

چهارشنبه
۴ بهمن ۱۴۰۲

Wed.24 Jan 2024
۱۲ رجب ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۴۰۶
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

نگاه

عبور از دور باطل

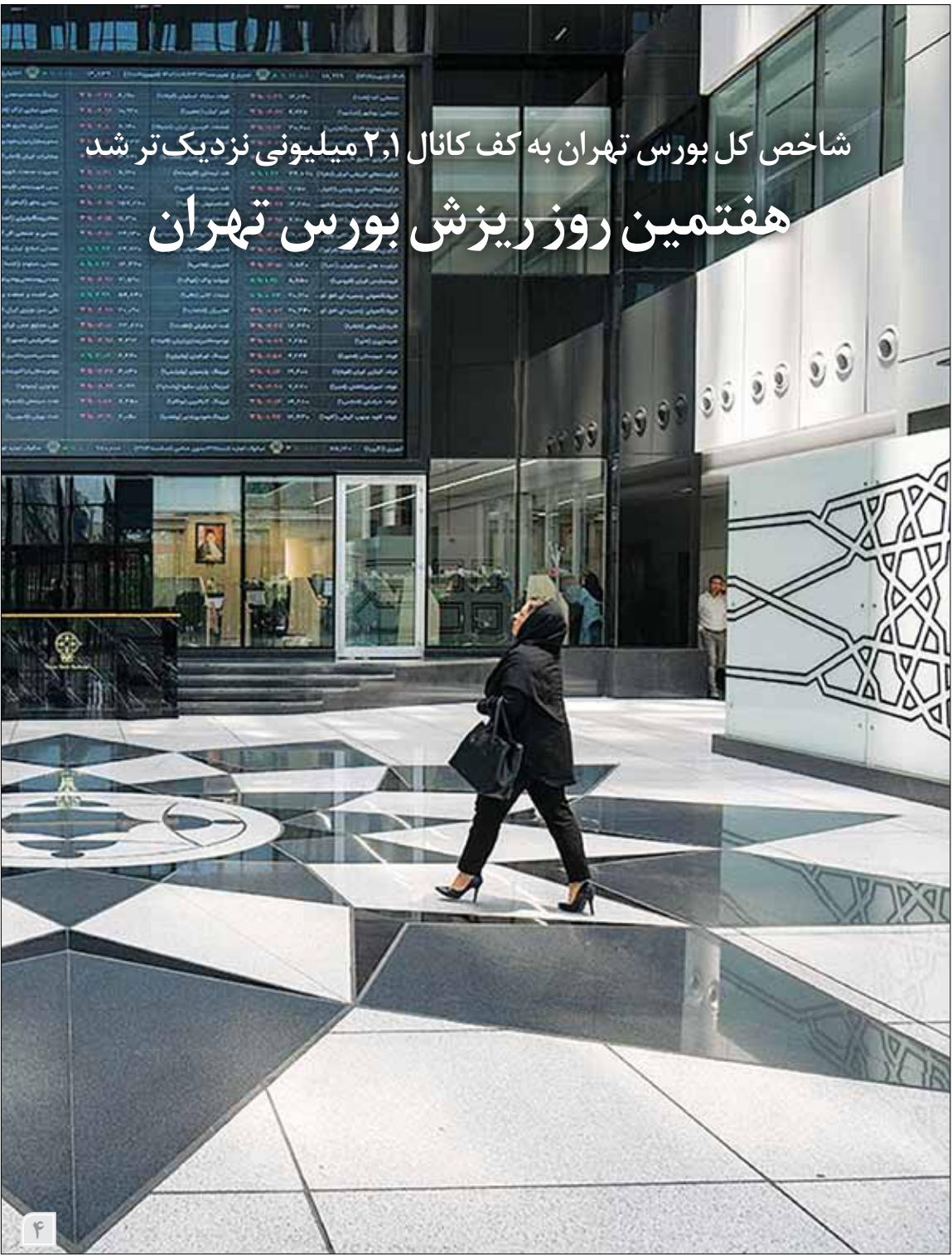
شهاب جوانمردی
نایب رئیس اتاق تهران

یک آموزه بسیار مهم در اقتصاد جهان وجود دارد که تأکید می‌کند هر دولت و حکومتی باید به سه موضوع اهمیت بدهد: «آزمودن، آموختن و دور ریختن». اما وضعیت اقتصاد و جامعه ایران به‌طور کلی با هر سه این کلمات متفاوت و گاهی در تضاد است. تقریباً هفت‌های نیستی که به جلسه‌ای با چنین مضامینی دعوت نشوم؛ بررسی چالش‌های کلان حوزه‌های مختلف، اولویت‌های ملی و راه‌های تحقق آن، بررسی مشکلات فسالان حوزه‌های متفاوت و هم‌اندیشی درخصوص مسائل حوزه‌های اولویت‌دار کشور. این جلسات مکرر یعنی نه درست می‌آزماییم، نه دقیق می‌آموزیم و نه به‌موقع دور می‌ریزیم؛ در واقع همان چرخه همیشگی را با سخت‌کوشی ادامه می‌دهیم که اگر به غیر از این بود، دیگر نیازی به تکرار این مضامین و هم‌اندیشی‌ها وجود نداشت. البته برنامه‌ریزان برخی از این مراسم‌ها می‌توانند افرادی دغدغه‌مند باشند که می‌کوشند تغییری در وضعیت کشور ایجاد کنند ولی حداقل بخشی از دل‌مشغولی آنها به برگزار کنندگان و مخاطبان این نشست‌ها و همایش‌ها منتقل نمی‌شود. نتیجه آنکه آنها عموماً با هدف رف‌ت‌کلیف و پرهیز از ترک‌فصل، همایش و نشست‌ی تکراری و به…

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و‌کار آفرینی



شاخص کل بورس تهران به کف کانال ۲٫۱ میلیونی نزدیک‌تر شد

هفتمین روز ریزش بورس تهران

فرصت امروز: «ترامپ» به یک قدمی انتخاب به‌عنوان نامزد نهایی جمهوری‌خواهان در انتخابات نوامبر ۲۰۲۴ رسید. پس از آنکه هفته گذشته «دونالد ترامپ» با اختلاف ۳۰ درصدی در انتخابات مقدماتی جمهوری‌خواهان در ایالت آیووا به پیروزی رسید، این هفته «ران دیسانتیس» به نفع او از انتخابات کناره‌گیری کرد تا همه چیز به کام رئیس‌جمهور پیشین آمریکا تمام شود. «دیسانتیس» فرماندار فلوریدا که او را دیرزمانی شانس بزرگ جمهوری‌خواهان کلاسیک برای کنار زدن «ترامپ» می‌دانستند، سرنواشت تلخی داشت و به دنبال عملکرد ضعیف و نامیدکننده در انتخابات حزبی آیووا مجبور شد به سفید «ترامپ» از رقابت‌های انتخاباتی درون حزبی کناره‌گیری کند. بدین ترتیب با کناره‌گیری «دیسانتیس»، «یکسی هیلی» به عنوان آخرین رقیب «ترامپ» در حزب جمهوری‌خواه باقی ماند. هرچند بعید به نظر می‌رسد که «یکسی هیلی» هم توان لازم برای رقابت با رئیس‌جمهور سابق آمریکا را داشته باشد. هفته‌نامه «کونومیس‌ت» در سرمقاله این هفته خود نسبت به تأثیر سیاست‌های «ترامپ» بر اقتصاد آمریکا و شرکت‌های بزرگ هشدار داده و با اشاره به پیروزی قابل توجه او در انتخابات جمهوری‌خواهان در ایالت آیووا نوشته است: «ترامپ» در انتخابات مقدماتی جمهوری‌خواهان در ایالت آیووا به پیروزی قاطعی رسید و به نظر می‌رسد در مسیر بازگشت دوباره به کاخ سفید قرار دارد. حامیان «دونالد ترامپ» که سیمت‌های اجرایی در شرکت‌های بزرگ را برعهده دارند، از «جو بایدن» ابراز ناراضی می‌کنند. «بایدن» می‌خواهد مالیات شرکت‌ها را افزایش دهد و همچنین قصد دارد قوانینی را به تصویب برساند که بانک‌های بزرگ را ملزم می‌کند ۲۰ درصد سرمایه بیشتری در ترازنامه‌های خود نگه دارند. با این وجود، ننگ‌ها خوش‌بینانه به مدیریت اقتصادی «ترامپ»، خودخواهانه است. از منظر «کونومیس‌ت»، سیاست‌های اقتصادی «رامپ» موسوم به «ترامپونومیکس»، ترکیبی از کاهش مالیات‌ها و تعرفه‌ها با کسری بودجه است و در صورت اجرا دیگر نتایج گذشته را به دنبال نخواهد داشت. شرایط اقتصادی آمریکا در دو سال گذشته تغییر خبری در امکان اینکه این کشور دچار فروپروخنگی اقتصادی شود، زیاد است.

مقایسه عملکرد ترامپ و بایدن

کمتر از یک سال به آغاز انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا در نوامبر ۲۰۲۴ باقی مانده و همه چیز تحت تأثیر بازگشت «ترامپ» قرار گرفته است. او در انتخابات مقدماتی جمهوری‌خواهان، عملکرد خوبی داشته و با کناره‌گیری «ران دیسانتیس» حالا قفل «یکسی هیلی» فرماندار سابق کارولینای جنوبی به‌عنوان آخرین رقیب وی باقی مانده

است. رسانه‌ها و مطبوعات آمریکایی نیز این روزها بیش از گذشته درباره انتخابات نوامبر گمانه‌زنی می‌کنند. در همین راستا، «واشنگتن پست» در گزارشی به مقایسه عملکرد اقتصادی دو رئیس‌جمهور آمریکا (بایدن و ترامپ) پرداخته و بر این باور است که این دو به احتمال زیاد بار دیگر در کارزار انتخابات همدیگر را ملاقات خواهند کرد. به نوشته «واشنگتن پست»، با وجود اینکه اقتصاد آمریکا توانست به سرعت خود را از تبعات همه‌گیری کووید-۱۹ رها کند، «جو بایدن» در متقاعدکردن رأی‌دهندگان نسبت به این موضوع که سیاست‌هایش توانسته وضعیت اقتصادی را بهبود ببخشد، ناموفق بوده است. در نظرسنجی‌ها، اکثر مردم آمریکا می‌گویند که در زمینه مدیریت اقتصاد، «دونالد ترامپ» رئیس‌جمهور پیشین این کشور، عملکرد بهتری نسبت به «بایدن» داشته است. کارنامه اقتصادی هر دو رئیس‌جمهور با همه‌گیری کووید-۱۹ و تبعات بعد از آن همراه بوده است. بحران کووید باعث شد تا بازار کا به شدت دچار مشکل شود، نرخ تورم به بالاترین سطح خود طی دهه‌های اخیر برسد و تریلیون‌ها دلار به حجم بدهی فدرال اضافه شود.

براساس این گزارش، بازار کار به شدت قوی آمریکا، بدون شک بزرگ‌ترین پیروزی کاخ سفید بوده است. از برخی جهات، «بایدن» زمانی وارد کاخ سفید شد که میلیون‌ها نفر به دلیل همه‌گیری کرونا هنوز شغلی نداشتند. حتی با این وجود، رشد سریع مشاغل جدید در سال‌های اخیر بسیار بهتر از پیش‌بینی اقتصاددان‌ها بوده و باعث رشد اقتصادی قابل توجه آمریکا شده است. موضوع جالب‌تر این است که با وجود سیاست‌های سختگیرانه فدرال رزرو برای کاهش سرعت رشد اقتصادی، بازار کار هنوز قوی باقی مانده است. در زمان ریاست‌جمهوری «جو بایدن»، کارفرمایان توانست‌اند ۱۴ میلیون شغل ایجاد کنند؛ یعنی به طور میانگین بیش از ۴۰۰ هزار موقعیت شغلی در هر ماه. اخیراً سرعت ایجاد مشاغل جدید کاهش یافته و آمار ماه نوامبر، حاکی از ایجاد ۱۹۹ هزار شغل جدید بوده است. در سمت مقابل، در سه سال نخست ریاست‌جمهوری «دونالد ترامپ» و پیش از آغاز همه‌گیری که منجر به از دست رفتن ناگهانی بیش از ۲۰ میلیون شغل شد، اقتصاد تحت مدیریت «ترامپ» توانسته بود به طور میانگین ۱۷۶ هزار شغل جدید در هر ماه ایجاد کند.

از نرخ بیکاری تا رشد اقتصادی

به غیر از افزایش شدید نرخ بیکاری در دوران همه‌گیری طی سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱، نرخ بیکاری در دوران هر دو رئیس‌جمهور، پایین باقی مانده است. در زمان «ترامپ»، بیکاری در اوایل ۲۰۲۰ و پیش از آغاز همه‌گیری به ۳٫۵ درصد رسید که پایین‌ترین سطح آن در حدود نیم قرن

گذشته است. نرخ بیکاری در زمان «بایدن» حتی کمتر شد و در اوایل سال ۲۰۲۳ به ۳٫۴ درصد رسید. نرخ بیکاری آمریکا اکنون ۳٫۷ درصد است. همچنین نرخ بیکاری برای کارگران اسپانیایی‌زبان، زنان سیاه‌پوست و افراد دارای معلولیت تحت نظارت «بایدن» به پایین‌ترین حد خود رسیده است. نرخ بیکاری سیاه‌پوستان در دوران «بایدن» و «ترامپ» کاهش یافت، اما این نرخ در دوران ریاست‌جمهوری «بایدن» و در اوایل ۲۰۲۳ به پایین‌ترین سطح تاریخ خود رسید.

از سوی دیگر، اقتصاد آمریکا در دوران «جو بایدن» و «دونالد ترامپ» با سرعت ثابتی رشد کرده است. تولید ناخالص داخلی از زمان آغاز ریاست‌جمهوری «بایدن» حدود ۲۲ درصد رشد داشته و این میزان در زمان «ترامپ» و پیش از همه‌گیری که رکود اقتصادی را به همراه داشت، ۱۴ درصد بود. حتی با این وجود، اقتصاد آمریکا به کمک بسته‌های مالی حمایتی به ارزش تریلیون‌ها دلار، به سرعت خود را بازیابی کرد و تا زمانی که «ترامپ» کاخ سفید را ترک کرد نیز در حال رشد بود. اکنون و در زمان «بایدن»، اقتصاد ایالات متحده پیش از کاهش طی شش ماه در سال ۲۰۲۲، طی ۱۵ ماه متوالی با رشد همراه بوده است. اما اقتصاددانان خاطرنشان می‌کنند که نرخ فعلی رشد اقتصادی - نرخ سالانه ۴٫۹ درصدی تا سپتامبر - ناپایدار است و بسیاری انتظار دارند رشد در سال ۲۰۲۴ کاهش یابد.

روسای جمهور همچنین کنترل بسیار کمی بر قیمت بنزین دارند، اما این موضوعی است که «ترامپ» توانسته بود در آن مدیریت بهتری داشته باشد و قیمت بنزین در دوران او پایین بود؛ اتفاقی که می‌تواند برخی ناراضیاتی‌های مردم آمریکا از شرایط فعلی اقتصادی را توضیح دهد. تبعات همه‌گیری کرونا، جنگ روسیه و اوکراین و افزایش تقاضای همگنی باعث شده‌اند قیمت بنزین از سال ۲۰۲۰ با نوسان شدیدی همراه باشد. از آوریل ۲۰۲۰ تا آوریل ۲۰۲۲، قیمت بنزین بیش از دو برابر شده، اما از ژوئن ۲۰۲۲ که اوج قیمت بنزین بود (۵ دلار به ازای هر گالن)، قیمت‌ها در حال کاهش است. تحلیلگران می‌گویند قیمت بنزین می‌تواند در ادامه به کمتر از سه دلار به ازای هر گالن کاهش پیدا کند.

قیمت خانه چقدر بالا رفت؟

مالکیت خانه، یکی از بزرگ‌ترین راه‌های ثروت‌آفرینی در آمریکاست و افزایش اخیر قیمت‌ها یک شمشیر دولبه قلمداد می‌شود؛ بسیاری از افرادی که خواهان خرید خانه برای نخستین‌بار هستند، با مشکلات زیادی روبه‌رو شده‌اند، اما افرادی که از قبل خانه داشتند، از افزایش قیمت‌ها سود می‌برند. در مجموع، خرید خانه در دوران «بایدن» دشوارتر شده است. قیمت خانه در دوران همه‌گیری با افزایش چشمگیری همراه بود و از بهار ۲۰۲۰ تا پاییز ۲۰۲۲ با رشد

رئیس سازمان برنامه و بودجه خیر داد

افزایش ۲۰ درصدی حقوق کارمندان

بار مالی که ایجاد می‌کرد، عددها نسبتاً متناهِ بود. او درباره میزان بار مالی اضافه‌شده به بودجه توضیح داد: برآوردها متفاوت است. بستگی دارد که مفروضات ما در محاسبات بار مالی چگونه باشد. بین ما و مرکز پژوهش‌های مجلس اختلاف‌نظرهایی بود، اما عدد متناهِی بوده و نسبت به کل بودجه پیشنهادی دولت، درصد قابل توجهی بود. البته با بازنگری‌هایی که در حال انجام است، به توافق خوبی بین دولت و مجلس نزدیک می‌شویم. رئیس سازمان برنامه و بودجه در پاسخ به اینکه آیا

زنگ خطر تولید مسکن شهری به صدا درآمد

حمله تور می مسکن به مستأجران

بانک مرکزی پس از سکوت چندین ماهه سرانجام از تحولات بازار مسکن در سه ماه اخیر گزارش داد. داده‌های آماری بانک مرکزی نشان می‌دهد که روند تورم ماهانه در بازار مسکن اندکی کند شده و از همین رو، برخی از فعالان و کارشناسان بازار مسکن با اشاره به تجربه وضعیت مشابه در دهه ۸۰ می‌گویند این روند نوید تعدیل قیمت‌ها را در این بخش می‌دهد. با این حال، اگر از یکسو…

مصوبات کمیسیون تلفیق، فشار مضاعفی به بخش مولد اقتصاد تحمیل می‌کند

بودجه علیه تولید

فرصت امروز: مصوبات کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۳، کمتر در راستای حمایت از تولید است و فشار مضاعفی بر بخش مولد اقتصاد تحمیل خواهد کرد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش «بودجه ۱۴۰۳ و نسبت آن با تولید و سرمایه‌گذاری در کشور»، با بیان اینکه شلامخ کل اقتصاد در آذرماه ۱۴۰۲ با ثبت عدد ۴۹۸۸ برای سومین ماه پیاپی روند کاهشی داشته است، می‌گوید: بررسی شاخص صنعت نیز گویای آن است که عملکرد آذرماه این شاخص برای بخش صنعت بدتر بوده؛ چراکه با ثبت عدد ۴۸۶۱ کمترین مقدار چهار ماهه اخیر خود را ثبت کرده است. روند کاهشی شاخص کل اقتصاد و شاخص صنعت، پیام تعمیق رکود را برای سیاستگذار به همراه دارد. همچنین براساس گزارش پایش بخش حقیقی اقتصاد ایران در آذرماه که توسط مرکز پژوهش‌های مجلس منتشر شد، شاخص تولید و فروش شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه قبل، کاهش ۲٫۱ درصدی و ۰٫۴ درصدی داشته‌اند. عملکرد ۹ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۲ نسبت به سال قبل، گویای رشد ۰٫۲ درصدی است؛ در حالی که رشد این بخش در دوره مشابه سال قبل ۶٫۲ درصد بود. همه این آمارها بیانگر آن است که وضعیت تولید و صنعت خوب نیست و براساس نظرسنجی طرح پایش ملی محیط کسب‌وکار از ۳ هزار بنگاه اقتصادی، میانگین ظرفیت تولید واقعی حدود ۴۰ درصد برآورد شده است.

براساس این گزارش، در سال ۱۴۰۲ هدف اصلی سیاست ارزی دولت همچنان کنترل نرخ ارز بوده، بدون آنکه چندان توجهی به اثرات این سیاست بر بخش واقعی اقتصاد داشته باشد. سیاست محوری دولت برای مهار تورم، یعنی کنترل رشد ترازنامه بانک‌ها نیز موجب شد تا بخش بیشتری از منابع بانکی توسط دولت مصادف شود و عموم بنگاه‌های اقتصادی برای تأمین سرمایه در گردش و سرمایه‌گذاری با کمبود منابع مواجه شوند. در ماه‌های اخیر، نرخ…

۳

«فرصت امروز» از چالش‌های امهال مطالبات غیر جاری بانک‌ها گزارش می‌دهد

روش‌های امهال وام‌های بانکی

۲

مدیریت و کسب‌وکار

ارزش رسانه‌ای چیست؟ همراه با بررسی مزایای آن

آیا تا حالا با خودتان فکر کرده‌اید تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی در دنیای شلوغ کسب و کار دقیقاً چه کاری انجام می‌دهند؟ بی‌شک روی کاغذ همه تیم‌های بازاریابی عملکرد بی‌نهایت خوبی در راستای تحقق اهداف برند دارند. از سوی دیگر روابط عمومی در قالب یک تیم سازمان‌یافته نیز برای عملکرد بهینه کسب و کارها ضروری است. درست به همین دلیل معمولاً کارآفرینان درباره ضرورت استفاده از این تیم‌ها چون و چرایی ندارند. با این حال آیا عملکرد همه تیم‌های بازاریابی قابل دفاع است؟

راستش را بخواهید، کمتر تیم بازاریابی پیدا می‌شود که بدون اشتباه در بازار عمل کند. این نکته درباره حوزه روابط عمومی نیز صدقاً دارد. باور کنید یا نه، ما در بازار با مجموعه‌ای از اشتباهات رو به رو هستیم که به مرور زمان عملکرد کسب و کارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. درست به همین دلیل ضروری است متر و معیاری برای…

۴۹ درصدی مواجه شد. گلدمن ساکس اعلام کرد که افزایش قیمت خانه باعث شده قدرت خرید خانه به کمترین سطح تاریخی خود برسد. قیمت خانه اکنون به طور میانگین ۴۳۱ هزار دلار است که نسبت به قیمت ۴۸۰ هزار دلاری سال ۲۰۲۲، کاهش پیدا کرده اما هنوز بالاتر از قیمت‌های پیش از دوران کرونا است. نرخ وام مسکن نیز طی دو سال گذشته بیش از دو برابر شده و از ۳٫۱ درصد به حدود ۷ درصد افزایش یافته است. همین موضوع باعث شده تا خرید خانه دشوارتر شود. کمبود خانه در برابر تقاضای بالا، علت اصلی بالا ماندن قیمت خانه در آمریکاست.

