روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۲۸ مهر ۱۴۰۰

Wed.20 Oct 2021

۱۳ ربیع‌الاول ۱۴۴۳ - سال هفتم

شماره ۱۸۸۳

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

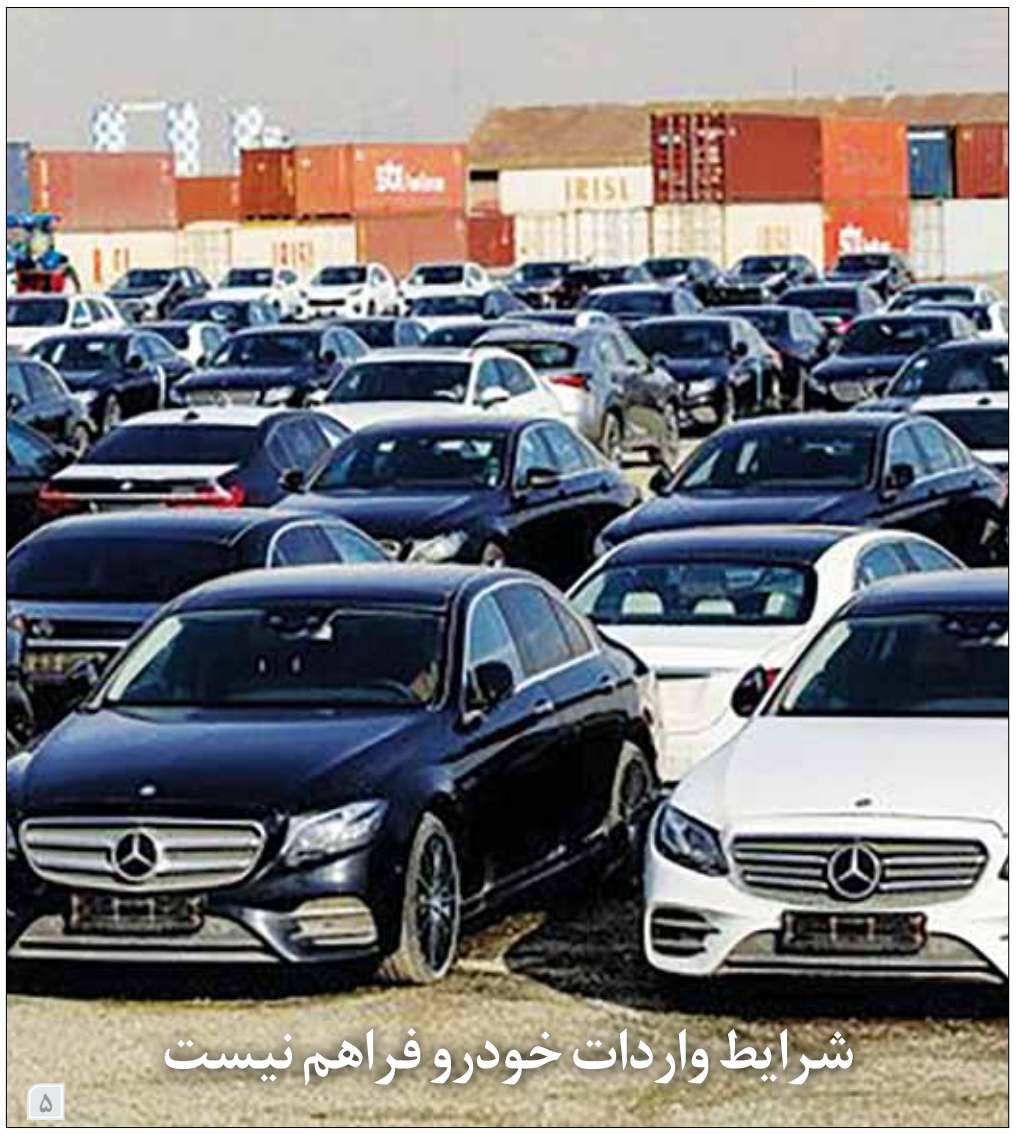
www.forsatnet.ir

شاخص بورس تهران در میانه کانال ۱.۵ میلیون واحدی ایستاد

تقویت ۱۲ هزار واحدی بورس

فرصت امروز: بازار سرمایه در چهارمین روز هفته روندی صعودی داشت و شاخص بورس تهران با رشد بیش از ۱۲ هزار واحدی در میانه کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد ایستاد. در معاملات بیست و هفتمین روز مهرماه، همه شاخص‌ها عملکردی مثبت داشتند و در صدر آنها، شاخص کل بورس با ۱۲ هزار و ۵۵۴ واحد افزایش در ارتفاع یک میلیون و ۴۴۹ هزار واحدی قرار گرفت...

۴



شرایط واردات خودرو فراهم نیست

۵

یادداشت

حکایت اقتصاددانان و سیاستمداران

علی سرزعیم / اقتصاددان

در سال ۱۳۹۸ حسن روحانی گاه و بیگاه به مناسبت‌های مختلف، اقتصاددانان و علم اقتصاد را مورد عتاب قرار می‌داد و گناه وضعیت نامطلوب موجود را متوجه توصیه‌های اقتصاددانان می‌کرد. روشن است که وقتی شرایط اقتصادی وخیم می‌شود، همه به دنبال مقصر هستند و سعی می‌کنند خود را مبرا نشان دهند. به همین قیاس، سیاستمداران نیز انگیزه می‌یابند که سهم خود را کم نشان دهند و سهم دیگران را زیاد و چه دیواری کوتاه‌تر از دیوار اقتصاددانان و علم اقتصاد.

علم اقتصاد ازجمله علومی است که هم قبل از انقلاب و هم پس از انقلاب در دولت‌های مختلف مورد سرکوفت قرار گرفت. شاه در نشست معروف رامسر، اقتصاددانانی را که به او توصیه کردند پول نفت را خرج نکند، مورد حمله قرار داد و آنها را ناآگاه قلمداد کرد. بعد از انقلاب نیز اقتصاد با تعابیر زشتی مطرح می‌شد. اولین رئیس‌جمهور کشور با سرهم کردن توهماتی، علم اقتصاد موجود را کنار زد و به زعم خود «اقتصاد توحیدی» را جایگزین کرد. دولت بعد در ستیز با دانش اقتصاد، گوی رقابت را ربود و تجار و صنعتگران...

۲

نگاهی به گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد

۳ چالش اقتصاد ایران در ۲۰۲۱

بانک جهانی در گزارش تازه خود به بررسی چالش‌های اقتصاد ایران پرداخت و از خروج فعالیت‌های اقتصادی از رکود دو ساله گزارش داد. به گفته بانک جهانی، اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۹ (۲۱-۲۰۲۰) از یک رکود دوساله به دلیل کاهش محدودیت‌های کرونا و افزایش تدریجی تولید نفت طی نیمه دوم سال ۲۰۲۰ خارج شد. با این حال، فعالیت اقتصادی ضعیف تا حدی به دلیل تحریم‌های آمریکا، درآمد ناچیز نفت و هزینه‌های مهار همه‌گیری کرونا، کسری بودجه را افزایش داده و منجر به فشارهای قابل توجه تورمی و کاهش ارزش پول شده است. بنابراین انتظار می‌رود که رشد اقتصادی ایران همچنان در سطح کم باقی بماند و با احتمال ظهور...

۳

در دهمین گزارش «پایش تحولات تجارت جهانی» بررسی شد

تحولات اقتصاد سیاسی ایران زیر ذره‌بین

۴

مدیریت و کسب‌وکار

همه آن چیزی که درباره SEM باید بدانیم

اگرچه بیشتر افراد با مفهوم سئو آشنایی دارند، با این حال مفهوم بزرگتر آن را باید SEM دانست که به معنای کلیه روش‌هایی است که باعث خواهد شد تا از موتورهای جست و جو، درآمد بیشتری را داشته باشید. تحت این شرایط تبلیغات کیکی هم در زیرمجموعه آن قرار می‌گیرد. با این حال سئو تنها به این موضوع اشاره دارد که لازم است تا شرایط سایت را برای بهتر دیده‌شدن مهیا کرد. برای این امر که از SEM بهترین استفاده را داشته باشید، آشنایی با اشتباهات رایج افراد بدون شک راهنمای عمل بسیار خوبی خواهد بود که در ادامه ۱۰ مورد منتخب را بررسی خواهیم کرد. اگرچه ممکن است عجیب به نظر برسد، با این حال واقعیت این است که امروزه به خاطر سطح دسترسی بسیار بالای مشتریان به اطلاعات، دیگر نمی‌توان آنها را با اقداماتی نظیر بمباران تبلیغاتی و کمپین‌های گسترده به مشتری تبدیل کرد...

۸

موسیقی فراگیرترین کالای فرهنگی مورد استفاده ایرانیان است

مختصات مصرف فرهنگی در سال گذشته

فرصت امروز: گزارش تاره مرکز آمار ایران از سرانه فعالیت و مصرف فرهنگی ایرانیان در سال گذشته نشان می‌دهد که موسیقی همه‌گیرترین کالای فرهنگی مورد استفاده مردم ایران است. البته شیوع کرونا در تغییر مختصات فرهنگی جامعه ایران، سهم عمده‌ای داشته و از آنجا که فعالیت‌های فرهنگی نظیر تئاتر و سینما در اغلب ایام به دلیل امواج شیوع کووید-۱۹ تعطیل بوده‌اند، طبیعی است که سهم زیادی در الگوی مصرف فرهنگی سال گذشته نداشته باشند.

مرکز آمار ایران به عنوان متولی اصلی تامین آمارهای موردنیاز برنامه‌ریزان، طرح‌های آماری ویژه‌ای را انجام می‌دهد که یکی از این طرح‌ها، طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار است. مرکز آمار اولین‌بار در سال ۱۳۹۳، طرح آمارگیری از فعالیت‌های فرهنگی خانوار را اجرا کرد و پس از آن در سال ۱۳۹۴ با افزودن برخی بخش‌ها و سوالات با عنوان طرح آمارگیری از فعالیت‌ها و رفتارهای فرهنگی خانوار، این طرح را مجددا اجرا کرد. این طرح در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۹ نیز اجرا شد و گزارشی که در ادامه می‌خوانید، گزارشی از اجرای طرح آمارگیری از فعالیت فرهنگی خانوار در سال ۱۳۹۹ است. در این طرح، اطلاعات تفصیلی درباره فعالیت‌های فرهنگی و ویژگی‌های رفتاری اعضای خانوارهای کشور، طی یک مرحله عملیات میدانی گردآوری شده است. جامعه هدف این طرح، افراد ۱۵ساله و بیشتر در نقاط شهری و روستایی است و زمان آمارگیری در شهریورماه ۱۳۹۹ بوده است.

سرانه مطالعه، موسیقی، سینما و تئاتر

براساس یافته‌های این پژوهش، حدود ۶۳ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر باسواد، در یک سال منتهی به زمان آمارگیری، مطالعه غیردرسی چاپی یا الکترونیکی شامل کتاب، روزنامه و نشریه داشته‌اند. حدود ۳۷درصد مطالعه غیردرسی نداشته‌اند. سرانه زمان کل مطالعه غیردرسی هشت ساعت و ۱۸دقیقه در ماه و به عبارت بهتر، ۱۶دقیقه و ۳۶ ثانیه در روز بوده است. ۲۲,۴ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر باسواد در ماه منتهی به آمارگیری روزنامه مطالعه کرده‌اند و ۷۷,۶ درصد مطالعه روزنامه نداشته‌اند. سرانه زمان مطالعه روزنامه چاپی و الکترونیکی یک ساعت و ۲۳دقیقه در ماه و به عبارت دیگر، دو دقیقه و ۴۶ثانیه بوده است. ۸,۹ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر باسواد در ماه منتهی به آمارگیری، نشریه مطالعه کرده‌اند و ۹۱,۱ درصد مطالعه نشریه نداشته‌اند. همچنین ۷۳,۸ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیشتر در سال ۱۳۹۹ موسیقی گوش کرده‌اند و ۲۶,۲ درصد موسیقی گوش نکرده‌اند. بر این اساس به نظر می‌رسد موسیقی همه‌گیرترین کالای فرهنگی مورد استفاده مردم ایران است و قشرهای متفاوتی از آن استفاده می‌کنند.

وضعیت عضویت در شبکه‌های اجتماعی نیز نشان می‌دهد ۶۵,۲ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر در سال گذشته عضو شبکه‌های اجتماعی بوده و ۳۴,۸ درصد عضو نبوده‌اند. به‌طور متوسط هر فرد ۱۵ساله و بیشتر در روز یک ساعت و ۳۲دقیقه در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته است. طبق گفته پاسخ‌دهندگان به این پیمایش، در میان افرادی که عضو شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند، واتس‌اپ با ۸۸درصد و پس از آن اینستاگرام با ۶۸ درصد بیشترین میزان عضویت را به خود اختصاص داده است.

درباره فعالیت فرهنگی سینما، تئاتر و کنسرت هم باید در نظر داشت که در سال گذشته به دلیل همه‌گیری کرونا، این فعالیت‌های فرهنگی در اغلب ایام سال فعال نبودند و یکی از دلایل پایین بودن آمار در این ایام به این اتفاق برمی‌گردد. به این ترتیب، حدود ۱۳,۴ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر اظهار کرده‌اند در یک سال منتهی به زمان آمارگیری به سینما رفته‌اند و ۸۶درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر به سینما نرفته‌اند. حدود ۳,۳ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر گفته‌اند در یک سال منتهی به زمان آمارگیری تئاتر رفته‌اند و ۹۶,۷ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر هم به تئاتر نرفته‌اند.

از سوی دیگر طبق گفته پاسخگویان، برآورد می‌شود که در سال گذشته حدود ۴۶,۵ درصد افراد ۱۵ساله و بیشتر فعالیت بدنی ورزشی داشته‌اند و حدود ۵۳,۵ درصد پاسخگویان بیان کرده‌اند که ورزشی انجام نداده‌اند. در سال گذشته حدود ۷۰,۷ درصد افراد ۱۵ساله و بیشتر گفتند که ورزش را به صورت انفرادی و حدود ۲۹,۳ درصد بیان کرده‌اند که گروهی ورزش کرده‌اند. بیشترین مکانی که فعالیت بدنی ورزش در سال گذشته انجام شده، با ۳۷درصد متعلق به محل سکونت و سپس پارک‌ها بوده است.

گفتنی است اطلاعات مربوط به خانوار از طریق مصاحبه رودررو با سرپرست یا عضو مطلع خانوار و اطلاعات مربوط به افراد ۱۵ ساله و بیشتر انتخاب‌شده در خانوار از طریق مصاحبه با فرد نمونه گردآوری شده است. استان‌های حاضر در این طرح آمارگیری عبارتند از: مرکزی، گیلان، مازندران، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، کرمانشاه، خوزستان، فارس، کرمان، خراسان رضوی، اصفهان، سیستان و بلوچستان، کردستان، همدان، چهارمحال و بختیاری، لرستان، ایلام، کهگیلویه و بویراحمد، بوشهر، زنجان، سمنان و یزد، هرمزگان، تهران، اردبیل، قم، قزوین، گلستان، خراسان شمالی، خراسان جنوبی و البرز. مطالعه کتاب، کتاب الکترونیک، نشریه و روزنامه، شنیدن موسیقی اعم از موسیقی سنتی و پاپ ایرانی، محلی، کلاسیک غیرایرانی و غیرفارسی زبان و کنسرت، اجرای صحنه‌ای، سینما، سینما سیار، تئاتر و ورزش از جمله موارد فرهنگی مورد تحقیق در این طرح است.

