روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۲۳ خرداد ۱۴۰۰

Sun.13 jun 2021
۲ ذوالقعده ۱۴۴۲ - سال هفتم
شماره ۱۷۹۸
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

کرونا چگونه چهره شهرها را متحول کرد؟

شهرهای زیست‌پذیر ۲۰۲۱

فرصت امروز: شهرها مراکز کرونا هستند، همان‌طور که در طول تاریخ مرکز بزرگترین طاعون‌ها بوده‌اند. ویروس کرونا از شهر ووهان در چین به دیگر شهرهای جهان گسترش یافت و بیشتر از همه در شهرها قربانی گرفت. اکثر ما در دوره شیوع کرونا در خانه‌ها پناه گرفتیم و با تماشای خیابان‌های خالی درباره زندگی شهری پس از کرونا گمانه‌زنی کردیم؛ اینکه کرونا چطور...

۲

یادداشت

با پایان کرونا، گشایش اقتصادی رخ می‌دهد؟

سعید اشتیاقی
عضو اتاق بازرگانی تهران

اقتصاد ایران اگرچه سهم کمتر از یک درصدی از اقتصاد دنیا دارد، اما بی‌تاثیر از تحولات جهانی نیست. در همان روزهای نخست انتشار اخبار شروع واکسیناسیون کرونا، تاثیرات مثبت آن را در اقتصاد جهان می‌توان دید؛ افزایش تقاضای جهانی نفت و رشد دیگر بازارهای مالی. براساس جدیدترین پیش‌بینی‌ها، بازگشت اقتصاد جهان از وضعیت فعلی ناشی از ویروس کرونا به حالت عادی و یا رشد نسبت به قبل، تندتر از میزان انتظار است که بخشی از آن به نحوه عرضه و عملکرد واکسن‌های موفق بستگی دارد. سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD) مستقر در پاریس، پیش‌بینی‌هایش برای رشد تولید ناخالص داخلی جهان را در سال جاری به ۵,۵ درصد و سال آینده (۲۰۲۲) به ۴ درصد افزایش داد، در حالی که این ارقام در ماه دسامبر به ترتیب ۴,۲ درصد و ۳,۷ درصد پیش‌بینی شده بود. اگرچه اقتصاد ایران قبل از همه‌گیری کرونا به‌دلیل عوامل خارجی...

۳

وعده‌های نامزدهای ریاست‌جمهوری سیزدهم بار تورمی دارد

بورس روی خط انتخابات

فرصت امروز: در حالی ۵ روز تا برگزاری انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم باقی است که اقتصاد به گفتمان اصلی نامزدهای ریاست جمهوری بدل شده و بورس به عنوان یکی از مباحث کلیدی کاندیداها حسابی خبرساز شده است. کاندیداها در حالی تلاش می‌کنند با ارائه دیدگاه‌های‌شان در این زمینه، سبد رأی بیشتری جمع‌آوری کنند که بورس به دلیل تلاطم‌های چند ماه گذشته و اینکه چند میلیون سهامدار دارد، به یکی از گلوگاه‌های حساس اقتصاد ایران بدل شده و در نتیجه نامزدها می‌کوشند با سر دادن وعده‌های جذاب در این بخش...

۳

قیمت خودرو با لحاظ بهای تمام‌شده تولید واقعی می‌شود

۵

شاخص بورس ۶ هزار واحد و شاخص فرابورس ۲۴ هزار واحد افت کرد

افت دسته‌جمعی در بازار سهام

۴

مدیریت و کسب‌وکار

اشتباهات بازاریاب‌های دیجیتال در تحلیل داده

بازاریاب‌های حرفه‌ای هم ممکن است مرتکب خطا شوند. برخی از کارشناس‌ها و بازاریاب‌های تازه‌کار نسبت به بروز اشتباه از سوی بازاریاب‌های حرفه‌ای شک و تردید دارند. ماهیت دنیای کسب و کار همیشه همراه با اشتباه و حتی شکست است. اگر شما شکست یا اشتباه از سوی بازاریاب‌های بزرگ را امری غیرممکن تلقی می‌کنید، سخت در اشتباه هستید. مهمترین نکته در مورد بازاریاب‌های باتجربه نرخ بسیار کمتر اشتباه‌شان است. بازاریابی دیجیتال در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی داشته است. بسیاری از مردم کمپین‌های بازاریابی دیجیتال را به طور مداوم پیگیری می‌کنند. این امر اگرچه موقعیت بسیار مطلوبی برای بازاریاب‌ها به ارمغان آورده است، اما مسئولیت‌شان را نیز به طور مداوم افزایش داده است. اگر شما در چنین وضعیتی نسبت به تولید محتوای...

۸

کسب و کارها چگونه با سبک جدید زندگی همگام می‌شوند؟

آمادگی کسب و کارها برای جامعه آینده

فرصت امروز: بسیاری از تغییرات اجتماعی که پیش از شیوع کرونا وجود داشت، در یک سال گذشته سرعت گرفته است. مشتریان انتظار شفافیت بیشتری در مورد مبدأ و منشأ کالاها دارند و شهروندان منتظر گذرنامه سلامت دیجیتال خود هستند تا دوباره سفر کنند. شهرنشین‌ها به دنبال محله‌ای هوشمندتر و پایدارتر به لحاظ زیست محیطی هستند تا بتوانند با دوچرخه و اسکوترهای برقی در آن پیمایش کنند. این باور وجود دارد که این تغییرات نوظهور در سبک زندگی، فرصت‌های کسب وکار جدیدی را خلق می‌کند که در استراتژی‌های پیش از بحران قابل دستیابی نبود. از این رو بنگاه‌ها باید خود را برای جامعه آینده آماده کنند.

در یک نظرسنجی که از سوی موسسه «Accenture» از ۱۵۰۰ مدیر اجرایی در ۲۱ کشور و ۱۰ صنعت انجام شده، مشخص شده که شکاف گسترده‌ای بین شناخت فرصت و داشتن آمادگی برای استفاده از آن وجود دارد. تقریبا دو سوم مدیران ارشد اجرایی انتظار دارند که این تغییرات در سبک زندگی طی پنج سال آینده به هنجار جدید تبدیل شود. با این اوصاف، ۶۰ درصد آنها اعتراف می‌کنند که بنگاه‌های‌شان هنوز آمادگی لازم برای پاسخگویی به نیازهای در حال تکامل افراد را ندارد. در این نظرسنجی، گروه کوچکی (۱۶۲ بنگاه) وجود دارند که در برداشتن گام‌های جسورانه و استقبال از تغییرات جلوتر از بقیه هستند. به این بنگاه‌ها، پیشگامان (Forerunners) گفته می‌شود. این پیشگامان، سهم کوچکی (۱۱ درصد از بنگاه‌های مورد مطالعه) از جامعه را تشکیل می‌دهند و این بدان معناست که از هر ۱۰ بنگاه، ۹ بنگاه نیاز به کسب سریع آمادگی دارند تا از بنگاه‌های پیشگام عقب نمانند.

تغییر کسب و کارها به موازات تغییر جوامع

کدام ویژگی‌ها، جامعه سال ۲۰۳۰ را تعریف می‌کند؟ اکثریت قریب به اتفاق مدیران حاضر در این نظرسنجی، مشخصات جامعه آینده را توسط عوامل؛ هوشمندی و نبوغ انسان، بهبود زیست محیطی، استفاده از فناوری برای ایجاد هوشمندی و رفاه جمعی تعریف می‌کنند. علاوه بر این، دیدگاه‌های مدیران در مورد روند زندگی افراد که پیش‌بینی می‌شود در آینده ظهور کند نیز بررسی شده است. کما اینکه ۶۴ درصد از مدیران انتظار دارند که سبک‌های جدید زندگی طی پنج سال آینده ظهور کند. به طور کلی، پیشگامان (۱۶۲ بنگاه پیشگام آماده برای جامعه آینده) انتظار دارند که تحت تأثیر بسیاری از شیوه‌های زندگی که در حال ظهور است، قرار بگیرند. از این رو، اضطرار بالاتری را در این مورد تشخیص داده و با برداشتن گام‌های جسورانه در راستای رفع این تغییرات قدم برمی‌دارند. برای اینکه بنگاه‌ها طی دهه آینده پیشرفت کنند، نه تنها باید تغییراتی را که در حال رخ دادن است تشخیص دهند، بلکه باید استراتژی‌های رشد خود را به روش‌های جسورانه تغییر دهند. در حال حاضر تعداد کمی از بنگاه‌ها این کار را انجام می‌دهند. پیشگامان دریافته‌اند که بیشتر تغییرات نوظهور در سبک زندگی، چه برای آنها آمادگی داشته باشند و چه نداشته باشند، بر کسب و کار آنها تاثیر خواهد گذاشت. از این رو، تلاش خود را برای مقابله با چالش‌های جامعه در حال تغییر سرعت داده‌اند. پیشگامان برای کسب آمادگی برای جامعه آینده، ۴ توصیه دارند: «استعدادهای تطبیق‌پذیر را هدف قرار دهید»، «راه حل‌های پایدار ایجاد کنید»، «در مراقبت از انسان، سرمایه‌گذاری کنید» و «از فناوری، مسئولانه استفاده کنید».

استعدادهای تطبیق‌پذیر را هدف قرار دهید

مطالعات نشان می‌دهد مدیران اجرایی انتظار دارند به طور متوسط، انجام ۱۵ درصد از مشاغل به صورت تماما خودکار و ۲۹ درصد مشاغل توسط هوش مصنوعی تقویت شوند. این امر بنگاه‌ها را ملزم می‌کند که در قابلیت‌های بنیادی جدید (مانند داده، تحلیل و هوش مصنوعی) سرمایه‌گذاری کنند و همچنین نیروی کار خود را برای فعالیت و موفقیت در آینده‌ای متفاوت آماده کنند، اما آیا جامعه خود را برای این سفر آماده می‌کند؟ پاسخ تنها تعداد کمی از آنهاست. به عبارت دیگر، مدیران انتظار دارند تقریبا یک سوم مشاغل در پنج سال آینده توسط هوش مصنوعی انجام شود. پیشگامان علاوه بر ارتقای مهارت نیروهای خود، زمینه را برای تقویت هوش مصنوعی در پنج سال آینده نیز فراهم می‌کنند: استخدام رهبران جدید در موقعیت‌های ابزاری، استفاده از شرکای با استعداد برای استفاده از مهارت‌های خاص و سرمایه‌گذاری زودهنگام در مهارت‌های STEM (علم، فناوری، مهندسی و ریاضیات) و مهارت‌های HESS (علوم انسانی، آموزش و علوم اجتماعی).

سعی کنید راه حل‌های پایدار ایجاد کنید

با افزایش نگرانی‌های زیست محیطی، مدیران، سیگنال‌هایی مبنی بر تعهد برای تغییر نشان داده‌اند. اکنون بسیاری نه تنها به دلیل فشارهای خارجی، بلکه به دلیل پتانسیل‌های تجاری از حرف زدن به عمل کردن روی آورده‌اند. در میان ۱۲ کشوری که بررسی شده، ۳۵ درصد بنگاه‌ها تبدیل شدن به یک کسب وکار پایدار زیست محیطی را مهمترین موضوع تمرکز طی پنج سال آینده دانسته‌اند. کسب وکارهای مشغول در صنایعی که همیشه سرمایه‌های طبیعی خود را با دقت مدیریت نمی‌کردند، مانند حمل و نقل و انرژی، به دنبال راه حل‌هایی برای متوقف کردن یا حداقل کاهش تخریب زیست محیطی هستند. در نتیجه بیش از یک سوم مدیران گفته‌اند که ثبات مهمترین تمرکز کسب وکار آنها در پنج سال آینده خواهد بود.

در مراقبت‌های انسانی سرمایه‌گذاری کنید

همه‌گیری، سلامت و رفاه را به تمام بخش‌های مصرف‌کننده منتقل کرده است. زمانی که نوبت به ارائه پیشنهادات جدید برای افراد و جوامع می‌رسد، این فرصت تنها به بخش مراقبت‌های بهداشتی محدود نمی‌شود. برخی از بنگاه‌ها در بخش‌های گسترده‌ای مانند خدمات مالی و کالاهای مصرفی از فرصت‌های رفاه انسانی استفاده کرده‌اند. به عنوان مثال، در صنعت غذایی، محبوبیت روزافزون رژیم‌های گیاهی منجر به رشد فوق‌العاده بازار جهانی جایگزین‌های گوشت شده است. بدین ترتیب، پیشگامان به فرصت‌های مربوط به بهبود مراقبت‌های بهداشتی پیشگیرانه و رفاه فردی جذب می‌شوند. از سوی دیگر، تسلط بر نوآوری که رفاه را افزایش دهد، آسان نیست. پیشگامان به دو روش، خود را از سایر بنگاه‌ها متمایز کرده‌اند: نخست، برای پیشگیری بیماری‌ها، بیشتر از همتایان خود فکر می‌کنند، نه اینکه فقط به دنبال توسعه درمان‌ها باشند. با کمک فناوری‌های پیشرفته، ۸۳ درصد از پیشگامان در نظر دارند سرمایه‌گذاری خود را در زمینه تشخیص زودرس بیماری و خدمات بهزیستی شخصی انجام دهند. دوم، ایجاد مدل‌های کسب وکار جدید که به طور خاص برای پاسخگویی به تقاضاهای جدید بازار طراحی شده‌اند. به عنوان مثال، ۴۹ درصد از پیشگامان در مقایسه با ۲۹ درصد دیگر، قصد دارند مدل‌های جدید کسب و کار را برای استفاده از فرصت‌های آینده مربوط به رفاه فردی راه‌اندازی کنند.

از فناوری، مسئولانه استفاده کنید

فناوری در پنج سال آینده همچنان نقش مهمی در تسریع توسعه مدل‌های کسب و کار جدید ایفا خواهد کرد. آن دسته از بنگاه‌هایی که متعهد می‌شوند از فناوری برای ایمن و هوشمندتر ساختن محصولات و خدمات استفاده کنند، موقعیت بهتری برای جامعه آینده خواهند داشت. رایانش ابری، حسگرهای هوشمند، تجزیه و تحلیل پیشرفته و هوش مصنوعی همچنان به زنجیره‌های ارزش تزریق می‌شوند، اما بزرگترین تحول، چگونگی استقبال بنگاه‌ها از استفاده منصفانه و اخلاقی از فناوری خواهد بود. فناوری ممکن است از رهبران کسب و کارها بخواهد تصمیم‌های دشواری در مورد پایان دادن به استفاده از برخی سرویس‌هایی که مطابق با استانداردهای بالای مصرف‌کننده نیستند، بگیرند. چنانکه بنگاه «سونی» متعهد شده به دلیل تهدید اخلاقی، شروع به غربالگری تمام محصولات مبتنی بر هوش مصنوعی خود کند. (به عنوان مثال، سگ رباتیک Aibo). این بنگاه معیارهای اخلاقی هوش مصنوعی مانند حفاظت از حریم خصوصی را در فرآیند کنترل کیفیت خود گنجانده و آماده اصلاح یا حذف هرگونه پیشرفتی است که از نظر اخلاقی دارای نقص باشد. پیشگامان در تمرکز بر محافظت از دارایی‌های دیجیتال (داده‌های مشتریان و کارکنان) و ساخت عملیات پیشرفته‌تر و هوشمندتر، از همتایان خود جلوتر هستند. اکثر مدیران، فرصتی را برای توسعه خدمات مجهز به فناوری برای پاسخگویی به تقاضای آینده می‌بینند. انتظار می‌رود در پنج سال آینده فرصت‌های جدید در زمینه امنیت سایبری، تجارت دیجیتال و دسترسی دیجیتالی به خدمات مالی و بهداشتی افزایش یابد.

در آخرین مناظره تلویزیونی نامزدها چه گذشت؟

۵ روز تا انتخابات سیزدهم

فرصت امروز: پنج روز تا سیزدهمین انتخابات ریاست جمهوری باقی است و عصر دیروز سومین و آخرین مناظره تلویزیونی نامزدها با موضوع «دغدغه‌های مردم» برگزار شد. در حالی که تا پیش از برگزاری مناظره سوم، آخرین برآوردها از میزان مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری ۴۱ درصد محاسبه شده، باید به انتظار موج بعدی نظرسنجی ایسپا نشست و دید مناظره پایانی نامزدها چه بازخوردی در افکار عمومی خواهد داشت. نظرسنجی پیشین ایسپا (موج دهم نظرسنجی) نشان داد که ۳۷ درصد از پاسخگویان مناظره دوم نامزدها را تماشا کرده و ۶۳ درصد آن را ندیده‌اند. در مناظره نخست نیز ۳۰,۷ درصد از پاسخگویان مناظره اول را دیده و ۶۹,۳ درصد آن را ندیده بودند. در حالی که برآورد میزان مشارکت شهروندان در انتخابات پس از مشاهده مناظره اول ۳۸ درصد بود، این میزان در مناظره دوم به ۴۱ درصد افزایش یافت و حالا باید دید مناظره سوم چه تاثیری در مشارکت انتخاباتی داشته است.

در نظرسنجی پیشین ایسپا همچنین میزان رأی‌آوری هفت نامزد ریاست جمهوری برآورد شد و ابراهیم رئیسی حائز بیشترین رأی تا مناظره دوم انتخاباتی در بین پاسخ‌دهندگان شناخته شد. آنطور که ایسپا گزارش داده، از بین افرادی که در انتخابات مشارکت می‌کنند و نامزد موردنظرشان را انتخاب کرده‌اند، ۶۵,۸ درصد ابراهیم رئیسی، ۶,۹ درصد محسن رضایی، ۳,۴ درصد سعید جلیلی، ۲,۸ درصد عبدالناصر همتی، ۲,۸ درصد امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی، ۲ درصد علیرضا زاکانی و ۰,۷ درصد محسن مهرعلیزاده را انتخاب کردند. ۱۵,۶ درصد هم به این سوال پاسخ ندادند.

اما در سومین و آخرین مناظره نامزدها، امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی از واگذاری دولت به مردم سخن گفت؛ محسن رضایی از دولتی پاسخگو و مسئولیت‌پذیر صحبت کرد؛ ابراهیم رئیسی به تحول ساختاری در نظام بانکی اشاره کرد؛ علیرضا زاکانی از جهش تولید و مقرراتزدایی خبر داد؛ سعید جلیلی از ضرورت برنامه برای حل دغدغه‌های مردم گفت؛ عبدالناصر همتی سرمایه‌گذاری را بدون رشد اقتصادی بی‌معنا دانست و محسن مهرعلیزاده گفت که باید نگاه‌های ارباب و رعیت از بین برود.

ابتدا امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی در نخستین بخش از مناظره سوم با نشان دادن چند نمودار در موضوع نحوه توزیع منابع در کشور، درآمدها و بیکاری گفت: شاهد افزایش نرخ بیکاری در سراسر کشور هستیم، از سویی اشتغال در بخش تولید در حال کاهش و در بخش خدمات کارمندی در حال افزایش است. همچنین شاهد یک عدم توازن در بخش آموزش و مسکن هستیم. با اینکه افزایش تولید مسکن را داشتیم اما این محدود به چند استان بوده و باعث شده یک مهاجرت سراسری اتفاق بیفتد و در نتیجه ترکیب جمعیتی تغییر کند. او روحانی را به مناظره دعوت کرد و افزود: پیش‌بینی کردیم که دولت را به مردم واگذار کنیم در این راستا اختیارات اجرایی به فرمانداران، بودجه‌های تجمیع شده برای فرمانداری‌ها و اختیار عزل و نصب مدیران برای مردم را پیش‌بینی کردیم.

محسن رضایی نیز در ترسیم دولت خود گفت: ۵۰سال است که گرانی و بیکاری و کاهش ارزش پول ملی داریم و رشد اقتصادی کشور معیوب است، چرا این مسائل حل نمی‌شود؟ نیاز به دو جراحی بزرگ در کشور است، اول اصلاح از درون قدرت در قوانین و رفتارها و حکمرانی باید انجام شود. مسئله دوم معماری نوین اقتصاد ایران است در غیر این صورت برای گرانی و نرخ بالای تورم هرچه پیشنهاد دهید بی‌فایده است. برنامه دولت ما این است که اولا با به کارگیری همه اقوام ایرانی و شایستگان اصولگرا و اصلاح‌طلبان، بانوان و ظرفیتهایی مثل اهل تسنن و اقلیت‌ها دوباره حرکتی مثل بسیج در دفاع مقدس و انقلاب درست کنیم و همه دولتی پاسخگو و مسئولیت‌پذیر را ایجاد کنیم.

ابراهیم رئیسی هم با بیان اینکه یکی از مشکلات مردم مسئله فساد است و ما در دستگاه قضایی با مفسد برخورد کردیم، اما برخورد با فساد در دولت است، گفت: شفافیت مهم است و اگر شفافیت اجرا شود زمین‌خواری و قاچاق کالا و فرارهای مالیاتی کنترل می‌شود. در تحول ساختاری باید تحول در نظام بانکی صورت گیرد. باید اصلاح نظام مالیاتی صورت گیرد و ایجاد سامانه هوشمند برنامه‌ای جدی است. کاهش مالیات از ۲۵ به ۱۰ درصد قابل انجام است.

او بانک‌ها را یکی از موانع تولید دانست و افزود: معوقات بانکی باید به طور جدی پیگیری شود و روندهای بانکی اصلاح شود. تورم ۳۲۰ درصدی در هشت سال اصلا قابل قبول نیست. مردم این وضعیت را چگونه تحمل کنند؟ تورم باید به سمت یک رقمی شدن حرکت کند.

علیرضا زاکانی نیز با بیان اینکه ام‌المصائب کشور گرانی و تورم به ویژه در حوزه خوراک و پوشاک است که مردم را بیچاره کرده، گفت: تورم در سال ۱۳۹۰، ۱۹ درصد و در سال ۱۳۹۹، ۳۹ درصد بود که تورم نقطه به نقطه ۵۲درصد است. این فاجعه را دولت آقای روحانی درست کرده است. اساس کار دولت این بوده که از جیب مردم خود را اداره کرده و با تورم ارتزاق کند. دولت اقدام و اصلاح در کوتاه مدت با کنترل نرخ ارز و بهره بانکی و در میان مدت با اصلاح ساختار بودجه و اصلاح ناترازی بانکی در سال دوم کاری‌اش سقف تورم موجود را به نصف می‌رساند.

زاکانی درباره برنامه‌اش درباره رکود اقتصادی نیز گفت: جهش تولید و تسهیل در صدور مجوز و مقررات‌زدایی را در دستور کار دارم. در حوزه شفافیت و مقابله با رانت‌خواری هم به سمت تمرکززدایی و هویت دادن به شهرستان‌ها می‌روم. برای ۴۵۱ شهرستان برنامه دارم تا آنها را از تمرکزایی درآورم وعده می‌دهم تا پایان سال اول دولت اقدام و اصلاح دولت الکترونیک مستقر می‌شود. همچنین سعید جلیلی در ابتدای مناظره سوم درباره برنامه‌های دولت خود برای رفع دغدغه‌های مردم گفت: دغدغه مردم این است که چرا این موضوعات حل نمی‌شود. چرا این مسائل و مشکلات که شناخته شده است، حل نمی‌شود، این دغدغه مردم است. متوسط نرخ تورم در دنیا ۲.۵ درصد است و بیش از ۱۰۰کشور تورم را زیر ۵ درصد آوردند. چرا در ایران تورم حل نشده است. گفته می‌شود زمین، مصالح و نیروی انسانی داریم، اما چرا مشکل مسکن حل نمی‌شود؟ سوال مردم این است چرا دولت‌ها عقب هستند. کشوری با این همه ظرفیت می‌تواند جهش پیدا کند ولی سوال این است چرا ابتدایی‌ترین مسائل را حل نمی‌کنید. دولت می‌گوید تورم را سه سال کنترل کردیم، ولی چرا نگرانی وجود دارد که تورم سال آینده چقدر می‌شود. سال بعد هم فنر تورم در می‌رود و گرانی می‌شود. مردم می‌گویند چرا مسائل دیگری به جای این دغدغه‌ها مطرح می‌شود؟

ادامه در صفحه ۸

نگـــاه

دنیای خالی از کربن چقدر دست‌یافتنی است؟

سیاه و سپید سرمایه‌گذاری سبز

روند احیای اقتصاد جهانی در حالی سـرعت گرفته است که افزایش قیمت کالا بـر همه‌چیـز، از تهیه یک چیپس تایوانی گرفتـه تا هزینه یک صبحانه فرانسـوی اثر گذاشته است؛ در نتیجه به نظر می‌رسد که مشکلات مربوط به عرضه از فلزات کمیاب تا محدودیت‌ها برای مزارع کشاورزی بسیار قابل توجه است، چراکه رونق را از انرژی‌های سبز و پاک می‌گیرد.