تورم نیز یک چالش دائمی برای دولت «بایدن» بوده است. افزایش قابل توجه قیمت‌ها پس از همه‌گیری باعث شد نرخ تورم آمریکا به بالاترین سطح خود در بیش از ۴۰ سال گذشته افزایش پیدا کند. اگرچه نرخ تورم از اوج خود در تابستان ۲۰۲۲ فاصله گرفته و کاهش پیدا کرده است، قیمت‌ها هنوز ۳ درصد بیشتر از سال ۲۰۲۲ هستند. آمریکایی‌ها می‌گویند هزینه‌های بالاتر، دیدگاه آنها را نسبت به اقتصاد مخدوش کرده و رأی‌دهندگان به طور مداوم از تورم به عنوان نگرانی اصلی خود یاد می‌کنند. در مورد نرخ بهره نیز رئیس‌جمهور آمریکا، قدرت بسیار کمی برای مانور دارد. با وجود اینکه رئیس فدرال رزرو توسط رئیس‌جمهور تعیین می‌شود و مورد تأیید کنگره قرار می‌گیرد، بانک مرکزی آمریکا استقلال کاملی دارد، اما اقدامات فدرال رزرو تأثیر مهمی بر اقتصاد دارد. در دوران «بایدن»، بانک مرکزی نرخ بهره را ۱۱ مرتبه افزایش داد تا تورم کنترل شود. نرخ بهره کنونی که بین ۵٫۲۵ تا ۵٫۵ درصد قرار دارد، بالاترین سطح ۲۲ سال اخیر است. هر بار که فدرال رزرو نرخ بهره را افزایش می‌دهد یا حتی می‌گوید که ممکن است آن را انجام دهد، اثرات اقتصادی زیادی می‌گذارد که منجر به هزینه‌های استقراض بیشتر برای انواع وام‌ها از جمله وام مسکن (در حال حاضر ۷ درصد)، وام‌های شخصی (۱۲ درصد) و کارت‌های اعتباری (بالای ۲۰ درصد) می‌شود.

قدرت خرید مردم بهتر شد؟

قدرت خرید کنونی مردم آمریکا در مقایسه با اوایل دوره ریاست‌جمهوری «جو بایدن» کاهش پیدا کرده است. پایین آمدن میزان بسته‌های مالی برای بهبود وضعیت اقتصادی علاوه افزایش قیمت‌ها باعث شده‌اند تا درآمد خانوارها از سال ۲۰۲۰ با نوسان شدیدی همراه باشد. با این حال، بسیاری از آمریکایی‌ها در حالی سال ۲۰۲۳ را به پایان رسانده‌اند که وضعیت‌شان از یک سال قبل بهتر شده است؛ زیرا افزایش دستمزدها بیشتر از سطح تورم بوده است. در نقطه مقابل، در طول سال‌های مدیریت «دونالد ترامپ»، آمریکایی‌ها تا زمان شروع همه‌گیری کرونا شاهد افزایش مستمر قدرت خرید

بودند. به طور کلی، درآمد واقعی قابل تصرف یا همان پولی که پس از مالیات و تورم برای آمریکایی‌ها باقی می‌ماند، در فاصله بین ژانویه ۲۰۱۷ تا ژانویه ۲۰۲۰ حدود ۱۰ درصد افزایش یافت. همچنین بازار سهام نیز در دوران «ترامپ» به سرریز با افزایش ارزش همراه شد و این روند در دوران «بایدن» نیز ادامه دارد. به نظر می‌رسد پس از دوره‌ای از افت در سال ۲۰۲۲، ارزش سهام‌ها با افزایش خوش‌بینانه نسبت به پایان یافتن چرخه افزایش نرخ بهره توسط بانک مرکزی آمریکا، بار دیگر در حال رشد است. میانگین صنعتی داوجونز و نزدک در آخرین ماه ۲۰۲۳ به بالاترین حد خود رسید. براساس این گزارش، از حدود ۲۰ سال قبل تاکنون میزان بدهی وام دانشجویان در آمریکا به شکل چشمگیری افزایش پیدا کرده است. «جو بایدن» در زمان ورود خود به کاخ سفید قول داد که بار هنگفت بدهی‌ها را از دوش دانشجویان فارغ‌التحصیلان بردارد؛ هرچند برنامه او برای بخشش ۴۰۰ میلیارد دلار از این بدهی‌ها با مخالفت قانونگذاران جمهوری‌خواه و دادگاه عالی این کشور مواجه شد، اما دولت «بایدن» راهایی برای کاهش این بدهی پیدا کرده است. تا به امروز، کاخ سفید حدود ۱۳۲ میلیارد دلار بدهی وام دانشجویی برای بیش از ۳۶ میلیون آمریکایی را لغو کرده است. در نتیجه، مانده وام‌های دانشجویی به مدت شش ماه است که در حال کاهش است. آمریکایی‌ها در ماه اکتبر ۱٫۷۴ تریلیون دلار وام دانشجویی بدهکار بودند که نسبت به رکورد ۱٫۷۷ تریلیون دلاری در ابتدای سال ۲۰۲۳ کمتر است.

احساس مصرف‌کنندگان آمریکایی

دیدگاه مردم آمریکا نسبت به وضعیت اقتصادی خود در ماه ژوئن ۲۰۲۲ به پایین‌ترین سطح خود رسید؛ یعنی زمانی که قیمت بنزین با رکود همراه بود. از آن زمان تاکنون دیدگاه مردم نسبت به ادامه رشد اقتصادی کمی بهتر شده است، اما هنوز هم پایین‌تر از دوران ریاست‌جمهوری «دونالد ترامپ» است. با وجود ناراضیاتی نسبت به وضعیت اقتصادی، مردم آمریکا به شکل قابل توجهی پول خود را خرج می‌کنند و همین موضوع به ادامه رشد اقتصادی آمریکا منجر شده است. از سوی دیگر، کسری بودجه فدرال در دوران «ترامپ» به اوج خود رسید، اگرچه هم او و هم «بایدن» تریلیون‌ها دلار به بار بدهی ملی اضافه کرده‌اند. بدهی دولت آمریکا در هر سال از دوره ریاست‌جمهوری «ترامپ» افزایش یافت. کاهش گسترده مالیات و باقی ماندن دولت به همه‌گیری کرونا، ۷٫۸ تریلیون دلار به بار بدهی اضافه کرد. از آن زمان، کسری بودجه در دو سال نخست ریاست‌جمهوری «بایدن» کاهش یافت، اما در سال ۲۰۲۳ دوباره رشد کرد و ۲۳ درصد بالاتر رفت و این کشور را با ۱٫۷ تریلیون دلار کسری مواجه کرد.

کسری بودجه دولت را تأمین کنیم؛ زیرا اثر این کار تورم بیشتری است که تورم بیشتر هم افزایش حقوق را خنثی می‌کند. ما افزایش ۱۸ درصد را پیشنهاد داده بودیم، اما از سوی کمیسیون تلفیق مجلس گفتند که ۱۸ درصد کافی نیست و باید ۲۰ درصد باشد که هم در مجلس ۲۰ درصد را پذیرفتیم. البته تدابیر دیگری که ما به مجلس آورد. بحث فوق‌العاده‌های خاص است که برای برخی از دستگاه‌ها پیشنهاد کردند و اکنون برای بحث فوق‌العاده‌های خاص در حال رایزنی با مجلس هستیم.

یادداشت

عبور از دور مسهل

شهاب جوانمردی، نایب رئیس اتاق تهران

یک آموزه بسیار مهم در اقتصاد جهان وجود دارد که تاکید می‌کند هر دولت و حکومتی باید به سه موضوع اهمیت بدهد: «آزمودن، آموختن و دور ریختن.» اما وضعیت اقتصاد و جامعه ایران به‌طور کلی با هر سه این کلمات متفاوت و گاهی در تضاد است. تقریبا هفته‌ای نیست که به جلسسه‌ای با چنین مضامینی دعوت نشوم؛ بررسی چالش‌های کلان حوزه‌های مختلف، اولویت‌های ملی و راه‌های تحقق آن، بررسی مشکلات فلان حوزه‌های متفاوت و هم‌اندیشی درخصوص مسائل حوزه‌های اولویت‌دار کشور. این جلسات مکرر یعنی نه درست می‌آزماییم، نه دقیق می‌آموزیم- و نه به‌موقع دور می‌ریزیم؛ در واقع همان چرخه همیشگی را با سخت‌کوشی ادامه می‌دهیم که اگر به غیر از این بود، دیگر نیازی به تکرار این مضامین و هم‌اندیشی‌ها وجود نداشت. البته برنامه‌ریزان برخی از این مراسم‌ها می‌توانند افرادی دغدغه‌مند باشند که می‌کوشند تغییری در وضعیت کشور ایجاد کنند ولی حداقل بخشی از دل‌مشغولی آنها به برگزارکنندگان و مخاطبان این نشست‌ها و همایش‌ها منتقل نمی‌شود. نتیجه آنکه آنها عموما با هدف رفع‌تکلیف و پرهیز از ترک‌فعل، همایش و نشست‌ی تکراری و به قول معروف «دولتی‌پسند» برگزار می‌کنند. حاصل این رفتار چیست؟ جلسات حوصله‌سربر و کمتر کاربردی که به غیر از اتلاف منابع، نتیجه دیگری ندارد.

اما گاهی نیاز است که دست از اختراع چرخ برداریم و در همان جاده که کشورهای توسعه‌یافته به شکوفایی رسیدند، اتومبیل اقتصاد ایران را برانیم، بلکه این بار الگوگیری از جهان به‌کار اقتصاد ایران هم آمد. با چنین رویکردی می‌توان به رخداده‌ا و رفتارهای جاری کشور نگاهی آسیب‌شناسانه داشت. چند نمونه را ذکر می‌کنم:

۱- گاهی مشکلات بیرونی، راه‌حل‌های درونی ندارند: برخی اوقات در پس بیان یک معضل، راه‌حلهایی مطرح می‌شود که اصلا در ساحت دیگری قرار می‌گیرند. به‌عنوان مثال، شونواتی از تحریم که طرف‌های خارجی تجاری را از کار با ما می‌ترساند یا منع می‌کند، با تغییر رفتارها یا سیاست‌های بخشی و داخلی صنعت ما قابل رفع و رجوع است، اما در عمل کاری می‌کنیم که مسئله رفع نشود. این رفتار حتما از سر قصد و عمد نیست ولی سهو هم در چنین شرایط خطیری، گناه کوچکی به‌شمار نمی‌آید.

۲- فکرها‌ی کهنه به‌کار مسائل جدید نمی‌آید: راه‌حل‌های قدیمی اکثرا برای مسائل جدید ناکارآمد است. موضوعات دنیای امروز، مسائل پیچیده، چندوجهی با ذی‌نفعان متعدد است که قابل‌حل با روش‌های کهنه و فرسوده یا حداقل از مد افتاده و قدیمی نیستند، از این‌رو حجمی از صاحب‌نظران گذشته‌گرا، فاقد تسلط بر مهارت‌های سیاست‌گذاری، با اشراف ناکافی نسبت به ابعاد اقتصادی اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موضوع و نیز حامل راه‌حل‌های قدیمی شکست‌خورده و بدون تجهیز شدن به ابزارها و فناوری‌های متناسب عادتا نمی‌توانند ارائه‌دهنده راه‌حل‌های بدیع و کارآمد باشند.

۳- مسائل پیچیده، فکرها‌ی خلاق می‌خواهد: مسائل به‌تبع چندوجهی‌شدن، راهکارهای چندوجهی می‌طلبد. اگر در گذشته آلودگی هوای شهرها با تمهیداتی چون مدیریت آلاینده‌های کارخانه‌ها رفع می‌شد، امروز منابع آلایندگی متعدد شده‌اند، ذی‌نفعان و متاثران ناشی از آلایندگی‌ها هم متکثر شده‌اند. نتیجه آنکه در هر تصمیمی باید تبعات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، … را هم که بر روی ضربات اشتغال و سرمایه‌گذاری و بیماری و مرگ و میر و ترافیک و اتلاف زمانی و اتلاف انرژی و… اثرگذار است، مورد توجه قرار داد.

۴- هم‌اندیشی‌ها بدون تدبیر برای برون‌رفت در مقام عمل کم‌فایده است. این یک عارضه قدیمی و همیشگی است که اکثر نشست‌های هم‌فکری درخصوص چالش‌ها بدون جمع‌بندی درخصوص یک نقشه‌راه با قابلیت عملیاتی شدن پایان می‌یابند. گفت‌وگو درباره ابعاد مختلف یک چالش یا راه‌حل‌های جزئی و بخش عملیاتی که قابلیت جانمایی در یک راه‌حل کلی را ندارند، لازم اما ناکافی هستند و در اکثر موارد نهایتا با این نسخه‌های خام مواجه هستیم.

اقتصاد ایران حداقل شش دهه است که در مسیر مدرن‌شدن، بازسازی و توسعه حرکت می‌کند. حداقل طی دو مقطع یعنی نیمه اول دهه ۵۰ و نیمه اول دهه ۸۰، حرکت‌های بسیار بزرگی برای دستیابی به توسعه قطعی صورت گرفت و این موضوع در اسناد بالادستی مانند برنامه ششم توسعه و سند چشم‌انداز هم بازتاب یافت، اما چرنا آنچه آرزوی ما داشتیم، محقق نشد؛ برای این موضوع، چندین دلیل می‌توان پشت هم ردیف کرد، ولی «هیافتن از حضور در نشست‌ها و جلسات مکرر چنین است، حتی در سطوح بالای اجرایی کشور، مفهوم اولویت‌گامی از بین می‌رود و به‌جای استفاده دقیق از راهبردها و در نظر گرفتن محدودیت منابع و رقابت‌ها، سلاقی و نظرات شخصی به‌کار گرفته می‌شود. در این چارچوب نمی‌توان امید داشت که یک اولویت موضوعی از زمانی به زمان دیگر در صدر بماند و منایب برای حل آن مسئله به حد کافی در دسترس باشد. البته به این فهرست می‌توان موارد متعدد دیگری را نیز افزود و چالش‌های ساختاری اجرایی کشور، صلاحیت مجریان برای حل مسائل، چندتصمیمی و بی‌تصمیمی و به‌صورت توأمان چندمسئولیتی و بی‌مسئولیتی نهادی و پنجره‌های زمانی مجلس، دولت، زمان موردنیاز برای حل مسائل را به فهرست قبل افزود، اما در بیان آسیب‌ها به همین بسنده می‌کنم تا در چالشی مشابه آنچه که به آن انتقاد دارم، نیفتم.

مدیرعامل توانیر:

مراقب افزایش قیمت قبوض برق باشید

مدیرعامل توانیر با اشاره به اینکه الگوی ماهیانه مصرف برق در زمستان نسبت به دور گرم سال متفاوت است، خواستار دقت هموطنان در استفاده از وسایل برقی گرمایشی شد. «مصطفی رحبی مشهدی»، مدیرعامل توانیر به مشترکان برق هشدار داد که مراقب افزایش قیمت قبض برق خود باشند و افزود: الگوی مصرف برق ماهانه ۳۰۰ کیلووات ساعت در ماه‌های گرم است که این رقم در زمستان به ۲۰۰ کیلووات ساعت کاهش پیدا می‌کند. با توجه به اینکه تعرفه برق برای مصارف بیش از الگو به صورت پلکانی و غیریارانه‌ای افزایش می‌یابد و قبوض افزایش پیدا می‌کند، استفاده از وسایل گرمزای برقی مانند هیترها، اسلبیت‌های ایستاده و… باعث افزایش شدید مصرف برق می‌شود. به گفته «رحبی مشهدی»، استفاده از وسایل گرمزای برقی در فصل زمستان باعث افزایش مصرف برق و در نتیجه توانیر همچنین با توجه به برودت هوا و افزایش مصرف گاز و برق در اکثر نقاط کشور از هموطنان درخواست کرد با رعایت چند نکته سناده و کاربردی از جمله تنظیم دمای وسایل گرمایشی منزل بین ۱۸ تا ۲۱ درجه سانتی‌گراد و عایق‌بندی در و پنجره‌های منازل خود به تأمین گاز و برق پایدار کمک کنند. گفتنی است از جمله وسایل برمصرف برقی، هیتر است که افزایش میزان مصرف برق هیتر برقی به دو عامل میزان ساعات روشن بودن و توان دستگاه بستگی دارد. بنابراین هرچه این دو عدد بالاتر باشند؛ مصرف برق نیز بیشتر است. همچنین در صورت استفاده از کولرهای گازی و اسلبیت‌ها در حالت گرمایش به روش هیت پمپ (کمپرسور)، مصرف برق این نوع وسایل از حالت سرمایش آن نیز بیشتر خواهد شد.

«فرصت امروز» از چالش‌های امهال مطالبات غیرجاری بانک‌ها گزارش می‌دهد

روش‌های امهال وام‌های بانکی



دارد، بررسی بیشتر این موضوع و آسیب‌شناسی ابعاد آن ضروری است. در همین زمینه، «علی نطفاتیان»، دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها با اشاره به روابط حقوقی بانک‌ها و مشتریان به «فرصت امروز» می‌گوید: «امهال» به زبان ساده به معنای مهلت دادن به مشتری است. «دستورالعمل نحوه امهال مطالبات موسسات اعتباری» که مهر تأیید شورای فقهی بانک مرکزی را به همراه دارد، از جمله مستندات قانونی است که در صورت اجرای صحیح، روابط حقوقی بین بانک‌ها و مشتریان را تنظیم می‌کند. کارکرد این دستورالعمل دوگانه است؛ یعنی هم برای اختلافات مالی بانک‌ها و مشتریان به‌دکار کاربرد دارد و هم می‌توان از آن برای تعیین تکلیف ادامه تسهیلات غیرجاری استفاده کرد. این دستورالعمل در شهریورماه ۱۳۹۸ به تصویب رسید و در مهرماه ۱۳۹۹ بر آن اصلاحیه زده شد. در ماده ۲ آن گفته شده که «موسسه اعتباری می‌تواند بنابه‌درخواست مشتری و در چارچوب ضوابط داخلی مصوب هیأت‌مدیره خود صرفا مطالباتی را که تمام یا بخشی از آن غیرجاری شده است، برای یکبار و حداکثر به مدت پنج سال امهال نماید». پس برای «امهال» لازم نیست که تمام تسهیلات موردنظر معوق شود و در طبقه مطالبات غیرجاری و معوق جای گرفته باشد، بلکه حتی اگر بخشی از تسهیلات پرداختی به مشتری معوق شده باشد، می‌توان از مقررات «دستورالعمل امهال» برای رهایی مشتری از تنگناهای مادی استفاده کرد. همچنین ماده ۱۰ «دستورالعمل امهال» می‌گوید: «امهال مطالبات به دو صورت ادامه قرارداد فعلی (تقسیم مجدد و یا تمدید قرارداد) و یا انعقاد قرارداد جدید امکان‌پذیر است.» یعنی در «امهال» تسهیلات با انعقاد قرارداد جدید بین بانک و مشتری، قرارداد سابق کنار می‌رود و قرارداد جدید جایگزین می‌شود و روابط حقوقی بانک و مشتری، شکل جدیدی به خود می‌گیرد.

از تمدید قرارداد تا تجدید و تبدیل
از جمله روش‌های «امهال» وام بانکی، تجدید و تبدیل قرارداد است؛ یعنی قرارداد جدیدی با مشتری تنظیم می‌شود و از منابع حاصل از آن برای بازپرداخت بدهی قبلی مشتری استفاده می‌شود. «نطفاتیان» درباره «امهال» تسهیلات بانکی از فروش اقساطی سهام‌شرد که بانک ولی برعکس در فرایند تبدیل قرارداد، موضوع قرارداد جدید نسبت به قرارداد سابق به کلی تغییر پیدا می‌کند، مثلا از دهه ۶۰ تاکنون روش بانک‌ها در مورد تسهیلات مشارکتی مدنی، این بوده که پس از پایان دوره مشارکت، قرارداد مشارکت مدنی تبدیل به قرارداد فروش اقساطی سهام‌شرد می‌گردد. ولی البته در اصلاحیه «دستورالعمل امهال»، یک قرارداد ناشناخته و فاقد هویت حقوقی مشخص بنام «قرارداد مشارکت کاهنده» به شبکه بانکی معرفی شد. براساس این قرارداد ابداعی، تسهیلات گیرنده در «قرارداد مشارکت مدنی کاهنده» همزمان هم شریک بانک است و هم به‌دکار بانک. بانک

نیز همزمان هم شریک تسهیلات‌گیرنده و هم طلبکار اوست. جمع کردن دو مفهوم متفاوت حقوقی، یعنی شرکت و دین از جمله ابداعات اصلاحیه «دستورالعمل امهال» است و مشخص نیست که مشتری چگونه می‌تواند همزمان هم شریک بانک در یک پروژه مشخص باشد و هم بابت همین پروژه به‌دکار بانک نیز باشد.»