سرانه مصرف شیر، نوشابه، سیگار و قلیان

مرکز آمار ایران همچنین در گزارشی جداگانه به بررسی سرانه مصرف شیر در کشور پرداخت و سرانه مصرف شیر در سال گذشته را ۳ لیوان در هفته اعلام کرد. به طور دقیق‌تر، سرانه مصرف شیر افراد ۱۵ ساله و بیشتر در هفته به طور متوسط ۲,۹۸ لیوان برآورد شده که استان اردبیل با ۳,۶۳ لیوان در هفته، بیشترین سرانه مصرف شیر را در بین استان‌های کشور داراست. به گفته مرکز آمار، طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار، از جمله طرح‌های آماری جدید است که در سال ۱۳۹۹ برای افراد ۱۵ ساله و بیشتر با ۴۳ هزار و ۷۰۰خانوار نمونه شهری و ۱۸۸ هزار و ۶۰ خانوار نمونه روستایی اطلاعات مرتبط با حوزه کتاب و نشریات، موسیقی، شبکه‌های اجتماعی، فعالیت‌های ورزشی، تغذیه و سرمایه اجتماعی را جمع‌آوری کرده است.

مهمترین یافته‌های این گزارش در حوزه تغذیه و دخانیات نشان می‌دهد سرانه مصرف شیر افراد ۱۵ ساله و بیشتر در هفته در سال گذشته به طور متوسط ۲,۹۸ لیوان برآورد شده است. استان اردبیل با ۳,۶۳ لیوان در هفته بیشترین سرانه مصرف شیر افراد ۱۵ ساله و بیشتر را در بین استان‌های کشور دارا بوده است. همچنین سرانه مصرف نوشابه افراد ۱۵ساله و بیشتر در هفته به طور متوسط دو لیوان برآورد شده است. استان کرمان با سرانه مصرف نوشابه افراد ۱۵ ساله و بیشتر به طور متوسط ۲,۷۷ لیوان در هفته، بیشترین سرانه را در بین استان‌های کشور داشته است.

براساس این گزارش، در سال گذشته همچنین سرانه مصرف ماهی افراد ۱۵ ساله و بیشتر در ماه به طور متوسط ۱,۷ وعده بوده است. استان هرمزگان با ۵,۶۷ وعده در ماه بیشترین سرانه مصرف ماهی افراد ۱۵ ساله و بیشتر را در بین استان‌های کشور دارا بوده است. در سال گذشته سرانه مصرف فست فود افراد ۱۵ساله و بیشتر نیز به طور متوسط ۱,۳۴ دفعه در ماه برآورد شده است. همچنین ۱۱ درصد از خانوارهای کشور در این سال غذای بیش از نیاز مصرفی خود را طی ماه منتهی به زمان آمارگیری در سطل زباله ریخته‌اند. از دیگر یافته‌های مرکز آمار در این گزارش، میزان مصرف سیگار و قلیان در سطح جامعه است، به طوری که در سال گذشته ۵,۸ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر گفته‌اند سیگار می‌کشند و ۸۹,۶ درصد از این افراد سیگاری، هر روز سیگار می‌کشیدند. به عبارت بهتر، ۲,۵ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر، روزانه سیگار می‌کشیدند. همچنین ۰,۴ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر بیان کرده‌اند قلیان می‌کشند که ۲۲,۷ درصد از این افراد به طور روزانه قلیان می‌کشیدند، یعنی ۰,۹ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر هر روز قلیان می‌کشیدند.

مهمترین تحولات جمعیتی تا ۱۵ سال آینده

ایران ۹۵ میلیونی می‌شود

مرکز آمار ایران از جمعیت ۹۵,۲ میلیونی جامعه ایران در سال ۱۴۱۵ خبر داد و از زنانه شدن سالمندی، کاهش سکونت در روستاها و نزدیک شدن جمعیت زنان به مردان به عنوان مهمترین تحولات جمعیتی سال‌های پیش رو نام برد. هرچند پس از سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، دیگر سرشماری جمعیتی در ایران انجام نشده است، اما مرکز آمار در گزارش مفصلی که در رابطه با شاخص‌های کلان اقتصادی و اجتماعی تهیه کرده، به پیش‌بینی جمعیت کشور در فاصله سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۱۵ دست زده است. این بررسی با روش ترکیبی پیش‌بینی جمعیت انجام شده است که متداول‌ترین روش پیش‌بینی جمعیت بوده و از مجموعه عوامل مؤثر بر تغییر و تحولات جمعیت یعنی باروری، مرگ و میر، مهاجرت و ترکیب سنی و جنسی جمعیت استفاده شده است.

یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که جمعیت ایران تا سال ۱۴۱۵ به بیش از ۹۵,۲ میلیون نفر افزایش پیدا می‌کند. به عبارت بهتر، جمعیت ایران از حدود ۸۱,۰۷ میلیون نفر در سال ۱۳۹۶ با روندی افزایشی به ۹۵ میلیون و ۲۷۸ هزار نفر در سال ۱۴۱۵ خواهد رسید. همچنین جمعیت زنان به مردان نزدیک‌تر می‌شود و با وجود اینکه در سال ۱۳۹۶ تعداد مردان حدود یک میلیون نفر از زنان بیشتر بوده و از کل جمعیت این سال، ۴۱,۰۴ میلیون مرد و ۴۰,۰۲ میلیون نفر زن بوده‌اند، اما در سال ۱۴۱۵ این ترکیب جمعیتی به نزدیک شدن تعداد زنان به مردان می‌انجامد و به طور دقیق‌تر، تعداد مردان به ۴۷,۹ میلیون نفر و زنان به ۴۷,۳ میلیون نفر افزایش پیدا خواهد کرد.

در افق جمعیتی سال ۱۴۱۵، روستاها نیز خالی‌تر از جمعیت می‌شود. به گفته مرکز آمار، در سال ۱۳۹۶ تعداد مردان و زنان در نقاط شهری ۶۰,۲ میلیون نفر بوده که ۳۰,۵ میلیون مرد و ۲۹,۷ میلیون زن بوده‌اند، اما برآوردها حکایت از آن دارد که تا ۱۵ سال آینده مجموع زنان و مردان در نقاط شهری به ۷۶,۳ میلیون نفر خواهد رسید که سهم مردان ۳۸,۳ میلیون و زنان ۳۷,۹ میلیون خواهد بود. اما در نقاط روستایی و غیرساکن از تعداد جمعیت کاسته خواهد شد. در حالی در سال ۱۳۹۶ حدود ۲۰,۷ میلیون نفر مرد و زن در نقاط روستایی ساکن بوده‌اند که در سال ۱۴۱۵ از تعداد آنها حدود ۲ میلیون نفری کاسته و ۱۸,۹ میلیون نفر برآورد شده است. تعداد مردان نیز از ۱۰,۵ میلیون به ۹,۵ میلیون نفر و زنان از ۱۰,۲ میلیون به ۹,۴ میلیون نفر در سال ۱۴۱۵ در نقاط روستایی و غیرساکن کاهش خواهد یافت.

همچنین براساس گزارش دیگری که از سوی دفتر جمعیت، نیروی کار و سرشماری‌های مرکز آمار ایران منتشر شده است، جمعیت ایران در بخش سالمندی با تحولات جدیدی روبه‌رو خواهد شد. سالمندی جمعیت در مطالعات جمعیت‌شناسی بدان معناست که نسبت افراد سالخورده به کل جمعیت در حال افزایش باشد. به عبارت بهتر، جمعیت رو به سوی سالمندی جمعیتی است که بین ۷ تا ۱۴ درصد آن جمعیت را گروه‌های سنین ۶۵ ساله و بیشتر تشکیل می‌دهند. این نسبت در جامعه سالمند بین ۱۴ تا ۲۰ درصد و در جامعه سالخورده ۲۰ درصد و بیشتر است. بررسی‌های جمعیتی سازمان ملل نشان می‌دهد که جمعیت جهان رو به سالمندی می‌رود و این روند در آینده سریع‌تر از قبل خواهد بود. نسبت جمعیت سالمند جهان طی سال ۲۰۲۰ برابر ۹,۳ درصد بود. با فرض ثبات باروری در مقدار کنونی، در سال ۲۰۵۰ این میزان بیش از دو برابر خواهد شد. یعنی به مقدار ۲۲,۸ درصد خواهد رسید. مطالعات نشان می‌دهد که جمعیت ایران نیز همگام با جمعیت جهان رو به سوی سالمندی می‌رود، زیرا ایران مراحل اولیه گذار جمعیتی را پشت سر گذاشته است. آمار و ارقام حاصل از سرشماری‌ها نشان می‌دهد که تعداد جمعیت سالمند ایران در دهه‌های اخیر در حال افزایش بوده است. چنانکه ایران در ۷۰ سال گذشته در مقایسه با سطح جهانی از نظر سالمندی جمعیت در سطح بسیار پایین‌تری قرار گرفته است، زیرا طی این سال‌ها ایران از جمعیت جوانی برخوردار بوده است. در سال ۲۰۲۰ نسبت جمعیت ۶۵ سال و بیشتر در سطح جهانی حدود ۹,۳ درصد و نسبت جمعیت ۶۰ سال و بیشتر برابر ۱۳,۵ درصد برآورد شده است. در همین سال سهم جمعیت ۶۵ ساله و بیشتر و ۶۰ساله و بالاتر ایران به ترتیب برابر ۶,۶ و ۱۰,۳ درصد برآورد شده است. چنانچه مبنای سنی ۶۵ سالگی مدنظر قرار گیرد، در اوایل دوره مورد بررسی، درصد سالمندان ایران اندکی بیش از نسبت جهانی بوده و به تدریج با گذشت زمان شکاف بیشتر شده و در اواخر دوره شکاف رو به کاهش می‌رود. به نظر می‌رسد روندهای باروری یعنی افزایش و به ویژه کاهش شدید آن در این تغییرات جمعیتی بسیار مؤثر بوده است. با وجود این در سراسر جهان بین سال‌های ۱۹۵۰ و ۲۰۲۰ جمعیت سالمند بیش از پنج برابر شده است. بنابراین در ایران شدت آن بیشتر از سطح جهانی یعنی بیش از شش برابر بوده است. بدیهی است که این امر نتیجه کاهش مرگ و میر بوده که منجر شده تا امید به زندگی در بدو تولد از حدود ۳۷,۵ سال در سال ۱۳۳۵ به ۷۴,۲ سال در سال ۱۳۹۵ برسد. هرچند بخش عمده‌ای از افزایش امید به زندگی مربوط به کاهش مرگ و میر کودکان بوده است، اما دستاوردهای پزشکی، بهداشتی و افزایش سطح دانش و آگاهی عمومی نسبت به مسائل بهداشتی باعث شد که مرگ و میر بزرگسالان نیز کاهش یابد. از رهاوردهای کاهش مرگ و میر بزرگسالان، افزایش جمعیت سالمند بوده است. براساس برآورد سازمان ملل در سال ۲۰۱۹ در سطح جهانی در فاصله سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۵۵ فردی که به سن ۶۰ سالگی می‌رسد انتظار می‌رفت ۱۴ سال دیگر عمر کند. در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ برای همین سن این انتظار به حدود ۲۱ سال افزایش یافت. به همین ترتیب در فاصله سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۵۵ در ایران فردی که به سن ۶۰ سالگی می‌رسید انتظار می‌رفت ۱۲ سال دیگر عمر کند که این عدد در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ به بیش از ۱۸ سال افزایش یافته است.

با در نظر گرفتن مؤلفه‌ها می‌توان نتیجه‌گیری کرد که در ایران سالمندی جمعیت هنوز آغاز نشده است. در سال ۱۳۹۵ نسبت جمعیت سالمند ۶,۱ درصد بوده است. براساس مطالعات صورت‌گرفته جمعیت سالمند ۶۵ ساله به بالا از حدود ۵ میلیون نفر یعنی ۶,۱ درصد در سال ۱۳۹۵ به حدود ۱۹ میلیون نفر یعنی ۱۸,۷ درصد در سال ۱۴۳۰ افزایش خواهد یافت. به این ترتیب، ایران در سال ۱۴۰۵ با تجربه ۷ درصدی نسبت جمعیت ۶۵ ساله و بیشتر رو به سالمندی خواهد رفت و سپس از سال ۱۴۲۵ به بعد با تجربه نسبت بالای ۱۴ درصدی جمعیت ۶۵ سال به بالا، پدیده سالمندی را تجربه خواهد کرد. همچنین بررسی نسبت جنسی جمعیت ۶۵ ساله و بالاتر ایران طی ۳۵ سال اخیر حاکی از زنانه شدن سالمندی است، به طوری که این نسبت از سال ۱۳۹۰ به بعد از مرز ۱۰۰ تنزل یافته است، یعنی تعداد زنان سالمند از مردان پیشی گرفته است.

یادداشت

حکایت اقتصاددانان و سیاستمداران

علی سرزعیم / اقتصاددان

در سال ۱۳۹۸ حسن روحانی گاه و بیگاه به مناسبت‌های مختلف، اقتصاددانان و علم اقتصاد را مورد عتاب قرار می‌داد و گناه وضعیت نامطلوب موجود را متوجه توصیه‌های اقتصاددانان می‌کرد. روشن است که وقتی شرایط اقتصادی وخیم می‌شود، همه به دنبال مقصر هستند و سعی می‌کنند خود را مبرا نشان دهند. به همین قیاس، سیاستمداران نیز انگیزه می‌یابند که سهم خود را کم نشان دهند و سهم دیگران را زیاد و چه دیواری کوتاه‌تر از دیوار اقتصاددانان و علم اقتصاد.

علم اقتصاد ازجمله علومی است که هم قبل از انقلاب و هم پس از انقلاب در دولت‌های مختلف مورد سرکوفت قرار گرفت. شاه در نشست معروف رامسر، اقتصاددانانی را که به او توصیه کردند پول نفت را خرج نکند، مورد حمله قرار داد و آنها را ناآگاه قلمداد کرد. بعد از انقلاب نیز اقتصاد با تعابیر زشتی مطرح می‌شد. اولین رئیس‌جمهور کشور با سرهم کردن توهماتی، علم اقتصاد موجود را کنار زد و به زعم خود «اقتصاد توحیدی» را جایگزین کرد. دولت بعد در ستیز با دانش اقتصاد، گوی رقابت را ربود و تجار و صنعتگران و سیاست‌پیشگان را بر اقتصاددانان ترجیح داد و سیستم فاسد و ناکارآمد اقتصاد دولتی را بنیان گذارد. دولت سازندگی، اقتصاددانان را مانعی برای شتاب در مسیر سازندگی دولت می‌دانست و مدیرانی را که به دنبال ایجاد پروژه‌های بزرگ باشند، ترجیح می‌داد. دولت اصلاحات نیز در اولویت بین توسعه فرهنگی و توسعه سیاسی سردرگم بود و اصلا اقتصاد در اولویتش نبود و نهایتا بالاجبار به امر اقتصاد پرداخت. دولت بعدی یعنی دولت نهم و دهم نیز اساسا ضدیت خود با علم اقتصاد را علنی می‌کرد و به مخالفت با آن مباهات می‌نمود. کسان دیگر نیز همه پیشرفت‌ها را ناشی از عوامل دیگر و همه بدبختی‌ها را ناشی از پرداختن به علم اقتصاد قلمداد کردند. لذا عجیب نیست که دولت تدبیر و امید نیز به این قافله بپیوندد و گناه همه ناراستی‌ها را بر گردن اقتصاد و اقتصاددانان بیندازد.

