رشد شبه‌پول در ماه‌های اخیر به این معنا است که بانک‌ها پول بیشتری در اختیار داشته‌اند تا از آن نقدینگی خلق کنند. در همین راستا بررسی رشد ماهانه نقدینگی نیز نشان می‌دهد که روند رشد این کل پولی هم‌راستا با روند رشد شبه‌پول بوده است.



براساس گفته‌های مسئولان صندوق توسعه ملی، منابع صندوق حدود ۱۵۰ میلیارد دلار بوده که از ۱۳ سنال گذشته دولت‌ها بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار از صندوق توسعه ملی استقراض کرده‌اند. ۴۰ میلیارد دلار نیز تسهیلات داد شده و این برداشت ایجاد شد که موجودی فعلی آن به ۱۰ میلیارد دلار رسیده است. البته «غضنفری» اعلام کرد که موجودی صندوق توسعه ملی فقط ۱۰ میلیارد دلار نیست؛ زیرا تسهیلاتی که با نرخ تسود پایین پرداخت شده جزو دارایی صندوق توسعه ملی است و بلاعوض نیست؛ حتی برخی منابع برگشته و صندوق توسعه از این منابع برای ارائه وام استفاده کند.

نکته دیگر اینکه به گفته رئیس صندوق توسعه ملی، مسیر تحقق سرمایه‌گذاری این صندوق در صنعت نفت چندان هموار نبوده است؛ زیرا برای اینکه اجازه سرمایه‌گذاری در صنعت نفت را اخذ کنیم ناچار شدیم با اختصاص ۲۰ درصد از صادرات نفت اختصاصی صندوق توسعه ملی به دولت موافقت کنیم.



شاخص مدیران خرید در پایان آذرماه به ۴۹،۸۸ واحد رسید

زنگ خطر تعمیق رکود



نیز نشان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. در این راستا، چنانچه عدد محاسبه شده زیر ۵۰ باشد، اما از عدد محاسبه شده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بدتر شدن وضعیت کاهش یافته است. در سوی مقابل، چنانچه عدد محاسبه شده بالای ۵۰ باشد، اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کاهش یافته است.
حالا انظور که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از شاخص کل اقتصاد و شاخص بخش صنعت در پایان پاییز ۱۴۰۲ گزارش داده، شاخص کل اقتصاد در آذرماه به رقم ۴۹،۸۸ رسیده است که برای سومین ماه پیاپی روند کاهشی را نشان می‌دهد و کمترین مقدار ۱۱ ماه اخیر از بهمن‌ماه (به غیر از فروردین) محسوب می‌شود. در میان مؤلفه‌های اصلی، شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان برای دومین ماه بیشترین کاهش را در مقایسه با سایر مؤلفه‌ها داشته است. از سوی دیگر، شاخص مدیران خرید صنعت در آذرماه با ثبت عدد ۴۸،۶۱، کمترین مقدار چهار ماه اخیر از شهریورماه را به ثبت رسانده است.
شاخص گروه صنایع در بیشتر رشته فعالیت‌ها با کاهش همراه بوده و همچنان رکود در تقاضای اکثر فعالیت‌ها وجود دارد. در میان مؤلفه‌های اصلی، شاخص موجودی مواد اولیه بیشترین کاهش را نشان می‌دهد.

وضعیت پاییزی شاخص اقتصاد

شاخص مدیران خرید برای کل اقتصاد در آذرماه مقدار ۴۹،۸۸ محاسبه شده است که برای سومین ماه پیاپی روند کاهشی داشته و کمترین مقدار یازده ماه اخیر از بهمن‌ماه (به غیر از فروردین) را به ثبت رسانده است.
در میان مؤلفه‌های اصلی، شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان برای دومین ماه بیشترین کاهش را در مقایسه با سایر مؤلفه‌ها داشت. شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌کار (۴۸،۸۳) در مقایسه با ماه قبل (۵۱،۴۳) کاهش داشته و کمترین مقدار ۱۱ ماه اخیر از بهمن‌ماه (به غیر از فروردین) را نشان می‌دهد. کمبود شدید نقدینگی و عدم تخصیص سرمایه در گردش برای تأمین مواد اولیه و لوازم موردنیاز، شرایط ضعیف تقاضای داخل و کاهش فروش خارجی باعث شده تا طرف عرضه یعنی تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات نیز از فعالیت خود بکاهند.
بخش صنعت و ساختمان شاهد کاهش نقدینگی در فعالیت‌ها بوده‌اند. کمبود شدید نقدینگی کسب‌وکارها باعث شده تا شاخص موجودی مواد اولیه در آذرماه (۴۸،۶۴) در مقایسه با ماه قبل (۵۲،۱۹) کاهش داشته است.
عدم تخصیص ارز و تسهیلات بانکی از یک‌سو، عدم پرداخت مطالبات شرکت‌ها از سوی بخش دولتی و عدم وصول چک‌های مشتریان باعث شده تا شرکت‌ها در تأمین مالی تهیه برای مواد اولیه موردنیاز مشکل داشته باشند.
علی‌رغم کاهش تقاضا، به دلیل کمبود موجودی مواد اولیه به‌خصوص در بخش صنعت، فعالیت کسب‌وکارها کاهش داشته و شرکت‌ها برای تأمین تقاضای هرچند اندک مشتریان از موجودی انبار استفاده کرده‌اند به‌طوری که موجودی



رشد شبه پول در ۲ سال گذشته

براساس این گزارش، نقدینگی پولی است که توسط بانک‌ها خلق می‌شود. این متغیر پولی از دو جزء پول و شبه‌پول تشکیل می‌شود. پول مجموع سسکه و اسکناس و سپرده‌های جاری بخش خصوصی است و شبه‌پول مجموع سپرده‌های بلندمدت و پس‌انداز، بنابراین شبه‌پول نسبت به پول درجه نقدینگی پایین‌تری دارد، یعنی مثل پول در لحظه نمی‌تواند برای پرداخت استفاده شود، با این حال بهره به آن تعلق می‌گیرد. بانک‌ها از این تسهیلات با هدف بلندمدت برای اعطای وام و تسهیلات استفاده می‌کنند و از این شیوه از آنها نقدینگی بیشتری خلق می‌شود. خلق نقدینگی نیز در ادبیات اقتصادی عامل رشد تورم است. با این حال باید توجه کرد که شبه‌پول سهم کمتری در خلق تورم نسبت به پول دارد، زیرا درجه نقدینگی آن کمتر است.

بررسی رشد ماهانه شبه‌پول نشان می‌دهد که در آغاز سال ۱۴۰۰ حجم این متغیر پولی نسبت به آخرین ماه از سال ۱۳۹۹ به میزان ۱،۲ درصد



مناقشه بدهی ۱۰۰ میلیارد دلاری

دارد که در حوزه اکتشاف، توسعه، استخراج، تولید و فروش نفت و گاز، با اولویت میدانی مشترک و جدید، سرمایه‌گذاری کند. دولت این اجازه را از مجلس اخذ کرده است تا بتواند بدهی خود به صندوق توسعه ملی را تسویه کند. موضوع تسویه بدهی با صندوق توسعه ملی که از آن به عنوان ذخیره‌ای برای روز مبادای کشور یاد می‌شود، برای اولین بار به طور جدی توسط دولت سیزدهم مطرح شده است؛ زیرا به گفته «خاندوزی»، در برنامه‌های پیشین توسعه چنین ردیایی وجود نداشت که دولت برای بدهی خود به صندوق توسعه ملی تدبیری بیندیشد. هنوز مسئولان صندوق توسعه ملی نسبت به تکذیب طلب ۱۰۰ میلیارد دلاری‌شان از سوی سخنگوی دولت واکنشی نشان نداده‌اند اما مدتی قبل، «همه‌ی غضنفری»، رئیس صندوق توسعه ملی گفت که صندوق از طلب ۱۰۰ میلیارد دلاری خود دست کشیده است و پس از آزمایش سه راه‌آحل برای وصول آن سرانجام در ماه‌های اخیر تصمیم گرفته است برای وصول این مبلغ در صنعت نفت سرمایه‌گذاری کند.

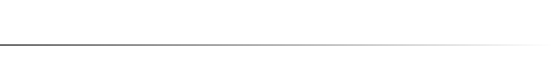


فرصت امروز: شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران در پایان آذرماه به رقم ۴۹،۸۸ واحد رسید و زنگ خطر تعمیق رکود و کسادی تولید را به صدا درآورد. آخرین وضعیت شاخص اقتصاد در آذرماه ۱۴۰۲، از سقوط این شاخص به مرز کمتر از ۵۰ و ورود اقتصاد به منطقه رکود و انقباض حکایت دارد.
شاخص مدیران خرید (PMI) که در ایران با عنوان شاخص منتشر می‌شود، در آذرماه امسال به کمترین مقدار ۱۱ ماهه (بدون احتساب فروردین) رسید و با سقوط به زیر عدد ۵۰، زنگ خطر تعمیق رکود و تضعیف و کسادی تولید را به صدا درآورد.
روند شاخص کل اقتصاد و همچنین شاخص صنعت در آذرماه نشان می‌دهد که وضعیت فعالیت‌های اقتصادی در این ماه به‌طور محسوس تضعیف شده و تداوم این وضعیت می‌تواند رشد اقتصادی در نیمه دوم سال ۱۴۰۲ را به‌طور قابل توجهی کاهش دهد. یافته‌های مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش شاخص آذرماه حاکی از آن است که کسب‌وکارها همچنان با کمبود شدید نقدینگی و سرمایه در گردش مواجه هستند و این عامل در کنار عدم تخصیص ارز و مشکل تأمین مواد اولیه باعث شده تا برخی از شرکت‌ها با تعطیل شدن خطوط تولید نیز مواجه باشند.
همچنین قوانین غیرکارشاسانه نیز ادامه کاهش فروش خارجی را به دنبال داشته، ضمن اینکه در ماه‌های اخیر، بسیاری از شرکت‌ها با کمبود شدید نیروی کار و عدم تمایل نیروی انسانی به کار روبه‌رو هستند.

از میان شاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشر می‌شوند، شاخص مدیران خرید (Purchasing Manager’s Index) از جمله مهمترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار دارد و در حال حاضر برای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در فارسی به اختصار «شاخص» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران ماموریت محاسبه و انتشار آن را به عهده دارد.

شاخص چگونه محاسبه می‌شود؟

شاخص مدیران خرید یا همان شاخص براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و تصویر جامع و ملموسی از شرایط اقتصاد کلان به ویژه وضعیت رونق و رکود در بخش‌های صنعت و خدمات ارائه می‌دهد. در طرح شاخص از پاسخ دهندگان خواسته می‌شود به ۱۲ پرسش مطرح شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است) پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییر عدد ۵۰ و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عده همان گزینه، میان عدد شاخص در آن پرسش است. در نهایت، معیار سنجش این شاخص عددی بین صفر تا صد است. عدد صفر و صد به ترتیب به معنای آن است که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه «بدتر شده است» و «بهتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰



سرعت ماهانه رشد شبه‌پول در مهرماه امسال به ۲،۳ درصد رسید. بررسی روند رشد این متغیر پولی نشان می‌دهد که از ابتدای سال ۱۴۰۰ تا بهمن ماه ۱۴۰۱، سرعت رشد آن رو به کاهش بوده و پس از آن به طور کلی روندی صعودی داشته است. به گزارش «کو ایران»، روند رشد ماهانه شبه‌پول که یکی از اجزای نقدینگی است در ماه‌های اخیر با استفاده از آمار بانک مرکزی قابل بررسی است. شبه‌پول همان پولی است که در سپرده‌های بلندمدت و پس‌انداز بانک‌ها ذخیره می‌شود. حجم این متغیر پولی در مهرماه امسال به ۵ هزار و ۴۳۲ هزار میلیارد تومان رسیده که ۷۵،۶ درصد از کل نقدینگی را تشکیل داده است. بررسی روند رشد ماهانه شبه‌پول از ابتدای سال ۱۴۰۰ تاکنون نشان می‌دهد سرعت رشد این متغیر پولی در مهرماه ۱۴۰۲ به ۲،۳ درصد رسیده که نسبت به شهریورماه اندکی از آن کاسته شده است. در این گزارش روند رشد ماهانه شبه‌پول از فروردین ماه ۱۴۰۰ در دو بازه بررسی شده است.



برخلاف نظر مسئولان صندوق توسعه ملی، سخنگوی دولت معتقد است که میزان بدهی‌اش به صندوق توسعه ملی ۱۰۰ میلیارد دلار نیست و هیأت نظارت صندوق باید مشخص کند که چه میزان از این بدهی‌ها حسابرسی شده و چه میزان حسابرسی نشده است. به گزارش «پسنا»، مسئولان صندوق توسعه ملی بارها از طلب ۱۰۰ میلیارد دلاری خود از دولت‌ها سخن گفته و اعلام کرده‌اند که این مبلغ از سال ۱۳۸۹ در دولت‌های مختلف اتباشت شده است. روز یکشنبه اما سخنگوی دولت گفت که عدد ۱۰۰ میلیارد دلار مورد تایید دولت نیست؛ زیرا هیأتی برای نظارت بر صندوق توسعه ملی تعیین شده است. محاسبه می‌کند چه مقدار از بدهی‌ها به صندوق توسعه، قانونی و حسابرسی شده است و چه میزان حسابرسی شده نیست. «سیداحسان خاندوزی»، سخنگوی اقتصادی دولت البته اصل بدهی را تکذیب نکرد. برای تسویه این طلب نیز در برنامه هفتم توسعه چاره‌اندیشی شده است.

