

سه‌شنبه

۱۴ اسفند ۱۴۰۳

Tue.4 Mar 2025

۲ رمضان ۱۴۴۶ - سال‌نهم

شماره ۲۶۵۶

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

سرمقاله

اقتصاد در سایه ژئوپلیتیک

کسری کاخ‌ساز پژوهشگر اقتصادی ژئوپلیتیک ریسک ژئوپلیتیک (Geopolitical Risk) شاخصی است که میزان حساسیت کشورها به رویدادها و بحران‌های ژئوپلیتیک را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص براساس اخبار، گزارش‌ها و تحلیل‌های مربوط به تنش‌های سیاسی، جنگ‌ها، تحریم‌ها و سایر رویدادهای ژئوپلیتیک محاسبه می‌شود. هرچه این شاخص برای یک کشور بالاتر باشد، نشان می‌دهد که آن کشور بیشتر تحت تأثیر بحران‌های ژئوپلیتیک قرار دارد. تنش‌های ژئوپلیتیک می‌توانند موجب اختلال جریان‌های تجاری و زنجیره‌های تأمین جهانی شوند و همچنین می‌توانند در افزایش تورم، رشد اقتصادی کمتر و کاهش سطح رفاه در دوران تنش ژئوپلیتیک، نقش داشته باشند. از سوی دیگر، امور سیاسی داخلی نیز نقش مهمی در شکل‌گیری فعالیت‌های اقتصادی از طریق سیاست‌های مالی و تصمیمات استراتژیک ایفا می‌کنند. این موضوع می‌تواند منجر به اختلالات تجاری، نوسانات بازار و آسیب به رشد اقتصادی شود. در سایه تهدیدات نظامی و ریسک‌های ژئوپلیتیک از دو مسیر به روند سرمایه‌گذاری و تشکیل سرمایه که به عنوان اصلی‌ترین موتور رشد اقتصادی شناخته می‌شود، آسیب وارد خواهد شد…

ادامه در همین صفحه

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



تورم سالانه و نقطه‌ای در بهترین و بدترین سناریو به چند درصد می‌رسد؟

چشم‌انداز تورمی ۱۴۰۴

اقتصاد در سایه ژئوپلیتیک

بهرت، ژئواکونومیک به‌طور مستقل قابل تحلیل چندبعدی است، اما به دلیل همپوشانی بالا با ژئوپلیتیک، می‌توان آن را زیرشاخه‌ای از این حوزه نیز در نظر گرفت. تحریم‌های اقتصادی، نمونه‌ای بارز از این همپوشانی هستند، زیرا هم بر جنبه‌های اقتصادی قدرت و رقابت بین کشورها تأکید می‌کنند و هم به عنوان ابزاری برای اهداف استراتژیک و ژئوپلیتیکی به کار می‌روند. متأسفانه تحریم‌ها باعث شده که بسیاری از کشورها و شرکت‌ها به دلیل ترس از برخورد با تحریم‌های ثانویه از همکاری با بانک‌های ایرانی اجتناب کنند. این وضعیت می‌تواند منجر به تغییر سیاست‌های جهانی و معرفی سیستم‌های مالی جایگزین پیچیده‌تر شود. این تحریم‌ها به‌ویژه محدودیت‌هایی را در دسترسی بانک‌های ایرانی به سیستم‌های پرداخت بین‌المللی مانند سوئیفت به‌وجود می‌آورد. عدم دسترسی به سوئیفت باعث افزایش هزینه‌های تراکنش‌های مالی، کاهش کارایی عملیات بانکی و دشواری انجام مبادلات تجاری با کشورهای دیگر می‌شود (محدود شدن گشایش اعتبار اسنادی (L/C) برای واردات و صادرات). این مشکل موجب می‌شود که بانک‌ها نتوانند به‌صورت مؤثر و بهنگام، تراکنش‌های

ارزی را انجام دهند و حتی ارتباطات تجاری خارجی خود را از طریق کانال‌های رسمی برقرار کنند. از سوی دیگر، نهادهایی مانند گروه ویژه اقدام مالی (FATF) نیز نقش مهمی در محدودسازی دسترسی ایران به شبکه‌های مالی جهانی ایفا می‌کند. FATF ایجاد لیست سیاه و سفید کشورها، بر توانایی سیستم بانکی ایران در تعامل با بانک‌های بین‌المللی تأثیر می‌گذارد. در صورتی که این نهاد، تصمیم به ایجاد محدودیت‌های بیشتر برای بانک‌های ایرانی بگیرد، فشارهای اقتصادی و مالی به سیستم بانکی کشور بیشتر خواهد شد. علاوه بر این، سیاست‌های جدید FATF در ارتباط با ارزهای دیجیتال و شفافیت‌های مالی می‌تواند چالش‌هایی را برای سیستم مالی ایران به‌وجود آورد. در مواجهه با ریسک‌های ژئوپلیتیکی، کشور نیازمند اتخاذ راهبردهایی است که ضمن کاهش آسیب‌پذیری در برابر تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی، زمینه را برای تداوم معاملات مالی و اقتصادی فراهم کند. راهکارهای پیشنهادی باید همسو با تحولات ساختار مالی جهانی و متناسب با ظرفیت‌های داخلی باشد. در این راستا، «حفظ معاملات اقتصادی بارویکرد واقع‌بینانه به دلار بدون

محدودیت تاریخ مصرف گذشته

صورت پذیرد. اما اکنون آنچه در محدود نمودن فعالیت صنعتی در داخل شعاع استقرار کلاتشپرها وجود دارد، براساس فرض «صنعت= دشمن محیط‌زیست» بوده و صنعتگر را صرفنظر از جنس فعالیت، مسئولی، میزان آلایندگی و نسبت تطابق وی با حدود مجاز و استانداردهای ملی، الاینده محیط‌زیست می‌داند که این امر خلاف اصل برائت است. به عبارتی، فارغ از آنکه برمنای اصول نوین حکمرانی محیط‌زیست، میزان قابل پذیرش آلایندگی محیط زیست، سازمان کلاتشپرها، تاکنون بیش از ۱۲ مصوبه مستثنیات بدون توجه به ماهیت فعالیت، پیشاپیش صنعت را الاینده تشخیص داده و بسا تحمیل فاصله‌ه و هزینه‌های لجستیکی، حکم مجازات صنعتگر را صادر و اجرا می‌نماید. در نتیجه شعاع معین برابر با مجازات رسمی تمام صنعت کشور و محروم نمودن شهروندان از حقوق مالکانه خود است، پیش از آنکه اصلا زمینه ارتکاب به جرمی به نام آلایندگی محیط‌زیست بررسی شده باشد، چه رسد به آنکه صنعتگری مرتکب چنین جرمی شده باشد. بر این اساس، شاید تنها جایی که مصوباتی مانند شعاع استقرار کلاتشپرها موضوعیت پیدا و در تعارض با حقوق مالکانه اشخاص نباشد، پروژه‌های تملک دارایی‌های دولتی باشد که در این پروژه‌ها، دولت برای دارایی‌های خود (منابع ملی که خود مدیریت می‌کند) تصمیم بگیرد، نه اینکه برای دارایی‌های تحت مالکیت شهروندان تصمیم بگیرد.

حکمرانی بد در ایجاد موانع و وضع استثنائات
به شعاع استقرار کلاتشپرها، تاکنون بیش از ۱۲ مصوبه مستثنیات الحاق شده است. وضع این حجم مستثنیات به یک قاعده، یک پیام ساده و ابتدایی دارد. این قاعده سراسر اشکال و ایراد است و جامعیت ندارد. هم‌زمان شهر تهران و سایر کلاتشپهرهای کشور نیز روزبه‌روز جمعیت‌تر شده و جهت برادر مهاجرت، همچنان از روستاها به کلاتشپرهاست. این نیز نشان می‌دهد این مصوبه تاکنون هیچ کارکردی در جابه‌جایی جهت برادر مهاجرت و تمرکززدایی نداشته است. جالب اینکه نگاهی به آثار کارت‌های بازرگانی و عضویت اتاق تهران به عنوان یک گمانه مورد پذیرش از کارکرد این مصوبه، نشان می‌دهد از که اعضای اتاق تهران، ۱۲ درصد در صنعت و معادن ۸۷ درصد در بازرگانی فعالند. اگر این واقعیت را که بسیاری از کارت‌های صنعتی اتاق تهران نیز منحصر به شرکت‌هایی است که کارخانه ایشان خارج از استان تهران و دفتر مرکزی ایشان داخل

۹۲۱ هزار قطعه سکه در ۸۰ حراج به فروش رسید

یک‌سالگی حراج سکه طلا

یک سال از اولین جلسه حراج سکه طلا توسط مرکز مبادله ایران می‌گذرد و تا به حال ۸۰ جلسه حراج سکه برگزار شده که در نتیجه آن بیش از ۹۲۱ هزار قطعه انواع سکه به شرکت‌کنندگان در حراج اختصاص یافته است. مرکز مبادله ارز و طلای ایران در اسفندماه ۱۴۰۱ از سوسی بانک مرکزی به‌منظور بهبود فرآیند سیاستگذاری، نظارت بهتر و رفع چالش‌های پولی و ارزی…

۲

نقش و کارکرد شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در ایران آسیب‌شناسی شد

آدرس اشتباه کوچک‌سازی دولت

فرصت امروز، رویکرد استفاده از شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در نظام اداری و استخدای کشور که با هدف کمک به کوچک‌سازی و کاهش هزینه‌های دولت شکل گرفت؛ پس از گذشت سال‌ها از بکارگیری آن، موجب شکل‌گیری دوگانگی در بین کارشناسان شده است که یکسوی آن بر استمرار استفاده از این شرکت‌ها با ایجاد تغییراتی در قواعد و ضوابط استفاده از آنها تأکید دارد و در سوی دیگر بر محدودیت فعالیت این نوع شرکت‌ها در بخش دولتی تأکید می‌شود. درحال‌حاضر، استفاده از شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در بخش دولتی، به دلایلی مانند عدم تناسب با ساختار سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور، عدم وجود الزامات فنی مورد نیاز و همچنین فرهنگ جمع‌گرایی و اجتناب از عدم اطمینان بالای جامعه ایران، با چالش‌های جدی روبه‌رو شده است. این عدم تناسب در زمینه‌های ساختاری، فنی و فرهنگی، منجر به بروز مشکلات متعددی شده و هزینه‌های اجتماعی بالای را به کشور تحمیل کرده است.

در این میان، مرکز پژوهش‌های مجلس به «بررسی شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در ایران» پرداخته و توصیه کرده است که فعالیت این شرکت‌ها در بخش دولتی محدود شود تا از بروز مشکلات بیشتر جلوگیری شود؛ چراکه تصحیح ضوابط و قواعد به کارگیری شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی به منظور پیاده‌سازی اثربخش…

۲

بهارستان مسیر بورس تهران را تغییر داد

واکنش سرخ بورس به استیضاح همتی

۴

مدیریت و کسب‌وکار

طراحی تبلیغات ویدئویی بی‌حرف و حدیث!

در دنیای پرپیامی مدرن جایی که ثانیه‌ها با سرعت نور می‌گذرند، ویدئوهای تبلیغاتی فرصتی طلایی برای جلب توجه مخاطب و رساندن پیام برند شما هستند. شما با یک ویدئوی خلاقانه می‌توانید کاری کنید که مشتری نه تنها از تبلیغ‌تان روی برنگرداند، بلکه آن را با دوستان و آشنایان خود به اشتراک گذاشته یا تبدیل به سفیر برندتان شود. ویدئوی تبلیغاتی مانند یک ویتترین تمام‌عیار برای محصولات یا خدمات شما است. هرچقدر این ویتترین زیباتر چیده شده باشد، شانس‌تان برای جذب رهگذران بیشتر خواهد بود. اما ساختن یک ویدئوی تبلیغاتی موفق آندرها هم که به نظر می‌رسد آسان نیست. کافی نیست یک دوربین بردارید و هر آنچه به ذهن‌تان می‌رسد را به تصویر بکشید. در واقع برای موفقیت در این عرصه باید به تمام جزئیات توجه کنید. سناریوی جذابه، تصاویر باکیفیت و موسیقی مناسبی انتخاب کنید، یعنی برای ساختن یک ویدئوی…

۸

مثل همکاری با برخی کشورهای آسیای میانه یا کشورهای خلیج فارس (که تحت نفوذ چین و روسیه هستند) تمرکز کند. این کار شاید سخت باشد، اما در مقیاس کوچک‌تر شدنی‌تر است. به‌طور کلی، ریسک ژئوپلیتیک (Geopolitical Risk) به تهدیدها و عده‌اطمینان‌هایی اشاره دارد که از تحولات سیاسی و جغرافیایی در سطح بین‌المللی ناشی می‌شوند و می‌توانند بر بازارهای پولی و مالی، تجارت جهانی و اقتصاد کشورها تأثیر بگذارند. دنیا در حال حاضر با ریسک‌های متعدد ژئوپلیتیک مواجه است و جهانی که برای دهه‌ها توسط جهانی‌سازی و ژئواکونومیک (Geoconomics) نظم یافته بود، به جهانی مبتنی بر ریسک ژئوپلیتیک تبدیل شده است. این ریسک‌های ژئوپلیتیک انباشته شده (از مناقشات سیاسی خاورمیانه و تنش روسیه و ناتو گرفته تا رقابت استراتژیک آمریکا و چین و خطر تغییرات آب‌وهوایی) احتمال سازمان‌دهی نظم جدید جهانی را مطرح می‌کنند. اقتصاد جهان در موقعیت نامطمئنی قرار دارد، روزه‌های قربالوقوع در کمین آمریکا و اروپاست و چین پایین‌ترین رشد اقتصادی سال‌های اخیر را تجربه می‌کند.

۱۳۴۶ هیأت دولت برای محرومیت‌زدایی از حاشیه‌ها وضع شده و با اگر این شعاع امروز به منظور کاهش بارگذاری بر کلاتشپرها برقرار است، نیروی انسانی شافل، گردش مالی و پارگذاری واحدهای خدماتی بر محیط در بسیاری از موارد خصوصا در شرایط فعلی اقتصاد کشور، به مراتب بیش از واحدهای صنعتی است.

شعاع استقرار و ضرورت حرکت از افعال به بهروردی

اساسا نگاه محیط‌زیستی به شعاع استقرار کلاتشپرها، بسیار غیرعلمی و منفعلانه است و هیچ نسبتی با تفکر خلاقانه و هدایتگر به سوی افزایش بهره‌وری، ارتقای تکنولوژی و بهبود عملکرد محیط‌زیستی ندارد. این محدودیت تاریخ‌مصرف‌گذشته، اگر بنا بود در کشورهای اروپایی، آمریکا و یا ژاپن اجرا شود، اقتصاد این کشورها به کلی از هم می‌پاشید. حال آنکه در تک‌تک پایتخت‌های اروپایی می‌توان کار کردن نیزگاه یا دریافت پروانه کسب از اتاق اصناف را انتخاب نماید و در دریافت پروانه بهره‌براری از وزارت صمت. فعالان صنعتی در اخذ مجوز در حالی با محدودیت شعاع استقرار کلاتشپرها مواجه می‌شوند که این محدودیت متوجه فعالان صنفی نمی‌گردد. پس عملا دریافت پروانه بهره‌برداري از وزارت صمت برای فعال اقتصادی به غیر از مزایای اندکی مانند تخصیص زمین در شهرک صنعتی، خطوط اعتباری، سهمیه پرتوشیمی و… نه‌تنها مزیت خاصی نداشته، بلکه واحد وی را به دلیل تحمیل هزینه لجستیکی نسبت به رقبای دارای مجوز صنفی خود، در بازار عقب می‌آندارد و از این منظر، شعاع استقرار کلاتشپرها امری بسیار تبعیض‌آمیز است. از طرف دیگر، از مقایسه «مقررات و ضوابط استقرار واحدهای تولیدی و صنعتی» با «ضوابط و معیارهای محیط‌زیستی استقرار واحدهای خدماتی»، پارادوکس دیگری نمایان می‌گردد که واحدهای خدماتی برمنای ماده ۱۰ ضوابط استقرار مرتبط با فعالیت‌های خدماتی، از ممنوعیت استقرار حاکم بر واحدهای صنعتی در شعاع استقرار کلاتشپرها معاف هستند. به زبان ساده، از دید سازمان حفاظت محیط‌زیست استقرار واحدهای خدماتی، فارغ از جنس فعالیت، میزان آلایندگی و ابعاد بارگذاری بر محیط در شعاع استقرار کلاتشپرها فاقد اشکال است، اما استقرار واحدهای صنعتی در این شعاع باید ممنوع باشد. این در حالی است که اولاً براساس هیچ استاندارد بین‌المللی، و رفت‌وآمد کارگران بسیار دشوار گردیده و تمایل به فعالیت در مشاغل کاذبی مانند تاکسی اینترنتی یا پیک موتوری در کلاتشپرها به مراتب بیشتر استقرار در شهرک‌های صنعتی است. شعاع معین کلاتشپرها، عارضه‌ای است که باید از چهره خشن فرآیند صدور مجوز صنعتی در کشور زوده‌شده و فرآیند اصلاح آیین‌نامه ارزیابی اثرات محیط‌زیستی موقعیت مناسبی برای این امر است؛ چراکه این آیین‌نامه قابلیت دارد اموری چون ارائه برنامه‌های مدیریت عملکرد محیط‌زیستی (EMP)، گزارش‌دهی شفاف عملکرد یاداری (کاهش ریسک و ایجاد آثار مثبت در حوزه‌های ESG) و بیمه‌های مسئولیت حرفه‌ای از نهادینه نموده و یک‌بار برای همیشه کشور را با اقتصاد جهانی همگام سازد.

نگاه

ایران چگونه از تولید خودروهای هوشمند عقب ماند؟

سرعتگیر خودرو در جاده مخصوص

در ۱۱ اکتبر ۲۰۲۴ بود که «یلان ماسک» از یکی از محصولات هیجان‌انگیز تسلا به نام سایبر کب پرده برداشت. این روباتکسی کاملاً خودران طی رویدادی خصوصی در استودیو برادران وارنر در کالیفرنیا به نمایش درآمد. البته ثروتمندترین فرد جهان چند سال پیش وعده داده بود که ناوگانی از تاکسی‌های خودران تسلا تا سال ۲۰۲۰ وارد خیابان‌ها خواهند شد، اما این زمان به تعویق افتاد و حالا انتظار می‌رود که تولید این خودروها از سال ۲۰۲۶ آغاز شود. «یلان ماسک» در این رویداد، رویون را هم به نمایش گذاشت: یک ون خودران که تا ۲۰ نفر را حمل می‌کند و برای حمل کالا نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. شاید تصور کنیم که «ماسک» تنها بازیگر حوزه خودروهای هوشمند و فناوری‌های نوظهور حمل و نقل است اما واقعیت آن است که او با رقبای زیادی در این میدان مواجه است؛ از جمله شرکت آمازون که در سال ۲۰۲۰ استارت آپ زوکس را خرید و در سال ۲۰۲۳ روباتکسی خود را معرفی کرد. روباتکسی زوکس، حسگرهای فعال و پاسخگویی دارد که قادر است به محض شناسایی مشکلات جاده (مثل تصادفات، تغییرات نور، عابر پیاده و دستورات پلیس) به سرعت عمل کند و رفتار خودرو را تغییر دهد. این خودرو همچنین دارای یک باتری قوی است که می‌تواند تا ۱۶ ساعت بدون شارژ کار کند.

دیگر غول اقتصاد جهان، آلفابت نیز با زیرمجموعه خود، ویمو در این کارزار هوشمندسازی ظاهر شده است. به نظر می‌رسد این شرکت یک گام از دیگر رقیبا جلوتر است. ویمو به عنوان تنها شرکت ارائه‌دهنده خدمات روباتکسی تجاری در چندین منطقه کلاشهری آمریکا شناخته می‌شود. در حال حاضر، این سرویس هفته‌ای بیش از ۱۰۰ هزار سفر در شهرهای عملیاتی‌اش دارد و کاربران از طریق اپلیکیشن ویمو وان به تاکسی‌ها دسترسی دارند. این پلتفرم به ویژه در بین بانوانی که نگران امنیت سفر با رانندگان ناشناس انسانی هستند و نیز والدینی که این سرویس را برای جابه‌جایی نوجوانان خود استفاده می‌کنند، محبوبیت یافته است. این شرکت در اواخر اکتبر ۲۰۲۴ توانست ۵٫۶ میلیارد دلار بودجه در مرحله C تأمین مالی خود جذب کند و پیش‌بینی می‌شود که بتواند با جلب رضایت نهادهای تنظیمگر، فعالیت خود را به دیگر شهرهای آمریکا و حتی کشورهای دیگر گسترش دهد.