اما آیا واقعیت این است که علم اقتصاد و اقتصاددانان مقصر هستند؟ پاسخ این سؤال منفی است، زیرا همه می‌دانند که مهمترین متغیر تصمیمات کلیدی در کشور، متغیرهای سیاسی هستند نه متغیرهای فنی. تفصیل این مسئله مجال موسعی می‌خواهد که در اینجا فراهم نیست، اما حتی اگر جواب سؤال بالا مثبت می‌بود که نیست، آیا به مصلحت سیاستمدار است که چنین رویه‌ای در پیش گیرد؟ اگر سیاستمدار با یک یا چند اقتصاددان خاص مشکل دارد، هیچ اشکالی ندارد اگر علیه آن چند نفر ایراد بگیرد و مخالفت خود را با اصل دانش اقتصاد و کل صنف اقتصاددانان اعلام نکند. بد نیست به یاد آوریم که در زمان شاه، بدنه اصلی روحانیت غیرسیاسی بود و روحانیت انقلابی مخالف شاه در اقلیت مطلق قرار داشتند، اما سخنرانی شاه در قم مبنی بر ارتجاع سیاه موجب شد که کل قشر روحانیت مورد حمله و تحقیر واقع شود که نتیجه آن این شد که کل بدنه روحانیت حمایت خود را از شاه قطع کرد و یا از روحانیت انقلابی حمایت نمود یا در برابر سقوط شاه، سکوت پیشه کرد.

سیاستمداران اصولا باید به دنبال افزایش تعداد حامیان خود باشند و نباید کاری کنند که کل بدنه یک صنف احساس کنند که یک مسئول سیاسی با استفاده از قدرت موقعیت خود علیه آنها موضع گرفته و آنها را تحقیر می‌کند. اگر چنین احساسی به یک صنف دست دهد، آن‌وقت علیه وی متحد می‌شوند و در مواقعی که سیاستمدار نیاز به حمایت آن قشر دارد، این حمایت از او دریغ می‌شود.

نباید فراموش کرد که روزهای سختی پیش روی اقتصاد ایران قرار دارد و نیاز سیاستمداران به دانش اقتصاد به عنوان مهمترین دانش حکمرانی و حاملان این دانش یعنی اقتصاددانان، بیش‌ازپیش ضروری می‌شود. همین امر نیز مصلحت دومی است که موجب می‌شود چنین موضع‌گیری‌هایی توسط یک مسئول اجرایی قابل توجیه نباشد. اگر سیاستمدار در آینده نیازمند اقتصاددانان می‌شود، نمی‌تواند هم‌اکنون این قشر را طوری تحقیر کند که دیگر کسی تمایلی به این همکاری پیدا نکند و اگر تمایلی پیدا کرد توسط هم‌صنف‌ها بایکوت و طرد شود.

نهایتا اینکه باید توجه داشت اقتصاددانان به‌رغم همه بی‌مهری‌هایی که در طول سالیان مختلف از سیاستمداران دیده‌اند، می‌دانند که کشور گریزی جز از استفاده از این دانش ندارد و حس وطن‌دوستی و احساس مسئولیت نهایتا آنها را برمی‌انگیزد تا فرصت‌های کمک به سیاستمدار برای اصلاح سیاست‌های اقتصادی را مغتنم شمرند، اما چه خوب است که فضا به‌گونه‌ای باشد که این همکاری با رغبت و اشتیاق صورت گیرد، نه با اکراه و ناچاری. حکایت اقتصاددانان و سیاستمداران، حکایت والدین و فرزند چموش و جوانی است که به‌واسطه قدرت جسمانی دوران جوانی، احساس استغنا و بی‌نیازی می‌کند و از روی خامی دوران بلوغ، گاه به پدر و مادر خود اشتلم می‌کند، اما خیرخواهی پدر و مادر موجب می‌شود تا آنها همه این کم‌لطفی‌ها را اغماض کنند و وقتی جوان مستأصل شد به یاری‌اش بشتابند. چه خوب است که این جوان از همان ابتدا، رفتار توأم با مهر و احترام در پیش گیرد.

سبز بودن فرم «ج» یکی از شروط چهارگانه است

آغاز ثبت‌نام طرح «جهش مسکن» از امروز

ثبت نام خانه اولی‌ها در طرح جهش مسکن از امروز چهارشنبه ۲۸ مهرماه آغاز می‌شود. آنطور که محمود محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی اعلام کرده، ثبت نام از متقاضیان واحدهای طرح «جهش تولید و تامین مسکن» از روز چهارشنبه در سامانه ملی نهضت مسکن آغاز می‌شود. بر این اساس، متقاضیان می‌توانند به سامانه ملی نهضت مسکن به نشانی www.saman.mrud.ir مراجعه و نام‌نویسی کنند. به گفته محمودزاده، در ۳۱ استان و تعداد قابل توجهی از شهرها تامین زمین صورت گرفته و آمادگی ثبت نام وجود دارد. همچنین عدم استفاده از تسهیلات یارانه‌ای دولتی در بخش مسکن و سبز بودن فرم «ج»، فقدان مالکیت خصوصی، متأهل یا سرپرست خانوار بودن و سابقه حداقل پنج سال سکونت در شهر مورد تقاضا، از جمله شروط چهارگانه این طرح است.

هنوز جزییات اقساط و نرخ سود تسهیلات خانه‌های طرح «جهش تولید مسکن» برای دهک‌های مختلف توسط بانک مرکزی اعلام نشده، اما اقبال شاکری، نماینده مجلس گفته که تسهیلات ۴۵۰ میلیون تومان است که به سازندگان پرداخت می‌شود. اقساط نیز ۳ میلیون و ۷۵۰ هزار تا ۵ میلیون تومان خواهد بود. همچنین وزارت راه و شهرسازی گفته که تلاش می‌کند حداکثر کمک را به دهک‌های یک تا سه داشته باشد. این کمک‌ها می‌تواند شامل تقبل تمام یا بخشی از نرخ سود تسهیلات، زمین رایگان، خدمات مهندسی و عوارض صدور پروانه باشد.

نسبت قاچاق به تولید داخلی در پایان دهه ۹۰ دو برابر شد

سهم ۰/۲ درصدی ایران از تجارت جهانی

فرصت امروز: اقتصاد ایران در دهه ۹۰ شرایط ویژه‌ای را پشت سر گذاشته و قطار توسعه عموما در این دهه متوقف بوده است. این گزاره‌ای است که برای اثبات آن نیازی به کمک گرفتن از شاخص‌های اقتصادی نیست و نگاهی کوتاه به شرایط اقتصادی نشان می‌دهد که تورم لجام‌گسیخته در حال رکوردشکنی است و آینده روشنی را نوید نمی‌دهد، دو موج تحریمی در ابتدا و انتهای دهه گذشته و محدودیت‌هایی که دست و پای فعالان اقتصادی را بسته است، وضعیت بیکاری و معیشت مردم و گسترش فقر، شیوع کرونا و از همه مهم‌تر وضعیتی که به لحاظ شرایط طبیعی بر کشور حاکم شده یعنی خشکسالی، کم‌آبی، وضعیت برق و آب و آینده گاز، همه و همه اقتصاد ایران را در شرایطی کاملا خطیر و استثنایی قرار داده است. وضعیت شاخص‌های اقتصادی هم نشان می‌دهد که از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۳۹۹، رشد اقتصادی کشور تقریبا صفر بوده، تشکیل سرمایه ثابت نصف شده، تشکیل سرمایه ماشین‌آلات کمتر از نصف و در سال ۱۳۹۸ برای اولین بار نرخ استهلاک بیشتر از تشکیل سرمایه در کشور بوده است.

شرایطی که در مجموع باعث شده است تا به گفته نهاد پژوهشی مجلس، سهم ایران از تجارت جهانی در پایان دهه ۹۰ به رقم ۰٫۲ درصد برسد. آنطور که مرکز پژوهش‌های مجلس در تحلیل عملکرد بخش خارجی اقتصاد ایران بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ گزارش داده است، سهم ایران از تجارت جهانی از ۰.۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به حدود ۰.۲ درصد در سال ۱۳۹۹ کاهش یافته است.

سهم ایران از تجارت جهانی به ۰٫۲ درصد رسید

مرکز پژوهش‌های مجلس در بخشی از گزارش «تحلیلی بر عملکرد بخش خارجی اقتصاد در سال ۱۳۹۹» می‌نویسد: ارزش دلاری حجم تجارت خارجی در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸ حدود ۱۳ درصد کاهش یافته و از حدود ۸۵ میلیارد دلار به حدود ۷۳٫۸ میلیارد دلار رسیده است. از طرفی با بررسی سهم تجارت کشور از سهم تجارت جهانی، می‌توان دریافت که طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹، همواره سهم ایران از تجارت جهانی کمتر از ۰.۵ درصد بوده و علی‌رغم اینکه حجم تجارت جهانی از حدود ۳۲ هزار میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ به حدود ۳۵ هزار میلیارد دلار در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته است، اما وضعیت تجارت خارجی کشور بدتر شده و سهم آن از تجارت جهانی از ۰.۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به رقم ۰.۲ درصد در سال ۱۳۹۹ کاهش یافته است. این امر بیانگر روند ضدادواری تجارت خارجی کشور در مقایسه با تجارت جهانی بوده و نشان‌دهنده ضعف زیرساخت‌های بازرگانی (لجستیک، ترانزیت، بیمه، بازاریابی و حفظ ماندگاری در بازار)، فقدان استراتژی توسعه تجاری، ضعف دیپلماسی فعال اقتصادی و تجاری و همچنین توجه ناکافی به اهمیت بازرگانی خارجی در اقتصاد ایران است.

در این گزارش، آمارها نشان‌دهنده عملکرد ضعیف مناطق آزاد تجاری در افزایش حجم تجارت خارجی کشور است. چنانکه میانگین رشد سالیانه تجارت در مناطق آزاد، منفی ۸ بوده و نسبت متوسط سرمایه‌گذاری خارجی در مناطق آزاد به کل سرمایه‌گذاری انجام شده در سرزمین اصلی طی دوره مورد بررسی، حدود ۱۱ درصد بوده است که این مسئله نشان می‌دهد این مناطق نقش چندانی در جذب سرمایه‌های خارجی به عنوان یکی از اهداف اصلی تأسیس این مناطق در اقتصاد ایران نداشته‌اند.

همچنین نسبت کل قاچاق به تولید داخلی از ۵٫۴ درصد در سال ۱۳۹۲ به ۹ درصد در سال ۱۳۹۸ و ۱۰.۲ درصد در سال ۱۳۹۹ رسیده و طی این دوره به طور متوسط سالیانه حدود ۹.۵ درصد رشد داشته است. از طرفی نسبت ارزش کل قاچاق به تجارت رسمی کشور از ۳۱ درصد در سال ۱۳۹۲ به ۱۶ درصد در سال ۱۳۹۹ رسیده و به طور متوسط سالیانه حدود ۹ درصد کاهش یافته است. این ارقام بیانگر این واقعیت است که اولا به دلیل افزایش نرخ ارز و گران‌شدن کالاهای خارجی، میزان قاچاق ورودی به کل واردات کاهش یافته و از ۳۵ درصد در سال ۱۳۹۲ به حدود ۳۲ درصد در سال ۱۳۹۹ رسیده است و ثانیا در سال‌هایی که تولید ناخالص داخلی به دلیل ضعف بنیان‌های اقتصادی و تحریم روندی کاهشی داشته و همچنین به دلیل افزایش نرخ ارز و افزایش قاچاق خروجی (کاهش خالص صادرات کشور)، سهم قاچاق از تولید داخلی افزایشی بوده است.

قاچاق یک پنجم تجارت رسمی کشور است

قاچاق همیشه مشکل اعظمی از اقتصاد ایران بوده و به گفته بازوی کارشناسی مجلس، مجموع تجارت غیررسمی (قاچاق ورودی و خروجی) در پایان دهه ۹۰ به حدود یک‌پنجم تجارت رسمی کشور رسیده است (۱۸.۳ درصد طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۹). با توجه به سهم قابل‌توجه قاچاق از تجارت خارجی، لازم است در این خصوص آسیب‌شناسی مناسبی انجام شود. در این راستا، مرکز پژوهش‌ها می‌گوید: یکی از مهمترین راهبردهای مبارزه با قاچاق کالا و ارز، ایجاد سامانه‌هایی در راستای شفافیت اطلاعات اقتصادی و نظارت بر عملکرد سامانه‌ها توسط دولت و مجلس و اصلاح قوانین مرتبط است. بر همین اساس، مقرر شد مستند به قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز مصوب ۱۳۹۰ مجلس شورای اسلامی با ایجاد هشت سامانه اصلی و ۱۳ سامانه فرعی، اطلاعات موردنیاز سامانه جامع تجارت و سامانه شناسایی و مبارزه با قاچاق کالا و ارز تأمین شود. هرچند در سال‌های قبل، دستگاه‌های متولی سامانه‌های مختلف اقداماتی در این خصوص انجام داده‌اند، اما هرگونه اقدام نظارتی برای تکمیل و بهره‌برداری از این سامانه‌ها، می‌تواند در مبارزه مؤثر با قاچاق کالا و ارز، مفید باشد.

به طور کلی، به دلیل کامل نبودن سامانه‌های مربوط به تجارت خارجی و عدم ارتباط سامانه‌های گمرک و بانک مرکزی و برخی دستگاه‌های متولی تجارت خارجی با سامانه جامع تجارت و فراهم نشدن بستر مناسب برای شفافیت در نقل‌وانتقال ارز و تراکنش‌های مالی، اجرای کامل قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز محقق نشده و رسیدن به اهداف قانون‌گذاران در این حوزه با چالش‌های جدی مواجه است. از طرفی برخی ملاحظات معیشتی به دلیل عدم توسعه‌یافتگی و اشتغال پایدار در مناطق مرزی سبب انحراف معافیت‌های قانونی در اجرا شده است.

در مجموع، مهمترین چالش‌های پیش روی مبارزه با قاچاق کالا و ارز را می‌توان به برخی از مشخصه‌های کلان اقتصاد کشور در حوزه نوسانات نرخ ارز، افزایش اختلاف قیمت‌های داخلی و خارجی، افزایش هزینه‌های تولید و تجارت خارجی مرتبط دانست. با این حال، برخی از تحولات سال ۱۳۹۹ مانند افزایش تعرفه برخی کالاهای وارداتی با هدف حمایت از تولیدات داخلی و وضع ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های جدید برای ثبت سفارش و ورود کالا و بروز برخی نوسانات ارزی در سالیان گذشته، در کنار پیشنهادهایی برای ایجاد برخی مناطق آزاد جدید یا توسعه محدوده مناطق فعلی با محدوده‌های وسیع و غیرقابل فنس‌کشی می‌تواند به افزایش قاچاق در کشور منجر شده و لازم است سیاست‌هایی برای تغییر روش‌های حمایت از تولیدات داخلی و توسعه منطقه‌ای از طریق ایجاد مناطق آزاد، مدنظر قرار گیرد.