به عقیده این پژوهشگر بانکی، «قطعه مشترک فرآیند تجدید و تبدیل تسهیلات بانکی، خاتمه یافتن قرارداد سابق است؛ یعنی هم در تجدید قرارداد و هم در تبدیل قرارداد، قرارداد تسهیلات سابق به کلی کنار می‌رود و یک قرارداد جدید با شرایط متفاوت، جایگزین قرارداد سابق خواهد شد؛ مثلا شما با بانک، قرارداد مشارکت مدنی دارید. در قرارداد مشارکت مدنی، هم بانک و هم تسهیلات‌گیرنده باید آورده خود را بیاورند. آورده بانک، مبلغ تسهیلات است. آورده مشتری نیز ممکن است نقدی یا غیرنقدی باشد. مجموع آورده بانک و مشتری، سرمایه اولیه پروژه مورد مشارکت را تشکیل می‌دهد. نتیجه این مشارکت نیز سهمیم شدن بانک و مشتری در پروژه به نسبت آورده آنهاست. پس در تسهیلات مشارکتی برخلاف تسهیلات مبادله‌ای، نتیجه پرداخت تسهیلات، به‌دکار شدن مشتری تسهیلات‌گیرنده در مقابل بانک نیست، بلکه تسهیلات مشارکت مدنی فقط نوعی شراکت بین بانک و مشتری ایجاد خواهد کرد. این قاعده را هم شرح و هم قانون می‌گوید.»

۲ روی سکه امهال تسهیلات

او در بخش پایانی سخنانش به «امهال» تسهیلات از طریق «تجدید قرارداد» اشاره می‌کند و می‌گوید: «در امهال تسهیلات از طریق «تجدید قرارداد» در واقع، موضوع قرارداد تغییر نمی‌کند، بلکه موضوع قرارداد جدید همان موضوع قرارداد سابق است، اما با شرایطی متفاوت مجدد بسته خواهد شد. فرض کنید در تسهیلات مشارکت مدنی، دوران مشارکت به اتمام نرسیده است، اما تسهیلات‌گیرنده نیاز به افزایش مدت قرارداد یا منابع مالی بیشتر برای اتمام پروژه مورد مشارکت دارد. در این صورت، قرارداد مشارکت مدنی قبلی با توافق طرفین فسخ یا اقاله می‌شود و خاتمه پیدا می‌کند و به‌جای آن، یک قرارداد مشارکت مدنی جدید با شرایطی متفاوت از قرارداد قدیمی بین بانک و مشتری بسته می‌شود.»
در مجموع، به نظر می‌رسد «امهال» مطالبات بانکی، کارکرد مهم و دوسویه‌ای برای هر دو طرف ماجرا دارد؛ از یک طرف، به مشتریان فرصت می‌دهد که اقساط تسهیلات بانکی خود را بپردازند و از طرف دیگر، بانک‌ها نیز فرصت می‌یابند که با استفاده از مکانیزم تبدیل قرارداد از نوعی ریفاینس است، بخشی از مطالبات غیرجاری خود را به مطالبات جاری بدل کرده و از حجم مطالبات معوق‌شان بکاهند.
با این حال، امکان «امهال» در عملیات بانکی به معنای مجاز بودن «انباشت پیوسته بدهی» در شبکه بانکی نیست؛ چراکه «امهال» شرایطی دارد و عمدتا برای بنگاه‌هایی که موقتا دچار مشکل نقدینگی شده‌اند، به کار می‌رود اما وقتی بانک می‌داند که وضعیت فلان بنگاه اقتصادی خوب نیست و با هر اندازه مهلت بیشتر نیز مشکل برطرف نخواهد شد، اساسا نباید از راهکار «امهال» استفاده کرد و تن به «امهال» مطالبات بانکی داد.

زنگ خطر تولید مسکن شهری به صدا درآمد

حمله تورمی مسکن به مستأجران

تخلیه مستأجران، از جمله دلایلی بوده که باعث شده بخشی از قراردادهای سررسیدشده با نرخهای بسیار بالاتری در این سال‌ها به بازار عرضه شوند. به نظر می‌رسد بازار مسکن بعد از سال‌ها تجربه تورم مستمر و فزاینده، در روند تخلیه حباب قیمتی حتی با رشد کمتر از مقدار تورم عمومی قرار گرفته است، اما تداوم این شرایط در ادامه اسنل و همینطور در سال آینده نیازمند تحقق شروطی است که اجرا نشدن آنها، احتمال بازگشت تنش قیمتی و رکود تورمی به این بازار را افزایش می‌دهد. بررسی آمارها نشان می‌دهد که قیمت مسکن در شهر تهران از نیمه دهه ۱۳۹۰ (از سال ۱۳۹۶ به بعد) وارد دوره صعودی شد و این وضعیت با شیبی تند تا پایان این دهه ادامه پیدا کرد. مسکن در ایران به عنوان یک کالای سرمایه‌ای که به پناهگاه سنتی سرمایه نیز تبدیل شده، به‌شدت متأثر از تحولات کلان اقتصاد و تغییر انتظارات تورمی است و حفظ ثبات آن به مهار واقعی نرخ تورم، اصلاح رفتار مالی دولت، جبران کسری بودجه از محل‌های غیرتورمی، کمک به تولید مسکن شهری و همچنین سیاستگذاری کارشناسی برای خاندادر شدن متقاضیان حرفه‌ای یا ابزارهای مبتنی بر پس‌انداز نیاز دارد. در واقع، مسکن در اقتصاد ایران به‌واسطه استقبال قابل توجه صاحب سرمایه همواره در مقابل بیداری و پایدار و حتمی اقتصاد کلان واکنش نشان می‌دهد و به دلیل همین واقع‌گرایي، چسبندگی قیمتی شدیدی نیز دارد. در این شرایط، هرگونه اصلاح پایدار در سنازکار بازار مسکن و تثبیت قیمت آن مستقیما باید از مسیر اصلاح ساختار اقتصاد کلان پیگیری شود.

براساس این گزارش، بررسی تحولات بازار مسکن براساس قیمت دلاری مسکن نشان می‌دهد که در ۱۰ سال اخیر، میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی در شهر تهران تقریبا معادل ۱۲۰۰ دلار بوده؛ درحالی‌که این شاخص در ۲۵ سال گذشته با احتساب ثبات نسبی بازار مسکن از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۵، از ۱۱۰۰ دلار فراتر نمی‌رود. این شاخص نشان می‌دهد میانگین قیمت مسکن با وجود همبستگی شدید به قیمت دلار، رشد بیشتری را تجربه می‌کند و به‌عنوان مثال، درحالی‌که متوسط تغییر قیمت سالانه دلار در ۲۵ سال اخیر معادل ۱۷.۵ درصد بوده، میزان رشد

بانک مرکزی پس از سکوت چندین ماهه سرانجام از تحولات بازار مسکن در سه ماه اخیر گزارش داد. داده‌های آماري بانک مرکزی نشان می‌دهد که روند تورم ماهانه در بازار مسکن اندکی کند شده و از همین رو، برخی از فعالان و کارشناسان بازار مسکن با اشاره به تجربه وضعیت بخش می‌دهد. با این حال، اگر از یکسو فاصله قدرت خرید مردم و قیمت مسکن و از سوی دیگر، چسبندگی قیمت مسکن و تورم را مبنا قرار دهیم، درمی‌یابیم که نمی‌توان به ریزش قیمت‌ها امیدوار بود.

برش بزرگ‌تر از تحولات بازار مسکن شهر تهران نشان می‌دهد که در یک دهه گذشته با افت قابل توجه تولید مسکن شهری مواجه هستیم. براساس آمارهای بانک مرکزی، از سال ۱۳۹۲ تاکنون، سهم واحدهای نوساز و تا پنج سال ساخت از کل معاملات بازار وارد یک روند نزولی شده و از حوالی ۵۹ درصد در بهمن ماه ۱۳۹۲ به ۳۲.۵ درصد در اسفندماه ۱۴۰۰ رسیده است. این شاخص نسبت به بهمن ماه ۱۳۹۲ حدود ۴۵ درصد کاهش نشان می‌دهد و از تضعیف شدید تولید مسکن و کاهش قابل توجه ساختوساز و عرضه مسکن در پایتخت حکایت دارد. در سایه افول سهم نوسازها از بازار، به سهم واحدهای مسکونی با قدمت بالاتر افزوده شده است. در حالی که کاهش شدید قدرت خرید متقاضیان مصرفی و سرمایه‌گذاری و گرایش آنها نسبت به خرید واحدهای با عمر بالاتر اما ارزان‌تر نیز بی‌تأثیر نبوده است، اما علت اصلی این اتفاق را باید در افول تولید به دلایلی نظیر جهش هزینه ساخت و قیمت زمین جست‌وجو کرد. با وجود اینکه تورم نقطه‌به‌نقطه بازار مسکن شهر تهران در اسفندماه ۱۴۰۰ حدود ۲۴ درصد ۱۶ درصد کمتر از تورم عمومی کشور است، در بازار اجاره همچنان تنور تورم شعله‌ور بوده و آن‌گونه که آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد؛ در پایان دهه ۱۳۹۰، شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران ۴۵.۸ درصد و در کل مناطق شهری ۵۰.۲ درصد نسبت به ماه مشابه سال قبل رشد کرده است. در سال‌های پایانی دهه گذشته همچنین بی‌توجهی بازار به مصوبه ستاد ملی مقابله با کرونا مبنی بر تمدید خودکار قراردادهای اجاره با نرخ ۲۵ درصد در تهران و با نرخ کمتر در سایر استان‌ها و شهرها و همچنین همراهی شورای حل اختلاف در صدور حکم



اخبار

هر ساعت یک کارمند دولتی بازنشسته می‌شود

موج بازنشستگی در وزارت بهداشت

در تابستان امسال وزارت بهداشت با ۱۷۲۳ بازنشسته جدید نسبت به دیگر دستگاه‌ها در صدر قرار دارد. تعداد بازنشستگان وزارت بهداشت (حقوق‌بگیر صندوق بازنشستگی کشوری) در پایان شهریورماه امسال به بیش از ۲۱۷ هزار نفر رسیده است؛ موج بالای تعداد بازنشستگان وزارت بهداشت در تابستان امسال در حالی است که کشور طی یک سال اخیر با موج مهاجرت کادر درمان مواجه بوده است. براساس آمارهای رسمی، در تابستان امسال طی هر ساعت، یک کارمند دولتی بازنشسته و حقوق‌بگیر صندوق بازنشستگی شده که وزارت بهداشت با بالاترین تعداد در صدر قرار دارد. آخرین گزارش منتشرشده از سوی صندوق بازنشستگی حاکی از آن است که تعداد بازنشستگان حقوق‌بگیر صندوق بازنشستگی کشوری در پایان شهریورماه امسال به یک میلیون و ۶۴۱ هزار و ۳۴۰ نفر رسیده که نسبت به پایان شهریورماه ۱۴۰۱ معادل ۳،۵۲ درصد و نسبت به پایان فصل قبل حدود ۰،۱ درصد افزایش یافته است.

براساس این گزارش، طی سه ماهه تابستان امسال ۲ هزار و ۱۷۲ نفر به تعداد حقوق‌بگیران صندوق بازنشستگی کشوری افزوده شده است؛ به بیان دیگر، می‌توان گفت که در تابستان امسال تقریباً هر یک ساعت یک کارمند دولتی بازنشسته شده است. بررسی حقوق‌بگیران به تفکیک جنسیت حاکی از آن است که ۶۶ درصد جامعه حقوق‌بگیران این صندوق، مرد و ۳۴ درصد زن است. آخرین گزارش صندوق بازنشستگی کشوری در پایان شهریور امسال نشان می‌دهد که بیشترین تعداد حقوق‌بگیران این صندوق مربوط به وزارت آموزش و پرورش است. سهم این وزارت‌خانه از صندوق بازنشستگی بیش از ۶۲ درصد و معادل یک میلیون و ۲۲ هزار نفر است. پس از وزارت آموزش و پرورش نیز دومین وزارتی که بیشترین تعداد بازنشسته را دارد، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی کشور است. این وزارت نیز سهمی ۱۳ درصدی از جامعه بازنشستگان کشوری دارد که تعداد آنها در پایان شهریورماه امسال به بیش از ۲۱۷ هزار و ۷۰۰ نفر رسیده است. از سوی دیگر، دستگاه دولتی که کمترین تعداد حقوق‌بگیر در صندوق بازنشستگی کشوری را دارد، مجلس شورای اسلامی است. مطابق آمارها، تعداد حقوق‌بگیران مجلس شورای اسلامی از صندوق بازنشستگی کشوری در پایان شهریورماه امسال به ۱۶۴۵ نفر رسیده است.

آمارها نشان‌دهنده سهم بالای وزارت بهداشت از بازنشستگان در تابستان امسال است. تغییر تعداد بازنشستگان صندوق بازنشستگی طی سه ماهه تابستان در میان دستگاه‌های مختلف دولتی نشان می‌دهد که طی این دوره (پایان شهریور امسال نسبت به پایان خرداد امسال) بیش از ۲ هزار نفر به تعداد حقوق‌بگیران این صندوق افزوده شده است که سهم وزارت بهداشت چشمگیر است. بررسی‌ها نشان می‌دهد طی تابستان امسال وزارت بهداشت با ۱۷۲۳ بازنشسته جدید نسبت به دیگر دستگاه‌ها در صدر قرار دارد. تعداد بازنشستگان وزارت بهداشت (حقوق‌بگیر صندوق بازنشستگی کشوری) در پایان شهریورماه امسال به بیش از ۲۱۷ هزار نفر رسیده و این موج بالای تعداد بازنشستگان وزارت بهداشت در تابستان امسال در حالی است که کشور طی یک سال اخیر با موج مهاجرت کادر درمان مواجه بوده است.

پس از وزارت بهداشت، بیشترین افزایش تعداد افراد بازنشسته جدید در تابستان امسال مربوط به وزارت علوم تحقیقات و برابر با ۱۸۹ نفر بوده است. از سوی دیگر، بیشترین کاهش تعداد بازنشستگان صندوق بازنشستگی در تابستان امسال به وزارت آموزش و پرورش اختصاص دارد، به طوری که طی این دوره زمانی، ۱۵۴ نفر از تعداد افراد بازنشسته این دستگاه کاسته شده است.

کاهش استفاده از چک در آذرماه

چک‌های برگشتی ۲ برابر شد

در آذرماه امسال حدود ۶۶ همت چک برگشت خورده که در مقایسه با آذرماه سال گذشته بیش از ۹۵ درصد افزایش یافته است. بانک مرکزی پس از یک وقفه غیرمعمول بالاخره آمارهای مربوط به وضعیت چک‌های مبادله‌ای کشور در آبان آذرماه را به طور همزمان منتشر کرد. براساس گزارش بانک مرکزی، نرخ برگشت چک در آبان و آذرماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل وخیم‌تر شده است. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که در آذرماه امسال بالغ بر ۷ میلیون قبل با کاهش ۰،۱۱ درصدی همراه بوده است. این در حالی است که ارزش چک‌های مبادله شده در آذرماه امسال حدود ۵۲۵ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به ماه قبل حدود یک درصد رشد داشته است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از چک در آذرماه نسبت به ماه قبل کمتر شده اما مبلغ چک‌ها در این ماه درشت‌تر شده است. چک‌های مبادله‌ای در آذرماه امسال در مقایسه با آذرماه سال گذشته از لحاظ تعداد و ارزش به ترتیب ۹،۷ و ۳۲ درصد افزایش یافته است. براساس آمارهای بانک مرکزی، از حدود ۷،۹ میلیون چک مبادله‌ای در آذرماه امسال حدود ۶۳۶ هزار فقره چک به ارزش ۶۵،۸ هزار میلیارد تومان برگشت داده شده که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۲ درصد و ۹،۵۵ درصد افزایش را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر در آذرماه سال جاری، سهم چک‌های برگشتی از کل تعداد چک‌های مبادله‌ای معادل ۸ درصد و سهم چک‌های وصولی نیز معادل ۹۲ درصد بوده است. سهم تعداد چک‌های برگشتی از کل چک‌های مبادله‌ای در آذرماه امسال نسبت به ماه قبل حدود ۰،۲ واحد درصد و نسبت به آذر سال گذشته به سه ماهه قبل حدود ۰،۲ افزایش یافته است. نکته قابل تأمل در گزارش بانک مرکزی، رشد چشمگیر ارزش چک‌های برگشتی در آخرین ماه پاییز است. طبق گزارش بانک مرکزی در آذرماه امسال حدود ۶۶ همت چک برگشت خورده است که در مقایسه با آذرماه سال گذشته بیش از ۹۵ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

گزارش بانک مرکزی از وضعیت چک‌ها در آبان ماه نیز که با تاخیر زمانی زیادی منتشر شده، نشان می‌دهد در این ماه بالغ بر ۷ میلیون و ۹۲۶ هزار فقره چک در کشور مبادله شده که نسبت به ماه قبل با کاهش ۰،۰۷ درصدی همراه بوده است. چک‌های مبادله‌ای در آبان امسال در مقایسه با آبان سال گذشته از لحاظ تعداد و ارزش به ترتیب ۱۳ درصد و ۴۱ درصد افزایش یافته است. همچنین از تعداد چک‌های مبادله شده در آبان ماه امسال حدود ۷،۹ درصد آن (یعنی ۶۲۳ هزار فقره چک) به ارزش ۶۰ هزار میلیارد تومان برگشت داده شده که نسبت به آبان سال گذشته ۷۵ درصد افزایش داشته است.



ارتقای آن باشد. بررسی مفاد لایحه بودجه دولت و مصوبات کمیسیون تلفیق، حاکی از این واقعیت است که هنوز روحیات دوران دولت نفتی بین مسئولان کشور رواج دارد و عمده توجه به سمت توزیع منابع است؛ در حالی که کمتر از یک‌چهارم مصارف دولت از محل منابع حاصل از صادرات نفت و گاز تأمین می‌شود و عمده هزینه‌ها از طریق مالیات و استقراض تأمین خواهد شد. در مجموع، بررسی مصوبات کمیسیون تلفیق لایحه بودجه ۱۴۰۳، گویای آن است که به‌رغم تلاش‌های انجام گرفته توسط نمایندگان محترم مجلس، احکام مصوب شده کمتر در راستای حمایت از تولید می‌باشند و عمدتاً فشار مضاعفی را بر بخش مولد اقتصاد تحمیل خواهند کرد.

اما یکی از بندهای بحث‌برانگیز بودجه سال آینده، رشد ۵۰ درصدی مالیات و در دل آن، افزایش یک درصدی مالیات بر ارزش افزوده است. سوال این است که آیا افزایش مالیات بر ارزش افزوده در سال ۱۴۰۳ تورم‌ساز است؟ موافقان و منتقدان، نظرات مختلفی در مورد این موضوع دارند. با این حال، مرکز پژوهش‌های مجلس با ارزیابی کارشناسی خود این طرح را تایید کرده است. به گزارش «کو ایران»، افزایش یک درصدی نرخ مالیات بر ارزش افزوده، از نوع مالیات غیرمستقیم است که به هر مرحله از زنجیره تولید و توزیع اعمال می‌شود؛ یعنی در هر مرحله از تولید، تولیدکنندگان مالیات بر ارزش افزوده را می‌پردازند که در نهایت به قیمت محصول اضافه شده و هزینه آن را مصرف‌کننده نهایی می‌پردازد. در حال حاضر نرخ مالیات بر ارزش افزوده برابر با ۹ درصد است؛ یعنی مصرف‌کننده برای خرید هر کالا یا خدمات باید هزینه‌ای برابر با قیمت هر کالا یا خدمات به علاوه ۹ درصد از قیمت آن را بپردازد. افزایش نرخ مالیات بر ارزش افزوده، راهی برای ایجاد درآمد برای دولت است. در لایحه بودجه آمده است که درآمد حاصل از این بخش صرف متناسب‌سازی حقوق بازنشستگان کشوری و لشکری و والدین شهدا یا همان افزایش مستمری آنها شود. کمیسیون تلفیق نیز با تغییر اندک این لایحه مصوب کرده که درآمد حاصل از افزایش این مالیات صرف متناسب‌سازی حقوق بازنشستگان کشوری، لشکری و صندوق فولاد شود، اما در مورد پیامدهای آن نظرات مختلفی وجود دارد.

مرکز پژوهش‌ها در گزارش خود به نظر موافقان و منتقدان پرداخته و می‌گوید: استدلال اصلی مخالفان این طرح، این است که افزایش یک درصدی مالیات بر ارزش افزوده تورم‌زا خواهد بود و رفاه خانوار را کاهش خواهد داد. به عقیده آنها، آثار این رویکرد در افزایش‌گیری بیشتر متوجه دهک‌های متوسط و پایین جامعه خواهد شد و بسا کاهش تقاضا رکود

فرصت امروز؛ مصوبات کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۳، کمتر در راستای حمایت از تولید است و فشار مضاعفی بر بخش مولد اقتصاد تحمیل خواهد کرد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش «بودجه ۱۴۰۳ و نسبت آن با تولید و سرمایه‌گذاری در کشور»، با بیان اینکه شامخ کل اقتصاد در آذرماه ۱۴۰۲ با ثبت عدد ۴۹۸۸ برای سومین ماه پیاپی روند کاهشی داشته است، می‌گوید: بررسی شامخ صنعت نیز گویای آن است که عملکرد آذرماه این شاخص برای بخش صنعت بدتر بوده؛ چراکه با ثبت عدد ۴۸۶۱ کمترین مقدار چهار ماهه اخیر خود را ثبت کرده است. روند کاهشی شامخ کل اقتصاد و شامخ صنعت، پیام تعمیق رکود را برای سیاستگذار به همراه دارد. همچنین براساس گزارش پایش بخش حقیقی اقتصاد ایران در آذرماه که توسط مرکز پژوهش‌های مجلس منتشر شد، شاخص تولید و فروش شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه قبل، کاهش ۲،۱ درصدی و ۰،۴ درصدی داشته‌اند. عملکرد ۹ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۲ نسبت به سال قبل، گویای رشد ۰،۲ درصدی است؛ در حالی که رشد این بخش در دوره مشابه سال قبل ۶،۴ درصد بود. همه این آمارها بیانگر آن است که وضعیت تولید و صنعت خوب نیست و براساس نظرسنجی طرح پایش ملی محیط کسب‌وکار از ۳ هزار بنگاه اقتصادی، میانگین ظرفیت تولید واقعی حدود ۴۰ درصد برآورد شده است.