اما حوزه خودروهای هوشمند همیشه داستان‌های موفقیت را برای مخاطبان روایت نمی‌کند. استارت‌آپ کروز متعلق به جنرال موتورز، یکی از نخستین فعالان روباتکسی‌ها از زمان آغاز به فعالیت در سال ۲۰۱۶ بود. اما در ۱۱ دسامبر ۲۰۲۴ اعلام شد که این شرکت تعطیل می‌شود. «هری بارا» مدیرعامل جنرال موتورز، این خبر فاش‌کننده را اعلام کرد و گفت که این سرویس حمل ونقل مستقل هرگز بخشی از «کسب‌وکار اصلی آن» نبوده است. موانع قانونی و مجوزهای متعدد در کنار هزینه‌های بالا، از جمله مواردی بودند که مدیران جنرال موتورز را مجبور به اتخاذ چنین تصمیمی کرد. ضرر مالی مربوط به بخش تاکسی‌های خودران این شرکت در سال ۲۰۲۳ به رقم ۳٫۴۸ میلیارد دلار رسید و سود عملیاتی چندانی هم به دنبال نداشت. انتظار می‌رفت کروز بتواند از سال ۲۰۲۵ یک میلیارد دلار درآمد سالانه کسب کند. اما مانند بسیاری دیگر از استارت‌آپ‌ها، این شرکت حتی تا پایان سال ۲۰۲۴ هم دوام نیاورد.

علی‌رغم تمام حاشیه‌های تلخ و شیرین بازار خودروهای خودران، واقعیت آن است که ایران بهره چندانی از آن ندارد. ورود ایران به این حوزه در حد طرح‌های کلی و ایده‌های غیرتجاری شده باقی مانده است. در تیرماه ۱۴۰۲ اعلام شد که یکی از اپراتورهای تلفن همراه از خودروی خودرانی رونمایی کرده که با باتری کار می‌کند و تا چهار ساعت می‌تواند بین خطوط و در جاده‌هایی که برایش ترسیم می‌شود، حرکت کند و بدون نیاز به چی بی‌ایس، لوکیشن خود را کاملاً در زمان حرکت تشخیص می‌دهد. ایران خودرو نیز در بهمن ماه ۱۴۰۲ از تارا ADAS رونمایی کرد؛ خودرویی که اگر پوشان جاده مخصوص می‌گویند به تجهیزات رانندگی خودران سطح ۲ مجهز شده است. با این حال به مانند بسیاری از دیگر پروژه‌های صنعت کشور، هنوز این خودروها به مرحله حضور در بازار (حتی آزمایشی) نرسیده‌اند. به نظر می‌رسد ایران برای همراهی با روند جهانی خودروهای هوشمند، نیازمند الزامات و پایسته‌های مختلفی است:

• زیرساخت‌های هوشمند: بسیاری از زیرساخت‌های جاده‌ای کشور در حوزه‌های درون شهری و بین شهری، فرسوده، نامهارمگن و غیرمتصل هستند. خودروهای خودران برای عملکرد عالی و ایمن خود نیازمند دسترسی به مجموعه کامل و به روزی از داده‌های مسیریابی هستند. عدم هماهنگی بین مراکز تولید و توزیع داده نیز مسئله رایج در نظام حکمرانی داده کشور است که به مانند مانعی محکم بر سر راه خودران‌ها قد علم می‌کند.

• بن‌سازهای به روز: آپشن‌های خودروهای خودران بیش از آنکه

زینتی و برای رفاه حال مشتری باشند، یک ضرورت برای عملکرد این

وسایل نقلیه هستند. خودروی خودران را بیش از هر چیز با واژه «حسگر»

می‌شناسند. از مجموعه حسگرهای مهم فناوری خودران می‌توان به لیدار

رادار و دوربین‌ها اشاره کرد که وظیفه دریافت اطلاعات جاده را دارند و

باید روی خودرو نصب شوند که مانعی پیش روی دیدشان نباشد. عمده

خودروهای داخلی از آپشن‌های ایمنی پیش یافتاده‌تر هم محروم هستند

و بن‌سازهای قدیمی این خودروها امکان تبدیل‌شان به خودروهای

خودران را از آنها سلب کرده است. حتی خودروهای مونتاژی نیز معمولاً

در سطوح خودروهای خودران نیستند و راه درازی تا ورود آنها به صنعت

و بازار خودرو باقی مانده است.

• پیش‌سازان استفاده از خودران‌ها: جهان هنوز در مورد خودروهای خودران، دست به عصا و با احتیاط رفتار می‌کند. حتی در کشورهای پیشرفته نیز نهادهای تنظیمگر نگرانی‌ها و دغدغه‌های بجایی در مورد حفظ ایمنی شهروندان یا خودروهای خودران دارند. مسئله هک شدن آنها و دسترسی به سامانه‌های هوشمند کنترل این خودروها نیز یک دغدغه دیگر است. در این شرایط نمونه های موفق بر بستر مناطق آزمایشی و محدود تست می‌شوند. استفاده‌کنندگان از خدمات آنها نیز معمولاً دوسرندان فناوری‌های جدید هستند که تاحدی خود را برای مخاطرات احتمالی به هزینه فرصت‌های موجود آماده کرده‌اند. سیاستگذار باید با توجه به شرایط کشور، وجود چنین توده‌ای برای خودران‌ها را پیش‌بینی کند.

• بلوغ سازمان‌های تنظیمگر: شاید بتوان بعد از استارت‌آپ‌ها، سازمان‌های تنظیمگر حمل و نقل را مهم‌ترین بازیگر پرورنده خودروهای خودران دانست. این سازمان‌ها باید در نهایت تصمیم بگیرند که تا چه اندازه موافق حضور خودروهای خودران در نظام حمل و نقل هستند و چگونه قرار است از پیامدها و مخاطرات احتمالی آنها بکاهند. لازمه این مداخله نیز وجود شناخت تخصصی از موضوع خودروهای خودران و درک جایگاه آنها در تحول الگوهای نوین حمل ونقل است. بررسی نظام حکمرانی حمل و نقل ایران نشان می‌دهد که به صورت مشخص سه نهاد وزارت راه و شهرسازی، وزارت صمت و وزارت کشور باید درمورد خودروهای خودران تصمیم‌سازی کنند. با این حال در مورد اینکه آنها تا چه اندازه می‌توانند از مسائل و چالش‌های موجود و خاص فضای ایران به سمت بررسی خودروهای خودران بروند، یک پرسش مهم است که در آینده نزدیک مشخص می‌شود.

• همراهی با جهان: فناوری‌های سطح بالا مانند خودروهای خودران، مسائلی در اشل جهانی هستند که تبدیل شدن به یک کشتگر در نسبت با آنها جز از محل تعامل مثبت و سازنده با جهان ممکن نیست. شرایط تحریمی اقتصاد ایران، چالشی است که باعث می‌شود صنعت کشور نتواند به صورت مستقیم در این روند جهانی درگیر شود و ناچار خواهد بود که از طریق واسطه‌ها و به صورت چیراغ خاموش فعالیت کند؛ امری که در نهایت نمی‌تواند ایران را به بازیگری موفق در عرصه خودروهای خودران بدل سازد و نهایتاً شاید یک مصرف‌کننده محروم از خدمات پس از فروش از کشور خلق کند.

فرصت امروز: رویکرد استفاده از شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در نظام اداری و استخدامی کشور که با هدف کمک به کوچک‌سازی و کاهش هزینه‌های دولت شکل گرفت، پس از گذشت سال‌ها از بکارگیری آن، موجب شکل‌گیری دوگانگی در بین کارشناسان شده است که یکسوی آن بر استمرار استفاده از این شرکت‌ها با ایجاد تغییراتی در قواعد و ضوابط استفاده از آنها تأکید دارد و در سوی دیگر بر محدودیت فعالیت این نوع شرکت‌ها در بخش دولتی تأکید می‌شود. در حال حاضر، استفاده از شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در بخش دولتم، به دلایلی مانند عدم تناسب با ساختار سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور، عدم وجود الزامات فنی مورد نیاز و همچنین فرهنگ جمع‌گرایی و اجتناب از عدم اطمینان بالای جامعه ایران، با چالش‌های جدی روبه‌رو شده است. این عدم تناسب در زمینه‌های ساختاری، فنی و فرهنگی، منجر به بروز مشکلات متعددی شده و هزینه‌های اجتماعی بالایی را به کشور تحمیل کرده است.

در این میان، مرکز پژوهش‌های مجلس به «بررسی شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در ایران» پرداخته و توصیه کرده است که فعالیت این شرکت‌ها در بخش دولتی محدود شود تا از بروز مشکلات بیشتر جلوگیری شود؛ چراکه تصحیح ضوابط و قواعد بـه کارگیری شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی به منظور پیاده‌سازی اثربخش این رویکرد، فرآیندی تجربه شده، تکراری و محکوم به شکست است و متأسفانه این رویکرد بر نشانه‌ها و عارضه‌ها در جهت ترمیم پیامدهای ناخواسته اجرای طرح متمرکز شده است تا اینکه روی علل و ریشه به وجود آمدن مشکلات تمرکز یابد. بنابراین با توجه به هزینه‌های بالای اجتماعی این طرح، محدودیت فعالیت شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در بخش دولتی، بیش از پیش توصیه می‌شود.

چگونه یک انحصار جدید دولتی ایجاد شد؟

استفاده از شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در نظام اداری و استخدامی کشور، موجب شکل‌گیری یک دوگانگی درخصوص نقش و کارکرد این شرکت‌ها در میان کارشناسان و تحلیلگران شده است؛ تا جایی که یک دیدگاه بر استمرار استفاده از این شرکت‌ها با ایجاد تغییراتی در قواعد و ضوابط استفاده از آنها تأکید دارد و دیدگاه دیگر بر محدودیت فعالیت این نوع شرکت‌ها در بخش دولتی تأکید می‌کند. مرکز پژوهش‌ها در گزارش «بررسی شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در ایران» در صدد است با واکاوی زمینه‌های شکل‌گیری این شرکت‌ها و مشکلات پیش آمده از به کارگیری آنها، تصویری از میزان تناسب این نوع شرکت‌ها با زیست بوم نظام اداری و استخدامی کشور ایجاد کرده و به تصمیم‌گیری درخصوص دوگانگی اشاره شده بپردازد. نتایج بررسی‌های بازوی کارشناسی مجلس نشان می‌دهد که تصحیح ضوابط و قواعد به کارگیری شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی به منظور پیاده‌سازی اثربخش این رویکرد، فرآیندی تجربه شده، تکراری و محکوم به شکست است؛ چراکه این رویکرد بر نشانه‌ها و عارضه‌ها در جهت ترمیم پیامدهای ناخواسته اجرای طرح متمرکز شده تا اینکه روی علل و ریشه به وجود آمدن مشکلات نیز با رسالت حفظ اصول حکم‌های بازار طلا و استفاده از تجارب موفق داخلی و خارجی و نیز با پیروی از سیاست‌های بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران راهاندازی شد. این بازار شامل دو تالار نقد و تالار قراردادهای مبتنی بر طلا است. تالار نقد طلای مرکز مبادله ایران، میزبان معاملات نقدی شمش طلا، سکه طلای تمام بهار آزادی، سکه طلای نیم بهار آزادی و سکه طلای ربع بهار آزادی است. تالار قراردادهای مبتنی بر طلا نیز میزبان معاملات گواهی سپرده کالایی طلا و قراردادهای مشتقه طلا شامل پیمان‌های آتی و اختیارمعامله روی دارایی‌های پایه‌ای چون شمش طلا، سکه تمام بهار آزادی، سکه طلای نیم بهار آزادی و سکه طلای ربع بهار آزادی است. درست یک سال پیش در ۱۳ اسفندماه ۱۴۰۲ بود که مرکز مبادله ایران اقدام به راه‌اندازی حراج سکه طلا از طریق سامانه معاملات سکه طلا مرکز مبادله ایران به نشانی marketice.ir کرد. در این روز اولین جلسه حراج سکه طلا توسط مرکز مبادله برگزار شد. در

عدم اطمینان بالا و جمع‌گرایی جامعه ایران) تمرکز یابد. بنابراین با توجه

به هزینه‌های بالای اجتماعی این طرح، محدودیت فعالیت شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در بخش دولتی توصیه می‌شود. براساس گزارش مرکز پژوهش‌ها، مباحث مربوط به ورود شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی همزمان با برجسته شدن مباحث مدیریت دولتی نوین و کوچک‌سازی دولت مطرح شده، درحالی‌که زیرساخت‌های لازم برای پیاده‌سازی این رویکرد در ایران وجود نداشت. نگاهی به تحولات اقتصادی در ایران نشان می‌دهد که به صورت کلی در جاهایی که سیاست ایجاب کرده، حتی اگر شرکت‌ها یا کارکنانی ضروری نبودند، کوچک‌سازی انجام شده است. در مسیر تحولات دولت‌های مختلف می‌توان مشاهده کرد دولتی که همزمان کوچک‌سازی می‌کند، بودجه شرکت‌های دولتی را افزایش می‌دهد. دولت‌ها در ایران دیگر کوچک‌سازی دولت را نه برای صرف ارتقای کارایی، بلکه به‌عنوان نماد سیاسی موفقیت دولت خود انجام می‌دهند. در نتیجه، تحلیل‌ها در حوزه‌های مختلف نشان می‌دهد که در برخی موارد براساس قوانین، برنامه کوچک‌سازی صورت گرفته و در برخی موارد کارکنان دولت کاهش پیدا کرده‌اند و همزمان تعداد بیشتری استخدام شده‌اند.

چالش‌های کوچک‌سازی دولت در ایران

بسیاری از محققان داخلی بارها تکنک‌ها و معایب ایمن رویکرد را برشمرده‌اند و به رعایت جوانب احتیاط در به‌کارگیری آن، به‌ویژه در کشورهای درحال‌توسعه به دلیل نبود بسترهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی لازم، توصیه کرده‌اند. در کشورهایی که سیاست کوچک‌سازی دولت و خصوصی‌سازی بدون در نظر گرفتن شرایط اقتصادی و نهادی اجرا شده است، انحصارهای دولتی تحت عنوان خصوصی‌سازی به انحصارهای خصوصی تبدیل شده‌اند و این موضوع، به‌رغم دستاوردهای حداقلی، احتمالاً زیسان‌آور خواهد بود؛ چراکه ایجاد محرک‌های رقابتی را در آینده دشوارتر می‌سازد. در نهایت، برای حفظ توان و ظرفیت دولت در مواجهه با پیامدهای بحرانی، ضروری است دولت ضمن کوچک کردن مقیاس خود، رویکرد منسجمی برای مدیریت این پیامدها اتخاذ کند؛ امری که در جامعه ایران با توجه به فشارهای تحریمی و اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از آنجا که شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی به‌طور مستقیم آسیب‌پذیرترین قشر کارکنان را هدف قرار می‌دهند، ادامه رویکرد موجود که با زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور همخوانی ندارد، می‌تواند منجر به بروز ناآرامی‌های اجتماعی و بحران‌های امنیتی شود.

تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد که شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در محیط‌هایی که مبتنی بر چانه‌زنی جمعی هستند، عملکرد بهتری دارند. طلا برای بانک این سبک اشتغال بتواند به‌عنوان ابزاری برای ایجاد انعطاف‌پذیری و امنیت شغلی عمل کند، لازم است ترتیبات قراردادی منعطف، یادگیری مستمر و یک نظام تأمین اجتماعی فراگیر فراهم شود. انعطاف‌پذیری ایجادشده از طریق این شرکت‌ها باید در راستای تحقق «کار شایسته» باشد و از هر گونه اشتغال و مخاطره جلوگیری کند. تحقق این هدف مستلزم رعایت چند اصل اساسی، مانند امکان مذاکره درباره شرایط کاری و حقوق بنیادین برای نیروهای شرکتی و دائمی، تعهد دولت‌ها به گفت‌وگوی اجتماعی و چانه‌زنی جمعی به‌عنوان ابزاری برای تنظیم‌گری،

نقش و کارکرد شرک‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در ایران آسیب‌شناسی شد

آدرس اشتباه کوچک‌سازی دولت



ایجاد طرح‌های حمایت اجتماعی فراگیر و تنظیم مقررات دقیق برای ارتقای استانداردهای کیفیت و مقابله با تغلغات شرکت‌های پیمانکاری باشد؛ درحالی‌که این اصول در ایران حاکم نیست. علاوه بر این، جامعه ایران از نظر فرهنگی دارای اجتناب از عدم اطمینان بالاست و افراد از این موضوع احساس تهدید می‌کنند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که «دستیابی به شغل دائم از کانال شرکت‌های پیمانکاری» به‌عنوان مهمترین انگیزه کارکنان مطرح شده است؛ درحالی‌که ذات این نوع روابط استخدامی موجب افزایش عدم اطمینان نسبت به آینده می‌شود. این عدم تجانس، همراه با ناپایداری شرایط اقتصادی کشور (مانند نرخ تورم و بیکاری و ایجاد حس عدم امنیت شغلی)، فشار بسیار زیادی بر فرد شاغل و خانواده او وارد می‌کند.

به سوی دولت کوچک در یک اقتصاد بزرگ

کوچک‌سازی دولت به عنوان یک هدف مطلوب، نیازمند توجه و تأمل جدی سیاستگذار است و این درحالی است که متأسفانه فضا برای تحرک بخش خصوصی در اقتصاد دولتی ایران فراهم نیست. از سوی دیگر، شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی نیز نتوانسته‌اند توقعات را برآورده کنند. در حال حاضر بروز اعتصابات، ناراضی‌ها و تجمعات متعدد نیروهای مشمول شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی به علت احساس بی‌توجهی به وضعیت استخدامی، معیشتی و سایر نیازهای آنان، یکی از مهمترین مشکلات است. همچنین برون‌سپاری نیروی انسانی به جای برون‌سپاری خدمت و به‌کارگیری نیروهای شرکتی در مشاغل اصلی و حاکمیتی، موجب ایجاد شکاف‌های عملکردی و کاهش کارایی سیستم شده است. علاوه بر این، عدم پاسخگویی شرکت‌های پیمانکاری در برابر شکایات و ادعاهای حقوق کارکنان شرکتی، به همراه عدم نظارت کافی بـر کیفیت انجام کار و پرداخت منصفانه و جبران خدمات عادلانه، زمینه‌ساز ناراضی‌های بیشتر و ایجاد مشکلات در روند اجرای خدمات می‌شود. از سوی دیگر، تحمیل بار اضافی به نظام اداری کشور و هزینه‌های اجتماعی و امنیتی سنگین، همراه با متهم شدن دولت به اهمال‌کاری و عدم نظارت، منجر به کاهش اعتبار دستگاه‌های حاکمیتی و ایجاد اتهامات بی‌توجهی به وضعیت کارکنان این شرکت‌ها شده است. در همین حال، احساس تبعیض و بی‌عدالتی در مینان کارکنان، موجب ایجاد ناراضی‌های عمیق‌تر و بحران‌های احتمالی در سطح جامعه شده است.

مرکز پژوهش‌ها در این گزارش نشان می‌دهد که ارائه راهکارهای قانونی، نظارتی یا سیاستی برای اصلاح مقررات مرتبط با شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی، عملاً یک فرآیند تکراری و ناموفق بوده است؛ زیرا این پیشنهادها بیشتر بر نشانه‌ها و عارضه‌های به‌وجودآمده در جهت ترمیم پیامدهای ناخواسته اجرای طرح متمرکز شده و به علل و ریشه‌های شکل‌گیری مشکلات توجهی نداشته‌اند. در نتیجه، اهداف اولیه و اصلی طرح مذکور که بر کوچک‌سازی و کاهش هزینه‌های دولت تأکید داشته، نادیده گرفته شده است و تاثیر این رویکرد نه تنها بر اهداف اولیه مشخص نیست، بلکه هیچ برنامه و تلاشی برای بهبود و بررسی دقیق آن صورت نگرفته است. بنابراین با توجه به هزینه‌های بالای اجتماعی ناشی از این طرح، توصیه می‌شود که فعالیت شرکت‌های پیمانکاری تأمین نیروی انسانی در بخش دولتی ایران محدود شود.

۹۲۱ هزار قطعه سکه در ۸۰ حراج به فروش رسید

یک‌سالگی حراج سکه طلا

زودی سکه طلا ضرب سال ۱۴۰۳ در حراج‌های سکه طلا مرکز مبادله عرضه خواهد شد. این اقدام باعث شد تا میزان قابل توجهی از حباب سکه با ضرب سکه‌های سال جدید کاهش پیدا کند. متعاقب این موضوع، اعلام شد که جلسات حراج سکه طلا که تا آن روز یک جلسه در هفته بود، با هدف تأمین نیاز بازار و پاسخ به نیاز متقاضیان خرید سکه طلا، برگزاری جلسات حراج سکه طلا به سه جلسه در هفته افزایش پیدا کند. به گزارش «ایسنا»، در ۱۹ آبان ماه در سی و دومین جلسه حراج سکه طلا در مرکز مبادله، ۱۰ هزار و ۶۵۰ قطعه ربع سکه ضرب سال ۱۴۰۳ به برندگان حراج اختصاص یافت و سکه جدید ضرب امسال وارد بازار شد و پس از آن در روز چهارشنبه ۱۴ آذرماه در چهل و سومین جلسه حراج سکه در مرکز مبادله، عرضه تمام سکه ضرب سال ۱۴۰۳ در کنار ربع سکه ضرب امسال از این مرکز آغاز شد و در این حراج ۱۳ هزار و ۱۲۴ قطعه ربع سکه بهار آزادی و تمام سکه بهار آزادی ضرب ۱۴۰۳ به برندگان حراج اختصاص یافت. اخیراً نیز بانک مرکزی اعلام کرد که با هدف پاسخ به متقاضیان و راستای تداوم سیاست‌های این بانک در عرضه انواع سکه با تاریخ سال، براساس برنامه‌ریزی انجام شده از اواخر سال جاری انواع قطعات ربع، نیم و تمام سکه طلای بهار آزادی با تاریخ سال ۱۴۰۴ از طریق حراج‌های سکه مرکز مبادله ارز و طلای ایران در دسترس متقاضیان قرار می‌گیرد.