به گزارش اکونومیسـت، اگرچه سرمایه‌گذاری سـبز در حال رشد و رونق اسـت، اما مشکلات عرضه روی این رونق سـایه انداخته است. این مشکلات گرچه موقتی هستند، اما بیم آن می‌رود که با تکرار آنها در سال‌های متمادی، حرکت نوپای اسـتفاده از انرژی‌های پاک و سبز به خطر بیفتد. در این میان، دولت‌ها باید به سیگنال‌های بازار پاسخ دهند و بستر رونق عظیم سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی را در دهه آینده تسهیل کنند و ظرفیت‌ها را افزایش دهند. اگر این اتفاق رخ ندهد، دولت‌ها شـانس کمی برای عملیاتی کردن وعده‌های خود برای رسیدن به جهانی عاری از کربن دارند.

دهه‌هاست که دانشمندان و فعالان در باب مسائل اقلیمی نگران هستند و به تازگی نشانه‌هایی از تعهد بیشتر از سوی سیاستمداران نیز به چشم می‌خورد. کشـورهایی که بیش از ۷۰درصد از تولید ناخالص جهان و گازهای گلخانه‌ای را تولید می‌کنند، هدف خود را برای رسـیدن به جهان عاری از کربن تا سال ۲۰۵۰ بنـا کرده‌انـد که این امر، تغییری عظیم در نگرش به کسـب‌وکارها و تجارت اسـت. سرمایه‌گذاران خواستار آنند که شـرکت‌ها روند خود را تغییر دهند و این امر از این واقعیت نشـأت می‌گیرد که فناوری‌های پاک از منظر هزینه، رقابت‌پذیری بیشتری دارند. غول‌های عصر سوخت‌های فسیلی همچون فولکس‌واگن و اکسون‌موبیل چاره‌ای جز تغییر برنامه سرمایه‌گذاری‌های خود ندارند. این در حالی است که پیشگامان انرژی‌های پاک به سرعت در حال تامین هزینه‌های خود هسـتند. کمپانی انرژی بادی اورستد بنا دارد که سرمایه‌های خود را ۳۰درصد افزایش دهد. کمپانی تسلا که سازنده ماشین‌های الکترونیکی است سرمایه خود را ۶۲درصد بالا برده است. در همین راستا، در سه ماه اول سال ۲۰۲۱ مبلغ ۱۷۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری سبز انجام شده است.

تغییر ناگهانی در نحوه تخصیص منابع سـبب اعمال فشـار برای تقاضای مواد اولیه می‌شـود. بنا بر محاسبات اکونومیست، قیمت یک سبد ۵ قلمی از مواد اولیه برای اتومبیل‌های الکترونیکی و توربین‌های برقی در سال گذشته، افزایشی ۱۳۹ درصدی داشته است. مافیای الوار چوب در جنگل‌های اکوادور پرسه می‌زنند تا چوب‌های به‌کار رفته در پره توربین‌های بادی را پیدا و سرقت کنند. این کمبودها شـامل امور مالی نیز می‌شود. انبوهی از ثروت در اختیار تعداد محدودی از شرکت‌های انرژی‌های تجدیدپذیر است که این امر می‌تواند بـه ایجاد حباب در بـازار دامن زند. اگرچه همچنـان وزن صنعت انرژی‌های تجدیدپذیر در شـاخص‌های قیمتی مصرف‌کننده ناچیز اسـت، اما برخی از سـرمایه‌گذاران نگران هسـتند که این کمبود عرضه طی چند سال به تورم دامن بزند.

البتـه آنچه به این نگرانی دامن می‌زند، آن اسـت که این کشـش بیش از حـد عرضه حتی در صورتی که انتقال انرژی به سـوی انـرژی پاک کمتر از ۱۰درصد باشد نیز رخ می‌دهد. گرچه برخی از فناوری‌های لازم برای استفاده از انرژی‌های پاک همچنان به طور وسیع در دسترس نیستند، اما دهه ۲۰۲۰ میلادی دهه نزاع برای تاسیس و استفاده از این فناوری‌ها و در نتیجه افزایش سرمایه‌گذاری برای آن خواهد بود. برای ثابت‌قدم ماندن در جهت آینده خالی از کربن، باید تا سـال ۲۰۳۰ تولید سالانه وسـایل نقلیه الکترونیک ۱۰برابر بیشتر از سال گذشته میلادی باشد و تعداد ایستگاه‌های شارژ کنار جاده ۳۱ برابر بیشتر شـود. همچنین تعداد پایه‌های نصب شده برای تولید انرژی‌های تجدیدپذیر باید افزایش سه‌برابری پیدا کند. شرکت‌های معدنی جهانی ممکن است که تولید سالانه مواد معدنی حیاتی را به میزان ۵۰۰ درصد افزایش دهند و به احتمال زیاد بالغ بر ۲درصد از خاک ایالات متحده پوشیده از توربین‌ها و صفحات خورشیدی شود.

همه این تحولات به سـرمایه‌گذاری گسـترده نیازمند است؛ سرمایه‌ای در حدود ۳۵تریلیون دلار برای یک دهه آینده که معادل یک سوم از دارایی‌های کنونی صنعت مدیریت سرمایه‌گذاری است. سیستمی که بهترین امکانات را برای تحقق این هدف دارد، شبکه‌ای از زنجیره‌های تامین فرامرزی و بازارهای سـرمایه‌ای اسـت که از دهه ۹۰ میلادی انقلابی در جهان به پا کرد. گرچه این سیسـتم نیز کمترین میزان هزینـه را دارد اما تنها قادر اسـت نیمی از سـرمایه‌گذاری موردنیاز در انرژی را تامین کند و این سیستم به سوی تعداد کمی از کشورهای ثروتمند و چین متمایل است. به عنوان مثال، به‌رغم افزایش قیمت فلزات، شرکت‌های معدنی نسبت به افزایش عرضه احتیاط می‌کنند.

دلیل اصلی سـرازیر نشدن سـرمایه به این سـو، زمان زیاد موردنیاز برای تایید پروژه‌ها، ریسـک بالا و ابهام در بازدهی این دست سرمایه‌گذاری‌هاست. دولت‌ها نیز با تبدیل سیاسـت‌های اقلیمی به ابزاری برای رسـیدن به سـایر اهداف سیاسـی خود، شرایط را دشوارتر ساختند. اتحادیه اروپا مایل است که استقلالی استراتژیک در تامین باتری‌ها داشته باشد و برنامه‌های سبز، بخشی از بودجه‌های این اتحادیه را به سوی مناطق محروم روانه کرده است. چین نیز در برنامه پنج ساله بعدی خود، محدودیت‌های داخلی را برای قیمت کالاها در نظر گرفته اسـت. به همین ترتیب طرح سبز جو بایدن، رئیس‌جمهور ایالات متحده نیز سبب به خطر انداختن مشاغل صنفی و تولیدکنندگان محلی شده اسـت. چنین ترکیبی از اهداف تار و مبهم، سرمایه‌گذاری را با مشکل روبه‌رو کرده است.

دولت‌ها در این مسـیر باید سرسخت‌تر باشـند، چراکه نقشی حیاتی برای حمایت از ساخت زیرساخت‌های کلیدی مانند خطوط انتقال و تحقیق و توسعه دارنـد، اما اولویت اصلی کاتالیز کردن افزایش سـرمایه‌گذاری خصوصی از دو طریق است. نخستین راه حل در این راستا، تسهیل قوانین برنامه‌ریزی است. به طور معمول، حدود ۱۶ سال زمان لازم است تا پروژه‌های معدنکاری جهانی تایید شوند و بیش از یک دهه نیاز است که پروژه‌های بادی در ایالات متحده مجوز بگیرند؛ این یکی از دلایلی است که ظرفیت بادی ایالات متحده آمریکا، کمتر از یک درصد اروپاست. تصمیم‌گیری متمرکز به سرعت نیاز دارد، چراکه کندی آن سبب ناامیدی متخصصان محلی و محافظه‌کاران می‌شود.

راه حل دوم آنکه دولت‌ها می‌توانند به شـرکت‌ها و سـرمایه‌گذاران کمک کنند تا از پس خطرات احتمالی پیش رو برآیند. دولت‌ها می‌توانند در برخی از بخش‌هـا برای شـرکت‌ها اطمینان ایجاد کنند همچـون تضمین حداقل قیمت برای تولید بـرق. دولت‌های غربی نیز موظفند که از تامین مالی برای سـرمایه‌گذاری در کشـورهای فقیر حمایـت کنند. نکته اصلـی اما معرفی قیمت‌های کربن است که سیگنال‌های بازار را برای میلیون‌ها تصمیم تجاری روشـن می‌کند و دیـدی بلندمدت به کارآفرینان و سـرمایه‌گذاران می‌دهد. امروزه تنها ۲۲درصد از گازهای گلخانه‌ای منتشر شده در جهان تحت پوشش طرح‌های قیمت‌گذاری است که این طرح‌ها نیز به هم پیوسته نیستند. نشانه‌ها خبر از آن می‌دهند که در نهایت کربن‌زدایی از یک ایده نظری به یک واقعیت بدل می‌شود و یک فشار قوی نیاز است تا این انقلاب رخ دهد.

کرونا چگونه چهره شهرها را متحول کرد؟

شهرهای زیست‌پذیر ۲۰۲۱

فرصت امروز: شـهرها مراکز کرونا هستند، همان‌طور که در طول تاریخ مرکـز بزرگترین طاعون‌ها بوده‌اند. ویروس کرونا از شـهر ووهان در چین به دیگر شهرهای جهان گسترش یافت و بیشتر از همه در شهرها قربانی گرفت. اکثر ما در دوره شـیوع کرونا در خانه‌ها پناه گرفتیم و با تماشـای خیابان‌های خالی درباره زندگی شـهری پـس از کرونا گمانه‌زنی کردیم؛ اینکه کرونا چطور چهره شهرها را متحول می‌کند؟ آیا رستوران‌ها بحران کرونا را تاب می‌آورند و مشـاغل خدماتی مجددا احیا می‌شوند؟ آیا مردم مثل گذشـته از طریق متروهای شـلوغ، سفرهای شـهری خود را انجام می‌دهند؟ آیا ما اصلا نیازمند آسمان‌خراش‌ها و برج‌های اداری چند طبقه هسـتیم، وقتی همه کارمندان از طریـق ویدئوکنفرانس با هم در ارتباط هستند و کارهای‌شان را از طریق دورکاری انجام می‌دهند؟

بیشتر از یک سال است که کرونا چهره شهرها و سبک زندگی آدمی را عوض کرده و تقریبا هیچ مفهوم و شاخصی نیست که معادلات آن با شیوع کرونا تغییر نکرده باشد. از جمله این شاخص‌ها، کیفیت زندگی در شهرها و به تعبیر علمی آن، شاخص زیست‌پذیری شهری است که هر ساله توسط واحد اطلاعات اکونومیست منتشر می‌شود و شهرهای با بیشترین قابلیت زندگی را معرفی می‌کند. در رتبه‌بندی امسال اکونومیست، رتبه بسیاری از شهرها به واسطه عملکرد متفاوت‌شان در بحران کرونا تغییر کرده است.

شیوع کرونا و تغییر سبک زندگی شهری

در تازه‌ترین گزارش شهرهای دارای بیشترین قابلیت زندگی، رتبه‌بندی شـهرها تغییرات زیادی کرده و برخی از شهرها که در چند سال گذشته در رده‌های بالاتر به لحاظ زیست‌پذیری قرار گرفته بودند، به دنبال شیوع کرونا در بیش از یک سـال اخیر، فاصله معناداری با رتبه قبلی خود پیدا کرده‌اند. ازجمله این شهرها می‌توان به شهر وین در اتریش اشاره کرد که رتبه‌بندی سال ۲۰۱۹، مقام نخست را در بین شهرهای جهان داشت، اما در رده‌بندی سال ۲۰۲۱ میلادی به رتبه دوازدهم سقوط کرده است.

در سوی مقابل نیز برخی از شهرها که رتبه چندان بالایی در سال‌های گذشته نداشـته‌اند حالا به واسطه عملکرد بهتر در مدیریت بحران کرونا در رتبه‌بندی اکونومیسـت ارتقای رتبه بالایی پیدا کرده‌اند و جزو بهترین شـهرهای زیست پذیر ۲۰۲۱ معرفی شده‌اند. به عنوان مثال، شهر اوکلند در نیوزیلنـد کـه در رتبه‌بندی سـال ۲۰۱۹، مقام دوازدهـم را در بین شـهرهای جهان به خود اختصاص داد، حالا به دلیل عملکرد مطلوب در مهار همه‌گیری کرونا توانسته در سال جاری میلادی صدرنشین شهرهای زیست‌پذیر دنیا شود.

همانطور که از مقدمه این گزارش برمی‌آید، واحد اطلاعات اکونومیست در رده‌بندی سـال ۲۰۲۱ شهرهای زیست‌پذیر جهان، عملکرد شهرها را همچون گذشته صرفا براساس شاخص‌های همیشگی بررسی نکرده است، بلکه نحوه مواجهه شهرها با کرونا را هم در این رتبه‌بندی لحاظ کرده است. بر این اساس شهرهایی که به واسطه کنترل مطلوب همه‌گیری کووید۱۹- در حالی که پیشتر در رده‌های بالای فهرست اکونومیست جایی نداشته‌اند، هم‌اکنون به واسطه مدیریت مناسب و مطلوب بحران کرونا توانسته‌اند برای نخسـتین بار به عنوان بهترین شهرهای زیست‌پذیر جهان معرفی شوند. بهترین مثال ممکن، شهر اوکلند در اقیانوسیه است که دوازدهمین شهر زیسـت‌پذیر جهان در سال ۲۰۱۹ بود، اما حالا در سال ۲۰۲۱ و به دنبال کنترل همه‌گیری کرونا توانسته برترین شهر زیست‌پذیر سال انتخاب شود.

براساس گزارش اکونومیست، هر چقدر شهرهای جهان عملکرد مطلوبی در مدیریت کرونا داشـته‌اند، به همان نسبت جایگاه خوب و درخوری در فهرست شـهرهای زیسـت‌پذیر ۲۰۲۱ پیدا کرده‌اند. کما اینکه موفقیت نیوزیلنـد و ژاپن در کنترل همه‌گیری کووید۱۹- باعث صعود شـهرهای این دو کشـور به صدر جدول زیست‌پذیرترین شهرهای جهان شده است. نیوزیلند در مهار کرونا کار برجسته‌ای انجام داد و تنها ۲۶ مرگ کرونایی در این کشـور اقیانوسـیه‌ای اعلام شد که به عبارتی معادل مرگ یک تن در میان ۲۰۰ هزار نفر اسـت. این درحالی است که در بسیاری از روزهای سال جدید میلادی هیچ شـهروند نیوزیلندی به کرونا مبتلا نشده است. یکی از این روزها نوزدهم مارس بود، زمانی که بسیاری از کشورها درگیر محدودیت‌های شـدید کرونایی بودند، اما شـهردار اوکلند اجازه برگزاری کنسرت را صادر کرده بود. اینکه در این ایام در اجتماعی ۱۲هزار نفری در کنسرت گروه راک استرالیایی کوددهوس حاضر باشید، نشان‌دهنده آن است که در بهترین شهر جهان زندگی می‌کنید.

اوکلند اما تنها شـهر نیوزیلند نیسـت که در فهرست زیست‌پذیرترین شهرهای جهان حضور دارد؛ ویلینگتون، پایتخت این کشور نیز از رتبه ۲۵ در سال ۲۰۱۹ حالا به رتبه ۴ در میان شهرهای زیست‌پذیر ۲۰۲۱ رسیده است. همچنین سایر کشورهای جزیره‌ای که عملکرد کرونایی مناسبی در شهرهای خود داشتند، در گزارش امسال اکونومیست ارتقای رتبه یافته‌اند. از جمله دو شهر ژاپنی و چهار شهر استرالیایی در میان ۱۰ شهر برتر جهان قرار دارند. با این حال اکثر قریب به اتفاق شهرهای جهان، شرایط زندگی نامساعدتری را نسبت به دوران پیش از همه‌گیری کرونا تجربه می‌کنند.

واحد اطلاعات اکونومیست در این گزارش، در حالی ۱۴۰ شهر جهان را براساس شاخص زیست‌پذیری رتبه‌بندی کرده است که این شاخص شامل بیش از ۳۰ عامل تعیین‌کننده و در ۵ گروه شامل مراقبت‌های بهداشتی، ثبات، فرهنگ و محیط، آموزش و زیرساخت‌ها طبقه‌بندی می‌شود. با این حال در رده‌بندی کنونی زیسـت‌پذیری شهرها، شاخص‌های جدیدی در ارتباط با مهار کرونا لحاظ شده و مسائلی نظیر نحوه کنار آمدن شهرها با افزایش تقاضا برای تجهیزات بهداشتی و درمانی، محدودیت‌ها و تعطیلی مدارس، رسـتوران‌ها و مراکز فرهنگی در این ارزیابی بررسـی شده است. با ورود این شـاخص‌های جدید، بسیاری از شهرهای اروپا جایگاه پیشین خود را از دسـت دادند که در این میان، پراگ بیشـترین سقوط را تجربه کرده و از ۱۰۰ امتیاز ممکن ۱۳.۵ امتیاز از دسـت داده اسـت. پس از آن شـهرهای لندن و فرانکفورت قرار دارند که ۱۳.۲ امتیاز از دست داده‌اند. شهر وین که در آخرین رتبه‌بندی انجام شده در سال ۲۰۱۹ مقام نخست شهرهای جهان را به خود اختصاص داده بود، در این رده‌بندی به رتبه ۱۲ سقوط کرده است. در مقابل، برخی از شهرهای آمریکا به دلیل آنکه بهتر از شـهرهای دیگر با همه‌گیری کنار آمدند، جایگاه خود را ارتقا دادند به طور مثال، هیوسـتون در تگزاس در این رده‌بندی نسـبت به سال ۲۰۱۹ صعودی ۲۴پله‌ای داشته و در جایگاه سی و یکمین شهر زیست‌پذیر جهان ایستاده است. با وجود این هیچ یک از شهرهای بریتانیا به عنوان یک کشور جزیره‌ای در لیست ۱۰ شهر زیست‌پذیر برتر جهان قرار ندارند.

بهترین و بدترین شهرهای زیست‌پذیر امسال

پس از اوکلند، شـهرهای اوزاکا ژاپن و آدلاید استرالیا در جایگاه دوم و سـوم قرار دارند و پس از آنها به ترتیب شـهرهای ولینگتون، توکیو، پرت در استرالیا، زوریخ، ژنو، ملبورن و بریزبن استرالیا رتبه‌های بعدی شهرهای زیسـت‌پذیر را به خود اختصاص داده‌اند. با وجود آنکه شـهرهای آسیا - اقیانوسیه جایگاه خود را ارتقا داده‌اند، اما کشوری همچون کانادا که پیش از این سه شهر ونکوور، کلگری و تورنتو را در بالای لیست داشت، حالا به طور کامل از لیسـت ۱۰ شهر محبوب جهان خارج شده است. هم‌اکنون ونکوور با کسب رتبه ۱۶، بالاترین شهر کانادا در این لیست به شمار می‌آید که نشـان از افت شدید جایگاه این کشور در رتبه‌بندی اکونومیست دارد. از سوی دیگر در حالی که اوزاکای ژاپن با دو پله صعود در جایگاه دومین شـهر زیست‌پذیر قرار گرفته است، اما در اروپا، آلمان بیشترین افت را در این رده‌بندی تجربه کرده و از جمله فرانکفورت ۳۴ پله سقوط کرده است. در سوئیس اما جایگاه زوریخ و ژنو از رده یازدهم و چهاردهم به رده هفتم و هشتم ارتقا یافته اسـت. همچنین شهرهایی که مراقبت‌های بهداشتی کرونایی کمتری در یک سـال گذشته داشته‌اند، جایگاه پیشین خود را از دست داده‌اند که از جمله آنها می‌توان به پراگ در جمهوری چک، آتن در یونان و جاکارتا در اندونزی اشاره کرد.

اما هر چقدر تغییرات زیادی در بالای فهرسـت شـهرهای زیست‌پذیر جهان رخ داده، در پایین فهرسـت نوسـان کمتری به چشـم می‌خورد. پرواضح اسـت بسـیاری از شهرهایی که در انتهای فهرسـت امسال قرار دارند، به دلیل همه‌گیری کرونا شـرایط نامسـاعدی دارند و سیستم‌های بهداشـتی و زیرساختی آنها تحت فشار شدیدی است. اگر این شهرها در مدیریـت بحران کرونا موفق عمل نکرده‌اند، قابل پیش‌بینی اسـت که در بقیه شاخص‌های موردنظر اکونومیسـت نیز عملکرد موفقی نداشته‌اند و در نتیجه جایگاه‌شان با شیوع کرونا نیز در پایین جدول تغییری نکرده و چه بسا بدتر هم شده است. دمشق در سوریه همچون سال ۲۰۱۹ در قعر جدول است و بالاتر از آن به ترتیب لاگوس در نیجریه، پورت مورسبی در پاپوآ گینه نو، داکا در بنگلادش، شهر الجزیره در الجزیره، طرابلس در لیبی و کراچی پاکستان قرار دارند.

مصائب فعالیت سیاسی مدیران کسب‌وکارها

کسب‌وکار جای سیاست نیست

مدیران بنگاه‌های خصوصی آمریکا درباره مسائل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی اظهارنظر نمی‌کردند، اما این رویه طی ۱۰ سـال اخیر تغییر کرده اسـت. اینکه امروز آنها بیشتر راجع به این مسائل حرف می‌زنند به این خاطر اسـت که هزینه‌ای برای‌شان ندارد، اما داستان همین‌طور ادامه پیدا نخواهد کرد.

به گزارش اکونومیست، قدیم‌ترها قاعده‌ای آهنین وجود داشت برای مدیـران آمریکایی که هوس می‌کردند درباره سیاسـت صحبت کنند: نکن! در سال‌های اخیر این قاعده از بین رفته است، زیرا مدیران اجرایی ارشـد مجبور شده‌اند که راجع به نابرابری، جنگ‌های فرهنگی و اقلیم موضع بگیرند. تا اینجای کار که مشـکلی برای آنها پیش نیامده و کار نسبتا ساده‌ای داشته‌اند: قطعا اینکه درباره آینده بشریت نظرت را بگویی جذاب‌تر از اظهارنظر درباره حاشیه سود است. اما در سال ۲۰۲۰ دسته جدیدی از مدیران عامل که فعال سیاسـی هم هسـتند با سه مشکل روبه‌رویند که سیاست‌مداران به خوبی با آنها آشنا هستند: اتهام دورویی، خطر رکود و تغییرات ایدئولوژیکی که فضا را بی‌ثبات می‌کنند.