در دهمین گزارش «پایش تحولات تجارت جهانی» بررسی شد

تحولات اقتصاد سیاسی ایران زیر ذره‌بین

بازوی پژوهشی بخش خصوصی در دهمین گزارش از سلسله گزارش‌های «پایش تحولات تجارت جهانی» به مباحث مؤثر بر اقتصاد سیاسی ایران نظیر رشد تجارت جهانی، سرمایه‌گذاری چین در بندر کراچی پاکستان و رخدادهای اقتصاد افغانستان پرداخته است. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در رویکردی تازه، موقعیت دوگانه‌ای اقتصاد سیاسی ایران در محیط بین‌الملل را با انتشار سلسله گزارش‌های «پایش تحولات تجارت جهانی» بررسی می‌کند و واکاوی رویدادهای کلیدی در محیط ژئواکونومیک ایران را در دستور کار قرار داده است. در قالب این گزارش‌ها، رویدادهای کلیدی از منظر تأثیرگذاری بر دیپلماسی اقتصادی و موقعیت ژئواکونومیک ایران مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند و در دهمین گزارش «پایش تحولات تجارت جهانی» نیز مجموعه‌ای از تحولات اخیر در دو لایه جهانی و منطقه‌ای محیط ژئواکونومیک ایران مورد موشکافی قرار گرفته است.

در بخش اول این گزارش که به پایش تحولات در لایه جهانی اختصاص دارد، ارزیابی جدید آنکتاد از تجارت جهانی مطرح شده که نشان می‌دهد تجارت جهانی در سال ۲۰۲۱ در قیاس با ۱۰ سال گذشته به شدت رشد خواهد کرد. داده‌های اولیه در این مورد نمایانگر آن است که ارزش تجارت کالایی در جهان در قیاس با سال ۲۰۲۰ حدود ۳۰ درصد و در قیاس با سال ۲۰۱۹ حدود ۱۵ درصد افزایش یافته است. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که رشد تجارت جهانی در نیمه دوم سال ۲۰۲۱ نیز تداوم خواهد یافت، بدان معناست که برمبنای پیش‌بینی‌های این نهاد، ارزش تجارت جهانی در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۱۹ حدود ۲۰ درصد و نسبت به سال ۲۰۲۰ حدود ۲۸ درصد افزایش خواهد یافت، اما توزیع این رشد به شدت نامتوازن خواهد بود؛ چنانکه کشورهای ثروتمند دارای موقعیت ویژه در تجارت جهانی، مهمترین برندگان این رشد خواهند بود و طیفی از کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای فقیر و عقب‌مانده چندان از این تغییر بهره‌مند نخواهند شد. همچنین در نخستین نشست شورای تجارت و فناوری آمریکا و اروپا، امنیت زنجیره تأمین نیمه‌رساناها، مقابله با سوءاستفاده از فناوری هوش مصنوعی، کنترل صادرات در فناوری‌های حساس، نظارت بر سرمایه‌گذاری و مقابله با چالش‌های تجارت جهانی به عنوان پنج اولویت در همکاری آمریکا و اروپا تعیین شده است. از سوی دیگر، بریتانیا نیز پس از برگزیت به دنبال توافقات جدیدی است که آغاز روند الحاق به موافقت‌نامه جامع و پیشرفته مشارکت فراپاسیفیکی و تلاش برای انعقاد موافقت‌نامه تجارت آزاد با ایالات متحد ازجمله این تحرکات است. همچنین در منطقه آسیا، استراتژی کلان چین تا ۲۰۳۵ با عنوان «مسیر حماسی از فقر تا رفاه» مورد توجه قرار گرفته که مهمترین هدف‌گذاری این سند، تبدیل چین به کشوری توسعه‌یافته تا سال ۲۰۳۵ است. مخالفت ژاپن با الحاق چین به موافقت‌نامه جامع و پیشرفته فراپاسیفیکی و برگزاری دومین نمایشگاه تجاری چین و آفریقا از دیگر موضوعات مورد بررسی در این بخش است. در بخش دوم این گزارش نیز تحولات در لایه منطقه‌ای مورد توجه قرار گرفته و از جمله به سرمایه‌گذاری ۳٫۵ میلیارد دلاری چین در بندر کراچی پاکستان با هدف متحول کردن این بندر و تبدیل آن به بندری در کلاس جهانی پرداخته شده که از اهمیت ویژه‌ای برای ایران برخوردار است. عدم تمایل چین به سرمایه‌گذاری در سواحل ایران و توجه فزاینده این کشور به اقتصاد پاکستان نیز از منظر منافع ملی ایران و تعریف واقعی و غیردیپلماتیک این کشور از ایران شایسته توجه است. از سوی دیگر، برنامه عملیاتی روسیه برای توسعه روابط اقتصادی و تجاری با مجموعه آسه آن مورد بررسی قرار گرفته که این موضوع نیز از منظر منافع ژئواکونومیک ایران اهمیت دارد. مطرح کردن کریدور شمال - جنوب به عنوان بخشی از زیرساخت «زنجیره عرضه میان جنوب شرق آسیا و اروپا» می‌تواند در مذاکرات با آ سه آن و اتحادیه اقتصادی اوراسیا مدنظر قرار گیرد، اما یکی از مناقشه‌برانگیزترین مسائل منطقه‌ای به‌یقین، آینده تاریک اقتصاد سیاسی افغانستان است که اثرگذاری بالایی بر ایران خواهد داشت. گزارش جدید بانک جهانی که از چشم‌انداز تراژیک اقتصاد افغانستان حکایت دارد نیز در این گزارش مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. ترکیب عواملی چون حکومت طالبان، شدیدترین خشکسالی ۷۰ سال اخیر، بحران کرونا، تحریم‌ها علیه طالبان، قطع کمک‌های بین‌المللی و وابستگی شدید اقتصاد این کشور به کمک‌های خارجی، زمینه را برای بدترین بحران اقتصادی این کشور در دو دهه اخیر فراهم آورده است. بر این اساس، رشد اقتصادی همچنان منفی باقی خواهد ماند و زیرساخت‌های اقتصادی به سرعت به سوی فروپاشی خواهند رفت. گسترش فقر بی‌سابقه خواهد بود و دستاوردهای اقتصادی دو دهه اخیر احتمالا در مدت کوتاهی از بین خواهد رفت. یافته‌های گزارش نشان می‌دهد از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۲۰ افغانستان به طور متوسط سالانه ۸٫۵ میلیارد دلار کمک بین‌المللی دریافت کرده است که معادل ۴۳ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور است. کمک‌های بین‌المللی ۷۵ درصد مخارج عمومی و ۵۰ درصد بودجه این کشور را تشکیل می‌داد و ۹۰ درصد مخارج امنیتی دولت نیز از محل این کمک‌ها تأمین می‌شد. ۶۷ درصد مردم این کشور زیر خط فقر قرار دارند و با تحولات اخیر ۱۰ میلیون نفر دیگر از مردم این کشور در ماه‌های آینده زیر خط فقر خواهند رفت. فراتر از آثار غم‌انگیز این بحران بر سرنوشت انبوهی از انسان‌ها، سقوط اقتصادی افغانستان به معنای از دست رفتن یکی از بازارهای صادراتی مهم ایران نیز خواهد بود.

چرا قوانین استخراج ارزهای دیجیتال به بازنگری نیاز دارد؟

خطوط قرمز استخراج رمزارز

فرصت امروز: در حالی که بازار کریپتو کارنسی و تولید و فروش رمزارزها در کشورهای پیشرفته به سرعت رشد می‌کند و این بازارها در سطح دنیا در حال تعمیق است، اما هنوز در ایران درباره موضوعات مهم صنعت رمزارزها تصمیم‌گیری نشده است. با آنکه کمیسیون اقتصادی مجلس دو بار سعی کرد طرحی در زمینه ساماندهی بازار رمزارزها طراحی کند، اما دولت هر بار از مجلس درخواست فرصت کرد تا لایحه‌ای درخور و جامع تقدیم بهارستان نماید. این در حالی است که استخراج‌کنندگان کماکان مشغول استخراج رمزارز با برق ارزان هستند و هر روز خبری از کشف مزارع استخراج غیرمجاز بیت‌کوین در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به گوش می‌رسد. در حال حاضر، آمارهای ضدونقیضی درباره تعداد ماینرهای بیت‌کوین در ایران وجود دارد؛ منابع غیررسمی از فعالیت ۴۰ هزار ماینر در سراسر کشور خبر می‌دهند که گفته می‌شود طی یک سال و نیم اخیر ۱۲۰ هزار بیت‌کوین تولید کرده و فروخته‌اند. قیمت کف فروش هر بیت‌کوین ۳۷ هزار دلار بوده و بخش بزرگی از این درآمد بابت خرید کالا از خارج هزینه شده است. در حالی هنوز درباره مسائل مهم صنعت ارزهای دیجیتال در ایران تصمیم‌گیری نشده است که به نظر می‌رسد قوانین نصفه و نیمه‌ای که در حوزه استخراج رمزارزها هم‌اکنون در کشور وجود دارد نیز به بازنگری نیاز دارد، اما چرا؟

اولین قدم‌های قانون‌گذاری برای رمزارزها

ارزهای دیجیتال و تولید و فروش آن، از جمله مسائل مهم و نوظهور دنیای ماست و سیر قانون‌گذاری در حوزه رمزارزها نشان‌دهنده دو مسیر است؛ قوانین مرتبط با استخراج رمزارزها و قوانین مرتبط با استفاده از رمزارزها. در این میان، به نظر می‌رسد هر چقدر در ایران در حوزه استخراج رمزارزها قوانینی شکل گرفته است، در حوزه خرید و فروش آن همچنان خلأ قانونی احساس می‌شود. این در حالی است که بررسی مجموعه قوانین مرتبط با استخراج رمزارزها نشان می‌دهد پس از گسترش اقبال عمومی و تمایل فعالان اقتصادی به این بخش، تاکنون تغییرات قابل توجهی در زمینه قوانین و مقررات مرتبط رخ داده و رگولاتوری رمزارزها چند مرحله را پشت سر گذاشته است.

به گزارش ایرناپلاس، مرحله نخست را می‌توان مواجهه با فعالیتی جدید و رو به رشد دانست و اولین گام‌های قانون‌گذاری حوزه رمزارزها در چنین فضایی برداشته شد. تصویب‌نامه هیأت وزیران در مرداد ۱۳۹۵، نمونه‌ای از قوانین وضع شده در این مرحله است که در آن استخراج رمزارز به عنوان یک فعالیت صنعتی معرفی شد و فعالیت در آن، منوط به دریافت مجوز از وزارت صنعت معدن و تجارت شد. در این تصویب‌نامه، جغرافیای مجاز استخراج رمزارزها نیز تعیین شد؛ مناطق آزاد که صدور مجوز استخراج رمزارز در آن از طرف وزارت صمت به سازمان منطقه قابل واگذاری است و نیز رعایت محدودیت از فعالیت در حریم شهرهای تهران، اصفهان و مراکز استان‌ها. بر این اساس، استخراج رمزارز نیز مانند سایر فعالیت‌های صنعتی، مشمول مقررات مالیاتی قرار گرفت و شرط معافیت مالیاتی برای واحدهای استخراج‌کننده رمزارز، فروش آن به خارجی‌ها یا به تعبیر تصویب‌نامه، صادرات و بازگشت ارز حاصل از صادرات عنوان شد.

بخش چالش‌برانگیز این مصوبه اما به میزان انرژی مصرفی ماینرها و استخراج‌کنندگان رمزارز برمی‌گردد. چنانچه قیمت برق متقاضیان استخراج رمزارزها که تنها با دریافت انشعاب برق از شبکه سراسری یا ساخت نیروگاه جدید یعنی خارج از شبکه سراسری مجاز شناخته می‌شد، برابر با قیمت متوسط ریالی برق صادراتی و با نرخ تسعیر سامانه نیما تعیین شد. تعرفه گاز مصرفی نیز ۷۰ درصد تعرفه صادراتی مشخص شد.

آیا ماینینگ در ایران یک صنعت است؟

ماینرها که پس از سردرگمی قانون‌گذار در مواجهه با این فعالیت، در تابستان ۱۳۹۸ با حکم قانونی ناچار به توقف فعالیت خود شده بودند، نسبت به تعرفه برق مصرفی خود انتقادهایی را مطرح کردند. محور اصلی این انتقادها، تناقضی بود که در این تصویب‌نامه دیده می‌شد: اگر ماینینگ صنعت است، چرا به‌جای تعرفه برق صنعتی باید تعرفه برق صادراتی را پرداخت کند؟ پس از عبور از دوره پیک مصرف برق و تقریبا در نیمه‌های پاییز، مقررات تأمین برق مراکز استخراج رمزارزها منتشر شد که براساس آن، بار دیگر بر تعرفه صادراتی برق ماینرها تأکید شد.

تعرفه برق ۹۶۵ تومانی برای هر کیلووات ساعت برق مصرفی و نیز اعمال محدودیت‌های زمانی برای استفاده از برق، باز هم نتوانست جذابیت را به ماینینگ بازگرداند و برخی از فعالان این صنعت، کشورهایی با تعرفه برق جذاب‌تر را به‌عنوان مقصد فعالیت خود انتخاب کردند. بدین ترتیب، سال ۱۳۹۹ را می‌توان سالی متفاوت در مقایسه با سال ۱۳۹۷ تلقی کرد که در آن رگولاتور با وجود انتقادهای واردشده از جانب فعالان ماینینگ، حداقل در مجموعه حکمرانی به جمع‌بندی درباره دو موضوع رسیده بود. نخست جنس فعالیت ماینینگ که در طبقه‌بندی صنعت قرار داده شد و دیگری تعرفه برق که برابر با تعرفه صادراتی در نظر گرفته شد.

مرحله بعدی برای قانون‌گذار، تعیین مختصات و جزییات استخراج رمزارز بود. طبیعی است که در برخورد با هر پدیده جدیدی، یکی از واکنش‌ها مقابله باشد. این همان رویکرد و واکنشی است که در مراحل نخست انجام شد و چون چارچوب نظام‌مندی برای مواجهه با استخراج رمزارز در کشور وجود نداشت، برخی از دستگاه‌های ماینینگ توقیف و ضبط شدند. تصویب‌نامه هیأت وزیران در تیر ماه ۱۳۹۹ را می‌توان واکنشی از جانب قانون‌گذار برای حل این مسئله دانست. بر این اساس، دارندگان دستگاه‌های استخراج رمزارز مکلف شدند تا دستگاه‌های خود را در سامانه وزارت صمت ثبت کنند.