طبق بند «ب» ماده ۳ برنامه هفتم توسعه، صندوق توسعه ملی اجازه

خبرنامه

گزارش تازه فائو نشان می‌دهد

افت قیمت غذا در ۲۰۲۳

سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد گزارش داد که روند قیمت جهانی مواد غذایی در سال اخیر کاهش یافته است. سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد با همان فائو اعلام کرد که قیمت جهانی کالاهای غذایی مانند غلات و روغن نباتی در سال گذشته نسبت به بالاترین رقم خود در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است. شاخص قیمت مواد غذایی فائو، که تغییرات ماهانه قیمت‌های بین‌المللی کالاهای غذایی رایج را دنبال می‌کند، در سال گذشته ۱۳٫۷ درصد کمتر از میانگین سال ۲۰۲۲ بود، یعنی زمانی که جنگ روسیه در اوکراین، خشکسالی و عوامل دیگر به تشدید گرستگی در سراسر جهان کمک کرد، اما معیارهای قیمت شکر و برنج این شاخص در آن زمان افزایش یافته است. در ماه گذشته این شاخص در مقایسه با دسامبر ۲۰۲۲ حدود ۱۰ درصد کاهش یافت. کاهش قیمت کالاهای غذایی در سال ۲۰۲۳ با وجود چالش‌هایی رخ داده است که امنیت غذایی در سراسر جهان تجربه کرد. اثرات آبوهوایی مانند آب‌وهوای خشک، سیل و پدیده طبیعی ال‌نینو، همسراه با پیامدهای درگیری‌هایی مانند جنگ در اوکراین، ممنوعیت تجارت مواد غذایی که بر تورم مواد غذایی افزوده است و ارزهای ضعیف‌تر، به‌ویژه به کشورهای درحال توسعه آسیب رسانده است.

درحالی‌که قیمت کالاهای غذایی مانند غلات نسبت به افزایش شدید سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است، اثرات این کاهش اغلب به دنیای واقعی مغازه‌داران، فروشندگان خیابانی و خانواده‌هایی که تلاش می‌کنند مخارج زندگی خود را تأمین کنند، نمی‌رسد. به گفته یکی دیگر از ازانس‌های سازمان ملل، برنامه جهانی غذا، بیش از ۲۰۲۳ میلیون نفر در سال ۲۰۲۳ با سطوح حد نامنی غذایی مواجه بودند. به‌ویژه برنج و شکر در سال گذشته به دلیل تأثیرات آب‌وهوایی در مناطق در حال رشد آسیا مشکل‌ساز بودند و قیمت‌ها در واکنش به آن به‌ویژه در کشورهای آفریقایی افزایش یافته است. به‌استثنای برنج، شاخص غلات فائو در سال گذشته ۱۵٫۴ درصد کمتر از میانگین سال ۲۰۲۲ بود که نشان‌دهنده عرضه مناسب در بازارهای جهانی است. این در حالی است که روسیه از توافقی که در زمان جنگ اجاره می‌داد غلات از اوکراین به کشورهای آفریقا، خاورمیانه و آسیا ارسال شود، خارج شد. به گفته تحلیلگران، کشورهای خریدار گندم برای تأمین گندم خود به دیگر مناطق، به‌ویژه روسیه رو آورده‌اند و این کالا را با قیمت‌های پایین‌تر از قبل از شروع جنگ خریداری می‌کنند. شاخص برنج فائو در سال گذشته به دلیل محدودیت‌های صادراتی هند بر روی برخی از انواع برنج و نگرانی‌ها در مورد تأثیر آل‌نینو بر تولید برنج، ۲۱ درصد افزایش یافت. این به معنای قیمت‌های بالاتر برای خانواده‌های کهرآمد، از جمله مکان‌هایی مانند سنگال و کنیا است. به‌طور مشابه، شاخص شکر آژانس در سال گذشته به بالاترین سطح خود از سال ۲۰۱۱ رسید. است و از سال ۲۰۲۲، به دلیل نگرانی در مورد عرضه کم، ۲۶٫۷ درصد افزایش یافته است. این امر به دنبال آب‌وهوای خشک غیرمعمولی بود که به برداشت محصول در هند و تایلند، دومین و سومین صادرکننده بزرگ جهان، آسیب رساند. بااین‌حال، شاخص شکر در آخرین ماه سال ۲۰۲۳ بهبود یافت و به دلیل عرضه قوی برزیل، بزرگ‌ترین صادرکننده شکر و کاهش مصرف هند برای تولید اتانول، به پایین‌ترین حد در ۹ ماه گذشته رسید. به گفته فائو، در همین حال، قیمت گوشت، لبنیات و روغن نباتی نسبت به سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است؛ زیرا روغن نباتی، کالای صادراتی منطقه دریای سیاه که پس از حمله روسیه به اوکراین شاهد افزایش شدید تقاضا بود، با بهبود عرضه جهانی به پایین‌ترین حد خود در سه سال اخیر رسید.

وابستگی روزافزون مسکو به کالاهای چینی

آینده بازار روسیه در اختیار چین است

جنگ روسیه و اوکراین سبب شده تا تجارت این کشور با آمریکا، ۷۰درصد کمتر شود و مسکو، بازار انرژی خود را در اروپا از دست دهد. وابستگی روسیه به کالای چینی نیز در حال افزایش است و این مسئله آینده اقتصاد این کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با گذشته قریب به دو سال از تهاجم روسیه به اوکراین، جهان همچنان متأثر از پیامدهای اقتصادی آن است. مسدودشدن حجم بالایی از دارایی‌های ارزی روسیه، تحریم تجارت کالاهای کلیدی این کشور، عدم دسترسی به سیستم پرداخت بین‌المللی به موزات افزایش فشارهای اتحادیه اروپا برای جلوگیری از دور زدن تحریم‌ها، سبب شده تا علاوه بر کاهش ۷۰ درصدی تجارت با آمریکا، وابستگی روزافزونی هم به کالاهای چینی ایجاد شود که یقیناً آینده اقتصاد روسیه را به شدت تحت تأثیر قرار خواهد داد.

چین هم با افزایش ۶۰ درصدی سهمیه بخش خصوصی از واردات نفت، فرصت مغتنمی برای صادرکنندگان نفت متحد با خود، از جمله روسیه و ایران برای فروش نفت به این کشور فراهم آورده است. از سوی دیگر هند پس از اراره مجوز تجارت با ارز ملی خود (روپیه) با ۱۸ کشور به برخی از بانک‌ها، در تلاش است تا دالر را از تجارت نفت حذف کرده و تنسویه‌های تجاری با بزرگ‌ترین صادرکنندگان، از جمله امارات و عربستان را با روپیه انجام دهد. اروپا هم علیرغم توقف واردات گاز از روسیه، حجم گاز مایع وارداتی خود را از آمریکا افزایش داده؛ موضوعی که به عقیده کارشناسان، در کنار بازگشایی مجدد یکی از کل‌خانجات گاز مایع در تگزاس، سبب شده تا آمریکا در سال ۲۰۲۳ عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده گاز طبیعی جهان را به خود اختصاص دهد.

در سطح منطقه خاورمیانه و در ادامه برنامه‌های اصلاحی، عربستان سعودی به موزات انجام مذاکراتی در باب تقویت مرادوات حمل و نقل زمینی با اردن، به دنبال ارتقای همکاری‌های تجاری و اقتصادی با این کشور است. همچنین توافق‌نامه‌ای را با مصر و در باب احداث یک کارخانه تولید آمونیاک سبزر در منطقه اقتصادی کانال سوئز امضا کرده تا جای پای خود را در بازار هیبروزن سبزر که در آینده تقاضای بالایی را به خود جلب خواهد کرد، محکم کرده باشد. در این سئو، ترکیه که به دنبال جذب سرمایه‌گذاری خارجی با هدف کاهش تورم و مقابله با بحران اقتصادی است، در خلال انعقاد توافق‌نامه‌های متعدد با کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، امضای قراردادی را مبنی بر خرید بخشی از سهام بندر ازمیر با امارات متحده عربی در دست انجام دارد. متعهد شدن به افزایش حجم تجارت دو طرفه با اندرپاچان و امضای قراردادی با عراق مبنی بر تأمین مالی تجارت خارجی با ارزهای ملی نیز از جمله اقدامات مثبت ترکیه در همین راستا است.

در هفتاد و نهمین گزارش از سلسله گزارش‌های «پایش تحولات تجارت جهانی»، مجموعه‌ای از تحولات اخیر در دو لایه جهانی و منطقه‌ای محیط ژئواکونومیک ایران ارائه‌شده و آخرین روندها و پیش‌بینی‌های اقتصادی تهیه‌شده توسط بزرگ‌ترین نهادهای اقتصادی بین‌المللی، در قالب داده‌های تازه‌مورد واکاوی قرار گرفته‌اند. در این مطالعه و در بخش پژوهش‌های جهانی و در مورد آخرین وضعیت اقتصادی چین منتشر شده، گزارشی که توسط بانک نسیی آمریکا شنکندهای است که با رکود طولانی مدت و کاهش سرمایه‌گذاری در بازار املاک و مستغلات و کاهش تجارت خارجی چین در تقابل است، آنگتساد نیز ایجاد یک پنجره واحد الکترونیکی برای تجارت را به همراه تمامی الزامات مرتب‌تر بر آن، به منظور تسهیل و توسعه تجارت، در قالب یک گزارش توصیه نموده است. آژانس بین‌المللی انرژی‌های تجدیدپذیر و سازمان تجارت جهانی نیز طی یک پروژه مشترک، نقش هیبروزن سبزر در انتقال جهانی به اقتصاد کم‌کربن را تبیین کرده‌اند. نهایتاً بانک توسعه آسیایی در جدیدترین به‌روزرسانی گزارش مربوط به چشم‌انداز توسعه آسیا، انعقادپذیری این منطقه را در مواجهه با چالش‌های اقتصاد جهانی پیش‌بینی کرده است. گنتنی است مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در حرکتی منسجم و کارشناسانه، تهیه و انتشار سلسله گزارش‌های «پایش تحولات تجارت جهانی» را با هدف بررسی رویدادهای کلیدی در محیط ژئواکونومیک ایران در دستور کار قرار داده است و در این گزارش‌ها مسائل مهم روز از منظر تأثیرگذاری بر دیپلماسی اقتصادی و موقعیت ژئواکونومیک ایران موردبحث و بررسی قرار می‌گیرند.

فرصت امروز: در روزی که نماد خودرو بیشترین اثر را در ریزش شاخص کل داشت، تهران فرمزپوش شد. در معاملات هجدهمین روز دی ماه، شاخص کل بورس تهران با افت ۷۹۹ واحدی نسبت به روز قبل در بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۴۲۰ واحدی در میانه تراز ۷۵۹ هزار واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس اما با رشد ۴ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۲۴۶ واحد رسید. ارزش معاملات بورس و اوراق بهادار تهران با افت ۸۰۰ واحدی نماگر اصلی بازار حوالی ۷۵۰۰ هزار میلیارد تومان قرار گرفته باشد. نمادهای شبندر، شپدیس، شینا و شستران از جمله نمادهایی بودند که بیشترین تاثیر مثبت را روی شاخص کل داشتند. با این وجود، بازار در نیمه دوم معاملات دوشنبه دوام نیاورد و با افت ۸۰۰ واحدی به کار خود پایان داد. گروه خودرویی همچنان صدرنشین ارزش معاملاتی است، اما نسبت به چند روز گذشته خود با کاهش ۵۰ درصدی در ارزش معاملاتی همراه شده است. این گروه در روز گذشته، ارزش معاملاتی در حدود ۳۰۵ میلیارد تومان را به خود گرفت و گروه انبوه‌سازی و مستغلات نیز در رتبه دوم و بالاتر از گروه فلزات اساسی ارزش معاملاتی ۲۴۹ میلیارد تومانی را ثبت کرد.

شاخص کل بورس تهران در نیمه نخست معاملات دوشنبه توانست رشد نسبتاً خوبی را برای خود رقم بزند، اما عرضه در نیمه دوم بازار اجازه ادامه صعود را نداد تا رخ شاخص کل مثبت شود. از همین رو شاخص کل با افت ۸۰۰ واحدی همچنان در حال درجا زدن در میانه کانال ۲٫۱ میلیون واحد است. از منظر تکنیکالی همچنان مفروضات قبلی پابرجاست و شاخص کل با اتفاقات خاصی همراه نشده است.

ماندگار در نیمه کانال ۲٫۱ میلیونی

شاخص کل بورس نوسان اندکی را پشت سر گذاشت تا همچنان در نیمه کانال ۲٫۱ میلیونی ماندگار باشد. در پایان معاملات دوشنبه ۱۸ دی ماه، شاخص کل بورس تهران ۷۹۹ واحد نسبتب به روز گذشته پایین‌تر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۱۵۳ هزار و ۹۷۵ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۲۲۰ واحد کاهش در رقم ۷۵۹ هزار و ۶۰۳ واحد ایستاد.

شاخص کل بورس تهران همچنان در نیمه کانال ۲٫۱ میلیونی باقی ماند

ریزش بورس سوار بر خودرو



شاخص کل فرابورس هم با رشد ۴ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۲۴۶ واحد رسید. روند خروج سرمایه حقیقی از بورس به هفتمین روز متوالی رسید و ۵۱ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد وسالت بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۱۷ میلیارد تومان بود. پس از وسالت، نمادهای خودرو، ذوب، غاذر و شگستر بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای نخرس، دی، کرومیت، شپدیس و شستران تعلق داشت. خودرو، کگل و کل داشتند. نمادهای شبندر، شپدیس و شینا از نمادهای سبز بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای انتخاب، مادیرا و پارتا بیشترین اثر افزایشی و نمادهای خاور، وسپهر و دماوند بیشترین اثر کاهش را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد داتام بیشترین تراکنش را داشت و خودرو و شاهد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نخرس، کرومیت و کمرجان بیشترین تراکنش را داشتند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۲۸۰ هزار و ۳۵۰ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۷۲ هزار و ۳۹۰ میلیارد خاصی مفروضات قبلی با پر جاست و شاخص کل با اتفاقات خاصی همراه نشده است.

در این میان، رکورد تاریخی حجم معاملات سلالانه بازار فیزیکی بورس کالا که به معامله ۱۱۷ میلیون و ۷۲۲ هزار تن کالا در سال ۱۴۰۱ اختصاص داشت از ابتدای اسمال تا ۱۵ دی ماه شکسته شد تا مبادله ۱۱۷ میلیون و ۸۳۴ هزار تن محصول زپر شتاف بازار سرمایه ثبت شود و تأمین مواد اولیه تولید نیز به شیوه‌ای مطلوب جریان یابد. از ابتدای سال ۱۴۰۲ تا پایان ۱۵ دی ماه در مجموع ۱۱۷ میلیون و ۸۳۴ هزار و ۳۶۵ تن انواع کالا در بازار فیزیکی بورس کالا معامله شد. این در حالی است که حجم معاملات بازار فیزیکی بورس کالا در پایان ۱۲ ماه سال گذشته، ۱۱۷ میلیون و ۷۲۲ هزار و ۴۱۵ تن محصول بود. همچنین ارزش معاملات بازار فیزیکی بورس کالا از ابتدای سال تا ۱۵ دی ماه به ۱۱۳۱ هزار میلیارد تومان رسید تا حجم و ارزش معاملات بازار فیزیکی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ترتیب با رشد ۲۹ درصدی و ۶۸ درصدی مواجه شود.