پس از بحران مالی ۲۰۰۸ بی‌طرف بودن فضای کسـب‌وکاری آمریکا به لحاظ سیاسـی، رفته‌رفته رنگ باخـت. بانک‌ها اظهار ندامت کردند. نسـل جدیدی از مصرف‌کنندگان و کارگران طی ایـن دوران بحرانی پـرورش پیدا کردنـد. برخی از افراد پیشـاپیش درگیر بی‌عدالتی‌های فرهنگی بودند و دیگران هم به سرمایه‌داری حمله می‌کردند. تغییرات اقلیمی به مشکلی حیاتی تبدیل شد و ملی‌گرایی اقتصادی به این معنا بود که بنگاه‌ها نشان دهند چقدر وطن‌پرست هستند.

مدیران هم به این سـیگنال‌ها واکنش نشان دادند. جیمی دیمون از موسسه جی‌پی مورگان چیس، نامه‌ای ۵۰ صفحه‌ای نوشته که خطابش به سـهامداران این موسسه است: آخرین مسـائل مربوط به آموزش و تامین تجهیزات نظامی با عنوان «مدیران! کشـورتان به شـما احتیاج دارد!» سـیلیکون ولی هم گروهی از کارکنان بسیار رادیکال شده را به نمایش گذاشـته. مدیران علاقه دارند ادعا کنند که بنگاه‌شـان یکی از پیشروان مبارزه با انتشار کربن است. در سال ۲۰۱۷، مدیران به نشستی برجسـته در کاخ سـفید رفتند و بیش از ۱۸۰ مدیرعامل نامه‌ای را در میزگرد کسب‌وکار امضا کردند که طبق آن هدف‌شان نه تنها خدمت به سهامداران، بلکه مشتری‌ها و کارگران نیز هست.

اهالی کسب و کار با ایده‌آلیسم، غرور و منفعت‌طلبی تحریک می‌شوند، اما همین مسئله که فعالیت جنبی مدیران عامل در عرصه‌های اجتماعی و سیاسی بی‌هزینه بوده هم به دامن زدن این مسئله کمک کرده است. عمـده مدیران عاملی که اعلام کرده‌اند علیـه تغییرات اقلیمی مبارزه می‌کنند مدیریت بنگاه‌هایی را به عهده ندارند که عامل اصلی تغییرات اقلیمی هسـتند. برای مثال ۲۰۰ بنگاه بـزرگ غربی را در نظر بگیرید که آمار و ارقام مربوط به انتشـار کربن خود را به شـکل عمومی اعلام کرده‌اند. از بین این ۲۰۰ بنگاه، ۲۰تای اول ۷۰ درصد انتشـار گاز را به خود اختصاص داده‌اند و ۱۸۰تای دیگر خیلی هم اهمیت ندارند. برخی از مدیران عامل هم مانند بعضی از سیاست‌مداران وعده‌هایی می‌دهند و به آن عمل نمی‌کنند. گرچه در میزگرد مذکور حرف‌های زیادی راجع به اهمیت وضعیت کارگران زده شد، مدیران اجرایی درآمد رو به رشدی را تجربه کرده‌اند و هیچ نشـانی از یک تجدیدنظر درباره شـکاف بین درآمد نیروی کار و سـهامداران به چشم نمی‌خورد. پیش‌بینی می‌شود که سـود بنگاه‌های شـاخص اس‌اندپی ۵۰۰ در سـال ۲۰۲۰، رشدی ۸درصدی داشته باشد.

تا پایان سال ۲۰۲۰ سه وجه خطرناک فعالیت سیاسی مدیران عامل آشکارتر خواهد شد یا به عبارت بهتر این ماشین در سرازیری خطرناکی می‌افتد. همین حالا کمپانی نایکی که تبلیغات زیادی برای جا انداختن چهره خوبی از برند خود دارد، درگیری یک رسوایی مربوط به دوپینگ است. بنگاه بلک‌راک که مدیریت صندوقی مالی را برعهده داشته و دیگر بنگاه‌ها را ترغیب به سرمایه‌گذاری بیشتر می‌کند، بیش از ۱۰۰ درصد از نقدینگی خود را صرف خریدهای مجدد یا همان بای‌بَک کردن طی ۱۲ ماه اخیر کرده است. کمپانی ویزا هم که پای نامه‌ای را امضا کرده و تعهد داده که به فکر مشتری‌ها باشد، یکی از اعضای انحصار خطرناکی اسـت که در بخش صنعت پرداخت مالی وجود دارد. اگر تعارضی بین حرف‌ها و عمل‌های یک مدیرعامل بیش از حد در چشم باشد، حیثیت و اعتبار آن شـخص و برند زیر سـوال می‌رود و این نکته را هیچ‌کس بهتـر از مدیرعامل فیس‌بوک، مارک زاکربـرگ نمی‌داند. جدای از این مسـئله که بیانگر ریاکاری و دورویی مدیران عامل است، در وهله دوم، اگر یک رکود اقتصادی از راه برسـد، مدیران عامل باید یک آشتی بین کارکنان و سهامداران ایجاد کنند، که این عمل بسیار دشوار است. طی دو دوره تضعیف اقتصادی اخیر آمریکا، بنگاه‌ها ۶ درصد از دسـتمزدها را کاهش داده‌اند، زیرا اگر این کار را نمی‌کردند سود افتی ۲۴ درصدی می‌کرده. مسئله سـوم هم این است که اگر از هر عضو کنگره بپرسید به شما می‌گوید که زمینه ایدئولوژیک کشور به سادگی تغییر می‌کند. مدیران عامل فکر می‌کنند که اگر در پی مسـائل سیاسی و اجتماعی بیفتند می‌توانند دیدگاه‌های رادیکال را بیشتر به خود جذب کنند و این رویایی بیش نیست زیرا رادیکال‌ها جدی‌ترین منتقدان کسب‌وکارهای بزرگ هستند. به طور کلی، رهبران بنگاه‌های آمریکایی می‌فهمند که ادای فعالیت سیاسی را درآوردن چیزی بی‌هزینه نیست و احتمالا بابت آن ضربه بخورند. البته بنگاه‌های رک و راست‌تر احتمالا داستان را برای خود ساده کرده و قانون و سیاست را به دولت واگذار کنند و به حداکثر رساندن ارزش در خلال این قوانین را به خود بسپارند و این یعنی راضی نگه داشـتن مشـتری‌ها، سـرمایه‌گذاری در فناوری‌های پاک و جذب کردن نیروی کار با پرداخت حقوق بیشتر، نه ادای فعالیت درآوردن.

وعده‌های نامزدهای ریاست‌جمهوری سیزدهم بار تورمی دارد

بورس روی خط انتخابات

فرصت امروز: در حالی ۵ روز تا برگزاری انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم باقی است که اقتصاد به گفتمان اصلی نامزدهای ریاست جمهوری بدل شده و بورس به عنوان یکی از مباحث کلیدی کاندیداها حسابی خبرساز شده است. کاندیداها در حالی تلاش می‌کنند با ارائه دیدگاه‌های‌شان در این زمینه، سبد رأی بیشتری جمع‌آوری کنند که بورس به دلیل تلاطم‌های چند ماه گذشته و اینکه چند میلیون سهامدار دارد، به یکی از گلوگاه‌های حساس اقتصاد ایران بدل شده و در نتیجه نامزدها می‌کوشند با سر دادن وعده‌های جذاب در این بخش، نگاه افکار عمومی را متوجه خود کنند. سوال اما این است که چقدر شعارهای نامزدها با واقعیت همخوانی دارد و نسخه‌هایی که برای بورس می‌پیچند کارشناسی و حساب شده است؟

با در نظر گرفتن سهامداران عدالت هم‌اکنون ۴۸ میلیون نفر در بورس فعال هستند یعنی بیش از ۶۰ درصد جمعیت کشور، ماجراهای بورس را دنبال می‌کنند و تحولات آن برای‌شان مهم است. در این بین به جز یکی از نامزدها که خود در دولت مسئولیت داشته مابقی کاندیداها تلاش می‌کنند با زیرسوال بردن عملکرد دولت روحانی و البته فراموشی این نکته که بورس در دولت کنونی به روزهای اوج رسید؛ راهکارهای جدیدی پیشنهاد دهند که همگی بورس را رو به توسعه نشان می‌دهد. اما به اعتقاد کارشناسان بازار سرمایه، وعده‌های اکثر این نامزدها با شرایط بازار سرمایه و در سطح کلان‌تر اقتصاد ایران همخوانی ندارد.

بورس در کانون توجه نامزدهای ریاست جمهوری

تقریبا هر هفت نامزد ریاست‌جمهوری سیزدهم از سیاست‌های دولت دوازدهم در بورس انتقاد کرده و راهکارهایی را برای توسعه فعالیت‌های بورس ارائه داده‌اند. با این حال بررسی سخنان نامزدهای ریاست‌جمهوری درباره بورس نشان می‌دهد که اطلاعات ارائه شده یا اشتباه است و یا از سطح فنی مناسبی برخوردار نیست. کما اینکه این موضوع واکنش کارشناسان بازار سرمایه و همینطور وزیر اقتصاد را هم برانگیخته است.

مروری بر اظهارنظر نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری نشان می‌دهد که این اظهارنظرها عمدتا بر دو رویکرد متکی است؛ در رویکرد نخست، ابتدا نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری به شدت سیاست‌های دولت در مواجهه با بازار سرمایه را زیر سوال می‌برند و بعد از آن با طرح این نظریه که بازار سرمایه با بحران عمیقی مواجه است، تلاش می‌کنند راهکارهایی را برای نجات بورس ارائه کنند. در این بین، یکی از نامزدها حتی در صفحه شخصی‌اش در توییتر نوشت: «نخستین کسی بودم که ریشه بحران بورس را شناسایی و از تخلف شبیه به دزدی دولت از سهامداران به‌عنوان وکیل مردم شکایت کردم.»

ارائه چنین نظراتی از سوی نامزدها، واکنش مستقیم وزیر اقتصاد را به دنبال داشت و فرهاد دژپسند هفته گذشته در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی در این باره گفت: «گفته شده دولت ۳۰۰هزار میلیارد تومان از بورس برای بودجه دولت تامین مالی کرده و از جیب مردم برداشته است که اصلا چنین چیزی نیست. نمی‌دانم این اطلاعات را چه کسانی به نامزدها می‌دهند. گرچه روزهای انتخابات است و صحبت‌هایی نیز در این راستا انجام می‌شود، اما باید توجه شود که ممکن است آثار منفی هم داشته باشد. بهتر است دوستان ما با بازار سرمایه حرفه‌ای عمل کنند و از اظهارنظر غیرحرفه‌ای پرهیز کنند؛ زیرا بازار سرمایه بازار رقابت سیاسی نیست. کاندیداها نباید حرف‌هایی بزنند که قابلیت اجرا ندارد. ما نمی‌خواهیم کاندیداها را مخاطب قرار دهیم، اما نوع گفتارها نباید تخریب‌کننده فضای عمومی اقتصاد باشد.»

دژپسند همچنین به موضوع کسری بودجه اشاره کرد و افزود: «برای مواجهه با کسری بودجه دو راه داشتیم؛ یکی فروش اوراق و دیگری فروش دارایی دولت. ما درآمد مالیاتی را افزایش دادیم و در ادامه از طریق فروش اوراق و دارایی ۱۰۷درصد میزان مصوب تامین مالی محقق شد که این موضوع بدون فشار بر فعالان بخش خصوصی بود. از اوراق نیز به خوبی استفاده کردیم. ما اجازه عرضه ۲۱۳هزار میلیارد تومان اوراق را داشتیم که ۱۳۲هزار میلیارد اوراق به فروش رفته است. البته کسانی این اوراق را خریدند که قانونا مجاز به خرید سهام نبودند. در سال ۹۹، شش برابر سال ۹۸ از محل فروش دارایی درآمد داشتیم که بخشی از آن از طریق بورس عرضه شد و آن زمانی روی داد که بورس در اوج تشنگی عرضه بود.»

وعده‌های کاندیداها بار تورمی خواهد داشت

ارائه آمارهای اشتباه و نظرات کارشناسی غلط با این فرض که بورس با سیاست‌های دستوری و چند روزه اصلاح می‌شود، همچنین موجی از واکنش‌ها را در میان سهامداران و کارشناسان در پی داشته و این نگرانی را به وجود آورده که وضعیت بازار سرمایه بعد از انتخابات بی‌ثبات‌تر شود. در این زمینه، علیرضا کدیور، کارشناس بازار سرمایه، وعده‌های نامزدهای ریاست‌جمهوری را دارای بار تورمی دانست و گفت: احتمالا انتخاب هر یک از نامزدها باعث می‌شود تا در میان و بلندمدت قیمت همه دارایی‌ها از جمله سهام رشد داشته باشد، اما در کوتاه‌مدت مسائلی مانند برجام و نرخ ارز، تعیین‌کننده روند بورس خواهند بود.

کدیور به آخرین وضعیت معاملات بورس تهران اشاره کرد و به ایرنا، گفت: معاملات بورس تا ۱۰ روز گذشته روند نزولی به شدت فرسایشی را طی کرد که به نظر می‌رسد یکی از منفی‌ترین دوران فعالیت بورس به لحاظ طول دوره بود. در سال‌های گذشته هم شاهد روند منفی شاخص بورس بودیم اما اینکه روند منفی شاخص بورس به مدت ۹ ماه ادامه‌دار باشد و در این مدت قیمت برخی سهام ۷۰ تا ۸۰ درصد افت کنند یا معاملات بسیاری از سهام برای مدتی طولانی در صف فروش قرار بگیرد، تجربه نشده بود.

به اعتقاد این کارشناس بازار سرمایه، یکی از دلایل اصلاح قیمتی به واسطه رشد بیش از رویه قیمت‌ها در طول سال ۹۸ و نیمه نخست سال ۹۹ رخ داد شد تا بازار با چنین شتابی در مسیر نزولی قرار بگیرد. هرچند عامل اصلی این اتفاق، ورود سرمایه‌گذاران غیرحرفه‌ای حقیقی در طول دو سال گذشته بود و رفتارهای به دور از منطق و تحلیل این دسته از سرمایه‌گذاران باعث شتاب در روند منفی بازار در بازه زمانی طولانی مدت و افت شدید قیمت سهام شد.

او با بیان اینکه بحث مذاکرات هسته‌ای و موضوع برجام هم اکنون به صورت یک ابهام برای بورس درآمده است، گفت: اکنون در بازار گمانه‌زنی‌هایی در زمینه نتیجه برجام وجود دارد که آیا مذاکرات صورت گرفته منجر به توافق می‌شود یا خیر؟ این انتظار در بین مردم و فعالان اقتصادی وجود دارد که اگر مذاکرات هسته‌ای به نتیجه مثبت برسد شاهد افت به نسبت قابل توجهی در نرخ ارز خواهیم بود. این احتمال هم وجود دارد که روند صعودی بازار نتواند تا زمان مشخص شدن وضعیت مذاکرات در مورد شرکت‌های بزرگ و صادرات محور مانند نفتی و پتروشیمی ادامه‌دار باشد و ممکن است روند معاملات در این‌گونه سهام برای مدتی تغییر کند.

کدیور در پایان به صحبت‌ها و برنامه‌های کاندیداهای ریاست جمهوری و تاثیر آن بر معاملات بورس اشاره کرد و افزود: اکنون گمانه‌زنی‌هایی برای پیروزی برخی از کاندیداهای ریاست جمهوری مطرح شده است اما تا زمانی که نتیجه انتخابات مشخص شود نمی‌توان اثر ۱۰۰درصدی فرد منتخب را در بورس و آینده کشور اعلام کرد.

او با بیان اینکه به لحاظ کلی بخش عمده‌ای از کاندیداها یک سری از وعده‌های اقتصادی را مطرح کرده‌اند که می‌تواند با آثار تورمی همراه شوند، افزود: به نظر می‌رسد با توجه به وضعیت بودجه اعلام شده و رشد فزاینده حجم نقدینگی در اقتصاد کشور، انتخاب هر یک از کاندیداها باعث شود تا در میان مدت و بلندمدت قیمت همه دارایی‌ها از جمله سهام روند صعودی را در پیش بگیرند اما در کوتاه مدت مسائلی مانند برجام و آینده نرخ ارز از جمله عواملی هستند که تعیین‌کننده روند بورس خواهند بود.

تا پایان شهریورماه ۱۴۰۰

مهلت ثبت نام در سامانه املاک و اسکان تمدید شد

با اعلام وزیر راه و شهرسازی و طبق تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا، ثبت اطلاعات ملکی در سامانه املاک و اسکان کشور تا پایان شهریورماه ۱۴۰۰ تمدید شد. روز گذشته وزیر راه و شهرسازی از تمدید مهلت ثبت نام در سامانه جامع املاک و اسکان کشور تا پایان شهریورماه امسال خبر داد و گفت: با توجه به پایان یافتن مهلت ثبت نام مردم در سامانه املاک و اسکان کشور که تا ۱۹ خرداد ماه بود، ستاد ملی مقابله با کرونا این مهلت را تا پایان شهریور ماه تمدید کرد. به گفته محمد اسلامی، انتظار داریم مردم عزیز در این مهلت باقی مانده نسبت به ثبت نام در سامانه جامع املاک و اسکان اقدام کنند و کمک کنند تا یک بار برای همیشه در تاریخ کشور، وزارت راه و شهرسازی بتواند براساس اطلاعات و آمار واقعی، برنامه‌ریزی برای تولید و عرضه مسکن را انجام دهد و از این طریق شاهد ایجاد شکاف در وضعیت عرضه و تقاضای مسکن نباشیم.

تمدید مهلت ثبت نام در سامانه املاک و اسکان در حالی است که حدود دو هفته قبل معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه استقبال مناسبی از سوی خانوارها بر ثبت اطلاعات سکونتی شده است، گفته بود: در بسیاری از موارد خانوارها با استثنائاتی مواجه بودند که نیاز بود تک به تک بررسی شود و این موضوع زمان زیادی برد. البته ما از سه طریق شامل تلفن ۲۴ ساعته به شماره ۰۲۱۵۹۱۹۸ و شماره پیامکی ۰۲۱۱۹۳ و پاسخگویی آنلاین جوابگو هستیم که همچنان ادامه دارد.

محمود محمودزاده ادامه داد: مجموعه سوالات و تحلیل‌هایی که صورت گرفت باعث شد تا وحدت رویه‌ای شکل بگیرد. زمان‌هایی صرف شد تا همه خانوارهای شهری و روستایی در سطح کل کشور اطلاعات خود را ثبت کنند. با توجه به اینکه لازم است تکالیف سنگینی که برعهده سامانه املاک و اسکان است درخواست تمدید مهلت ثبت نام را دادیم تا کسی دچار مشکل نشود.

محمودزاده با بیان اینکه آمار تعداد خانوارها محل اختلاف است، افزود: تعریف خانوار یکی از موضوعاتی است که برای برنامه‌ریزی درخصوص وضعیت سکونتی خانوارها لازم است و در قانون به آن اشاره شده است. وزارت تعاون پیشنهادی را در این زمینه ارائه کرده که در کمیسیون‌های تخصصی دولت در حال بررسی است و متعاقبا اعلام می‌شود.

به گفته معاون وزیر راه و شهرسازی، با اتصال سامانه ملی املاک و اسکان کشور به سامانه‌های سایر دستگاه‌ها، هر کس وارد شود می‌تواند تمامی اطلاعات خود را مشاهده کند. اگر کد ملی سرپرست خانوار را وارد کنند می‌بینند که تمام اطلاعات هویتی و مالکیتی وجود دارد. فرصتی داده شده که اگر ویرایشی لازم است انجام شود. مثلا ممکن است محل سکونت تغییر کرده یا یکی از اعضای خانواده ازدواج کرده باشد که باید این تغییرات به ثبت برسد.

براساس این گزارش، طبق اصلاحیه ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم مصوب دی ۱۳۹۹ تمامی سرپرستان خانوار اعم از شهری و روستایی، مالک و مستأجر مکلف هستند اطلاعات محل سکونت و املاک تحت مالکیت خود را با مالکیت‌های رسمی، وکالتی، تعاونی شهری و روستایی در سامانه ملی املاک و اسکان کشور (به نشانی https://amlak.mrud.ir) ثبت کنند. مدت خوداظهاری و درج اطلاعات سکونتی و ملکی تا ۱۹ خردادماه ۱۴۰۰ بود که حالا طبق اعلام وزیر راه و شهرسازی تا پایان شهریورماه امسال تمدید شده است. مطابق این قانون، مبنای دریافت خدمات دولتی از قبیل یارانه، افتتاح حساب بانکی، پلاک خودرو، انشعابات خانگی، گذرنامه و بسیاری دیگر از خدمات، ثبت اطلاعات ملکی در سامانه املاک و اسکان و دریافت کد یکتا خواهد بود که عدم ثبت نام به معنای قطع این خدمات است.

یکی از اهداف راه‌اندازی سامانه ملی املاک و اسکان، شناسایی خانه‌های خالی از سکنه به منظور اعمال مالیات است. البته ثبت نام در این سامانه به معنای جریمه مالیاتی نخواهد بود. شما می‌توانید یک اقامتگاه اصلی و یک اقامتگاه فرعی غیر از شهر محل اقامت خود داشته باشید که مشمول مالیات نخواهند شد. همچنین خانه‌های واقع در روستاها و شهرهای دارای جمعیت کمتر از ۱۰۰ هزار نفر در صورت خالی بودن مشمول مالیات نمی‌شود. البته واحدهای مسکونی واقع در شهرهای زیر ۱۰۰ نفر جمعیت و روستاها که مالک و بهره بردار آنها هر یک جداگانه در سامانه ملی املاک و اسکان کشور ثبت نشده باشد در حکم خانه خالی تلقی و مشمول جریمه‌ای معادل ۲۰ درصد مالیات سال اول این قانون خواهد شد. واحدهای نوساز نیز پس از ۱۲ ماه و در طرح پروژه‌های انبوه‌سازی پس از ۱۸ ماه از زمان صدور گواهی اتمام عملیات ساختمانی مشمول مالیات موضوع این ماده می‌شوند.

یادداشت

با پایان کرونا، گشایش اقتصادی رخ می‌دهد؟

سعید اشتیاقی
عضو اتاق بازرگانی تهران

اقتصاد ایران اگرچه سهم کمتر از یک درصدی از اقتصاد دنیا دارد، اما بی‌تاثیر از تحولات جهانی نیست. در همان روزهای نخست انتشار اخبار شروع واکسیناسیون کرونا، تاثیرات مثبت آن را در اقتصاد جهان می‌توان دید؛ افزایش تقاضای جهانی نفت و رشد دیگر بازارهای مالی. براساس جدیدترین پیش‌بینی‌ها، بازگشت اقتصاد جهان از وضعیت فعلی ناشی از ویروس کرونا به حالت عادی و یا رشد نسبت به قبل، تندتر از میزان انتظار است که بخشی از آن به نحوه عرضه و عملکرد واکسن‌های موفق بستگی دارد. سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD) مستقر در پاریس، پیش‌بینی‌هایش برای رشد تولید ناخالص داخلی جهان را در سال جاری به ۵٫۵ درصد و سال آینده (۲۰۲۲) به ۴ درصد افزایش داد، در حالی که این ارقام در ماه دسامبر به ترتیب ۴٫۲ درصد و ۳٫۷ درصد پیش‌بینی شده بود.

اگرچه اقتصاد ایران قبل از همه‌گیری کرونا به‌دلیل عوامل خارجی و داخلی، حال و روز خوشی را تجربه نمی‌کرد و این همه‌گیری مزید بر علت شد تا کمر اقتصاد ایران را درهم بشکند، اما حقایقی هست که نمی‌توان از آنها چشم پوشید و با خوش‌بینی از دوران طلایی پساکرونا سخن بگوییم. حقایقی نظیر تورم دورقمی در تمامی سال‌های بعد از انقلاب به‌جز سال‌های معدودی و همینطور حجم نقدینگی در اقتصاد ایران در ۴۰ ساله گذشته که هر ۱۰ سال تقریبا ۱۰ برابر شده است و این فارغ از این است که چه شخصی و از چه جریانی رئیس‌جمهور بوده باشد. همچنین در سه سال گذشته ۲۰ درصد از حجم اقتصاد کم و به تبع آن قدرت خرید مردم هم ۲۰ درصد کاسته شده یعنی یک پنجم از سفره مردم آب رفته است.