با این حال، مسئله تأمین حامل‌های انرژی ماینرها همچنان به عنوان چالشی که از مراحل نخست با این صنعت همراه بوده پس از اصلاحیه مقررات تامین برق مراکز استخراج رمزارزها بر جای خود باقی ماند. در این اصلاحیه، قیمت هر کیلووات ساعت برق مراکز ماینینگ یک هزار و ۶۵۷ تومان تعیین شد که براساس متوسط بهای صادراتی برق و نرخ تسعیر سامانه نیما، هر سه ماه یک بار توسط شرکت توانیر اصلاح و به‌روزرسانی می‌شود. همچنین چهار شیوه نیز برای تأمین برق مراکز ماینینگ در این اصلاحیه تعیین شد: نیروگاه‌های تجدیدپذیر، سرمایه‌گذاری در بهینه‌سازی، نصب و بهره‌برداری از مولدهای حرارتی و نیز اتصال به شبکه و خرید انرژی از شرکت برق.

لزوم بازنگری در قوانین استخراج رمزارز

مسیر قانونی طی‌شده درباره استخراج رمزارزها نشان می‌دهد برخورد مقابله‌ای که از ابتدا وجود داشته به مرور به تعامل تبدیل شده، اما همچنان با صنعتی مواجه هستیم که چالش‌هایی را در رابطه با تأمین مهمترین نهاده‌های خود یعنی انرژی دارد. قیمت‌گذاری برق هنوز یکی از چالش‌های صنعت ماینینگ است و از طرف دیگر، این صنعت بارها تحت تأثیر کمبود عرضه برق قرار گرفته و با بیانی غیردقیق به ویژه در تابستانی که پشت سر گذاشتیم، به عنوان مقصر نخست خاموشی‌ها معرفی شده است. این در حالی است که به گفته پیام باقری، نایب رئیس هیأت مدیره سندیکای برق ایران و نایب رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی تهران، تولید رمزارز مجوزدار مصرفی حدود ۳۰۰ مگاوات دارد و برآورد می‌شود حدود ۱۰۰۰ مگاوات نیز استخراج غیرمجاز در کشور داشته باشیم. بنابراین در مجموع مصرف برق برای استخراج رمزارز حدود ۱۳۰۰ مگاوات است که فقط ۱٫۵ درصد از ظرفیت منصوبه کشور یعنی حدود ۸۵ هزار مگاوات را به خود اختصاص می‌دهد. در نتیجه نمی‌توان ماینینگ را دلیل موجهی برای خاموشی‌ها دانست. بازنگری در قوانین مربوط به استخراج رمزارزها به رویکرد دولت سیزدهم درباره این صنعت بستگی دارد. دولت در صورتی که بخواهد روند گذشته را ادامه دهد، راه مشخصی پیش روی خود دارد. مهمترین چالش کنونی این صنعت، تعرفه برق است و پس از آن نیز می‌توان به تسهیل در صدور پروانه بهره‌برداری و تسریع در شروع به کار مراکز ماینینگ اشاره کرد. دولت ابراهیم رئیسی در صورتی که بازنگری در قوانین استخراج رمزارز را به‌عنوان فرصت شناسایی کند، خواهد توانست صنعت برق را نیز به گونه‌ای مثبت تحت تأثیر قرار دهد.

نگاهی به گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد

۳ چالش اقتصاد ایران در ۲۰۲۱

بانک جهانی در گزارش تازه خود به بررسی چالش‌های اقتصاد ایران پرداخت و از خروج فعالیت‌های اقتصادی از رکود دو ساله گزارش داد. به گفته بانک جهانی، اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۹ (۲۱-۲۰۲۰) از یک رکود دوساله به دلیل کاهش محدودیت‌های کرونا و افزایش تدریجی تولید نفت طی نیمه دوم سال ۲۰۲۰ خارج شد. با این حال، فعالیت اقتصادی ضعیف تا حدی به دلیل تحریم‌های آمریکا، درآمد ناچیز نفت و هزینه‌های مهار همه‌گیری کرونا، کسری بودجه را افزایش داده و منجر به فشارهای قابل توجه تورمی و کاهش ارزش پول شده است. بنابراین انتظار می‌رود که رشد اقتصادی ایران همچنان در سطح کم باقی بماند و با احتمال ظهور موج‌های بیشتر انواع کرونا، عدم قطعیت در تحقق تحریم‌ها، تنش‌های اخیر در افغانستان و تاثیر تغییرات آب و هوایی به چالش کشیده شود.

بررسی اتاق بازرگانی تهران از گزارش اخیر بانک جهانی نشان می‌دهد که با وجود افزایش صادرات نفت در نیمه دوم ۲۰۲۰ و بهبود نسبی رشد اقتصادی در سال ۹۹، اما این شاخص برای سال‌های آتی همچنان در اعداد پایین قرار گرفته و در سال ۲۴-۲۰۲۳ حدود ۲٫۲ درصد خواهد بود. با این حال نامشخص بودن آینده مذاکرات احیای برجام، احتمال شیوع سویه‌های جدید ویروس کرونا و البته تنش در همسایگان و به خصوص افغانستان می‌تواند رشد اقتصادی را با چالش مواجه کند، اما به نظر می‌رسد کسری بودجه و تشدید تورم در سال‌های آتی، مهمترین چالشی است که دولت با آن روبه‌رو است. براساس آمارهای فروش اوراق، دولت از مهرماه امسال اوراقی نفروخته و تا شهریور نیز ۴۳٫۲۴۵ هزار میلیارد تومان در ۱۸ مرحله فروش اوراق بدهی توانسته بفروشد. این میزان فروش اوراق بدهی در حالی است که دولت در سال جاری می‌بایست تا ۷۰ هزار میلیارد تومان سود فروش اوراق پرداخت کند و به نظر می‌رسد با این روند، فروش اوراق در سال جاری کفاف پرداخت سود اوراق پیشین و کمی هم جبران کسری بودجه را نماید. در قسمتی از گزارش بانک جهانی همچنین به آنچه در یک دهه گذشته بر اقتصاد ایران رفته است، اشاره شده و حضور پررنگ دولت مانع ایجاد اشتغال و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی خوانده شده است. هرچند که این امر اجتناب‌ناپذیر بوده است، چراکه با اعمال تحریم، دولت‌ها سعی در کاهش تبعات اقتصادی آن بر سفره و در نهایت رفاه خانوارها داشته و شروع به پرداخت یارانه‌های نقدی و کمک‌های معیشتی کردند. با این وجود، مجموعه اقدامات دولت‌ها به خصوص در دور دوم تحریم‌ها که از سال ۹۷ آغاز شد، در نهایت به «چرخه‌ای شدن مصارف دولت و تشدید بی‌ثباتی اقتصادی» انجامید. در بخشی از این گزارش آمده که میانگین تولید ناخالص داخلی کشور در دهه گذشته به سال ۲۰۰۶ بازگشته است. بدین معنا که اقتصاد ایران در دهه ۹۰ با جمعیت حدود ۸۳ میلیون نفری به قدری کوچک شده که تولید آن به سال‌های میانی دهه ۸۰ و با جمعیت ۷۰٫۵ میلیون نفر رسیده است.

در بخش دیگر این گزارش به رفاه خانوارها و آنچه که پس از شیوع کرونا بر آنها گذشت، پرداخته شده است. ضریب جینی در سال گذشته و طبق داده‌های بانک جهانی ۰٫۴۲ بود که حدود دو دهم درصد بیشتر از آن چیزی است که مراکز رسمی ایران منتشر کرده بودند. تولید ناخالص سرانه در ۲۰۲۰ میلادی نیز ۲ هزار و ۴۱۴ دلار برآورد شده که با دلار ۲۵ هزار تومانی که در پایان اسفندماه به ثبت رسید حدود ۶۰ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان می‌شود. به عبارت دیگر یعنی هر ایرانی به طور متوسط در هر ماه کمی بیشتر از ۵ میلیون تومان برای اقتصاد آورده داشته است. نرخ فقر یا سهم افراد با درآمد روزانه کمتر از ۵٫۵ دلار در سال ۲۰۲۰ نیز ۱۴ درصد اعلام شده است. اگرچه که به نظر می‌رسد رقم ۱۴ درصد اعلامی توسط بانک جهانی برای افرادی که کمتر از ۴ میلیون و ۱۲۵ هزار تومان در ماه درآمد دارند، بسیار کم باشد. چراکه وزارت رفاه و تعاون نرخ فقر در سال ۹۸ را ۳۲ درصد و تعداد افراد زیر خط فقر سرانه یک میلیون و ۲۴۵ هزار تومانی را ۲۶٫۵ میلیون نفر اعلام کرده بود.

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران در بخش دیگری از گزارش خود با اشاره به کاهش ۴۰۰ درصدی ارزش پول ملی در سال‌های ۱۹-۲۰۱۸، از بالا بودن احتمال پولی شدن تامین کسری بودجه خبر داد و نوشت: از سال ۲۰۱۸ به طور متوسط ۳۶ درصد از کسری بودجه از بانک مرکزی تامین شده است. این امر می‌تواند افزایش تورم در سال‌های آتی را شدت بخشد. در این صورت هر کمکی، خواه افزایش یارانه نقدی باشد یا سایر انواع کمک‌های معیشتی در سایه تورم بالا گم شده و بی‌اثر می‌شود.

در مجموع، در صورت عدم بازگشت درآمدهای نفتی ایران در میان‌مدت، دولت جدید با کسری بودجه فزاینده‌ای روبه‌رو می‌شود؛ با رشد محدود درآمدهای غیرنفتی به دلیل بهبود آهسته، چشم‌انداز نامشخص برای درآمدهای بیشتر نفتی و هزینه‌های افزایش دستمزد و حقوق بازنشستگی، انتظار می‌رود که توازن مالی در کسری باقی بماند. همچنین انتشار بیشتر اوراق بدهی برای پوشش کسری، به پولی شدن بودجه و در نهایت افزایش تورم می‌انجامد.

حمل‌ونقل ریلی

در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی

قطار مدرسه‌سازی بانک پاسارگاد به نهبندان رسید

بانک پاسارگاد در ادامه مجموعه فعالیت‌های خود در حوزه مدرسه‌سازی از مسئولیت اجتماعی، این بار مدرسه‌ای را در روستای گلگزی از توابع شهرستان نهبندان استان خراسان جنوبی افتتاح کرد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در روز شنبه ۲۴ مهرماه امسال و با حضور مدیران بانک پاسارگاد، رسول خادم قهرمان کشتی کشورمان، پرویز پرستویی هنرمند گرامی و جمعی از مسئولان محلی، یک مدرسه در روستای گلگزی افتتاح شد. با ساخت این مدرسه، شرایط تحصیل برای فرزندان عزیزمان در این روستای کمتر برخوردار و روستاهای اطراف مهیا گشت و با توجه به صعب‌العبور بودن راه‌های دسترسی به این منطقه، شرایط ادامه تحصیل برای دانش‌آموزان این منطقه تسهیل شد. گفتنی است این مدرسه با حمایت مالی بانک پاسارگاد و همراهی موسسه فرهنگی هنری خادمین علی‌ابن‌ابیطالب (ع) تقدیم فرزندان ایران عزیزمان شده و به نام بانوی قهرمان رشته تیراندازی کشورمان حاضر در المپیک ۲۰۲۱، سرکار خانم نجمه خدمتی نام‌گذاری شده است.

رشد اندک قیمت دلار در صرافی‌های بانکی

نوسان سکه در میانه کانال ۱۱ میلیونی

در حالی هر دلار آمریکا دیروز با افزایش ۹۷ تومانی در بازار آزاد تهران به قیمت ۲۷ هزار و ۳۶۲ تومان رسید که در صرافی‌های بانکی با افزایش ۲۰۰ تومانی مواجه شد. بدین ترتیب، نرخ دلار در صرافی‌های بانکی در روز سه‌شنبه ۲۷ مهرماه با ۲۰۰ تومان رشد به قیمت ۲۶ هزار و ۷۳۸ تومان دادوستد شد. قیمت فروش یورو نیز با ۳۰۰ تومان افزایش به ۳۰ هزار و ۴۳۳ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۶ هزار و ۲۰۹ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۳۰ هزار و ۱۲۸ تومان اعلام شد. همچنین قیمت سکه با افزایش ۸۰ هزار تومانی به نوسان در میانه کانال ۱۱ میلیون تومانی ادامه داد. بر این اساس، ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۸۰ هزار تومان افزایش نسبت به روز قبل به رقم ۱۱ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان رسید و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۴۶ هزار تومان و هر مثقال طلا به ۴ میلیون و ۹۶۶ هزار تومان رسید. اُنس جهانی طلا نیز با افزایش ۱۶ دلاری، یک‌هزار و ۷۸۰ دلار و ۵۵ سنت قیمت خورد.

در ۶ ماهه نخست امسال

وام‌دهی بانک‌ها بیش از ۵۰ درصد زیاد شد

تسهیلات پرداختی بانک‌ها در شش ماهه ابتدای امسال به بخش‌های اقتصادی مبلغ ۱۲۴۱۰.۸ هزار میلیارد ریال است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۵۷٫۹ درصد افزایش داشته است. طبق اعلام بانک مرکزی، سهم تسهیلات پرداختی در قالب سرمایه در گردش در کلیه بخش‌های اقتصادی طی شش ماهه ابتدای سال جاری مبلغ ۸۳۷۶.۷ هزار میلیارد ریال معادل ۶۷٫۵ درصد کل تسهیلات پرداختی است. سهم تسهیلات پرداختی بابت تأمین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن در شش ماهه ابتدای امسال معادل ۲۹۴۷.۲ هزار میلیارد ریال بوده است که حاکی از تخصیص ۳۵٫۲ درصد از منابع تخصیص‌یافته به سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی (مبلغ ۸۳۷۶.۷ هزار میلیارد ریال) است. همانطور که مشاهده می‌شود از ۳۷۲۷.۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۷۹٫۱ درصد آن (مبلغ ۲۹۴۷.۲ هزار میلیارد ریال) در تأمین سرمایه در گردش پرداخت شده است که بیانگر توجه و اولویت‌دهی به تأمین منابع برای این بخش توسط بانک‌ها در سال جاری است.

شایان ذکر است که همچنان باید در تداوم مسیر جاری، ملاحظات مربوط به کنترل تورم را نیز در نظر گرفت و همواره مراقب قدرت گرفتن پتانسیل تورمی ناشی از فشار تقاضای کل در اقتصاد نیز بود. بر این اساس، ضروری است به افزایش توان مالی بانک‌ها از طریق افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه بانک‌ها، کاهش تسهیلات غیرجاری و بازگرداندن آنها به مسیر صحیح اعتباردهی بانک‌ها، افزایش بهره‌وری بانک‌ها در تامین سرمایه در گردش تولیدی، پرهیز از فشارهای مضاعف بر دارایی بانک‌ها و ترغیب بنگاه‌های تولیدی به سمت بازار سرمایه به عنوان یک ابزار مهم در تامین مالی طرح‌های اقتصادی (ایجادی) توجه ویژه‌ای کرد.