آشتنگی در اردوگاه دموکرات‌ها ادامه دارد

پدیده ترامپیسم در انتخابات ۲۰۲۴

متوجه «ترامپ» شده است، تنها او را قوی‌تر کرده‌اند. با توجه به این شرایط شاید تصور شود که بهترین کار، کناره‌گیری «بایدن» باشد، اما متأسفانه نه تنها این اتفاق بعید است، بلکه وقتی نگاه دقیق‌تری داشته باشیم، مشخص می‌شود که تلاش برای پیدا کردن جایگزین «بایدن» در این مقطع زمانی، قماری نامعقول خواهد بود. شاید اگر امید به حضور چهرهای جوان و توانمند در انتخابات بود، این تلاش ارزشش را داشت، اما اینکه برنده نهایی رقابت‌های درون حزبی، فردی باشد که شانس بالایی در انتخابات نداشته باشد نیز بسیار محتمل است.

بنابراین بهتر است که دموکرات‌ها بر پیروزی مجدد «بایدن» تمرکز کنند. بسیار مهم است که دموکرات‌ها، جان تزاره‌ای به کمین انتخاباتی خود بچسبند و تلاش کنند طرفداران خود را به هیجان بیاورند. آنها می‌توانند به این منظور به اتفاقات مثبتی همچون افزایش احتمال «فرد نرم» اقتصاد آمریکا (کاهش تورم بدون وقوع رکود) و رشد واقعی دستمزد و سطح اشتغال تکیه کنند. «بایدن» کشتگر خوبی در مبارزات انتخاباتی نیست و به شخصی نیاز دارد که بتواند با مردم صحبت کند و از طرفی از در برنامه‌های تلویزیونی شرکت کند. این شخص قطعاً معاون بایدن نیست. «کاملا هریس» نشان داده است که سخنران ماهری نیست و کمین انتخاباتی او در سال ۲۰۲۰ نیز بسیار ضعیف بود. «بایدن» به کمک ارتش دموکرات‌های پرسشوری نیاز دارد که در کنار او مبارزه کنند ولی در حال حاضر، او و حزیبش با بی‌توجهی به سمت فاجعه کام برمی‌دارند.

براساس این گزارش، آمریکایی‌ها در سال ۲۰۲۴ مشخص می‌کنند که هنوز دل‌شان با «دونالد ترامپ» است یا همچنان «جو بایدن» را قبول دارند؟! انتظار می‌رود در سال جدید میلادی دوباره شاهد مسائل و رویدادهایی باشیم که تاکنون رخ نداده است. جمهوری‌خواهان سال‌هاست که تحت نفوذ «دونالد ترامپ» قرار گرفته‌اند و در نتیجه احتمالاً در ماه‌های پیش رو دوباره نشان می‌دهند که هنوز این شخص را قبول دارند. به این ترتیب احتمالاً در ماه‌های پیش رو شاهد رویارویی و تقابل چهره‌هایی هستیم که در سال ۲۰۲۰ هم مقابل هم قرار گرفته بودند. در این سال وقتی نتیجه انتخابات روشن شد، «ترامپ» دست به شورش زد و ادعا کرد که تقلب شده است. این مسئله باعث شد تا پای این چهره سیاسی جنجالی به دادگاه‌های آمریکا باز شود. پس از ماجرای دادگاهی شدن «ترامپ»، بسیاری تصور می‌کردند که دست او برای همیشه از انتخابات کوتاه شده است اما براساس قوانین موجود در آمریکا، او همچنان می‌تواند نامزد ریاست‌جمهوری شود و حتی از پشت میله‌های زندان، رئیس‌جمهوری این کشور باشد. انتظار می‌رود «ترامپ» در کارزارهای انتخاباتی خود به ماجرای دادگاهی شدن در قالب تئوری‌های توطئه اشاره کند. او با این ترغند از رأی‌دهندگان خواهد خواست که برای دفاع از مواضعش، پای صندوق‌های رأی بایند و به او رأی دهند.

در سال ۲۰۲۴ همچنین بسیاری از کشورها انتخابات ریاست‌جمهوری برگزار می‌کنند، اما انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا در سطح دیگری از اهمیت قرار دارد. نتایج این انتخابات نشان می‌دهد که آیا آمریکایی‌ها هنوز به دموکراسی باور دارند، یا اینکه می‌خواهند شرایط جدیدی را برای خود رقم بزنند. چشم‌انداز سیاسی جهان کاملاً تحت تأثیر این انتخابات خواهد بود و هر لحظه امکان دارد فرآیند آن از اساس تغییر کند. دنیا با علقه تمام‌نظاره‌گر انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا است تا ببیند شرایط به چه صورت پیش خواهد رفت و چه کسی زمام امور سیاسی در کاخ سفید را به دست خواهد گرفت.

آشنایی با نسل جدید مشاغل مدیریتی

مدیر محتوا (Content Manager) کیست و چه وظایفی دارد؟



نویسنده: علی آل علی

تولید محتوای آنلاین چند سالی هست تبدیل به یکی از معیارهای کلیدی برای قضاوت درباره برندها شده است. کسب و کارهایی که خودشان را یک سر و گردن بالاتر از رقبا می‌دانند، همیشه به اوضاعشان در شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌های پر و پیمان افتخار می‌کنند. از آن طرف مشتریان هم اول از همه سراغ برندهایی می‌روند که در حوزه تولید محتوا دستی بر آتش داشته باشند. اینطور حداقل خیال آدم راحت است که سر و کارش با برندی مدرن است؛ نه یک نمونه از مد افتاده!

اگر قبلا یک یا دو تا بازارباب به تنهایی کار تولید محتوا و تعامل با مشتریان را برعهده داشتند، حالا دیگر ماجرا کاملا فرق کرده است. هرچه باشد ما در دنیای زندگی می‌کنیم که زیر و بمش کاملا تخصصی شده و جای برای انجام چند کار کنار هم نیست. حالا به این مسئله انتظارات بالای مشتریان از برندها در زمینه تولید محتوا را هم اضافه کنید. آن وقت یک چالش تمام عیار جلوی روی‌تان خواهد بود. البته مگر اینکه یک مدیر محتوای کاردرست در کنار تیم‌تان داشته باشید. ماجرا انطور که فکر می‌کردید پیش نرفت، نه؟

مدیر محتوا (همان Content Manager) از آن دسته شغل‌هایی است که تا یک دهه قبل حتی وجود هم نداشت. اگرچه این روزها بازاریابی دیجیتال حسابی طرفدار دارد اما هنوز هم هستند کارآفرینی که اسم مدیر محتوا هم به گوش‌شان نخورده باشد. به همین خاطر ما در این مقاله سراغ شغل مدیر محتوا رفته‌ایم تا یکبار برای همیشه شما را با آن آشنا کنیم. البته کار ما به یک تعریف ساده خلاصه نمی‌شود. در عوض مهمترین وظایف یک مدیر محتوای کاردرست را نیز به اتفاق شما بررسی خواهیم کرد. اگر شما هم دوست دارید با حوزه کاری جدید در دنیای کسب و کار آشنا شوید، هرگز این مقاله را از دست ندهید.

مدیر محتوا چه کاری انجام می‌دهد؟

این روزها تب تولید محتوا حسابی داغ شده و کلی مقاله درباره مدیران محتوا در گوگل به چشم می‌خورد. شاید پیش خودتان فکر کنید با این حساب یادگیری مدیریت محتوا کار چندان سختی نخواهد بود. در این صورت باید بگوییم خیلی خوش خیال هستید؛ چراکه اغلب محتوای مربوط به این حوزه فقط یکسری نکات کلیشه‌ای را سرهم کرده و دست آخر بدون هیچ تعریف دقیقی از یک مدیر محتوای درست و حسابی شما را سرگردان می‌کنند. اینطور وقت‌ها آدم بیشتر از اینکه نکاتی کلیدی دستگیرش شود، احساسی شبیه به ایس در سرزمین عجایب خواهد داشت.

ما برای اینکه بیشتر از این شما را گیج نکنیم، کارمان را با یک تعریف دقیق از مدیر محتوا شروع کرده‌ایم. مدیر محتوا در وهله اول کسی است که سال‌های سال در زمینه تولید محتوا کار کرده و انواع استراتژی‌های این حوزه را مثل کف دست بلد است. البته این تمام پیش‌نیازهای یک مدیر محتوای خوب نیست؛ چراکه قهرمان قصه‌مان باید نظارت بر کار تیم بازاریابی و اصلاح اشتباهات رایج در این حوزه را نیز یاد گرفته باشد. پس تا اینجا کار ما با یک بازاریاب حرفه‌ای رو به رو هستیم که علاوه بر چند سال تجربه کار دارای مهارت ویرایش محتوا هم هست. حالا می‌توانیم به مهمترین وظیفه مدیر محتوا یعنی طراحی استراتژی محتوا بپردازیم. این روزها تولید محتوا کار ساده‌ای نیست. علاوه بر یک ایده درجه یک باید از بین فرمت‌های مختلف، الگوهای گوناگون و همچنین روش‌های پروموت کردن محتوا دستت به انتخاب بزینم. این کار معمولا در حیطه وظایف یک مدیر محتوا قرار می‌گیرد. از آنجایی که او تجربه و مهارت لازم در زمینه کار با الگوهای مختلف را دارد، طراحی مسیر تا پیز استراتژی محتوا راست کارش خواهد بود. اگر شما هم تا حالا عملکرد عالی برندهای بزرگ در زمینه تولید محتوا را با تعجب نگاه می‌کردید، حالا دیگر می‌توانید همه چیز زیر سر مدیران محتواست؛ نه کسی دیگر!

وظایف اصلی مدیر محتوا: به وقت آشنایی دقیق با شغلی دوست‌داشتنی

اگر همین حالا از مردم دنیا درباره شغل مدیریت سوال کنید، کمتر کسی است که دستت رد به آن بزند. شاید فکر کنید این نکته شجاعت مردم در امتحان موقعیت‌های کاری متفاوت را نشان می‌دهد، اما اصل ماجرا طور دیگری است. باور کنید یا نه، برای اغلب مردم دنیا مدیریت به معنای پشت میز نشینی و مسئولیت‌های بی‌نهایت اندک است. درست به همین خاطر همه آرزوی مدیر شدن، بدون حتی یک روز تلاش برای

یادگیری مهارت‌های مورد نیاز را دارند؛ همین قدر عجیب و باورنکردنی.

ما در این بخش قصد داریم وظایف اصلی یک مدیر محتوا را زیر ذره بین ببریم. اینطور شما با آگاهی دقیق از وظایف مدیریتی وارد این حوزه شده و بی‌گدار به آب نخواهید زد. یادتان باشد اگر بازاریاب خوبی هستید، دلیل نمی‌شود حتما مدیر محتوای کاربلدی هم از آب دربیاید. پس تا آخر این بخش با ما همراه باشید تا اطلاعات‌تان درباره مدیریت محتوا بیشتر شود. آن وقت می‌توانید با چشم‌هایی باز درباره آینده کاری‌تان تصمیم بگیرید.

همکاری نزدیک با تیم فروش، هیأت مدیره و بازاریابی
یک سرمربی فوتبال را در نظر بگیرید که تازه اولین روزش در تیم جدید را شروع کرده است. احتمالا اگر پای قراردادی بزرگ وسط باشد، سرمربی قصه‌مان تا هفته‌ها بابت کار جدیدش خوشحال خواهد بود. با این حال بعد از گذشت چند هفته باید ارتباط خوبی با بازیکنان و اعضای کادر فنی برقرار کند. هرچه باشد مربی مسئول اصلی برد و باخت‌هاست. از طرفی طرفداران و مدیران باشگاه هم آنقدر که از سرمربی انتظار موفقیت دارند، پای بازیکنان با بقیه کادر فنی را به ماجرا باز نمی‌کنند. بنابراین یک همکاری نزدیک میان سرمربی و تمام اعضای تیم ضروری خواهد بود. چنین وضعیتی درباره مدیر محتوا هم صدق دارد. شما به عنوان یک مدیر محتوا انتظارات زیادی را روی دوش‌تان احساس خواهید کرد. بنابراین اگر خیلی زود روابط‌تان را با تیم فروش، هیأت مدیره و بازاریابی بهبود بخشید، کاره‌تان پس معرکه خواهد بود. شاید فکر کنید بهبود ارتباط با دیگران در شرکت یک توصیه عمومی است، اما تاکید ما بر روی مدیران بالادستی و تیم فروش و بازاریابی الکی نیست. طراحی استراتژی تولید محتوا کاری نیست که شما به تنهایی انجام داده و بعد هم انتظار داشته باشید تک تک اعضای شرکت دنبال‌تان راه بفتند. به همین خاطر نظرخواهی از اعضای شرکت و ارتباط مناسب با آنها برای جلب رضایت‌شان ضروری خواهد بود. اینطور دیگر موقع اجرای استراتژی با هزار و یک بهانه مختلف رو به رو نخواهید شد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع ارتباط‌تان با بخش‌های مختلف شرکت را بهبود ببخشید. اینطور شانس بیشتری برای تبدیل شدن به قهرمانی افسانه‌ای در حوزه مدیریت محتوا خواهید داشت.