اما آیا با اتمام فرآیند واکسیناسیون گشایش اقتصادی رخ خواهد داد؟ آیا با برداشته شدن تحریم‌ها مشکل اقتصاد ایران حل خواهد شد؟ قطعا خیر. اگرچه تحریم‌ها باعث تعمیق مشکلات اقتصادی ایران شد، اما ریشه مشکلات را باید در جایی دیگر جست، چراکه در سال‌هایی مثل ۱۳۹۰ که ایران بزرگترین درآمد تاریخی را داشت، اما گشایشی رخ نداد. دلیل اصلی، ساختار اقتصادی مشکل‌ساز ایران است. یکی از مهمترین مشکلات، کسری بودجه همیشگی است که با چاپ اسکناس باعث تورم‌های بالای ۲۰ درصد و کاهش ارزش پول شده است.

با در نظر گرفتن موارد بالا می‌توان گفت گشایش اقتصادی در ایران تا اندازه‌ای نیز به زمان اتمام فرآیند واکسیناسیون بستگی دارد. قطع به یقین گشایش سیاسی در انتخابات پیش رو نیز به این روند کمک خواهد کرد و این‌طور نیست که برخی می‌گویند با تغییر در رئیس قوه مجریه چندان گشایش حاصل نمی‌شود. قطعا دولتی قوی و یکدست و با مقبولیت حاکمیت با برنامه و اراده حل معضلات اقتصادی فوق می‌تواند طی دوره چهار ساله رونق برای اقتصاد ایران به ارمغان بیاورد.

نوسان دلار در کانال ۲۳ هزار تومانی

سکه ۱۶۰ هزار تومان ارزان شد

قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با کاهش ۱۶۰ هزار تومانی در روز شنبه همراه بود و به رقم ۱۰ میلیون و ۵۱۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۵میلیون و ۷۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۶۰ هزار تومان رسید. قیمت مثقال طلا نیز ۴ میلیون و ۵۹۵ هزار تومان شد. هر اونس جهانی طلا هم یک‌هزار و ۸۷۸ دلار و ۱۴ سنت فروخته شد.

نوبت دوم

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای احداث چمن مصنوعی

اداره کل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای مربوط به احداث و تجهیز چمن مصنوعی در مجموعه ورزشی کارگران شهرستان صومعه سرا به شماره فراخوان ۲۰۰۰۰۰۳۳۶۸۰۰۰۰۰۳را ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازدریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهادمناقصه گران وبازگشایی پاکت ها ازطریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس: www.setadiran.ir انجام خواهدشد. لازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام درسایت مذکور ودریافت گواهی امضای الکترونیکی راجهت شرکت درمناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشارمناقصه درسامانه ۱۴۰۰/۰۳/۲۰ می باشد.

مهلت زمانی دریافت اسنادمناقصه ازسامانه ستاد: تا ساعت ۱۴ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد درسامانه ستاد : تا ساعت ۱۲ روز پنج شنبه تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۰۳

آخرین مهلت ارائه پاکت الف به صورت فیزیکی: تا ساعت ۱۳ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۰۵

زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۱۰ صبح روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۰۶

محل بازگشایی پاکت های مناقصه: گیلان- رشت، میدان انتظام، کوچه نظام پزشکی،سالن تدبیر اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار: متقاضیان جهت دریافت اطلاعات بیشتردرخصوص اسنادمناقصه وارائه پاکت های الف (اصل ضمانت بانکی به صورت حضوری) می توانند به نشانی رشت، میدان انتظام، کوچه نظام پزشکی،دبیرخانه اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان (شماره تماس ۰۱۳۳۳۴۶۱۶۹۹) مراجعه نمایند.

درصورت داشتن هرگونه سوال فنی با شماره ۰۹۱۱۱۸۳۰۲۵۰ (آقای واقفی) تماس حاصل نمایید.

اطلاعات تماس سامانه ستادجهت انجام مراحل عضویت درسامانه: مرکزتماس۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفترثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷-۰۲۱ و یا ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۳/۲۲

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

اداره کل تعاون، کار ور فاه اجتماعی استان گیلان

خبرخوان

آخرین خبرها از وام سهام عدالت

وام سهام عدالت چقدر است؟

مدیر پروژه کارت‌های اعتباری شرکت سپرده‌گذاری مرکزی توضیحاتی را در مورد مبلغ کارت اعتباری سهام عدالت ارائه کرد. سمیه محمدی با تاکید بر اینکه روند اعطای کارت اعتباری سهام عدالت به مشمولان این سهام همچنان ادامه دارد به ایسنا، گفت: تاکنون نزدیک به ۱۰۰ هزار درخواست از سوی دو بانک ملی و تجارت برای دریافت کارت اعتباری به شرکت سپرده‌گذاری مرکزی ارسال شده است. البته ممکن است درخواست‌هایی که به بانک‌ها ارسال شده است بیشتر باشد اما بانک‌ها فقط درخواست افراد واجد شرایط را به شرکت ارسال می‌کنند.

وی ادامه داد: اگر درخواست‌ها در روز کاری ارسال شود، کارهای مربوطه در شرکت انجام شده و دوباره به بانک ارجاع داده می‌شود و بانک باید مابقی امور را انجام دهد. پس از آن افراد می‌توانند از طرقی که بانک‌ها اعلام کرده‌اند، از کارت اعتباری استفاده کنند. البته به غیر از بانک تجارت و ملی با ۱۴ بانک برای این منظور تفاهم‌نامه امضا شده است و بانک‌ها به شدت پیگیری این جریان هستند. مدیر پروژه کارت‌های اعتباری شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در مورد مبلغ کارت اعتباری نیز توضیح داد: مبلغ مشخص نیست. در واقع متقاضیان ۵۰درصد ارزش قابل معامله سهام عدالت را وام دریافت می‌کنند. به عبارت دیگر ۶۰ درصد سهام عدالت قابل معامله است و متقاضیان ۵۰ درصد از این ۶۰ درصد را وام دریافت می‌کنند. مبلغ آن نیز با توجه به شرایط بازار و روند صعودی یا نزولی بازار، متغیر و افزایشی و کاهشی است. این فرآیند برای سهامداران مستقیم و غیرمستقیم سهام عدالت صدق می‌کند. به گفته محمدی، مشمولان می‌توانند با مراجعه به درگاه یکپارچه ذی‌نفعان بازار سرمایه میزان دارایی خود را مشاهده کنند. براساس این گزارش، امکان دریافت وام سهام عدالت برای مشمولان از اواسط زمستان سال گذشته فراهم شده است و سهامداران می‌توانند با مراجعه به دو بانک تجارت و ملی، این وام را که فیزیکی و نقدی نیست را دریافت کنند و اگر طی یک ماه مبلغ توسط فرد بازگردانده نشد، در اقساط ۳۶ ماهه باید تسویه شود.

کمتر از ۱۰ روز برای پرداخت مالیات سکه فرصت دارید

فرصت یک هفته‌ای پرداخت مالیات سکه

طبق دستورالعمل سازمان امور مالیاتی، کلیه خریداران حقیقی سکه از بانک مرکزی در سال گذشته باید تا پایان خردادماه امسال نسبت به پرداخت مالیات اقدام کنند که تنها ۱۰ روز فرصت برای این افراد باقی مانده است. به گزارش ایسنا، خریداران سکه از بانک مرکزی از سال ۱۳۹۷ مشمول پرداخت مالیات هستند که خریداران سکه در سال گذشته تا پایان خردادماه سال جاری باید مالیات متعلقه بپردازند و اگر مالیات خود را تا پایان این ماه نپردازند، به مالیات متعلقه آنها به ازای هر ماه دیرکرد معادل ۲.۵ درصد جریمه اضافه می‌شود. همچنین، مؤدیانی که امکان پرداخت مالیات مقطوع را به صورت کامل تا پایان خرداد سال جاری ندارند، مالیات آنها حداکثر تا چهار ماه به صورت مساوی قسط‌بندی می‌شود.

طبق دستورالعمل، کسی که بیش از پنج تا ۱۵ سکه از بانک مرکزی بخرد، باید به ازای هر قطعه سکه ۹۶۰ هزار تومان مالیات پرداخت کند و نسبت به مازاد ۱۵ تا ۲۵ سکه به ازای هر قطعه باید معادل یک میلیون و ۲۸۰ هزار تومان مالیات بپردازد. علاوه بر این، نسبت به مازاد ۲۵ تا ۱۰۵ سکه به ازای هر قطعه باید معادل یک میلیون و ۶۰۰ هزار تومان مالیات پرداخت شود. نکته قابل توجه درباره مالیات سکه، افزایش قابل توجه رقم آن و کاهش سطح معافیت مالیاتی است. در این راستا، تمامی اشخاص حقیقی خریدار سکه از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران که در سال ۱۳۹۹ نسبت به دریافت حداکثر (۱۰۵) قطعه سکه اقدام کرده‌اند، باید حداکثر تا پایان خردادماه سال‌جاری با مراجعه به سامانه عملیات الکترونیک مودیان مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور به نشانی my.tax.gov.ir نسبت به پرداخت مالیات متعلقه اقدام کنند بنابراین از آنجا که تا پایان خردادماه تنها ۹ روز باقی مانده است، مشمولان این مالیات باید اقدامات پرداخت آن را هرچه زودتر انجام دهند.

رشد ۵۶ درصدی قرض‌الحسنه پس‌انداز

سپرده‌های بلندمدت منفی شد

براساس آمار بانک مرکزی، در حالی قرض‌الحسنه پس‌انداز در سال ۹۹ بیشترین رشد را داشته که سپرده‌های بلندمدت سه، چهار و پنج ساله با رشد منفی مواجه شد. بانک مرکزی آمارهای پولی مربوط به سال ۹۹ را منتشر کرد که نشان می‌دهد استقبال مردم از سپرده‌گذاری بلندمدت بسیار افت داشته و در مقابل، سپرده‌گذاری‌های کوتاه مدت یک ساله و کمتر، از رشد بالایی برخوردار بوده است.

براساس گزارش بانک مرکزی از مانده متغیرهای عمده پولی و اعتباری در پایان اسفند ۹۹، حجم نقدینگی از نوع شبه پول رشد ۳۶.۲ درصدی داشته و به رقم ۲۷۸۵۲.۱ هزار میلیارد ریال رسیده است. در پایان اسفندماه سهم شبه پول به ۸۰.۱ درصد رسید که از این میزان، ۶.۵ درصد مربوط به سپرده‌های قرض‌الحسنه، ۲۹.۲ درصد مربوط به سپرده‌های کوتاه‌مدت و ۳۱.۷ درصد مربوط به سپرده‌های یک ساله می‌شود. حجم قرض‌الحسنه پس‌انداز در این مدت به ۲۲۶۸.۲ هزار میلیارد ریال رسید و رشد ۵۶.۶ درصدی را رقم زد. این میزان در سال ۹۸ رشد ۴۱.۱ درصدی داشت. میزان سپرده‌های کوتاه مدت در سال ۹۹ رقم ۱۰۱۴۹.۲ هزار میلیارد ریال با رشد ۴۳.۳درصدی ثبت شد که درصد رشد سال ۹۸ نیمی از این بود، یعنی ۲۱.۱ درصد. سال ۹۹ میزان سپرده‌های یک ساله ۱۱۰۰۱.۴ هزار میلیارد بود که رشد منفی ۳.۱ درصد را به ثبت رساند. این میزان در سال ۹۸ بسیار کمتر بود به نحوی که با رقم ۱۱۳۴۸.۳هزار میلیارد ریال رشد ۳۲.۳ درصد را نشان داد.

براساس این گزارش، سپرده‌های دوساله نیز در سال ۹۹ به رقم ۳۷۲۷.۳ هزار میلیارد ریال رسید که رشد بیش از هزار درصدی را تجربه کرد. این میزان در سال ۹۸ حدود ۳۸.۹ هزار میلیارد ریال بود که نسبت به سال ۹۷ رشد ۲۳.۹ درصدی داشت. سپرده‌های سه ساله کمترین میزان نقدینگی را شامل می‌شدند به نحوی که در سال ۹۹ این میزان ۰.۳ هزار میلیارد با رشد منفی ۵۰ درصد ثبت شد. حجم سپرده‌های چهار ساله در سال ۹۹ برابر با ۰.۴ هزار میلیارد ریال بود که در مقایسه با سال ۹۸ رشد منفی ۷ درصد را داشت. این میزان در سال ۹۸ نیز با رشد منفی ۱۲.۲ درصد همراه بود. رشد نقدینگی در بخش سپرده‌های پنج ساله نیز با رشد منفی مواجه شد به نحوی که این میزان در سال ۹۹ حدود ۶۲.۸ هزار میلیارد ریال با رشد منفی ۳۳.۸ رقم خورد. همچنین براساس آمار بانک مرکزی، حجم نقدینگی متفرقه ۶۳۸.۹ هزار میلیارد ریال به ثبت رسیده است.

شاخص بورس ۶ هزار واحد و شاخص فرابورس ۲۴ هزار واحد افت کرد

افت دسته‌جمعی در بازار سهام

فرصت امروز: بورس تهران، روز نخست هفته را با چراغ قرمز آغاز کرد و همه شاخص‌ها در این روز سرخ‌پوش بودند. در بیست و دومین روز خردادماه و در حالی که کمتر از یک هفته تا انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم باقی است، شاخص کل بورس ۶ هزار و ۹۷۳ واحد افت کرد و در ارتفاع یک میلیون و ۱۴۴ هزار واحد ایستاد. شاخص کل با معیار هم‌وزن با ۲ هزار و ۲۹۳ واحد کاهش به ۳۷۸ هزار و ۴۵۳ واحد و شاخص قیمت هم‌وزن با یک هزار و ۴۷۶ واحد افت به ۲۴۳ هزار و ۵۴۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۵ هزار و ۶۴۴ واحد و شاخص بازار دوم ۱۲ هزار و ۲۴۸ واحد کاهش داشتند. در معاملات روز شنبه بیش از ۵ میلیارد و ۴۲۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۳ هزار و ۷۰۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه خودرو صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۲میلیارد و ۱۴۳ هزار برگه سهم به ارزش ۴ هزار و ۱۱۶ میلیارد ریال دادوستد شد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس بیش از ۲۴ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۷هزار و ۴۵۹ واحد ثابت ماند. در این بازار یک میلیارد و ۳۷۳ هزار برگه سهم به ارزش ۱۲۶ هزار و ۶۶۱ میلیارد ریال دادوستد شد.

معاملات بورس تهران در هفته سوم خرداد

شاخص بورس تهران در حالی روز گذشته برای دومین روز کاری متوالی با اصلاح قیمتی مواجه شد که در هفته‌ای که گذشت بازدهی کمتر از یک درصدی را به ثبت رساند. این در حالی بود که شاخص بورس در هفته دوم خردادماه به بازدهی حدود ۳.۵ درصدی رسیده بود. در مجموع، سومین هفته خردادماه نیز با رشد نماگر اصلی این بازار به پایان رسید و این بار شاخص کل رشد ۰.۲۸ درصدی را تجربه کرد. در این هفته تا حدودی سیگنال‌های امیدوارکننده‌ای از خروج بازار سهام از رکود ۱۰ ماهه به فعالان این بازار و سرمایه‌گذاران مخابره شده است؛ سیگنال‌هایی که حالا تا حدودی از هراس ماه‌های گذشته کاسته و شاهد خروج پول‌های ریسک‌گریز از پناهگاه صندوق‌های معامله‌پذیر به سمت سهام هستیم.

در میان صنایع بورسی هفته گذشته در کنار رشد میانگین قیمت‌ها در ۱۸ گروه، ۲۰ صنعت با افت شاخص خود مواجه شدند. در این میان خودرویی‌ها با رشد ۷.۵ درصدی در صدر دیگر صنایع بورسی قرار گرفتند. ثبات نرخ دلار و قیمت‌های جهانی سبب شده تا شاهد افزایش توجه به صنایع ریالی بورس باشیم. به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاران تصمیم گرفته‌اند تا شانس خود را در گروه‌های غیردلاری نیز بیازمایند؛ ضمن اینکه امید به رفع قیمت‌گذاری دستوری خود عاملی محرک در افزایش توجه به گروه‌های ریالی بود؛ هفته گذشته رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس در این خصوص گفت: «حذف قیمت‌گذاری دستوری، تاثیرات مثبتی را بر بورس خواهد داشت و حذف این نوع قیمت‌گذاری به زودی در دستور کار قرار می‌گیرد.» محمدرضا پورابراهیمی همچنین به اقدامات انجام شده برای بهبود وضعیت بازار اشاره کرد و افزود: «در بازار سهام بعد از قرار گرفتن شاخص بورس بر مدار نزولی، اقدامات زیادی برای بهبود وضعیت معاملات در دستور کار قرار گرفت تا بتوان از این طریق کمکی را برای کاهش هیجان‌های ایجادشده در بازار و بازگشت رشد به مدار صعودی کنیم.»

در این راستا و در صورت به نتیجه رسیدن مذاکرات وین و احیای برجام، گروه خودرو از شانس بالایی برای رشد سودآوری برخوردار است. حمل و نقلی‌ها دیگر گروهی بودند که در هفته سوم خردادماه با رشد همراه شدند و شاخص این گروه افزایش هفتگی ۶.۹ درصدی را ثبت کرد. این گروه نیز طی سال گذشته بیشترین آسیب را از تحریم‌های یکجانبه آمریکا متحمل شد. همچنین از دیگر صنایع سبز بورس در هفته منتهی به ۱۹ خردادماه می‌توان به گروه خدمات فنی و مهندسی، محصولات چرمی و بانک‌ها اشاره کرد که همگی در زمره گروه‌های ریالی بازار سهام جای می‌گیرند.

در آن سوی بازار اما صنعت اطلاعات و ارتباطات با تک نماد «های وب» افت ۱۰.۵ درصدی را تجربه کرد تا در قعر جدول بازده هفتگی صنایع بورسی قرار گیرد. این سهم روز چهارشنبه مشمول قانون رفع گره معاملاتی شد تا افت روزانه آن به ۱۰ درصد افزایش یابد. پس از آن نیز گروه کاشی و سرامیک بود که در زمره صنایع با بیشترین افت هفتگی قرار گرفت. این گروه طی معاملات هفته منتهی به ۱۹ خردادماه افت ۷.۲ درصد را ثبت کرد.

نگاه بازار سرمایه به مذاکرات احیای برجام

به موازات انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم، مذاکرات احیای برجام در وین، متغیر دیگری است که بازار سرمایه مترصد مشخص شدن نتیجه آن است. درباره میزان اثرگذاری این متغیر بر معاملات بورس، یک کارشناس می‌گوید: از ابتدای خرداد ماه شاهد معاملاتی روان و منطقی‌تری در کلیت بازار هستیم که بخشی از این واکنش را می‌توان ناشی از نگاه روانشناسی بازار به عدم کاهش نرخ دلار به کمتر از ۲۰ هزار تومان و تثبیت موقت آن در محدوده قیمتی ۲۰ تا ۲۵ هزار تومان دانست. دلیل این اتفاق در بازار ارز به موضوع تعویق نتایج مذاکرات و ابهامات موجود در این زمینه برمی‌گردد و هنوز تا دستیابی به نتیجه نهایی، فاصله داریم.

طاهره جهانی با بیان اینکه در چند ماهه نخست سال ۹۹ شاهد یک نوع «بیش واکنشی» در بازار بودیم که علت این موضوع هم به پیش‌بینی فعالان بازار در زمینه تورم انتظاری از نیمه دوم سال ۹۹ باز می‌گردد، به ایرنا گفت: در نیمه نخست سال ۹۹ دعوت مسئولان و وعده حمایت پایدار از این بازار باعث ورود جمع زیادی از سرمایه‌گذاران به این بازار شد که بخش زیادی از این افراد از دانش کافی برای سرمایه‌گذاری در بازار برخوردار نبودند بنابراین با رشد غافلگیرکننده‌ای که شاخص بورس در این دوره تجربه کرد انتظار اصلاح بازار وجود داشت.

به اعتقاد این کارشناس بازار سرمایه، البته شرایط کنونی مملو از اخبار مثبتی مانند نزدیکی به فصل مجامع شرکت‌ها، عدم کاهش نرخ دلار و تثبیت موقت آن، تورم بالای اردیبهشت و فروردین، پیشرفت واکسیناسیون و افزایش تقاضای جهانی خصوصا در حوزه کامودیتی‌هاست که قرار گرفتن همه این خوش‌بینی‌ها در کنار یکدیگر نویدبخش آمادگی بازار برای صعودی دوباره است و فقط بازگشت اعتماد و شفافیت به بازار است که به مرور می‌تواند دوباره وضعیت بازار را به حالت تعادل نزدیک کند.

او همچنین به تاثیر مثبت احیای برجام بر بورس اشاره کرد و افزود: در چند هفته اخیر انعکاس‌های مثبتی از بحث بازگشت به برجام و مباحث مربوط به توافقات و لغو تحریم‌ها به گوش می‌رسد که این خبر می‌تواند دو اثر کوتاه مدت و بلندمدت در معاملات بازار داشته باشد. اثر کوتاه مدت این اتفاق می‌تواند ناشی از کاهش قیمت دلار باشد که با توجه به وضعیت حاکم می‌توان اعلام کرد این اثر در شرایط کنونی بازار ما پیشخور شده است.

جهانی سپس به اثر بلندمدت مذاکرات وین اشاره کرد و گفت: با موفقیت در مذاکرات وین شاهد افزایش صادرات، کاهش هزینه‌های تولید و انتقال تکنولوژی جدید به بازار خواهیم بود که این موضوع زمینه کاهش درجه نااطمینانی در بازار را فراهم می‌کند بنابراین برآیند اثر توافق بر سر برجام در کل به نفع بازار سرمایه تمام می‌شود و نگرانی در این خصوص، بی‌مورد خواهد بود.

وی در پایان، تاثیر تصویب مالیات بر عایدی سرمایه در بورس را مثبت دانست و گفت: یکی از اهداف تصویب طرح مالیات بر عایدی سرمایه، هدایت سرمایه‌ها به بازارهای مولد ازجمله بازار سرمایه است که به طور قطع این مصوبه تأثیر بسزایی در توسعه هرچه بیشتر بورس، اقتصاد و بازارهای مولد خواهد داشت. این سیاست در کشورهای پیشرفته دنیا سال‌هاست که در حال اجراست و در صورت رفع برخی از مشکلات موجود می‌تواند بر کلیت معاملات بازار اثربخش باشد.