جغرافیای چک‌های بانکی در پایان تابستان

تعداد چک‌های برگشتی کم شد، مبلغ‌ها زیاد

آمارهای بانک مرکزی درباره چک‌های برگشتی در ششمین ماه امسال نشان می‌دهد که در این ماه معادل ۷۰۹ هزار فقره چک برگشت خورده که از نظر تعداد ۴٫۴ درصد کاهش و از نظر مبلغ نیز به میزان ۵ درصد افزایش داشته است. تازه‌ترین آماری که بانک مرکزی از جریان مبادلات چک منتشر کرده، حاکی از آن است که در شهریورماه امسال حدود ۷٫۳ میلیون فقره چک به ارزش ۲۴۹ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان مبادله شده که از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۵٫۵ درصد و ۲۳٫۵ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، حدود ۶٫۶ میلیون فقره به ارزش ۲۱۸ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان از چک‌های مبادله‌ای وصول شده است که از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۶٫۷ درصد و ۲۶٫۷ درصد افزایش دارد. در کنار چک‌های وصولی معادل ۷۰۹ هزار فقره چک برگشت خورده که از نظر تعداد، چک‌های برگشتی در مقایسه با ماه قبل به ترتیب ۴٫۴ درصد کاهش و از نظر مبلغ نیز ۵ درصد افزایش داشته است. همچنین در این مدت، در استان تهران حدود ۲٫۲ میلیون فقره چک به ارزش بالغ بر ۱۲۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان مبادله شده که بیانگر صدرنشینی استان تهران در مبادله چک در سطح کشور است. چک‌های وصول شده در تهران حدود ۲میلیون فقره به ارزش حدود ۱۱۲ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان و چک‌های برگشتی معادل ۱۹۷ هزار فقره به ارزش بیش از ۱۴ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان گزارش شده است. علاوه بر این در شهریورماه، در سراسر کشور معادل ۶۸۶ هزار فقره چک به ارزش حدود ۳۰ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان به دلایل کسری یا فقدان موجودی برگشت خورده است که از نظر تعداد و ارزش ۹۶٫۷ درصد و ۹۶٫۱ درصد از کل چک‌های برگشتی به دلایل کسری یا فقدان موجودی بوده است. از سوی دیگر، در استان تهران معادل ۱۸۹ هزار فقره چک به ارزش حدود ۱۴ هزار میلیارد تومان به دلایل کسری یا فقدان موجودی برگشت داده شده که در استان تهران از نظر تعداد ۹۵٫۹ درصد و از نظر مبلغ ۹۵٫۵ درصد از کل چک‌های برگشتی به دلایل کسری یا فقدان موجودی بوده است.

شاخص بورس تهران در میانه کانال ۱.۵ میلیون واحدی ایستاد

تقویت ۱۲ هزار واحدی بورس

فرصت امروز: بازار سرمایه در چهارمین روز هفته روندی صعودی داشت و شاخص بورس تهران با رشد بیش از ۱۲ هزار واحدی در میانه کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد ایستاد. در معاملات بیست و هفتمین روز مهرماه، همه شاخص‌ها عملکردی مثبت داشتند و در صدر آنها، شاخص کل بورس با ۱۲ هزار و ۵۵۴ واحد افزایش در ارتفاع یک میلیون و ۴۴۹ هزار واحدی قرار گرفت. در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۶ میلیارد و ۸۵۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۸ هزار و ۱۴۷ میلیارد ریال داد و ستد شد. همچنین شاخص کل با معیار هم‌وزن با ۴ هزار و ۳۸۰ واحد افزایش به ۳۹۸ هزار و ۳۴۷ واحد و شاخص قیمت هم‌وزن با ۲هزار و ۷۶۲ واحد رشد به ۲۵۱هزار و ۲۵۰ واحد رسید. شاخص بازار اول، افزایش ۱۲ هزار و ۶۲۴ واحدی و شاخص بازار دوم، افزایش ۱۴ هزار و ۵۷۴ واحدی را تجربه کردند.

گروه خودرو با ۶۷ هزار و ۲۸۰ معامله به ارزش ۴ هزار و ۷۴۶ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۶۱ هزار و ۶۴۸ معامله به ارزش ۴ هزار و ۲۶۵ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۵۵ هزار و ۲۰۵ معامله به ارزش ۳ هزار و ۲۱۷ میلیارد ریال، گروه کانه فلزی با ۳۲ هزار و ۷۹۴ معامله به ارزش ۲ هزار و ۳۰۸ میلیارد ریال و گروه اداره بازارهای مالی با ۲۵ هزار و ۷۵۴ معامله به ارزش یک هزار و ۵۷۵ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند. در آن سوی بازار سرمایه نیز آیفکس با رشد ۷۲ واحدی سبزپوش شد و به رقم ۲۰ هزار و ۳۷۸ واحد رسید.

سبزپوشی آیفکس در چهارمین روز هفته

در جریان معاملات روز سه‌شنبه بورس تهران، ۲۸۳ نماد بورسی مثبت و ۸۹ نماد بورسی منفی بودند که از میان آنها شرکت سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با یک هزار و ۹۶ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک هزار و ۲۳ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۶۴۹ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۵۵۷ واحد، بانک ملت (وبملت) با ۴۰۳ واحد، مخابرات ایران (اخابر) با ۳۸۹ واحد و پتروشیمی خارک (شخارک) با ۳۸۴ واحد، بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند. در سوی مقابل نیز پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۱۹۰ واحد، بورس کالای ایران (کالا) با ۱۲۴ واحد، پارس الکتریک (لپارس) با ۶۲ واحد، مبین انرژی خلیج فارس (مبین) با ۴۰ واحد، شیر پاستوریزه پگاه اصفهان (غشصفا) با ۳۹ واحد، پتروشیمی شازند (شاراک) با ۳۸ واحد و پتروشیمی شیراز (شیراز) با ۳۸ واحد با تاثیر منفی بر شاخص بورس همراه شدند.

همچنین معدنی دماوند (کدما)، پارس فولاد سبزوار (فسبزوار)، آریان کیمیاتک (کیمیاتک)، بورس کالای ایران (کالا)، ملی صنایع مس ایران (فملی)، سایپا (خساپا) و ایران خودرو (خودرو) از جمله نمادهای پُرتراکنش بورس بودند. گروه خودرو هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۶۷۳ میلیون برگه سهم به ارزش ۴هزار و ۷۴۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با افزایش ۷۲ واحدی به رقم ۲۰ هزار و ۳۷۸ واحد رسید. برپایه معاملات چهارمین روز معاملاتی هفته در فرابورس ایران، بیش از یک میلیارد و ۸۲۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۵ هزار و ۸۵۴ میلیارد ریال دادوستد شد. در معاملات روز گذشته فرابورس ایران، ۱۵۱ نماد فرابورسی مثبت و ۹۲ نماد منفی بودند که از میان آنها شرکت ذوب آهن اصفهان با ۱۱ واحد، شرکت پتروشیمی تندگویان با ۹ واحد، سرمایه‌گذاری صبا تامین با ۸ واحد، بانک دی با ۷ واحد و شرکت صنایع پتروشیمی تخت جمشید با ۶ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص فرابورس داشتند. همچنین شرکت پتروشیمی زاگرس با ۲۶ واحد، شرکت صنعتی مینو با ۱۴ واحد، شرکت پالایش نفت شیراز با ۶ واحد، شرکت فرابورس ایران با ۵ واحد و شرکت تولید نیروی برق دماوند با ۴ واحد بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص فرابورس گذاشتند.

از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی تا افزایش سودآوری

با حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی، قیمت‌گذاری کاهش می‌یابد و این موضوع افزون بر کاهش رانت و فساد، به افزایش سودآوری شرکت‌ها و صنایع بورسی منجر می‌شود. یک کارشناس بازار سرمایه درباره تأثیر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی بر صنایع بورسی با بیان این مطلب به سنا می‌گوید: ارز دولتی به برخی صنایع به طور کامل تخصیص نیافته است. با حذف این سازوکار و عدم تخصیص ارز به صنایع از سوی دولت، انتظار شفافیت بیشتر از این صنایع می‌رود. همچنین رانتی که از تخصیص ارز دولتی در اقتصاد کشور ایجاد شده بود، از بین خواهد رفت.

عباس اسپید با بیان اینکه با تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی به برخی صنایع، در نرخ‌گذاری محصولات آنها نیز دخالت می‌شد، می‌افزاید: دولت با تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی، این صنایع را مجبور می‌کرد تا از قیمت تعیین شده دولتی تبعیت کنند. طبیعی است با حذف این موضوع، دولت دیگر اجازه نخواهد داشت که برای آن صنایع نرخ‌گذاری کند. در این شرایط، قیمت‌ها را عرضه و تقاضا تعیین می‌کنند. لازمه یک اقتصاد کارا، به حداقل رساندن قیمت‌گذاری‌ها است. لازم است اجازه داده شود تا مکانیزم‌های عرضه و تقاضا بر قیمت‌گذاری‌ها تاثیرگذار باشند. ایجاد وقفه‌هایی همچون تفاوت قیمتی به دلیل تفاوت نرخ ارز، در اکثر مواقع نه تنها به بهبود معیشت منجر نمی‌شود که فضا را برای رانت یا حتی فساد آماده می‌کند.

به گفته وی، نبود قیمت‌گذاری دستوری، کارایی، پویایی و بهبود اقتصاد را دربر دارد. بی‌تردید به عنوان یک اصل کلی، دخالت دولت در قیمت‌گذاری به هر نوع که اعمال شود با روح بازار آزاد در تضاد است و در نهایت منجر به ایجاد رانت و فساد می‌شود.

او با تاکید بر اینکه اثر نرخ ارز ۴۲۰۰ تومانی بر دو گروه از شرکت‌ها و صنایع قابل تأمل و بررسی است، ادامه می‌دهد: گروه نخست، صنایعی هستند که در تامین مواد اولیه‌شان از آن منتفع می‌شدند و گروه دوم، صنایعی هستند که در فروش خود از آن متضرر می‌شدند. طبیعی است حذف این ارز ۴۲۰۰ تومانی، برای دسته نخست، سودآوری کمتر و برای دسته دوم، سودآوری بیشتری را به همراه دارد.

اسپید با بیان اینکه بیشتر شرکت‌های بورسی در دسته دوم قرار می‌گیرند که فروش آنها متأثر از قیمت‌گذاری بوده، می‌گوید: ارز ۴۲۰۰ تومانی به همه کالاها تخصیص نیافته و همچنین بسیاری از شرکت‌های بورسی و حتی شرکت‌هایی که مواد اولیه‌شان نیز با این ارز تامین می‌شد، از این ساز و کار خارج شده‌اند. بنابراین انتظار می‌رود حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی افزون بر اینکه مانع قیمت‌گذاری دستوری می‌شود، به سودآوری بیشتر این شرکت‌ها نیز بینجامد.

در بیست‌وهفتمین نشست اتاق بازرگانی تهران مطرح شد

۲ راهکار برای کاهش تورم ۱۴۰۱

اعضای هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران در نشست بیست‌وهفتم خود که با حضور معاون تدوین، تنقیح و انتشار قوانین و مقررات معاونت حقوقی رئیس‌جمهور برگزار شد، به چالش‌های مرتبط با مسئله قانون‌گذاری در فضای کسب‌وکار کشور پرداختند و از روند فزاینده قوانین و وجود تناقض بین برخی قوانین مصوب برای یک حوزه فعالیت انتقاد کردند. فعالان اقتصادی در این نشست از روند فزاینده شاخص‌های کلان اقتصاد مانند رشد پایه پولی و نقدینگی و تورم ابراز نگرانی و از گنجانده شدن فرازهایی در بخشنامه بودجه سال ۱۴۰۱ برای رسیدگی به این نگرانی‌ها، ابراز امیدواری کردند.

نمایندگان بخش خصوصی در اتاق بازرگانی تهران، صبح سه‌شنبه ۲۷ مهرماه، بیست‌وهفتمین نشست ماهانه خود را برگزار کردند و در آن به نقد و بررسی اصلی‌ترین مسئله‌های اقتصادی کشور به طور خاص در حوزه‌های کسب‌وکار و تجارت خارجی پرداختند. در این نشست مسئله انرژی‌های تجدیدپذیر و کمک به بهبود شرایط زیست‌محیطی مطرح شد، رئیس اتاق تهران از مسئله کسری بودجه و تورم سخن گفت، فرآیند تنقیح قوانین در کشور مورد بررسی قرار گرفت، به مسئله سرمایه انسانی در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها پرداخته شد و مشکلات سیاست‌گذاری صنعتی در کشور موشکافی شد.

در ابتدای این نشست، مهراد عباد، نایب‌رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق تهران بر اهمیت توجه بخش خصوصی و بنگاه‌ها در داخل کشور به مقوله تغییرات اقلیمی و پیامدهای زیست‌محیطی در ایران، تاکید کرد و با اشاره به تشکیل کمیته محیط‌زیست زیر نظر کمیسیون انرژی و محیط‌زیست اتاق تهران، یادآور شد که در این کمیته، طرح اتاق سبز کلید زده شده و در مرحله اول، مطالعات آن روی اتاق تهران در حال انجام است.

همچنین حمیدرضا صالحی، عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران به عنوان دومین سخنران پیش از دستور پشت تریبون قرار گرفت و با اشاره به کسری ۱۱ هزار مگاواتی برق در کشور گفت که دیگر راهی جز توسعه وسیع و سریع انرژی‌های تجدیدپذیر وجود ندارد؛ آن هم در شرایطی که ایران جزو ۱۰ کشور اول تولیدکننده گازهای گلخانه‌ای قرار گرفته است.

در ادامه نشست نیز مسعود خوانساری رئیس اتاق بازرگانی تهران، مشکلات اجرایی بودجه سالانه را عامل اصلی افزایش نرخ تورم دانست و از لزوم تغییرات در نظام بودجه‌نویسی سال آینده سخن گفت. خوانساری در نشست هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با بیان اینکه یکی از مهمترین معضلاتی که امروز اقتصاد ایران با آن مواجه است، کسری بودجه دولت و راهکارهایی است که برای مدیریت آن اجرایی می‌شود، گفت: بررسی روند شش ماهه امسال نیز نشان می‌دهد که دولت در به دست آوردن منابع پیش‌بینی شده در بودجه با مشکل مواجه بوده و همین امر مقدمات رشد تورم را فراهم می‌کند.

او با بیان اینکه ریشه تورم فعلی در اقتصاد ایران را باید در دو حوزه جست و جو کرد، توضیح داد: ورود بانک مرکزی به چرخه پولی تورم‌زاست. افزایش پایه پولی یکی از عوامل اصلی بالارفتن تورم است و در سال‌های گذشته به دلیل کسری بودجه این روند، سرعتی خطرناک گرفته است.

رئیس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به عدم دسترسی دولت به ارز حاصل از فروش نفت، تاکید کرد: در حالی که ما امکان انتقال این ارز به بانک مرکزی را نداشته‌ایم، در عین حال از ریال این درآمدها استفاده شده است و همین تنخواهی که بانک مرکزی داده، خود به عاملی برای افزایش تورم بدل شده است. با افزایش پایه پولی، کاهش ارزش ریال و افزایش قیمت‌ها رخ می‌دهد که ما شاهد آن بوده‌ایم.

خوانساری سپس به بخشنامه رئیس جمهوری برای بودجه ۱۴۰۱ اشاره کرد و گفت: در این بخشنامه، دو مبحث مهم در نظر گرفته شده که اهمیت فراوانی دارد. از سویی تاکید شده که بودجه باید طوری تنظیم شود که موجب افزایش تورم نشود و از این رو لایحه باید بدون کسری تنظیم شود. از سوی دیگر بر عدم دخالت دولت در اقتصاد و توقف قیمت‌گذاری دستوری تاکید شده که هر دو این موارد در صورت اجرا می‌تواند برای ما تبعات مثبت قابل توجهی داشته باشد.