برنامه‌ریزی برای تقویم محتوا

برند شما چه محتوایی قرار است تولید کند؟ این سوالی است که خیلی از بازاریاب‌ها تا چند لحظه قبل از شروع تولید محتوا حتی بدان فکر هم نمی‌کنند، چه برسد به اینکه جواب مشخصی هم برای آن داشته باشند. با این حساب تعجبی ندارد اغلب محتوایی که در اینستاگرام یا بقیه شبکه‌های اجتماعی به پست آدم می‌خورد، کاملا به درد نخور باشد. از طرف دیگر، وقتی یک چنین مشکل بزرگی پیش پای برندها قرار دارد، مدیر محتوا باید آستین‌ها را بالا زده و وارد گود شود. اگر شما هنوز تکلیف‌تان با تولید محتوا مشخص نیست، یک تقویم محتوا حسابی کارتان را راحت خواهد کرد. شما در این تقویم باید زمان مناسب برای انتشار محتوا و از همه مهمتر فرمت‌های دلخواه‌تان را مشخص کنید. مثلا اینکه در طول هفته چند تا محتوای ویدیویی و چند تا متنی آپلود کنید، در قالب چنین تقویمی مشخص می‌شود. آن وقت می‌توانید با خیال راحت سراغ هیأت مدیره رفته و از تحول اساسی در نحوه تولید محتوای برند حرف بزنید.

این روزها کلی ابزار مختلف برای طراحی یک تقویم محتوای درجه یک دم دست مدیران محتوا قرار دارد. با این حال پیشنهاد اصلی ما استفاده از تقویم گوگل (Google Calendar) است. اگرچه این تقویم به طور طبیعی برای استفاده روزمره کاربران طراحی شده، اما امکانات ویرایش‌اش حسابی به درد بازاریاب‌ها می‌خورد. اینطور شما می‌توانید به سلیقه خودتان از این تقویم ساده یک تقویم محتوای درجه یک بسازید؛ به همین سادگی.

بعد از اینکه تکلیف‌تان با تقویم محتوا روشن شد، باید به فکر تقویم ویرایشی نیز باشید. امیدوارم این مفاهیم شبیه به هم شما را خیلی گیج نکند؛ چراکه ماجرا آنقدرها پیچیده نیست. تقویم ویرایشی به انتخاب روزهایی مشخص برای ویرایش محتوای آماده آپلود اشاره دارد. اینطور دیگر ما لای درز محتوای‌تان نرفته و با خیال راحت امکان بهبود اوضاع‌تان در بازار را خواهید داشت. یادتان باشد اگر محتوای شما ایرادات واضحی داشته باشد، نه تنها مشتریان از دست‌تان کلافه می‌شوند، بلکه پیش تیم مدیریت نیز سکه یک پول خواهد شد. پس شش دانگ حواس‌تان را جمع

کنید تا یک وقت با ایرادی کوچک در محتوا همه اعتبارتان به باد نرود.

تولید و ویرایش محتوای وبلاگی

به نظر‌تان عمر وبلاگ‌ها دیگر به سر رسیده؟ اگر جواب‌تان به این سوال مثبت است، احتمالا خیلی وقت است از ترندهای حوزه تولید محتوا بی‌خبر بوده‌اید. چراکه این روزها وبلاگ‌ها نه تنها حسابی محبوب هستند، بلکه شرط استخدام در بعضی از برندها آشنایی با تولید محتوا در وبلاگ‌هاست. به همین خاطر یک مدیر محتوا باید کار با وبلاگ و تولید محتوا برای آن را فوت آب باشد.

خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند وبلاگ‌ها ساختار ساده‌ای دارند و همین که هر چند هفته یکبار مقاله‌ای کوتاه در آن بارگذاری کنند، کافی خواهد بود. اگر نظر ما را بخواهید، تولید محتوا در وبلاگ حتی از کار با سئوهای فضای شاتل هم سخت‌تر است؛ چراکه ترافیک وبلاگ‌ها تماما مربوط به کاربرانی است که هم اطلاعات بالایی دارند هم اینکه سلیقه‌شان حسابی پیچیده است. اجازه دهید قبل از اینکه حسابی گیج‌تان کنیم، یک مثال دم دستنی بزنیم. فرض کنید شما یک تعمیرگاه بزرگ اتومبیل دارید. اگر به سرتان بزند برای این تعمیرگاه وبلاگی فعال طراحی کنید، احتمالا کسانی سراغ آن می‌روند که آشنایی نسبتا زیادی با دنیای خودرو داشته باشند. این یعنی آپلود محتوای عادی در وبلاگ اصلا جواب نمی‌دهد. در عوض باید سراغ محتوایی تخصصی بروید تا همه چیز به خیر و خوشی تمام شود.

بهینه‌سازی محتوا (سئو)

بهترین محتوای بازاریابی هم تا وقتی به دست مخاطب درست نرسد، هیچ فایده‌ای به حال یک کسب و کار ندارد. به همین خاطر مهارت بالا در زمینه تولید محتوا به تنهایی از شما یک مدیر محتوا نمی‌سازد. آشنایی با الگوریتم موتورهای جستجو یکی دیگر از مهارت‌هایی است که برای انجام درست وظایف در حوزه تولید محتوا بدان نیاز خواهید داشت.

شاید فکر کنید ما در این بخش قصد داریم شما را به یادگیری کار با گوگل آنالیتیکس یا سایر نرم‌افزارهای پیچیده مجبور کنیم. در این صورت باید کمی خیال‌تان را راحت کنیم؛ چراکه سئو محتوا بدون این ابزارهای فوق حرفه‌ای هم امکان‌پذیر است. کافی است سری به گوگل ترندز بزنید تا کلی از ترندهای جدید را پیدا کنید. آن وقت کافی است از این ترندها برای تولید محتوا استفاده کنید. آن وقت به طور خودکار الگوریتم گوگل محتوای‌تان را در رتبه‌های بهتر قرار می‌دهد. یادتان باشد بخشی از فرآیند بهینه‌سازی محتوا مربوط به درج تبلیغات در گوگل است. این روزها خیلی از نتایجی که در ابتدای صفحه برای کاربران نمایش داده می‌شود، در واقع حاصل همکاری تبلیغاتی گوگل و برندهای مختلف است. پس به عنوان یک مدیر محتوا بد نیست گاهی اوقات این نکته را نیز مدنظر داشته باشید.

صرف نظر از بحث کلیدواژه‌ها، مدیر محتوا باید حواسش به کیفیت تصاویر و اندازه‌شان نیز باشد. بی‌شک مقاله وبلاگی شما با یک تصویر بی‌کیفیت چنگی به دل نخواهد زد. به همین خاطر مدیریت کیفیت تصاویر و در صورت نیاز تعویض تصویر ابتدایی با نمونه‌ای بهتر امری ضروری خواهد بود. این وسط اگر حواس‌تان به سایر تصاویر هم باشد، دیگر ما لای درز کارتان نمی‌رود.

آپدیت محتوای قدیمی

تولید محتوای دست اول و تازه همیشه ارزان نیست. همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای بودجه زیادی از شرکت‌ها می‌گیرد و همه مدیران حاضر به پرداخت حقوق‌های این چنینی نیستند. به همین خاطر آپدیت محتوای قدیمی ارزش خاصی دارد. حالا اگر این وسط شما بلد باشید چطور از دل محتوایی که سال‌ها قبل آپلود شده، یک محتوای تازه دربیآورید، یکی از مهمترین وظایف مدیر محتوا را به خوبی انجام خواهید داد.

اغلب کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی، سایت یا وبلاگ‌شان کلی محتوای قدیمی دارند که همینطور یک گوشه خاک می‌خورد. شاید فکر کنید این مدل محتواها دیگر به هیچ دردی نمی‌خورد، اما کافی است اطلاعات مورد استفاده در آنها را آپدیت کنید تا یک محتوای کاملا نو داشته باشید. اینطور هم هزینه تولید محتوا را کاهش می‌دهید، هم دیگر لازم نیست دائما دغدغه تولید محتوای تازه داشته باشید.

اگر تولید محتوای تازه را کنار بگذاریم، یکی دیگر از بحث‌های مهم مربوط به تبدیل انواع محتوا به هم است. مثلا اگر شما هفته قبل ویدیویی آموزشی در یوتیوب آپلود کرده‌اید، نباید همینطور ساده از کنارش بگذرید.

در عوض تبدیل محتوای ویدیویی به یک پست ایده آل در توییتر یا اینستاگرام ایده بهتری خواهد بود. اینطور شما با یک تیر دو نشان می‌زنید. هم در یوتیوب فعالیت خوبی داشته‌اید، هم اینکه کاربران بیشتری در بقیه شبکه‌های اجتماعی را جذب می‌کنید. با این حساب اصلا جای تعجب ندارد که شرکت‌ها بازارباب‌هایی با چنین توانایی را روی هوا استخدام می‌کنند.

تجزیه و تحلیل اوضاع بازاریابی

تولید محتوا در نهایت برای کمک به فروش بیشتر یا معرفی برند به تعداد هرچه بیشتر مشتریان صورت می‌گیرد. بنابراین اگر به عنوان مدیر محتوا موفقیتی در این زمینه کسب نکنید، کاره‌تان پس معرکه خواهد بود. حالا که کلی درباره مدیر محتوا و وظایفش حرف زدیم، باید به مهمترین مورد نیز اشاره کنیم. تجزیه و تحلیل اوضاع بازاریابی برند مهمترین مسئولیتی است که مدیر محتوا باید در آن خیره باشد. تمام تلاش‌های شما در زمینه ساماندهی اوضاع شرکت در فضای دیجیتال بدون سند و مدرک ارزشی نخواهد داشت. درست در همین شرایط گزارش‌های دقیق درباره اوضاع شرکت شما را تبدیل به مدیری حرفه‌ای خواهد کرد.

اگر تا حالا گزارشی مثل موارد بالا تهیه نکرده‌اید، لازم نیست استرس بگیرید. فقط باید مواردی نظیر ترافیک سایت، تغییرات مربوط به فالوورهای برند در شبکه‌های اجتماعی و نرخ تعامل کاربران با محتوای‌تان را به طور کامل بررسی کنید. بعد هم سراغ تاثیر اقدامات‌تان بر روی میزان فروش برند رفته و همه چیز را به خوبی و خوشی تمام کنید. اینطور هم یک گزارش عالی جلوی هیأت مدیره می‌گذارید، هم اینکه نقاط قوت و ضعف استراتژی‌تان مشخص خواهد شد.

منابع:

<https://www.impactplus.com/blog/content-manager-duties>

<https://www.careexplorer.com/careers/content-manager/>

آگهی دعوت مجمع فوق‌العاده (نوبت اول)

جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده شرکت تعاونی معرف‌فرهنگیان اپوترب نسبت به اصلاح اساسنامه (تطبق) در مورخه ۱۴۰۲/۱۱/۰۲ در محل فرهنگشاه فرهنگیان واقع در خیابان شهردار روپرو سازمان تبلیغات اسلامی رأس ساعت ۱۱ صبح برگزار میگردد.
لذا از عموم اعضاء دعوت بعمل می‌آید که در روز مقرر در محل مذکور حضور بهم رسانند، بدیهی است حضور کلیه اعضاء در جلسه ضروری و در صورت عدم حضور، برابر ماده ۲۷ اساسنامه؛ هیچگونه اعتراضی در رابطه با تصمیمات منته‌ذ در مجمع، مؤثر نخواهد بود.
دستور جلسه:
تصویب تعلق اساسنامه
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۱/۰۲

آگهی مفقودی

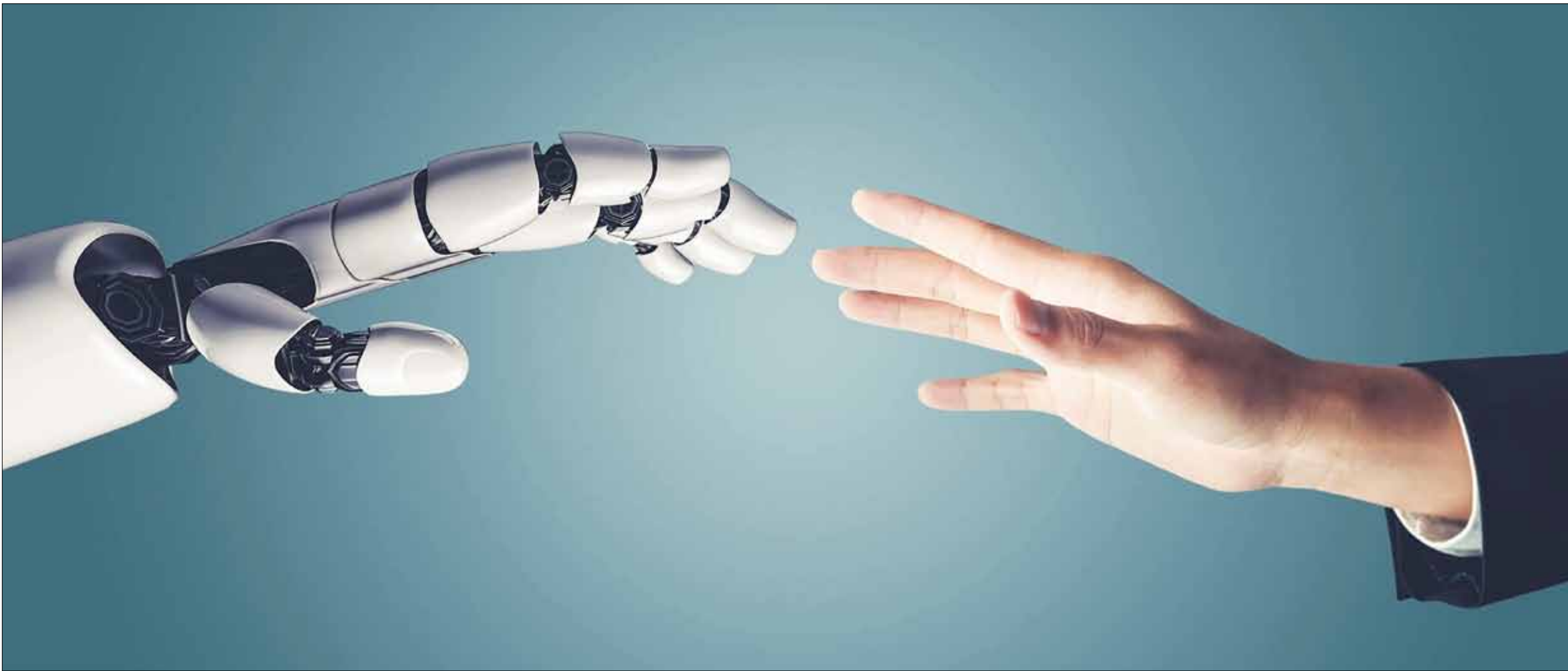
برگ سبز موتور سکتل نمین به شماره انتظامی ۳۲۷ ایران
شماره موتور NDR1۲۵+۰۵۰۹۳۳۷۸ شماره تنه
NDR++۱۲۵C۸۸۳۳۲۱۰ متعلق به اینجانب میثم زند لشنی به
کد ملی ۰۰۸۴۷۴۹۰۲۴ مفقود و از درجه اعتبار ساقط میباشد
رابط کرم

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر کلاسه ۱۴۰۱/۳۶۱ و رای شماره ۴۶۲۴۰۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۰۲۶۰۴ هیات اول موضوع قانون تعیین وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شیروان تصرفات مالکانه پلاعمراض متقاضی آقای ولی صدوقی فرزند علی اصغر بشماره شناسنامه ۱۸۷۹ و ولی ۰۸۲۸۴۲۴۶۵۹ صادره از شیروان در ششادنگ یکقطعه زمین مزروعی به مساحت۲۴۲۷۲۵۵متر مربع، مفروز ومجزاشده از پلاک ۳اصلی واقع درقلعه ۴ بخش فوجان مزرعه امیرآباد خردبادی ازسیدصالح حسینی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، داخلخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۱/۰۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۱/۰۲

علی معهودی
رئیس ثبت اسناد و املاک شیروان

بازاریابی محتوا در سال ۲۰۲۴: ترندهایی برای شروع



نویسنده: علی آل علی

تولید محتوا کاری نیست که شب و روز را متوجه شود. فرقی ندارد شما در چه موقعیتی هستید، در هر حالت برای اینکه برندان در بازار جایگاه خودش را حفظ کند، چاره‌ای به غیر از تولید محتوا ندارید. البته یک شرط مهم دیگر نیز در این میان وجود دارد: تولید محتوایی که باب میل مخاطب باشد!