درخواست آژانس بین‌المللی انرژی از اوپک پلاس

شیرهای نفت را باز کنید

آژانس بین‌المللی انرژی با پیش‌بینی رشد تقاضای جهانی برای نفت به میزان ۳.۱ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۲۲ و بازگشت آن به سطح پیش از شیوع پاندمی کووید-۱۹ تا سه ماهه چهارم، هشدار داد اگر اوپک پلاس واکنش نشان ندهد شکاف عظیمی میان عرضه و تقاضا در نیمه دوم امسال ایجاد می‌شود. آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش ماهانه بازار نفت خود نخستین پیش‌بینی برای سال ۲۰۲۲ را ارائه و انتظارات برای احیای تقاضا برای نفت با وجود تاثیر دورکاری و رشد استفاده از خودروهای برقی را تایید کرد. طبق پیش‌بینی آژانس بین‌المللی انرژی، تولید نفت کشورهای خارج از پیمان اوپک پلاس به میزان ۱.۶ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۲۲ رشد کرده و تا اواسط سال به سطح پیش از شیوع ویروس کرونا برمی‌گردد و بزرگترین افزایش تولید از جانب آمریکا به میزان ۹۷۰ هزار بشکه در روز و همچنین برزیل و نروژ خواهد بود. این آژانس با اشاره به پیش‌بینی شکاف میان عرضه و تقاضا در نیمه دوم سال ۲۰۲۱ از اوپک پلاس که پس از ریزش قیمت نفت در سال گذشته کنترل تولید سختگیرانه‌ای را به اجرا گذاشت، خواست شیرهای نفت خود را باز کند. بنا بر برآورد آژانس بین‌المللی انرژی، تولید نفت اوپک در ماه مه به ۲۵.۴۳ میلیون بشکه در روز رسید و انتظار می‌رود تقاضا برای نفت این گروه در نیمه دوم سال به ۲۸.۳ میلیون بشکه در روز برسد که اندکی کاهش در مقایسه با برآورد ماه گذشته داشت. در گزارش ماهانه آژانس بین‌المللی انرژی مجموع تولید نفت گروه اوپک پلاس ۴۰.۳۹ میلیون بشکه در روز برآورد و اشاره شد این گروه حدود ۱۰ میلیون بشکه در روز ظرفیت مازاد تولید دارد که تنها بخش کوچکی مربوط به ایران است که به دلیل تحریم‌های آمریکا محدود مانده است. همچنین این گزارش تصریح کرد ذخایر نفت در اقتصادهای عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی به ۲.۹۳ میلیارد بشکه رسیده و ۱.۶ میلیون بشکه پایین میانگین پنج ساله (۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹) در آوریل است. بهبود تقاضای جهانی برای نفت ادامه دارد و در نبود تغییرات سیاستی بیشتر، تا پایان سال ۲۰۲۲ به ۱۰۰.۶ میلیون بشکه در روز می‌رسد. براساس گزارش پلاتس، انتظار می‌رود تولید نفت در خارج از گروه اوپک پلاس افزایش پیدا کند، اما این افزایش نزدیک سطح موردنیاز برای جلوگیری از کاهش بیشتر سطح ذخایر نیست.

بیشترین تعداد شاغلان روستایی مربوط به کدام بخش است؟

نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۸ به رغم آنکه تعداد شاغلان روستایی در بخش خدمات کاهش داشته، اما در بخش‌های کشاورزی، صنعت و ساختمان با افزایش همراه بوده است.

نقش و اهمیت اشتغال‌زایی و کارآفرینی از مهمترین چالش‌ها و دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران اقتصادی در توسعه پایدار مناطق روستایی است. کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، کیفیت زندگی روستاییان را بهبود بخشیده و ضمن توزیع مناسب درآمد و ایجاد تعادل منطقه‌ای، سبب کاهش پدیده مهاجرت از روستاها می‌شود. در این راستا، مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار با استناد آمارهای طرح آمارگیری نیروی کار مرکز آمار ایران به بررسی آمار شاغلان روستایی در بخش‌های عمده اقتصادی طی سال‌های ۹۶ تا ۹۸ پرداخته است. به موجب این گزارش تعداد شاغلان ۱۰ ساله و بیشتر روستایی در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ روند کاهشی داشته اما در سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ افزایش یافته است. بیشترین نسبت شاغلان روستایی طی سال‌های ۹۶ تا ۹۸ مربوط به بخش کشاورزی و پس از آن مربوط به بخش خدمات، صنعت و ساختمان بوده است. بررسی تعداد شاغلان روستایی به تفکیک بخش‌های اقتصادی نشان می‌دهد بخش کشاورزی با ۱.۳ درصد، بخش صنعت با ۰.۴ درصد و بخش ساختمان با ۰.۱ درصد افزایش در سال ۱۳۹۸ روبه‌رو بوده است این در حالی است که طی سال ۱۳۹۸ تعداد شاغلان روستایی در بخش خدمات کاهش ۰.۱ درصدی داشته است. توزیع شاغلان روستایی بر حسب بخش‌های عمده اقتصادی در سال ۱۳۹۸ حاکی از آن است که نسبت بخش کشاورزی در میان بخش‌های اقتصادی ۴۹.۴ درصد، بخش خدمات ۲۴.۱ درصد، بخش صنعت ۱۳.۷ درصد و بخش ساختمان ۱۲.۸ درصد بوده است؛ به این ترتیب بخش کشاورزی بیشترین تعداد شاغلان روستایی را به خود اختصاص داده و بخش‌های خدمات، صنعت و ساختمان در رده‌های بعدی قرار دارند.

تعداد شاغلان روستایی با ۰.۶ درصد افزایش از ۶ میلیون و ۴۳۲ هزار و ۵۳۸ نفر در سال ۱۳۹۷ به ۶ میلیون و ۴۷۴ هزار و ۲۹۴ نفر در سال ۱۳۹۸ رسیده است. در بین استان‌های کشور نیز استان خراسان رضوی بیشترین سهم شاغلان روستایی در بخش‌های کشاورزی، صنعت و ساختمان را به خود اختصاص داده است.

قیمت خودرو با لحاظ بهای تمام‌شده تولید واقعی می‌شود

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی گفت با توجه به بهای تمام شده تولید خودرو، قیمت این محصول، نه تنها واقعی نیست بلکه شاید بیشتر از قیمت‌های مصوب شورای رقابت باشد.

اسماعیل حسین زهی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: مواد اولیه مورد استفاده در تولید خودرو از جمله پروفیل در بورس عرضه می‌شود، اما بهای تمام شده آن در قیمت خودرو لحاظ نمی‌شود که این موضوع یکی از ایرادات وارده بر وزارت صمت است که می‌بایست مورد توجه قرار بگیرد. وی افزود: با توجه به بهای تمام شده تولید خودرو، قیمت این محصول، نه تنها واقعی نیست بلکه شاید بیشتر از قیمت‌های مصوب شورای رقابت باشد.

نماینده مردم خاش، میرجاوه، بخش‌های نصرت‌آباد و کورین در مجلس شورای اسلامی گفت: تولیدکنندگان پروفیل بیشتر نسبت به صادرات این کالا اقدام می‌کنند، در حالی که پروفیل علاوه بر صنعت خودرو در صنعت ساختمان نیز کاربرد دارد، بنابراین می‌بایست در خارج از بورس در اختیار خودروسازان قرار بگیرد و پس از تامین نیاز صنعت خودرو، نسبت به صادرات مابقی آن اقدام شود.

حسین زهی با اشاره به اینکه گمان مصرف‌کنندگان بر این است که قیمت کنونی خودرو بیش از قیمت تمام شده آن است، تصریح کرد: شورای رقابت می‌بایست طی جلساتی با وزارت صمت قیمت تمام شده خودرو را بررسی کرده و نسبت به تعیین قیمت واقعی این کالا اقدام نماید.

وی با توجه به کاهش فاصله قیمتی خودرو از مبدأ تا بازار درخصوص آزادسازی قیمت خودرو و تک نرخی شدن این محصول در بازار اذعان داشت: آزادسازی قیمت خودرو منوط به آزادسازی واردات است، زیرا با توجه به وضعیت کیفی خودروهای تولید داخل، واردات علاوه بر اینکه قیمت کالای خودرو را رقابتی می‌سازد، زمینه ورود خودروسازان به عرصه رقابت با محصولات جهانی در حوزه کیفیت را نیز فراهم می‌سازد.

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در پایان درخصوص تغییر نحوه قیمت‌گذاری انواع محصولات خودروسازان مبنی بر واگذاری قیمت کم‌تیراژها به خودروسازان و تاثیر آن بر جبران زیان‌دهی ناشی از قیمت‌های دستوری شورای رقابت برای خودروهای پرمصرف خاطرنشان کرد: این راهکار، مناسب است اما نیازمند بررسی بیشتر است و علاوه بر آن، قیمت‌گذاری خودروهایی که مورد استفاده عامه مردم است، می‌بایست در اختیار شورای رقابت باقی بماند.

وضعیت صنعت خودرو فاجعه‌بار است

امیرحسن کاکایی، تحلیلگر صنعت خودرو در گفت وگو با سایت خبری اتاق تهران کاهش قابل توجه تولید خودرو در خودروسازی‌های بزرگ کشور در ماه‌های گذشته از سال ۱۴۰۰ را نسیم یک سونامی می‌داند؛ سونامی فاجعه‌بار که اقتصاد کشور را در سطح ملی درگیر می‌کند.

*آمار تولید خودروسازان بزرگ کشور در اردیبهشت ماه سال جاری نسبت به سال گذشته به میزان قابل توجهی کاهش پیدا کرده است. در گروه صنعتی ایران خودرو میزان تولید ۲۹ درصد کاهش یافته و در سایپا ۱۵،۴ درصد افت گزارش شده است. این میزان کاهش تولید مقدمه‌ای برای افزایش قیمت توسط خودروسازان در ماه‌های آینده است؟ آیا خودروساز کوتاهی می‌کند؟ مشکل از کجاست؟

ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که سطح بی‌اعتمادی در آن بسیار بالاست. هیچ کس به واقعیت‌ها در تحلیل ماجرا توجه نمی‌کند و همه برداشت خودشان را ارائه می‌کنند. به نظر من با توجه به اعداد و ارقام صنعت خودرو، باید از من می‌پرسیدید با وجود زیان ۸۰ هزار میلیارد تومانی دو خودروساز بزرگ کشور چطور تولید در این دو مجموعه همچنان ادامه دارد؟ چرا از این تعجب نمی‌کنید که ایران خودرو و سایپا همچنان به کار خود ادامه می‌دهند؟

*اگر این دو خودروساز خصوصی بودند و حمایت همه جانبه دولت‌ها در سال‌های گذشته را نداشتند، حتما این سوال را می‌پرسیدیم.

کدام حمایت همه جانبه دولت؟ این تصور غلطی است. نتیجه کدام حمایت همه جانبه زیان ۸۰ هزار میلیارد تومانی است؟ آیا واردات خودروی خارجی به کشور با هدف حمایت از خودروسازان داخلی ممنوع شده یا اینکه ارزی برای واردات خودروی خارجی نداریم؟ در سه سال گذشته صنعت خودروسازی داخلی نه تنها حمایت نشده بلکه با مداخلات انجام شده، متضرر شده است.

*ما درباره افزایش سرمایه، تعمیق ساخت داخل و خودکفایی از خودروسازی‌ها شنیدیم.

در سه سال گذشته بیشترین فشار به خودروسازی‌های ایران وارد شده است و به نوعی صنعت خودرو را نابود کردیم. چرا می‌گویم نابود؟ اعداد و ارقام این را نشان می‌دهد. اعداد و ارقام به درستی وضعیت را منعکس می‌کند نه حرف‌های روی هوا و شعارگونه‌ای که می‌شنویم. زیان رسمی خودروسازی‌ها به۴۹ هزار میلیارد تومان رسیده و زیان تلفیقی آنها ۸۰ هزار میلیارد تومان است. این اعداد واقعی است و واقعیت را نشان می‌دهد. سه هفته پیش خودروسازان در نامه‌ای به مجلس شورای اسلامی اعلام کردند واردات خودرو را آزاد کنید. این ممنوعیت جنبه حمایتی از خودروسازان ندارد. اینها نکاتی است که باید در تحلیل وضعیت صنعت خودرو به آن توجه کنیم. در همین دو ماه نخست سال، دست کم ۲۰ درصد تورم در نهاده‌های تولید از جمله مواد اولیه ثبت شده. با افزایش حداقل دستمزد که ۳۹ درصد است و تغییر قیمت آلومینیوم و فولاد، قیمت تمام شده خودروسازان در نهایت افزایش پیدا می‌کند، اما شورای رقابت تنها ۸ درصد افزایش قیمت خودرو را قبول دارد و این یعنی، در همین دو ماه گذشته از سال ۱۴۰۰، خودروساز ۱۲ درصد از قیمت تمام شده خودرو عقب است. آیا خودروسازی موسسه خیریه یا عام‌المنفعه است؟ شما به خصوصی بودن خودروسازی اشاره کردید. چرا درباره ۲۸ خودروساز خصوصی دیگر نمی‌پرسید؟ چرا از ممنوعیت واردات به عنوان عامل تعادل قیمت می‌گویید؟ مگر در سال ۹۷ و ۹۸ واردات قطعات یدکی آزاد نبود؟ مگر در همین سال‌ها قیمت‌ها به میزان قابل توجهی رشد نکرد؟ متاسفانه ما با مسائل واقعی و اقتصادی احساساتی برخورد می‌کنیم و مردم هم خوش‌شان می‌آید. درحالی که واقعیت چیز دیگری است.

ثبات نرخ ارز و افزایش عرضه خودرو موجب برابری قیمت کارخانه و بازار می‌شود

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو گفت ثبات نرخ ارز و افزایش عرضه، فاصله قیمت کارخانه و بازار را به کمترین حد خود می‌رساند و یا حتی امکان برابری نرخ بازار با قیمت مصوب شرکت‌ها وجود دارد.

سعید موتمنی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص ارزیابی خود نسبت به روند نزولی مابه‌التفاوت قیمت خودرو از مبدأ تا بازار اظهار داشت: در شرایط کنونی که مراجعه مشتریان به بازار خودرو کاهش یافته، رکود کامل بر بازار خودرو حاکم است. در چنین شرایطی، افزایش عرضه خودرو به بازار، موجب کاهش تدریجی فاصله قیمتی، حتی به میزان ۵ تا ۱۰ خواهد بود و چه بسا قیمت خودرو در بازار تا سطحی کمتر از قیمت خودرو در کارخانه نزول پیدا کند.

وی درخصوص تاثیر مصوبه شورای رقابت بر بازار خودرو گفت: مصوبه افزایش قیمت شورای رقابت، تاثیری بر بازار خودرو نداشته، زیرا تقاضای کاذب برای سرمایه‌گذاری در بازار فروکش کرده و صرفا مراجعه مصرف‌کنندگان واقعی و نیازمند خودرو به بازار، ممکن است سود کمتری را نسبت به گذشته، نصیب سرمایه‌گذاران و خریداران خودرو از کارخانه نماید.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان ضمن انتقاد از قیمت‌گذاری دستوری خودرو، این شیوه قیمت‌گذاری را بی‌فایده دانست و افزود: قیمت‌گذاری خودرو مشروط بر آزادسازی واردات، می‌بایست آزاد باشد. بدین ترتیب، بازار قیمت خودرو را تعیین خواهد کرد که امیدواریم در دولت آینده این امر محقق شود تا رقابت در بازار خودرو، ارتقای کیفیت توسط تولیدکنندگان و انتخاب آزادانه انواع خودرو برای مصرف‌کنندگان حاصل شود.

موتمنی بر حذف انحصار از بازار خودرو ایران تاکید کرد و افزود: در شرایط کنونی بهترین راهکار، آزادسازی واردات است که این امر، موجب بازگشت قیمت خودروهای مونتاژی و وارداتی به حالت تعادلی شده و حباب قیمت موجود در بازار را از بین خواهد برد.

وی درخصوص پیش‌بینی خود نسبت به تاثیر نتایج انتخابات ریاست جمهوری بر بازار خودرو گفت: این موضوع به سیاست‌های دولت جدید، تیم اقتصادی و دیدگاه آنها نسبت به بازار و انحصار بستگی دارد. اگر واردات آزاد شود، قیمت‌ها قطعا شکسته خواهد شد. قیمت‌های کنونی بازار واقعی نیست.

موتمنی همچنین درخصوص تاثیر عدم لغو تحریم‌ها بر بازار خودرو گفت: به اعتقاد بنده، وضعیت رو به جلوی مثبتی پیش رو داریم. رفع مشکلات خودروسازان در حوزه قیمت‌گذاری، مابه‌التفاوت قیمت کارخانه و بازار و فرآیندهای قرعه‌کشی در گرو آزادسازی واردات است.

وی درخصوص واگذاری قیمت‌گذاری به خودروسازان گفت: در این باره می‌بایست به این موضوع توجه کنیم که آیا بازار کشش قیمت‌هایی که از سوی خودروسازان تعیین می‌شود را خواهد داشت. به طوری که می‌بینیم برخی از محصولات خودروسازان حتی خودروهای چینی کمتر از قیمت مصوب کارخانه در بازار به فروش می‌رسد. وضعیت قیمت این محصولات در بازار به میزان عرضه بستگی دارد. در صورت افزایش عرضه، تقاضا کاهش می‌یابد و احتمال کاهش قیمت در بازار حتی کمتر از قیمت شرکت‌ها وجود دارد.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو درخصوص قیمت انواع خودروهای صفر داخلی در بازار تصریح کرد: اکنون معامله‌ای در بازار انجام نمی‌شود و بر همین اساس نمی‌توان قیمتی اعلام کرد. در چند روز گذشته به دنبال سیر صعودی نرخ ارز، قیمت ارز در کانال ۲۲ تا ۲۴ هزار تومان قرار گرفت و بازار در رکود کامل به سر می‌برد.

موتمنی افزود: در حال حاضر دارندگان خودرو اقدام به افزایش قیمت‌ها در آگهی‌ها می‌کنند، اما تعداد خریداران در بازار اندک است. افزایش هزار تا هزار و ۵۰۰ تومانی نرخ ارز در طول یک روز، موجب می‌شود که فروشندگان اقدام به بالا بردن قیمت کرده و یا از فروش خودروی خود امتناع کنند و از سوی دیگر، متقاضیان خرید نیز نسبت به خرید خودرو دست نگه می‌دارند.

وی درخصوص درخواست خودروسازان مبنی بر تقسیم خودروهای داخلی به کم‌تیراژ و پرتیراژ و واگذاری قیمت کم‌تیراژها به خودروسازان و تاثیر آن بر بازار گفت: راهکار اساسی آزادسازی واردات است. بررسی طرح‌های ارائه شده در سال‌های گذشته نشان می‌دهد که این طرح‌ها منطقی نیستند. به عنوان مثال در طرح‌های قرعه‌کشی آیا خودروهای ثبت‌نامی به دست مصرف‌کنندگان واقعی می‌رسد. همچنین امکان ثبت‌نام برای مصرف‌کنندگان واقعی وجود ندارد. قرعه‌کشی خودرو نوعی توزیع رانت است که می‌بایست فکر اساسی درخصوص آن اندیشیده شود. اختلاف قیمت فاحش بازار آزاد و کارخانه نصیب دلالان می‌شود.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو در ادامه بیان کرد: بازار نیازمند خودرو است که می‌بایست این نیاز تامین شود، حال از طریق تولید داخل یا از طریق واردات. کمبود کالا موجب اجرای روش‌هایی نظیر ثبت‌نام، قرعه‌کشی و ورود نهادهای قیمت‌گذار و قیمت‌گذاری دستوری است. معامله خودرو در بازار در حال حاضر به یک شغل کاذب در بازار تبدیل شده که افراد به عناوین مختلف از این بازار کسب سود می‌کنند و مصرف‌کننده واقعی نیز نیستند.

نماگر بازار سهام

ترکیه گوی رقابت را از ایران ربود

دبیر انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان آب‌های معدنی و آشامیدنی از افت و آمار پایین صادرات خبر داد و ضمن تشریح دلایل این وضعیت گفت حتی اگر تولیدکنندگان در بازارهای بین‌المللی حضور پیدا کنند، به دلیل بالا بودن قیمت تمام شده نمی‌توانند با ترکیه رقابت کنند.

پیمان فروهر در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه آب بسته‌بندی در ایران صادرات محور نیست، اظهار کرد: به دلایل مختلف طی ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته صادرات آب‌های بسته‌بندی روند نزولی داشته و حتی به زیر یک میلیون دلار رسیده است.

به گفته وی قیمت تمام شده آب بسته‌بندی در ایران به واسطه بار مالی، یعنی تسهیلات بانکی قابل مقایسه با رقیب ترکیه‌ای نیست. در ترکیه بانک زیر پای تولیدکنندگانی که بخواهند صنعتی راه بیندازند فرش قرمز پهن می‌کند و معادل ۸۰ تا ۹۰ درصد مجموعه تسهیلات با نرخ بازگشت قابل صرف نظر پرداخت می‌کند، اما در ایران این نرخ بازگشت به صورت چراغ خاموش به ۳۰ درصد هم می‌رسد.

دبیر انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان آب‌های معدنی و آشامیدنی همچنین کرایه سنگین حمل از کارخانه تا مرز و از مرز تا بازار هدف و ضعف بنیه مالی واحدهای تولیدی را از دلایل دیگر آمار پایین صادرات در این بخش عنوان کرد و گفت: با توجه به اینکه صنعت آب بسته‌بندی صنعتی استراتژیک نیست، واحدهای تولیدی در این بخش به لحاظ اقتصادی ضعیف هستند و توان حضور در بازارهای صادراتی و پرداخت هزینه برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی را ندارند.

فروهر با بیان اینکه مجموع این شرایط باعث شده تا تولیدکنندگان آب‌های بسته‌بندی حضور گسترده‌ای در بازار بین‌المللی نداشته باشند، تصریح کرد: البته حتی اگر تولیدکنندگان در بازارهای بین‌المللی حضور پیدا کنند هم به دلیل بالا بودن قیمت تمام شده نمی‌تواند با ترکیه رقابت کنند.

وی افزود: همچنین دو بازار مهم ایران یعنی عراق و افغانستان خود را به شدت در این حوزه توسعه دادند و کارخانه‌های آب بسته‌بندی و نوشیدنی آنها افزایش پیدا کرده بنابراین وابستگی آنها به ایران کمتر شده است. ناامنی‌ها و جنگ‌ها در کشورهای همسایه نیز به کاهش صادرات دامن زده است.

چرا کاغذ تحریر تولید نمی‌کنیم؟

رئیس سندیکای کاغذ و مقوا با اشاره به نیاز ۳۸۰ هزار تنی کشور به کاغذ تحریر، گفت ۱۸۰ هزار تن ظرفیت تولید کاغذ تحریر در کشور ایجاد شده، اما تولید ناچیز است، چراکه به دلیل قوانین موجود تولیدکنندگان توان رقابت با واردکننده را ندارند.

به گزارش ایسنا، ابوالفضل روغنی گلپایگانی در نشستی خبری از برگزاری چهارمین نمایشگاه بین‌المللی کاغذ، مقوا، فرآورده‌های سلولزی و ماشین‌آلات وابسته از ۳۱ خرداد تا سوم تیرماه خبر داد و اظهار کرد: تولیدکنندگان کاغذ تحریر باید ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده پرداخت کنند که واردکنندگان از آن معاف هستند. همچنین سال گذشته به کاغذ وارداتی ارز دولتی اختصاص پیدا می‌کرد که همین موضوعات توان رقابت تولیدکنندگان را گرفته است بنابراین وضعیت تولید کاغذ تحریر در کشور مناسب نیست.

به گفته وی در چنین شرایطی تغییر نوع ارز تخصیص یافته به واردات کاغذ از ارز دولتی به ارز نیمایی و همچنین نامناسب بودن وضعیت تولید داخل، باعث افزایش قیمت کاغذ تحریر در کشور شده است.

رئیس سندیکای کاغذ و مقوا در ادامه از افت نیاز کشور به کاغذ روزنامه طی سال‌های اخیر به دلیل گسترش شبکه‌های اجتماعی خبر داد و گفت: نیاز کشور به کاغذ روزنامه از ۱۲۰ هزار تومان در ۱۰ سال گذشته به حدود ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان رسیده است.

روغنی نیاز سالیانه کشور به کاغذ بسته‌بندی را ۸۵۰ هزار تن عنوان کرد و گفت: سالانه یک میلیون و ۶۰۰ هزار تن تولید داریم که مازاد تولید به کشورهای مختلف از جمله اروپا، آسیا و کشورهای حاشیه خلیج فارس صادر می‌شود. علت وضعیت مساعد تولید در این بخش تامین فناوری‌های خوب و ماشین‌آلات روز جهان در کشور است که موجب شده کارخانه‌ای نظیر چوب و کاغذ مازندران در سال‌های گذشته به آلمان، فنلاند و انگلستان نیز صادرات داشته باشد.