به طور کلی، از ۱۳ اسفندماه ۱۴۰۲ تا ۱۳ اسفندماه ۱۴۰۳ در مجموع ۸۰ جلسه حراج سکه طلا توسط مرکز مبادله ارز و طلای ایران برگزار شد و تا امروز در یک سالگی حراج‌های سکه طلا در مرکز مبادله در مجموع ۹۲۱ هزار و ۱۷۰ قطعه انواع سکه طلا به متقاضیان تخصیص داده شده که سهم ربع سکه از این حجم تخصیص ۴۴۸ هزار و ۱۹۵ قطعه، نیم سکه ۱۱۶ هزار و ۷۱۷ قطعه و تمام سکه ۲۵۶ هزار و ۲۵۸ قطعه بوده است.

اخبار

بانک مرکزی اعلام کرد

ساعات کاری ساتنا و پایا در آخر سال

به منظور ایجاد سهولت پرداخت‌های مشترکان شبکه بانکی در ایام پایانی سال، زمان‌بندی ساعات کاری سامانه‌های ساتنا و پایا در روزهای ۲۹ و ۳۰ اسفندماه اعلام شد. طبق اعلام بانک مرکزی، ساعات کاری سامانه‌های ساتنا و پایا در روزهای ۲۹ و ۳۰ اسفندماه از ساعت ۱۹ تا ۱۹:۳۰ اعلام شده است. همانند روال روزهای عادی (غیرتعطیل رسمی)، اسناد تسویه بین بانکی (Net) تمامی سامانه‌ها (شتاب، پایا، پل، جمعیت قیوض و …) در تاریخ ۲۹ و ۳۰ اسفندماه در سامانه ساتنا تسویه شده و اعضا با توجه به وضعیت نقدینگی حساب خود نیز این بانک در این روزها، در صورت تمایل مجازند نسبت به ارسال دستور پرداخت‌های ساتنا در ساعت‌های فوق‌الاشاره اقدام کنند. بر این اساس، بانک‌ها موظفند ضمن اطلاع‌رسانی مناسب به مشترکان شبکه بانکی، مراتب را به تمامی واحدهای ذی‌ربط اعتباری ابلاغ کنند.

آغاز طرح پیش‌فروش جدید ایران خودرو در طرح مادران

گروه صنعتی ایران‌خودرو از روز دوشنبه ۱۳ اسفندماه به مدت ۹ روز تا پایان روز سه‌شنبه ۲۱ اسفند ماه) طرح پیش‌فروش برخی از محصولات خود را صرفاً برای متقاضیان طرح حمایت از خانواده و جوانی جمعیت اجرایی می‌کند. پنجمین دور از فروش محصولات گروه صنعتی ایران‌خودرو، با امکان ثبت‌نام مادران متقاضی طرح حمایت از خانواده و جوانی جمعیت از روز گذشته (دوشنبه) فعال شده است. در این دور از فروش، ایران‌خودرو بخشی از ظرفیت تولید خود در سال ۱۴۰۴ را در قالب طرح پیش‌فروش در چارچوب مصوبات شورای رقابت و اولویت‌بندی، عرضه می‌کند. با توجه به اینکه این طرح صرفاً برای متقاضیان مادر اجرایی می‌شود، پیش‌شرط تعریف حساب و کالتی و بلوکه کردن وجه در حساب مذکور وجود ندارد. زمان ثبت‌نام خودرویی متقاضیان از طریق سایت فروش اینترنتی این گروه خودروسازی روز دوشنبه ۱۳ اسفندماه آغاز شده و تا پایان روز سه‌شنبه ۲۱ اسفندماه ادامه دارد. در این دور از پیش‌فروش محصولات گروه صنعتی ایران‌خودرو با موعده تحویل هفته پایانی مهرماه ۱۴۰۴، هشت محصول عرضه شده و متقاضیان امکان انتخاب یک محصول از بین هشت محصول را خواهند داشت. پس از اتمام مهلت ثبت‌نام و پایش اطلاعات ثبت‌نام‌کنندگان، قرعه‌کشی اولویت‌بندی انجام و منتخبان نهایی مشخص خواهند شد؛ پس از مشخص شدن نتایج قرعه‌کشی، منتخبان موظف هستند پس از دریافت پیامک از سوی گروه صنعتی ایران‌خودرو ظرف مدت هشت روز از طریق پروفایل کاربری خود در سایت فروش اینترنتی گروه صنعتی، نسبت به واریز مبلغ علی‌الحساب اقدام کنند.

وراث سهام عدالت برای دریافت سود باید سجامی شوند

مدیرعامل سپرده‌گذاری مرکزی، گفت که همه وراث سهام عدالت برای دریافت سود، باید در سامانه سجام ثبت نام کنند. به گفته «محمد باغستانی»، برای دریافت سود سهام عدالت، یکی از وراث می‌بایست در سامانه «میراث» ثبت نام کند و در عین حال همه وراث دیگر نیز باید برای دریافت سود سهام عدالت خود در سامانه سجام ثبت نام کند تا هر زمان سود سهام عدالت پرداخت شود، این افراد هم سود خود را دریافت کنند. در صورتی که وراث متوفیان سهام عدالت با مراجعه به شعب شرکت‌های کارگزاری یا بانک‌های منتخب، مدارکشان را در سامانه میراث ثبت کنند، می‌توانند سود سنوات گذشته را در مراحل بعدی توزیع سود سهام عدالت دریافت کنند. مدیرعامل سپرده‌گذاری مرکزی، ادامه داد: این شرکت در مرحله قبلی واریز سود سهام عدالت که آذرماه اسمال انجام شد با همکاری سازمان امور مالیاتی، پس از پرداخت مالیات بر اراث متوفیان، سود یک میلیون متوفی مشمول سهام عدالت را بین حدود ۴ میلیون ورثه آنها تقسیم کرد که این فرآیند در دوره‌های آتی نیز انجام خواهد شد. فرآیند ثبت نام در سامانه میراث به صورت کسلا را یکان انجام می‌شود، در این خصوص پیش از ۶ هزار ششصد و هشتاد و یک نفر از وراث متوفیان سهام عدالت در این سامانه هستند. «باغستانی» در خصوص زمان دقیق پرداخت و نحوه توزیع سود سهام عدالت سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۱۴۰۲ نیز گفت: این شرکت تکالیف لازم را با شرکت‌های سرمایه‌پذیر سهام عدالت برای دریافت سود انجام داده است که امیدواریم با همکاری شرکت‌ها و مصوبه شورای عالی بورس بتوانیم بخش نخست سود سال مالی ۱۴۰۲ را تا پایان سال به حساب سهامداران واریز کنیم.

سرپرست وزارت اقتصاد را بهتر بشناسیم

اکرمی جایگزین همتی شد

سیدرحمت‌الله اکرمی ۶۴ ساله مردی آشنا در وزارت اقتصاد محسوب می‌شود؛ زیرا از سال ۱۳۸۷ تاکنون در سمت خزانه‌دار کشور در وزارت اقتصاد مشغول فعالیت است. او که سال ۱۳۹۷ نیز سرپرستی این وزارتخانه را برعهده داشته طی ۱۶ سال گذشته در اموری همچون مدیریت جریان نقدینگی دولت، تأمین مالی پروژه‌ها، مدرن‌سازی سیستم خزانه‌دار، ایجاد اصلاحات در نظام مالیاتی کشور، اجرای قوانین مالی و مدیریت هزینه منابع نقب داشته است. به گزارش «ایسنا»، پس از استیضاح عبدالناصر همتی در مجلس، رئیس‌جمهور سیدرحمت‌الله اکرمی را به عنوان سرپرست وزارت اقتصاد منصوب کرد. در این میان محتمل است فرد دیگری به عنوان وزیر پیشنهادهی اقتصاد به مجلس معرفی شود و پیشکین برای معرفی وزیر پیشنهادهی امور اقتصادی و دارایی به مجلس جهت اخذ رأی اعتماد سه ماه فرصت دارد و تا آن زمان این وزارتخانه با سرپرست اداره می‌شود. اکرمی ۶۴ ساله که زاده سمنان است هم‌اکنون معاون وزیر اقتصاد و خزانه‌دار کل کشور است و با حفظ سمت به عنوان سرپرست انتخاب شده است و به نوعی از درون وزارت اقتصاد برگزیده شده است. او پیش از این هم از شهرویر تا آبان ۱۳۹۷ و قبل از انتخاب فرهاد دزئیسند (وزیر اسبق اقتصاد) سرپرستی وزارت امور اقتصادی و دارایی را برعهده داشت. اکرمی از سال ۱۳۸۷ تاکنون خزانه‌دار کل کشور بوده و در تمام دولت‌ها حضور داشته است. او بین همکاران سرپرست وزارت اقتصاد در تدوین و مدیریت بودجه کشور نقش مهمی ایفا کرد، او به‌ویژه در تخصیص منابع به بخش‌های مختلف کشور تلاش کرد تا از هدررفت منابع جلوگیری کرد. در دوران وی، توجه به اصلاحات در نظام مالیاتی کشور بیشتر شد. او تلاش کرد تا نظام مالیاتی را منظم کرده و آن را به‌صورت بهینه‌تری به کار گیرد. اکرمی مسئول نظارت بر اجرای بودجه کشور و اطمینان از تخصیص صحیح اعتبارات به دستگاه‌های اجرایی بود. او در این نقش تلاش کرد تا شفافیت مالی را در مدیریت منابع عمومی افزایش دهد. در دوره او، اقداماتی برای مدرن‌سازی سیستم‌های خزانه‌داری و حرکت به سمت خزانه‌داری الکترونیک انجام شد. این شامل توسعه سامانه‌های مدیریت مالی برای کاهش تخلفات و افزایش کارایی بود. یکی از وظایف اصلی او، مدیریت جریان نقدینگی دولت و تأمین مالی پروژه‌ها و تعهدات دولت در شرایط اقتصادی چالش‌برانگیز بود. به‌ویژه در زمان تحریم‌ها که منابع مالی محدودتر شده بود، همچنین در هماهنگی با نهادهای نظارتی مانند دیوان محاسبات کشور، سازوکارهایی را برای اجرای بهتر قوانین مالی، از جمله ماده ۷۵ قانون آف عمومی (روش ابلاغ اعتبار)، تدوین و ابلاغ کرد. او همچنین در مقطعی (از شهریور تا آبان ۱۳۹۷) به عنوان سرپرست وزارت امور اقتصادی و دارایی فعالیت داشت. شاید یکی از دغدغه‌های اکرمی را بتوان استفاده بهینه از منابع کشور دانست. او بعضاً انتقاداتی از عدم مولدسازی و مدیریت درایی‌های دولت در سال‌های گذشته انتقاداتی را مطرح کرده بود. خزانه‌دار کشور در سال ۱۳۹۶ با بیان اینکه دولت امکان دارد که ارزش آنها چند هزار هزار میلیارد تومان برآورد شده است، گفت: در نظر داشته باشید که بسیاری از این اموال بلااستفاده مانده است. به گفته وی، اگر به یک مدیریت واحد برسیم می‌توانیم از دارایی‌های موجود استفاده کنیم و منابع و دارایی‌هایی که بدون استفاده مانده را مورد استفاده قرار دهیم.

تورم سالانه و نقطه‌ای در بهترین و بدترین سناریو به چند درصد می‌رسد؟

چشم‌انداز تورمی ۱۴۰۴



ساده اقتصادسنجی بوده است. این مدل پیچیدگی زیادی نداشته و صرفاً براساس رفتارهای گذشته نقدینگی و شاخص قیمت مصرف‌کننده، وضعیت تورم را در سال پیش‌رو ترسیم کرده است. براساس محاسبات انجام شده پیش‌بینی می‌شود که تورم سالانه در انتهای سال ۱۴۰۴ به سطح ۳۷.۹ درصد و تورم نقطه به نقطه به سطح ۳۵.۹ درصد برسد. دو روش محاسبه دیگر بر مبنای میانگین تورم در ماه‌های گذشته بوده است. براساس این روش، میانگین تورم ماهانه تا اسفندماه ۱۴۰۴ تداوم پیدا کرده و بر این اساس، تورم سالانه و نقطه به نقطه در انتهای سال آینده محاسبه شده است. یکی از این دو روش براساس میانگین تورم ماهانه از ابتدای دولت چهاردهم بوده است. محاسبات نشان می‌دهد که اگر شاخص قیمت تا این میانگین تا پایان سال ۱۴۰۴ رشد کند، تورم سالانه در انتهای سال آینده به ۳۷ درصد و تورم نقطه به نقطه به ۳۶.۱ درصد خواهد رسید. دومین روش براساس میانگین تورم ماهانه در ۱۲ ماهه گذشته بوده است. محاسبات از تداوم این تورم نیز نشان می‌دهد تورم سالانه در پایان سال آتی به ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. وضعیت تورم نقطه به نقطه نیز خوش‌بینانه‌تر از سایر روش‌ها بوده و در انتهای سال آتی، تورم نقطه‌ای به ایستگاه ۳۵.۴ درصد وارد خواهد شد.

رکورد ۲ساله تورم خوراکی‌ها شکست

با نگاهی به برآیند این روش‌ها می‌توان گفت که وضعیت تورم در سال آینده صعودی خواهد بود. پیش‌بینی می‌شود نرخ تورم سالانه در انتهای سال ۱۴۰۴ در خوش‌بینانه‌ترین حالت به سطح ۳۶.۵ درصد و بدبینانه‌ترین حالت به سطح ۳۷.۹ درصد برسد. وضعیت تورم نقطه به نقطه نیز مشابه تورم سالانه، یک روند صعودی را در سال آینده نشان می‌دهد. این تورم نیز در پایان سال آینده بازه‌ای بین ۳۵.۴ درصد تا ۳۶.۱ درصد را لمس خواهد کرد. البته باید به این ارقام از دید پیش‌بینی تصمیمات سیاستگذار اقتصادی مطلع نیست. به نوعی این پیش‌بینی در شرایطی محقق خواهد شد که در آینده نااطمینانی و شوک ویژه‌ای به اقتصاد منتقل نشود. بنابراین اگر اتفاقات مثبتی برای اقتصاد ایران رخ دهد، تورم سال آینده مطمئناً کمتر از این پیش‌بینی خواهد بود و در نقطه مقابل، چنانچه شوک اقتصادی بیش از اندازه‌ای به اقتصاد کشور وارد شود، تورم سال ۱۴۰۴ ارقامی به مراتب بیشتر از این پیش‌بینی را خواهد دید.

افق تورمی ۱۴۰۴ چند درصد خواهد بود؟

پیش‌بینی «کوایران» از تورم سالانه ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که تورم در سال آینده صعودی بوده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت معادل ۳۶.۵ درصد خواهد بود. تورم از جمله متغیرهای مهمی است که مناسبات میان تمام آحاد جامعه، علی‌الخصوص فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با توجه به شرایط ویژه یک دهه اخیر ایران، پیش‌بینی تورم در سال پیش‌رو می‌تواند فعالان بازار را نسبت به آینده آگاه کند. این پیش‌بینی می‌تواند تا حد زیادی نااطمینانی را در نظر فعالان بازار کاهش داده و مناسبات آنها را تغییر دهد. «کوایران» در مجموعه محاسباتی، تورم سالانه در سال ۱۴۰۴ را پیش‌بینی کرده است. البته این پیش‌بینی همانند تمام پیش‌بینی‌ها قطعی نیست و صرفاً ترسیم چشم‌اندازی احتمالی از آینده پیش‌رو، براساس اتفاقات گذشته است. پیش‌بینی‌های انجام شده نشان می‌دهد که تورم سالانه و نقطه به نقطه در سال پیش‌رو افزایش خواهد یافت. بر این اساس تورم سالانه در سال پیش‌رو در بهترین حالت معادل ۳۶.۵ و در بدترین حالت معادل ۳۷.۹ درصد خواهد بود. تورم نقطه به نقطه نیز در انتهای سال ۱۴۰۴ بین ۳۵.۴ تا ۳۶.۱ درصد پیش‌بینی می‌شود.

برای پیش‌بینی تورم در سال پیش‌رو، از سه روش استفاده شده که نتایجی نزدیک به یکدیگر داشته است. اولین روش براساس مدل‌های

فرصت امروز؛ به نظر می‌رسد نرخ تورم در سال آینده همچنان صعودی بوده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت به سطح ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. تورم، معضل اصلی اقتصاد ایران است و مناسبات میان تمام آحاد جامعه، علی‌الخصوص فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با توجه به شرایط ویژه یک دهه اخیر اقتصاد ایران، پیش‌بینی تورم در سال آینده می‌تواند فعالان اقتصادی و شهروندان را نسبت به شرایط پیش رو آگاه کند. این پیش‌بینی می‌تواند تا حد زیادی میزان نااطمینانی را در نظر فعالان اقتصادی بخش خصوصی، کاهش داده و مناسبات آنها را تغییر دهد. برآوردهای کارشناسی نشان می‌دهد که نرخ تورم همچنان صعودی بوده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت در سال آینده به سطح ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. البته این پیش‌بینی همانند تمام پیش‌بینی‌ها قطعی نیست و صرفاً ترسیم چشم‌اندازی احتمالی از آینده پیش‌رو براساس اتفاقات گذشته است. پیش‌بینی‌های کارشناسی شده نشان می‌دهد که نرخ تورم همچنان صعودی خواهد بود و در خوش‌بینانه‌ترین حالت در سال آینده به سطح ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. دومین روش بر مبنای میانگین تورم در ماه‌های گذشته بوده است. براساس این روش، میانگین تورم ماهانه تا اسفندماه ۱۴۰۴ تداوم پیدا کرده و بر این اساس، تورم سالانه و نقطه به نقطه در انتهای سال آینده محاسبه شده است. یکی از این دو روش براساس میانگین تورم ماهانه از ابتدای دولت چهاردهم بوده است. محاسبات نشان می‌دهد که اگر شاخص قیمت تا این میانگین تا پایان سال ۱۴۰۴ رشد کند، تورم سالانه در انتهای سال آینده به ۳۷ درصد و تورم نقطه به نقطه به ۳۶.۱ درصد خواهد رسید. دومین روش براساس میانگین تورم ماهانه در ۱۲ ماهه گذشته بوده است. محاسبات از تداوم این تورم نیز نشان می‌دهد تورم سالانه در پایان سال آتی به ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. وضعیت تورم نقطه به نقطه نیز خوش‌بینانه‌تر از سایر روش‌ها بوده و در انتهای سال آتی، تورم نقطه‌ای به ایستگاه ۳۵.۴ درصد وارد خواهد شد.

رکورد ۲ساله تورم خوراکی‌ها شکست

با نگاهی به برآیند این روش‌ها می‌توان گفت که وضعیت تورم در سال آینده صعودی خواهد بود. پیش‌بینی می‌شود نرخ تورم سالانه در انتهای سال ۱۴۰۴ در خوش‌بینانه‌ترین حالت به سطح ۳۶.۵ درصد و بدبینانه‌ترین حالت به سطح ۳۷.۹ درصد برسد. وضعیت تورم نقطه به نقطه نیز مشابه تورم سالانه، یک روند صعودی را در سال آینده نشان می‌دهد. این تورم نیز در پایان سال آینده بازه‌ای بین ۳۵.۴ درصد تا ۳۶.۱ درصد را لمس خواهد کرد. البته باید به این ارقام از دید پیش‌بینی تصمیمات سیاستگذار اقتصادی مطلع نیست. به نوعی این پیش‌بینی در شرایطی محقق خواهد شد که در آینده نااطمینانی و شوک ویژه‌ای به اقتصاد منتقل نشود. بنابراین این می‌توان نتیجه گرفت، در صورتی که اتفاقات مثبتی در اقتصاد ایران رخ دهد، تورم سال آینده کمتر از این پیش‌بینی رقم خواهد خورد و در صورتی که شوک‌های اقتصادی بیش از این به اقتصاد ایران وارد شود، تورم سال آینده طبیعتاً ارقامی به مراتب بیشتر از پیش‌بینی «کوایران» را به خود خواهد دید.

آخرین آمارهای تورمی مرکز آمار نشان می‌دهد که گروه خوراکی‌ها در ماه گذشته بالاترین تورم و آموزش پایین‌ترین تورم را در میان گروه‌های اصلی تجربه کرده‌اند. براساس داده‌های تورمی مهمن‌ماه ۱۴۰۳، تورم اقلام خوراکی و آشامیدنی افزایش شدیدی را تجربه کرده و به بالاتر از ۶ درصد رسیده است. تورم این اقلام در دی‌ماه برابر با ۳.۲ درصد بوده است. این افزایش قیمت در خوراکی‌ها می‌تواند برای اقشار آسیب‌پذیر جامعه زبان‌بار باشد؛ چراکه این افراد بخش زیادی از در آمد ناچیز خود را به اقلام خوراکی اختصاص می‌دهند. در نقطه مقابل، پایین‌ترین تورم ماهانه بهمن‌ماه اسمال در میان گروه‌های اصلی به آموزش تعلق گرفته و کمتر از یک درصد برآورد شده است. همچنین در بهمن ماه، تنها خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها، تورمی

بالاتر از تورم کل را به خود اختصاص داده‌اند و تورم سایر گروه‌ها پایین‌تر از تورم ماهانه کل بوده است. وقتی صحبت از تورم ماهانه به میان می‌آید بدان معناست که افزایش قیمت یک گروه از کالا در ماهی مشخص نسبت به ماه گذشته چه مقدار محاسبه شده است. خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها در حالی تورم ۶.۷ درصد را تجربه کرده‌اند که این رقم، بیشترین تورم این اقلام در دو سال گذشته محسوب می‌شود. در مقابل پایین‌ترین تورم در بهمن ماه به گروه آموزش با ۰.۸ درصد تعلق گرفته است. همچنین تورم ماهانه گروه مسکن، آب، برق و گاز معادل ۲.۶ درصد و بهداشت و درمان ۳ درصد بوده است.