به گفته وی، در این بخشنامه به رشد منفی سال‌های گذشته و عدم اطمینان سرمایه‌گذاران برای مشارکت در اقتصاد نیز اشاره شده و ایجاد ثبات و بازگرداندن اعتماد به عنوان اولویت‌های مهم اقتصادی در نظر گرفته شده است. امیدواریم با اجرای این سیاست‌ها، بخشی از دغدغه فعالان اقتصادی برطرف شود. اتاق بازرگانی و مجموعه بخش خصوصی کشور نیز آمادگی دارد تا در مسیر اجرای این سیاست‌ها به دولت کمک کرده و در هر حوزه‌ای که نیاز به مشارکت احساس می‌شود، ورود کند.

او همچنین به نشست اخیر هیأت نمایندگان اتاق ایران در هفته جاری اشاره کرد که طی آن، نمایندگان بخش خصوصی روی چالش‌ها و راهکارهای مربوط به بخش مسکن، آب، برق و کسری بودجه به گفت‌وگو نشستند و تقسیم کاری در این ارتباط صورت گرفت. خوانساری با بیان اینکه دولت سیزدهم متعهد به ساخت یک میلیون واحد مسکن در سال شده است، افزود: در این رابطه، اتاق ایران بنا دارد ظرف مدت دو ماه آینده، یک برنامه عملیاتی برای اجرای این طرح به دولت ارائه دهد.

رئیس اتاق تهران با اشاره به اینکه یکی از چالش‌های پیش‌آمده برای کشور، مسئله کمبود آب و به تبع آن، بروز پدیده فرونشست‌ها در نقاط مختلف کشور است، گفت: این پدیده ناگوار، علاوه بر آنکه زندگی مردم را به مخاطره انداخته است، آثار تاریخی در مناطق آسیب‌پذیر را نیز در معرض تهدید قرار داده است، از این رو اتاق ایران بنا دارد در رابطه با رفع چالش آب و پیامدهای ناگوار آن، راهکارهایی عملیاتی به دولت ارائه دهد. در این تقسیم کار، اتاق بازرگانی تهران نیز موظف شده است در رابطه با چالش‌های مربوط به تولید برق و همچنین کسری بودجه، پیشنهادهای کارشناسی خود را به دولت آماده و ارائه کند.

خبرنامه

نمادهای فصلی به بورس انرژی آمدند

در حالی که پیش از این امکان معامله نمادهای روزانه، هفتگی و ماهانه در بورس انرژی وجود داشت، از ۲۸ مهرماه قابلیت معامله نمادهای فصلی نیز در بازار سلف مصرف‌کنندگان بزرگ و عمده‌فروشی فراهم شد. در واقع متقاضیان می‌توانند برای سه ماه آینده برق خریداری کنند.

طبق آخرین آمارها، مشترکان بازار برق بورس انرژی ایران از حدود ۹۰ مشترک در سال گذشته، به ۷۶۸ مشترک رسیدند که از این تعداد ۴۲۵ مشترک صنعتی کد دریافت کرده‌اند. ۴۸ شرکت خرده‌فروشی نیز معرفی شدند که ۴۳ شرکت موفق به دریافت کد خرده‌فروشی شده‌اند. تعداد نیروگاه‌های معرفی‌شده نیز ۴۲ نیروگاه خصوصی و ۲۶ نیروگاه دولتی است. بر این اساس و با توجه به افزایش شمار مشارکت‌کنندگان در بازار برق و همچنین برای پوشش نیازهای فعالان این بازار، از ۲۸ مهرماه امکان انجام معامله برق در نمادهای با دوره تحویل فصلی در بازار مشتقه (بازار سلف مصرف‌کنندگان بزرگ و عمده‌فروشی) بورس انرژی ایران میسر می‌شود. همچنین برای تمام نمادهای مورد اشاره، حداکثر حجم قابل‌معامله در هر سفارش برابر با ۱۰ میلیون و دامنه نوسان بدون محدودیت در نظر گرفته شده است. با اضافه شدن نماد فصلی به بازار مشتقه بورس انرژی ایران، امکان انجام معامله کلیه نمادهای روزانه، هفتگی، ماهانه و فصلی (بارپایه، میان‌باری، کم‌باری و بارپیک)، برای فروشندگان (نیروگاه‌ها) و خریداران (مصرف‌کنندگان بزرگ صنعتی، خرده‌فروش‌ها یا شرکت‌های توزیع) وجود دارد. طبق اعلام روابط عمومی بورس انرژی، نمادهای فصلی افزون بر اینکه قابلیت انعطاف‌پذیری بیشتری دارند، تمام نیازهای مصرف‌کنندگان را پوشش می‌دهند و به صرفه‌جویی در زمان و هزینه خریدار کمک می‌کنند. از سوی دیگر مزیت این نماد برای نیروگاه‌ها افزون‌بر معافیت مالیاتی این است که ارزش معامله خود را زودتر دریافت می‌کنند.

عضو هیأت رئیسه مجلس مطرح کرد

سود سهامداران از سامانه سجام پرداخت شود

یک عضو هیأت رئیسه مجلس شورای اسلامی بر لزوم پرداخت سود سهامداران از طریق سامانه سجام (سامانه جامعه اطلاع‌رسانی مشتریان) تاکید کرد. محسن دهنوی، نماینده تهران در مطلبی در صفحه توییتر خود نوشت: «وزیر قبلی اقتصاد در پاسخ به پیگیری‌هایم وعده داده بود همه شرکت‌های بورسی مکلف به پرداخت سود سهامداران از سجام شوند، اما حالا خبر رسیده که شستا سود سهامداران را از شعب بانک رفاه می‌پردازد. در شرایط کرونا به چه دلیل مردم را به بانک‌ها پاس می‌دهید؟ با عبدالملکی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی صحبت کردم. ایشان نیز قبول داشت و قرار شد تقسیم سود شستا از طریق سجام انجام شود. طبق بررسی‌هایم متاسفانه از شهریور پارسال تا شهریور امسال، از میان ۴۹۰ شرکتی که اطلاعیه تقسیم سود را منتشر کرده‌اند، همچنان ۲۷۲ شرکت، واریز سود را از طریق سجام انجام نداده یا نخواهند داد. با توجه به احراز هویت اکثریت سهامداران بازار سرمایه شامل ۳۲ میلیون نفر در سجام، لازم است خاندوزی وزیر اقتصاد مشکل را به صورت بنیادین حل کند. ما منتظریم!»

۸۵۷ شرکت دانش‌بنیان تسهیلات بانکی گرفتند

بررسی جداول آماری بانک مرکزی نشان می‌دهد که در شش ماهه نخست امسال ۸۵۷ شرکت دانش‌بنیان ۱۹۸ هزار و ۹۰۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات بانکی دریافت کردند. این میزان از تسهیلات توسط بانک‌های دولتی، خصوصی شده، بانک‌های خصوصی و موسسات اعتباری پرداخت شده است. براساس این گزارش، ۷۷ هزار و ۸۰۰ میلیارد ریال از تسهیلات پرداختی به شرکت‌های دانش‌بنیان توسط بانک‌های دولتی، ۲۹ هزار و ۳۱۰ میلیارد توسط بانک‌های خصوصی و موسسات اعتباری و ۹۱ هزار و ۷۴۱ میلیارد ریال نیز توسط بانک‌های خصوصی شده واریز شده است. بیشترین تسهیلات در شش ماهه امسال از سوی بانک‌های ملی به مبلغ ۵۴ هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال، ملت به مبلغ ۴۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال و صادرات به مبلغ ۳۹ هزار و ۸۰۰ میلیارد ریال پرداخت شد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تسهیلات پرداختی به شرکت‌های دانش‌بنیان در شهریورماه سال گذشته ۳۰ هزار و ۱۰۱ میلیارد ریال و در دو ماه بعد کاهشی بود. سپس از آذرماه سال گذشته روند پرداخت تسهیلات صعودی شد و از مبلغ ۳۷ هزار و ۷۰۷ میلیارد ریال در آذرماه ۹۹ به مبلغ ۵۸ هزار و ۵۰۱ میلیارد ریال تا پایان اسفند سال گذشته رسید. در فروردین ماه امسال نیز واریز تسهیلات کاهش قابل توجهی یافت و برابر ۲۲ هزار و ۶۳۹ میلیارد ریال رسید، اما این روند طولانی نشد و در اردیبهشت به مبلغ ۵۳ هزار و ۲۶۷ میلیارد ریال و شهریورماه برابر ۷۸ هزار و ۶۹۷ میلیارد ریال رسید.

اوپک پلاس به سقف تولید نرسید

اوپک و متحدانش بار دیگر موفق نشدند طبق اهداف تعیین‌شده نفت کافی تولید کنند و کمبود عرضه را همزمان با احیای جهان از پاندمی ویروس کرونا تشدید کردند. بلومبرگ به نقل از نمایندگان اوپک پلاس نوشت: این گروه تولیدش را ۱۵ درصد بیش از میزانی که برای سپتامبر برنامه‌ریزی کرده بود، کاهش داد در حالی که این میزان در اوت ۱۶ درصد و در ژوئیه ۹ درصد بود. این وضعیت منعکس‌کننده ناتوانی بعضی از اعضای این گروه شامل آنگولا، نیجریه و جمهوری آذربایجان برای افزایش تولید به سطح توافق شده به دلیل عدم سرمایه‌گذاری، اکتشاف و مسائل دیگر است. از نظر تئوری، اوپک پلاس می‌توانست طبق توافق محدودیت عرضه ۷۴۷ هزار بشکه در روز بیشتر نفت در سپتامبر تولید کند. اوپک و متحدانش شامل روسیه از سوی مصرف‌کنندگان بزرگ برای تسریع روند افزایش تولید تحت فشار قرار گرفته‌اند. این درخواست‌ها با فراگیر شدن بحران انرژی در اروپا که قیمت‌های برق را به رکورد بالایی رسانده، قوی‌تر شده است. جن ساکی، دبیر مطبوعاتی کاخ سفید روز دوشنبه اعلام کرد آمریکا همچنان به فشار بر اعضای اوپک درخصوص مسئله عرضه نفت ادامه می‌دهد. دولت آمریکا همچنین به لجستیک تامین انرژی و گران‌فروشی احتمالی می‌پردازد. همزمان با روی آوردن بعضی از تولیدکنندگان برق به مصرف نفت که تقاضا در بازار را تقویت کرده، بهای نفت برنت به بالاترین حد از اکتبر سال ۲۰۱۴ صعود کرده است. تقاضای آمریکا برای نفت آمریکا هم افزایش پیدا کرده زیرا بحران انرژی قیمت سایر گریدهایی که براساس قیمت نفت برنت قیمت‌گذاری می‌شوند را تقویت کرده است. جدیدترین درخواست برای افزایش تولید نفت از سوی فومیو کیشیدا، نخست وزیر ژاپن مطرح شد که روز دوشنبه در واکنش به افزایش قیمت‌ها، تولیدکنندگان را به بالاتربردن تولید فراخواند. وی گفت: دولتش روند قیمت‌ها در بازار را به منظور ارزیابی تاثیر آن بر صنایع داخلی زیر نظر دارد.

شرایط واردات خودرو فراهم نیست

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت وزیر صنعت، معدن و تجارت مخالفتی با موضوع واردات خودرو اعلام نکرد، اما گفت باید شرایط آن فراهم شود که در حال حاضر فراهم نیست.

به گزارش ایسنا، محسن صالحی‌نیا روز سه‌شنبه در حاشیه برگزاری پنجمین میز داخلی‌سازی صنعت خودرو در جمع خبرنگاران با بیان اینکه شورای نگهبان ایراداتی به ویژه در موضوع منشأ ارز برای واردات خودرو اعلام کرده که باید برطرف شود، تصریح کرد: وزارت صنعت تابع تصمیمات جامع و نهایی خواهد بود که پس از جمع‌بندی به عنوان قانون اعلام خواهد شد.

صالحی‌نیا در ادامه درباره برنامه صادراتی ارائه‌شده از سوی وزیر صنعت، معدن و تجارت و صادرات یک میلیون دستگاه تا سال ۱۴۰۴، اظهار کرد: برنامه‌ای در این زمینه با همراهی خودروسازان، قطعه‌سازان و مجموعه‌سازان و وزارت صنعت در حال تدوین است که پس از تدوین نهایی جزییات آن به استحضار عموم خواهد رسید.

وی در پاسخ به سوالی درباره وضعیت خودروهای ناقص نیز تصریح کرد: در موضوع خودروهای ناقص مقرر شده تا آخر آبان‌ماه بخش عمده‌ای از این خودروها از کف پارکینگ خودروسازان خارج شود. همچنین مقرر شده در آینده نزدیک خودروها حداکثر ۱۰ تا ۱۵ روز در کف پارکینگ خودروسازان باقی بمانند.

وی همچنین تاکید کرد که وزارت صنعت، معدن و تجارت در زمینه طرح عرضه خودرو در بورس نیز تابع تصمیمات مجلس و شورای نگهبان است. صالحی‌نیا در ادامه ابراز امیدواری کرد که با افزایش تیراژ، روش‌هایی که برای کاهش هزینه‌ها در زنجیره تامین به کار گرفته می‌شود و انجام سرمایه‌گذاری، قیمت خودرو کاهش یابد و گفت: کاهش قیمت وابسته به شرایط کلان اقتصادی و نرخ تورم است و نسبی خواهد بود.

رئیس هیأت عامل ایدرو در پایان با بیان اینکه دستیابی به تولید یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خودرو در سال آینده امکان‌پذیر است، تصریح کرد: این مهم با توانمندی که در خودروسازان و زنجیره تامین شاهدیم همچنین ظرفیت ۲۰۰ هزار دستگاهی که در خودروسازان خصوصی دیده شده، امکان‌پذیر خواهد بود.

انکار عجیب درباره دپوی ۱۳۰۰ تن سرم

بهانه‌تراشی با ماجرای بیروت!

تخلیه و دپوی ۱۳۰۰ تن سرم در دو ماه اخیر در گمرک و بلاتکلیفی آن با وجود دستور دادستانی، اکنون با انکار سازمان غذا و دارو مواجه شده و «آن را همان سرم‌های تاریخ گذشته سال ۱۳۹۵ اعلام کرده است». در حالی که ماجرای سرم‌های تاریخ گذشته کاملا متفاوت و فقط ۲۵۰ تن بوده است؛ لذا مشخص نیست چرا با وجود اسناد واردات این سرم‌ها در مدت اخیر که عمدتا با درخواست سازمان غذا و دارو بوده، با عدم پذیرش موضوع مواجه شده است و برای تعیین تکلیف آن حتی در صورت عدم تایید ترخیص، اقدام نمی‌شود؛ ماجرایی که به دلیل بی‌توجهی این سازمان به مکاتبه مستقیم گمرک با وزیر بهداشت منتهی شده است.

به گزارش ایسنا، ماجرا به واردات سرم از نیمه مرداد امسال به دلیل کمبود در داخل کشور برمی‌گردد؛ اقلامی که مقرر شده بود گمرک با تایید وزارت بهداشت فورا و به صورت حمل یکسره ترخیص آن را انجام دهد.