البته به گفته رئیس سندیکای کاغذ و مقوا به دلیل تصویب نشدن اف ای تی اف بخشی از صادرات به طور غیررسمی انجام می‌شود و آمار دقیقی در این زمینه در دسترس نیست.

دو روی سکه تحریم‌ها

وی در ادامه با بیان اینکه اعمال تحریم‌ها و افزایش نرخ ارز، اقبال و اتکا به محصولات داخلی را در موضوع کاغذ و مقوا زیاد کرد و امروز شرکت‌های داخلی این صنعت وضعیت خوبی دارند، تصریح کرد: اگر برجام اجرایی شود، منفعت عمومی برای جامعه به دنبال دارد، اما اگر منجر به باز شدن درهای کشور به روی واردات شود، به تولید آسیب می‌رساند.

مشکل تامین مواد اولیه برای واحدهای تولید کاغذ

وی با اشاره به فعالیت ۱۲۰ کارخانه در زمینه تولید کاغذ، گفت: به‌جز تامین ماده اولیه آخال (ضایعات کارتن و کاغذ)، با مشکل خاصی مواجه نیستند. در حال حاضر نزدیک به ۹۰۰ هزار تن آخال در داخل تامین می‌شود و به واردات حدود یک میلیون تن نیز نیاز است که ۶۰ تا ۸۰ درصد آن از عراق و مابقی از افغانستان، ترکیه و برخی کشورهای دیگر وارد می‌شود، اما مشکلی که در مورد واردات وجود دارد، مقررات سختگیرانه سازمان حفاظت محیط زیست است.

روغنی گلپایگانی درخصوص تامین و تخصیص ارز نیز گفت: هرچند تا چهار ماه پیش مشکلات جدی برای همه صنایع وجود داشت، اما اکنون ارزهای نیمایی و آزاد برای تامین مواد اولیه وجود دارد.

۶ اصل بلاگینگ

به قلم: الیزابت رایدر
نویسنده حوزه تولید محتوا
مترجم: امیر آل‌علی

بلاگینگ (وبلاگ‌نویسی) به تولید محتوا در سایت اشاره دارد. در این رابطه اقدامی در زمینه فروش مستقیم انجام نمی‌شود، با این حال کسب آگاهی، خود زمینه‌ساز فروش است. به همین خاطر نیز اکثر سایت‌ها بخشی برای وبلاگ‌ها و مقالات خود در نظر می‌گیرند. در این رابطه اگر افراد به صورت ویدئویی اقدام به تولید محتوا نمایند به آن ولاگ گفته می‌شود که شباهت زیادی را به موضوع بحث ما دارد. در این راستا اگرچه توجه زیادی به جذب مخاطبان جدید می‌شود، با این حال نکته مهمتر این است که چگونه می‌توان افراد را به بازدید مجدد ترغیب نمود. در این راستا شش اصل اولیه انتخاب شده است که به بررسی هر یک از آنها خواهیم پرداخت.

۱-علاقه مخاطبان هدف خود را بشناسید

در ابتدا شما باید فهرستی از موضوعات مورد علاقه خود را پیدا کنید که لازم است تا بر روی آنها تولید محتوای درست انجام شود. در مرحله بعد توصیه می‌شود که اولویت‌بندی داشته باشید و بسترهای اشتراک‌گذاری را مشخص نمایید. درواقع از محتواها حتی در شبکه‌های اجتماعی نیز می‌توان استفاده کرد. فراموش نکنید که فهرستی از سایت‌هایی را پیدا کنید که می‌توانند بازنشر محتواهای شما را انجام دهند. این امر باعث می‌شود تا محتوای شما به مراتب بیشتر از حد تصور دیده شود. برای شناخت علایق مخاطبان هدف، انواع نرم‌افزارها وجود دارد که توصیه می‌شود از آنها استفاده کنید.

۲-به زبان جامعه هدف تولید محتوا داشته باشید

این امر اگرچه تصوری رایج است که باید به زبانی خاص تولید محتوا را انجام داد که معمولا بسیار رسمی است، با این حال واقعیت این است که شما باید کاملا عکس رفتار کنید. درواقع هر جامعه یک زبان محاوره خاص دارد که برای ارتباط برقرار کردن لازم است تا به آن پایبند باشید. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که شما در حال ایجاد یک مقاله علمی نیستید و جامعه هدف شما مردمان عادی هستند. در این رابطه شما در کنار تلاش برای بهبود متن، لازم است تا به جذابیت بیشتر کار خود نیز توجه داشته باشید. این امر به معنای استفاده از عکس‌ها و فیلم‌های حرفه‌ای و مرتبط در کنار بهبود جذابیت بصری سایت، اشاره دارد. حتی دسته‌بندی درست و کامل نیز می‌تواند کاملا تاثیرگذار باشد.

۳-از هر پست انتظار منطقی داشته باشید

این امر یک واقعیت است که مخاطب امروز پایین‌ترین حد حوصله را دارد. در این راستا ضروری است که از هر پست خود انتظارات منطقی را داشته باشید. درواقع بمباران کردن مخاطب با انواع اطلاعات و مواجهه با یک پست چند هزار کلمه‌ای، بدون شک احتمال مطالعه آن را به شدت کاهش می‌دهد. به همین خاطر شما باید توانایی سریالی کردن موضوعات را داشته باشید. به صورت کلی، محتواهای ۵۰۰ کلمه‌ای، با بالاترین میزان استقبال‌ها همراه است. در این راستا فراموش نکنید که محتوای شما باید ارزش اشتراک‌گذاری بالایی را داشته باشد. درواقع رعایت اصل اختصار نباید باعث شود که از ارزش آن کاسته شود. برای مثال اگر یک موضوع را به سه قسمت تقسیم کرده‌اید، بخش اول نباید تنها شامل مقدمه باشد. برای مثال ممکن است موضوعی تحت عنوان ۹ راهکار استفاده بهتر از یک محصول را بخواهید به سه قسمت تقسیم کنید. روش درست این است که در بخش اول یک مقدمه در کنار دو سه مورد، در بخش دوم خلاصه‌ای از محتوای قبل به همراه سه مورد دیگر و در آخر موضوعات پایانی همراه با جمع‌بندی ذکر شود. این نکته را نیز فراموش نکنید که تولید محتوا امری زمانبر بوده و به همین خاطر شما به تیمی حرفه‌ای در این زمینه نیاز خواهید داشت. در این راستا از ترجمه بهترین محتواهای خارجی نیز غافل نشوید.

۴-امکان شخصی‌سازی داشته باشید

سایت شما باید هوش مصنوعی داشته باشد تا علایق مخاطبان را براساس جست و جوهای آنها شناسایی کند. برای مثال اگر فردی صرفا مقالات مرتبط با یک موضوع خاص را مطالعه کرده است تحت این شرایط لازم است که در بدو ورود، جدیدترین مقالات مرتبط با موضوع مورد علاقه، نمایش داده شود. درواقع شما باید تلاش کنید که تا حد امکان در زمان افراد صرفه‌جویی نمایید. در این زمینه سرعت سایت نیز بسیار مهم بوده و لازم است تا همواره در تلاش برای بهبود باشید. مطالعه مداوم موضوعاتی نظیر نحوه ایجاد تیتر و اصول سئو، کمک خواهد کرد تا رشد بسیار خوبی را داشته باشید. این نکته را فراموش نکنید که مخاطب امروز، با گزینه‌های متنوعی مواجه است. به همین خاطر شما باید همواره بهتر شوید. در این رابطه تکمیل مداوم موضوعات هم بسیار مهم است. درواقع پس از عمیق شدن بر یک موضوع و کسب جایگاه موردنیاز، ضروری است تا به فکر حوزه‌های مرتبط دیگر هم باشید. درواقع هر مخاطبی تمایل دارد که در سایتی حضور داشته باشد که جامع‌تر محسوب می‌شود تا به خوبی تامین نیاز صورت گیرد.

۵-تداوم داشته باشید

از دیگر اقداماتی که باید انجام دهید این است که در کار خود تداوم لازم را داشته باشید. این امر به معنای آن است که اگر هر روز حداقل یک محتوا را منتشر می‌کنید، این موضوع برای همیشه رعایت شود. علت این امر نیز به این خاطر است که امکان هماهنگ شدن افراد با شما به وجود می‌آید. در کنار این موضوع نکته دیگری که لازم است تا به آن توجه داشته باشید این است که به‌روز رسانی مداوم محتواها، از نظر سئو نیز بسیار مهم بوده و باعث خواهد شد تا شانس دیده‌شدن بالاتری را داشته باشید. در این راستا استانداردهای جهانی بیانگر آن است که شما حداقل یک محتوا در هر روز باید منتشر نمایید. با این حال جذابیت حوزه‌ها با یکدیگر متفاوت بوده و در این رابطه بهترین اقدام این است که نگاهی به عملکرد رقبای خود داشته باشید.

۶-پیگیری‌های لازم را انجام دهید

پس از آنکه محتوای شما به اشتراک گذاشته شد، لازم است تا به صورت مداوم آمارها را بررسی کرده و پاسخگوی نظرات باشید. برای این امر که افراد تمایل بیشتری برای نظر دادن داشته باشند، بهتر است که محتوای خود را با یک پرسش به پایان برسانید. در کنار این موضوع نکته دیگری که لازم است تا به آن توجه داشته باشید، استفاده از علایق مخاطبان است. برای مثال ممکن است برخی از افراد تمایل داشته باشند که تولید محتوا داشته باشند که این امر بخشی از نیاز شما را هم برطرف خواهد کرد. درواقع این امر که مخاطب صرفا بازدیدکننده باشد، خود پس از مدتی تکراری خواهد شد. در این راستا اگرچه بسیار مهم است که سبک کاری خاص خود را داشته باشید، با این حال از امتحان کردن اقدامات جدید نیز غافل نشوید.

منبع: entrepreneur.com

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

[illegible]

دستور جلسه:
۱- گزارش هیئت مدیره و بازرس یا بازرسان
۲- طرح و تصویب صورتهای مالی سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ و اخذ تصمیم به ذخایر و پرداخت سود و مازاد درآمد و تقسیم سود
۳- انتخاب اعضاء اصلی و علی البدل هیات مدیره برای مدت ۳ سال
۴- انتخاب بازرس یا بازرسان اصلی و علی البدل برای مدت ۱ سال
۵- اتخاذ تصمیم نسبت به افزایش سرمایه در حدود قوانین و مقررات

امضاء رئیس هیات مدیره

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۰۴۰۱۳۹۸۹– ۰۹ – ۱۰ – ۹۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی بابل تصرفات مالکانه بلا معارض خانم پروین علی نیا مرزونی فرزند سیدمظاهر به شماره شناسنامه ۴۶ صادره از بابل با کد ملی ۲۰۶۴۱۶۰۰۴۳ نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۸۰-۶۹ متر مربع پلاک ۲۹۹۶-۴۸۶۹- اصلی واقع درحیدرکلا بخش دوغرب بابل خریداری از احمد دائی پور چاری محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب دردونوبت به فاصله ۱۵روز ازطریق روزنامه کثیرالانتشار و محلی آگهی میگردد درصورتی که اشخاص ذی نفع به رای صادره فوق اعتراض دارند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی ودر روستاها ازتاریخ الصاق بمدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد واملاک محل تسلیم و رسید دریافت نمایند ومعترض باید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید در این صورت اقدامات ثبت، موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر وخواهدشد صدور سند مانع ازمراجعه متضرر به دادگاه نمیباشد

م الف : ۱۹۹۱۲۱۶۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۸ – ۰۳ – ۱۴۰۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۲۳ – ۰۳ – ۱۴۰۰

سیدمهدی حسینی سرپرست ثبت اسناد املاک بابل

موضوع ماده۳ قانون وماده ۱۳آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۰۴۰۱۳۳۰۰– ۲۴ – ۰۹ – ۱۳۹۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی بابل تصرفات مالکانه بلا معارض خانم فاطمه مصطفی زاده مرزناکی فرزند حبیب اله به شماره شناسنامه ۲۵ صادره از بندپی غربی با کد ملی ۵۶۸۹۹۰۷۱۴۶ نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن که ۵-۳ دانگ مشاع از ششدانگ عرصه آن وقف میباشدبه مساحت ۷۹-۳۱۱- متر مربع پلاک ۲۷-۲۶- اصلی واقع در بالا مرزناک بخش ۶ ثبت بابل خریداری از آقای علیجان عبادی محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب دردونوبت به فاصله ۱۵روز ازطریق روزنامه کثیرالانتشار و محلی آگهی میگردد درصورتی که اشخاص ذی نفع به رای صادره فوق اعتراض دارند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی ودر روستاها ازتاریخ الصاق بمدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد واملاک محل تسلیم و رسید دریافت نمایند ومعترض باید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید در این صورت اقدامات ثبت، موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر وخواهدشد صدور سند مانع ازمراجعه متضرر به دادگاه نمیباشد

م الف : ۱۹۹۱۲۱۳۲

تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۸ – ۰۳ – ۱۴۰۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۲۳ – ۰۳ – ۱۴۰۰

سیدمهدی حسینی سرپرست ثبت اسناد املاک بابل

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۰۴۰۱۷۷۴۴– ۲۳ – ۱۲ – ۹۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی بابل تصرفات مالکانه بلا معارض آقای جوادمحزون فرزند علی اکبر به شماره شناسنامه ۱۹۵۹ صادره از بابل با کد ملی ۲۰۶۳۰۱۰۳۸۲ نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۳۱۴-۰۳ متر مربع پلاک ۱۵۰-۴۹۷-۴۸۶۲- اصلی واقع دردیوکلا بخش دو غرب بابل خریداری ازوراث رمضان قدیر پورثبت و محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب دردونوبت به فاصله ۱۵روز ازطریق روزنامه کثیرالانتشار و محلی آگهی میگردد درصورتی که اشخاص ذی نفع به رای صادره فوق اعتراض دارند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی ودر روستاها ازتاریخ الصاق بمدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد واملاک محل تسلیم و رسید دریافت نمایند ومعترض باید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید در این صورت اقدامات ثبت، موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر وخواهدشد صدور سند مانع ازمراجعه متضرر به دادگاه نمیباشد

م الف : ۱۹۹۱۲۱۰۲

تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۸ – ۰۳ – ۱۴۰۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۲۳ – ۰۳ – ۱۴۰۰

سیدمهدی حسینی سرپرست ثبت اسناد املاک بابل

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت
هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۲۳۹۵ مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۳۰ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم مهوش احمد دوست به شناسنامه شماره ۳۷۶۳ کد ملی ۲۵۹۱۴۸۹۸۳۰ صادره از لشت نشاء فرزند محمد در ششدانگ یک باب ساختمان و محوطه به مساحت ۷۹۲/۸۳ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۱۶۳۹ از پلاک شماره ۱۱۷ فرعی از اصلی ۲۱ واقع در بخش ۱۱ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه سید منصور زاهدی و غیره احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۳/۰۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

۴۰۳ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت

۲۲۱

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به اینکه مالکیت متصرفی و معروری آقای اردشیر عادی، نسبت به ششدانگ یکباب ساختمان بپلاک ثبتی ۱۹۵۳/۳۱۷۰ اصلی واقع در اراضی روستای خوجین از بخش هفت خانندبیل خلخال و قسمتی از ۱۱۵۱ فرعی از اصلی مذکور از مالکیت اولیه و مشاعی خود متقاضی که باستناد رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۳۰۰۲۰۰۰۱۶۳ - ۱۴۰۰/۰۱/۳۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۱۴۰ متر مربع؛ تایید و اعلام گردیده است لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین نوبت انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالح اقدام و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت محل ارائه نماید و در غیر اینصورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۰/۰۳/۰۸ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

رئیس ثبت خلخال - شکوری

۲۱۹

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۹۰۶۸۰۰۰۰۱۶ مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۱۴ پرونده کلاسه ۱۳۹۹۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۲۷۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین مالکانه وبلامعارض مالکیت آقای علی نوروزی فرد به شماره شناسنامه ۳۴۷ کدملی ۵۸۸۹۳۰۴۴۹۱ صادره ازقزوین طارم سفلی فرزند یوسف در ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۱۴۴٫۵۰ مترمربع پلاک شماره ۵ اصلی واقع درقزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری مع الواسطه از علی میرزا آقاسی محرزگردیده است. لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول: ۱۴۰۰/۰۳/۰۹ تاریخ انتشاردوم: ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

علی شهسواری– رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین ۲۰۱۷۰ م الف

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۰۱۰۱ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / قاسم محمدحسینی فرزند محمود بشماره شناسنامه ۹۱ صادره از جلیل آباد ششدانگ یکباب‌خانه به مساحت ۸۱/۵۶ متر مربع از پلاک شماره ۱۱۴ فرعی از ۶۲ اصلی واقع در باغچه الله قلی خان بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت آقای غلام عباس خیاط خلقی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۳/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

۷۷ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک – محمود داودی

۲۲۰

اخبار

کشف و ضبط ۲۰۲ دستگاه رمز ارز غیرمجاز در شرکت توزیع برق مازندران از ابتدای سال ۱۴۰۰

ساری – دهقان : سرپرست شرکت توزیع نیروی برق مازندران از کشف و ضبط ۲۰۲ دستگاه استخراج رمز ارز غیرمجاز از ابتدای سال جاری خبر داد. مهندس سید کاظم حسینی کارنامی گفت : استفاده و بکارگیری بکارگیری غیرمجاز دستگاه‌های ماینر برای استخراج رمزارز ظرف یک سال اخیر خساراتی را به شبکه توزیع استان وارد کرده است . وی ادامه داد : از ابتدای سال جاری تاکنون ۲۰۲ دستگاه ماینر غیرمجاز از ۲۱ مرکز غیرقانونی استخراج رمزارز توسط همکاران و مسئولین تست و بازرسی استان و امورهای توزیع برق با هماهنگی مسئولین قضایی و با همکاری ماموران انتظامی در نقاط مختلف مازندران کشف و ضبط شده است که مبلغی بیش از ۴ میلیارد ریال بهای انرژی بابت جریمه این دسته از مشرکین صادر شده است. حسینی کارنامی افزود: سال گذشته با وجود تمامی مشکلات نزدیک به ۱۸ هزار کنتور معیوب در این شرکت تعویض شده است و میزان انرژی معادل ۱۴ میلیون کیلووات ساعت از این محل به مجموع فروش انرژی شرکت اضافه شده است. وی گفت: به منظور مقابله با پدیده شوم برق های غیرمجاز و با استفاده از روش های مختلف کنترل مصارف مشترکین تعداد ۸۵۳ مشترک دارای تخلف در استفاده از انرژی برق شناسایی و مطابق دستورالعمل های موجود با آنها برخورد صورت گرفته است حسینی کارنامی خاطرنشان کرد : با وجود ارائه دستورالعمل واگذاری انشعاب برق به صورت قانونی برای این دسته از مشترکین متاسفانه برخی افراد سودجو به صورت غیرقانونی اقدام به فعالیت دراین زمینه می نمایند که باعث افزایش مصرف و بروز مشکلات فراوان در کنترل بار مشترکین و در شرایط بحرانی بروز خاموشی های ناخواسته می شود . به همین منظور این شرکت طی قراردادی اقدام به انجام فرآیند شناسایی این دسته از افراد با جدیدترین روش ها در حوزه داده کاوی نموده است

جلسه هم اندیشی مسئولین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان با جایگاه داران استان برگزار شد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: خرداد ماه سال جاری جلسه هم اندیشی مسئولین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان با جایگاهداران استان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گیلان ؛ این جلسه در راستای هماهنگی و ارتقاء کیفیت خدمت رسانی به مردم و رفع مشکلات حمل و نقل فرآورده های نفتی با حضور مسئولان این شرکت و انجمن صنفی جایگاهداران و شرکت های توزیع استان انجام شد .

در این نشست مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان ، کورش بالادست ، ضمن قدردانی از تلاش جایگاهداران مجاری عرضه سوخت در سال گذشته ، نظارت بر رعایت پروتکل های بهداشتی در جایگاهها و رضایتمندی مصرف کنندگان و مراجعان را مورد تاکید قرار داد . مدیر منطقه پس از بررسی مشکلات حمل و نقل فرآورده های نفتی، راهکار جذب نفتکش و تامین بخشی از نیاز حمل سوخت در جایگاهها توسط جایگاهداران ، انجمن های صنفی ، صاحبان سرمایه و همچنین شرکت های برند را پیشنهاد داد . در این جلسه مقرر شد صاحبان سرمایه انجمن صنفی و مالکان جایگاهها و شرکت های برند نسبت به جذب نفتکش با مالکیت حقیقی اقدام و نتیجه را به منطقه اعلام کنند . مدیر منطقه ضمن اعلام اینکه در راستای جلوگیری از هرگونه تخلف در جایگاههای عرضه سوخت تیم های نظارتی منطقه به طور مستمر در حال کنترل مجاری عرضه می باشند افزود: « به منظور رعایت حقوق شهروندی ، تأکید بر رعایت کلیه استانداردهای کمی و کیفی، دستورالعمل‌ها، نکات ایمنی، نظم و آراستگی و تکریم مراجعین در جایگاه‌ها در کنار رعایت پروتکل های بهداشتی همواره در دستور کار این شرکت قرار دارد . »

با شکستن رکورد گازرسانی، گاز محور توسعه شهرستان هلیلان شد

ایلام –منصوری: مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام با اشاره به اینکه رکورد گازرسانی در مناطق روستایی هلیلان شکسته شده است، گفت: این مجموعه با تلاش شبانه روزی کارکنان و گازدار نمودن هر روستا در کمتر از یک ماه، رکورد قابل توجهی از خود بر جای گذاشته است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان ایلام؛ عباس شمس اللهی افزود: انتظار می رود این شرکت با پشتوانه مردم و مسئولین بتواند رنگ محرومیت را از چهره‌ی هلیلان بزداید و با شعار "گاز محور توسعه" شرایط توسعه و رشد زیرساخت‌ها را در هلیلان به وجود بیاورد. وی با بیان اینکه شرکت گاز استان ایلام در شهرستان هلیلان فعل خواستن را ادا کرده است، اظهار داشت: طی سال گذشته در بحث گازرسانی، خدمات زیادی به مردم شریف شهرستان هلیلان ارائه شده که نتیجه آن گازدار نمودن ۱۰۰ درصد خانوار شهری و بیش از ۸۴ درصد خانوار روستایی می‌باشد. وی با اشاره به اینکه شهرستان هلیلان شامل دو بخش مرکزی و جزمان و چهار دهستان داجیوند، شیراوند، داربید و زردلان می‌باشد، تصریح کرد: در بحث گازرسانی به بخش مرکزی این شهرستان تنها روستای گراب به‌علت معارضین محلی فاقد گاز بوده که خوشبختانه با رفع شدن معارض، بزودی عملیات گازرسانی به این روستا شروع و به شبکه سراسری گاز متصل خواهد شد. مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام گفت: به‌دلیل توپوگرافی و شرایط ویژه جغرافیایی برای گازدار شدن روستای دره‌باریک شهرستان هلیلان، با انجام مکاتبات و پیگیریهای متعدد با مسئولین محلی و شرکت گاز استان کرمانشاه، مجوز اتصال روستای مذکور به شبکه گاز استان کرمانشاه اخذ و این روستا نیز از نعمت گاز برخوردار شد. شمس اللهی افزود: در بخش جزمان، گازرسانی به دهستان داربید با بیش از ۹۰۰ خانوار به طور کامل صورت گرفت و در دهستان زردلان نیز مطالعات امکان سنجی، طراحی و برآورد اولیه گازرسانی به این دهستان صورت گرفته است که در صورت تأمین اعتبار مالی، عملیات اجرایی گازرسانی به این دهستان نیز شروع خواهد شد. وی اظهار داشت: در این شهرستان تاکنون ۱۶۹ کیلومتر خطوط تغذیه و توزیع اجرا و دو هزارو ۸۶۶ انشعاب علمک نصب گردیده است که از طریق احداث ۶ ایستگاه CGS و TBS و چندین ایستگاه اندازه گیری، پایش و کنترل می‌شود. شمس اللهی اظهار داشت: در این شهرستان تاکنون ۳ هزارو ۱۵۶ مشترک خانگی اشتراک پذیری شده که از این تعداد، یکهزارو ۲۱۶ خانوار شهری و یکهزارو ۹۴۴ خانوار روستایی واقع در ۳۳ روستای محروم شهرستان که از محروم‌ترین روستاهای کشور می‌باشند اشتراک پذیری شده‌اند. شمس اللهی افزود: در بخش جزمان، گازرسانی به دهستان داربید با بیش از ۹۰۰ خانوار به طور کامل صورت گرفت و در دهستان زردلان نیز مطالعات امکان سنجی، طراحی و برآورد اولیه گازرسانی به این دهستان صورت گرفته است که در صورت تأمین اعتبار مالی، عملیات اجرایی گازرسانی به این دهستان نیز شروع خواهد شد. شمس اللهی اظهار داشت: در این شهرستان تاکنون ۳ هزارو ۱۵۶ مشترک خانگی اشتراک پذیری شده که از این تعداد، یکهزارو ۲۱۶ خانوار شهری و یکهزارو ۹۴۴ خانوار روستایی واقع در ۳۳ روستای محروم شهرستان که از محروم‌ترین روستاهای کشور می‌باشند اشتراک پذیری شده‌اند. وی ادامه داد: در بخش گازرسانی به صنایع، سال گذشته توانستیم کارخانه آسفالت شهرستان و چندین واحد تولیدی را گازدار و در سال جاری نیز بزرگترین گلخانه استان با مساحت ۱۵ هکتار با اشتغال‌زایی بیش از ۲۵۰ نفر را به شبکه گاز متصل نمائیم.