کاهش زمستانی تولید و فروش صنایع

بررسی‌ها همچنین نشان می‌دهد که شاخص تولید و فروش صنایع بورسی در دی‌ماه اسمال وضعیت نامناسبی داشته‌اند. طبق گزارش مرکز پژوهش‌ها از پایش بخش حقیقی اقتصاد ایران در دی‌ماه اسمال، تمام شاخص‌های تولید و فروش بخش صنعت در این ماه نزولی بوده‌اند که می‌تواند نشانی از رکود سمت عرضه اقتصاد باشد در مورد معدن نیز رشد ماهانه تولید و فروش این بخش در اولین ماه زمستان افزایشی بوده اما با وجود رشد نقطه به نقطه تولید بخش معدن، فروش نقطه‌ای آن کاهش یافته است. تحلیل روند رشد بخش صنعت از جنبه‌های مختلف، عاملی کلیدی در تحلیل‌های خرد و کلان اقتصادی و یکی از ارکان تصمیم‌گیری در حوزه اقتصاد است. شاخص تولید بخش صنعت به دلیل تاثیر نوسانات سطح فعالیت صنعت بر بخش‌های دیگر اقتصاد، به عنوان یک شاخص مهم اقتصادی کوتاه‌مدت مورد استفاده قرار می‌گیرد. مرکز پژوهش‌ها به صورت ماهیانه شاخص تولید، فروش و قیمت شرکت‌های صنعتی بورسی را محاسبه می‌کند.

براساس این گزارش، تولید و فروش صنایع بورسی در تمام شاخص‌های ماهانه و نقطه به نقطه کاهش یافته بوده است. تولید صنعتی به دلیل قطعی‌های مکرر برق و اوضاع ناایمنان اقتصادی در دی‌ماه اسمال نسبت به دی سال میزان منفی ۷.۶ درصد محاسبه شده است. فروش این صنایع در دی‌ماه در مقایسه با همین ماه در سال گذشته ۱.۴ درصد پایین‌تر آمده است. وقتی میزان کاهش تولید بیشتر از فروش است این امر می‌تواند حاکی از رکود باشد. در میان بخش‌های مختلف صنعت، تولید و فروش فلزات پایه نیز در تمام شاخص‌ها کاهش یافته بوده است. به طوری که تولید این بخش در دی اسمال نسبت به دی سال گذشته ۱۳.۲ درصد و فروش آن نیز ۳.۲ درصد کمتر شده است. در اینجا نیز می‌توان نشانی از رکود را مشاهده کرد. در بخش خودرو و قطعات آن نیز با اینکه رشد تولید ماهانه این بخش در دی‌ماه افزایشی بوده اما نسبت به سال قبل کاهش داشته است. رشد ماهانه تولید خودرو و قطعات آن ۱۲.۴ درصد نسبت به آذر برآورد شده و فروش خودرو و قطعات آن نیز ۱.۸ درصد در دی‌ماه به صورت ماهانه افزایش داشته است. با این‌وجود رشد نقطه به نقطه تولید و فروش این بخش به ترتیب ۲.۶ و ۱.۸ درصد در دی‌ماه کاهش یافته است. اینکه فروش این صنعت نسبت به سال گذشته بیشتر از تولید کاهش داشته احتمالا به علت کاهش قدرت خرید مردم است.

بسیار بازار را دچار تلاطم کرده بود، تصمیم گرفت تا به قضیه کنترل قیمت و چگونگی توزیع ورود و شرایط را کنترل کند؛ بنابراین در کنار بحث کنترل قیمت برنج، دولت تصمیم دیگری نیز در راستای کاهش فشار اقتصادی بر مردم اتخاذ کرد و در جلسه روز یکشنبه تنظیم بازار، مقرر شد که مالیات بر ارزش افزوده اقلام گوشتی بسته‌بندی حذف شود تا قیمت این محصولات کاهش یابد. این اقدام با هدف حمایت از خانوارها و افزایش قدرت خرید آنها انجام شده است. هر چند این تصمیم می‌تواند تا حدی هزینه‌های سبب غذایی مردم را کاهش دهد، اما همچنان چالش تأمین برنج و کنترل قیمت آن به عنوان یک دغدغه جدی باقی مانده است. بسیاری از مردم و فعالان بازار معتقدند که تنها راه‌حل اساسی برای مدیریت بحران برنج، افزایش تولید داخلی و حذف واسطه‌ها از زنجیره تأمین است. در جلسه اخیر ستاد تنظیم بازار که به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور برگزار شد، تصمیمات مهمی برای کنترل قیمت برنج اتخاذ گردید. براساس گزارش‌ها در این جلسه حداکثر قیمت مصرف‌کننده برای هر کیلوگرم برنج داخلی طارم و هاشمی ۱۳۰ هزار تومان تعیین شد که این قضیه می‌تواند تا حدودی بازار را کنترل کند و میزان تاثیرگذاری آن در بلندمدت دقیق‌تر مشخص می‌شود. با توجه به اهمیت برنج در سبد غذایی خانوارهای ایرانی، ضروری است که سیاست‌های حمایتی از تولید داخلی به‌گونه‌ای تنظیم شود که ضمن حمایت از کشاورزان، منجر به کمبود و افزایش قیمت برای مصرف‌کنندگان نشود. تصمیمات اخیر ستاد تنظیم بازار می‌تواند گامی مؤثر در جهت تعادل‌بخشی به بازار برنج و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان باشد.

قیمت‌گذاری جدید برنج، بازار را کنترل می‌کند؟

پیامد شوک ارزی به قیمت برنج

هر چند که مسئولین معتقد بودند که اسمال تولید داخلی افزایشی و به اندازه نیاز داخلی بوده است، اما تولید برنج داخلی در سال‌های اخیر به دلایل مختلفی مانند تغییرات اقلیمی، کمبود منابع آبی، کاهش سطح زیر کشت و افزایش هزینه‌های تولید، کاهش یافته است. کشاورزان با مشکلات متعددی از جمله افزایش قیمت بذر، کود، سم و هزینه‌های کارگری مواجه هستند که هزینه تمام‌شده تولید برنج را بالا برده و در نهایت منجر به افزایش قیمت برای مصرف‌کننده شده است. از جمله عوامل تاثیرگذار دیگر بر قیمت، افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل است. با بالا رفتن قیمت سوخت و مشکلات مربوط به تأمین کامیون‌ها برای جابه‌جایی محصولات کشاورزی، قیمت برنج از زمان برداشت تا رسیدن به دست مصرف‌کننده افزایش پیدا کرده است.

براساس این گزارش، نکته مهم قابل توجه دیگر، وابستگی به واردات و نوسانات ارزی است؛ چراکه بخشی از نیاز بازار برنج از طریق واردات تأمین می‌شود. نوسانات نرخ ارز و محدودیت‌های تجاری بر واردات برنج تاثیر گذاشته و باعث شده قیمت برنج خارجی نیز افزایش یابد. در نتیجه، مصرف‌کنندگانی که پیش‌تر به دلیل گرانی برنج ایرانی به سمت برنج خارجی متمایل شده بودند، حالا با افزایش قیمت این محصول نیز مواجه شده‌اند. برخی از عمده‌فروشان و دلالان بازار برنج نیز در این میان به دلیل نوسانات قیمت، از عرضه محصول خودداری کرده و منتظر افزایش قیمت‌های بیشتر هستند. این اقدام باعث کمبود مصنوعی در بازار شده و به افزایش قیمت دامن زده است.

دولت در نهایت پس از فراز و نشیب‌های بسیاری که طی ماه‌های گذشته

فرصت امروز؛ به نظر می‌رسد نرخ تورم در سال آینده همچنان صعودی بوده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت به سطح ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. تورم، معضل اصلی اقتصاد ایران است و مناسبات میان تمام آحاد جامعه، علی‌الخصوص فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با توجه به شرایط ویژه یک دهه اخیر اقتصاد ایران، پیش‌بینی تورم در سال آینده می‌تواند فعالان اقتصادی و شهروندان را نسبت به شرایط پیش رو آگاه کند. این پیش‌بینی می‌تواند تا حد زیادی میزان نااطمینانی را در نظر فعالان اقتصادی بخش خصوصی، کاهش داده و مناسبات آنها را تغییر دهد. برآوردهای کارشناسی نشان می‌دهد که نرخ تورم همچنان صعودی بوده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت در سال آینده به سطح ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. البته این پیش‌بینی همانند تمام پیش‌بینی‌ها قطعی نیست و صرفاً ترسیم چشم‌اندازی احتمالی از آینده پیش‌رو براساس اتفاقات گذشته است. پیش‌بینی‌های کارشناسی شده نشان می‌دهد که وضعیت تورم در سال آینده صعودی خواهد بود و در خوش‌بینانه‌ترین حالت در سال آینده به سطح ۳۶.۵ درصد خواهد یافت. بر این اساس تورم سالانه در سال پیش‌رو در بهترین حالت معادل ۳۶.۵ و در بدترین حالت معادل ۳۷.۹ درصد خواهد بود. نرخ تورم نقطه به نقطه نیز در انتهای سال ۱۴۰۴ بین ۳۵.۴ درصد تا ۳۶.۱ درصد پیش‌بینی می‌شود. البته باید به این ارقام از دید پیش‌بینی آماری نگاه کرد. پیش‌بینی‌ای که براساس آمارهای گذشته بوده و از آینده تصمیمات سیاستگذار اقتصادی مطلع نیست. این پیش‌بینی در شرایطی محقق خواهد شد که در آینده نااطمینانی و شوک ویژه‌ای به اقتصاد منتقل نشود. بنابراین اگر اتفاقات مثبتی برای اقتصاد ایران رخ دهد، تورم سال آینده مطمئناً کمتر از این پیش‌بینی خواهد بود و در نقطه مقابل، چنانچه شوک اقتصادی بیش از اندازه‌ای به اقتصاد کشور وارد شود، تورم سال ۱۴۰۴ ارقامی به مراتب بیشتر از این پیش‌بینی را خواهد دید.

افق تورمی ۱۴۰۴ چند درصد خواهد بود؟

پیش‌بینی «کوایران» از تورم سالانه ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که تورم در سال آینده صعودی بوده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت معادل ۳۶.۵ درصد خواهد بود. تورم از جمله متغیرهای مهمی است که مناسبات میان تمام آحاد جامعه، علی‌الخصوص فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با توجه به شرایط ویژه یک دهه اخیر ایران، پیش‌بینی تورم در سال پیش‌رو می‌تواند فعالان بازار را نسبت به آینده آگاه کند. این پیش‌بینی می‌تواند تا حد زیادی نااطمینانی را در نظر فعالان بازار کاهش داده و مناسبات آنها را تغییر دهد. «کوایران» در مجموعه محاسباتی، تورم سالانه در سال ۱۴۰۴ را پیش‌بینی کرده است. البته این پیش‌بینی همانند تمام پیش‌بینی‌ها قطعی نیست و صرفاً ترسیم چشم‌اندازی احتمالی از آینده پیش‌رو، براساس اتفاقات گذشته است. پیش‌بینی‌های انجام شده نشان می‌دهد که تورم سالانه و نقطه به نقطه در سال پیش‌رو افزایش خواهد یافت. بر این اساس تورم سالانه در سال پیش‌رو در بهترین حالت معادل ۳۶.۵ و در بدترین حالت معادل ۳۷.۹ درصد خواهد بود. تورم نقطه به نقطه نیز در انتهای سال ۱۴۰۴ بین ۳۵.۴ تا ۳۶.۱ درصد پیش‌بینی می‌شود.

برای پیش‌بینی تورم در سال پیش‌رو، از سه روش استفاده شده که نتایجی نزدیک به یکدیگر داشته است. اولین روش براساس مدل‌های

فرصت امروز؛ به نظر می‌رسد نرخ تورم در سال آینده همچنان صعودی بوده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت به سطح ۳۶.۵ درصد خواهد رسید. تورم، معضل اصلی اقتصاد ایران است و مناسبات میان تمام آحاد جامعه، علی‌الخصوص فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با توجه به شرایط ویژه یک دهه اخیر اقتصاد ایران، پیش‌بینی تورم در سال آینده می‌تواند فعالان بازار را نسبت به آینده آگاه کند. این پیش‌بینی می‌تواند تا حد زیادی نااطمینانی را در نظر فعالان بازار کاهش داده و مناسبات آنها را تغییر دهد. «کوایران» در مجموعه محاسباتی، تورم سالانه در سال ۱۴۰۴ را پیش‌بینی کرده است. البته این پیش‌بینی همانند تمام پیش‌بینی‌ها قطعی نیست و صرفاً ترسیم چشم‌اندازی احتمالی از آینده پیش‌رو، براساس اتفاقات گذشته است. پیش‌بینی‌های انجام شده نشان می‌دهد که تورم سالانه و نقطه به نقطه در سال پیش‌رو افزایش خواهد یافت. بر این اساس تورم سالانه در سال پیش‌رو در بهترین حالت معادل ۳۶.۵ و در بدترین حالت معادل ۳۷.۹ درصد خواهد بود. تورم نقطه به نقطه نیز در انتهای سال ۱۴۰۴ بین ۳۵.۴ تا ۳۶.۱ درصد پیش‌بینی می‌شود.

برای پیش‌بینی تورم در سال پیش‌رو، از سه روش استفاده شده که نتایجی نزدیک به یکدیگر داشته است. اولین روش براساس مدل‌های

خبرنامه

تنها ۴۲ درصد مخازن سدها پر است

۱۶ سد کمتر از ۲۰ درصد آب دارند

براساس آخرین آمار از ابتدای سال آبی تا تاریخ ۱۱ اسفندماه از وضعیت سدهای کشور ۱۶ سد زیر ۲۰ درصد آب دارند و حجم آب موجود در مخازن ۴۲ درصد است. میزان ورودی مخازن کل کشور از ابتدای سال آبی (ابتدای همراه) ۱۱ تا اسفندماه معادل ۸.۴۴ میلیارد متر مکعب بوده که در قیاس با سال گذشته که عددی معادل ۱۲.۱۸ میلیارد مترمکعب بوده ۳۱ درصد کاهش داشته است. همچنین میزان کل خروجی سدهای کشور نیز نسبت به سال قبل با ۱ درصد کاهش مواجه بوده است. حجم آب موجود مخازن اکنون ۲۲.۲۶بیلیارد مترمکعب ثبت شده که این عدد نسبت به سال قبل که عددی معادل ۲۲.۵۴بیلیارد مترمکعب بوده ۵درصد کاهش یافته است. همچنین حجم پرشدگی سدهای کشور نیز تا این تاریخ ۴۳ درصد است.

وضعیت برخی از سدهای مهم کشور بیانگر این است که در ۱۶ سد درصد پرشدگی کمتر از ۲۰ درصد است، به‌طوری‌که سدهای پنج‌گانه تهران، ۱۵ درصد، سد زاینده‌رود اصفهان ۱۱ درصد، سد دوستی و طرق استان خراسان رضوی به ترتیب ۱۰ و ۱۲درصد، سد پازنده خرداد حوضه قمرود ۱۱ درصد، سد استقلال آذربایجان غربی ۸ درصد، سد سرنی هرمزگان ۱۶ درصد، سد تهم استان زنجان ۱۳ درصد، سد رودبال داراب استان فارس ۲ درصد، چاه‌نیمه استان سیستان و بلوچستان ۱۴ درصد، سد تنگوییبه سیرجان استان کرمان ۸ درصد و سد نسا این استان ۱۵ درصد و سد ساوه و کمال صالح استان مرکزی به ترتیب ۸ و ۱۵ درصد و سد شیمیل و نیان استان هرمزگان نیز ۴ درصد آب دارند. همچنین ارتفاع کل ریزش‌های جوی کشور معادل ۸۶۷ میلیمتر است. این مقدار بارندگی نسبت به میانگین دوره‌های مشابه درازمدت (۱۴۹.۷میلیمتر) ۴۲ درصد کاهش و نسبت به دوره مشابه سال آبی گذشته (۱۱۴.۱ میلیمتر) ۲۴ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

برگزاری حراج «برق قطع نشو» در سامانه تخصصی برق ایران

با توجه به دوره ناترازی برق در سال ۱۴۰۴، سامانه تخصصی برق ایران اقدام به برگزاری حراج ویژه‌ای برای معامله برق آزاد تحت عنوان «برق قطع نشو» کرده است. این اقدام به‌منظور تأمین برق پایدار برای صنایع و مشترکانی که نیاز به تأمین مداوم انرژی دارند، صورت خواهد گرفت. به گزارش ایسنا، خرده‌فروشان برق و صنایعی که دارای فیدر اختصاصی برق و یا قابلیت کنترل‌پذیری هستند، می‌توانند با شرکت در حراج «برق قطع نشو»، برق مورد نیاز خود را بدون نگرانی از قطعی در دوره ناترازی، تأمین کنند. این اقدام، فرصتی برای صنایع بزرگ و به‌صرفه است تا از توقف تولید و خسارات ناشی از خاموشی‌های احتمالی جلوگیری کنند. علاوه بر مشترکان برق، این بستر برای تولیدکنندگان برق کوچک مقیاس، نیروگاه‌های تولید پراکنده که شامل واحدهای CHP و CCHP می‌شود، نیز فراهم شده است تا بتوانند برق تولیدی خود را با قیمت مطلوب در سامانه سستا (https://seba.ir) عرضه کنند. این فرآیند، علاوه بر ایجاد یک بازار رقابتی و عادلانه برای عرضه و تقاضای برق، به پایداری شبکه در دوره‌های اوج مصرف کمک خواهد کرد. سامانه تخصصی برق ایران، به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی در بازار برق کشور، به صورت ماهیانه صدها مگاوات برق را از طریق حراج قیمت دوم تأمین کرده و تخصیص می‌دهد. این سامانه محلی برای کشف قیمت برق و امکان پیش‌فروش انرژی است که نقش کلیدی در تنظیم بازار و تأمین برق پایدار ایفا می‌کند. تمامی معاملات انجام‌شده در این سامانه در بستر بورس انرژی ثبت می‌شود و فرآیند خرید و فروش برق به‌صورت شفاف و تحت نظارت انجام خواهد شد. این مکانیزم، به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان امکان می‌دهد تا در فضایی رقابتی و مبتنی بر سازوکارهای بازار، برق مورد نیاز خود را تأمین کرده عرضه کنند. سامانه تخصصی برق ایران، با اجرای این حراج‌ها، گامی مهم در جهت شفافیت، رقابت‌پذیری و افزایش امنیت تأمین انرژی در کشور برداشته است. متقاضیان می‌توانند با مراجعه به این سامانه، اطلاعات تکمیلی درخصوص نحوه شرکت در حراج و شرایط خرید یا فروش برق را دریافت کنند. بازار گاه تخصصی خرید و فروش برق کشور با عنوان «سامانه تخصصی برق ایران (سستا)» از ابتدای همراه ۱۴۰۲ فعالیت خود در کشور را آغاز کرده است.

مدیریت مصرف راهکاری برای جلوگیری از بحران انرژی

چالش تأمین پایدار سوخت در ایران

درحالی که مصرف انرژی در کشور به رکوردهای جدیدی رسیده، آمارها نشان می‌دهد که میزان تحویل گاز و نفت‌گاز در زمستان ۱۴۰۳ فراتر از مصوبات تعیین شده بوده و میانگین تحویل گاز به شبکه در بهمن‌ماه از مرز ۸۷۰ میلیون مترمکعب در روز عبور کرده و تحویل نفت‌گاز به نیروگاه‌ها نیز تا ۱۰ درصد بیشتر از مقدار مصوب افزایش یافته است. این در حالی است که کارشناسان نسبت به روند صعودی مصرف انرژی هشدار داده و بر ضرورت اصلاح الگوی مصرف تأکید دارند. به گزارش ایسنا، بررسی آمارهای تحویل سوخت به نیروگاه‌ها و شبکه‌گاز کشور در سه ماهه اخیر (آذر تا بهمن ۱۴۰۳) نشان می‌دهد که میزان تحویل گاز و نفت‌گاز از مصوبات تعیین‌شده فراتر رفته است. این افزایش در شرایطی رخ داده که مصرف گاز در کشور به بالاترین سطوح خود در سال‌های اخیر رسیده و نیاز به تأمین پایدار انرژی بیش از پیش احساس می‌شود. براساس آمار منتشرشده در حالی که مصوبات بالادستی برای تحویل نفت‌گاز به نیروگاه‌ها مقدار ۵۰ میلیون لیتر در روز را تعیین کرده بود، میزان تحویل واقعی در آذرماه ۵۱ میلیون لیتر، در دی‌ماه ۵۴ میلیون لیتر و در بهمن‌ماه ۵۵ میلیون لیتر در روز بوده است. این افزایش در حالی رخ داده که در فصول سرد سال، به دلیل اولویت تأمین گاز مصرفی بخش خانگی، نیروگاه‌ها ناچار به استفاده بیشتر از سوخت مایع (نفت‌گاز) هستند. افزایش ۱۰ درصدی تحویل نفت‌گاز در بهمن‌ماه نسبت به مصوبات نشان می‌دهد که در این ماه، میزان وابستگی نیروگاه‌ها به سوخت مایع افزایش یافته است. در حوزه تحویل گاز به شبکه نیز میزان مصوب برای ماه‌های آذر، دی و بهمن به ترتیب ۸۴۵، ۸۵۰ و ۸۵۰ میلیون مترمکعب در روز بوده است، اما میانگین تحویل واقعی در این بازه زمانی از مقدار تعیین‌شده فراتر رفته و به ۸۵۰ میلیون مترمکعب در آذر، ۸۶۳ میلیون مترمکعب در دی و ۸۷۰ میلیون مترمکعب در بهمن رسیده است. افزایش میزان تحویل گاز به شبکه در ماه‌های سرد سال، اقدامی ضروری برای تأمین گرمایش مورد نیاز بخش خانگی و صنعتی بوده است. رشد مصرف گاز در کشور طی سال‌های اخیر، فشار مضاعفی بر شبکه توزیع و تأمین این حامل انرژی وارد کرده و برنامه‌ریزی برای تأمین پایدار آن را به یکی از چالش‌های مهم صنعت انرژی تبدیل کرده است.