براساس این گزارش، در سال ۱۴۰۲ هدف اصلی سیاست ارزی دولت همچنان کنترل نرخ ارز بوده، بدون آنکه چندان توجهی به اثرات این سیاست بر بخش واقعی اقتصاد داشته باشد. سیاست مجوری دولت برای مهار تورم، یعنی کنترل رشد ترازنامه بانک‌ها نیز موجب شد تا بخش بیشتری از منابع بانکی توسط دولت مصرف شود و عموم بنگاه‌های اقتصادی برای تأمین سرمایه در گردش و سرمایه‌گذاری با کمبود منابع مواجه شوند. در ماه‌های اخیر، نرخ مؤثر تأمین مالی به حدود ۳۵ درصد رسیده است. موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نیز اخیراً در گزارش خود تأکید کرده که «بیعت ناشی از این انقباض پولی (که منجر به کاهش ۸،۴ درصد اعتبارات صنعت و معدن نسبت به سال قبل شده است) به میزان ۴،۴۵ درصد رشد ارزش افزوده سرانه بخش صنعت و معدن را کاهش خواهد داد و البته در بلندمدت آثار این کاهش بیشتر نیز خواهد شد».

به گفته بازوی پژوهشی اتاق ایران، این انتظار وجود داشت که لایحه بودجه ۱۴۰۳ به عنوان نخستین برش عملیاتی برنامه هفتم توسعه، بزنگاهی برای تحول در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و سیاسی به نفع تولید رقابت‌پذیر ملی و فراهم ساختن الزامات و پیش‌نیازهای لازم برای

بنیاد شهید، شرکت ملی نفتکش و شرکت ملی نفت در صدر بدهکاران به بیمه مرکزی قرار دارند

۱۰ بدهکار بزرگ صنعت بیمه

پرداختی مردم است و هزینه آن برای پرداخت خسارت زیان دیدگان فعلی و آینده است، اما این درحالی است که این صنعت حدود ۹۰ همت مطالبه از بدهکاران خود دارد.

براساس اعلام بیمه مرکزی، از ۹۰ همت مطالبات بیمه مرکزی تا پایان شهریورماه امسال حدود ۱۴،۵ همت مربوط به مطالبات سنواتی است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵۰ درصد افزایش داشته است؛ همچنین ۱۶۴ بیمه‌گذار صنعت بیمه بدهی سنواتی بالای ۱۰ میلیارد تومان، ۱۷ بیمه‌گذار بدهی سنواتی بالای ۱۰۰ میلیارد تومان و ۳ بیمه‌گذار هم بالای ۱۰۰۰ میلیارد تومان بدهی سنواتی دارند. بررسی آمارها نشان می‌دهد که بزرگ‌ترین بدهکار بیمه مرکزی، بنیاد شهید و امور ایثارگران با بدهی ۲۶ همتی است. همچنین دو شرکت ملی نفتکش و شرکت ملی نفت هر کدام با بدهی ۱،۱ همت و ۴۸۲ میلیارد تومانی در جایگاه دوم و سوم بزرگ‌ترین بدهکاران صنعت بیمه کشور قرار دارند. در میان بدهکاران با بدهی بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان به بیمه مرکزی، نام شرکت‌هایی از جمله راه آهن، جمهوری اسلامی، ایران خودرو، مخابرات، دانشگاه آزاد اسلامی، قوه قضائیه، بانک مسکن و شرکت ملی گاز نیز به چشم می‌خورد. لازم به ذکر است که فهرست منتشرشده بیمه مرکزی تنها مربوط به بدهی‌های سررسیدشده بیش از ۱۰ میلیارد تومان است.

خالص مطالبات ۹۰ همتی صنعت بیمه کشور از بدهکاران در حالی است که بیمه مرکزی در سال گذشته با زیان انباشته (معادل ۴۴ میلیارد تومان) مواجه بوده است. به گزارش «کاوایران»، بیمه مرکزی براساس

خبرنامه

یک کارشناس حوزه بازار کار مطرح کرد

شتاب‌زدگی طرح دستمزد منطقی‌های

یک کارشناس حوزه کار با اشاره به لزوم پرهیز از شتاب‌زدگی در مورد طرح دستمزد منطقی‌های می‌گوید طرح مزد منطقی‌های یک مقوله گسترده و پیچیده است که باید مقدمات آن فراهم شود زیرا بدون آمادگی و فراهم کردن ابزار لازم، امکان چندگانگی دستمزد در کشور کار سختی است و باید از شتاب‌زدگی پرهیز کرد تا دستگاه‌ها و ارکان دولت با چالش مواجه نشوند «حمید حاج اسماعیلی» در ارزیابی پیشنهاد منطقی‌های شدن دستمزد در کشور به «ایسنا» توضیح می‌دهد: در بحث مزد منطقی‌های همه می‌دانیم که به لحاظ شرایط هنوز به لحاظ اقتصادی در وضعیتی قرار نداریم که بتوانیم مزد منطقی‌ای را اجرا کنیم. در عین اینکه زیرساخت‌های لازم برای این کار باید فراهم شود لازم است یک وقای عمومی در کشور شکل بگیرد که بتوانیم با ابزارها، امکانات و همکاری تمام بخش‌های خصوصی و دولتی، کارگری و کارفرمایی این طرح را اجرایی کنیم و آمادگی خود استان‌ها و صنوف نیز در این زمینه حائز اهمیت است.

وی ادامه داد: ممکن است که طرح پیشنهاد مزه‌منطقی‌های به عنوان یک ابزار چانه‌زنی در جلسات مزد مطرح شود تا قدرت مطالبه‌گری کارگران تا حدودی کاهش یابد ولی باید آمادگی مدیریت چنین مسائلی وجود داشته باشد زیرا چنین مسائلی هر سال در روزهای پایانی سال به عنوان یک بحث جدی مطرح می‌شود و سپس فروکش می‌کند لذا معتقدم این طرح صرفا یک طرح پیشنهادی است و ما هنوز امکانات و زیرساخت‌های لازم را در تمام استان‌ها برای اجرایی کردن این طرح فراهم نکرده‌ایم.

ایسن کارشناس حوزه کار تصریح کرد: دومین موضوع درخصوص مزد منطقی‌های این است که در حال حاضر بحث دستمزد در کشور به یک چالش بزرگ تبدیل شده که نه تنها کارگران بلکه کارمندان و بازنشستگان را هم در این زمینه دغدغه‌مند کرده است. دلایلش شرایط خاص اقتصادی است که چند سالی است کشور را تحت تاثیر قرار داده و پیش‌بینی می‌شود با رشد تورم و تغییر قیمت‌ها چند سالی ادامه پیدا کند لذا برای آنکه این وضعیت ترمیم شود نیاز به یک سری امکانات داریم از جمله از بین بردن کسری بودجه که در کوتاه مدت امکان پذیر نیست.

«حاج اسماعیلی» با بیان اینکه اجرای طرح مزد منطقی‌های به آسانی ممکن نیست، افزود: یک مقوله گسترده و پیچیده است که باید مقدمات آن را فراهم کرد یعنی بدون آمادگی و فراهم کردن ابزار لازم، امکان چندگانگی دستمزد در کشور کار سختی است و چون تاکنون در کشور اجرا نشده باید از شتاب‌یزدگی و کار غیرکارشناسی پرهیز کرد تا دستگاه‌ها و ارکان دولت با چالش مواجه نشوند. به گفته وی، درخصوص نگاه و اجرایی مزد منطقی‌های دو راهبرد متفاوت را در کشور داریم: یکی راهبردی است که دولت و کارفرمایان دارند و دوم راهبردی که کارگران در نظر دارند؛ در عین حال که ممکن است با وجود فراهم شدن ابزار، امکانات و بستر لازم، همه برای اجرای مزد منطقی‌های توافق کنند ولی این دو راهبرد خودش می‌تواند اختلاف نظرهای زیادی را ایجاد کند. راهبرد کارگران این است که مزد منطقی‌های معنا و مفهومش این است که حداقل‌ها برای کارگران فراهم و تثبیت شده است در حالی که ممکن است دیدگاه کارفرمایان برعکس این راهبرد باشد و این مسئله را دنبال کنند که در مناطقی کمتر از مزد حداقلی بتوانند کارگرانی را به کار بگردند که دستمزد کمتر پرداخت کنند لذا ما در عمل هم یک اختلاف دیدگاهی جدی داریم که خود این کار را سخت‌تر می‌کند در عین اینکه زیرساخت‌ها را فراهم نکرده‌ایم.

او به عوامل موثر در اجرای مزد منطقی‌های اشاره کرد و گفت: در بحث اجرایی شدن مزد منطقی‌های نیازمند شرایط ثابت اقتصادی هستیم و باید بخش خصوصی واقعی و قوی در کشور داشته باشیم زیرا دستمزد منطقی‌های براساس تولید و بهره‌وری و سود و فعالیت کارگاه‌های تولیدی و خدماتی در مناطق مختلف تعیین می‌شود. از طرفی بخش خصوصی باید بتواند توسعه و رونق پیدا کند و متناسب توانش دستمزد پرداخت کند.وقتی بخش خصوصی واقعی در کشور وجود ندارد، معنا ندارد که دنبال مزد منطقی‌های برویم. در حال حاضر در بخش کارمندی برای افرادی که در مناطق خاصی از کشور کار می‌کنند و با کار سخت روبه‌رو هستند یا کارهای خیلی تخصصی به آنها محول شده یا در شرایط بدی آب و هوا خدمت می‌کنند مزایایی بیش‌بینی شده است ولی ما برای کارمندان در مناطق مختلف کشور دستمزد‌های مختلف پرداخت نمی‌کنیم لذا اگر بخواهیم این طرح را اجرا کنیم آیا حاضریم برای کارمندان امر اجرا کنیم و ماهیت منطقی برای اجرا پیدا می‌کند؟

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران:

تجارت آزاد با ۴ کشور در دستور کار است

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران ابراز امیدواری کرد که توافقنامه اتحادیه‌ی اقتصادی اوراسیا طی شش ماه آینده در مجلس به تصویب برسد و گفت تجارت آزاد با کشورهای ونزواتلا، سوریه، پاکستان و یک کشور اروپای شرقی و تجارت ترجیحی با اندونزی و برخی کشورهای آسیای شرقی نیز در دستور کار قرار دارد و تجارت آزاد با پاکستان نیز در مرحله تنظیم فهرست کالاهاست.

«مهدی ضیغمی» در همایش معرفی ظرفیت‌ها، اهداف و برنامه‌های ششمین نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی ایران با بیان اینکه برگزاری نمایشگاه ایران اکسیو ۲۰۲۴ این امکان را فراهم می‌کند که تجارت بتوانند به بازارهایی که پیش از این سهمی از آنها در اختیار نداشتیم، دست یابند، گفت: ایران اکسیو ۲۰۲۴ مهم‌ترین رویداد تجاری کشور محسوب می‌شود که در آینده کشور ثبت خواهد شد تا به طور سالانه برگزار شود. وی با اشاره به برنامه‌ریزی برای افزایش کیفیت و استاندارد مالی با مهمانان حاضر در نمایشگاه، تصریح کرد: به سفیران مستشار کشورهای جهان ابلاغ شده تا به شناسایی و مذاکره با تجار بازارهای هدف برای حضور در نمایشگاه اقدام کنند. به دنبال حضور کشورهای بیشتر از دوره قبل هستیم.

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران با بیان اینکه کل دولت از جمله مقامات ارشد و وزرا در این نمایشگاه حضور خواهند داشت، اظهار کرد: قصد داشتیم میزان ۵۰۰۰ میهمان باشیم، اما ظرفیت‌های تهران اجازه می‌زبانی بیش از ۳۰۰۰ نفر را نمی‌دهد. دوره پنجم نمایشگاه ایران اکسیو برای نخستین بار در این حجم برگزار شد، به همین دلیل برنامه‌ریزی شده تا پیش از برگزاری تجار ارتباط بگیرند و در نشست‌های BTOB این رویداد با یکدیگر ملاقات کنند تا منجر به قراردادهای تجاری شود. «ضیغمی» با بیان اینکه در پنجمین نمایشگاه ایران اکسیو قراردادهای خوبی به امضا رسیده، اظهار کرد: بعد از نمایشگاه قبلی در صادرات روند مناسبی شکل گرفت و با برخی کشورهای که در گذشته تجارت نداشتیم، قراردادهایی به امضا رسید و سهمی از بازار در اختیار کالا‌های ایرانی قرار گرفت.

این مقام مسئول با بیان اینکه در کشور امضای توافقات آزاد و ترجیحی در دستور کار قرار گرفته‌است، ابراز امیدواری کرد که توافقنامه اتحادیه اقتصادی اوراسیا طی شش ماه آینده در مجلس شورای اسلامی به تصویب برسد و گفت: تجارت آزاد با کشورهای ونزواتلا، سوریه، پاکستان و یک کشور اروپای شرقی و تجارت ترجیحی با اندونزی و برخی کشورهای آسیای شرقی نیز در دستور کار قرار دارد و تجارت آزاد با پاکستان نیز در مرحله تنظیم فهرست کالاهاست. همچنین برای توسعه تجارت با آفریقا موضوع افزایش تعداد کشتی در دستور کار قرار دارد. او همچنین ابراز امیدواری کرد که زیرساخت‌ها برای نمایشگاه سال آینده افزایش یابد تا میهمانانی بیشتر فرصت حضور پیدا کنند و حیات‌مانی عالی‌ترتبه و تجار از کشورهای هدف به ایران دعوت شوند. با برگزاری نمایشگاه ایران اکسیو سهمی از بازار کشورهاییکه تاکنون به دلیل بعد مسافت نمی‌توانستیم به آنها دست یابیم، در اختیار گرفتیم به همین دلیل این رویداد مهم هزینه دست‌رسی به کشورها را برای ورود به بازارها کاهش می‌دهد.

شاخص کل بورس تهران به کف کانال ۲٫۱ میلیونی نزدیک تر شد

هفتمین روز ریزش بورس تهران



خبرداران این نماد نیز عقب نشستند. از آنجایی که شاخص کل با خبر افزایش سرمایه از تجدید ارزیابی دارایی‌ها حمایت شده بود، شروع افزایش سرمایه از تجدید ارزیابی دارایی‌ها توسط ذوب می‌تواند چراغ اخبار مثبت تجدید ارزیابی را دوباره روشن کند.

از نظر تکنیکی در صورتی که شاخص کل بورس تهران از این محدوده حمایت شود و به بالا بازگردد، محدوده مقاومتی اول، سطح ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی است. البته محدوده ۲ میلیون و ۲۴۴ هزار واحدی از اهمیت بیشتری برخوردار است. در نقطه مقابل، اگر حمایت محدوده ۲ میلیون و ۱۵۰ هزار واحد از دست برود و تثبیت پایین این محدوده رخ دهد محدوده ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحدی حمایت روانی شاخص کل است که در صورتی که شاخص را متوقف نکند محدوده ۲ میلیون و ۴۹ هزار واحدی که منطبق بر سطح ۱۴۲ میلیارد تومان به خود اختصاص داد. بیشتری برخوردار است.

علامت احتیاط معاملات طلا

در هفته گذشته که بازار سرمایه در رکورد بود، بازار ارز و طلا سبزپوش شد و بازدهی طلای آب شده برای دارندگان، از سایر معامله‌گران ارز و طلا بیشتر شد ولی در معاملات این هفته قیمت طلای آبشده تقریباً رنج شد. بررسی تکنیکی طلای آب شده نشان‌دهنده افزایش ریسک خرید در بازه کوتاه‌مدت است. از نظر تکنیکی نمودار طلای آب شده در یک کانال صعودی قرار گرفته که در حال نزدیک شدن به مقاومت‌های متراکم شده خود است. طلای آب شده در حال حاضر در نزدیکی سقف کانال صعودی که داشته، قرار گرفته است و در بازه زمانی چهار ساعته یک کنج قیمتی تشکیل داده و خط مکدی در مواجهه با خط سیگنال شکست خورده و به سمت پایین حرکت کرده که احتیاط معامله را در میان خریداران افزایش می‌دهد.

بررسی تایم فریم‌های طولانی‌تر نشان می‌دهد که طلای آب شده در حال نزدیکی به سقف تاریخی خود است. در بازه هفتگی و ماهانه محدوده ۱۲ میلیون تومانی مقاومت تاریخی طلای آب شده است که با سقف کانال صعودی نیز مطابقت دارد و می‌تواند ایستگاه آخر افزایش طلای آب‌شده باشد. در صورتی که طلای آب‌شده دچار اصلاح قیمتی شود حمایت سطح ۲۳ درصدی فیبوناچی در محدوده ۱۱ میلیون و ۲۵۰ هزار واحد حمایت مهمی است که اگر از دست برود سطح حمایتی ۲۸ درصدی فیبوناچی در محدوده ۱۰ میلیون و ۸۰ هزار واحد فعال می‌شود. شاخص دلار نیز به سقف تاریخی خود رسیده است که نشان می‌دهد خرید در محدوده‌های فعلی پرریسک است و اولین حمایت شاخص دلار در محدوده نیمه کانال ۵۲ هزار تومانی قرار دارد.

و خوساز از نمادهای سبزی بودند که با اثر مثبت بر شاخص همراه شدند. در فرابورس نیز نمادهای آریا، وسپهر و انتخاب بیشترین اثر کاهنده و نمادهای آ س پ، ثغوب و سجم بیشترین اثر فرابورس را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد دامام بیشترین تراکنش را داشت و شپنا و شهادد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز فصبا، نخریس و کرمان بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۶ هزار و ۷۷۷ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بس‌بازر ثانویه ۷ هزار و ۶۸۴ میلیارد تومان بود که ۴۶ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۸ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۵ هزار و ۱۷۱ میلیارد تومان رسید. نماد فصبا بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به ارزش ۱۴۲ میلیارد تومان به خود اختصاص داد. در جدول حجم معاملات نیز سهام شستا با تعداد ۲۸۲ میلیون و ۶۶۴ هزار و ۱۵۴ سهم در صدر قرار گرفته است. در جریان معاملات سه‌شنبه، ۳۱ نماد صف خرید داشتند و ۱۳۰ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۶ درصدی نسبت به روز قبل به ۸۷ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با افزایش ۸۰ درصدی به ۲۸۷ میلیارد تومان رسید.

دیدهبان بازارهای مالی

شاید یک از مهم‌ترین خبرهای مثبتی که در این هفته به بازار سرمایه رسید، خبر افزایش سرمایه از تجدید ارزیابی دارایی‌ها برای شرکت ذوب برای خروج از زیان بود. به گزارش «کوابیران»، بازار سرمایه معاملات روز دوشنبه را سبز شروع کرد ولی در ادامه از میانه بازار نتوانست خود را در این محدوده حفظ کند و عقبگرد کرد. علی‌رغم معاملات از بازه مثبت تا منفی شاخص کل بازار، سرمایه‌های محدود ۲ میلیون و ۱۵۰ هزار واحد، ارزش معاملات خرد کاهش یافت و خریداران در مثبت منفی بازار کمتر شدند، این همان اتفاقی است که در این محدوده حمایتی چندان مطلوب معامله‌گران بازار سرمایه نبود. هرچند تحلیلگران از ارزندگی بازار سرمایه نسبت به قیمت دلار صحبت می‌کنند ولی سطح ارزندگی تاکنون نتوانسته خریداران را در بازار سرمایه نگه دارد. این روند در جریان دادوستدهای روز سه‌شنبه با افت ۲۶ هزار واحدی شاخص کل ادامه یافت تا خطر از دست رفتن سطح ۲٫۱ میلیونی پررنگ‌تر شود.

همانطور که اشاره شد، یک از مهم‌ترین خبرهای مثبتی که در این هفته به بازار سرمایه رسید، خبر مربوط به افزایش سرمایه از تجدید ارزیابی دارایی‌ها برای شرکت ذوب آهن اصفهان برای خروج از زیان بود. این خبر در ابتدا واکنش مثبت معامله‌گران این نماد را به همراه داشت ولی در ادامه

فرصت امروز؛ روز گذشته شاخص کل بورس تهران برای هفتمین روز متوالی ریزش کرد و بیش از ۲۶ هزار واحد در سطح ۲٫۱ میلیونی عقب رفت. شپنا، فولاد و تاپیکو از جمله نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. همچنین برای نهمین روز متوالی جریان خروج پول حقیقی ادامه یافت و ۹۰۴ میلیارد تومان پول حقیقی از تالار شیشه‌های خارج شد که نسبت به روز معاملاتی قبل، رشد ۸۳ درصدی را نشان می‌دهد. هفتمین افت متوالی شاخص بورس تهران در حالی رقم خورد که روز سه‌شنبه هر سه نمایگ مهم بازار سرمایه همچون روزهای قبل به طور دسته‌جمعی ریزش کردند. به نظر می‌رسد بورسی که رفته رفته می‌توانست وضعیت یابثانی پیدا کند و دوباره به کانال ۲٫۲ میلیون واحدی برسد، حالا در خطر از دست دادن کانال ۲٫۱ میلیون واحدی قرار گرفته است.