دیدار استاندار گلستان با نماینده مقام معظم رهبری در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز – عملکرد انقلابی و جهادی بنیاد مسکن در محرومیت زدایی و عمران و آبادانی روستاها / با اقدامات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی می توان شاهد افزایش سطح زندگی، رفاه مردم و افزایش تولیدات روستایی بود.استاندار گلستان در دیدار با نماینده ولی فقیه در بنیاد مسکن انقلاب اسلامی گفت: عملکرد بنیاد مسکن در زمینه محرومیت زدایی و عمران و آبادانی روستاها با اجرای طرح های هادی و بازسازی مخاطرات طبیعی مثل سیل، زلزله، رانش زمین و تامین مسکن نیازمندان انقلابی، جهادی و قابل تقدیر است.هادی حق شناس، استاندار گلستان گفت: علی رغم ظرفیت بی نظیر و کم نظیر گلستان، به دلایل مختلف، این ظرفیت های بالقوه تبدیل به ظرفیت های بالفعل نشده است اما طرح های بنیاد مسکن برای محرومیت زدایی ، بازسازی مخاطرات طبیعی و مهم تر از آن طرح های هادی و تامین مسکن نیازمندان یک گام موثر در تبدیل طرفیت های بالقوه به بالفعل است.او در پایان گفت: با اقدامات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی می توان شاهد افزایش سطح زندگی و رفاه مردم و همچنین افزایش تولیدات روستایی بود

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان از آمادگی خود جهت مشارکت با ستادبازسازی عتبات عالیات خبر داد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: عباس علیزاده مدیرکل تعاون، کار و رفاه به منظور مشارکت در بازسازی عتبات عالیات با مجید دوهندو رییس ستاد بازسازی عتبات عالیات گیلان دیدار و گفتگو کرد. مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان از آمادگی خود جهت مشارکت با ستادبازسازی عتبات عالیات خبر داد به گزارش روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه استان گیلان: عباس علیزاده مدیرکل تعاون، کار و رفاه به منظور مشارکت در بازسازی عتبات عالیات با مجید دوهندو رییس ستاد بازسازی عتبات عالیات گیلان دیدار و گفتگو کرد. علیزاده در این نشست صمیمی که در اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان برگزار شد گفت: مشارکت در امور خداپسندانه نظیر مرمت و بازسازی اعتاب مقدس،خدمت و کمک رسانی به آسیب دیدگان ناشی از حوادث گوناگون باقیات و صالحاتی هستند که موجب گشایش در امور مادی و معنوی انسان می شود. وی اضافه کرد: مجموعه همکارانم در حد توان به صورت فردی و همچنین با استفاده از ظرفیت های مجموعه بزرگ تعاون، کار و رفاه استان گیلان در راستای همیاری و کمک به ستاد بازسازی عتبات عالیات و تحقق اهداف متعالی در این امر مقدس خود را شریک می دانیم. مجید دوهندو نیز در این دیدار ضمن تشریح عملکرد و اهداف ستاد بازسازی عتبات عالیات گیلان خواستار کمک و حمایت تعاونگران استان در این امر خیر شد.

رییس سازمان برنامه و بودجه اعلام کرد؛

اختصاص ۴۰ میلیارد تومان برای تکمیل طرح تصفیه خانه فاضلاب تبریز

آذربایجان شرقی –ماهان فلاح: رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور در بازدید از مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تبریز با اعلام لزوم بهره برداری مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تا ۲۰ تیرماه نسبت به اختصاص ۴۰ میلیارد تومان تا یک هفته برای تکمیل این طرح خبر داد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، محمدباقر نوبخت در بازدید از مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب در حال احداث تبریز با اعلام لزوم بهره برداری مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تا ۲۰ تیرماه، نسبت به اختصاص ۴۰ میلیارد تومان تا یک هفته برای تکمیل طرح خبر داد.وی در خصوص اثرگذاری پروژه در موضوع احیای دریاچه ارومیه گفت: این پروژه یکی از موضوعات مهم و اثرگذار در احیای دریاچه ارومیه است و از این بابت که قرار است پساب خروجی این تصفیه‌خانه بر اساس استانداردهای مطلوب به دریاچه ارومیه منتقل کند، بسیار حائز اهمیت می باشد.رییس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی نیز ضمن قدردانی از حضور معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان برنامه و بودجه و هیئت همراه در تصفیه‌خانه فاضلاب تبریز، اعلام کرد: تصفیه‌خانه فاضلاب مدول دوم تبریز یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های ایجاد زیرساخت تصفیه فاضلاب در کشور تلقی شده و با توجه به مجموعه اقدامات خوب و مؤثری که همکاران ما در آبفای استان در زمینه توسعه شبکه‌های جمع‌آوری و انتقال فاضلاب در شهر تبریز انجام داده اند، می توان گفت این پروژه تا افق ۱۴۲۵ قادر خواهد بود شبکه‌های جمع‌آوری داخل شهری و انتقال و تصفیه را در حد مطلوب و بر اساس برنامه ششم محقق کند. علیرضا ایمانلو در جلسه بازدید از احداث مدول دوم تصفیه‌خانه فاضلاب تبریز، گزارش کوتاهی از عملکرد و فعالیت‌های شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در خصوص نحوه اجرا و احداث مدول دوم تصفیه‌خانه فاضلاب کلان‌شهر تبریز را تشریح کرد.رییس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی با خاطرنشان کردن این موضوع که احداث مدول دوم تصفیه‌خانه بزرگ فاضلاب تبریز از سال ۹۵ با قراردادی به مبلغ ۱۸۲ میلیارد تومان در دو فاز مایع و لجن آغاز شده است، اظهار کرد: سویل بخش مایع بیش‌از ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد و فرآیند تصفیه فاضلاب مدول دوم از نوع STEP FEED بوده که این نوع فرآیند از نوع فرآیندهای لجن فعال با قابلیت حذف ازت و فسفر بوده و با توجه به مرحله‌ای بودن سیستم توزیع فاضلاب در واحد بیولوژیکی، یکی از پیشرفته‌ترین و کارآمدترین فرآیندهای به‌روز تصفیه فاضلاب شهری می‌باشد. علیرضا ایمانلو اضافه کرد: جمعیت تحت پوشش این طرح یک میلیون نفر و ظرفیت تصفیه‌خانه نیز ۲۰۷۰۰۰ مترمکعب در شبانه‌روز می‌باشد. ایمانلو همچنین در ادامه گفت: با توجه به اهداف مهم طرح احداث مدول دوم تصفیه‌خانه فاضلاب کلان‌شهر تبریز که استفاده از پساب تولیدی به عنوان تأمین کننده عمده آب مورد نیاز دریاچه ارومیه می‌باشد با تکمیل و بهره‌برداری فاز دو بالغ بر ۷۵ میلیون مترمکعب در سال پساب تصفیه شده به دریاچه ارومیه انتقال یابد.

تعداد محکومین مالی با بدهی زیر یکصد میلیون تومان در زندان قم به صفر رسیده است

قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس کل دادگستری استان قم گفت: تعداد محکومین مالی با بدهی زیربکصد میلیون تومان در زندان قم به صفر رسیده است. به گزارشی، حجت الاسلام والمسلمین مظفری، رئیس کل دادگستری استان قم و رئیس شورای قضایی در جلسه شورای قضایی که در سازمان قضایی نیروهای مسلح استان قم برگزار گردید با تقدیر و تشکر از حضور اعضای شورای قضایی استان، عملکرد سازمان قضایی نیروهای مسلح را در زمینه کاهش ۱۴ درصدی ورودی پرونده ها قابل تقدیر دانست و از زحمات آقای حسین صیدی رئیس سازمان قضایی نیروهای مسلح، حجت الاسلام والمسلمین اصغرحبیبی دادستان نظامی و سایر قضات این سازمان تقدیر نمود. رئیس کل دادگستری استان قم رسیدگی به جرائم نیروهای مسلح را به دلیل جایگاه ویژه و شأن خاص این افراد، بسیار حساس دانسته و اظهار داشت: نظامیان به دلیل ارتباط گسترده با مردم، بیشتر در معرض نقض حقوق شهروندی هستند لذا باید دقت شود که هم شأن مجموعه های نظامی به عنوان رکنی از ارکان حاکمیت اسلامی، حفظ شود و هم قانون به نحو احسن در خصوص متخلفین اجرا شود و از رهگذر این اقدام پیشگیری از وقوع جرم محقق گردد. پیشگیری واقعی این است که در سریعترین زمان و با رعایت قانون به جرم افراد رسیدگی شود. رئیس شورای قضایی استان با عنایت به در پیش بودن هفته قوه قضاییه بیان داشت: سازمان ها و دستگاه های تابعه دستگاه قضایی می بایست، گزارش اقدامات خود را جهت تنویر افکار عمومی ارائه نمایند و این امر در راستای خواست مقام معظم رهبری مد ظله العالی و ریاست محترم قوه قضاییه می باشد. وی بیان داشت در دو سال گذشته به دلیل اطلاع رسانی مناسب از اقدامات قوه قضاییه در مبارزه با مفاسد اقتصادی و دیگر جرائم، میزان رضایتمندی از عملکرد این قوه به نحو بی سابقه ای افزایش پیدا کرده است. این مقام قضایی اظهار داشت: استفاده از ظرفیت های الکترونیکی و فناوری های نوین در قوه قضاییه در دستور کار قرار گرفته و در ارتباط مددجویان با مقامات قضایی و همچنین ارتباط این افراد با خانواده‌های آنها اقدامات موثری انجام شده است. رئیس شورای قضایی استان در بخش دیگری از سخنان خود توجه به خانواده مددجویان و اقدام در جهت کاهش مشکلات ایشان را یکی از ارزشمندترین اقدامات قوه قضاییه و سازمان زندان ها دانسته و اظهار داشت: این امر باید به صورت مستمر انجام شود و در تمام مجموعه های تابعه قوه قضائیه می بایست به این مقوله و به خانواده زندانیان در حد نیاز رسیدگی شود. حجت الاسلام والمسلمین مظفری حضور قاضی ناظر زندان به صورت مستقل در محیط ندامتگاه را از امور ضروری دانست و اظهار داشت: از هم اکنون می بایست این اقدام انجام شود و قاضی ناظر در زندان حضور و در دسترس مددجویان قرار داشته باشد. رئیس کل دادگستری استان قم در ادامه بیان داشت: استفاده از بازداشت‌های اولیه می بایست به ندرت و منحصر به موارد قانونی مثل موارد امنیتی و دیگر موارد مطرح قانونی باشد و قضات محترم اهتمام نمایند با اخذ تامین مناسب از بازداشت افراد حتی امکان جلوگیری نمایند که این امر هم مرضی حق تعالی و هم در راستای حفظ حقوق عامه خواهد بود. این مقام قضایی در خصوص حضورمحکومین مالی در زندان گفت: به همت مسئولین در حال حاضر تعداد محکومین مالی با بدهی زیربکصد میلیون تومان در زندان قم به صفر رسیده و این امر قابل تقدیر است. رئیس کل دادگستری استان، انتخابات ریاست جمهوری، شوراها و خبرگان را مسئله اصلی و روز کشور دانسته و اظهار داشت: با عنایت به تاکیدات مقام معظم رهبری، همگی ما تکلیف ویژه داریم که علاوه بر شرکت خود و خانواده زمینه شرکت را برای آحاد مردم در انتخابات فراهم نماییم. اصل شرکت در انتخابات واجب شرعی و سیاسی است.

تاکید مدیر دفتر بهره برداری و کاهش آب بدون درآمد آبفای استان اصفهان؛

گذر بی دغدغه از تابستان داغ با ۱۵ لیتر صرفه جویی آب در شبانه روز

اصفهان – قاسم اسد: مدیر دفتر بهره برداری و کاهش آب بدون درآمد آبفای استان اصفهان خواستار صرفه جویی ۱۵ لیتری مصرف آب در شبانه روز توسط شهروندان اصفهانی شد. سیدمحمدحسین صالح با اشاره به این که در حال حاضر سرانه مصرف آب مشترکین شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان ۱۵۷ لیتر در شبانه روز است گفت: اگر هر شهروند فقط ۱۵ لیتر صرفه جویی کرده و مصرف خود را به ۱۴۲ لیتر برساند می توان تابستان گرم امسال را بدون دغدغه و با آرامش پشت سر گذاشت. وی با بیان این که گرم شدن زودهنگام هوا موجب افزایش مصرف و افت شدید فشار آب شبکه در روزهای اخیر شده است گفت: هرچند تصفیه خانه آب باباشیخعلی با ظرفیت ۱۱۵۰۰ لیتر در ثانیه در حال فعالیت است اما به دلیل این که چاه های فلمن در حاشیه زاینده رود به کلی خشک شده و میزان آبدهی چاه های متفرقه نیز ۵۰ درصد کاهش یافته است، در حال حاضر به میزان ۳۰۰۰ لیتر در ثانیه کمبود آب داریم که اثر خود را به صورت افت شدید فشار آب شبکه نشان داده است. مدیر دفتر بهره برداری و کاهش آب بدون درآمد آبفای استان اصفهان از افزایش ۲۰۰ تا ۳۰۰ لیتر در ثانیه ای مصرف آب به ازای هر درجه گرم تر شدن هوا در ۵۷ شهر و ۳۸۰ روستای تحت پوشش طرح آبرسانی اصفهان بزرگ خبر داد و گفت: در صورتی که سامانه دوم آبرسانی به اصفهان وارد مدار نشود، کمبود آب در هفته های آینده به ۴۳۰۰ لیتر در ثانیه خواهد رسید. وی در عین حال پایش و مدیریت فشار، رسیدگی به موقع حوادث و تله متری شبکه را از ابزارهای کاربردی آبفای استان اصفهان برای گذر از تنش آبی عنوان کرد و گفت: پایش مصارف آب مشترکان پرمصرف و کنترل برخط (آنلاین) مصرف آن ها از جمله تدابیری است که می تواند در توزیع عادلانه آب در فصل تابستان بسیار مؤثر واقع شود.

سخنگوی صنعت برق در جنوب غرب کشور:

جمع آوری بیش از ۶ هزار دستگاه ماینر در خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: سخنگوی صنعت برق در جنوب غرب کشور با بیان اینکه بیش از شش هزار و ۲۰۰ دستگاه ماینر استخراج ارز دیجیتال در خوزستان جمع آوری شده است، گفت: این دستگاه های غیرقانونی معادل برق مصرفی بیش از ۳ هزار خانوار خوزستانی در تابستان را در لحظه، مصرف می کنند. کیومرث زمانی بیان کرد: بیش از شش هزار و ۲۰۰ دستگاه ماینر غیرمجاز استخراج رمز ارز در خوزستان کشف و جمع آوری شده و بانیان آن به دستگاه های قضایی معرفی و برای آنها جریمه های سنگینی در نظر گرفته شده است. وی افزود: وقتی که دستگاه های ماینر کشف می شوند این فرض در نظر گرفته می شود که از زمان تولید دستگاه تا تاریخ جمع آوری، به شبکه متصل بوده اند همچنین برای آنها تعرفه برق صادراتی با جریمه ۵۰ درصد بیشتر محاسبه می شود. علاوه بر این جریمه ها، جنبه عمومی جرم نیز برای آنها نیز لحاظ خواهد شد و باید پاسخگو باشند. سخنگوی صنعت برق در جنوب غرب کشور با بیان اینکه جریمه های اخذ شده به عنوان پاداش کسانی که دستگاه های ماینر را اطلاع رسانی کنند پرداخت خواهد شد، تصریح کرد: این ماینرها هر کدام معادل یک کولر گازی برق مصرف می کند که اگر استفاده از سیستم سرمایشی برای خنک کردن آنها را نیز لحاظ کنیم میزان برق مصرفی بیش از دو کولر می شود. زمانی اضافه کرد: این میزان از دستگاه های استخراج ارز دیجیتال کشف شده بیش از ۱۳ مگاوات در لحظه برق مصرف می کردند که معادل برق مصرفی بیش از سه هزار و ۱۰۰ خانوار خوزستانی در تابستان است که در هر لحظه دو کولر در مدار داشته باشند و این رقم در زمستان معادل مصرف ۲۱ هزار خانوار خوزستانی در هر لحظه است. وی با بیان اینکه با جمع آوری این میزان از دستگاه های ماینر برق سه هزار و ۱۰۰ خانوار خوزستانی کمتر خاموش می شود، گفت: به نظر می رسد با توجه به رشد باری که در شبکه اتفاق افتاده این کشفیات "نوک کوه یخ است که شناسایی شده" و به دنبال این هستیم که با همکاری نهادهای قضایی و امنیتی و شرکت های ارتباطاتی مخابراتی با روش های جدید به کشف دستگاه های غیرمجازی که از شبکه استفاده می کنند بپردازیم.

مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی آذربایجان‌شرقی خبر داد؛

تملک ۴۰ هزار مترمربع از اراضی عرصه قلعه تاریخی بختک لیلان

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی آذربایجان‌شرقی گفت: ۴۰ هزار مترمربع از اراضی واقع در عرصه قلعه تاریخی بختک لیلان تملک و برای آن سند رسمی اخذ شده است. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، احمد حمزه زاده ضمن اشاره به برگزاری جلسه هیات راهبردی پایگاه ملی میراث فرهنگی محوطه قلعه بختک لیلان در راستای بررسی وضعیت و اقدامات انجام گرفته در راستای حفاظت و صیانت از این قلعه تاریخی، اظهار کرد: اقدامات اجرایی و حفاظتی از قلعه در برنامه‌های پیشنهادی سال جاری مطرح و موضوعات در ابعاد مختلف مورد بررسی کارشناسی قرار گرفت تا تصمیم لازم اتخاذ شود. وی تجهیز دفتر حفاظت و حراست پایگاه، نقشه‌برداری املاک واقع در عرصه، مرمت و تعمیر ساختمان حفاظت و حراست پایگاه را از دیگر اقدامات انجام شده طی سال گذشته عنوان کرد. به گفته حمزه زاده، در عملیات حفاظتی این قلعه تاریخی، اقداماتی نظیر مرمت و احیای برج و باروی قلعه انجام شد و طی سال جاری مطالعات و کاوش‌های باستان‌شناسی در قلعه بختک لیلان اجرا می‌شود. «لِیلان» یکی از شهرهای آذربایجان‌شرقی است که در ۱۵۰ کیلومتری جنوب تبریز در محدوده شهرستان ملکان واقع است؛ شهر باستانی «لیلان» که پس از اسلام به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین شهرهای آذربایجان مطرح می‌شد، بر اثر زلزله‌ها، سیل‌ها و سایر بلایای طبیعی از بین رفت و امروزه تنها شهری متروکه در معرض دید قرار دارد. تاریخ شهر کنونی «لیلان» بسیار کوتاه است؛ در واقع چند دهه پیش یکی از ایلات، در نزدیکی شهر باستانی «لیلان» سکنی گزید و مسئولان کشوری به دلیل نزدیکی این روستا به شهر باستانی لیلان، نام «لیلان» بر آن گذاشتند.آذربایجان شرقی با داشتن افزون بر یکهزار و ۸۰۰ اثر ثبت شده ملی در حوزه میراث فرهنگی و جاذبه‌های خاص گردشگری در کنار بازار تاریخی تبریز و ثبت شده در فهرست یونسکو، در ردیف پنج استان نخست ایران به لحاظ برخورداری از ظرفیت‌های گردشگری و میراث فرهنگی قرار دارد.

استراتژی‌های بازاریابی برای پروموت کردن محصولات

به قلم: کوین لیز
بازاریاب و رئیس موسسه Leyes Empire
ترجمه: علی آل‌علی

فرقی ندارد شـما در چه موقعیتی در بازار کسـب و کار باشـید، در هر صورت فروش محصولات هدف اصلی شـما محسـوب می‌شود. اگر یک برند توانایی فروش محصولاتش به بهترین شکل ممکن را نداشته باشـد، خیلی زود از فهرسـت برندهای مورد علاقه مشتریان کنار می‌رود. اغلب برندها برای فروش بیشتر به فکر پروموت کردن محصولات‌شان در حوزه بازاریابی می‌افتند.

مشکل اصلی در زمینه پروموت کردن محصولات در قالب فعالیت بازاریابی عدم آگاهی اغلب بازاریاب‌ها از چگونگی شـروع کار اسـت. اگر شما هم چنین مشـکلی را دارید، مقاله کنونی مخصوص شماست. ما در ادامه به بررسی برخی از مهمترین استراتژی‌ها برای پروموت کردن محصولات اشاره خواهیم کرد.

برگزاری مسابقه در شبکه‌های اجتماعی

یکی از بهترین راهکارها برای پروموت کردن یک محصول در میان مشـتریان برگزاری یک مسـابقه در شـبکه‌های اجتماعی اسـت. امروزه اغلب مردم در شـبکه‌های اجتماعی حضور دارند و این امر برای آنها به مثابه سـرگرمی بزرگی محسـوب می‌شود بنابراین اگر شـما علاقه‌مند به پروموت کردن یک محصول هستید، بهترین راهکار توجه به ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی خواهد بود.

وقتی شـما یک مسـابقه درباره محصولات‌تان برگزار می‌کنید، مشـتریان علاوه بر سرگرمی یک‌سری نکات مهم درباره محصول‌تان نیز یاد می‌گیرند. این امر برای بسیاری از برندها دارای اهمیت حیاتی است. پروموت کردن محصولات از طریق برگزاری یک مسابقه جذاب نه تنها تاثیرگذاری بالایی بر روی مخاطب هدف دارد، بلکه هزینه‌های بازاریابی شما را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد.

پیشنهاد تجربه اولیه از محصول برای مشتریان وفادار

امروزه اغلب کسب و کارها دارای تعدادی مشتری وفادار هستند. اگر شما قصد پروموت کردن محصولی جدید را دارید، ارائه تجربه اولیه از محصول موردنظر به مشـتریان وفادارتان ایده جذابی خواهد بود. این امر به شما برای جلب نظر مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد.