در حالی که افزایش شدت مصرف انرژی، مدیریت مصرف گاز و برق، نقش پایدار برق و گرمایش در کشور کمک کرده، اما روند فزاینده مصرف انرژی، چالشی جدی در این مسیر محسوب می‌شود. طبق اعلام مسئولان، ایران یکی از بالاترین سرانه‌های مصرف گاز در جهان را دارد و ادامه این روند می‌تواند تأمین پایدار انرژی در سال‌های آینده را با مشکلاتی روبرو کند. کارشناسان بر ضرورت اجرای سیاست‌های بهینه‌سازی مصرف، افزایش بهره‌وری انرژی و توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر تأکید دارند. به گفته تحلیلگران حوزه انرژی، افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گازی و استفاده از فناوری‌های جدید می‌تواند به کاهش شدت مصرف انرژی در کشور کمک کند.

با توجه به افزایش مصرف انرژی، مدیریت مصرف گاز و برق، نقش کلیدی در جلوگیری از بحران‌های احتمالی در آینده خواهد داشت. وزارت نفت و شرکت ملی گاز ایران در ماه‌های اخیر بارها با مشترکان خواسته‌اند که با صرفه‌جویی در مصرف گاز، به تأمین پایدار انرژی کمک کنند. در مجموع، آمارها نشان می‌دهند که ایران توانسته در زمستان امسال با افزایش تحویل گاز و نفت‌گاز به شبکه و نیروگاه‌ها، از بروز بحران‌های تأمین انرژی جلوگیری کند، اما این روند در بلندمدت تنها با اصلاح الگوی مصرف و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های انرژی پایدار خواهد ماند.

اقتصاد

بهارستان مسیر بورس تهران را تغییر داد

واکنش سرخ بورس به استیضاح همتی



افزایش مستمر میزان یارانه‌های پنهان و هزینه‌های تحمیل شده از جانب صندوق‌های بازنشستگی، انتظار می‌رود هر وزیر و یا هر تیم اقتصادی که سکندار وزارت اقتصاد شود، چاره ای نداشته باشد؛ جز اینکه اقدام به فروش دارایی‌های مازاد، آزادسازی قیمت و تک نرخی کردن کالاها، حمایت از کارآفرینان داخلی، سرمایه‌گذاران، صنایع و بازار سرمایه برای جبران بخشی از فقدان سرمایه خارجی موجود و کوچک کردن دولت و فضا دادن به بخش خصوصی کند. عملاً واقعیت‌های اقتصادی کشور و شرایط بین‌المللی به گونه‌ای رقم خورده است که بدون اقدامات گفتمو شده، امکان ادامه وضعیت موجود بسیار دور از ذهن است و نکته قابل توجه این است که اقدامات مذکور بدون وجود یک بازار سرمایه پرورق امکان‌پذیر نیست.

خروج ۱۴۰۰ میلیارد تومانی پول حقیقی

در روزی که شاخص کل و هم‌وزن بورس تهران بدترین عملکرد ۱۲ روز اخیر خود را به ثبت رساندند، بیش از ۱۴۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار خارج شد. با افت چشمگیر ۵۷ هزار واحدی، نمابر اصلی بورس تهران به سطح ۲ میلیون و ۸۱۳ هزار واحدی رسید تا دوباره ترس دست دادن کانال ۲۰۸ میلیون واحدی در میان فعالان بورس وجود داشته باشد. بازده شاخص کل نسبت به روز قبل ۲ درصد کاهش داشته است. افتی که بیشترین کاهش روزانه شاخص کل از ۲۷ بهمن ماه بود. این کاهش بازده در شاخص هم‌وزن هم دیده شد و این شاخص در پایان معاملات دوشنبه با افت ۱،۵۴ درصدی و کاهش ۱۳ هزار واحدی به سطح ۸۳۳ هزار واحدی رسید. بازدهی منفی ۱،۵۴ درصدی شاخص هم‌وزن نیز بدترین عملکرد این نمابر از ۲۷ بهمن ماه است. شاخص کل فرابورس هم همسریود شاخص قبلی شد و در سطح ۲۵هزار واحدی از کاهش ۳۳۸ واحدی (معادل ۱،۶۸درصد) خبر داد.

در جریان معاملات این روز، ۹۱ درصد نمادها منفی و در مقابل ۹ درصد مثبت معامله شدند. نمادهای فارس و فملی و فولاد و نوری که اکثر روزها از شاخص‌سازترین‌ها بودند در روند شاخص کل تاثیر منفی داشتند. در روز پس از برکناری «همتی»، سرمایه‌گذاران ۱۴۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی را از بازارهای خرد خارج کردند. ارزش معاملات خرد با افت ۲۰ درصدی نسبت به روز قبل معادل ۶۶۰۰ میلیارد تومان ثبت شد. گروه‌های بانک‌ها، محصولات شیمیایی و فرآورده‌های نفتی جزو برترین‌های جدول ارزش معاملات بودند و به ترتیب با ۷۹۵ و ۷۴۸ و ۷۲۶ میلیارد تومان در بازار سرمایه ثبت شدند. از طرف دیگر محصولات شیمیایی و فلزات اساسی و خودرویی‌ها با بیشترین خروج پول حقیقی مواجه شدند و به ترتیب ۲۴۴ و ۲۳۶ و ۱۹۷ میلیارد تومان خروج پول را تجربه کردند. فرآورده‌های نفتی هم با ۵۱ میلیارد تومان بیشترین ورود پول حقیقی را به نام خود ثبت کردند. بدین ترتیب، بورس تهران در اولین روز بعد از برکناری «عبدالنصر همتی» از وزارت اقتصاد، با صف فروش اکثر نمادهای خود مواجه شد و به نظر می‌رسد این روند در روزهای آتی ادامه داشته باشد.

حداقل تا هفته آینده بازار سرمایه وضعیت چندان مطلوبی نداشته باشد، مگر اینکه دولت سیگنال‌های حمایتی روشنی ارائه دهد؛ وگرنه در غیر این صورت، روند منفی بازار ممکن است ادامه پیدا کند و فشار فروش در بسیاری از نمادها باقی بماند. «بهناز اکبرپور»، دیگر کارشناس بازار سرمایه نیز گفت: در پی استیضاح «عبدالنصر همتی» توسط مجلس و برکناری وی از وزارت اقتصاد، گمانه‌زنی‌ها طبق روال معمول شروع شد و در اولین فهرست، نام هشت نفر مطرح شده که شامل علی طیب‌نیا، کامل تقوی‌نژاد، حمید پورمحمدی، حجت‌الله صیدی، حجت میرزایی، محمداقبر نوخت و رحمت‌الله اکرمی هستند. هزینه نرخ حمل و نقل سال جاری با افزایش ۲۵ درصدی دیگر در بهمن ماه، ۵۵ درصد بیشتر شد. رحمت‌الله اکرمی برای دومین بار در شش سال اخیر سرپرست وزارت اقتصاد شد تا دولت طی فرصت سه ماهه وزیر جدید را معرفی کند. بانک‌های بورسی و دولتی مجاز به استفاده از منابع دولتی ارز اسکانس برای فروش ارز و با کارمزد ۵ درصدی شدند. پیش‌بینی می‌شود که با توجه به عدم مشارکت حقوقی‌ها، شرایط بازار تغییر خاصی نکند و شاهد صف فروش بالای ۹۰ درصد سهم‌های بازار باشیم. تک سهم‌هایی همچون اخبار به‌واسطه خبر تجدید ارزیابی دارایی‌ها شرایط بهتری را دارا خواهند بود.

تغییر رویکرد معامله‌گران تالار شیشه‌ای

بورس تهران در معاملات دوشنبه ۱۳ اسفندماه با افت محسوسی همراه شد و شاخص کل بورس، کاهش ۵۶ هزار واحدی را تجربه کرد. سایر شاخص‌های بورس و فرابورس نیز فرمزپوش ماندند. در روزی که گذشت؛ ارزش صفوف خرید با ۴۱ درصد افت همراه بود و در مقابل ارزش صف‌های فروش صعود ۵۸۴درصدی را تجربه کرد. به نظر می‌رسد تا چند روز آینده بازار سرمایه حال و روز خوشی نداشته باشد، مگر اینکه حمایت مثبتی در جهت بهبود بازار صورت بگیرد. در همین زمینه، «نوید سالک» از کارشناسان بازار سرمایه با اشاره به تغییر روند بازار، توضیح داد: از زمان مطرح شدن مسئله استیضاح وزیر اقتصاد در مجلس، تیم اقتصادی دولت و مسئولان دولتی حوزه بازارسهم، با روش‌های گوناگون تلاش کردند تا نتیجه استیضاح را به تأملو بورس گره بزنند و متأسفانه بازارسرمایه را نسبت به این مسئله شرطی کردند. در نتیجه شاهد بودیم فرآغ از کلیه عوامل متغیرهایی که در داخل و خارج از کشور بر بورس تاثیر می‌گذراند، کلیت بازارسرمایه در معاملات دوشنبه به گونه‌ای هیجانی به استیضاح روز گذشته «همتی» واکنش منفی نشان داد؛ این درحالی است که ثبات چند مدت اخیر بازارهای موازی از جمله طلا و دلار آزاد، افزایش نرخ دلار نیمایی و فروکش کردن اظهارنظرهای جنجالی بی‌رأیون موضوعات مورد مناقشه ایران و آمریکا، همگی از جمله عواملی هستند که می‌توانند محرکی برای رشد بازار باشند.

به گفته این فعال بازار سرمایه، با توجه به چالش‌های اقتصادی مهمی که کشور با آنها دست و پنجه نرم می‌کند از جمله ناترازی‌های موجود، کسری بودجه، عدم سرمایه‌گذاری خارجی با لحاظ وضعیت تحریم‌ها،

طلای سیاه در مسیر افزایش قیمت

هر بشکه نفت برنت ۷۳ دلار شد

صلح دورتر از یک هفته پیش به نظر برسد. علاوه بر این، حملات مداوم به پالایشگاه‌های روسیه، نگرانی‌هایی را نسبت به صادرات محصولات پالایش شده این کشور، به وجود آورده است. در همین حال، قیمت‌سنجی ماهانه روتیتر نشان داد که تحلیلگران، پیش‌بینی خود از افزایش نفت در سال ۲۰۲۵ را تا حد زیادی ثابت نگه داشته‌اند و انتظار دارند میانگین قیمت هر بشکه نفت برنت، به ۷۴ دلار و ۶۳ سنت در هر بشکه برسد. به گزارش روتیتر، در حالی که آمریکا از عراق می‌خواهد صادرات نفت از منطقه نیمه خودمختار کردستان را از سر بگیرد، هشت شرکت نفتی بین‌المللی که در این منطقه فعالیت می‌کنند، روز جمعه اعلام کردند به دلیل شفاف نبودن توافق‌های تجاری و تضمین پرداخت برای صادرات گذشته و آینده، حمل نفت از طریق بندر جبهان ترکیه را از سر نخواهند گرفت.

اکنون این کشور، به وجود آورده است. از سوی استیضاح‌دهندگان، تشکیل خواهد شد، با نبردی سخت برای خروج بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا از دو سال متوالی رکود مواجه است و برای احیای اقتصاد این کشور، پایین بردن هزینه‌های انرژی، کلیدی خواهد بود. کاهش هزینه‌های انرژی، کلید بهبود اقتصادی آلمان پس از سه سال افزایش قیمت و نوسان شدید قیمت برق و گاز طبیعی پس از بحران انرژی در سال ۲۰۲۲ خواهد بود. قیمت برق در ماه‌های اخیر که سرعت کم باد، باعث کاهش تولید نیروی بادی شده، بسیار نوسان داشته است. آلمان، چهار ماه است که بادهای ملایم‌تر از حد معمول را تجربه می‌کند که باعث کاهش تولید برق بادی، افزایش قیمت برق و وابستگی بیشتر به سوخت‌های فسیلی شده است. قیمت برق امسال، به دلیل افزایش قیمت گاز طبیعی در اروپا در بچوجه زمستان سرد، تولید باد کمتر و کاهش سریع‌تر ذخایر گاز طبیعی، افزایش یافته است. چند سالی است که هزینه‌های بالای انرژی، بسیاری از صنایع کلیدی آلمان از جمله خودروسازی، فولادسازی و تولید مواد شیمیایی را تحت تاثیر قرار داده است. صنایع آلمانی که زمانی مورد احترام بودند، به دلیل کاهش حاشیه سود، رقابت‌پذیری خود را از دست داده‌اند و بسیاری از پایگاه‌های تولیدی، موقتاً یا برای همیشه بسته شده‌اند. حتی خودروسازان آلمانی، کاهش مشاغل در آلمان را پیش‌نهاد کرده‌اند که تا همین چند سال پیش، در این کشور، غیرقابل تصور بود. آلمان، هفته گذشته در شرایطی انتخابات برگزار کرد که تا رژی، دومین رکود سالانه متوالی را ثبت کرده است. تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۴، نسبت به سال قبل، ۰.۲ درصد کاهش یافت که دومین رشد منفی سالانه متوالی بود.

کسب و کارها از دولت آینده می‌خواهند که به سرعت و قاطعانه، برای کاهش هزینه‌های انرژی و افزایش امنیت انرژی عمل کند تا به آلمان برای بازیابی رقابت‌پذیری کمک کند. ماکروس کربر، مدیر اجرایی غول شرکت آلمانی «ر دل‌لیو» (RWG)، گفت: اولین گام مهم در حال حاضر، تبدیل سریع نتیجه انتخابات به یک دولت قدرتمند است که قادر به اقدام و مایل به اصلاحات باشد. کربر پس از انتخابات، در پستی در لینکدین نوشت: داشتن یک تأمین انرژی مطمئن با قیمت‌های رقابتی، پیش‌نیاز آلمان برای احیای اقتصاد و تقویت صنعت خود است.

آشنایی با صفر تا صد تیم سازی (Team Building)

تیم سازی در سازمان ها: فوت و فن هایی برای حرفه ای شدن!



نویسنده: علی آل علی

در دنیای فوق سریع کنونی موفقیت هر سازمانی بیش از هر چیز در گروی داشتن یک تیم قوی، منسجم و کارآمد است. دیگر دوره ای که افراد به صورت انفرادی و جدا از هم کار می کردند گذشته است. امروزه فقط شرکت هایی که مثل یک تیم حرفه ای در کنار یکدیگر برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده تلاش می کنند، در مسیر موفقیت قدم برمی دارند. اینطور با پشت سر گذاشتن موانع بزرگ، قدرتمندتر از قبل به راهمان ادامه می دهند. در یک کلام، شرکتی موفق است که کار تیمی را به خوبی بنساند.

با این حال تیم سازی تنها به گرد هم آوردن چند نفر خلاصه نمی شود. بلکه فرآیندی پیچیده و ظریف است که نیازمند برنامه ریزی دقیق، مدیریت صحیح و استفاده از تکنیک های مناسب است. باور کنید یا نه، بسیاری از مدیران هنوز اهمیت تیم سازی حرفه ای را به درستی درک نکرده اند. همین مدیران هستند که دیر یا زود در فرآیند رقابت جانی مانند قدرت ادامه مسیر را از دست می دهند. هر چند این تفکر در بین مدیران جدید کم رنگ تر شده است، با این حال باید برای گسترش این نوع دیدگاه به نسل جدید برنامه های جدی داشت.

اگر تیم به درستی سازماندهی و ساخته نشود دیر یا زود اعضای تیم دلسرد و بی انگیزه خواهند شد. وقتی انگیزه اعضای تیم از بین برود دیگر نمی شود توقع درخشش در بازار را از آنها داشت. از این بدتر، اگر مشکلات به خوبی مدیریت نشود، این احتمال وجود دارد که صمیمیت اعضای گروه به دشمنی تبدیل شده و همه به دنبال تخریب یکدیگر باشند. اینطور در نهایت آسیب بزرگی به کل بدنه کسب و کار وارد خواهد شد. پس باید تیم ها به مانند اجزای ساعت کنار هم چیده شوند. پس می توان گفت سازمان نیازمند داشتن تفکر ساعت سازی در زمینه تیم سازی است. ما در این مقاله قصد داریم به بررسی بهترین روش ها و تکنیک ها برای تیم سازی موفقیت آمیز در سازمان ها بپردازیم. هدف ما این است که به شما کمک کنیم تا تیمی قدرتمند، منسجم و کارآمد بسازید و با استفاده از ظرفیت های تیمی به اهداف سازمانی خود دست یابید. هر روش به شما کمک خواهد کرد قدم به قدم نیروهای تان را در مسیر مشخص شده هدایت کرده و تیمی رویایی برای درخشیدن داشته باشید. با ما همراه باشید تا یک سازمان بی نقص را کنار هم بسازیم.

تیم سازی بی دردسر ها: روش های برای شروع تعیین اهداف و نقش های روشن

اولین و مهمترین قدم در تیم سازی تعیین اهداف روشن و مشخص است. اعضای تیم باید بدانند که هدف از تشکیل این تیم چیست، چه انتظاراتی از آنها می رود. اینطور خیلی زود متوجه بهترین روش ها برای دستیابی به اهداف شان خواهند شد. اهداف شما باید شفاف، قابل اندازه گیری، دست یافتنی، مرتبط و زمان بندی شده باشند تا بتوانید به طور موثر عملکرد تیم را ارزیابی کنید. یادتان نرود، قبل از انجام هر کاری تمام عوامل دخیل باید چشم انداز و مسیر رسیدن به این هدف را به طور کامل و دقیق بدانند.

اگر نظر ما را بخواهید، بد نیست تمام کسانی که با این پروژه در ارتباط هستند را گرد هم آورید و خواسته های تان را با آنها در میان بگذارید و نظرشان را بپرسید. اگر پیشنهادهای دارند بشنوید و با یک همدلی سازنده و تصمیم قاطع هدف تان را نهایی کنید. برگزاری چنین جلساتی به نظر بسیار ساده و بی اهمیت می آید اما در ادامه کار مشخص می کند که چقدر اعضای گروه برای به ثمر رسیدن این ایده انگیزه و انرژی دارند. اهداف تعیین شده باید توسط اعضای گروه به درستی فهمیده شود، اعضای گروه باید هدفی یکسان و واحد داشته باشند.

پس از تعیین اهداف باید نقش ها و مسئولیت های هر یک از اعضای تیم را به طور واضح مشخص کنید. هر فرد باید بداند که چه وظایفی دارد، در قبال چه کسی مسئول است و چگونه باید با سایر اعضای تیم تعامل کند. اینجاست که نظم دهی بیشتر اهمیت خود را نشان خواهد داد. اگر از ابتدای فرآیند تئوری های از پیش تعیین شده اعمال شود، همه چیز سر جای خودش قرار می گیرد و شما به عنوان راهبر و مدیر گروه سردرگم و بی هدف باقی نمی مانید. برای تمام افرادی که تازه وارد این عرصه شده اند کمک گرفتن از افراد کاربلد و شرکت در دوره های آموزش مدیریت پیشنهاد می شود.

عدم شفافیت در نقش ها و مسئولیت ها، می تواند منجر به سردرگمی، تداخل وظایف و کاهش کارایی تیم شود. یکی از مدیران با سابقه همواره در این خصوص می گوید: «من تمام مشکلات در زمینه رهبری و موفق نشدن را ناشی از وظایف نامشخص و ابهام های به وجود آمده در تعریف شرح شغل اعضا می دانم، اگر همان ابتدای استخدام، تمام کارمندان بدانند به چه منظور به شرکت وارد شده اند اینقدر چالش برانگیز نمی شد.» پس

شما به راحتی می توانید از همین ابتدای کار از بروز بسیاری از مشکلات جلوگیری کنید و به فکر بهبود مهارت تیمی تان هم باشید. اگر همان ابتدای استخدام، تمام کارمندان بدانند به چه منظور به شرکت وارد شده اند اینقدر چالش برانگیز نمی شد. پس شما به راحتی می توانید از همین ابتدای کار از بروز بسیاری از مشکلات جلوگیری کنید و به فکر بهبود مهارت تیمی تان هم باشید.