شما هر چقدر هم که ایده‌های جذاب برای تولید محصولات کاربردی داشته باشید، تا وقتی که کاربران به برندان روی خوش نشان ندهند، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. درست به همین خاطر حتی در تعطیلات کریسمس یا سایر مناسبت‌های مهم هم ردپایی از کمپین‌های بازاریابی برندها به چشم می‌خورد. چراکه یک ثانیه تعلل از سوی آنها برابر با شکست‌های بی در پی خواهد بود.

بازاریابی محتوا در طول سال‌های اخیر دستخوش تغییرات زیادی شده است. با این حال هنوز هم موج اصلی تغییرات ادامه دارد. درست به همین دلیل ما در این مقاله قصد داریم برخی از مهمترین نکات برای بازاریابی هرچه بهتر محتوا در سال جدید را زیر ذره بین ببریم. اگر شما هم به دنبال ترندهایی برای استفاده در این سال هستید، بد نیست با ما همراه باشید. ما در ادامه سعی می‌کنیم برخی از مهمترین نکات در این رابطه را به اتفاق شما مرور کنیم.

ادامه روند استفاده از هوش مصنوعی

بازاریابی از میانه سال گذشته تحت تاثیر هوش مصنوعی و توانایی‌های حیرت‌انگیزش قرار گرفته‌اند. اگر تا همین چند سال قبل استفاده از هوش مصنوعی با نرم‌افزارهای دارای آن نوعی گزینه لوکس محسوب می‌شد، با ظهور چت جی پی تی دیگر همه چیز رنگ و بوی تازه‌ای گرفته است. حالا بازاریاب‌ها برای اینکه سهمی برای خود در بازار داشته باشند، چاره‌ای به غیر از کنار آمدن با موقعیت تازه این ابزار ندارند.

بی‌شک در طول سال‌های پیش رو اهمیت چت جی پی تی به طور حیرت‌انگیزی افزایش پیدا خواهد کرد. به همین خاطر یکی از نکاتی که برای بازاریابی بهتر باید همیشه مد نظر‌تان باشد، همین مسئله کلیدی است. فرقی ندارد شما در بازار متنوع هوش مصنوعی روی کدام ابزار دست می‌گذارید، در هر صورت باید استفاده از آن را بلد باشید.

برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند این ابزار صفر تا صد کارها در زمینه بازاریابی را به راحتی انجام می‌دهد. خب اگر قرار بود این ابزار کاملا جایگزین بازاریاب‌ها شود، دیگر چه نیازی به حضور شما در این میان بود؟ این سوالی است که خیلی از بازاریاب‌ها حتی بدان فکر هم نمی‌کنند. به همین خاطر ضروری است نگاه واقع‌بینانه‌ای به ماجرا داشته باشید. این امر کمک می‌کند تا علاوه بر استفاده درست از این ابزار کارتان برای اثرگذاری بر روی مخاطب را نیز بهبود یابید.

هنوز برای خداحافظی با بازاریابی به شیوه سنتی و انسان محور خیلی زود است. شاید در آینده‌ای نزدیک هوش مصنوعی مهارتی هم اندازه بازاریاب‌های کارگشته پیدا کند، اما هنوز برای حرف زدن از این نکته خیلی زود است. پس بهتر است فقط در برخی از بخش‌ها از این فناوری به سود خودتان استفاده کنید. وگرنه کارتان بی‌نهایت سخت و تحمل‌ناپذیر خواهد شد.

هوش مصنوعی و شخصی‌سازی محتوا

یکی از بخش‌های مهمی که هوش مصنوعی می‌تواند به داد بازاریاب‌ها برسد، بحث شخصی‌سازی محتواست. خیلی از بازاریاب‌ها سال‌ها در بازار مشغول تولید محتوا هستند، اما تا بحث از شخصی‌سازی محتوا می‌شود، فلورا عرصه را ترک می‌کنند. دلیل این امر نیز به استفاده از المان‌های متفاوت و همچنین شناخت دقیق از مخاطب است. اگر حواس‌تان به این نکات نباشد، خبری از شخصی‌سازی به طور استاندارد نخواهد بود. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شخصی‌سازی کاری است که بهتر است به کمک هوش مصنوعی دنبال شود.

این روزها گردآوری اطلاعات درباره مشتریان مختلف کار سختی نیست. با این حال برنامه‌ریزی برای پردازش درست این اطلاعات کمی سخت به نظر می‌رسد. به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید کمی خودتان را برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب آماده کنید.

از آنجایی که هوش مصنوعی توانایی تجزیه و تحلیل دامنه وسیعی از اطلاعات در کمترین زمان ممکن را دارد، بد نیست همین امروز به فکر استفاده از این فناوری باشید. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر جلو خواهد رفت. ماجرا جالب شد، نه؟

شخصی‌سازی اطلاعات به این نکته کلیدی اشاره دارد که شما چقدر توانایی کافی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان دارید. این مسئله به کمک هوش مصنوعی در مدت زمانی کوتاه‌تر دنبال می‌شود. شاید فکر کنید ابزار مورد بحث فقط از نظر زمانی به دادتان می‌رسد، خب در این صورت باید غافلگیرتان کنیم. چراکه هوش مصنوعی از نقطه نظر کیفیت کاری نیز حسابی اوضاع را متحول می‌کند.

خطای هوش مصنوعی در مقایسه با عامل انسانی بسیار کمتر است. این یعنی اگر قرار باشد مسابقه‌ای میان انسان‌ها و هوش مصنوعی برگزار شود، احتمالاً هوش مصنوعی به راحتی آن خوردن ما را خواهد برد. ماجرا کمی ترسناک و شبیه سناریوهای آخر‌زمانی شده، نه؟

استفاده اصلی شما از هوش مصنوعی برای شخصی‌سازی محتوا می‌تواند شامل حوزه‌هایی مثل گردآوری و پردازش اطلاعات باشد.

اینطوری محتوای‌تان را برای هر کدام از مخاطب‌ها، بسته به سلیقه‌شان، شخصی‌سازی خواهید کرد. فکر می‌کنم با این حساب دیگر دلیلی برای نارضایتی مشتریان از شما باقی نماند، مگر نه؟

بی‌نیازی از اطلاع‌رسانی درباره محتوای هوش مصنوعی

سال گذشته وقتی هوش مصنوعی حسابی در بازار سر و صدا کرد، بسیاری از خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های تحلیلی برای ساده‌سازی کارشان سراغ استفاده از این ابزار رفتند. البته در کنار محتوایی که از سوی هوش مصنوعی تولید می‌شد، عبارت «تولید شده با هوش مصنوعی» به چشم می‌خورد. این نکته به مخاطب یادآوری می‌کرد که مشغول مطالعه چه نوع محتوایی است. البته یادتان نرسود، محتوایی که هوش مصنوعی طراحی می‌کند، دروغ یا غیرواقعی نیست. با این حال شاید از نظر لحن تفاوت جزئی میان آن با کار یک بازاریاب یا روزنامه‌نگار واقعی مشاهده شود.

خبر خوش اینکه در توسعه هوش مصنوعی نزدیکی به لحن عادی بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. این نکته در کنار عادت کاربران به مشاهده محتوای تولیدی از سوی این ابزار موجب شده تا خیلی از بازاریاب‌ها دیگر نیازی برای درج عبارت «تولیدشده با هوش مصنوعی» احساس نکنند. این امر به شما کمک می‌کند تا خیلی راحت‌تر مسرتان را طی کرده و اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب داشته باشید.

بی‌شک تولید محتوا برای هر برندی در دسرساز و همچنین هزینه‌بر است. به همین خاطر اگر شما بتوانید راهی برای کاهش هزینه‌ها پیدا کنید، نان‌تان در روغن خواهد بود. یکی از پیشنهاد‌های خوبی که در طول سال جاری باید بدان توجه کنید، استفاده از هوش مصنوعی در تولید محتواست. شاید فکر کنید هوش مصنوعی به تنهایی بهترین محتوای ممکن را به شما تحویل می‌دهد. خب در این صورت باید کمی آهسته‌تر برانید؛ چراکه با این دست‌فرمان یک راست ته دره خواهید بود. واقعیت این است که هوش مصنوعی علی‌رغم تمام توانایی‌های خود، هنوز نمی‌تواند بدون نظارت عامل انسانی بهتری عملکرد را نشان دهد. به همین خاطر همیشه احساس نیاز به حضور شما در کنار این ابزار حس می‌شود. پس اگر فکر کرده‌اید بدون عامل انسانی شانس‌ی برای اثرگذاری بر روی مخاطب دارید، سخت در اشتباهید.

انتقال مرکزیت جست‌وجو به پلتفرم‌های اجتماعی

زمان سلطه بی‌چون و چرای گوگل در زمینه سرچ اینترنتی دیگر به آخرهای خط رسیده است. این روزها بسیاری از کاربران برای اینکه محتوای دلخواه‌شان را پیدا کنند، یک راست سراغ شبکه‌های اجتماعی می‌روند. گزینه‌ای مثل یوتیوب را در نظر بگیرید؛ این گزینه نه تنها انواع محتوای به درد بخور برای کاربران دارد، بلکه تجربه بهتری در زمینه جست‌وجو نیز تحویل کاربران خواهد داد.

ماجرای بالا تقریباً درباره سایر شبکه‌های اجتماعی نیز صادق دارد. درست به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم در طول ۱۰ سال آینده گوگل دیگر با موتور جست‌وجوی حیرت‌انگیزش شناخته نخواهد شد. در عوض این سرویس‌های جانبی این غول آنلاین هستند که حرف اول و آخر را خواهند زد.

از آنجایی که برند گوگل از مدت‌ها قبل بازار رو به رو رشد شبکه‌های اجتماعی را پیش‌بینی می‌کرد، خیلی خوب خودش را برای این روز آماده کرده است. آنها علاوه بر توسعه برخی از شبکه‌های اجتماعی، به فکر سرویس‌های جانبی نیز بوده‌اند. اگر دقت کرده باشید، ما از صبح تا شب بیشتر از هر چیز دیگری با ابزارها و سرویس‌های این غول آنلاین سرو و کار داریم. پس طبیعی است که گوگل همچنان اقتدارش در دنیای آنلاین را حفظ کند.

یکی از نکاتی که در طول سال‌های اخیر جذابیت زیادی برای کاربران داشته است، جا به جایی میان شبکه‌های اجتماعی بدون نیاز به تغییر اپ است. این ایده اولین بار از سوی پلتفرم‌های تازه که شروع به رقابت با ثویتز کردند، آغاز شد. اگرچه این بحث هنوز در ابتدای راه قرار دارد، اما به زودی شاهد همپوشانی شبکه‌های اجتماعی در یک بستر تعاملی خواهیم بود. این یعنی نسل جدید شبکه‌های اجتماعی هم دیر یا زود از راه می‌رسند. آن وقت دیگر هیچ‌کس نمی‌تواند در برابر آنها مقاومت کرده یا جلوی‌شان را بگیرد.

اگر نظر ما را بخواهید، برنده اصلی تغییرات آنلاین همچنان گوگل خواهد بود. شاید این نکته به خاطر آینده‌نگری دقیق این برند باشد. به علاوه، اهمیت شبکه‌های اجتماعی در دسترسی کاربران به اطلاعات بیش از هر زمان دیگری افزایش پیدا می‌کند. با این حساب کسب و کارها باید آمادگی بیشتری برای حضور در این فضا داشته و برندها نیز تولید محتوا را جدی‌تر دنبال کنند. وگرنه خیلی زود از سوی کاربران فراموش خواهند شد.

ادامه تقاضا برای فرمت ویدئو

همین حالا که حرف می‌زنیم، بیشتر از ۸۰ درصد ترافیک آنلاین دنیا مربوط به فرمت ویدئوست. این یعنی ویدئو با اختلافی معنادار محبوب‌ترین فرمت محتوا در سراسر دنیا محسوب می‌شود. متأسفانه خیلی از بازاریاب‌ها برای اینکه خودشان را در دنیای بازاریابی موجه جلوه دهند، همینطوری بی‌هدف سراغ تولید محتوای ویدئویی می‌آیند. این کار نه تنها سرانجام خوشی برای آنها به همراه ندارد، بلکه خیلی زود شهرت‌شان را به باد خواهد داد. یک ایده بهتر در این میان تلاش برای استفاده از ترندهای تازه در زمینه تولید ویدئوست.