مهمترین مسـئله در مورد پیشنهاد موردنظر ارائه رایگان محصول موردنظر به مشتریان وفادار در ازای دریافت بازخورد از آنهاسـت. این امر اهمیت بسـیار زیادی برای کسب و کار شما دارد و امکان استفاده از نظرات حرفه‌ای مشتریان به منظور بهبود وضعیت برند را به همراه خواهد داشت.

بازاریابی ایمیلی

آیا کسـب و کار شـما هم در زمینه بازاریابی بودجه بسـیار محدودی دارد؟ امروزه اغلب برندها دارای چنین وضعیتی هسـتند. بهترین راهکار برای شـما در چنین وضعیتی استفاده از بازاریابی ایمیلی است. چنین گزینه‌ای بدون نیاز به صرف هزینه‌های کلان فرصت بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شما می‌دهد بنابراین شما باید هرچه زودتر نسبت به استفاده از مزایای این استراتژی اقدام نمایید.

ساده‌ترین راهکار برای بازاریابی ایمیلی تهیه یک متن تفصیلی درباره محصول و همچنین اضافه کردن یک ویدئوی راهنما به آن اسـت. کاربران به این ترتیب امکان آشـنایی کامل با محصولات برندتان را پیدا می‌کنند.

استفاده از گوگل بیزینس

ایجاد حسـاب کاربری در گوگل بیزینس امر بسـیار مهمی محسوب می‌شود. امروزه اگر مشتریان یک برند بدون حسـاب رسمی در گوگل را مشاهده کنند، هیچ توجهی به آن نخواهند کرد بنابراین شما باید همیشه حواس‌تان به وضعیت اکانت‌تان در گوگل بیزینس باشد.

همکاری با گوگل برای پروموت کردن محصولات در فضای آنلاین ایده بسـیار جذابی اسـت. اگر شـما در این میان دارای یک حساب کاربری رسمی در گوگل بیزینس نباشید، دردسرهای بسیار زیادی پیش روی‌تـان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و اجرای برنامه پروموت خواهد بود بنابراین پیش از هر اقدامی باید اکانت رسمی در این پلتفرم ایجاد نمایید.

همکاری با اینفلوئنسرها

همکاری با اینفلوئنسـرها شاید پرهزینه‌ترین گزینه در این فهرست باشد، اما تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی وضعیت بازاریابی شـما دارد. بسـیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به همکاری با اینفلوئنسرهای مختلف می‌کنند. شـما فقط باید یک اینفلوئنسر مناسب برای پروموت کردن محصول‌تان را پیدا کنید. سـایر کارها به طور کاملا سـاده پیش خواهد رفت. امروزه اینفلوئنسرها به دلیل تخصص در حوزه‌های خاص در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی شهرت بسیار زیادی دارند. شما با استفاده از شهرت موردنظر به بهترین شکل ممکن می‌توانید محصولات‌تان را پروموت کرده و بر روی مشتریان تاثیر بگذارید.

منبع: entrepreneur.com

در آخرین مناظره تلویزیونی نامزدها چه گذشت؟

۵ روز تا انتخابات سیزدهم

ادامه از صفحه اول

او با بیان اینکه برای حل این دغدغه‌ها باید برنامه جدی داشت، گفت: کار رئیس جمهور با وزیر فرق می‌کند و او باید بر برنامه اداره کشور و مسائل و دغدغه‌های مردم اشراف داشته باشد. برنامه که یک شبه نوشته نمی‌شود. برنامه که با سفارش به اندیشکده نوشته نمی‌شود، رئیس جمهور باید بر مسائل کشور اشراف داشته باشد.

عبدالناصر همتی هم به ارائه تصویری از دولت خود پرداخت و گفت: بدون افزایش رشد اقتصادی (تا حداقل ۵ درصد) نمی‌شود معضل بیکاری را حل کرد یا اشتغال ایجاد نمود. بدون سرمایه‌گذاری اساسا رشد اقتصادی معنا ندارد. او سپس خطاب به رئیسی گفت: آقای رئیسی از گرانی صحبت می‌کنند و می‌گویند می‌خواهند با آن مبارزه کنند. اما آقای رئیسی گرانی وجود ندارد، آنچه عامل گرانی است تورم است به جای اینکه معلول را بیابید دنبال علت باشید. بدانید که تحریم، معادلات اقتصادی ما و دنیا را بهم زده اسـت. شـما یک کشور نشان دهید که با تحریم، رشد اقتصادی داشته است. برای سیاست خارجی برنامه داریم و به دنبال حل مشکلات هستیم. به دنبال حمایت از خودروسازی داخلی هستیم اما معنایش این نیست که خودروی داخلی را به قیمت خودروی آمریکایی به مردم بفروشیم.

محسن مهرعلیزاده نیز به ترسیم تصویری کلی از برنامه‌های دولت خود پرداخت و گفت: برنامه دولت زندگی، برنامه‌ای اقتصاد محور است که شامل توسعه اقتصادی، اجتماعی است. او با بیان اینکه ریشه مشکلات عمدتا در سیاست‌زدگی است، افزود: باید بینش‌ها و روش‌ها و نگاه‌های ارباب و رعیت از بین برود. امروز متاسـفانه اقتصاد معیشـت ما هم دچار فضای سیاست‌زدگی سنگین است. چرا کوچکترین مشکل اجتماعی از جمله بارش باران و زلزله و افزایش قیمت بنزین در اسرع وقت به بحران تبدیل می‌شود؟

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
یکشنبه | ۲۳ خرداد ۱۴۰۰ | شماره ۱۷۹۸ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

اشتباهات بازاریاب‌های دیجیتال در تحلیل داده

به قلم: تیم جنسن
کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریاب‌های حرفه‌ای هم ممکن است مرتکب خطا شوند. برخی از کارشـناس‌ها و بازاریاب‌های تازه‌کار نسـبت به بروز اشتباه از سـوی بازاریاب‌های حرفه‌ای شـک و تردید دارند. ماهیت دنیای کسـب و کار همیشـه همراه با اشتباه و حتی شکست است. اگر شما شکست یا اشتباه از سوی بازاریاب‌های بزرگ را امری غیرممکن تلقی می‌کنید، سـخت در اشـتباه هسـتید. مهمترین نکته در مـورد بازاریاب‌های باتجربه نرخ بسیار کمتر اشتباه‌شان است.

بازاریابی دیجیتال در طول سـال‌های اخیر توسـعه بسیار زیادی داشـته است. بسـیاری از مردم کمپین‌های بازاریابی دیجیتال را به طور مـداوم پیگیری می‌کنند. این امر اگرچه موقعیت بسیار مطلوبی برای بازاریاب‌ها به ارمغان آورده است، اما مسئولیت‌شـان را نیز به طور مداوم افزایش داده است. اگر شـما در چنین وضعیتی نسـبت به تولید محتوای بازاریابی بی‌کیفیت اقدام نمایید، نه تنها اعتبارتان از دست می‌رود، بلکه دیگر کمتر کاربری به کمپین‌های‌تان توجه نشان خواهد داد.

هـدف اصلـی در این مقاله بررسـی برخی از اشـتباهات بازاریاب‌های دیجیتال در تحلیل داده است. تحلیل داده یکی از مهمترین بخش‌های طراحی هر کمپین بازاریابی محسوب می‌شـود. اگر شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مناسب را نداشته باشید، هیچ شانسی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهید داشت. شاید شما هم در چند تلاش نخست‌تان برای تحلیل داده‌ها در زمینه بازاریابی دیجیتال با شکسـت‌های مختلف مواجه شده باشید. در این صورت شما تنها نیسـتید، چراکه بسـیاری از بازاریاب‌ها چنین مشکلی را پیش رو دارند. ما در ادامه به بررسـی برخی از اشـتباهات بازاریاب‌هـا در زمینه تحلیـل داده خواهیم پرداخت. این امر به شـما برای تحلیل هرچه بهتر داده‌ها و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد.

۱.بی‌توجهی به داده‌های آماری در بازه‌های طولانی

وقتی صحبت از تحلیل داده می‌شود، مهمترین نکته توجه به داده‌های آماری اسـت. برخی از برندها همیشـه به دنبال داده‌های کیفی هستند. نکته مهم در این میان کارآیی کمتر داده‌های کیفی در مقایسه با نمونه‌های آماری است. اگر شما علاقه چندانی بـه ریاضیات و آمار ندارید، به احتمال زیاد در مسیر تحلیل داده با مشکل مواجه خواهید شد. همچنین باید توجه داشته باشید که تحلیل داده یک فرآیند بلندمدت است.

بسیاری از بازاریاب‌ها حتی اگر به داده‌های آماری نیز توجه نشان دهند، بازه زمانی بسیار کوتاهی را مدنظر قرار می‌دهند. این امر شاید نوعی تحلیل داده به طور مناسب محسوب شود، امـا هرگز تاثیرگذاری لازم بر روی مخاطب هدف را به همراه نخواهد داشـت. ترندها و نکات مورد علاقه مشتریان باید در یک بازه زمانی طولانی، دست کم یک سال، مورد بررسی قرار گیرد. شما به عنوان یک بازاریاب حرفه‌ای باید از تغییر سلیقه کاربران به طور مطلوب آگاه شوید. در غیر این صورت شانسی برای جلب نظر مشـتریان نخواهید داشـت. امروزه بسیاری از برندها فقط به فکر سـلیقه فعلی کاربران هسـتند. مسئله اساسی در این میان ارتباط میان سلیقه‌های مختلف کاربران است. این امر در صورت بی‌توجهی شما هیچ نتیجه مناسبی به همراه نخواهد داشت.

خوشـبختانه امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای دسترسی به داده‌های کاربـردی در بازه‌های زمانی طولانی وجود دارد. بهتریـن ابزار در این میان گوگل آنالیتیکس اسـت. این ابزار حرفه‌ای به شـما فرصتی طلایی برای دسترسی به داده‌های معتبرترین موتور جسـت‌وجوی دنیا را می‌دهد. بنابراین شما دیگر هیچ بهانه‌ای برای عدم تحلیل و ارزیابی درست داده‌های مشـتریان هدف‌تان در بازه‌های زمانی طولانـی را نخواهید داشت. شـاید این فرآیند زمان زیادی از شـما بگیرد، اما در مقایسه با مزایایی که به همراه دارد، کاملا توجیه‌پذیر است. به هر حال هر چقدر اطلاعات شما از مشتریان‌تان بیشتر باشد، شـانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی آنها خواهید داشت. این امر به شـما برای جلب نظر مشـتریان به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد.

۲.عدم تحلیل فصلی وضعیت بازاریابی

کمپین‌هـای بازاریابی دیجیتال به طـور معمول هر فصل تغییر کلی را شاهد هستند. این امر برای بازاریاب‌ها به معنای فراهم‌سازی شرایط مناسب برای تعامل با مخاطب هدف است. وقتی فصل عوض می‌شود، نیازها و سلیقه مشتریان نیز تغییر خواهد کرد. بارزترین مثال در این رابطه صنعت مد و پوشاک است. کمپین‌های بازاریابی برندهای پوشاک با تغییر هر فصل به طور کلی عوض می‌شود. این امر به معنای ضرورت رونمایی از کمپین‌های تازه از سوی کسب و کارها خواهد بود.

اگر کسب و کر شما با تغییر فصل هیچ اقدامی برای به‌روز رسـانی کمپین‌های بازاریابی‌اش انجام نمی‌دهد، مشـکلات بسـیار زیادی پیش روی شـما خواهد بود. برخـی از برندها بـرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به اسـتفاده از کمپین‌های تازه، نه فقط بـرای هر فصل، بلکه هر ماه دارند. مهمترین مسـئله در این میان ارزیابی وضعیت کمپین‌های قبلی پس از گذشت هر فصل است. این امر به شما اطلاعات لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را می‌دهد.

شاید در نگاه نخست تحلیل داده‌های مربوط به کمپین‌های قبلی برند جذابیت چندانی نداشـته باشـد، امـا امری کاملا ضروری از سـوی کسب و کارها محسوب می‌شود. شما بدون ارزیابی دقیق کمپین‌های بازاریابی هیچ شانسی برای طراحی نمونه‌های تازه و جذاب نخواهید داشت. این امر یکی از نکات بسـیار مهمی برای بازاریابی و تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود.

استفاده از تقویم‌های تولید محتوا یکی از تکنیک‌های رایج در میان بازاریاب‌ها محسـوب می‌شود. اگر شما هم از چنین جدول‌هایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده می‌کنیـد، امکان مراجعه به آنها پس از گذشـت هر فصل و تلاش برای استفاده از آنها به بهترین شکل ممکن را خواهید داشـت. این ابزار به شما برای دسترسی به کمپین‌های فصل گذشته و تحلیل‌شان بدون دردسر اضافی کمک خواهد کرد.

۳.دست‌کم گرفتن اهمیت فعالیت‌های آفلاین

دنیـای بازاریابی در طول دو دهه اخیر به طور روزافزونی به فضای آنلاین منتقل شـده است. بازاریابی دیجیتال به عنوان یکی از رشته‌های اساسی در حوزه بازاریابی تاثیر بسیار زیادی بـر روی تجربه روزمره کاربران دارد. اگر کسـب و کار شـما بـه امید موفقیت در بازاریابـی دیجیتال به طور کامل دنیای آفلاین را فراموش کرده است، باید هر لحظه منتظر شکست باشید. این امر تجربه‌ای تردیدناپذیر از سوی کسب و کارهای بزرگ محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این راستا تجربه مناسبی از خودشان نشان نمی‌دهند. این امر فرآیند بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای سخت و پیچیده خواهد کرد.

دنیـای آفلاین هنوز هم جذابیت زیادی دارد. نکته مهم در ایـن میان توجه به زندگی در دنیـای آفلاین و تجربه دنیای آنلاین در ساعت‌های محدودی از طول روز است. بنابراین اگر شـما در کمپین‌های بازاریابی‌تان به طور کامل دنیای آفلاین را فراموش کنید، به تدریج از فهرسـت برندهای مورد علاقه مشتریان خارج خواهید شد.

اسـتفاده از داده‌های کاربردی که از دنیای آفلاین به دست می‌آید، همیشـه ایده بدی نیست. اینکه شما در تلاش برای بازاریابـی در محیط آنلاین هسـتید، دلیلی برای بی‌توجهی به داده‌های آفلاین نمی‌شـود. مردم در محیط عادی زندگی سـلیقه خاص خودشان را دارند و این سلیقه را در شبکه‌های اجتماعی و به کلی فضای آنلاین نیز دنبال می‌کنند بنابراین اگر شـما در تلاش برای تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید استفاده از داده‌های موجود در فضای آفلاین را به طور دقیق مدنظر قرار دهید.

۴.بی‌توجهی به تعامل چندرسانه‌ای با کاربران

تعامل با کاربران برای موفقیت کمپین‌های بازاریابی بسیار مهم اسـت. برخی از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف در هر شبکه اجتماعی حضور پیدا می‌کنند. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای اسـتفاده از تعامل با کاربران به منظور دسترسی به برخی از اطلاعات موردنیاز کسب و کارتان است.

بدون تردید اسـتفاده از ابزارهایی نظیر گوگل آنالیتیکس برای هر برندی امکان‌پذیر اسـت، اما مسـئله اساسی اعتبار چنین داده‌هایی است. منظور ما در این بخش زیر سوال بردن اعتبار چنین داده‌هایی نیسـت، بلکه باید به اهمیت داده‌های به دسـت آمده به طور مستقیم از سـوی مشتریان برند نیز توجه کرد. این امر تعامل با مشتریان و حتی کاربران عادی در شبکه‌های اجتماعی را بیش از اندازه افزایش می‌دهد.

اگر کسب و کار شما در طول سال‌های اخیر به طور مداوم در تلاش برای حضور در شـبکه‌های اجتماعی و فقط تولید محتوای جذاب بوده اسـت، باید تجدیدنظر اساسـی در این راسـتا انجام دهید. بازاریابی و تعامل با مشـتریان ایده بسیار جذابی اسـت، اما اگر از این رابطه برای دسترسی به داده‌های موردنیازتان بـه منظور تولید محتوای بهتر اسـتفاد نکنید، سرنوشت مناسبی در انتظارتان نخواهد بود.

۵. تمرکز بر روی معیارهای اشتباه ارزیابی کمپین

ارزیابی کمپین‌های بازاریابی یکی از فرآیندهای جذاب برای هر بازاریابی محسـوب می‌شـود. دلیل این امر امکان ارتقای کیفیت کمپین‌های بعدی و همچنین آگاهی از نقاط قوت هر کمپین برای تکرار در آینده است. اغلب بازاریاب‌های حرفه‌ای برای موفقیت در این مسـیر از معیارهای مشخصی استفاده می‌کنند. اگر شما از معیارهای نادرستی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اسـتفاده نمایید، سـطح تاثیرگذاری‌تان بر روی مخاطب هدف بـه طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کـرد. بسـیاری از برندها در این میـان از معیارهای نادرست و از همه بدتر ساخته خودشان استفاده می‌کنند.

یکی از مهمترین نکات در راسـتای اسـتفاده از معیارهای ارزیابـی کمپین نگاه کردن به تجربه برندهای بزرگ اسـت. بدون تردید تلاش برای سـاخت معیارهـای مختلف در این راستا امر بسیار سخت و دشواری خواهد بود. درست به همین خاطر اغلب برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بـا اسـتفاده از الگوهای تعریف شـده برندهای بزرگ هسـتند. این امر مزایای بسیار بیشتری در مقایسه با هر نوع فعالیت دیگر برای شما به همراه خواهد داشت.

بدون تردید کمتـر برندی حوصله اختصاص زمان طولانی برای طراحی معیارهای ارزیابی کمپین را دارد. این امر گاهی اوقات به طور کاملا سرسری از سوی برندها و بازاریاب‌ها دنبال می‌شود بنابراین شما در صورت الگوبرداری از برندهای بزرگ تجربه بسیار بهتری در این راستا خواهید داشت.

۶.گزارش اعداد و ارقام بدون جمع‌بندی مناسب

تحلیـل داده‌ها اغلب اوقات منجر به گزارش مجموعه‌ای از اعداد و ارقام به عنوان دسـتاوردهای برند می‌شود. نکته مهم در این میان جمع‌بندی مناسـب داده‌ها و سپس تلاش برای ارائه گزارش اسـت. متاسفانه بسـیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشـان نمی‌دهند بنابراین مشاهده ناتوانی بـرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری کاملا طبیعی محسوب می‌شود.

وقتی گزارش‌های تحلیل داده شـما بـدون مطالعه قبلی صورت می‌گیرد، اعتبار آنها به شدت دستخوش تردید خواهد بـود. بهترین راهکار در این میـان جمع‌بندی ابتدایی نتیجه تحلیل و استفاده از نظرات دیگران است. در نهایت با اطمینان از وضعیـت برند امکان انتظار گزارش موردنظر فراهم خواهد شد.

اگر گزارش منتشرشـده شـما فقط شـامل برخی اعداد و ارقام بدون توضیحات جانبی باشـد، هیچ‌کس از آن استقبال نخواهد کرد بنابراین شما باید اندکی توضیحات جانبی برای هر گزارش را نیز در دستور کار قرار دهید در غیر این صورت گزارش شما مجموعه‌ای از اعداد غیرقابل فهم و تحلیل خواهد بود.

۷.تصمیم‌گیری براساس داده‌های غلط

تصمیم‌گیـری براسـاس داده‌هـای غلـط یکـی دیگر از اشتباهات بازاریاب‌های دیجیتال محسوب می‌شود. این اشتباه از سـوی هر بازاریابی ممکن اسـت روی دهد. نکته مهم در این میان تلاش برای اسـتفاده از داده‌های معتبر و همچنین راستی‌آزمایی داده‌ها پیش از اتکا به آنهاست. این امر کیفیت تصمیم‌گیری‌هـای برند را به طور قابـل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

متاسفانه امروزه بسیاری از بازاریاب‌ها به دنبال تصمیم‌گیری سـریع هستند. این امر فرصت لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و حتی اسـتفاده از داده‌های معتبر را می‌گیرد بنابراین اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شـکل ممکن هستید، باید این نکته را مدنظر قرار دهید.

داده‌های معتبر همیشـه از سـوی برندهـای بزرگ تولید می‌شود. گاهی اوقات شما برای دسترسی به داده‌های حرفه‌ای حتی نیاز به پرداخت هزینه نیز خواهید داشت. در این صورت باید به بهترین شـکل ممکن نسبت به اسـتفاده از داده‌های حرفه‌ای اقدام نمایید در غیر این صورت کیفیت تصمیم‌های شما به شدت افت خواهد کرد.

۸.عدم استفاده از داده‌های قدیمی

داده‌هـای قدیمی همیشـه به درد نخور نیسـتند، به ویژه اگر آنها را مورد ارزیابی و تحلیل هم قرار داده باشـید. گاهی اوقات در عرصه بازاریابی نتیجه تحلیل برخی از داده‌ها به نظر مشکوک می‌آید. بهترین راهکار در چنین مواقعی تلاش برای انطباق داده‌های قدیمی با نتایج جدید اسـت. این امر امکان اطمینان از نتیجه داده‌های بازاریابی به بهتری شکل ممکن را فراهم می‌سازد. اگر شما در این راستا مشکلات زیادی پیش رو دارید، باید به طور قابل ملاحظه‌ای در روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تجدیدنظر نمایید در غیر این صورت شانسی برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

تردید نسـبت به کیفیـت داده‌های بازاریابـی امری عادی محسوب می‌شود. اگر شـما راهکاری برای غلبه بر این شک و تردید نداشـته باشید، به طور ویژه‌ای دچار دردسر خواهید شد. امروزه بسیاری از برندها با ذخیره‌سازی داده‌های قدیمی شان به خوبی از آنها برای راستی‌آزمایی داده‌های تازه استفاده می‌کنند.

۹.تصویرسازی داده‌ها به بدترین شکل ممکن

تبدیل داده‌های تحلیل شـده به اینفوگرافی‌ها و المان‌های بصری راهکار مناسبی برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود. متاسفانه بسیاری از برندها و بازاریاب‌ها در این راستا عملکرد بسیار ضعیفی دارند بنابراین اگر شما نسبت به تعامل با مخاطب هدف در این راسـتا ضعف دارید، باید تجدیدنظر اساسی در نحوه فعالیت‌تان صورت دهید.

امروزه شرکت در دوره‌های تصویرسازی داده‌ها در دسترس هر کارآفرین و بازاریابی قرار دارد. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده یک گرافیست حرفه‌ای است. اگر تیم بازاریابی شـما دارای چنین عضو مهمی نیسـت، باید به طور اساسی نسـبت به عملکردتان جدیدنظر نمایید. به هـر حال امروزه گرافیست‌ها عضو اصلی هر تیم بازاریابی محسوب می‌شوند.

۱۰. باور به اینکه می‌شود هر چیزی را اندازه گرفت

تحلیل‌هـای آماری گاهی اوقـات بازاریاب‌ها را دچار توهم امکان اندازه‌گیری دقیق هر چیزی می‌کند. واقعیت این است که همه چیز در دنیای بازاریابی و کسب و کار قابل اندازه‌گیری به صورت کمی نیست بنابراین شما باید اندکی انعطاف‌پذیری از خودتان در این رابطه به خرج دهید. در غیر این صورت هیچ شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

تلاش برای اسـتفاده از تجربه‌های قبلی نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف در تلاش برای استفاده از هر چیزی به غیر از تجربه‌شان هسـتند. این امر مشـکلات بسـیار زیادی پیش روی شما و تعامل‌تان با مشتریان قرار می‌دهد بنابراین باید همیشه نسبت به استفاده از تجربه خودتان و دیگران در حوزه‌هایی که قابل اندازه‌گیری کمی نیست، استفاده نمایید.

منبع: searchenginejournal.com