ایجاد ارتباط موثر

ایجاد ارتباطات موثر از جمله اساسی ترین مولفه های یک تیم موفق است. اعضای تیم باید بتوانند به راحتی و به طور شفاف با یکدیگر ارتباط برقرار کرده، ایده ها و نظرات خود را به اشتراک بگذارند. اینطور ارتباط موثر بین آنها شکل خواهد گرفت. ارتباط خوب به منزله روغنی است که باعث می شود ماشین تیم نرم تر و روان تر کار کند. تیم شما نیاز به این روان کننده دارد تا سریع تر از بقیه خود را به خط پایان برساند. با این کار از میزان اصطکاک بین اعضای تیم می کاهید و همدلی و صمیمیت را برای شان به ارمغان خواهید آورد.

مدیران باید فضایی را ایجاد کنند که در آن اعضای تیم احساس امنیت و راحتی داشته باشند و بتوانند بدون ترس از قضاوت یا انتقاد، صحبت کنند. برگزاری جلسات منظم، ایجاد کانال های ارتباطی آنلاین و تشویق اعضای تیم به تعاملات غیر رسمی، می تواند به بهبود ارتباطات در تیم کمک کند. مثلا لازم است بعضی از جلسات بدون هماهنگی قبلی و صرفا برای یک دیدار دوستانه تدارک دیده شوند. دغدغه اعضای گروه دغدغه تمام شرکت و از وظایف تیم مدیریتی این است که در شادی و غم کارمندان شریک باشند.

شفاف سازی در تمامی بخش های سازمان می تواند به تعامل سازنده گروه تان هم کمک بسیار زیادی کند. به عبارتی اگر قرار است تغییری بزرگ در سازمان انجام شود یا قانون مهمی تصویب گردد اعضای تیم باید در جریان روند انجام آن باشند. همچنین یکی از بهترین کارها مشخص کردن یک سخنگو است، وجود یک مشاور رسانه می تواند بسیار اثر بخش واقع شود و باعث بهبود تعامل با رسانه و به طور غیرمستقیم بهبود روند به رشد کسب و کار شما باشد. داشتن روابط دوستانه در گروه باعث اعتماد و پیشرفت کاری بیشتر اعضای تیم تان خواهد شد. متأسفانه در بسیاری از مواقع روابط کاری بیش از اندازه خشک و بی روح است که صدمات جبران ناپذیری به سیستم های موفق شرکت وارد می کند. همواره کاری کنید افراد از مصاحبت و هم نشینی با یکدیگر لذت برده و یک محیط مفرح را در کنار پیشرفت حرفه ای خود و دیگر همکاران شان تدارک ببینند. بهتر است افراد، بخش زیادی از وقت خود را به بطالت نگذرانند و در تلاش برای بهبود سطح آگاهی همدیگر و شرکت سهامی شوند، در آن صورت است که تعامل هدفمندی میان نیروها رقم می خورد که بدون شک با تعامل سودمند می توان انتظار به ثمر رسیدن ایده ها را هم داشت.

قدر دانی و تشویق کارمندان

تشویق و قدر دانی از زحمات اعضای تیم نقش بسیار مهمی در افزایش انگیزه و تعهد آنها دارد. همه انسان ها دوست دارند که تلاش های شان دیده و از آنها قدر دانی شود. همه افراد پس از انجام کار نیاز به یک «خسته نباشید» یا «فرین» دارند که نشیندن این جملات انگیزه آنها را برای ادامه فعالیت دوچندان می کند و نشان می دهد کسی قدر دانی زحمات آنها هست. نادیده گرفتن تلاش های کارمندان انگیزه آنان را تا حد قابل توجهی کاهش داده و حتی می تواند باعث دلسرد شدن شان از حرفه مورد علاقه خود بشود.

مدیران باید به طور منظم، از عملکرد اعضای تیم خود قدر دانی کنند و دستاوردهای آنها را جشن بگیرند. این قدر دانی می تواند به شکل های مختلفی انجام شود، از جمله اعطای پاداش های نقدی، ترفیع رتبه، ارائه بازخوردهای مثبت و برگزاری جشن های تقدیر. در عین حال مهمترین نکته در این زمینه، صداقت و صمیمیت در قدر دانی است. یک تقدیر خشک و خالی که از روی اجبار انجام شود، نه تنها تاثیری نخواهد داشت، بلکه می تواند نتیجه عکس نیز داشته باشد. یعنی تلاشی نابجا می تواند به منزله ایجاد یک نتیجه منفی و غیر قابل جبران باشد!

هر سازمانی برای زنده نگه داشتن انگیزه بین کارمندان نیاز دارد، پاداش های کوچک و بزرگی را برای آنها در نظر بگیرد، برگزاری جشن و دورهمی یا کمک هزینه های رفاهی تفریحاتی از این قبیل، بسیار در حفظ روحیه خوب تاثیر گذار می باشد. با مشخص کردن مزایای مختلف می شود حس ارزشمندی را در کارکنان افزایش داده و محیطی سالم برای رسیدن به موفقیت به وجود آورد و قطعاً کارمندانی که قدرشان دانسته می شود هم با تمام انرژی و توان خود در پیشرفت کسب و کار تلاش می کنند. نباید از این موضوع هم غافل شد که برای ایجاد نظم و قانون بین کارمندان همواره باید گوشه چشمی هم به تنبیه و بازخواست برای افرادی داشت که نسبت

به قوانین و روند بهبودی گروه بی تفاوت هستند داشت. به این ترتیب با ایجاد یک ساز و کار دوسویه هم می توان به تداوم پیشرفت گروه امیدوار بود و هم افرادی که عملکرد مطلوبی نداشته اند را از این شرایط آگاه نمود. دیده شدن برای تمام افراد یک نیاز اساسی محسوب می شود پس با کمک جملات انگیزشی و راهنمایی به آنان کمک کنید مسیر درستی را طی نمایند. همچنین اختصاص زمان برای استراحت هم امری ضروری است. به آنها کمک کنید ذهن شان را از مشغولیت های کاری فارغ کرده و بتوانند برای ادامه دادن کارها با آمادگی بیشتر برگردند و البته مراقب سلامتی اعضای گروه باشید!

حل اختلافات به طور سازنده

اختلافات جزء جدایی ناپذیر زندگی و کار هستند. در هر تیمی، دیر یا زود، اختلافاتی بین اعضا بروز خواهد کرد. مهم این است که چگونه با این اختلافات برخورد کنیم و آنها را به طور سازنده حل کنیم. باید همواره این نکته را به یاد داشته باشید که هنر اصلی یک رهبر خوب نادیده گرفتن مشکلات نیست. یک مدیر باید بداند حل چالش ها اولین وظیفه او به حساب می آید. در واقع هیچ سازمانی بدون مواجهه با اختلافات نمی تواند طعم واقعی پیشرفت را بچشد. سازمان های بحران زده قوی تر می شوند.

مدیران باید فضایی را ایجاد کنند که در آن، اعضای تیم بتوانند به راحتی و بدون ترس، اختلافات خود را بیان کنند. سپس، با گوش دادن فعال و همدلانه به صحبت های طرفین، سعی کنند ریشه اختلافات را شناسایی کرده و راه حلی منصفانه و قابل قبول برای همه پیدا کنند. تلاش برای اتخاذ تصمیماتی برد-برد کلید اصلی حل اختلافات در سازوکارهای گروهی به حساب می آید. برای دست یافتن به بهترین نتیجه ها به این فرمول تکیه کنید تا نه سیخ بسوزد نه کباب! در برخی موارد، ممکن است نیاز به میانجیگری یک فرد بی طرف برای حل اختلافات باشد. مدیر تیم یا یک فرد معتمد دیگر، می تواند با گوش دادن به صحبت های هر دو طرف و ارائه راهکارهای پیشنهادی، به حل اختلافات کمک کند. برگزاری یک جلسه رو در رو و گفت و گو دوستانه می تواند کمک شایانی در حل این مسائل داشته باشد، چه بسا با همکاری طرفین می توان خلافتان ترین تصمیمات را برای توسعه سیستم و کاهش تنش های ایجاد شده رقم زد. اما مهمتر از همه، این است که اعضای تیم، روحیه همکاری و سازش را در خود تقویت کنند. آنها باید بدانند که هدف اصلی، حفظ یکپارچگی و انسجام تیم است و گاهی لازم است که برای رسیدن به این هدف، از خواسته های شخصی خود چشم پوشی کنند. اگر این دیدگاه برای تمامی اعضا درونی شود آنگاه هر تیم به یکی از بی نقص ترین بخش های سازمان تان تبدیل شده و هیچ ترسی از باز خورد آنها نخواهد داشت، به طوری که دائما برای کسب نظرات این گروه هیجان خواهید داشت. بدون شک تیمی منسجم تر است که علاوه بر تمام مسائل و معیارهای ارزیابی توانایی اعضای گروه در حل بحران و پیدا کردن سازش میان سلاطین مختلف را هم جدی بگیرد و همه از یک الگوی مشابه برای عبور از شرایط دشوار بیرونی کنند. هرگز نباید از کنار مشکل به سادگی عبور کرد، چرا که فقط مشکلات بیشتری به بار خواهد آورد.

آموزش و توسعه مهارت ها

مهارت ها و دانش های جدید به سرعت جایگزین مهارت ها و دانش های قدیمی می شوند، این یک اصل انکار ناپذیر است. بنابراین برای اینکه تیمی همواره کارآمد و به روز داشته باشید، باید به طور مداوم، به آموزش و توسعه مهارت های اعضای تیم خود اهمیت دهید.

مدیرانی که به این موضوع مهم توجه نمی کنند و از اهمیت دانش و مهارت در دوران جدید غافل می شوند دیر یا زود باید با نتایج عملکرد نه چندان جالب مجموعه تحت امرشان رو به رو شده و شاید در نهایت از گردونه رقابت کنار بروند.

در دنیای امروز که دانش و مهارت حرف اول و آخر را می زند، باید سعی کنید اعضای تیم به روز ترین مهارت ها و اطلاعات را در اختیار داشته باشید، اعضای یک گروه موفق علاوه بر مهارت کافی و تسلط به فوت و فن کار نیاز دارند که یکسری مهارت های ارتباطی را یاد بگیرند مهارت هایی مثل زبان بدن فن بیان و قدرت مذاکره می تواند اعضای گروه را یک استایل خاص بخشد و روند فعالیت را سرعت دهد و باعث موفقیت در هر چه بهتر کسب و کار باشد. پس ارتقای سطح علمی تیم یکی از اصول جدانشدنی در تیم های رو به رشد می باشد.

شما باید فضایی را فراهم کنید که اعضای تیم بتوانند به راحتی به منابع آموزشی دسترسی داشته باشند، در دوره های آموزشی و کارگاه ها شرکت کنند و از تجربیات یکدیگر استفاده کنند. تشویق اعضای تیم به یادگیری مستمر، نه تنها به افزایش کارایی تیم کمک می کند، بلکه باعث افزایش رضایت شغلی و تعهد آنها نیز می شود. یاد گرفتن مهارت های مختلف نه تنها کمک می کند خروجی اعضای گروه را بهبود بخشد همچنین کمک می کند روابط بهتری داشته باشند مهارت گوش دادن خوب باعث می شود که حرف همکاران خود را دقیق شنیده و مسائل را به خوبی تحلیل کنید. به این ترتیب از اختلافات کوچک هم به راحتی می توان عبور کرد.

امروزه سازمان های بزرگ در سراسر جهان در کنار استفاده از آموزش های سنتی، ابزارهای آموزشی آنلاین هم در اختیار پرسنل شان قرار می دهند، دسترسی به ویدئوها و فایل های آموزشی در هر ساعت از شبانه روز امکانی فوق العاده برای پرسنل به شمار می آید. بسیاری از مدیران معتقدند ارتقای توانایی تیم یکی از سرمایه گذاری هایی است که در کوتاه مدت تاثیر شگفت انگیزی به همراه خواهد داشت و می تواند سود زیادی را نصیب سازمان کند. مدیران برای پرسنل شان سرمایه گذاری مالی می کنند اما مدیران باهوش و آینده نگر به دانش و فهم آن ها از مهارت های کلیدی در سازمان کمک می کنند تا چرخه تولید و درآمدشان همواره پایدار بماند. هرگز برای هزینه کردن در راستای بالا بردن مهارت های تیمی تان خسیس نباشید!

سخن پایانی

تیم سازی فرآیندی است که خیلی از مدیران هنوز آن را به طور کامل نمی شناسند. برخی هم کلام را به عنوان یک روش به درد نخور کنار گذاشته اند. درست به همین خاطر خیلی وقت ها وضعیت یک سازمان در بحرانی عجیب فرو می رود. ما در این مقاله تلاش کردیم راه آغازین تیم سازی را با شما در میان بگذاریم. یادتان باشد، همیشه می توانید ایده های تازه تری برای این کار پیدا کنید. پس هیچ وقت دست از ماجراجویی برندارید. هر جا هم به مشکل خوردید، ما در روزنامه فرصت منابع:

https://www.monitask.com/en/blog/fun-team-building-games-for-adults-boosting-morale-and-collaboration-team-building-activities--۱۷۰/۸/۲۰۲۴/https://hbr.org-for-in-person-remote-and-hybrid-teams

شناسه آگهی: ۱۸۹۲۲۵۹		نوبت اول	
آگهی ارزیابی کیفی نامین کنندگان			
موضوع مناقسه: عملیات بهره برداری و تعمیر و نگهداری پست ها و خطوط فوق توزیع برق ۲۲/ ۱۴۰۳			
نوع مناقسه	مناقسه عمومی یک مرحله ای	نام و نشانی مناقسه گزار	سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس استان بوشهر، علویه، ساختمان همایش های خلیج فارس
مبلغ تقریبی برآورد اولیه	۳۸۵،۶۴۶،۶۰۲ ریال	زمان اعلامیه بانکی یا وجه نقد به میزان	۱۹،۲۸۲،۰۰۰ ریال (که قابل تعدیل به مدت سه ماه، با درخواست مناقسه گزار بوده و پس از تایید در مرحله ارزیابی کیفی باسسی همزمان با تحویل پیشنهادها، ارایه گردد)
شرایط شرکت در مناقسه	۱- دارا بودن گواهینامه صلاحیت با حداقل پایه ۵ در رشته نیرو از سازمان برنامه بودجه کشور	نحوه دریافت استعلام ارزیابی کیفی مناقسه گران	از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس اینترنتی www.ecadim.ir
آخرین مهلت اخذ فرم های استعلام ارزیابی کیفی از سامانه ستاد	یک هفته پس از چاپ آگهی نوبت دوم	آخرین مهلت بازگذاری مدارک و مستندات در سامانه ستاد	۱۴ روز پس از تاریخ آخرین مهلت اخذ فرم های استعلام ارزیابی کیفی
تلفن کسب و مناقسه	۰۲ ۷۲۲۲۲۱۵۰۰	تلفن کسب و مناقسه	۰۲ ۷۲۲۲۲۱۵۰۰
توجه: امکان تغییر فرم زمان و مهلت های تعیین شده وجود دارد. در صورت انجام هر گونه تغییر، مراتب از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به مناقسه گران اطلاع رسانی خواهد گردید.			
تاریخ انتشار نوبت اول:	۱۴۰۳/۱۲/۱۴	تاریخ انتشار نوبت دوم:	۱۴۰۳/۱۲/۱۵
روابط عمومی سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس			

رئیس سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان شرقی:

میزان تولید استان در گوشت مرغ و گوشت قرمز بیشتر از مصرف است



شهرام شفیع‌ی با اعلام این خبر گفت: وظیفه جهاد کشاورزی تولید، حمایت از تولیدکنندگان و افزایش بهره‌وری است. همچنین جهاد کشاورزی به مصرف‌کنندگان نیز توجه داشته و تلاش می‌کند تا قیمت تعادلی در بازار برقرار شود. تنظیم بازار از یکسو به تولیدکننده و از سوی دیگر به مصرف‌کننده برمی‌گردد و هدف از آن ایجاد تعادلی است که نه تولیدکننده مجبور شود محصول خود را پایین‌تر از قیمت تمام‌شده روانه بازار کند و نه آنکه قیمت آنچنان بالا برود که برای مصرف‌کننده مشکل‌آفرین باشد.

وی ادامه داد: کنترل قیمت در بازار به عهده اصناف است که زیر نظر اداره کل صمت استان فعالیت می‌کند و مکلف هستند تا قیمت‌ها را کنترل کرده و در صورت لزوم تخلفات را گزارش دهند تا تعزیرات حکومتی با تخلفات برخورد کند. رئیس سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان شرقی با متذکران داشتن قیمت گوشت مرغ در بازار گفت: قیمت بازار در حال حاضر حتی پایین‌تر از قیمت مشخص شده شرکت پشتیبانی امور برای خرید تضمینی است. شفیع‌ی ضمن چوچه برزی در بهمن‌ماه ۵ ملیون و ۵۰۰ هزار قطعه را اعلام کرد و افزود: این نشان می‌دهد در اسفند ماه و اوایل فروردین

ما می‌توانیم ۵ ملیون و ۵۰۰ هزار قطعه مرغ عرضه کنیم که معادل ۱۰ هزار تن گوشت مرغ است. نیاز استان برای گوشت مرغ ۲۰۰ تن در روز معادل ماهانه ۶ هزار تن است، بنابراین با توجه به بیشتر بودن تولید از میزان مصرف مشکلی در این زمینه وجود ندارد و در صورت لزوم مرغ منجمد خریداری شده توسط شرکت پشتیبانی امور دام را با قیمت ۶۵ هزار و ۷۰۰ تومان در بازار عرضه خواهیم نمود. وی افزود: بازار مرغ در اسفند و فروردین هیچ مشکلی نخواهد داشت و تلاش می‌کنیم با استمرار روند چوچه برزی این اراضی در بازار مرغ در ماه اردیبه‌تیز نیز برقرار باشد. در ۸ روزه ابتدایی اسفند ماه تاکنون بیش از یک میلیون قطعه چوچه برزی انجام شده است و این نشان می‌دهد در اسفند ماه نیز بیش از ۵ میلیون قطعه چوچه برزی خواهیم داشت.

سرپرست سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان شرقی میزان تولید سالانه گوشت قرمز در آذربایجان شرقی را

مدیرکل حفاظت محیط زیست مازندران:

نیروگاه نکا به اندازه کل مصرف مازندران سوخت فسیلی می‌سوزاند



چالوس، امل، نکا و ساری در کل صرفاً قرا کمتر از ۲۵ میکرون و کمتر از ۱۰ میکرون را اندازه می‌گیرند و امکان اندازه‌گیری گازها را ندارند. ابراهیمی درباره دلیل اعلام نشدن آلودگی‌ها در مازندران از سوی اداره کل حفاظت محیط زیست، تصریح کرد: بر اساس شاخص‌های جهانی ما مکلف هستیم ماینگی ۲۴ ساعته کیفیت هوا را محاسبه کنیم. در مازندران فعلاً به صورت لحظه‌ای کیفیت هوا در وضعیت نامالام قرار می‌گیرد، اما ماینگی ۲۴ ساعته چنین وضعیتی را نشان نمی‌دهد.

وی احتمال پایین بودن دقت در داده‌های دریافتی از ایستگاههای آلودگی سنجی را نیز مطرح دانست و گفت: در این مورد معیارهای مهمی مانند کیفیت دستگاه، سنسورها و حتی جامعای ایستگاهاه اهمیت دارد. از چالش‌های ما در این زمینه به موضوع تحریرها برمی‌گردد. به خاطر تحریرها نوسانسیستم سنسورهای را وارد کنیم که از دقت‌های لازم برخوردار باشد. دستگاههای داخلی هم خطاهایی دارند و گاهی تفاوت داده‌های ایستگاههای سازه‌های سامانه‌های بین‌المللی بسیار زیاد است.

مدیرکل حفاظت محیط زیست مازندران با اشاره به نقش خشک شدن تالاب میانهک در افزایش آودگی‌های مازندران تصریح کرد: ما در آلودگی هوا و ورود ریزگردها به آسمان مازندران تحت تاثیر مناطق خشک و صحراهای کشاورهای همسایه هم هستیم. اما یکی از کلون‌های طبیعی ایجاد آلودگی‌های مازندران میانهک است که در حال حاضر نزدیک به ۱۵ هزار هکتار از

مدیرکل کمیته امداد امام خمینی (ره) استان مرکزی خبر داد:

تدارک ۳۴۰ پایگاه ثابت و سیار برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی در جشن نیکوکاری استان مرکزی



کارخانجات استان معرفی شدند.