وقتی درباره ترند حرف می‌زنیم، در واقع گزینه‌های بی‌نهایت متنوعی مد نظرمان قرار دارد. این یعنی شما باید خودتان را برای تغییر سبک و سیاق تولید محتوای‌تان به خوبی آماده کنید. بسیاری از برندها برای اینکه کارشان در این راستا به خوبی پیش برود، نیاز دارند تا از روی دست برندهای بزرگ کپی‌برداری کنند. مشکل اینجاست که خیلی از این برندها عملاً کپی‌برداری‌های ناشیانه‌ای انجام می‌دهند. راه حل نهایی در این زمینه تلاش برای استفاده از اندکی تغییرات مثبت است. بدین معنا تیک تاک همراه با بسیاری از پلتفرم‌های مشابه مفهوم ویدئوی موزیکال را معنا می‌دهد. این نکته از خلایق خودتان برای تولید محتوا استفاده کنید. اینطوری ویدئوی نهایی برندان جذابیت بسیار زیادی برای کاربران خواهد داشت. خب منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و کمی اوضاع‌تان را تغییر دهید.

شاید یکی از نکات مهم در روند ادامه تقاضا برای محتوای ویدئویی ظهور پلتفرمی مثل تیک تاک باشد. این پلتفرم چینی از زمان رونمایی حسابی سلیقه کاربران را تغییر داده است. تا چند سال قبل صحبت از ویدئوهای کوتاه موزیکال شاید هر کسی را به خنده می‌انداخت. با این حال امروزه تیک تاک همراه با بسیاری از پلتفرم‌های مشابه مفهوم ویدئوی موزیکال را معنادار کرده‌اند. تا جایی که خیلی از بازاریاب‌ها حضور فعالی در این حوزه دارند. پس دیگر نباید این بحث را به طور سنتی مورد ارزیابی قرار دهید! یادتان باشد، حضور در پلتفرم‌های ویدئویی باید طوری انجام شود که مطابق با سلیقه مخاطب باشد. خب هر کاری که شما در دنیای بازاریابی انجام می‌دهید، باید در نهایت باب میل کاربران باشد. وگرنه هیچ سهم مفیدی از ماجرا نخواهید برد.

تمرکز بر روی کارمند- سفیر برای برندها

احتمالاً خیلی از شما استراتژی‌هایی برای تبدیل مشتریان برند به سفیران‌تان را دنبال کرده‌اید. شاید هم گاهی اوقات از دل این استراتژی‌ها نتایج خوبی به دست آورده باشید. با این حال کمتر کسی به این فکر می‌کند که از کارمندانش سفیرانی حرفه‌ای بسازد. این مفهوم در واقع موجب تولد کارمند- سفیر شده است.

اگر بخواهیم خیلی ساده بحث را توضیح دهیم، باید گفت کارمند- سفیر در واقع از درون شرکت اقدام به توسعه ارتباطات با مشتریان و نمایش پشت صحنه ماجرا می‌کند. به طوری که شما خیلی راحت بر روی مخاطب‌تان اثر گذاشته و کارتان را پیش می‌برید. متأسفانه خیلی از کارآفرینان برای اینکه اوضاع‌شان در زمینه اثرگذاری بر روی مخاطب را تقویت دهند، نگاه‌شان را محدود به خود مشتریان می‌کنند. این در حالی است که شما می‌توانید نیم نگاهی به توانایی‌های درون شرکت و به خصوص کارمندان داشته باشید.

نکته‌ای که استفاده از کارمند- سفیر را بی‌نهایت جذاب می‌کند، علاقه نسل جوان به این مطلب است. به زبان خودمانی، نسل جوان ترجیح می‌دهد از برندهایی خرید کند که عملکرد خوبی در زمینه تبدیل کارمندان به سفیران برند دارند. اینطوری خدای آدم برای خرید راحت‌تر بوده و احساس نزدیکی خوبی با شرکت مورد نظر می‌کند. این دقیقاً همان کاری است که شما برای حضور بهتر در بازارهای مختلف باید دنبال کنید. یادتان باشد، هیچ استراتژی در این دنیا یک روزه به نتیجه نمی‌رسد. پس اگر فکر کرده‌اید ایجاد کارمند- سفیر برای‌تان کار ساده‌ای خواهد بود، باید بگویم سخت در اشتباهید. این امر می‌تواند اوضاع شما را به طور چشمگیری بدتر کرده و حتی با عجله زیاد تمام برنامه‌های برند را نقش برآب کند. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع برای‌تان خیلی به هم ریخته شود، فکری به حال ماجرا کنید.

توصیه نهایی ما در این مقاله اختصاصاً بازه زمانی مثل شش ماه برای بهره‌برداری درست از استراتژی کارمند- سفیر است. بنابراین اگر این زمان را به استراتژی مورد بحث ندهید، کارتان خیلی زود به بن بست می‌خورد؛ همینقدر عجیب و باورنکردنی!

بازگشت به اصول بازاریابی محتوا

در طول سال‌های اخیر برخی از بازاریاب‌ها در تلاش برای یافتن

راهکارهای تازه در زمینه تولید محتوا دور برخی از اصول بازاریابی محتوا را خط کشیده‌اند. مثلاً خیلی‌ها به جای تمرکز بر روی سنو، دنبال استفاده از هشتگ‌ها رفته‌اند. در نقطه مقابل، شنا کردن برخلاف جریان رودخانه نیز بدل به گزینه‌ای جذاب شده است. شاید این موارد در طول سال‌های اخیر جذابیت‌شان را حفظ کرده باشند، اما راستش را بخواهید در مرحله عمل هیچ دستاورد روشنی برای برندها ندارد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بازاریاب‌ها باید کمی خودشان به فکر بوده و بازگشتی به سوی اصول اولیه بازاریابی محتوا داشته باشند.

موضوعی که در این بخش درباره‌اش حرف می‌زنیم، شاید کمی عجیب به نظر برسد. خب این روزها خیلی از بازاریاب‌ها طور دیگری رفتار می‌کنند و انگار همه چیز بدون مشکل پیش می‌رود. درست به همین خاطر ما در این مقاله همسر روی روند دیگری از تعامل با مخاطب هدف تأکید داریم؛ چراکه ایرادات روش فعلی در زمینه تولید محتوا کم کم در حال پدیدار شدن است. مثلاً خیلی از برندها در ماه‌های پایانی سال ۲۰۲۳ با مشکل ناتوانی در جذب ترافیک رو به رو بوده‌اند. این به خاطر بی‌توجهی عمده به حوزه سنو است بنابراین بد نیست شما به عنوان یک بازاریاب کارگشته بازگشتی به سوی اصول کاری‌تان را داشته باشید. این طوری کارتان خیلی راحت‌تر در دنیای کسب و کار جلو می‌رود.

قبول دارم نوآوری همیشه ایده خوبی برای رشد و توسعه حوزه‌های کاری محسوب می‌شود. با این حال وقتی استراتژی شما به خوبی در حال کار کردن است، دیگر نیازی به این نکته ندارید. پس به جای اینکه الکی وقت‌تان را صرف ماجراجویی‌های بی‌پایه و اساس کنید، بد نیست از همان اصولی که تا حالا مثل ساعت کار کرده‌اند، بهره ببرید. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ مشکلی در بازار دست به تولید محتوا زده و از نظر بازاریابی هم موقعیت برترتان را حفظ کنید.

یادتان باشد، گاهی اوقات نوآوری بیشتر به ضرر کسب و کارها تمام می‌شود. پس تا احساس نیاز جدی برای نوآوری در کارتان نکردید، بهتر است دست نگه دارید. در غیر این صورت خیلی زود پشیمان می‌شوید و صالبدانه آن وقت دیگر پشیمانی سودی نخواهد داشت.

سخن پایانی

بازاریابی محتوا یکی از مهمترین وظایفی است که هر بازاریابی باید به خوبی از پس آن برآید. این نکته برای کسانی که میانه خوبی با مسئولیت‌پذیری ندارند، همیشه سخت به نظر می‌رسد. خب ما در این مقاله سعی کردیم با مرور برخی از مهمترین ترندهای حوزه بازاریابی محتوا کار شما را ساده کنیم. در طول سال جدید توسعه همه جانبه هوش مصنوعی مهمترین کمک را به شما خواهد کرد. بنابراین باید آماده استفاده از این موقعیت به سود خودتان باشید. هرچه باشد، این روزها بسیاری از بازاریاب‌ها هنوز هم از شیوه‌های قدیمی برای گردآوری و تحلیل اطلاعات مشتریان استفاده می‌کنند. اگر در این میان شما روند متفاوتی را در پیش بگیرید، کارتان حسابی خواهد گرفت.

یادتان باشد، تمام نکات مورد بحث در این مقاله فقط در صورتی به کارتان می‌آید که در کنار هم استفاده شود. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ مشکلی شروع به تولید محتوا کرده و کارتان را پیش ببرید. به علاوه، شما باید حواس‌تان را نسبت به ماجراجویی‌های تازه هم جمع کنید. گاهی اوقات زیاده‌روی در ماجراجویی و خلاقیت کار دست‌تان خواهد بود. وضعیت بازارهای امروزی را طوری است که با یک اشتباه کوچک یکپو کل مشتریان‌تان را از دست خواهید داد. آن وقت دیگر هیچ شانس‌ی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان نداشتند و دوباره سر خانه اول باز می‌گردید. پس لطفاً حواس‌تان را در این یک مورد هم جمع کنید.

منابع:

https://www.wordstream.com/blog/content-۲۰۲۴-marketing-trends
content-marketing--۱۰/https://narrato.io/blog/you-need-to-know-۲۰۲۴-trends

آگهی مناقصه عمومی

نوبت اول

شرکت رهاورد سازندگی آزادگان رسا (سهیلی خاص) در نظر دارد عملیات خاکریزی (لجن برداری ، قلمو ریزی ، خاکریزی و تحکیم بستر با مصالح مناسب) پروژه (دنا) پروژه ۲۳۲۵ واحدی عالیپهر بوشهر را به شرکت ها و پیمانکاران واجد شرایط از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید لذا کلیه شرکت ها و پیمانکاران ذیصلاح دعوت به عمل می‌آورد تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۴ نسبت به دریافت اسناد مناقصه و ارسال پیشنهادهای خود به یکی از نشانی های ذیل اقدام نمایند.

۱- بوشهر - عالیپهر - فاز ۶ کنتهای خیابان مطهری پروژه ۲۳۲۵ واحدی نهضت ملی عالیپهر.

۲- تهران - سدخندان خیابان سیمرغ غربی- خیابان گلزار، نبش کوچه پروانه، بلاک ۲، شرکت رهاورد سازندگی آزادگان رسا

آدرس پروژه	واحد	مقدار تقریبی	شرح خدمات
شهر جدید عالیپهر بوشهر	متر مکعب	۹۶۰۰	عملیات لجن برداری در زمین های لجنی و نیزار به ارتفاع حداکثر ۳ متر (رس لجنی) با ماشین آلات مربوطه و بارگیری و حمل و تخلیه در محل معجز تعیین شده کارفرما
شهر جدید عالیپهر بوشهر	متر مکعب	۹۶۰۰	قلمو ریزی (تهیه مصالح ، حمل، قلمو ریزی ، تسطیح)
شهر جدید عالیپهر بوشهر	متر مکعب	۳۰۰۰	خاکریزی (تهیه مصالح ، حمل، خاکریزی ، تسطیح)

* تلفن: جهت هماهنگی و بازدید از محل پروژه ۰۹۱۷۱۹۵۱۰۴۹ (مهندس زاهدی) - ساعات تماس: از ۸ صبح لغایت ۱۷ - مهلت دریافت و تحویل اسناد تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۴ می‌باشد. *هزینه آگهی برگزاری مناقصه (روزنامه) با نفر برنده خواهد بود. *شرکت در رد یا قبول پیشنهادهای دریافتی مختار می‌باشد.

شرکت رهاورد سازندگی آزادگان رسا

۹۵۷

اخبار

سی و چهارمین جلسه کافه کتاب نفت ، با برسی کتاب " اثر مرکب " در منطقه گیلان برگزار شد



رشت- خبرنگار فرصت امروز:این کتاب اثری کاربردی و انگیزشی است سخنران و نویسنده معروف امریکایی " دارن هاردی " است که یک برنده جامع عملیاتی را برای موفقیت در زندگی کاری و شخصی ارائه می کند. مریم پورنصراله، رئیس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده نفتی منطقه گیلان ضمن تشکر از مدیر منطقه برای حمایت از ترویج فرهنگ کتاب و کتابخوانی و همکاران برای حضور مانه در جلسات کافه کتاب و بررسی توصیفی و تحلیلی و بحث در خصوص کتابهای مطرح و روز دنیا، و ایران را برای ارتقای سطح علمی و سرانه مطالعه همکاران از اهداف این جلسات دانست . وی با پیام گرفتن از جلسات کتاب حاضر اذعان داشت ؛ "گذاشتن دو ساعت وقت در ماه برای بررسی یک کتاب کار سخت و دور از نظارتی نیست و تجمع این ساعتها در سال نتیجه همان اثر مرکب است و می تواند تاثیر شگرفی بر مطالعه و عادت به آن را برای همکاران به همراه داشته باشد." دبیر شورای فرهنگی منطقه همچنین افزود: "همکاران یک ماه وقت دارند کتاب را در منزل مطالعه نموده و در جلسه بررسی و مباحثه درباره دیدگاههای خود صحبت کنند و با این کار از زوایای مختلف می توان یک اثر را بررسی و ارزیابی کرد." در پایان این جلسه همچنین کتاب جلسه سی و پنجم معرفی و کتاب "بشگاه صبح بچه ها" به عنوان هدیه ۲۴ تایی روز کتاب و کتابخوانی به اعضای ثابت کتاب اهدا شد.