در جریان معاملات روز سه‌شنبه، نمایگ اصلی تالار شیشه‌های بیش از ۲۶ هزار واحد افت کرد و به سطح ۲ میلیون و ۱۲۰ هزار واحد رسید. همچنین شاخص کل هم‌وزن که از همه نمادها به یک اندازه تاثیر می‌پذیرد و نمایگ دقیق‌تری برای رصد جریان بازار است، دیروز بیش از ۱۵ هزار واحد پایین آمد و در تراز ۷۲۴ هزار واحد ایستاد. در آن سبش بازار نیز شاخص کل فرابورس با ۳۹۴ واحد کاهش به رقم ۲۵ هزار و ۱۲۹ واحد رسید. روز گذشته برای نهمین روز متوالی خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار منفی شد و ۹۰۴ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد که نسبت به روز دوشنبه، ۸۳ درصد افزایش داشته است.

رشد ۸۳ درصدی خروج پول

در روز سقوط ۲۶ هزار واحدی شاخص کل بورس، ۹۰۴ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد که رشد ۸۳ درصدی را نسبت به روز قبل نشان می‌دهد. در پایان معاملات روز سه‌شنبه ۲ بهمن ماه، شاخص کل بورس تهران ۲۶ هزار و ۵۷۷ واحد نسبت به روز قبل پایین‌تر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۱۲۰ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با افت ۱۵ هزار و ۶۵۸ واحدی در رقم ۷۲۴ هزار و ۱۱۶ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با افت ۳۹۴ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۱۲۹ واحد رسید. روز گذشته برای نهمین روز متوالی خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار منفی شد و ۹۰۴ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد که نسبت به روز دوشنبه، ۸۳ درصد افزایش یافته است. نماد فصبا بیشترین خروج پول حقیقی را به ارزش ۸۲ میلیارد تومان داشت. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای آلتوس، کسرام، و معلم و وئسو رسید. شپنا، فولاد و تاپیکو از جمله نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. نمادهای سدشت، پکرمان

اقتصاددانان در یک میزگرد اقتصادی مطرح کردند

با روش سنتی نمی‌توان به رشد اقتصادی رسید

خارجه وضع نمی‌شود، همان تیم مودب مجددا بر سر کار می‌آید و تحریم‌هایی وضع می‌شود که یک میلیون یسار از تحریم‌های دوره قبل سنگین‌تر است. تحریم‌های دوره احمدی‌نژاد تقصیر احمدی‌نژاد است و تحریم‌های دوره روحانی تقصیر ترامپ؟ اینها دوگانگی است. کسی که آمد تحریم‌ها را بردارد در نتیجه عملکرد او تحریم‌های سنگین‌تری علیه ایران وضع شد.

همچنین «سعید لیلیاز» در مورد عوامل چالش‌برانگیز و تقویت‌کننده رشد اقتصادی در یک دهه گذشته با اشاره به تداخل جدایی‌ناپذیر سیاست و اقتصاد گفت: نامحترم شمردن مالکیت، عدم استقلال قوه قضائیه و سیاسی برخورد کردن با صاحبان سرمایه از عوامل چالش‌برانگیز در حوزه رشد اقتصادی محسوب می‌شود. وقتی یک نفر حرفی می‌زند و ما می‌رویم رستوران او را می‌بندیم، این اتفاق به او سیگنال می‌دهد که اینجا جای پول درآوردن نیست.

او درباره عوامل فنی رشد اقتصادی نیز گفت: سرمایه‌گذاری و بهره‌وری دو عامل رشد اقتصادی است. وقتی تشکیل سرمایه به قیمت ثابت در سال‌های ۱۳۸۶ و حدود ۲۸ درصد تولید ناخالص داخلی بوده و متأسفانه در سال‌های اخیر به ۱۷ درصد رسیده، مشخص است که مسیر اقتصاد تغییر کرده است. البته خوشبختانه در سال ۱۴۰۱ اندکی بهبود یافته است. این اتفاقات بخشی به‌خاطر سیاست‌های توزیعی، بخشی به‌دلیل تحریم‌ها و بخشی به‌دلیل فرار سرمایه بوده است.

این تحلیلگر اقتصادی با بیان اینکه در نیمه دوم دهه ۸۰، سرمایه‌گذاری کافی در اقتصاد انجام نشد، گفت: ما در ایران هم دخالت در اقتصاد داریم هم تصدیگری در اقتصاد. مثلاً هر خودروسازی غیردولتی در ایران مجبور است با دخالت دولت خودروی خود را با یک قیمت خاص بفروشد. شواهد نشان می‌دهد هرگاه درآمد نفت در ایران بالا رفته، تصدیگری دولت در اقتصاد بالا رفته و هرگاه درآمد نفت پایین آمده، دخالت دولت در اقتصاد افزایش پیدا کرده است. در هر دو حالت یک‌بی‌ثباتی رخ می‌دهد که جلوی سرمایه‌گذاری در اقتصاد را می‌گیرد.

«لیلیاز» با دفاع از دولت روحانی توضیح داد: تحریمی که در سال ۱۳۹۷ به ایران تحمیل شد، در تاریخ بی‌سابقه‌ی است. تحریم‌های روسیه در مقابل ایران شوخی است. تعداد تحریم‌های روسیه بیشتر است، اما تحریم‌های ما بسیار سخت‌تر است. در اوج تحریم‌ها، بدترین نوع کرونا هم به ایران اصابت کرد. هیچ کشوری در دنیا چنین شرایطی را تحمل نکرده بود. این بدترین حمله‌ای بود که از دوران مغول به ایران رسیده بود. آقای روحانی می‌توانست یک میلیون بار بهتر کار کند، چنانکه آقای رئیسی هم چنین است، اما از ابتدای تحریم‌ها در سال ۱۳۹۷ تا رسیدن ایران به رشد اقتصادی مثبت فقط ۲۰ ماه طول کشید. یکی از عیبی که ما داریم این است که دوره‌ها را قطع می‌کنیم، زمان را هم تقسیم می‌کنیم به دوره‌های احمدی‌نژاد، روحانی، خاتمی. درحالی که ملت ایران دچار مشکل شده است. از بهمن ۱۳۹۸ رشد اقتصادی ایران از سر گرفته شد و تا شهریور سال ۱۴۰۰ حجم تولید ناخالص داخلی ایران به رکورد سال ۱۳۹۶ برگشت.

پول جایی می‌رود که امنیت وجود داشته باشد، ثبات وجود داشته باشد. یک مثال واضح، سوئیس است که به گاو صندوق دنیا تبدیل شده و علت آن، ثبات و امنیت این کشور است.

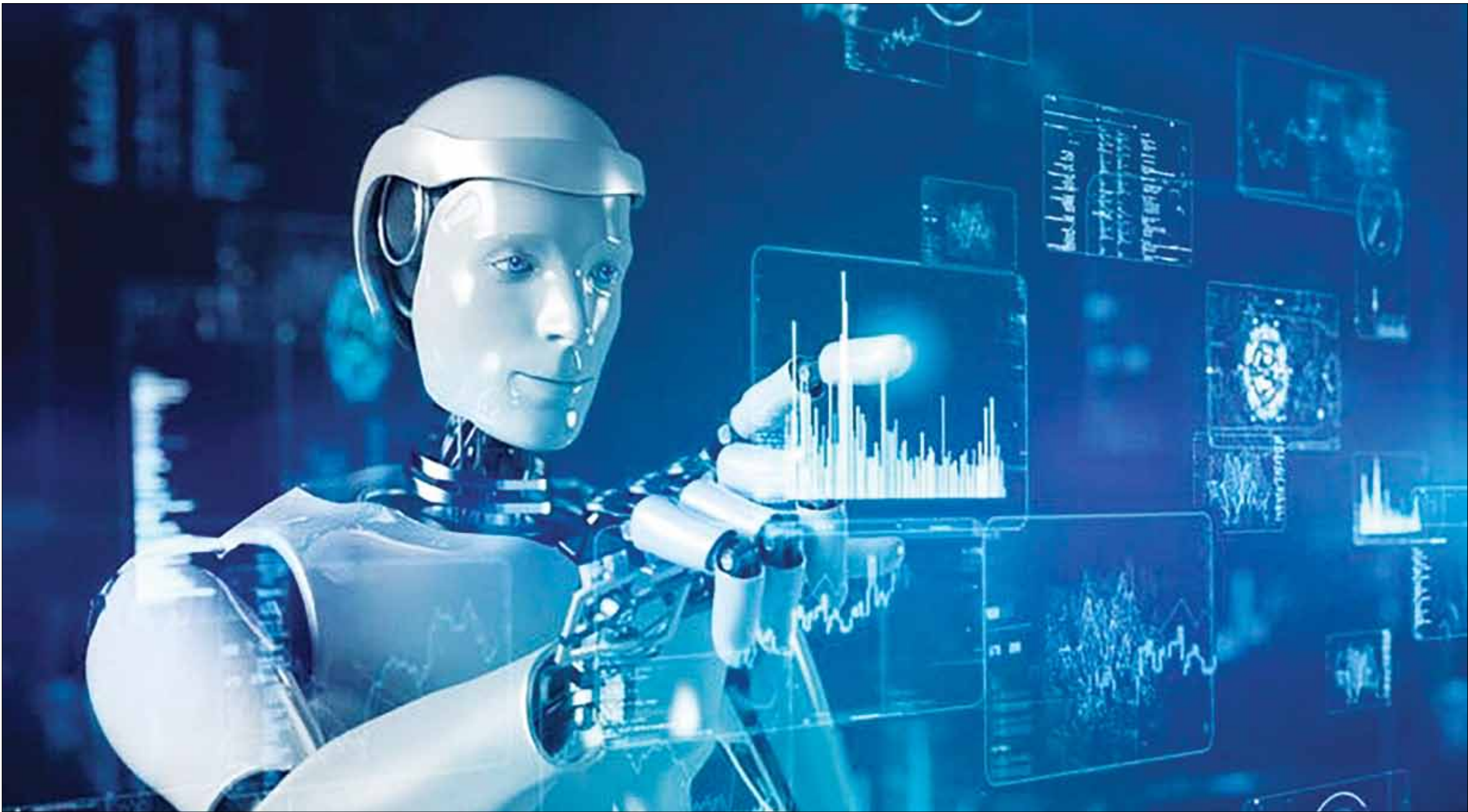
این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه عراق ۴ میلیون بشکه نفت به‌صورت روزانه می‌فروشد، گفت: اگر امروز همه تحریم‌های علیه ایران را داشته شود، ما بیش از ۲٫۵ میلیون بشکه نمی‌توانیم بفروشیم. علت این است که عراق شرکت‌های آمریکایی و اروپایی را در دوره رشد اقتصادی یک کشور برانگیز کرده است. سال گذشته عراق ۱۱ میلیارد دلار LNG صادر کرده و ایران یک سنت هم صادر نکرده و علت این است که ما این تکنولوژی را نداریم. این تکنولوژی را چین و روسیه هم نمی‌توانند برای ایران به ارمان بیاورند. این را شرکت‌های اروپایی و آمریکایی فراهم می‌آورند. در نتیجه باید بگوییم خط قرمز ما باید منافع ملی کشورمان باشد. منافع ملی نیز با ثبات و امنیت به دست می‌آید که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه اقتصادی شود.

رشد اقتصادی مستمر و توسعه حق مردم ایران است و این امر با برخورد کارشناسی با مسائل کشور به‌دست می‌آید.

به گزارش «ایسنا»، در این میزگرد همچنین «سعیدمصطفی موسوی‌نژاد» با اشاره به رشد اقتصادی دوره‌های زمانی پس از انقلاب گفت: اگر بخواهیم بعد از انقلاب سلامتی را در چند دوره تقسیم کنیم، اولین دوره را می‌توان دوره انقلاب و جنگ نامید. در این دوره رشد اقتصادی با فراز و نشیب‌های فراوانی همراه بود، اما اگر بخواهیم از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۶۸ را به‌عنوان یک دهه مورد بررسی قرار دهیم، در این دوره رشد اقتصادی به‌طور متوسط منفی ۴٫۸ درصد بوده است. پس از آن در سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۹ یک بازه ۲۰ ساله بوده که متوسط رشد اقتصادی در آن بازه به حدود ۵ درصد می‌رسد که عدد نسبتاً قابل قبولی است. از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۰ هم که رهبر انقلاب از آن به‌عنوان دهه تعطیلی نسبی اقتصاد ایران نام می‌برد، رشد اقتصاد نزدیک به صفر و حدود ۰٫۳ درصد بوده است. پس از دهه ۹۰، رشد اقتصادی سال ۱۴۰۰ حدود ۴٫۴ درصد بوده، در سال ۱۴۰۱ حدود ۴ درصد و در سال ۱۴۰۲ رشد اقتصادی از روایت مرکز آمار در بهار ۷٫۹ درصد و در تابستان ۷٫۱ درصد ثبت شده که نشان می‌دهد ما از فضای دهه ۹۰ خارج شدیم و روند رشد اقتصادی تغییر کرده است.

این کارشناس اقتصادی درباره ارتباط تنگاتنگ سیاست و اقتصاد گفت: تصمیمات سیاسی قسطاً بر اقتصاد کشور به‌شدت اثر می‌گذارد با برخی اتفاقات سیاسی خارجی مثل تحریم‌ها تاکنون اقتصاد یک کشور را متلاطم می‌کند. یکی از نقدهایی که به آقای احمدی‌نژاد داریم، همین است که وقتی درآمد نفتی بالایی داشتید، باید آن را خرج ساختارهای مقابل‌به تحریم می‌کردید. البته در همان دولت احمدی‌نژاد، نمونه‌های موفق نظیر مقابل‌به تحریمی بنزین صورت پذیرفت و تحریم قبل از اینکه وضعی شود، خنثی شد اما می‌توانست در سایر حوزه‌ها هم چنین تصمیماتی گرفته شود. در دولت آقای روحانی هم اگر ما همه تخم‌مرغ‌های‌مان را در سبد سیاست خارج و مذاکره نمی‌گذاشتیم، آن اتفاقات برای جیب مردم در سال‌های بعد از ۱۳۹۷ رخ نمی‌داد. من متوجه نمی‌شوم اگر تحریم‌ها در یک دوره بر اثر مودب بودن رئیس‌جمهور و تیم سیاست

تغییرات دنیای بازاریابی با هوش مصنوعی



خاصی هم ندارد. بنابراین باید راهی پیدا کنیم که مسئولیت تصمیم‌های بازاریابی را به حداقل برساند. این یعنی شما باید سراغ اطلاعات هرچه دقیق‌تر بروید.

وقتی درباره اطلاعات دقیق حرف می‌زنیم، یکی از بهترین گزینه‌ها مربوط به هوش مصنوعی است. از ابزارهای عمومی مثل گوگل بارد گرفته تا ابزارهایی تخصصی که در هاب اسپات (HubSpot) به چشم می‌خورد، در هر صورت هوش مصنوعی برای تصمیم‌گیری بهتر اینجاست.

یادتان باشد، شما نباید سوالات کلی از هوش مصنوعی بپرسید. در عوض هرچه سوالاتان جزئی و دقیق‌تر باشد، احتمال دریافت جواب‌های تحلیلی و منطقی بیشتری می‌شود. خوب اگر قرار بود هوش مصنوعی تمام سوالات کلی بازاریاب‌ها را جواب دهد، اصلا دیگر دلیلی برای ادامه حضور بازاریاب‌ها در عرصه مارکتینگ نبود. پس حواس‌تان را جمع کنید تا با سوالات الکی خودتان را گیج نکنید.

سازگاری بیشتر با جست‌وجوی صوتی: رویایی در آستانه تحقق
اگر دقت کرده باشید، جست‌وجوی صوتی کیفیتی مشابه با جست‌وجوی سنتی ندارد. انگار موتورهای جست‌وجو در تشخیص کلیدواژه‌های صوتی عملکرد به مراتب ضعیف‌تری دارند. اگرچه برندهایی مثل گوگل شبانه روز در حال تلاش برای بهبود کیفیت کارشان هستند، اما در نهایت شما نمی‌توانید خیلی روی کیفیتش حساب کنید. کافی است از سر کنجکاوای هم که شده نگاهی به تفاوت میان این دو نوع سرچ بیندازید. آن وقت به خوبی حرف ما را متوجه خواهید شد.

نکته‌ای که باید در این میان به آن توجه داشته باشید، مسئله استفاده از ابزارهای کمکی برای بهبود کیفیت جست‌وجوی صوتی است. خوب جست‌وجوی صوتی نه فقط در گوگل، بلکه سایت برندها نیز گزینه‌ای بسیار بهتر خواهد شد در غیر این صورت احتمالا درگیر نبردی را خط بکشید.

تغییر مهمی که هوش مصنوعی در صنعت بازاریابی به همراه خواهد داشت، افزایش کیفیت جست‌وجوی صوتی است. اینطوری شما دیگر لازم نیست دائما نگران کیفیت نهایی بوده و حواس‌تان از بقیه نکات پرت شود. ماجرا وقتی جالب می‌شود که بدانید خود گوگل هم دنبال استفاده از این فرمول است بنابراین در طول سال ۲۰۲۴ و بعد از آن جست‌وجوی صوتی برای اولین بار کیفیتی حتی بیشتر از جست‌وجوی متنی پیدا خواهد کرد. اگر شما در این وضعیت برای آینده دنیای بازاریابی آماده باشید، وضعیت‌تان بسیار بهتر خواهد شد در غیر این صورت احتمالا درگیر نبردی تمام‌نشده‌ی برای بقا خواهید شد.

جست‌وجوی صوتی آیدیت‌های منظمی در طول سال آینده دریافت خواهد کرد. با این حال کمتر کسی درباره آن حرف خواهد زد. پس یادتان باشد، سرمایه‌گذاری بر روی جست‌وجوی صوتی و استفاده از کلیدواژه‌های آن در طول سال آینده هرگز بی‌فایده نخواهد بود. پس از همین امروز کارتان در این حوزه را شروع کنید اینطوری خیلی زودتر از بقیه آمادگی لازم برای مواجهه با تغییرات این حوزه را خواهید داشت.

سخت باشد، محتوای متنی در حوزه بازاریابی اهمیتش را حفظ می‌کند، اما اولویت رشد با سایر فرمت‌ها خواهد بود. این نکته حتی درباره جست‌وجوی محتوا نیز به چشم می‌خورد. پس حواس‌تان را جمع کنید تا پس تعارف را رزونامه فرصت برای کاربران شوید.

سخن پایانی

بازاریابی با استفاده از هوش مصنوعی یکی دو سالی هست ذهن تمام بازاریاب‌ها را درگیر کرده است. با این حال کمتر کسی یک راهنمای دقیق در رابطه با آینده این صنعت دم دست دارد. ما در این مقاله سعی کردیم تا جای ممکن توصیه‌های کلیدی و قابل اجرا برای شما داشته باشیم. حالا شما آماده‌اید تا ماجراجویی‌تان در دنیای بازاریابی را هرچه بهتر جلو برده و نگران هیچ نکته جانی هم نباشید؛ چراکه بازاریابی هر سال پیوند نزدیک‌تری با هوش مصنوعی پیدا می‌کند بنابراین ضروری است شما اطلاعات کاملی در این رابطه داشته باشید وگرنه کارتان در صنعت بازاریابی دوام زیادی نخواهد داشت.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با زیر و بم بازاریابی به کمک هوش مصنوعی کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی برای‌تان پیش آمد، کارشناس‌های ما همیشه آماده پاسخگویی و کمک به شما هستند. پس تعارف را کنار گذشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.wordstream.com/blog/ai-marketing-trends-۲۰۲۴
https://blog.hubspot.com/marketing/ai-marketing

نکنه جالب اینکه هوش مصنوعی به طور مداوم در حال توسعه است. مثلا چت جی پی تی را در نظر بگیرید؛ زمانی نسخه ۳.۵ این ابزار حساسی در بازار صدا کرد. حالا هم نسخه ۴ نظرات مثبت زیادی را جذب کرده است. براساس اخبار گوناگون احتمالا به زودی نسخه ۴.۵ این ابزار هم رونمایی خواهد شد. این یعنی توانایی و ظرفیت هوش مصنوعی به طور مداوم در حال توسعه است. به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز نسل جدید ربات‌های چت را بخشی از آینده بازاریابی می‌دانیم.

اگر دوست دارید در دنیای بازاریابی همیشه جایگاه خوبی برای خودتان داشته باشید، باید حتما از هوش مصنوعی در قالب ربات چت سود ببرید. این امر به شما کمک می‌کند تا به بهترین شکل ممکن کارتان را جلو برده و نگران هیچ چیز هم نباشید. بنابراین ضروری است در این رابطه حواس‌تان به چند نکته مهم باشد.

اول از همه ربات چت انتخابی شما باید پشتیبانی دقیقی داشته باشد. متاسفانه بسیاری از بازاریاب‌ها به هوای اینکه خودشان بر عملکرد ربات‌ها نظارت دارند، فقط به دنبال ابزاری با قیمت پایین‌تر هستند. این نکته به مرور زمان حساسی کار دست بازاریاب‌ها می‌دهد؛ چراکه قیمت پایین‌تر به معنای کاهش کیفیت نسبی هم هست. پس سعی نکنید خودتان را الکی گول بزنید. هرچه باشد با استفاده از یک ربات چت بهتر، هزینه‌های جانبی شما بی‌نهایت کاهش پیدا کرده و مشتریان دیگر دم به دقیقه وقت شما را نمی‌گیرند.

راستش را بخواهید، مشتریان هم ترجیح می‌دهند مشکلات‌شان را با استفاده از ربات چت حل کنند؛ چراکه تماس تلفنی و ارتباط با بازاریاب‌ها یا عوامل خدمات پس از فروش انتخاب چندان محبوبی در میان مشتریان نیست بنابراین شما باید به بهترین شکل ممکن از این شیوه استفاده کنید. وگرنه مشتریان‌تان یکی پس از دیگری ترک‌تان خواهند کرد.