مدیرکل کمیته امداد امام خمینی (ره) اضافه کرد: با توجه به ناترازی برق و ضرورت استفاده از انرژی خورشیدی، ایجاد نیروگاههای خورشیدی در دستور کار این نهاد انقلابی قرار گرفته و بر اساس برنامه‌ریزی‌های از پیش تعیین شده تا پایان سال ۱۴۰۵ در ۲ مرحله و هر مرحله ۶ مگاوات برقی خورشیدی توسط مددجویان این نهاد تولید و به شبکه تزریق می‌شود و اکنون نیز تولید سه مگاوات در حال انجام است. عیادی افزود: رسیدگی به امور فرهنگی و تحصیلی مددجویان از دغدغه‌های اصلی کمیته امداد امام‌خمینی(ره) استان است و در

آغاز همکاری‌های نوین با اداره ورزش و جوانان؛

نقش مؤثر دانشگاه آزاد اسلامی یزد در ارتقاء آموزش و پژوهش



یزد – **سید محمد جواد عرفان‌فر**؛ رئیس دانشگاه آزاد اسلامی یزد، در نشست با مدیر کل ورزش و جوانان استان از پتانسیل واحد یزد در ارائه آموزش کاربردی‌خبر داد و بر ضرورت همکاری برای ایجاد تحول در آموزش پژوهش تأکید کرد.
به گزارش روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی استان یزد، دکتر محمدرضا دهقانی‌اشکذری رئیس دانشگاه آزاد اسلامی یزد در نشست مسئولین دانشگاه آزاد اسلامی ورزش و جوانان یزد خانواده دانشگاه آزاد اسلامی استان یزد را خالوده ۲۵۰۰ نفری پرشمرد و گفت: از مهدکودک تا دانشجوی دکتری مشغول به تحصیل هستند و با سه وزارتخانه وزارت بهداشت و درمان، آموزش و پرورش و علوم تحقیقات و فناوری در ارتباط هستیم. دکتر دهقانی دانشگاه دولتی را ۱۱ بار پرشمرد و گفت: این در حالی است که فارغ التحصیلان دانشگاه آزاد اسلامی در پست‌های مدیریتی و وزارتخانه‌ها مشغول به کارند که نشان از هزینه پایین و کیفیت بالای آموزش دارد.
وی با اشاره به تغییر رویکرد آموزش در چند سال اخیر گفت: در کارخانه ایفا سرام ۲۰۰ نفر بورسیه صنعت داریم که شرکت بهره‌بر آان را پرداخت کرده و ۱۷ فضای آموزشی ملها شده که تمام امکانات شامل صندلی، میز، کامپیوتر و … را خود کارخانه مهیا و تأمین کرده دانشگاه آزاد اسلامی یزد بر سر در آن نصب شده که دانشجویان فارغ التحصیل شده باشکوگی نیاز صنعت است. دکتر دهقانی اشکذری با اشاره به منحل شدن دانشکدان سنتی گفت:

با حضور مدیران ارشد صنعت نفت برگزار شد:

برگزاری جلسه پیش‌بینی بهره‌دهی چاه‌های نفت و گاز کارون



وی با اشاره به اهمیت مخازن نفتی شرکت کارون تأکید کرد: این شرکت دارای بیشترین میزان نفت رجا در میان شرکت‌های تابعه مناطق نفت‌خیز

مدير عامل شرکت برق منطقه‌ای گیلان خبر داد:

بعد از گذشت ۴۱ سال در اقدامی بی‌سابقه، ۲۵۰ مگاوات آمپر به ظرفیت پست ۶۳/۲۳۰ کیلوولت چابکسر افزوده خواهد شد



مگاوات‌آمپر موجود خواهد شد و ظرفیت بخش انتقال این پست از ۲۵۰ مگاوات‌آمپر به ۳۷۵ مگاوات‌آمپر افزایش خواهد یافت. وی افزود: با اجرای فاز اول پروژه افزایش ظرفیت بخش انتقال پست چابکسر، ظرفیت توان الکتریکی پست به میزان ۵۰ درصد افزایش می‌یابد. دشت بزرگ با اشاره به اینکه فاز دوم افزایش ظرفیت این پست نیز بلافاصله بعد از عملیاتی شدن فاز اول اجرا خواهد شد، افزود: در فاز دوم افزایش ظرفیت پست چابکسر نیز یک ترانسفورماتور ۲۵۰ مگاوات آمپر دیگر جایگزین یک ترانسفورماتور ۱۲۵ مگاوات‌آمپر موجود خواهد شد. گفتنی است که عملیات ساختمانی فاز اول پروژه افزایش ظرفیت بخش انتقال پست چابکسر به اتمام رسیده است.

مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی:

آغاز طرح ویژه تشدید نظارت بهداشتی

بر سلامت فرآورده های خام دامی در استان مرکزی



اراک –فرانز امیدی: مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی گفت: طرح ویژه نسروزی و ماه مبارک رمضان نظارت بر مواد غذایی (فرآورده های خام دامی) از روز شنبه ۱۱ اسفندماه در این استان آغاز شد و تا پایان ماه مبارک رمضان ادامه می‌یابد. محمد فتاحی افزود: ۵۳ گروه مشتمل از ۱۲۴ نفر از کارشناسان و بازرسان بهداشتی دامپزشکی استان مرکزی اجرای این طرح را در طول یک ماه بر عهده دارند. وی ادامه داد: هزار و ۹۹۰ واحد شملل مرکز تولید، نگهداری و عرضه مواد غذایی استان مرکزی در این طرح تحت نظارت های بهداشتی قرار خواهند گرفت و در صورت مشاهده هرگونه تخلف، برخورد قانونی اعمال می‌شود. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی خاطرنشان کرد: طرح ویژه نظارت بر مواد غذایی (فرآورده های خام دامی) در ماه مبارک رمضان و عید نوروز با هدف حفظ سلامت مصرف کنندگان در سطح استان اجرا می‌شود. فتاحی از مردم خواست فرآورده‌های خام دامی از جمله گوشت مرغ، ماهی، گوشت قرمز، آبپاش خوراکی دام و طیور را تنها از مراکز مجاز بهداشتی تهیه کنند. وی افزود: عرضه و فروش هر گونه فرآورده خام دامی در حاشیه خیابان و به صورت قله فروشی و در دوره تعطیلات و نیز است ممنوع است و نیاز است شهروندان از خرید این گونه فرآورده‌های غیر بهداشتی خودداری کنند. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی خاطرنشان کرد: شهروندان خرید مرغ تازه خشک شده و آبپاش خوراکی مرغ (چگرستانگان و دل) تنها به صورت بسته‌بندی بهداشتی که دارای مشخصات کامل شامل نام کشتارگاه، تاریخ تولید،تاریخ انقضاء (۲۷ ساعت پس ازتولید) و شرایط نگهداری داخل یخچال درب بسته و پرودت صفر تا چهار درجه سانتیگراد است انجام دهند. فتاحی گفت: خارج کردن گوشت مرغ از بسته بندی و قطعه بندی آن در محیط مغازه مرغ فروشی، به دلیل عدم نظارت بهداشتی و آلودگی‌های ثانویه و احتمال تقلب ممنوع است و لازم است مردم از خرید گوشت مرغ با عدولین پاک شده و با قطعه بندی شده در مغازه مرغ فروشی خودداری کنند. وی همچنین از مردم استان خواست از خرید تخم مرغ های فاقد تاریخ تولید و مشخصات، نوع گوشت قرمز فاقد مهر بازرسی بهداشتی، پرچسب نشانه گذاری کشتارگاه که خارج از یخچال نگهداری می‌شود به طور جد خودداری کنند. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی افزود: خرید هر نوع مرغ گوشت قرمز که فاقد مهر بازرسی بهداشتی و پرچسب نشانه گذاری کشتارگاه میباشد و یا خارج از یخچال بهداشتی میشود جدا خودداری فرمائید. وی به شهروندان محترم توصیه کرد: در هنگام خرید فرآورده های خام دامی به بررسی مشخصات (تاریخ تولید و انقضاء) و مهر دامپزشکی دقت نمایند و هر گونه تخلف بهداشتی در مراکز عرضه فرآورده های خام دامی شهروستان را از طریق تماس با سامانه اطلاع‌رسانی ۱۵۱۲ به اداره کل دامپزشکی جهت پیگیری کارشناسان دامپزشکی اطلاع‌رسانی کنند.

ثبت نزدیک به ۳۹هزار انواع تخلف رانندگی در محورهای مواصلاتی آذربایجان غربی



ارومیه – رضا عباسی:مدیر کل راهداری و حمل‌ونقل جاده ای آذربایجان غربسی از ثبت بیش از ۲میلیون تردد بی‌استثنا آذربایجان‌غربی طی بهمن ماه سال جاری خبر داد. ابرسان لشکری مدیر کل راهداری و حمل‌ونقل جاده ای آذربایجان غربی افزود: در بهمن ماه سالجاری بیش از ۲میلیون و ۴۱۴هزار تردد بی‌استثنا در ورودی و خروجی استان ثبت شد که نسبت به مدت زمان مشابه سال قبل ۸.۹ درصد کاهش یافته است. وی با اشاره به اینکه متوسط تردد بین استانی روزانه از ابتدای این ماه ۷هزار و ۳۰۶ وسیله نقلیه بوده، اظهار کرد: بیشترین تردد در ورود و خروج استان نیز در روز چهارشنبه ۴بهمن و به میزان بیش از ۱۰۰ هزار تردد ثبت شد. شکری با اشاره به اینکه محور مهاباد-ارومیه با متوسط تردد روزانه بیش از ۱۷هزار تردد، در تریز محور استان در بهمن ماه اعلام شد، خاطر نشان کرد: بر اساس گزارشات پلاک های ثبت شده در دوربین های پلاک خوان از ابتدای بهمن ماه، تقریباً ۷۰۰هزار۹۴۷ پلاک خودرو یکتا در محورهای برون شهری آذربایجان غربی روت شد که از این پلاک ها حدود ۶۲۲هزار۵۹۵پلاک مربوط به وسایل نقلیه شخصی بوده است. این رقم نشان دهنده حضور وسایل نقلیه غیرومی بر اساس پلاک خوانان شده توسط سامانه های پلاک خوان، در روزجمعه ۱۹بهمن و معادل ۱۹درصد کل وسایل نقلیه مشاهده شده بوده است که آمار ها از کاهش درصدی سهم وسایل نقلیه بیرومی در استان نسبت به مدت مشابه خبر می دهند. وی با تاکید به اینکه ماندگاری وسایل نقلیه در استان نشان دهنده آن است که در ماه بهمن سالجاری تقریباً ۳۷هزار وسیله نقلیه (معالمه ۲۲ درصد از کل وسایل نقلیه غیرومی مشاهده شده در استان) بین ۱ و ۳ روز تا اقامت داشتند، افزود: بر اساس اطلاعات پلاک های ثبت شده در دوربین های پلاک خوان ، بیش از ۴میلیون و ۲۴هزار وسیله نقلیه از استان آذربایجان غربی در سایر استان ها مشاهده شده و استان های آذربایجان شرقی، زنجان، کردستان بیشترین سهم مقاصد سفر را در استان ها داشته‌اند. مدیر کل راهداری و حمل‌ونقل جاده ای آذربایجان غربی با اشاره به اینکه در این باره زمانی بیشترین تخلف سرعت در محور ارومیه- مهاباد بعد از ایستگاه شرکت صادراتی گوه‌رگاک ثبت شد ، ادامه داد: براساس اطلاعات پلاک های ثبت شده در ماه قبل از مجموع ۴۰۰۰ تردد های ثبت شده در استان ، نزدیک به ۳۹هزار انواع تخلفات ثبت شد که تخلف بیش از ۳۰ کیلومتر برسامت تجاوز از سرعت مجاز در این باره ۳۸۸هزار و ۹۲۲ مرتبه تکرار شد که نیازمند توجه ویژه و برخورد جدی از سمت نهاد ها و مسئولین ذیربط و همچنین توجه ویژه به انجام اقدامات فرهنگی در جهت رانندگی ایمن است.

به‌منظور مهیار آب‌های سطحی:

تعداد ۲۵ حلقه چاه جذبی در منطقه ۵ حفر شد



کرج – خبرنگار فرصت امروز: با هدف جلوگیری از آبرفتگی معیار و سامانه‌های آب‌های سطحی، مدیر منطقه ۵ شهرداری کرج، از حفر ۲۵ حلقه چاه جذبی در نقاط مختلف حفر داد. حسین کمالی دهقان در گفت‌وگو با پایگاه خبری کرج امروز، اظهار کرد: پلرش‌های فصلی و حجم قابل توجه روان آبها، همواره یکی از چالش‌های مدیریت شهری در کلانشهرها، به ویژه در مناطقی با قومیت جغرافیایی خاص مانند منطقه ۵ کرج، بوده است. کمالی دهقان عنوان کرد: این منطقه که در سطح پایینی شهر واقع شده، به دلیل شیب زمین و حجم بالای آب‌های روان، در زمان بارندگی‌های شدید با مشکل آبرفتگی معیار مواجه می‌شود. وی گفت: به منظور رفع این معضل و پیشگیری از بروز خسارات ناشی از آن، شهرداری منطقه با اجرای طرحی ضروری، اقدام به حفر ۲۵ حلقه چاه جذبی در نقاط آبرگیر و معیار پررنگ این منطقه کرده است. این چاه‌ها، که پس از بررسی‌های کارشناسانه و شناسایی دقیق محل‌های مورد نیاز حفر شده‌اند، نقش مهمی در هدایت و ساماندهی آب‌های سطحی ایفا می‌کنند. این مسئول، با اشاره به اهمیت اجرای طرح، اظهار داشت: با توجه به موقعیت جغرافیایی منطقه و استقرار آن در سطح پایینی شهر، حجم آب‌های روان در این نقطه بیشتر از سایر مناطق است. این موضوع، به ویژه در زمان بارندگی‌های فصلی، باعث آبرفتگی معیار می‌شود. از این رو حفر چاههای جذبی، راهکاری مؤثر برای جلوگیری از بروز مشکل و روش جمیع آوری آب‌های سطحی‌ست.

تحقق تولید روزانه یک میلیون بشکه نفت در شرکت نفت و گاز کارون

اهواز – شبنم قاجانوئ:مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون از افزایش ۱۱ درصدی تولید نفت این شرکت در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال گذشته خبر داد و اعلام کرد که میزان تولید روزانه نفت در شرکت کارون به یک میلیون بشکه رسیده است. همچنین تولید گاز خشک ۱۲ درصد و تولید مایع ۳۵ درصد افزایش یافته که این رشد، حاصل تلاش مستمر کارکنان و حمایت‌های مدیرعامل و مدیریت‌های ذیربط شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب بوده است. با اشاره به اقدامات توسعه‌ای و تعمیراتی انجام‌شده در سال ۱۴۰۳ تأکید کرد: «افزایش تولید نفت و گاز در شرکت کارون، نتیجه اجرای برنامه‌های ترمیمی، تعمیر و توسعه‌ای در چاه‌ها بوده و این امر موفق‌تر شده است ۱۲۵ درصد تعهدات تولیدی خود را محقق کرده است. مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون در ادامه به افزایش ۶۰ هزار بشکاهی تولید در نیمه دوم سال جاری اشاره کرد و افزود: این شرکت تولید آب‌فوق‌طبی و انرژی‌های تجدیدپذیر از جمله رانندازی فاز دوم واحد نمک‌زدایی متمرکز اهواز، اجرای آبپاشی اطراف مقسم مشترک F به در واحد بهره‌برداری منصوری، تعویض شیرهای معيوب تاج شش حلقه چاه تولیدی بدون نیاز به دکال تمیراتی، تعمیرات اساسی ۳۲ مولد سرچاهی، رانندازی ۱۶ حلقه چاه تلمبه‌ای، اتصال خط ۱۲ اینچ آب‌تیمور به خطوط ۱۰ و ۱۲ اینچ آزادگان در شرکت گاه عین F و نصب تلمبه ESP، روی چهار حلقه چاه بنگستانی محقق شده است. مدیرعامل شرکت نفت و گاز کارون در پایان سخن تقدیر از تلاش‌های بی‌وقفه کارکنان عملیاتی، فنی و پشتیبانی، از همکاری و حمایت‌های مدیرعامل و مدیریت‌های ستادی شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب، به‌ویژه مهندس پیرامون، در تحقق اهداف تولیدی این شرکت قدرانی کرد.

مسابقه نقاشی با موضوع « طرح نشاندار کردن مالیات » در آذربایجان غربی برگزار می شود



ارومیه – رضا عباسی: اداره کل امور مالیاتی آذربایجان غربی با همکاری کلون پرورش فکری کودکان و نوجوانان این استان، مسابقه نقاشی با موضوع « طرح نشاندار کردن مالیات » برگزار می‌کند. مسابقه نقاشی « مالیات من انتخاب من» با هدف آشنایی بنیادین کودکان و نوجوانان استان با موضوع مالیات و بویژه « طرح نشاندار کردن مالیات » برگزار می‌شود. در این مسابقه نقاشی که برای گروه‌های سنی ۹-۱۱ و ۱۲-۱۷ و ۱۵-۱۷ سال برگزار می‌شود، کودکان و نوجوانان استان با رسم نقاشی نشان می‌دهند که دولت مالیات را از خانواده‌شان جدا و برای ساخت چاه پروژه ای به مصرف برسد. علاقمند برای شرکت در این مسابقه نقاشی تا ۳ فروردین‌ماه ۱۴۰۴ فرصت دارند آثار خود را در ابعاد ۲۵ در ۳۵ سانتی متر به دبیرخانه فراوان به آدرس ارومیه، خیابان آیت الله کاشانی، روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی آذربایجان غربی ارسال کنند. به صاحبان نقاشی های برتر هر گروه سنی بعد از داوری آثار، جوایز نقیسی اهدا می‌شود. لازم به ذکر است که « طرح نشاندار کردن مالیات » که برای نخستین بار در سال ۱۴۰۳ اجرا شد مالیات دهندگان به در انتخاب خود تعیین کردند که مالیاتشان در کجا و برای احداث یا تکمیل کدام پروژه استانی یا ملی هزینه شود.

توصیه‌هایی برای بازاربای‌ها

طراحی تبلیغات ویدئویی بی‌حرف و حدیث!

نسبت به بازنشر ترغیب خواهند شد.

مزیت سوم: بهبود سئو

شاید برای‌تان کمی عجیب به نظر برسد، اما یکی از مزایای کمتر مورد توجه‌اما مهم در زمینه ویدئو مارکتینگ تأثیر مثبت ویدئوها روی سئو است. احتمالا می‌پرسید چگونه؟ فرض کنید که ویدئویی جذاب از محصولات‌تان را در صفحه اول وب سایت‌تان قرار داده باشید و در این ویدئو بازدیدکنندگان‌تان را به خرید محصول یا ثبت نام در خبرنامه دعوت کنید و این گونه ترافیک وبسایت‌تان بیشتر می‌شود.
خب. قرار گرفتن این ویدئو به صورت اتوماتیک زمان حضور بازدیدکنندگان را در وب سایت‌تان افزایش می‌دهد و هر چقدر که ورودی‌تان بیشتر شود وبسایت‌تان بیشتر در نتایج جست و جو دیده خواهد شد. نکته جالب توجه اینکه اگر مخاطب با تماشای یک ویدئوی کوتاه بیشتر در سایت شما بماند، سیگنال



مثبت‌تری از سمت گوگل دریافت می‌کنید که این خود نقش کلیدی در رتبه‌گیری وبسایت‌تان دارد. به طور کلی یک سایت خوب در نگاه گوگل سایتی است که مخاطبان زیادی جذب کند و مدت زمان زیادی را هم در سایت سپری کند و این دقیقا همان کاری است که با محتوای ویدئویی باکیفیت انجام خواهید داد. شما با انتشار تبلیغات در بسترهای اینترنتی‌سی کاری خواهید کرد که ترافیک بیشتری سمت‌تان بیاید و از سوی دیگر با ساخت تیزرها به رتبه‌گیری سایت هم کمک شایانی می‌کنید. اگر محتوای سایت شما دائما در حال به روز رسانی باشد الگوریتم گوگل هم خیلی بیشتر و سریع‌تر به آن سر می‌زند و این شانس شما را برای کسب رتبه های برتر نتایج گوگل بالاتر می‌برد و این ربط مستقیمی با بارگذاری ویدئو روی متن صفحه‌تان دارد زیرا در آبدیت جدید، ویدئوها بیشتر از متون مورد توجه ربات های گوگل قرار می‌گیرند و این مسئله برای وبسایت‌هایی که از رقبای‌شان ویدئو بیشتری در سایت بارگذاری می‌کنند به مثابه یک برگ برنده محسوب می‌شود. ویدئوها هم سبب بهبود تجربه کاربری شده و هم شما را در کسب جایگاه‌های برتر گوگل کمک خواهند کرد.

بد نیست این موضوع را هم بدانید بارگذاری فایل‌های ویدئویی حجیم روی وب سایت می‌تواند سرعت بارگذاری وبسایت را کاهش دهد پس بهتر است به جای آپلود مستقیم در وبسایت آن‌ها در پلتفرم‌هایی نظیر آپارات و یوتیوب بارگذاری نمایید و لینک مربوط به ویدئوی‌تان را در وبسایت‌تان قرار دهید. در اینجا شما با یک تیر دو نشان زده‌اید؛ هم ویدئوی تبلیغاتی برای محصولات‌تان ساخته‌اید و از سوی دیگر کاری کردید که در گوگل هم ورودی‌های بیشتری بگیرید و بازدید از وبسایت‌تان بیشتر شود. پس فرصت بارگذاری ویدئو در صفحه‌های اینترنتی‌تان را از دست ندهید تا بیشتر از بقیه بدرخشید.

اصول طراحی ویدئو تبلیغاتی اشتوندارد

سناریوپردازی قوی: شروعی قدرتمند
قبل از هر چیز، باید بدانید که یک ویدئوی تبلیغاتی قبل از آنکه یک اثر بصری باشد، یک داستان است. سناریوی یک ویدئو مانند اسکلتی برای یک بدن است، هر چقدر قوی‌تر و حساب شده‌تر باشد، محتوا با نظم بهتری در کنار هم قرار خواهند گرفت و اثرگذارتر خواهند بود. به همین دلیل سناریو اولین و مهمترین رکن یک ویدئو است و باید زمان کافی را صرف نگارش یک سناریوی جذاب و گیرا کنید. سناریوی یک ویدئو درست مثل نقشه ساختمانی است، پس برای آن باید از افراد کاربلد و متخصص کمک گرفت.