با تأمین گاز پایدار انجام شد:

پایان مازوت سوزی در نیروگاه رامین اهواز



اهواز - **ششمین قیاونده**: این نیروگاه که طی چند روز گذشته بدلیل افت فشار گاز و لزوم تأمین گاز مورد نیاز هموطنان ایچاچا به استفاده از سوخت موقت مازوت در یکی از واحدهای خود وارد آورده بود پس از رفع محدودیت حذف و حذف مازوت، مجدداً این واحد ۲۱۵ مگاواتی را با سوخت گاز به شبکه سراسری برق کشور متصل نمود. محسن حافظی مدیر عامل نیروگاه رامین با اعلام این خبر گفت: واحد ۲۱۵ مگاواتی شماره ۶ نیروگاه رامین طی چند روز گذشته از سوخت مازوت بصورت اضطراری و موقت استفاده می کرد پس از تأمین گاز مورد نیاز از سوی شرکت ملی گاز استان خوزستان، اقدام به حذف مازوت و استفاده مجدد از سوخت گاز نمود. مدیرعامل نیروگاه رامین با اشاره به اینکه هر ۶ واحد این نیروگاه روزانه حدود ۸ میلیون متر مکعب گاز نیاز دارد افزود: این نیروگاه هیچ تمایلی به استفاده از سوخت مازوت ندارد ودر شرایط خاص و اضطراری که دچار محدودیت و عدم تأمین گاز مورد نیاز خود می شویم تاگزیرم برای جلوگیری از قطع برق هموطنان و جلوگیری از زیور خسوشی هااز مازوت بعنوان سوخت اضطراری به صورت محدود و موقت استفاده کنیم. وی با اشاره به اینکه تنها یک واحد از واحدهای نیروگاه رامین از سوخت جایگزین استفاده می کند گفت: نیروگاه رامین دارای ۵ واحد تولید برق است که هم اکنون یک واحد آن بدلیل تعمیرات اساسی از مدار خارج است و ۵ واحد آن نیز در حال استفاده از سوخت گاز هستند. حافظی گفت: استفاده از سوخت مازوت تبعات مخرب زیادی بر تجهیزات تروگاهی یوزه پوپلرها و بستکهای ابرهتر وارد می کند و استهلاک تجهیزات را باعث بال می برد بطوری که سال گذشته نیز بدلیل استفاده محدود از این سوخت در واحد شماره ۶ متحمل هزینه تقریبی به میزان ۲۰۰ میلیارد ریال شدیم و هم‌اکنون نیز این آثار پارچا می باشد.

برگزاری همایش شرکت راهبر تراپر انرژی با مشارکت جمعی از مالکین جایگاه سوخت استان اصفهان **به دعوت راهبر تراپر انرژی؛ جایگاه داران سوخت اصفهان گرد هم آمدند**



اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران جایگاه های سوخت استان اصفهان به دعوت شرکت راهبر تراپر انرژی، گرد هم آمدند. با اضمای تفاهم نامه سه جانبه شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران، هلدینگ پتروپالایش اصفهان و شرکت راهبر تراپر انرژی با موضوع اجرای برندینگ جایگاه های سوخت تحت نام پالایشگاه اصفهان، ضرورت همسویی جایگاه ها با شرکت مجری طرح و شرح انتظارات این شرکت از جایگاه داران ایجاد شد. طی این همایش مدیران جایگاه ها ضمن آشنایی با فعالیت های متنوع شرکت راهبر تراپر انرژی، از ضرورت اجرای طرح برندینگ و مزایای آن مطلع شدند و با طرح پرسش ها و دغدغه های خود از مدیرعامل شرکت راهبر تراپر انرژی و نیز نمودن نظرات و راهبردی شرکت های هلدینگ پتروپالایش اصفهان، توافقمندی خود را برای الحاق به این طرح اعلام نمودند. ابراهیم کاویانی پور، مدیرعامل راهبر تراپر انرژی در این گفتگویی صمیمانه و مستقیم با جایگاه داران اظهار داشت: کاهش تصدی گری دولت، تنجیه ارزش فرآورده های نفتی، ساماندهی وضعیت جایگاه ها، تسریع و تسهیل اثر خدمت رسانی و ایجاد فضای که زاینده و پدیدآورنده حس خوب برای مصرف کننده باشد، از دلایل روی آوردن هلدینگ پتروپالایش اصفهان به اجرای طرح برندینگ می باشد. همچنین مجید شهنشوری، معاون نظارت و راهبردی شرکت های هلدینگ پتروپالایش اصفهان به مدعوی این همایش اطمینان داد با رویکرد توسعه ای هلدینگ پتروپالایش اصفهان، الحاق جایگاه داران به این طرح، دربرنامه اشتراکات بلندمدت برای آنان خواهد بود و این آنان می توانند هلدینگ را بعنوان پشتیبانی متحکم در حمایت از حقوق خود و همراه در تحقق برنامه هایشان ببانند. این همایش با مشارکت جمعی از مالکین جایگاه سوخت استان اصفهان در محل اجتماعات شهرک ک شهید منتظری برگزار شد و حسن ختام آن، بازدید از پالایشگاه اصفهان و تجهیزات مختلف آن بود.

مدیر منطقه ۱۰ عملیات انتقال گاز:

روند انتقال گاز در جنوبی ترین نقطه کشور به صورت پایدار و ایمن درحال انجام است



بوشهر - **خبرنگار فرصت امروز:**مدیر منطقه ۱۰ عملیات انتقال گاز با بیان اینکه خوشبختانه روند انتقال گاز این منطقه به صورت پایدار و ایمن درحال انجام است، در لزوم رعایت صرفه جویی در مصرف گاز تأکید کرد. علی معذانی در ارائه بازدیدهای دوره ای با هدف بررسی میزان آمادگی تأسیسات وخطوط لوله برای انتقال مستمر گازاز تأسیسات تقویت فشار گاز و نیز طرح های مازوت و خطوط لوله برای انتقال مستقر گاز تأسیسات تقویت فشار گاز، وی در این حرسرگ و مزو بهره برداری تابانگ و مسؤله سازباید کرد . وی در این بازدید اظهار کرد:بی تک اتلاف یک ایمن، پایدار و بهره روز گاز نتیجه یک کار جمعی، سخت کوشی و تعهد کارکنان شافل در تأسیسات تقویت فشار است که برخود لازم می دالم از یکبایک کارکنان شافل و تشکر کنیم. مدیر منطقه ۱۰ عملیات انتقال گاز همچنین ضمن بازدید میبانی از تجهیزات تأسیسات بادشده و بررسی آخرین مسأله مشکلات و چالش های موجود گفت: خوشبختانه روند انتقال گاز از این منطقه به صورت پایدار و ایمن درحال انجام است و لازم است که همه آحاد مختلف مردم به ویژه صنایع، بحث مربوط به صرفه جویی از اتلاف گاز را جدی بگیرند و نسبت به رعایت این مهم اهتمام لازم را داشته باشند. معذانی در ارائه این بازدیدبه اهمیت و رعایت اصول ایمنی اشاره داشتند واز کارکنانی که در حوزه بهداشت، ایمنی و محیط زیست به عنوان مغزها برتر شناخته شده بودند با اهدا لوح سپاس و تقدیر تقدیر کرد.

صدور گواهینامه برای ۱۷۸ مورد ادوات بالابری و کمک بالابری در پالایشگاه گاز ایلام
ایلام-هدی منصوری رئیس بازرسی فنی شرکت ملی پایش گاز ایلام از صدور گواهینامه برای ۱۷۸ مورد ادوات بالابری و کمک بالابری در این شرکت خرد داد و گفت: در ۹ ماه سال جاری بخش‌های مختلف بازرسی فنی در قالب بیش از ۷ هزار نفرساعت کار انجام دادند. بهراد پرچم پور با بیان اینکه از ۵۲ تجهیز ثابت در ۲۲۸ مرتبه بازرسی انجام و درخواست‌های تعمیراتی لازم صادر شده است، افزود: در بدنه ۱۲ تجهیز ثابت با امکان ورود و تعمیر ۲۲ تجهیز بدون ورود در تعمیرات اساسی و برنامه‌های پایشی، شخامت‌سنجی انجام و شخامت‌سنجی از هزار کیلو نیوتن تا ۲۲۲ نیوتن از خطوط لوله‌کشی در سطح پالایشگاه انجام شد و مورد لازم در خواست تعمیراتی نیز صادر شد. وی با اشاره به اینکه در ۹ ماهه امسال ۲۲ مورد تست نشی و فشار تحتنظر بازرسی فنی انجام گرفته است، اظهار داشت: تست های غیرمخرب پیشرفته به روش فیزری بر روی ۲ تجهیز ثابت و ۴ مورد از خطوط لوله‌کشی، همچنین نظارت بر اجرای یک هزار و ۴۶۰ اینچ فیتاب و جوشکاری، ۲۴۱ اینچ تست زنجی، سی و پنج انجام یک هزار و ۳۶۸ اینچ ریداکتیواری و تعمیر فیلم و ۶۰۸ اینچ آزمون مایع نافذ از دیگر اقدامات در این حوزه بوده است. رئیس بازرسی فنی شرکت ملی پایش گاز ایلام با بیان اینکه بازرسی دوره‌ای برق و ابزار دقیق برق برنامه‌ریزی صورت گرفته و ۱۰۴ مورد بازرسی تست و کالیبراسیون PSV انجام شده است، تأکید کرد: در حوزه خوردگی ۲۶ عدد کوپن و پروب ER تعویض و مورد ارزیابی قرار گرفت و ۲۶ مورد بازرسی سندنلستات و رنگ، از بیش از ۸ هزار مترمربع سطح بدنه تجهیزات و خطوط انجام شد.

برگزاری مانور مقابله با زلزله در نفت و گاز مارون



اهواز - **ششمین قیاونده**:سپرست ایمنی، بهداشت محیط زیست و پدافند غیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون، از برگزاری مانور زلزله در ستاد مرکزی این شرکت خبر داد. دکتر مهدی خزانی در این خصوص گفت:مانور مذکور به مناسبت روز ایمنی در برابر زلزله و کاهش اثرات بلایای طبیعی برنامه ریزی و برگزار شد که اهدافی همچون افزایش سرعت عمل کارکنان در رفتن به محل ایمن و ارتقاء توان آمدادگران افزون و پاکشتی تسریع در مدیریت بحران های احتمالی را دنبال می کند. وی اعلام مانورهای اینچنینی را بخشی از برنامه مستمر سازمان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

بارش ۸۵ میلی متری باران در رامیان در پی بارش های اخیر

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز:** رئیس گروه مطالعات آبهای سطحی شرکت آب منطقه ای گلستان از بارش ۸۵ میلی متری در ایستگاه رامیان حوضه گرگانرود، در طی فعالیت سامانه اخیر خبر داد و گفت: مقدار بارش خاصش بارش ایستگاه های حوضه اربیز گرگانرود عبارت بود:از ایستگاه محمدآباد کنول ۷۹ میلی متر، ایستگاه تنگراه ۷۲ میلی متر و ایستگاه گلکش ۶۵ میلی متر. همچنین در ایستگاههای سدتلاش و داب حوضه گرگانرود به ترتیب ۲۱ و ۱۸ سانتی متر برف به ثبت رسیده است.به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گلستان، دکتر ایمان کریمی راد اظهار کرد: طی همین مدت، مقدار بارش در حوضه اربیز فرسو در ایستگاه گرگان ۴۱، ایستگاه زیارت ۳۳،۵، سیز آب ۳۱،۲ و شمت کلاشه ۳۱ میلی متر باران باریده و میزان برف در ایستگاه داران واقع در این حوضه به ۳۸ سانتی متر رسیده است.

نشست هم اندیشی رئیس وهیات نمایندگان اتاق بازرگانی گرگان با مسئولین دانشگاه حکیم جراتی

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز:** در حاشیه این دیدار تفاهم نامه ای در زمینه آموزش و گردشگری بین اتاق بازرگانی گرگان و دانشگاه حکیم جراتی بسته شد.به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی گرگان، امیر یوسفی رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی گرگان در این دیدار بیان کرد:گوش ما این است اگر در کنار یکدیگر قرار بگیریم مشکلات تاحدهوی رفع خواهد شد.وی افزود:قانون های که مغل کسب و کار است می تواند با اقدامات پژوهشی به اطلاع تصمیم گیرندگان رسانده شود.یوسفی گفت:اتر آثار تاریخی می بایست حفاظت و مراقبت نمود که حفظ شوند و این اثر نیز به فرهنگ سازی دارد ، میبایست بیشتر برای مقوله فرهنگ و فرهنگ سازی کار کنیم.رئیس اتاق بازرگانی گرگان افزوددر نشست ۲ هفتگی مسئولان انجام شد. سید ابوالفضل کتفی مدیر شهرداری منطقه چهار پدز گفت: به سیلاب سال گذشته و ورود سیل به کوچه شهدای عیش آباد، پیگیری های مکرر اهالی و بازدید اعضای شورای اسلامی شهر، بررسیها و اسفالت معابر اصلی و فرعی این محله انجام شد. وی افزود: این شهر پیش از این خالی بوده و عملیات ریسازی و آسفالت آن به مساحت ۵ هزار مترمربع انجام شده که در قالب این پروژه بخشی از گنز نیز تمکک و آزادسازی شده است. مدیر شهرداری منطقه چهار بزد هزینه این عملیات اجرایی را ۲ میلیارد تومان بیان کرد و گفت: پس از تمام عملیات شرکت های محار، اسفالت معابر خاکی باقیمانده نیز در آینده ای نزدیک اقدام خواهد شد.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز خبر داد؛

بهره مندی از حداکثر ظرفیت برای عبور موفق از فصل سرما

هوا در کشور، همواره مصرف گاز طبیعی مخصوص در مناطق سردسیر بصورت غیرمنتظره ای از سیر صعودی برخوردار است که احتمال افت فشار گاز در سرشاخه های مصرف را تشدید می نماید، به همین منظور از مردم عزیز کشورمان انتظار دارد با رعایت اصول صرفه جویی و مصصرف بهینه، تداوم بهره مندی از این نعمت الهی را تضمین نمایند.