بهرمندی از تحلیل‌های آینده‌پژوهی

اینکه آینده یک بازار به چه شکلی پیش خواهد رفت، سوالی است که اهمیت حتی بیشتر از طلا دارد. خوب وقتی شما روند کلی بازار و اتفاقات آینده را به خوبی بدانید، دیگر هیچ چیز جلوی شکست‌تان را نخواهد گرفت. درست به همین خاطر یافتن ابزاری که این کار را به طور مجانی برای کسب و کارها انجام دهد، گزینه بی‌نهایت مهمی خواهد بود.

بی‌شک همه ما تجربه کار با ابزارهایی که توانایی پیش‌بینی فاجعه‌باری را داشتند، داریم. نکته مهم در رابطه با چنین ابزارهایی اتصال‌شان به یک سرور مرگزی و ارائه یک جواب مشابه به همه کاربران است. این در حالی است که هوش مصنوعی به کمک فناوری یادگیری ماشینی اینجاست تا جواب‌های منحصر به فرد و تحلیلی به هر کاربر بدهد. این یعنی شما با استفاده از این ابزار به خوبی امکان تعامل با مخاطب هدف و استفاده از مزایای آن را خواهید داشت. ماجرا حساسی جالب شد، نه؟

آینده‌پژوهی از آن دست اصطلاحاتی است که بسیاری از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند فقط مربوط به دنیای دانشمندان است. خوب اگر بخواهیم کمی سخت‌گیرانه به ماجرا نگاه کنیم، بازاریاب‌ها هم نوعی دانشمند محسوب می‌شوند که دنبال بهبود وضعیت کلی یک برند هستند بنابراین اصلا جای تعجب ندارد که این دسته از افراد هم از آینده‌پژوهی سود ببرند.

نکته‌ای که در اینجا باید پس ذهن شما قرار داشته باشد، مسئله مربوط به استفاده از اطلاعات درست است. شما با استفاده از این اطلاعات به خوبی فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را خواهید داشت. وقتی درباره اطلاعات درست حرف می‌زنیم، یعنی باید سراغ ابزارهای مطمئن بروید. اگر انتظار دارید ما در این بخش اسم یک ابزار مشخص را بیاوریم، باید بگوییم سخت دراستش‌باید؛ چراکه اصلا قرار نیست چنین اتفاقی روی دهد. در عوض ما فقط یک معیار کلیدی داریم. اینکه ابزار موردنظر به سرویس‌هایی مثل گوگل آنالیتیکس دسترسی داشته باشد. این یعنی هوش مصنوعی موردنظر شما به خوبی داده‌های کلیدی را گردآوری کرده و پردازش می‌کند. اگر ابزار موردنظر شما به هیچ روش تحلیلی درست و حساسی وصل نباشد، گزارش‌های آن درباره آینده بازار هیچ ارزشی برای‌تان نخواهد داشت. پس بهتر است هنگام انتخاب یک ابزار به این نکته کلیدی توجه کنید. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر جلو رفته و مشکل خاصی هم رو به روی‌تان قرار نخواهد گرفت.

تصمیم‌گیری بهتر: اطلاعات دقیق دم دست من و شما

تصمیم‌گیری در دنیای بازاریابی از آن دست کارهایی است که تقریبا هر بازاریابی از آن فراری است. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا تحمل مسئولیت سنگین تصمیم‌های بازاریابی را ندارم. همانطور که در دنیای سینما مسئول اصلی یک فیلم بد را کارگردانش می‌دانند، در اینجا هم کمپین‌های شکست‌خورده فقط یک متهم دوف اویل دارد: مدیر بازاریابی. خوب تصمیم‌گیری در دنیای بازاریابی اگرچه سخت است، اما چاره

کارآفرینان برای دسترسی به اطلاعات مربوط به مشتریان و همچنین ارزیابی آن امکان استفاده از هوش مصنوعی را دارند. امروزه ابزارهایی مثل چت جی پی تی یا گوگل بارد به سادگی اطلاعات مفیدی در اختیار شما قرار می‌دهند بنابراین لازم نیست خودتان را نگران کرده یا در موقعیت دشواری قرار دهید.

یادتان باشد، هدف‌گذاری بر روی مشتریان کاری نیست که تماما به هوش مصنوعی واگذار کنید. در عوض خودتان هم باید آستین‌ها را بالا زده و وارد میدان شوید. چه بسا گاهی اوقات هوش مصنوعی شناخت نسبی از وضعیت بازار هدف شما داشته باشد. آن وقت باید با ارائه توضیحات دقیق به ابزار موردنظر برای جست‌وجوی بهتر کمک کنید. اینطوری هوش مصنوعی جواب‌های بسیار بهتری تحویل‌تان خواهد داد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خود تغییر دهید. در این میان هم همیشه روی ما به عنوان یک دوست صمیمی برای کمک حساب کنید.

اتوماسیون بهتر: راحتی به تمام معنا

اتوماسیون از آن دست فناوری‌هایی است که برای بازاریاب‌های تنبل بی‌نهایت جذاب به نظر می‌رسد. خیلی‌ها فکر می‌کنند اگر تمام کارهای مربوط به کمپین را خودشان انجام دهند، روند بی‌نهایت ساده‌تری برای اثرگذاری بر روی مخاطب خواهند داشت. این نکته‌ای است که بسیاری از بازاریاب‌ها اعتقاد عجیبی به آن دارند. قبلا دارم رسیدگی به تک تک کارها نشانه یک مدیر دقیق است، اما شما نباید بدون هیچ تأملی از کنار فرصت‌های طلایی عبور کنید.

یکی از مثال‌های کلیشه‌ای درباره اتوماسیون مربوط به ارسال دسته‌جمعی ایمیل‌هاست. خوب این کاری است که تقریبا هر سیستم اتوماسیونی برای شما به راحتی انجام می‌دهد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای درک کاربردهای پیشرفته‌تر اتوماسیون است. مثلا شما می‌توانید از این ابزار برای آبدیت مداوم فهرست ایمیل‌تان هم استفاده کنید. به این ترتیب که دیگر لازم نیست خودتان به طور دستی ایمیل مشتریان تازه را وارد فهرست ایمیل‌ها کنید. در عوض هوش مصنوعی به طور خودکار این کار را برای شما انجام می‌دهد.

امروزه ابزارهای مدیریت ایمیل مثل میل چیمپ (Mail Chimp) یا میلرلایت (MailerLight) به طور خودکار این سرویس را به شما ارائه می‌دهند بنابراین اگر شما با حضور چنین ابزارهایی همچنان سراغ گزینه‌های بی‌کیفیت بروید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. نکته جالب اینکه قیمت سرویس دو ابزار بالا از میانگین بقیه رقیبا پایین‌تر هم هست! هوش مصنوعی به اتوماسیون کمک می‌کند تا فراتر از فرمان‌های ساده را اجرا کند. معمولا بازاریاب‌ها فکر می‌کنند اتوماسیون فقط کارهای پیش از افتاده که زمانبر هستند را انجام می‌دهد. خوب در این صورت ما اینجا هستیم تا خلاف این نکته را ثابت کنیم. هوش مصنوعی به ابزارها کمک می‌کند تا توانایی تجزیه و تحلیل نسبی پیدا کنند. آن وقت اتوماسیون درست مثل یک کارمند یا حتی مدیر واقعی کنار دست‌تان خواهد بود. اگر شما هم کلی کار در شرکت دارید که کسی حاضر به انجام‌شان نیست، می‌توانید روی هوش مصنوعی حساب ویژه‌ای باز کنید. اتوماسیون برای بازاریاب‌ها یکی از ابزارهای واجب محسوب می‌شود؛ چراکه علاوه بر مدیریت زمان بهتر، فرصت توسعه کسب و کار را نیز فراهم می‌سازد بنابراین شما هرچه بدان نیاز دارید، در قالب اتوماسیون پیدا خواهید کرد. یادتان نرود، قبل از انتخاب یک سرویس باید گزینه‌های مختلفی که در بازار دم دست هستند، بررسی کنید. اینطوری با چشم‌های کاملا باز سراغ انتخاب نهایی‌تان می‌روید. نکته جالب اینکه در چنین شرایطی معمولا انتخاب افراد درست از آب درمی‌آید. به همین دلیل بد نیست کارتان را با دقت نظر بیشتری جلو ببرید.

ربات‌های چت هوشمندتر: بازاریاب‌ها و مشتریان راضی!

آیا تا حالا به شرایطی فکر کرده‌اید که در آن هم بازاریاب‌ها حساسی خوشحال باشند، هم مشتریان؟ بی‌شک این سناریو خیلی ایده‌آل به نظر می‌رسد، اما در دنیای امروز گاهی اوقات این چشم‌انداز قابل تصور است، به ویژه اگر پای هوش مصنوعی وسط باشد.

ربات‌های چت در گذشته جواب بسیاری از سوالات مشتریان را می‌دادند، اما تشخیص پاسخ‌های مربوط به ربات‌ها و کارشناس‌های واقعی کار سختی نبود. به همین خاطر خیلی از مشتریان حوصله ربات‌های چت را نداشتند. اگر بخواهیم عادلانه داوری کنیم، نسل قبلی هوش مصنوعی ایرادات با باگ‌های زیادی هم داشت. به همین خاطر مشتریان نوعی گارد سفت و سخت در برابر آن گرفتند. البته امروزه اوضاع حساسی فرق کرده است؛ چراکه مشتریان به سادگی هرچه تمام‌تر به هوش مصنوعی و جواب‌های دقیق آن اعتماد کرده‌اند.

نویسنده: علی آل علی

بازاریابی از آن دست حوزه‌هایی است که خیلی از کسب و کارها نیاز بی‌پرو برگشتی به آن دارند. حتی برندهایی که تمایل زیادی برای حضور در صحنه بازاریابی ندارند هم هرچند وقت یکبار سراغ آن رفته و اهداف متنوعی را در این حوزه دنبال می‌کنند. شاید پیش خودتان فکر کنید دنیای بازاریابی قرار است برای همیشه شکلی ثابت داشته باشد. این روزها تیم‌های بازاریابی در کنار برخی از کارشناس‌های حرفه‌ای کار مارکتینگ برندها را جلو می‌برند. خوب این یعنی مارکتینگ به طور طبیعی هزینه زیادی برای کسب و کارها دارند. درست به همین خاطر برخی از کسب و کارهای کوچک توانایی رقابت بر سر این حوزه را ندارند. این نکته‌ای است که برای بسیاری از کارآفرینان به شدت آزاردهنده محسوب می‌شود. به طوری که همیشه در رقابت با برندهای بزرگ از نظر مالی با مشکلات زیادی رو به رو می‌شوند. اگر به این مسئله احتمال خطای نیروی انسانی در حوزه بازاریابی را هم اضافه کنیم، آن وقت استفاده از یک پار کمکی ارزان قیمت و بی‌نهایت دقیق نیازی جهانی خواهد شد. خوب این نیاز امروزه به لطف هوش مصنوعی رفع شده است.

استفاده از هوش مصنوعی در دنیای بازاریابی ایده تازه‌ای نیست. از سال‌ها قبل که هوش مصنوعی به طور مداوم خودش را ثابت می‌کرد، خیلی از بازاریاب‌ها به فکر استفاده از این فناوری افتادند. با این حال نسل‌های اولیه هوش مصنوعی آن قدرها هم به کار بازاریاب‌ها نمی‌آمد. شاید مهمترین نکته در این میان وضعیت ربات‌های چت باشد. این ربات‌ها به لطف هوش مصنوعی انقلابی تمام عیار در حوزه بازاریابی و صدا البته تعامل میان برندها و مشتریان به بار آوردند. به طوری که حتی این روزها هم این تأثیر مهم هنوز به چشم می‌خورد. نکته‌ای که در این میان باید بدان توجه کرد، اهمیت استفاده از این استراتژی در سایر بخش‌های بازاریابی است.

رونمایی از نسل جدید هوش مصنوعی در قالب ابزارهایی مثل چت جی پی تی در طول سال گذشته بسیاری از افراد را نسبت به بازاریابی دقیق و کم‌هزینه‌تر امیدوار کرد. حالا ما در موقعیتی قرار داریم که درباره بازاریابی با ضرب خطای بی‌نهایت پایین‌تر و دقت عمل بیشتر حرف بزنیم. این نکته‌ای است که خیلی از بازاریاب‌ها هنوز نسبت به آن توجهی نشان ندهادند.

شاید فکر کنید هوش مصنوعی در طول سال‌های پیش روی جای بازاریاب‌ها را به طور کامل می‌گیرد. خوب در این صورت باید یک نکته مهم را یادآوری کنیم. هر چقدر هم که هوش مصنوعی دقت عمل بالایی داشته باشد، بازهم نیاز به بازاریابی واقعی برای مدیریت امور حس می‌شود بنابراین هوش مصنوعی فقط هزینه‌های کلان مارکتینگ را کاهش داده و کار تیم‌های بازاریابی را ساده‌تر خواهد کرد بنابراین اصلا نیازی به نگرانی از سوی شما یا هر کس دیگری وجود ندارد.

تغییراتی که دنیای بازاریابی با ظهور نسل جدید هوش مصنوعی تجربه خواهد کرد، موضوعی است که خیلی از بازاریاب‌ها توجه زیادی بدان ندارند. درست به همین خاطر در دنیای امروز اگر کسی این تغییرات را شناسایی و از آنها استفاده کند، خیلی زود بدل به رقیبی بزرگ برای سایر بازاریاب‌ها خواهد شد. ما در این مقاله قصد داریم شما را با برخی از تغییرات احتمالی صنعت بازاریابی در پی ورود نسل جدید هوش مصنوعی آشنا کنیم. حالا که همه در تکاپو برای بازاریابی بهتر هستند، بد نیست شما هم در این جریان با ما همراه باشید. اگر تا پایان این مقاله با ما همراه باشید، خیلی از نکات گوناگون درباره بازاریابی با استفاده از هوش مصنوعی را یاد خواهید گرفت و خود را برای این تغییرات آماده خواهید ساخت.

هدف‌گذاری دقیق‌تر بر روی مخاطب: دقت عمل بی‌نهایت

هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف نکته‌ای نیست که به این سادگی‌ها امکان مدیریتش وجود داشته باشد. خیلی‌ها فکر می‌کنند به محض اینکه وارد دنیای بازاریابی شدند، باید براساس شناخت شخصی‌شان شروع به انتخاب گروه‌های مختلف مخاطب هدف کنند. این کار دقیقا مثل آن است که یک سرمربی فوتبال همینطور الکی و بدون برنامه هر بازیکنی که گیرش آمد، در ترکیب تیم قرار دهد. بی‌شک چنین تیمی خیلی زود در برابر رقیبا گلباران خواهد شد!

هدف‌گذاری بر روی مخاطب باید با شناخت دقیق روحیه مشتریان گوناگون در بازار و همچنین ویژگی‌های برند صورت گیرد. باور کنید یا نه، برخی از مشتریان در بازار اصلا مخاطب هدف شما محسوب نمی‌شوند بنابراین اگر خودتان را برای اثرگذاری بر روی آنها خسته کنید، خیلی زود ناامید خواهید شد. این در حالی است که هدف‌گذاری بر روی نوع دیگری از مخاطب که نشانه‌های بیشتری از علاقتان به کسب و کارتان در دست است، گزینه هوشمندانه‌تری خواهد بود.

اخبار

بازدید معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری از اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه



کرمانشاه- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه،مهندس نجفی معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری از اداره کل نوسازی مدارس استان بازدید و جلسه ای با حضور مدیر کل و معاونین نوسازی مدارس استان برگزار نمود.
مهندس نجفی، معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری کرمانشاه ضمن خداحوت به کارکنان این اداره گفت: مجموعه نوسازی مدارس، مجموعه‌ای فنی است و همه‌ی افراد برای هدف مشخصی تلاش می‌کنند. این مقام مسئول در ادامه افزود: مجموعه نوسازی مدارس نیز در طول سالهای گذشته، مدرسی را ساخته که نشان از فرهنگ و تمدن ما هستند. این عمل ارزشمند بوده و ماندگارترین اثرها را از خود برجای می‌گذارد.
مهندس نظری، مدیرکل نوسازی مدارس استان کرمانشاه ضمن خیر مقدم حضور معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار، گزارشی از عملکرد اداره کل، و همچنین آخرین وضعیت ساخت و ساز فضاهای آموزشی استان را ارائه نمودند.مدیرکل نوسازی مدارس استان کرمانشاه گفت: همکاران ما در مجموعه نوسازی مدارس با وجود حجم زیاد کار، وسعت استان و با وجود کمبود نیروی انسانی کم در این مجموعه، با همدلی و همفکری، هر کدام به جای چند نفر متغول به کار می باشند.

توسط کارکنان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان انجام شد:

کاشت نهال به یاد شهدای گردان سلمان



اهواز – شبنم قاجانف: به منظور گرمی دلالت یاد و خاطره جانشینان های شهدای گردان سلمان شهرستان مسجدسلیمان در دوران دفاع مقدس و دفاع از میهن اسلامی،تعداد ۱۲۰ اصله نهال نمغر و غیر نمغر،توسط کارکنان واحد فضای سبز شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان غرس گردید. حسن قلی پورسرپرست واحد فضای سبز شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در تکمیل این خیر اظهار داشت:به مناسبت گرمی داشت یاد وخاطره شهدای ۸ سال دفاع مقدس خصوصاً رشادت ها و نقش آفرینی های شهدای هر انقدر گردان سلمان شهرستان مسجدسلیمان تعداد ۱۰۰ اصله نهال نمغر شامل لیمو ترش- لیمو شیرین و نارنج و تعداد ۲۰ اصله نهال غیرنمغر کنار و آکالیپتوس به یاد شهدای گردان سلمان توسط واحد فضای سبز شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان کاشته شد.
در این اقدام قابل توجه که در راستای کاشت یک میلیون نهال در سطح کشور و به مناسبت روز هوای پاک صورت گرفت، فرماندهی گردان سلمان مسجدسلیمان و همچنین ریاست اداره منابع طبیعی نیز حضور و نظارت داشتند. یادآوری می نماید در اقدام مشابه دیگری توسط کارکنان فضای سبز شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان تعداد ۸۰ اصله نهال نمغر و غیرنمغر در پارک تمبی کاشته شد.

نشست صمیمانه مدیر مخابرات منطقه مرکزی با مدیر کل پست استان



اراک- فرناز امیدی: مدیر مخابرات منطقه مرکزی به همراه مدیر تجاری و رئیس اداره حراست با مدیر کل پست استان دیدار و گفتگو کرد.
مدیر مخابرات منطقه مرکزی به سلفقه همکاری دربرنه دو مجموعه اشاره کرد و گفت:ان شالله ضمن تداوم و افزایش سطح همکاری ها بسترهای جدید در جهت خدمت رسانی با کیفیت بهتر به مشتریان عزیز در دستور کار قرار گرفت تا در بحث زیرساختی و فناوری، پست استان به عنوان یک پست پیشرو در کشور مطرح شود.
مهندس لطفی اعلام کرد: مخابرات آماده هر گونه مشارکت برای هوشمند سازی عملیات پستی در سطح استان راناشته و با ایجاد یک شبکه داخلی و اتصال آن به تهران می توان جهت سرعت بخشی به انجام امور پستی اقدام نمود.مدیر مخابرات اظهار داشت: خوشبختانه در مخابرات جهت توسعه فیبر نوری در یک ساله اخیر تلاشهای زیادی انجام شده و ۲۲ شهر استان در دستور کار توسعه فیبر نوری قرار داشته که همزمان با هفته دولت اجرای فیبر نوری در ۱۴ شهر استان به بهره برداری رسید.
دکتر زارعی مدیر کل اداره پست گفت : ما روزانه ۱۵۰۰ مرسوله پستی داریم که با هوشمند سازی صندوق های پستی کمک بزرگی جهت صرفه جویی در وقت و نیروی انسانی خواهد شد . و اعلام نمود اداره پست استان در زمینه اعلام کدهای پستی به مخابرات جهت توسعه خدمات ارتباطی، آمادگی کامل دارد.