در واقع تمام المان‌های دیگر نظیر صدا، موسیقی، تصویر و نورپردازی باید بر اساس فیلمنامه تنظیم شود، اما فیلمنامه خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟ اگر بخواهیم خلاصه بگوییم یک فیلمنامه‌نویس خوب باید قبل از هر چیز پیام اصلی ویدئوی تبلیغاتی و مخاطبان آن را به خوبی بشناسد. در وهله بعد باید حواستش به بودجه و امکانات تولید هم باشد و متناسب با آن داستانی را طراحی کند. اینجاست

مخاطب را برانگیزد، او را بختاندان یا اطلاعات مفیدی به او ارائه دهد، به احتمال زیاد آن را با دوستان و آشنایان خود به اشتراک خواهد گذاشت. این یعنی به جای آنکه شما دائما بودجه صرف کنید تا دامنه مخاطبان‌تان افزایش پیدا کند، کاربران راضی شما هستند که دایره مخاطبان‌تان را گسترش داده و نام‌تان را سر زبان‌ها می‌اندازند.

در واقع بازاربایی ارجاعی به این‌سبک یکی از قدرتمندترین انواع بازاربایی‌ها است که از قدیم هم مورد توجه صاحبان کسب و کارها بوده است. پتانسیل بالای اشتراک‌گذاری ویدئوها فرصتی استثنایی برای گسترش پیام شما به صورت ویروسی فراهم می‌کند. به این ترتیب و بدون صرف هزینه گزاف دامنه تبلیغات شما به سرعت گسترش یافته و افرادی با دیدگاه‌ها و فرهنگ‌های گوناگون در معرض نمایش تبلیغ‌تان قرار خواهند گرفت. هرگز قدرت بازنشر شدن در این دنیای پر از ارتباطات را

نویسنده: علی‌علی‌علی

در دنیای پرهیاهوی مدرن جایی که ثانیه‌ها با سرعت نور می‌گذرند، ویدئوهای تبلیغاتی فرصتی طلایی برای جلب توجه مخاطب و رساندن پیام برند شما هستند. شما با یک ویدئوی خلاقانه می‌توانید کاری کنید که مشتری نه تنها از تبلیغ‌تان روی برنگرداند، بلکه آن را با دوستان و آشنایان خود به اشتراک گذاشته یا تبدیل به سفیر برندتان شود. ویدئوی تبلیغاتی مانند یک ویترین تمام عیار برای محصولات یا خدمات شما است. هرچقدر این ویترین زیباتر چیده شده باشد، شانس‌تان برای جذب رهگذران بیشتر خواهد بود. اما ساختن یک ویدئوی تبلیغاتی موفق آنقدرها هم که به نظر می‌رسد آسان نیست. کافی نیست یک دوربین برارید و هر آنچه به ذهن‌تان می‌رسد را به تصویر بکشید. در واقع برای موفقیت در این عرصه باید به تمام جزئیات توجه کنید. سناریوی جذابه، تصاویر باکیفیت و موسیقی مناسبی انتخاب کنید. یعنی برای ساختن یک ویدئوی عالی باید تمام عناصر را به درستی در کنار هم قرار دهید تا بتوانید در این دریای متلاطم رقابت، موجی ایجاد کنید. بدون در نظر گرفتن اصول و قواعد ساخت ویدئوی تبلیغاتی، تلاش برای ساخت یک ویدئوی ویروسی مانند تلاش برای روشن کردن آتش با چوب خیس است. هرچقدر هم انرژی صرف کنید، نتیجه‌ای جز دود و نامیدی نخواهید گرفت. در دنیای امروز که کسب و کارها اهمیت زیادی به تبلیغات بصری نشان می‌دهند، یک سهل‌انگاری می‌تواند فرصت‌های طلایی شما را به راحتی از بین ببرد. شما باید پیش از آنکه دیگران برای بازارتان تصمیم بگیرند، گوی سبقت را از آنها بریابید.

ما در این مقاله، قصد داریم شما را با مهمترین ویژگی‌ها و اجزای یک ویدئوی تبلیغاتی موفق آشنا کنیم و راهکارهایی عملی برای ساخت ویدئوهایی جذاب و موثر ارائه دهیم. ما می‌خواهیم شما را به یک کارگردان تمام عیار تبلیغاتی تبدیل کنیم تا بتوانید با کمترین هزینه، بهترین نتیجه را بگیرید و پیام برندتان را به گوش همگان برسانید. با ما همراه باشید تا اصول ساخت این اثر هنری را با هم مرور کنیم.

چرا تبلیغات ویدئویی به درد می‌خورد؟

قبل از اینکه سراغ بررسی بررسی بیشتر تبلیغات ویدئویی برویم، اول باید تکلیف مان را با مزایای آن روشن کنیم. آیا واقعا این استراتژی ارزشش را دارد؟ خب بازاربای‌های حرفه‌ای همیشه قبل از اینکه بی‌گذار به آب بزنند، همه جوانب را می‌سنجند. به همین خاطر ما در این بخش قصد داریم به شما کمک کرده و اوضاع را برای‌تان ساده‌تر کنیم.

مزیت اول: تأثیرگذاری بالا

برخلاف تبلیغات متنی یا تصویری، ویدئوها می‌توانند به طور همزمان حس بینایی و شنوایی مخاطب را درگیر کنند و پیامی عمیق و ماندگارتر را به او منتقل کنند. ویدئوها مثل یک آهنربای قوی مخاطب را به خود جذب می‌کنند. در واقع تصاویر متحرک قدرت عجیبی در انتقال احساسات و ایجاد ارتباط با مخاطب دارند و می‌توانند او را به سفری کوتاه و جذاب ببرند. از سوی دیگر تحقیقات نشان داده که افراد، اطلاعات بصری را بسیار سریع‌تر و بهتر از اطلاعات متنی به خاطر می‌سپارند. پس ویدئوی تبلیغاتی کمک می‌کند برنداتان برای همیشه در ذهن افراد ماندگار شود. فرض کنید می‌خواهید در مورد ویژگی‌های یک محصول یا خدمت خاص توضیح بدهید. یک بنر تبلیغاتی صرفا به نمایش نام این محصول بسنده می‌کند اما یک ویدئو به شما فرصت می‌دهد تمام زوایای محصول خود را به تصویر بکشید و کاری کنید که مخاطب تمام ویژگی‌های محصول را به طور کامل درک کند. در واقع شما نه تنها در مورد کالا حرف می‌زنید بلکه تمام ویژگی‌های منحصر به فردش را به طور ملموس به او نشان می‌دهید. اگر بخواهیم خیلی خلاصه بگوییم شما به جای آنکه از تماشایچاپن بخواهید محصول‌تان را بخرند، کاری می‌کنید آنها عاشق برندتان بشوند. شما در تبلیغات ویدئویی به راحتی می‌توانید پیام خود را به مخاطب منتقل کنید. در ویدئوی خود می‌توانید با تصاویر گیرا احساسات آنها را برانگیزید و کاری کنید با شما همزادپنداری کنند، کاری کنید که دقیقا مشکلی را که در پی حل آن هستند حس کنند و بعد محصول‌تان را مانند راه نجاتی در مقابل چشمان‌شان به تصویر بکشید، اینگونه می‌شود که تأثیر پیام تبلیغاتی به بیشترین حد خود خواهد رسید و مشتری را برای خرید ترغیب می‌کند. با تبلیغات ویدئویی نه تنها باعث رشد کسب و کارتان می‌شوید بلکه اثری ماندگار و هنری از خود به یادگار خواهید گذاشت. در کل فراموش نکنید که یک ویدئوی تبلیغاتی اثربخش می‌تواند کسب و کار شما را دگرگون کرده و از آن یک برند قدرتمند بسازد. به یاد داشته باشید، اگر در پی ایجاد یک تحول اساسی هستید هیچ راهی بهتر از سپردن تبلیغات‌تان به دست ویدئوها نخواهید یافت، به شرطی که بدانید این کار را چگونه باید انجام دهید!

مزیت دوم: قابلیت به اشتراک‌گذاری بالا

ویدئوها به طور طبیعی پتانسیل بالایی برای به اشتراک‌گذاری دارند. اگر یک ویدئو بتواند احساسات

همگان از طعم بی‌نظیر آن لذت ببرند. این حس دلنشین باید در تک تک لحظات یک ویدئوی تبلیغاتی وجود داشته باشد.

صدای باکیفیت و واضح، از دیگر عناصر حیاتی در یک ویدئوی تبلیغاتی است. هیچ چیز بدتر از این نیست که مخاطب تلاش کند تا صدای شما را بشنود و در نهایت، چیزی متوجه نشود! اطمینان حاصل کنید که صدای گوینده واضح و رسا است و موسیقی پس‌زمینه، مزاحمتی برای شنیدن صدای گوینده ایجاد نمی‌کند. هرگونه صدایی اضافی نظیر نویزها و ... به کلی باید حذف شود. این یک اصل اساسی در فیلمبرداری است که باید مورد توجه قرار بگیرد.

انتخاب موسیقی مناسب، باید با دقت و وسواس زیادی انجام شود. موسیقی باید با محتوای ویدئو، پیام تبلیغاتی و هویت برند شما همخوانی داشته باشد. اگر در این زمینه تخصص کافی را ندارید می‌توانید از افراد حرفه‌ای در زمینه موسیقی کمک بگیرید. گاهی لازم است برای ویدئوی تبلیغاتی خود یک موسیقی انحصاری و ویژه تولید کنید تا جذابیت آن را تا چند برابر افزایش دهید. هزینه کردن در این زمینه یک نوع سرمایه‌گذاری است که نتیجه‌اش را در طولانی مدت خواهید دید. سعی کنید از موسیقی‌های بدون کپی رایت استفاده کنید تا از مشکلات حقوقی احتمالی جلوگیری کنید. استفاده غیرقانونی از قطعات موسیقی دیگران تبعات بسیار زیادی به همراه دارد و حتی در صورت گزارش صاحب اثر، این احتمال وجود دارد که خسارت‌های بسیار زیادی بابت استفاده از موسیقی، بپردازید. به طور خلاصه انتخاب موسیقی باید براساس رعایت همه جوانب صورت گیرد و از تصمیم‌های عجولانه و نادرست در این زمینه، اکیدا خودداری شود.

پیام تبلیغاتی شفاف و مختصر: اقتصاد صرفه‌جویی!

هدف از ساخت یک ویدئوی تبلیغاتی، رساندن یک پیام مشخص به مخاطب است. پیام شما باید واضح، مختصر و قابل فهم باشد. از پیچیده‌گویی و ارائه اطلاعات زیاد خودداری کنید و تمرکز خود را بر روی انتقال یک پیام اصلی و کلیدی قرار دهید. پیام‌تان باید آنچنان گیرا و جذاب باشد که بعد از بارها دیدن ویدئو برای مخاطب تکراری نشود.

باید مشخص باشد که در ویدئو قصد دارید دقیقا چه چیزی را تبلیغ کنید. باید ارزش پیشنهادی شما در ویدئو کاملا شفاف باشد تا مخاطب بفهمد چرا باید محصول شما را بخرد. در واقع بیننده باید کاملا متوجه شود تماشای این ویدئو چه منفعتی برای او دارد. این پیام می‌تواند در قالب تصویری، کلامی و یا هر دو حالت بیان شود. خلاقیت شما در نوع انتقال این پیام است که تعیین می‌کند ویدئوی‌تان چقدر مورد توجه قرار بگیرد.

تصور کنید مشتری بعد از تماشای تبلیغ شما، از شما بپرسد «خب که چی؟». اگر پاسخ مناسبی برای این سوال نداشته باشید، یعنی در انتقال پیام تبلیغاتی خود ناموفق بوده‌اید. قبل از ساخت ویدئو با یک توفان فکری هدفمند مشخص کنید چه چیزی برای شما بیشتر اهمیت دارد، برجسته‌سازی نام برند یا تأکید روی مزیت یک محصول؟ این مسئله کمک می‌کند یک ساختار واحد برای تبلیغات‌تان ایجاد کنید و دقیقا روی یک موضوع خاص تمرکز کنید. اطمینان حاصل کنید که پیام اصلی ویدئو، در ثانیه‌های ابتدایی ویدئو به مخاطب منتقل می‌شود، زیرا بسیاری از مخاطبان، ویدئوها را به طور کامل تماشا نمی‌کنند. شما همان فرصت اندک را دارید و نباید به راحتی آن را از دست دهید. همواره تلاش کنید که پیام‌تان در یک زمان طلایی در ذهن مخاطب ثبت شده و تا مدت‌های زیادی آنجا باقی بماند. پس پیام‌رسانی در ویدئوی تبلیغاتی مقوله ساده‌ای نیست که بتوان به سادگی از آن عبور کرد. بلکه تمام داریای شما برای اثرگذاری روی ذهن مخاطب به حساب می‌آید.

معیار پنجج: انتخاب پلتفرم مناسب برای انتشار

بعد از تولید یک ویدئوی تبلیغاتی عالی، نوبت به انتشار آن می‌رسد، اما انتشار ویدئو در هر پلتفرمی، لزوما به معنای موفقیت آن نیست. انتخاب پلتفرم مناسب، نقشی کلیدی در دیده شدن ویدئو و رسیدن به مخاطبان هدف شما دارد. فرض کنید بهترین غذای دنیا را بپزید، اما آن را در یک سطل زباله بگذارید. به نظر‌تان کسی رغبت می‌کند آن را امتحان کند؟ مطمئنا خیر! این یعنی باید ارزش کاری که انجام داده‌اید را با انتخاب مسیر درست حفظ کنید. هر پلتفرم مخاطبان خاص خود را دارد و استراتژی‌های محتوایی متفاوتی را می‌طلبد. به عنوان مثال، ویدئویی که برای اینستاگرام ساخته می‌شود، باید کوتاه و جذاب باشد و در چند ثانیه اول توجه مخاطب را جلب کند. با این حال ویدئویی که برای یوتیوب ساخته می‌شود، می‌تواند طولانی‌تر باشد و اطلاعات بیشتری را به مخاطب ارائه دهد. بنابراین محتوای تولید شده باید به اندازه پلتفرمی که در آن ارائه می‌شود ارزشمند و قابل احترام باشد. در صورتی که بی‌گذار به آب بزنید و توجهی به سلاقی مخاطب نداشته باشید، فرصت‌های‌تان را یکی پس از دیگری از بین خواهید برد. همچنین باید به این نکته توجه کنید که فرمت ویدئویی مناسب برای هر پلتفرم نیز متفاوت است. برای مثال، ویدئوهای مربعی برای اینستاگرام مناسب‌تر هستند، در حالی که ویدئوهای افقی برای یوتیوب و آپارات مناسب‌تر هستند. ریزه کاری‌های بسیار زیادی در دنیای شبکه‌های اجتماعی وجود دارد که اطلاع از همه آنها می‌تواند به بازاربایی بهتر شما کمک زیادی بکند. اینطور نباشد که تمام پلتفرم‌ها را صرفا برای خودنمایی‌های تبلیغاتی به کار بگیرید. از تک تک امکاناتی که در هر پلتفرم وجود دارد برای بهبود نرخ تعامل و تعاملات هدفمند با کاربران استفاده کنید.

قبل از انتشار ویدئو، به خوبی تحقیق کنید و پلتفرم‌هایی را انتخاب کنید که مخاطبان هدف شما در آن حضور دارند. سپس، استراتژی محتوایی خود را بر اساس ویژگی‌های هر پلتفرم تنظیم کنید تا بیشترین بازدهی را داشته باشید. انتخاب پلتفرم درست برای تبلیغات در ویدئوی شما مانند انتخاب زمین مناسب برای کاشت است. هر چقدر هم بذر خوبی داشته باشید باید تلاش کنید یک زمینه مساعد برای رویش آن فراهم کنید تا هدر نرود.

منابع:

https://ads.google.com/intl/en_au/home/resources/articles/abcs-of-effective-video-ads
https://digitalmarketinginstitute.com/creative-fundamentals-of-1۰-blog/the-video
https://www.outbrain.com/blog/online-video-advertising-guide

که بسیاری از بازاربای‌های تازه کار با چالش‌هایی جدی رو به رو می‌شوند و اگر مسیر درستی برای این فرآیند پیدا نکنند، احتمالا تمام بودجه تبلیغاتی‌شان هدر خواهد رفت. سعی کنید در سناریو از عناصر داستان‌گویی جذاب مانند شخصیت‌پردازی، ایجاد گره و حل مسئله استفاده کنید تا مخاطب را تا انتهای ویدئو با خود همراه کنید.

همیشه یک پیام روشن و واضح برای ویدئوی خود در نظر بگیرید و مطمئن شوید که تمام بخش‌های ویدئو در راستای انتقال این پیام حرکت می‌کنند. در اکثر مواقع اگر پیام روشن نباشد، کاربران نمی‌توانند درکی از ویدئوی تبلیغاتی شما داشته باشند و حتی این احتمال وجود دارد که دید منفی نسبت به کسب و کار شما پیدا کنند. به علاوه، همیشه از خودتان بپرسید «چرا کسی باید این ویدئو را تماشا کند؟» و تلاش کنید در سناریو پاسخی قانع‌کننده برای این سوال ارائه دهید. باید آنها را سورپرایز



کنید یا احساسات‌شان را برانگیزید، خلاصه اینکه در این بازار شلوغ یک وجه تمایزی را برای تماشایچاپن رقم بزنید تا نام برندتان در خاطر مخاطبان‌تان ماندگار شود. به این ترتیب یک اسکلت بی‌نقص در اختیار خواهید داشت. از اینجا به بعد کافی است این اسکلت را به کمک عوامل دیگر، تکمیل و قدرتمندتر سازید.

کیفیت بصری بالا: مشتری با چشمش خرید می‌کند!
در دنیای امروز کیفیت بصری یک ویدئو نقشی اساسی در جذب مخاطب و ایجاد یک حس خوب در او ایفا می‌کند. ویدئویی که با تصاویر تار، نورپردازی نامناسب و کادربندی ضعیف ساخته شده باشد، نه تنها مخاطب را جذب نمی‌کند، بلکه باعث ایجاد حس منفی نسبت به برند شما نیز می‌شود. این یعنی بی‌گذار به آب زدن می‌تواند تبعاتی به مراتب بیشتر از صرف هزینه تولید، برای کسب و کارتان دیر داشته باشد.

به زبان ساده‌تر شما هرگز نمی‌توانید با یک فیلمبرداری عجولانه با موبایل، یک تبلیغ با کیفیت بسازید. هر چند امروزه موبایل‌های پیشرفته از قابلیت‌های بسیار خوبی برای فیلمبرداری برخوردارند، اما فیلمبرداری حرفه‌ای داستان دیگری دارد. نور و صدا باید به درستی تنظیم شده باشد، محل فیلمبرداری یک لوکیشن چشم نواز با دکوری جذاب باشد، لنز و تجهیزات و نرم‌افزارهای مورد استفاده به‌روز باشند. تمام اینها کمک می‌کند که مخاطب هنگام تماشای ویدئو تبلیغاتی، حس خوبی را تجربه کند و آن را تا مدت‌ها در ذهنش ماندگار سازد.

شما هرگز نباید کیفیت را فدای کمیت کنید و به بهانه تولید محتوای زیاد، از کیفیت تصاویر و فیلم‌های خود بکاهد. اگر می‌خواهید در این زمینه عملکرد فوق‌العاده‌ای داشته باشید، باید خود را در حد یک تیم فیلم‌سازی حرفه‌ای بالا بکشید. این مورد، به ویژه در مورد ویدئوهای تبلیغاتی که هدف‌شان جذب مخاطب و افزایش فروش است، از اهمیت بالایی برخوردار است. شما باید تمام سعی‌تان این باشد تا رضایت تماشایچاپن ویدئو را جلب کرده و اثری فراموش نشدنی از خود به جا بگذارید. برای اطمینان از کیفیت بالای ویدئو، از دوربین های حرفه‌ای با رزولوشن بالا استفاده کنید، نورپردازی مناسب را در نظر بگیرید و تدوین ویدئو را به یک متخصص بسپارید. تمام تلاش‌تان را برای بی‌نقص بودن به کار بگیرید و برای تولید هرچه بهتر این اثر هنری، از افراد حرفه‌ای در حوزه فیلمبرداری کمک بگیرید. اینطوری می‌توانید مطمئن باشید تا مدت‌های زیادی از بابت این فیلم آسوده خاطر خواهید بود و بارها و بارها از مزایای آن برای رونق کسب و کار‌تان بهره خواهید برد.

موسیقی و صداگذاری مناسب: تنها صدا می‌ماند
موسیقی و صداگذاری نقش بسیار مهمی در ایجاد حس و حال مناسب در ویدئو ایفا می‌کنند. موسیقی مناسب می‌تواند احساسات مخاطب را برانگیزد و پیام تبلیغاتی شما را به شکلی قوی‌تر و به یاد ماندنی‌تر منتقل کند. یک موسیقی عالی مثل چاشنی خوش طعم به غذاست. می‌تواند اثریخوشی غذا را چند برابر کند و سبب شود