انتقال پایدار و بهره روز گاز طبیعی با انجام عملیات هات تب در منطقه ۸ عملیات
مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز همچنین از اجرای ۱۲ مورد عملیات انشعاب گرم (هات تب) بر روی خطوط لوله با هدف حفظ پایداری انتقال گاز و تاب آوری شبکه خطوط لوله طی ۹ ماهه سالجاری در این منطقه عملیاتی خیر داد. فیروز خدانی، درص پیشرفت انجام کار عملیات هسات تب را ۱۰۰ درصد اعلام کردرد و گفت: با توجه به ضرورت انجام عملیات انشعاب گرم در خطوط مختلف محدوده تحت پوشش این منطقه، ۱۲ مورد عملیات انشعاب گرم طی ۹ ماهه سالجاری تحقق یافته است. مدیرم منطقه ۸ عملیات انتقال گاز افزود: انجام عملیات انشعاب گرم (HOT-TAP) زمینه اجرای عملیات انشعاب گرم در خطوط لوله گاز دار را بدون تخلیه آن فراهم کرده و سرعت عمل و ضریب ایمنی عملیات را افزایش می دهد. خدانی در پایان، هدف از اجرایی کردن عملیات هات تب را از افزایش پایداری انتقال گاز و ایفای مسئولیت های اجتماعی عنوان نمود و بیان کرد: در تلاش هستیم با تمام توان از ظرفیت‌های موجود، در جهت خدمات‌رسانی بیشتر و بهتر در تأمین گاز پایدار و مستمر گاز طبیعی استفاده نماییم.



زنجان / تبریز، اجرای اینترکانکشن ما بین خط ۲۰ اینچ گازگازک تأسیسات چلودن با توربین واحد یک چلودن نیز از دیگر اقدامات انجام یافته ۹ ماهه سالجاری در خصوص انتقال پایدار گاز طبیعی می باشد. خدانی همچنین، پیگردانی تمیزکننده و هوشمند، تعویض پوشش و نشت یابی مسیر و ولتاژگیری خطوط لوله، اجرای پروژه مسیر کنترل ولو رابط دوم ۱۲ اینچ بین خط ۴۸ اینچ صادراتی و رابط ۲۴ اینچ خط ۲۰ اینچ سراب / تبریز و ۴۸ اینچ

مدیرعامل شرکت پلیمر آریاسول خبر داد:

ثبت رکورد تازه تولید و فروش در پلیمر آریاساسول

تازگی حدود ۲۰ درصد از محصولات خود را به صورت مستقیم به بازارهای هدف صادر می کند.

مدیرعامل شرکت پلیمر آریاساسول به تولید گرید جدید «LEC ۱۹۹۹» با کاربری اکسترژون کپوتینگ در این شرکت در سال ۱۴۰۱ اشاره کرد و گفت: با تولید این محصول جدید ایران در کنار دو دیگر تولیدکننده این نوع خاص گرید قرار دارد و سالیانه از ۲۰۰ میلیون دلار ارز کشور جلوگیری خواهد شد. حیدرزاده ادامه داد: آریاساسول در سال ۱۴۰۱ از محصول خاص «DataRain» در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات رونمایی کرد که در آن بعنوان حلقه گمشده اتصال شبکه‌های صنعتی به فناوری اطلاعات یاد می کنند. وی در تشریح طرح‌های توسعه‌ای شرکت پلیمر آریاساسول اظهار کرد: طرح پل‌آبتین سنگین و متوسط این شرکت با پیشرفت شگرف نسبت به اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۱ در حال اجراست و پیش‌بینی می‌شود با بهره‌برداری از آن، سالانه ۱۰۰ میلیون دلار درآمدزایی حاصل شود.گفتند است، در پایان این، تدبیس و گواهینامه جهانی یونسکو در حوزه مسئولیت‌اجتماعی محیط زیستی به شرکت پلیمر آریاساسول برای جلوگیری از انقراض آهوی جیبر اهدا شد.



۱۴۰۲ اشاره کرد: این شرکت موفق شد تا بیشترین تولید و فروش ۹ ماه آوار خود را از آغاز تاکنون با عدد یک میلیون و ۲۷۶ هزار تن در تولید و ۸۷۲ هزار تن در حوزه بازاریابی و فروش به دست آورد.

وی با تأکید بر توسعه بازارهای بین‌المللی باهدف افزایش آراژوری برای کشور و تحقق اقتصاد مقاومتی و جلوگیری از خام‌فروشی تصریح کرد: آریاساسول به

کاهش ۱۱ درصدی مصرف انرژی برق در ادارات آبفا در سطح استان اصفهان

تردد از جمله دیگر اقدامات در راستای کاهش مصرف انرژی برق در ادارات بوده است. مدیرعامل آبفای استان اصفهان به مصرف بهینه انرژی برق در تأسیسات آبفا اشاره کرد و خاطر نشان ساخت: استفاده از سیستم‌های هوشمند حرارتی، دراپو و تله تری در تأسیسات در کاهش مصرف انرژی برق موثر بوده و توانسته در جلوگیری از هدر رفت انرژی اثر گذار باشد. اکبریان با بیان اینکه اجرای ممیزی انرژی ساختمان به منظور شناسایی محل های اتلاف انرژی و ایرادات و اشکالات در نحوه مصرف انرژی موثر بوده است بیان کرد: اجرای ممیزی انرژی ساختمان در ادارات آبفای استان اصفهان راهکارهای اصلاحی در خصوص صرفه جویی انرژی برق در بخش های مختلف در دستور کار قرار گرفت. این در حالیست که کنترل و نظارت بر مصرف رایز انرژی نیز اعمال شد و وی در راستای اجرای ممیزی انرژی ساختمان به منظور شناسایی محل های اتلاف انرژی افزود: استفاده از درب اوتوماتیک در ورودی ساختمان اداره جهت جلوگیری از هدر رفت انرژی با توجه به شرایط فضای محیط کار عملیاتی شد و همچنین سنسورهای حرکتی در سردر کتنده ها و با گرم کتنده های مناسب و کارآمد استفاده شد.



شرکت است.

وی به حذف پروژه‌کنترهای روشنایی بر مصرف در معابر و در امور حفاظتی اشاره کرد و خاطر نشان ساخت: جایگزین نمودن پروژکنترهای مجهز به لامپ های LEDو نیز استفاده از سنسورهای روشنایی هوشمند در محل های کم

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای خبر داد؛

برف روبی ۳ هزار و ۸۷۰ کیلومتر – باندا از راههای استان آذربایجان شرقی



تعداد نقاط کوهستانی برف گیر استان را ۳۸ نقطه برشمرد و گفت: اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان در راستای وظایف ذاتی خود با

با حضور رئیس هیات امنای کمیته امداد آمم خمینی(ره) کشور:

چهاردهمین آیین نکوداشت تجلیل از موسسات خیریه و تشکل‌های مردمی استان مرکزی برگزار شد

خیران و موسسات خیریه تاکنون بارهای سنگینی از دوش دولت‌ها برداشته‌اند. معاون توسعه مشارکت‌های مردمی کمیته امداد امام خمینی(ره) کشور افزود: تشکل‌های مردمی افسران خیر و احسان هستند که نظام و سیستم‌های اداری را کمک و حمایت می‌کنند.

آسوده گفت: خیران باید با خود عهد ببندند و اجازه ندهند هیچ کدوکی به دلیل فقر تحصیلی از مدرسه‌ها بازماند و یسن جوانان و نوجوانان نیازمند را در مسیر دانش قرار دهند. وی تأکید کرد: ایجاد سربازه برای نیازمندان، زمینه سازی ازدواج جوانان، ایجاد اشتغال، تأمین بسته‌های معیشتی، تالش برای کاهش آسیب‌های اجتماعی و احیای فرهنگ ریش سفیدی و بزرگی در خانواده‌ها و جامعه از دیگر انتظارات از خیران است. مدیرکل کمیته امداد امام خمینی(ره) استان مرکزی هم در این آیین با گرامیباشت یاد شهدا بویژه سردار حاج قاسم سلیمانی، گفت: سرمایه اجتماعی بزرگترین سرمایه در هر جامعه است. سید مجید مومنی افزود: خیران از سرمایه‌های اجتماعی جامعه هستند که تاکنون گام‌های بلندی در راستای حل مشکلات برداشته‌اند. وی بیان کرد: حرکت در مسیر خیر نصیب هر فردی نمی‌شود و افرادی که در این راستا فعالیت دارند باید قدر جایگاه خود را بدانند. در پایان این آیین از موسسات خیریه و تشکل‌های مردم نهاد استان مرکزی با اهدای لوح و جایزه تقدیر به عمل آمد.

و ثوق نیا مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی قزوین:

نشست مشترک شهرداری قزوین با سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور برگزار شد



از این خودروها تحویل شده و بر اساس قول مساعد رئیس سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور مقرر شد در تحویل بقیه خودروها تسریع به عمل آید. مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهرداری قزوینی گفت: خودروهایی ون جدید دارای سنسف بلند و فضای داخلی مناسب از لحاظ فاصله صندلی ها و راهرو بوده و کیفیت، امکانات و قابلیت های بهتری نسبت به ون های فرسوده فعلی دارد و مجهز بودن به تکنولوژی AVL جهت پایش مسافت های طی شده، از دیگر مزایای این خودروها می باشد.

وی در خاتمه خاطر نشان کرد: هم اکنون حدود ۴۷ دستگاه تاکسی ون که ظرفیت جابه‌جایی ۱۰ مسافر را دارد در ناوگان سازمان تاکسیرانی مشغول فعالیت است که امیدواریم با جایگزینی این تاکسی های ون، گام مهم و مؤثری در جهت رفاه حال شهروندان و تاکسیرانان و ارتقای سیما و منظر شهری برداشته شود.

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، از اقدامات انجام یافته این منطقه در زمینه انتقال ایمن، پاک و پایدار گاز طبیعی طی ۹ ماهه سال جاری خبر داد.

فیروز خدانی، ضمن اشاره به اهمیت بخشی ضریب ایمنی بالای انتقال گاز در شمالغرب کشور گفت؛ با اقدامات انجام یافته شرایط برای انتقال پایدار گاز طبیعی و جلوگیری از افت فشار در ماههای سرد سال در منطقه فراهم شده و در تلاش هستیم از حداکثر ظرفیت هابری عبور موفق از فصل سرما استفاده کنیم. مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز افزود: پرسنل خنوم این منطقه به تأسیسات ۹ طی ۹ ماهه سالجاری با بازرسی فنی اقدام برقی و مکانیکی تأسیسات تقویت فشار و ایستگاههای اندازه گیری گاز، تعمیرات ۱۶۰۰ ساعته توربین گاز واحد دو تأسیسات مرند،انتقال توربین واحد یک تأسیسات سراب به تأسیسات اردبیل و نصب در واحد چهار تأسیسات اردبیل، تصام توان خسود را در جهت ارائه خدمات مطلوب، ایمن و پایدار انتقال گاز بکار بسته‌اند. خدانی اظهار داشت: طی ۹ ماهه سالجاری تعمیرات سطح B واحد ۳ تأسیسات تقویت فشار گاز هنترود و سطح B واحد ۳ تأسیسات تقویت فشار گاز زنگان به پایان رسید و تعمیرات ۳۳۰۰ ساعته واحد یک تأسیسات تقویت فشار گاز مرگلر نیز با ۹۵ درصد در مرحله راه اندازی آزمایشی می باشد. وی تصریح کرد: تعویض کنترلر آنتی سرشج ولوهای واحد سه و چهار تأسیسات مرگلر، تعویض و جایگزینی میتر آلتروسنیک با ریفیس واحد چهار تأسیسات مرگلر، اورهال کمپرسور گاز واحد چهار تأسیسات اردبیل، نصب توربین جدا شده از واحد چهار

بوشهر - **خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل شرکت پلیمر آریاساسول از تولید و فروش در این شرکت در سال ۱۴۰۲ اشاره کرد و گفت: این شرکت موفق شد بیشترین تولید و فروش ۹ ماهه ر نسبت به همه ادوار گذشته با عدد یک میلیون و ۴۷۶ هزارتن در تولید و ۸۷۲ هزار تن در حوزه بازاریابی و فروش ثبت کند.

محمدرضا حیدرزاده در آیین گرامیباشت روز صنعت پتروشیمی از تحول در بخش‌های مختلف شرکت پلیمر آریاساسول در سال‌های اخیر بویژه در تولید گریدهای جدید، ایجاد بهرموری در تولید، حوزه صنایع استانی و ایجاد مرکز دانش‌بنیان و نوآوری یاد کرد و افزود: این شرکت امسال بعنوان شرکت دانش‌بنیان مبتنی بر محصول از سویی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری انتخاب شد. وی با بیان اینکه نباید از عرصه فناوری غفلت کرد، گفت: در مجموعه آریاساسول با هم‌افزایی شکل گرفته در تلاشیم قدرت فناوری را تجاری‌سازی کنیم تا بالاترین نفع و بهره‌عاید صنعت و کشور شود و با ریل گذاری و زمینه‌سازی برای بهره بیشتر آیدنگام گام برداریم، همچنان که گذشتگان این بستر را برای ما فراهم کردند.

حیدرزاده به رکورد بی‌نظیر تولید در شرکت پلیمر آریاساسول در سال ۱۱ صدهای اصفهان کاهش ۱۱ درصدی داشته است. مدیرعامل آبفا اشاره کرد و خاطر نشان ساخت: استفاده از سیستم‌های هوشمند حرارتی، دراپو و تله تری در تأسیسات در کاهش مصرف انرژی برق موثر بوده و توانسته در جلوگیری از هدر رفت انرژی اثر گذار باشد. اکبریان با بیان اینکه اجرای ممیزی انرژی ساختمان به منظور شناسایی محل های اتلاف انرژی و ایرادات و اشکالات در نحوه مصرف انرژی موثر بوده است بیان کرد: اجرای ممیزی انرژی ساختمان در ادارات آبفای استان اصفهان راهکارهای اصلاحی در خصوص صرفه جویی انرژی برق در بخش های مختلف در دستور کار قرار گرفت. این در حالیست که کنترل و نظارت بر مصرف رایز انرژی نیز اعمال شد و وی در راستای اجرای ممیزی انرژی ساختمان به منظور شناسایی محل های اتلاف انرژی افزود: استفاده از درب اوتوماتیک در ورودی ساختمان اداره جهت جلوگیری از هدر رفت انرژی با توجه به شرایط فضای محیط کار عملیاتی شد و همچنین سنسورهای حرکتی در سردر کتنده ها و با گرم کتنده های مناسب و کارآمد استفاده شد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

اصفهان - **فایزه مردان؛**مدبران آبفای استان اصفهان در راستای ایجاد حساسیت سرمایه های انسانی در تقابل با بلایای طبیعی و حوادث عملیاتی و عمومی دانست و در پایان از سایر مدیریت ها و اداراتی که در برگزاری این مانور مشارکت داشتند، تقدیر کرد.