مشارکت شهرداری گرگان در تحقق رسالت اجتماعی



گرگان – خبرنگار فرصت امروز: شهردار گرگان با اشاره به افتتاح چهارمین مجتمع قضایی حمایتی « ششوق زندگی » کشور در شهر گرگان، بر رویکرد فرهنگی و اجتماعی شهرداری تأکید کرد و گفت: مجتمع قضایی حمایتی شوق زندگی برای نخستین بار در استان گلستان و با مشارکت شهرداری و شورای اسلامی شهر گرگان با دستگه قضایی ایجاد شده است.به گزارش روابط عمومی شهرداری گرگان، سیدمحمدرضا سیدالنگی در حاشیه افتتاح مجتمع قضایی حمایتی شوق زندگی در گرگان اظهار کرد: شهرداری و شورای اسلامی شهر گرگان در راستای مسئولیت اجتماعی خود، در راهاندازی این مجتمع با دستگه قضایی استان گلستان مشارکت کرده است.شهردار گرگان گفت: در این مرکز مجموعه‌ای از خدمات حمایتی و قضایی به کودکان کار، زنان بی‌سرپرست و یدسرپرست، متکدیان و معتanan متجاهر ارائه می‌شود.وی افزود: مجتمع شوق زندگی در فضایی ۵۰۰ متری راهاندازی شده که شامل ۲ واحد مجزا در قالب سایبان‌های مختلف است که با حضور دایرباران، روانشناسان و مددکاران و – خدمات مختلفی به گروه‌های هدف ارائه خواهد شد.رئیس شورای اسلامی شهر گرگان گفت: رسیدگی به موانع و مشکلات محلات مختلف به ویژه در حوزه‌های کودکان از مهم‌ترین برنامه‌های مدیریت شهری گرگان است و امیدواریم این اقدامات در پیشگیری و کاهش آسیب‌های اجتماعی موثر باشد. عیسی مهری با اشاره به سکونت حدود یک سوم جمعیت این شهر در مناطق حاشیهای گرگان، گفت: این امر ضرورت توجه ویژه به موضوعات فرهنگی و اجتماعی را بیشتر کرده است و مدیریت شهری گرگان با همکاری و مشارکت دادگستری و دادستانی مرکز استان و سایر دستگاه‌های خدمات و اجتماعی از جمله مرکز بهداشت، بهزیستی، فنی و حرفه‌ای، فرهنگ و ارشاداسلامی و – در این مسیر حضور دارد و تاکنون اقدامات ارزنده‌ای را انجام داده است.وی بیان کرد: رسیدگی به موانع و مشکلات محلات مختلف به ویژه در حوزه‌های کودکان و نوجوانان از مهم‌ترین برنامه‌های مدیریت شهری گرگان است و امیدواریم این اقدامات در پیشگیری و کاهش آسیب‌های اجتماعی موثر باشد.حجت مقسم، عضو شورای اسلامی شهر گرگان نیز در این باره اظهار کرد: این مجتمع به همت دادسرای عمومی و قضایی گرگان و شهرداری گرگان به‌منظور خدمت‌رسانی به اطفال و نوجوانان و همچنین زنان در معرض آسیب و آسیب‌دیده راهاندازی شده است. وی با بیان اینکه شهر گرگان با اشاره به وجود آسیب‌های اجتماعی متعدد در شهر گرگان، ابراز امیدواری کرد که خروجی راهاندازی این مجتمع و سایر اقدامات در این زمینه، در سال‌های آینده منجر به کاهش آسیب‌های اجتماعی شود.سفرعلی باین‌محل، عضو شورای اسلامی شهر گرگان نیز در این باره خاطرنشان کرد: در شهر گرگان مانند همه جا با پدیده کودکان کار، متکدیان، معتanan متجاهر و – مواجه هستیم و این مرکز می‌تواند خدمات قابل توجهی را به این گروه‌های هدف ارائه دهد.

بررسی برنامه های اولویت دار مخابرات منطقه گلستان در ماههای پایانی سال

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: در جلسه شورای مدیران مخابرات منطقه گلستان، برنامه های در دست اقدام در ماههای پایانی سال بررسی و اقدامات لازم تعریف شد.
به گزارش اداره روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان ، دکتر غلامعلی شهرداری که در جلسه شورای مدیران سخن می گفت قبل از رسیدگی به موضوع جلسه قبل کاتگی را متذکر شد. مدیر مخابرات منطقه گلستان با تأکید بر اینکه در ماههای پایان سال رعیت اجرای طرح ها می بایست دو چندان شود افزود: اولویت با طرح های نیمه تمام است که باید طوری برنامه ریزی نمود یا تلاش بیشتر هدف های در نظر گرفته شده محقق گردد.
وی بخشهای مختلفی را به همکاری و هم افزایی بیشتر فراخواند و گفت : در این ایام باید مله تا پایان سال لزوم است با کمک و همکاری و افزایش تعامل بین بخشی بر سرعت فعالیتها افزوده و پروژه ها به اتمام برسانیم .دکتر غلامعلی شهرداری بهبود شاخصهای عملکردی را برای تمام حوزه ها مورد انتظار دانست و گفت: افزایش دایری خدمات اصلی ، تمرکز بر اجرای طرح های اختصاصی ، وصول مطالبات سرویسهای تجاری و خدماتی و افزایش سهم بازار همه را اول از موارد اولویت دار در بخش نجای است که باید مورد توجه قرار گیرد.
وی همچنین تسریع دراجرای پروژه های فیبر همچون USO ، سیار و طرح های اختصاصی را از فعالیتهای مهم در حوزه شبکه عنوان کرد و برنامه ریزی در جهت اتمام آنها را مورد تأکید قرار داد. همچنین در ادامه برنامه بخشهای مختلف بررسی و راهکارهای لازم برای سرعت بخشیدن به آنها ارائه شد . لازم به ذکر است که این جلسه مدیریت منابع انسانی گزارشی از عملکرد در این مدیریت را ارائه بر برنامه های تعریف شده در جهت رشد و بهبود شاخصها را تشریح کرد .

همزمان با روز هوای پاک انجام شد:

توزیع ۵۵۰۰ نهال در روستاهای اطراف تاسیسات توسط شرکت های نفت و گاز کارون



آیت الله سعیدی:

هر دستگاهی که می‌تواند برای تسهیل ازدواج جوانان اقدام کند



قم- خبرنگار فرصت امروز: امام‌جمعه قم با تأکید بر اینکه هر کدام از دستگاه‌ها و نهادهای که می‌توانند سهمی داشته باشند باید برای تسهیل امر ازدواج با پیش‌بگذاردند، افزود: باید با حکمت و تدبیر کار شود و تمهیدات و مقدمات ازدواج در سه مرحله قبل، حین و بعد از ازدواج انجام شود. به گزارش پایگاه خبری استان مقدس حضرت معصومه سلام‌الله‌علیها، آیت‌الله سید محمد سعیدی در دیدار با مسئولان نهادهای نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌های استان قم که پیش از ظهر امروز در سالن حرم حرم مطهر بانوی کرامت انجام شد، اظهار کرد: خداوند در قرآن کریم مردم را امر کرده که پسوند ازدواج را بین جوانان ایجاد کنند و تمهید کرده که اگر زوج‌ها قادر باشند از قبل و رحمت خود آنها را نیز بکار برند. وی با بیان اینکه خداوند برای هر ازدواج ردیف بودجه تعیین کرده است، گفت: ردیف بودجه خداوند شروط دارد و یکی از آنها این است که خداوند امور را از طریق اسباب و وسایل فراهم می‌کند و نباید از این غافل شد.
تولیت حرم مطهر بانوی کرامت با تأکید بر اینکه هر کدام از دستگاه‌ها و نهادهایی که می‌توانند سهمی داشته باشند باید برای تسهیل امر ازدواج با پیش‌بگذاردند، افزود: باید با حکمت و تدبیر کار شود و تمهیدات و مقدمات ازدواج در سه مرحله قبل، حین و بعد از ازدواج انجام شود. وی خاطرنشان کرد: در مرحله قبل از ازدواج باید مشاوره لازم به زوج‌ها داده شود تا انتخاب درستی صورت گیرد، در مرحله حین ازدواج باید مسائل شرعی و عرفی بدرستی رعایت شود و در مرحله بعد از ازدواج هم باید مهارت‌های زندگی به زوج‌های جوان آموزش داده شود و همان‌طور که از جسم زوج‌ها آرایش‌های متعددی گرفته می‌شود از روح آن نیز آرایش گرفته شود. آیت‌الله سعید با بیان اینکه یکی از جاهایی که شیطان تلاش زیادی برای هود می‌کند در ازدواج است، افزود شیطان قبل از ازدواج سعی می‌کند که این پیوند تنیال تنگید و با وسوسه‌های زیاد مانع از ثنی می‌کند، در حین ازدواج وسوسه می‌کند که خفافش و عرف رفتار کند و بعد از ازدواج به پشدت به دنبال با هم گسستن این پیوند است؛ بنابراین باید شیطان و راههای نفوذ او را بشناسیم و تدابیر لازم را برای آن بیندیشیم.

نیروگاه خورشیدی فولاد مبار که بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی کشور است

فناوری‌های پیشرفته را در اولویت قرار داده‌ایم. پتل‌های خورشیدی خریداری‌شده برای این نیروگاه در خط مقدم نوآوری است و ظرفیت تولید ۶۶۰ وات است که حداکثر توان تولیدی پتل در سراسر جهان است. افزون بر اینکه نیروگاه آفتاب شرق مجزه به فناوری‌های دیگری همچون سلول‌های خورشیدی دوچوچی و ردیاب نور خورشید در طول روزاست که توان بهره‌برداری این نیروگاه را افزایش می‌دهد. تلاش ما این است که از فناوری‌هایی برای افزایش بهره‌وری و تولید انرژی استفاده کنیم که نیروگاه ما پایداری و البربخشی لازم را داشته باشد.

وی افزود: مسئله نیروگاه خورشیدی فولاد مبار که فقط تولید برق نیست، بلکه در مورد ایجاد تأثیر مثبت پایدار بر محیط‌زیست و جوامع محلی است. با استفاده از انرژی خورشیدی در چنین مقیاس بزرگی، هدف ما کاهش قابل توجه انتشار آلودگی‌ها، گازهای گلخانه‌ای و کرین است که به تلاش‌های گسترده‌تر ایران در مبارزه با تغییرات اقلیمی کمک می‌کند. علاوه بر این، انتظار می‌رود این پروژه فرصت‌های شغلی بسیاری را ایجاد کند، رشد اقتصادی را تحریک و رفاه کلی منطقه فعالیت خود را افزایش دهد.



نیروگاه‌ها وسعت آن است که زیربنایی به مساحت ۱۲۰۰ هکتاری در استان اصفهان دارد. علاوه بر این، ما ادغام

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز:

برق تبریز هم پای مدیریت شهری در تمام پروژه‌ها حضور دارد

بقال از جمله پروژه‌های است که تلاش کرده ایم با به پای شهرداری تبریز شبکه‌های موجود را جابجا کنیم.

وی با بیان اینکه تا به امروز در قبال پروژه‌ها از شهرداری مبلغی درخواست نکرده ایم ادامه داد: پروژه‌هایی همچون رمپ خروجی حیدرآباد و اتوبان شهید کسایی مازاد بر هزینه‌های تکلیفی شرکت بود که طبق دستور و ملاحظات مقدمات استانی انجام شد.

حسامی خاطرنشان کرد: بیش از اعتبارات تخصی داده شده در سال جاری برای اجرای پروژه‌ها هزینه شده است و باید به ارگان‌هایی که در بحث اعتبارات نقش دارند پاسخ گو باشیم، با توجه به این موضوع از شورای شهر و شهرداری کاتشهر تبریز درخواست داریم تا توجه ویژه‌ای به شرکت توزیع برق تبریز داشته باشند.

وی با تأکید بر اینکه امیدواریم استانداری، سازمان برنامه و بودجه و شهرداری مساعدت‌های لازم را داشته باشد، ادامه داد: تمام تلاشمان بر این بوده تا اعتبارات ویژه‌ای از طریق دستگاه‌های مادر تخصصی تأمین شود.



رمپ خروجی حیدرآباد در اتوبان پاسداران، بل روکنر میدان معلم در خیابان حجتی، بل روکنر قزل‌لک، بل هوایی میدان کارگر، فاز ۱ و ۲ مقبره الشمر، کوی میر حمزه سیلاب قوشخانه، بل عابر پیاده خیابان یوسف آباد، خیابان علی

مدیرکل بندار و دریانوردی هرمزگان:

بندر ابوموسی در سفر رییس جمهوری به بهر برداری می‌رسد

عباس نژاد گفت: بندر ابوموسی به عنوان یک طرح پیشران در حوزه اقتصادی است که قابلیت پشتیبانی حیل بار و مسافر دارد و می‌تواند در آینده مبدا صادرات محموله‌های شیلاتی به کشورهای حوزه خلیج‌فارس باشد.

وی با اشاره به نصب یک پست اسکله شناور و یک فرودن رمپ در این بندر، افزود: ساختمان مرجع دریایی این بندر نیز به ارتفاع ۲۵ متر در چهار طبقه آماده بهره‌برداری است.

به گفته مدیرکل بندار و دریانوردی هرمزگان ادامه داد: کار ساختمان مرجع دریایی بندر ابوموسی که از اسفندماه ۱۴۰۰ آغاز شده شامل بخش‌های سرچ کنترل تردد دریایی، امداد و نجات دریایی، امور دریایی بندر و فضاهای آموزشی، ورزشی، رفاهی و اقامتی است.

جزیره بوموسی با ۱۲ کیلومتر مربع وسعت به عنوان مرکز این شهرستان در آب‌های خلیج فارس و در فاصله ۷۵ کیلومتری بندرلنگه و ۵۷ کیلومتری شرق جزیره سیری واقع شده است.



افزایش ضریب ایمنی شناورهای درحال رفت و آمد در آب‌های پیرامونی این منطقه اشاره کرد.

رئیس مرکز مدیریت راه‌های استان خبر داد:

ثبت ۳۲۴ میلیون تردد در محورهای مواصلاتی آذربایجان شرقی

بلوکی همچنین با بیان اینکه در این مدت تعداد خودروهای خروجی از استان هم ۱۸ میلیون و ۴۵۸ هزار و ۴۲۴ مورد بوده است تصریح کرد: در این زمینه هم شاهد افزایش شش درصدی نسبت به سال گذشته بوده ایم. وی، محور تبریز - ایلخچی را ۱۷ میلیون و ۳۰۷ هزار و ۲۶۶ تردد در جایگاه اول پر ترددترین محورهای مواصلاتی آذربایجان شرقی اعلام کرد و گفت: کنارگذر جنوبی شهید کسایی باسمنج - تبریز و تبریز - باسمنج نیز در رتبه‌های دوم و سوم از منظر قرار دارند.

رئیس مرکز مدیریت راه‌های آذربایجان شرقی گفت: محورهای ایلخچی به تبریز، تبریز به صوفیان، صوفیان به تبریز، آذرشهر به ایلخچی، ایلخچی به آذرشهر، ملکان به بناب و بناب به مرغه رتبه‌های چهارم تا دهم پرترددترین خدمات به شهروندان و به تبع آن تأمین رفاه زندگی، رضایتمندی شهروندان را به دنبال خواهد داشت.

وی خاطرنشان کرد: شرکت توزیع نیروی برق تبریز در حوزه تخصصی خود آمادگی را دارد تا با تعامل و هم‌افزایی با مدیریت شهری در راستای ارتقای رضایت مردم گام بردارد.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز اعلام کرد:

توسعه خدمات شهری لازمه ارتقای رضایتمندی شهروندان

در ادامه این دیدار موسی زارعی شهردار منطقه ۱۰ تبریز با تقدیر از تعامل و مشارکت قابل ارزش اداره برق اظهار کرد: ارتباط دوسویه بین شرکت توزیع نیروی برق و شهرداری، در ارائه خدمات شهروندی اجتناب‌ناپذیر است.

وی ضمن تأکید برحل مشکلات شهروندان با بیان اینکه ارتقای خدمات رسانی شایسته با تعاملات همه جانبه دستگاه‌های خدمات رسان محقق می‌شود گفت: اینکه تعامل خوب و سازنده شرکت توزیع برق و شهرداری ارتقای خدمات به شهروندان را به همراه دارد و امیدوارم تعامل بین شهرداری و اداره برق بیشتر از قبل باشد تا زمینه خدمت رسانی شایسته برای شهروندان فراهم گردد. در ادامه این دیدار شهردار منطقه ۱۰ تبریز با اهدای لوحی از مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز و علی شجاعی همکار برق تبریز در خصوص تعامل و مشارکت در راستای اجرای پروژه‌های شهری قراردتی کرد.

طی ۹ ماهه اسمال انجام شد:

بهره‌مندی ۳۰۷۳ مددجوی تحت حمایت استان مرکزی از تسهیلات اشتغال

اشتغال و خودکفایی برای مددجویان تحت حمایت کمیته امداد که هیچ منبع درآمد یا توان اشتغال ندارند، به منظور توانمندسازی و حفظ کرامت آنها راه اندازی شده است.

مومنی اضافه کرد: آموزش‌های مهارتی به مددجویان کمیته امداد سبب توانمندسازی آنها در حرفه‌های گوناگون، دستیابی به شغلی پایدار و مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی شده است. وی در ادامه اظهار داشت: مددجویان پس رسانانه هوانشکنسی بغات و مزارع و کلیه لوازم مبه‌اش از جمله محصولات گلخانه‌ای تولیدی توسط شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور در راستای افزایش بهره‌وری گلخانه‌ها بود که در این نشست معرفی شد.

شایان ذکر است، در این نشست مدیرکل دفتر و رئیس گروه ماشین‌آلات کشاورزی وزارت صحت، مجری توسعه گلخانه‌های کشور، مدیرکل دفتر امور گلخانه‌ها، رئیس گروه سبزی و صیفی‌جات، معاون توسعه سرمایه‌گذاری مرکز، رئیس گروه فناوری‌های نوین و رئیس گروه بخش باغبانی وزارت جهاد کشاورزی، مدیران باغبانی استان‌های همدان، فارس، اصفهان، کرمان و جنوب کرمان و رئیس و اعضای انجمن گلخانه‌سازان کشور حضور داشتند.



هستند و کمیته امداد استان مرکزی همواره حمایت‌های لازم را انجام می‌دهد. مدیر کل امداد استان در پایان گفت: طرح تولید برق خورشیدی با هدف ایجاد

با محوریت بهره‌وری در تولیدات گلخانه‌ای بر گزار شد:

نشست هم‌اندیشی یزدِ بهره‌ور در سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان



تضمین روش‌های تأمین مالی پیشینه‌های خود، اظهار داشت: می‌توان از ظرفیت شرکت‌های M&V اندازه‌گیری و ارزیابی استفاده کرد.

اصفهان- لیل‌قاسمی: فولاد مبار که در شرایط فعلی کشور ضمن احساس مسئولیت اجتماعی و همچنین برای تأمین بخشی از برق موردنیاز خود اقدام به احداث ابر پروژه نیروگاه خورشیدی ۶۰۰ مگاواتی کرد. در واقع فولاد مبار که در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری مناسبی در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر کرده و دو پروژه بسیار بزرگ را آغاز کرده که یکی از آنها پروژه ۶۰۰ مگاواتی نیروگاه خورشیدی در استان اصفهان است و بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی کشور به حساب می‌آید.

محمدرضا جعفرزاده، مدیرعامل شرکت صنایع نیرو و انرژی پاک فولاد (صناب) در گفت‌وگویی، از اهمیت انرژی‌های تجدیدپذیر، چشم‌انداز این شرکت در حوزه انرژی تجدیدپذیر، وسعت نیروگاه خورشیدی فولاد مبار که و دیگر مسائل مربوطه سخن گفت و تصریح نمود: آفتاب خورشق، پروژه‌های مهم با سرمایه‌گذاری شرکت فولاد مبار که یک حرکت راه‌ب‌ج‌لو در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر در ایران است. این نیروگاه که با ظرفیت ۶۰۰ مگاوات، بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی کشور و بیست و پنجمین نیروگاه بزرگ جهان است، نه تنها بر تمهد ما به شوه‌های پایدار در انرژی تأکید می‌کند، بلکه به استقلال

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز با اشاره به اجرای پروژه‌های عمرانی در شهر تبریز گفت: برق تبریز به منظور تسریع در اجرای پروژه‌ها در تمام پروژه‌ها همراه با مدیریت شهری حاضر بوده است.

عباس حسامی در سخن علنی شورای اسلامی شهر تبریز با بیان اینکه امروز شرکت توزیع برق تبریز افتخار دارد تا به ۱ میلیون و یکصد نفر مشترک خدمات ارائه دهد اظهار کرد: این شرکت دارای ۱۰ هزار کیلومتر شبکه هوایی و زمینی فشار متوسط و فشار ۲۰ هزار کیلووات و ۸ هزار دستگاه پست و حدود ۲۱۰ هزار چراغ روشنایی است و نگهداری این شبکه و توسعه شرکت برق تبریز با اعتبارات مشخصی انجام می‌شود.

وی افزود: با تلاش‌های مجموعه شهرداری تبریز فعالیت‌های عمرانی افزایش یافته و اقدامات چشمگیری انجام شده است. شرکت برق نیز همراه با مدیریت شهری در تمام پروژه‌ها حاضر بوده است.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز اضافه کرد: برای نمونه، پروژه‌های

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل بندار و دریانوردی هرمزگان از افتتاح و بهره‌برداری از بندر چندمنظوره ابوموسی به ارزش سه هزار و ۲۱۰ میلیارد ریال اعتبار در دومین دور سفر رئیس جمهور خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بندار و دریانوردی هرمزگان، "حسین عباس‌نژاد" افزود: بندر چندمنظوره ابوموسی شامل ساختمان مرجع دریایی، کریدور مسافری، اسکله‌ها و دیوار پیرامونی یکی از طرح‌های شاخص و آماده بهره‌برداری در دومین دور سفر رئیس جمهوری است.

وی ادامه داد: این طرح مردم محور با رویکرد اشتغال پایدار، توسعه بندار کوچک و رونق بخشی به اقتصاد و معیشت ساحل‌نشینان دارای ۱۷ هکتار وسعت و ۶۵ متر آب‌خبر است که می‌تواند پذیرای شناورهای هفت هزار تنی باشد.

مدیرکل بندار و دریانوردی هرمزگان از مزیت‌های اصلی این طرح به افزایش ظرفیت عملیاتی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، توسعه اقتصادی جزیره و

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: رئیس مرکز مدیریت راه‌های آذربایجان شرقی گفت: در ۱۰ ماهه اسمال ۳۲۴ میلیون و ۱۲۲ هزار و ۴۳ تردد در محورهای مواصلاتی استان ثبت شده است.

به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان شرقی، حسین بلوکی گفت: این ۳۲۴ میلیون تردد ثبت شده نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۱ به میزان شش درصد افزایش داشته است.

وی گفت: از کل تردد انجام شد، ۱۲ درصد مربوط به وسایل نقلیه سنگین

و ۸۷ درصد مربوط به ترند وسایل نقلیه سبک می باشد.

رئیس مرکز مدیریت راه‌های آذربایجان شرقی با اشاره به ۱۷ میلیون و ۹۱۱ هزار و ۹۴۲ وسیله ورودی به استان در سال جاری، از افزایش پنج درصدی میزان خودروهای ورودی به آذربایجان شرقی خبر داد.



اراک- فرناز امیدی: مدیر کل کمیته امداد استان مرکزی گفت: در ۹ ماهه اسمال ۳۰۷۳ خادوار تحت حمایت از تسهیلات فرض الحسنه اشتغال با اعتبار ۳۷۴ میلیارد تومان بهره مند شدند.

مجید مومنی افزود: توانمندسازی و ایجاد اشتغال پایدار از مهم ترین اولویتهای کمیته امداد است و جشن خودکفایی و خروج از گردونه حمایتی بیش از ۳ هزار خانواده تحت حمایت در سال جاری بر گزار خواهد شد.

وی از تهیه و نصب و راه اندازی ۱۲۵ پتل خورشیدی خانگی اهداف در آملزایی برای خانواده‌های تحت حمایت این نهاد حمایتی خبر داد و گفت:

در دستگاه کل خورشیدی پنج کیلو وات برق تولید می‌کند.

مدیرکل کمیته امداد استان مرکزی اظهار داشت: این نیرو گلخانه‌های خورشیدی بسته به توان تولید و تعداد پتل‌های دارای قیمت‌های متفاوتی

یزد- مر تفضی نوراللهی پور: نشست هم‌اندیشی یزد بهره‌ور با محوریت بهره‌وری در تولیدات گلخانه‌های صبح روز گذشته با حضور متولیان، فعالان و دغدغه‌مندان حوزه‌های کشاورزی و بهره‌وری استان و کشور به میزبانی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد در محل سالن اندیشه‌ای استان برگزار شد. در این نشست که ظرفیت‌های انجمن گلخانه‌سازان کشور در راستای ارتقای بهره‌وری مردم بحث و بررسی قرار گرفت، جعفر رحمانی معاون آمر برنامه‌ریزی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی یزد با اشاره به پروژه‌های پیشران ۱۲۴ پروژه معرفی کرد و گفت: پروژه‌های کشاورزی استان را یکی از این پروژه‌ها معرفی کرد و گفت: پروژه‌های بهره‌وری نباید به بودجه‌های دولتی و با تسهیلات وابسته باشد.

جعفر رحمانی افزود: بلکه این گونه پروژه‌هایی می‌تواند از طریق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و با صدور گواهی صرفه‌جویی انرژی توسط دولت تأمین مالی شود.

معاون آمر و برنامه‌ریزی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان درخصوص

آشنایی با روشی تازه برای محاسبه بازگشت سرمایه در بازاریابی

ارزش رسانه‌ای چیست؟ همراه با بررسی مزایای آن

این صورت باید کمی ناامیدتان کنیم؛ چراکه ما در روزنامه

فرصت امروز راه و رسم کاملا متفاوتی داریم. در این میان ضروری است قبل از اینکه باعجله وارد اصل ماجرا شویم، کمی درباره مزایای یک استراتژی صحبت کنیم. اگر شما نتوانید درباره مزایای یک استراتژی به جمع‌بندی درستی برسید، هیچ وقت فرصتی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان هم پیدا نمی‌کنید. درست به همین دلیل ضروری است کمی عملکردتان در این حوزه را تقویت نمایید.

ما در این بخش قصد داریم خیلی زک و پوست‌کنده برخی از مزایای کلیدی در زمینه ارزش رسانه‌ای را با شما در میان بگذاریم. این امر به شما کمک می‌کند تا جمع‌بندی بهتری از نکات مورد بحث پیدا کرده و با اطمینان بیشتری از این استراتژی استفاده کنید. پس با ما همراه باشید تا آخرین شک و تردیدها درباره این استراتژی

نویسنده: علی آلی‌علی

آیا تا حالا با خودتان فکر کرده‌اید تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی در دنیای شلوغ کسب و کار دقیقا چه کاری انجام می‌دهند؟ بی‌شک روی کاغذ همه تیم‌های بازاریابی عملکرد بی‌نهایت خوبی در راستای تحقق اهداف برند دارند. از سویی دیگر روابط عمومی در قالب یک تیم سازمان‌یافته نیز برای عملکرد بهینه کسب و کارها ضروری است. درست به همین دلیل معمولا کارآفرینان درباره ضرورت استفاده از این تیم‌ها چون و چرایی ندارند. با این حال آیا عملکرد همه تیم‌های بازاریابی قابل دفاع است؟ راستش را بخواهید، کمتر تیم بازاریابی پیدا می‌شود که بدون اشتباه در بازار عمل کند. این نکته درباره حوزه روابط عمومی نیز مصداق دارد. باور کنید یا نه، ما در بازار با مجموعه‌ای از اشتباهات رو به رو هستیم که به مرور زمان عملکرد کسب و کارها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. درست به همین دلیل ضروری است متر و معیاری برای ارزیابی عملکرد این تیم‌ها داشته باشیم.

ما در این مقاله قصد داریم مثل یک آنالیزور حرفه‌ای به مرور وضعیت تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی بپردازیم. در این میان عصای دست ما استراتژی ارزش رسانه‌ای یا ارزش رسانه‌ای کسب‌شده (Earned Media Value) خواهد بود. احتمالا استراتژی بالا برای اولین بار است که به گوش شما می‌خورد. خب در این صورت اصلا لازم نیست نگران باشید؛ چراکه ما در این مقاله یک راهنمای کامل و دقیق درباره این استراتژی خواهیم داشت. اگر شما هم دوست دارید با برخی از نکات کلیدی در زمینه ارزش رسانه‌ای و نحوه محاسبه آن آشنا شوید، بد نیست تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید.

ما در این مقاله اول از همه کارمان را با تعریف استراتژی ارزش رسانه‌ای شروع خواهیم کرد. سپس سراغ مزایای آن رفته و در نهایت توصیه‌هایی برای استفاده درست از آن ارائه خواهیم کرد. خب اجازه دهید با همین توضیحات مختصر سراغ اصل مطلب برویم. این شما و این هم مسیر آشنایی با استراتژی ارزش رسانه‌ای.

ارزش رسانه‌ای دقیقا چیست؟

رسانه ابزار مهمی است که به گردش اطلاعات و اخبار کمک می‌کند. شاید تا همین چند دهه قبل اطلاع سریع از اخبار مشروط به ساعت پخش اخبار سراسری و چاپ روزنامه‌ها بود، اما امروزه اوضاع به طور کامل فری کرده است؛ چراکه رسانه‌ها تحول یافته و حالا شبکه‌های اجتماعی هم در قالب رسانه فعالیت می‌کنند. در این میان اخبار هم در لحظه مخابره شده و کاربران در سراسر دنیا امکان آگاهی از اخبار را دارند. همین امر به مرور زمان شرایط را برای رسانه‌ها سخت‌تر کرده و مسئولیت انتشار اخبار را حساس‌تر می‌کند؛ چراکه در این موقعیت انتشار اخبار غلط آثار وحشتناکی به همراه خواهد داشت.

ارزش رسانه‌ای به این مفهوم اشاره دارد که فعالیت یک تیم بازاریابی یا روابط عمومی چه بازگشت سرمایه‌ای از نظر رسانه‌ای برای برندها به همراه داشته است. اجازه دهید بحث‌مان را با یک مثال ساده دنبال کنیم. فرض کنید یک برند محلی در برزیل قصد دارد برای تولید کفش‌های فوئیتال اقدام کند. در این صورت احتمالا برندهایی مثل آدیداس یا نایک مهمترین رقبای این شرکت تازه تاسیس ما خواهند بود.

شما را نمی‌دانم، ولی اگر من مدیریت شرکت فرضی بالا را برعهده داشتیم، اول از همه سراغ شبکه‌های اجتماعی می‌رفتم. این کار در قالب سازماندهی تیم بازاریابی و صدالبته روابط عمومی برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب دنبال می‌شود. حالا اگر قرار باشد ارزیابی دقیقی درباره اوضاع یک برند در دنیای کسب و کار صورت گیرد، به نظر شما چه نکاتی باید مورد توجه قرار گیرد؟

جواب ما برای سوال بالا بی‌نهایت ساده است. شما برای اینکه اوضاع‌تان از نظر بازاریابی و روابط عمومی را متوجه شوید، باید اول از همه به تغییرات برندگان در شبکه‌های اجتماعی دقت کنید. از آنجایی که بسیاری از برندها الگوی بازاریابی ارگانیک را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند، ضروری است سراغ نکات حرفه‌ای در این رابطه بروید. اگر کسب و کار شما در شبکه‌های اجتماعی فالوور بیشتری جلب کند، احتمالا ارزش رسانه‌ای‌اش هم افزایش یافته است. البته همه چیز در این‌س میان به بحث آمار و ارقام مربوط نمی‌شود؛ چراکه باید تغییرات کیفی را نیز مدنظر قرار دهیم. مثلا میزان تعامل مخاطب در شبکه‌های اجتماعی با برند شما نیز مهم خواهد بود. به علاوه، شما همیشه می‌توانید فعالیت‌های خارج از شبکه‌های اجتماعی و سطح تعامل با برندگان در این فضاها را نیز مدنظر قرار دهید. اینطوری کارتان بی‌نهایت ساده‌تر می‌شود.

حالا که با مفهوم ارزش رسانه‌ای آشنا شدید، بد نیست نیم‌نگاهی به مزایای این استراتژی نیز داشته باشیم. این دقیقا همان کاری است که ما در بخش بعدی قصد انجامش را داریم. پس با ما همراه باشید تا بخش بعدی کارمان را هم جلو ببریم.

چرا ارزش رسانه‌ای مهم است؟

شاید پیش خودتان فکر کنید بعد از آشنایی با یک استراتژی باید سراغ شیوه استفاده از آن رفت. خب در

و عملکرد شما در بازار را نیز مورد هدف قرار می‌دهد. نکته کلیدی اینکه شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف باید دائما به دنبال بهبود کیفیت کارتان باشید. استراتژی ارزش رسانه‌ای به شما کمک می‌کند تا این ارزش کلیدی را به بهترین شکل ممکن مرور نمایید. اگر شما نسبت به اوضاع کلی برندگان شک و تردید زیادی دارید، بد نیست هرچه زودتر دست به کار شده و معیار ارزش رسانه‌ای را به کار بگیرید. این امر به شما متر و معیار خوبی برای داوری درباره الگوی بازاریابی‌تان خواهد داد. با این حساس دیگر لازم نیست به خودتان سخت گرفته یا کارتان را دشواری بسیار زیاد ادامه دهید.

اگر دقت کرده باشید، گاهی اوقات مدیران هیچ ایده‌ای درباره شیوه عملکرد یک برند ندارند. به همین دلیل دائما به دنبال اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای متفاوت می‌روند. حالا اگر شما معیارهای درستی برای

می‌کنند تا در یک بازار رقابتی هیچ وقت خالی از انگیزه نشوید.

اگر دقت کرده باشید، خیلی از تیم‌های بازاریابی علی‌رغم مسیر طولانی برای موفقیت بعد از مدتی تمام انگیزه و روحیه‌شان را از دست می‌دهند. دلیل این امر ناتوانی در مقایسه خودشان با دیگران است. وقتی آدم خودش را با دیگران مقایسه می‌کند، موقعیت نسبی خودش را متوجه خواهد شد. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ دردسری وضعیت‌تان در بازار یا میان دیگران را فهمیده و برای بهبود آن تلاش کنید.

شاید فکر کنید بدون مقایسه با دیگران هم آدم امکان یافتن موقعیت برندش در بازار را دارد. خب در این صورت باید شما را با یک مفهوم کلیدی آشنا کنیم. اصلا آگاهی از موقعیت برند بدون حضور رقبا معنایی ندارد. به همین دلیل شما باید دائما خودتان را برای مقایسه اوضاع‌تان به



داوری درباره تیم بازاریابی‌تان داشته باشید، اوضاع‌تان همیشه به طور متفاوتی پیش خواهد رفت.

یافتن ایرادات بازاریابی

هیچ کمپین بازاریابی بی‌عیب و نقص نیست. درست به همین خاطر ضروری است که مدیران ارشد برند دائما انگیزه کافی برای یافتن اشتباهات بازاریابی برنشان داشته باشند. بی‌شک اعتراف به اشتباهات برای هیچ‌کس در دنیا راحت نیست. کم نیستند کسانی که در زندگی شخصی یا حرفه‌ای هیچ جوړه زیر بار شکست نمی‌روند. به همین خاطر شما باید کمی هم که شده خودتان را برای تغییر سبک زندگی آماده کنید. از آنجایی که در بازار کسی با شما شوخی ندارد، بی‌توجهی به اشتباهات‌تان حساسی گران تمام خواهد شد. خب انتظار ندارید که در بازار به شما کارت زرد بدهند؟ در عوض با یک کارت قرمز مستقیم از عرصه رقابت حذف خواهید شد.

ارزش رسانه‌ای به شما نشان می‌دهد تمام تلاش‌های بازاریابی‌تان چقدر منجر به بهبود اوضاع بازاریابی برند شده است. این امر به شما کمک می‌کند تا اوضاع‌تان از نظر سطح اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بهتر شود. خب اگر ارزش رسانه‌ای شما بیشتر شده باشد، معنای آن موفقیت‌تان در زمینه استفاده از استراتژی‌های بازاریابی درست است. با این حال اگر اوضاع‌تان در عمل تعریف چندان‌ی نداشته باشد، ماجرا مثل روز روشن خواهد بود. به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم ارزش رسانه‌ای معیار بی‌نهایت ساده و مستقیمی برای داوری درباره نکات مختلف است. این معیار به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ دردسری کارتان را جلو برده و نگران هیچ مشکلی هم نباشید.

مقایسه کسب و کارتان با رقبا

اینکه آدم خودش را با دیگران مقایسه کند، شاید در اولین نگاه چندان جذاب به نظر نرسد، اما با کمی تأمل مزایای خاص خودش را خواهد داشت. وقتی شما خودتان را به طور دائم با دیگران مقایسه می‌کنید، در واقع انگیزه‌ای برای بهبود اوضاع‌تان خواهید داشت. این امر به شما کمک

یکی از آنها را به شما معرفی کنیم. خب در این صورت باید غافلگیرتان کنیم؛ چراکه معیار اول و آخر ما در این رابطه گزارش‌هایی است که خود شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند. این یعنی شما باید همیشه حواس‌تان به این گزارش‌ها باشد. وگرنه خیلی زود اوضاع‌تان به هم خواهد ریخت.

گام دوم: مشاهده میانگین منشن‌ها

آیا تا حالا به این فکر کرده‌اید چند بار در طول ماه کسب و کار شما در شبکه‌های اجتماعی منشن می‌شود؟ منظور ما از منشن بی‌نهایت ساده است. برخی از کاربران وقتی پستی بارگذاری می‌کنند، اکانتت کاربران دیگر را در آن منشن می‌کنند. این امر یک نوتیفیکیشن کوچک منظور ما از منشن بی‌نهایت ساده است. برخی از کاربران وقتی پستی بارگذاری می‌کنند، اکانتت کاربران دیگر را در آن منشن می‌کنند. این امر یک نوتیفیکیشن کوچک برای اکانت‌های موردنظر ارسال کرده و سایر کاربران نیز امکان مشاهده تگ اکانت موردنظر را خواهند داشت. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از میانگین این منشن‌ها به منظور ارزیابی اوضاع برند است.

به طور کلی، وقتی کسب و کار شما از نظر بازاریابی عملکرد خوبی داشته باشد، تعداد منشن‌ها بیشتر می‌شود. البته یادتان نرود، شما باید نگاهی کلی به شبکه‌های اجتماعی داشته باشید بنابراین کارتان راقطع به اینستاگرام یا ایکس (توییتر) محدود نکنید. نکته کلیدی دیگر، توجه به ماهیت منشن‌هاست. خب اگر شما محصولات بی‌کیفیتی روانه بازار کرده باشید، تمام منشن‌ها ماهیت انتقادی خواهد داشت. درست به همین دلیل ضروری است عملکردتان در این حوزه را با دقت بیشتری تحت نظر قرار دهید، وگرنه کالده‌تان پس معرکه خواهد بود.

این روزها بسیاری از کسب و کارها برای اینکه اوضاع‌شان در شبکه‌های اجتماعی را خوب نشان دهند، سراغ تولید معیارهای عجیب می‌روند. این امر نه‌تنها شما را در وضعیت دشواری قرار می‌دهد، بلکه از نظر سطح اثرگذاری بر روی مخاطب هدف هم کم کم اعتبارتان از دست خواهد رفت. پس بهتر است کارتان را با تکیه بر معیارهای درست و حسابی دنبال کنید.

گام سوم: تحلیل تغییرات فالوورها

اینکه یک برند در طول چند ماه چقدر فالوور بیشتری کسب کرده، نکته بی‌نهایت مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از بازاریاب‌ها برای اینکه اوضاع‌شان از نظر بازاریابی را بهبود بخشند، نیاز به استفاده از منابع مالی گسترده دارند. این در حالی است که ارزش رسانه‌ای توجهی به این ولخرچی‌ها در بازار ندارد. در عوض شما باید نتایج مربوط به فعالیت‌های ارگانیک‌تان را مدنظر قرار دهید.

یکی از اشتباهاتی که خیلی از بازاریاب‌ها به سادگی هرچه تمام‌تر مرتکب می‌شوند، مربوط به تحلیل کمپین‌های بازاریابی است که با هزینه‌های سرسام‌آور تدارک دیده‌اند. خب در این صورت نتیجه نهایی شما در قالب ارزش رسانه‌ای چندان معتبر نخواهد بود. پس بهتر است همین اول کاری دور آن را خط بکشید؛ چراکه هیچ کمکی به شما و کسب و کارتان نخواهد کرد.

تحلیل تغییرات فالوورها را نباید با خرید فالوور اشتباه گرفت. این تکنیک قدیمی دیگر در این‌ دوره و زمانه کاربرد ندارد؛ چراکه فالوورهای فیک اصلا تعاملی به همراه ندارند بنابراین کسب و کار شما توانایی اثرگذاری بر روی مخاطبش را از دست داده و دیگر فرصتی برای بهبود اوضاع‌تان پیدا نخواهد کرد.

هرچه تعداد فالوورهای واقعی شما بیشتر باشد، ارزش رسانه‌ای بالاتری نیز به دست می‌آورد. یادتان باشد، افزایش تعداد فالوورها همیشه به معنای موفقیت شما در دنیای بازاریابی نیست. درست به همین دلیل ضروری است قبل از اینکه باعجله کارتان را شروع کنید، نیم‌نگاهی به تاثیرات افزایش فالوور هم داشته باشید. آیا با افزایش فالوورها، تغییری در تعداد کامنت‌های دریافتی داشته‌اید؟ پیام‌های کاربران چه؟ اوضاع آنها چه تغییری داشته است. یادتان باشد، اگر فالوورهای شما هیچ تعاملی با برندگان نداشته باشند، افزایش سرسام‌آورشان هیچ دردی از برندگان دوا نخواهد کرد. پس ضروری است کمی کار را تخصصی‌تر دنبال کرده و به سراغ معیارهای کلیدی بروید اینطوری وضعیت بهتری خواهید داشت.

گام چهارم: تجمیع اطلاعات

تا اینجا‌ی کار شما کلی اطلاعات مختلف دم دست دارید که به شما برای تحلیل کلی اوضاع کمک می‌کند. آخرین کاری که به عنوان یک کارشناس حرفه‌ای باید انجام دهید، تجمیع این اطلاعات است. شاید فکر کنید استفاده از هوش مصنوعی در این میان کاربرد زیادی برای‌تان دارد. خب در این صورت باید بگوییم سخت در اشتباهید؛ چراکه هوش مصنوعی علی‌رغم کلی مزیت مختلف در این یک مورد دردی از شما دوا نمی‌کند.

ماموریت شما در این بخش تلاش برای ترکیب اطلاعات مختلف به منظور ارزیابی کلی اوضاع تیم بازاریابی و روابط عمومی است. این کار به شما کمک می‌کند که ارزیابی‌تان را برمبنای اطلاعات چندگانه بنا کرده و جلوی مشکلات مختلف را هم بگیرید. در این صورت کارتان خیلی راحت‌تر جلو می‌رود و دیگر نیازی به نگرانی نخواهید داشت.

معمولا یکی از مشکلات اصلی مدیران به هنگام ارزیابی اوضاع تیم‌های مختلف به تحلیل یکسویه مربوط می‌شود. تمام تلاش ما در این بخش تغییر نگرش شما نسبت به این موضوع بود. اگر شما هم دوست دارید تغییری هرچند کوچک در کارتان داشته باشید، بد نیست از نکات مورد بحث در این مقاله استفاده کنید. اینطوری کار‌تان بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد.

سخن پایانی

استراتژی ارزش رسانه‌ای یکی از معیارهای تازه برای ارزیابی شیوه عملکرد تیم بازاریابی و روابط عمومی است. البته این روزها بیشتر از این معیار برای تحلیل اوضاع بازاریابی استفاده می‌شود. با این حال شما می‌توانید از آن برای وضعیت روابط عمومی و حتی تبلیغات نیز سود ببرید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از تمام معیارها و نکات مورد بحث در این مقاله به طور همزمان است. پس اگر فکر کرده‌اید می‌توانید دور برخی از ایده‌ها را خط کشیده و فقط برخی از آنها را دنبال کنید، باید بگوییم سخت در اشتباه هستید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با استراتژی ارزش رسانه‌ای کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی داشتید، تعارف را کنار گذاشته و آن را با ما در میان بگذارید. کارشناس‌های ما در سریع‌ترین زمان ممکن جوابی کاربردی به سوالات شما خواهند داد. منابع:

com/blog/earned-media-https://brand۲۴

/value

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/earned-media-value