اما مدتی نگذشت که گمرک ایران از واردات محموله‌هایی از سرم خبر داد که بعد از ورود به گمرک تهران با توجه به اینکه هنوز مجوز وزارت بهداشت صادر نشده بود امکان ترخیص آنها را نداشت؛ از این رو به دلیل شرایط خاص این اقلام، در انبار گمرک تخلیه و نگهداری شد تا تکلیف آنها مشخص شود. از سوی دیگر در اوایل شهریورماه بود که گمرک ایران اعلام کرد حدود ۲۵۰ تن سرم در گمرک است که از سال ۱۳۹۵ دپو شده و اقدامی برای تعیین تکلیف و ترخیص آن صورت نگرفته است در عین حال که حدود ۲۸۰ تن دیگر سرم نیز حدود یکسالی در گمرک مانده بود.

این وضعیت مبهم تا جایی پیش رفت که معاونان دادستان تهران در بازدیدی که از گمرک تهران داشتند، دستور تعیین تکلیف فوری سرم‌ها اعم از محموله‌های مربوط به سال ۱۳۹۵ و آنچه در مدت اخیر به گمرک آمده و با مشکل در ترخیص مواجه شده بود را صادر کردند.

بر این اساس، وزارت بهداشت مکلف شد درخصوص ۲۵۰ تن سرم تاریخ گذشته و همچنین ۲۸۰ تن دیگر، در فرصت یک هفته‌ای به صورت مکتوب نظر خود را اعلام و نسبت به ترخیص یا عدم ترخیص این اقلام تکلیف را مشخص کند. همچنین در مورد سرم‌هایی که در یکی- دو ماه اخیر وارد گمرک و به دلیل عدم ارائه مجوز بهداشت، صاحبان کالا نسبت به تخلیه این سرم‌ها در انبارهای عمومی گمرک تهران اقدام کرده بودند، مقرر شد وزارت بهداشت با اعزام نماینده خود به گمرک و بازدید میدانی ظرف ۴۸ ساعت نسبت به تعیین تکلیف این سرم‌ها از جهت ترخیص یا عدم ترخیص اعلام نظر و سرم‌هایی که مجوز وزارت بهداشت دارند فورا توسط گمرک ترخیص شود. در حالی تکلیف برای اقدام کاملا مشخص شد که اعلام گمرک نشان داد تاکنون سازمان غذا و دارو اقدام موثری انجام نداده و خلاف دستور دادستان، نماینده‌ای به گمرک نفرستاده است. غذا و دارو این بار حتی واردات ۱۳۰۰ تن در ۲ ماه گذشته را نپذیرفت! در عین حال با وجود مکاتبات اخیر گمرک با سازمان غذا و دارو برای مشخص شدن وضعیت سرم‌های وارداتی اخیر که میزان آن به ۱۳۰۰ تن افزایش یافته، پاسخی دریافت نشده است، این در حالی است که سازمان مربوطه در واکنش ابتدایی خود در دو هفته گذشته، وجود این ۱۳۰۰ تن سرم را رد نکرده و احتمال اظهار نشدن و عدم هماهنگی برای واردات را مطرح کرد. اما جالب اینجاست که به تازگی رئیس سازمان غذا و دارو این بار حتی وجود ۱۳۰۰ تن سرم وارداتی در مدت اخیر را منکر شده و گفته که این سرم‌ها همان سرم‌های تاریخ گذشته سال ۱۳۹۵ هستند، وی با اطمینان گفته «این ۱۳۰۰ تن سرمی که از آن صحبت می‌کنند، وارداتش برای سال ۱۳۹۵ بوده و در سال ۱۳۹۹ منقضی شده است، نمی‌دانم چرا عده‌ای اکنون یادشان آمده است.» شانه‌ساز البته اظهارات گذشته خود را تکرار و ماجرای چرایی عدم ورود اقلام دارویی و بدون مجوز به گمرک را مطرح است، وی که آمار ۲۵۰ تن سرم تاریخ گذشته را با ۱۳۰۰ تن وارداتی اخیر یکی کرده، در ادامه این را مطرح کرده که نباید چیزی بدون ثبت سفارش وارد گمرک نشود و حتی از ماجرای گمرک بیروت برای تایید اظهاراتش استفاده و با توصیه‌ای به گمرک، تاکید کرده که ورود بی‌حساب و کتاب اقلام و کالاها با گمرک کار اشتباهی است که بندر بیروت نمونه است و گمرک ما باید حساسیت خود روی این موضوع را بیشتر کند.

اگر شورای رقابت نبود قیمت خودرو گران‌تر بود

خودروسازان اعتراض رسمی نداشته‌اند

دبیر هیأت تجدیدنظر شورای رقابت معتقد است که اگر این شورا به عرصه قیمت‌گذاری خودرو ورود نمی‌کرد، قیمت این محصول در حال حاضر بسیار بالاتر از اعدادی بود که امروز اعلام می‌شود.

به گزارش اقتصادآنلاین، دوره هشت ساله ریاست رضا شیوا بر شورای رقابت در حالی به روزهای پایانی خود رسیده، که انتقادها از عملکرد این شورا در حوزه قیمت‌گذاری خودرو به اوج خود رسیده است. از سویی مردم همچنان به خودروهایی که با قیمت رسمی به فروش می‌رسند، دسترسی محدودی دارند و مکانیزم قرعه‌کشی نیز چندان نتوانسته گره‌گشا باشد، از سویی خودروسازان از زیان انباشته چند ده هزار میلیارد تومانی خبر می‌دهند که حاصل از قیمت‌گذاری دستوری است و از سوی دیگر دولت نیز از شرایط فعلی در بازار خودرو رضایت ندارد.

رضا فاطمی امین – وزیر صمت – در جدیدترین اظهارنظر خودرویی خود گفته: امسال با افزایش تولید ۱۰۰ هزار دستگاه خودرو، تولید این محصول به یک میلیون دستگاه خواهد رسید. ضمن اینکه سال آینده یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خودرو در کشور تولید می‌شود. به این ترتیب بحث قرعه‌کشی خودرو نیز حذف خواهد شد ضمن اینکه خودروسازان مشکلات عدیده‌ای دارند که ما باید برای حل آن کمک کنیم. این صحبت‌ها در حالی مطرح شده که هنوز هیچ یک از نهادهای تصمیم‌گیر گزینه جایگزینی برای قرعه‌کشی ارائه نکرده‌اند و مشخص نیست اگر بنا بر حذف این شیوه باشد راهکار جدید چه خواهد بود. بازگشت به روش ثبت نام سابق که با از دسترس خارج شدن سایت و عدم دسترسی متقاضیان واقعی همراه بود امکان اجرا ندارد و با توجه به فاصله قیمتی میان بازار و کارخانه، قطعا تقاضا برای خودرو در سال آینده نیز بالا خواهد بود.

آلبرت بغزیان - دبیر هیأت تجدیدنظر شورای رقابت – در گفت و گو با اقتصاد آنلاین از نقش این شورا در پایین نگه داشتن قیمت خودرو می‌گوید و معتقد است برخلاف برخی گمانه‌زنی‌ها اگر این شورا نبود، امروز قیمت خودرو بسیار بالاتر بود.

وی با بیان اینکه جابه‌جایی در ریاست شورای رقابت، تغییری در وضعیت بازار خودرو ایجاد نمی‌کند، توضیح داد: این بازار براساس تمام معیارها شرایطی غیررقابتی دارد و خطر انحصار در آن بسیار بالاست. از این رو وقتی رئیس جدید شورای رقابت با حکم دولت منصوب شود باز هم نمی‌توان انتظار داشت که رویکرد به این بازار تغییر کند.

دبیر هیأت تجدیدنظر شورای رقابت با اشاره به انتقادهای خودروسازان از تصمیمات شورای رقابت، گفت: در وهله نخست ما باید این را در نظر داشته باشیم که شورای رقابت قیمت خودرو را تعیین نمی‌کند، بلکه فرمولی را براساس مطالعات صورت‌گرفته تعیین می‌کند و خودروسازان با قرار دادن قیمت‌های خود در این فرمول نرخ نهایی خودرو را اعلام می‌کنند. وقتی می‌گوییم تورم بخشی، این تورم را بانک مرکزی اعلام می‌کند و نه شورای رقابت. از این رو انتقادهایی که خودروسازان مطرح می‌کنند، در عمل متوجه شورا نیست.

بغزیان ادامه داد: اگر خودروسازان اعتراضی به فرمول شورای رقابت دارند، باید به شکل رسمی آن را ارائه کنند تا در هیأت تجدیدنظر مورد بررسی قرار بگیرد اما در هشت سالی که بنده در این سمت قرار داشته‌ام تاکنون هیچ اعتراض رسمی به این فرمول صورت نگرفته و خودروسازان تنها به قیمت‌ها اعتراض دارند. این اعتراض نیز با این هدف است که قیمت خود را به قیمت بازار برسانند و سودی به جیب بزنند، این در حالی است که با توجه به شرایط این بازار، قیمت‌ها از طریق فرمول شورای رقابت تعیین می‌شود و برخلاف برخی انتقادها، اگر شورای رقابت نبود، قیمت خودرو از چیزی که امروز است بسیار بالاتر بود.

به گفته وی، خودروسازان علاقه دارند که به جای شورای رقابت، سازمان حمایت در این حوزه فعال شود تا بدون قیمت‌گذاری، با فروش محصول براساس نرخ‌های بازار آزاد عمل کنند که این موضوع شدنی نیست.

دبیر هیأت تجدیدنظر شورای رقابت در پاسخ به این سوال که ایراداتی که به فرمول زمان‌بندی تورمی شورای رقابت مطرح می‌شود تا چه حد واقعی است، توضیح داد: خودروسازی را نمی‌توان با یک کارگاه کوچک یا دخل و خرج روزانه مردم مقایسه کرد. خودروسازان در هر فصل خریدی چند ماهه برای محصولات خود انجام می‌دهند و از این رو این انتقاد که شورای رقابت تورم فصل قبل را محاسبه می‌کند در رابطه با خودروسازان صدق نمی‌کند. از سوی دیگر اگر ما تورم بالایی داریم و به شکل ماهانه قیمت‌ها بالا می‌رود، باید به سراغ حل مشکل کلان و کاهش تورم در اقتصاد ایران حرکت کنیم و انتقاد از شورای رقابت در این زمینه پاک کردن صورت مسئله است.

بغزیان درباره صحبت وزیر صمت درباره احتمال حذف شیوه قرعه‌کشی برای فروش خودرو نیز اعلام کرد: مشخص نیست این صحبت با چه پشتوانه‌ای مطرح شده است. در شیوه قبلی ثبت نام، عملا بسیاری از متقاضیان واقعی امکان ثبت نام پیدا نمی‌کردند و شیوه قرعه‌کشی با این هدف اجرایی شد که مردم بدون دغدغه ثبت نام کنند و راه بر رانت و فساد بسته شود.

وی ادامه داد: در شرایطی که تولید محصول محدود است و تقاضا برای آن بسیار بالاست و البته میان قیمت‌های بازار و کارخانه فاصله وجود دارد، باید پرسید که اگر بناست دیگر قرعه‌کشی در کار نباشد، بناست چه شیوه‌ای اجرایی شود؟ اگر بنا باشد قیمت کارخانه با قیمت بازار همسان شود، قطعا نرخ‌ها باز هم تغییر خواهد کرد و اگر فاصله قیمتی حتی محدود باقی بماند همچنان برخی افراد از رانت خود استفاده می‌کنند. از این رو اگر بنا بر تغییری در این روند است، باید به طور دقیق مشخص شود که هدف‌گذاری چیست و حقوق مردم چگونه دنبال خواهد شد.

نماگر بازار سهام

ورود سیمان به بورس کالا و صادرات آن؛ منفعت یا خیانت؟!

پدر بتن ایران معتقد است که ورود سیمان به بورس با اهداف سیاسی صورت گرفته است. به ادعای وی، صادرات سیمان نیز با توجه به قیمت تمام شده آن نوعی خیانت است. البته وزارت صمت، بورسی‌ها و فروشندگان سیمان نظر دیگری دارند. به گزارش ایسنا، سال ۱۴۰۰ برای صنعت سیمان ایران، سالی پر از اتفاق‌های گوناگون بوده که آن را نقل محافل بسیاری کرد. بحث چند ساله عرضه سیمان در بورس کالا و انجام معاملات خرید و فروش آن تحت نظر این سازمان بالاخره در سال جاری و در روزهای پایانی دولت دوازدهم عملی و رسما الزامی شد.

از سوی دیگر همزمان با آغاز فصل تابستان و محدودیت‌های تامین برق، برق صنایع به ویژه سیمان و فولاد به صورت نسبی قطع و فعالیت‌ها با محدودیت بسیار همراه شد. این موضوع تولید سیمان را در تابستان جاری به نسبت ماه‌های پیش از آن بسیار کاهش داد. در نتیجه با توجه به پرکاربرد بودن سیمان، بازار تا حدودی با کمبود مواجه شد که در نهایت این کمبود، خود را در قالب افزایش قیمت حتی تا ۱۰۰ هزار تومان به ازای هر پاکت نشان داد که البته با کاهش دما و رفع محدودیت برق صنایع، قیمت آن دوباره تعدیل شد. در این بین با توجه به نیاز بالای داخل به سیمان و کاربردی بودن آن، مسائلی همچون منع صادرات سیمان توسط برخی فعالان صنایعی که از سیمان به عنوان مواداولیه استفاده می‌کنند، مطرح شد و برخی توصیه کردند که به‌جای صادرات سیمان با قیمت‌هایی که اصلا به صرفه نیست، بهتر است از آن در داخل استفاده شود. به ادعای این دسته از افراد، صادرات سیمان در شرایط فعلی با توجه به هزینه‌های بالای تولید آن نوعی خیانت است. همچنین برخی معتقدند که ورود سیمان به بورس کالا با نیت‌های سیاسی و افزایش مجدد جذابیت این بازار سهام در جهت بالابردن شاخص سهام به ویژه در دولت قبل صورت گرفته است.

بر این اساس در این گزارش موضوعات مطرح شده، از دید یک فعال صنعت تولید سیمان، یک تحلیلگر بازار سرمایه، یک فعال حوزه فروش سیمان و در نهایت معاون معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) مورد نقد و بررسی قرار گرفته است.

علی‌اصغر کیهانی- بنیانگذار صنعت نوین بتن در ایران- ضمن تاکید بر اینکه مشکلات ساختاری صنعت سیمان و آشفتگی‌های بازار تنها بخشی محدود از فاجعه بزرگی از رانت‌های پنهان نفتی طی سال‌های اخیر در کشور ماست به ایسنا، گفت: صادرات سالانه بیش از ۳۰ میلیون تن سیمان با توجیه ارزان بودن قیمت سوخت و انرژی و همچنین فراوانی و ارزانی منابع معدنی در ایران هدف‌گذاری شد؛ غافل از اینکه حتی تصمیم‌گیران ما نمی‌دانند که سوخت و انرژی در همه دنیا قیمت مشخصی دارد.

وی تصریح کرد: بالغ بر ۲۲ دلار انرژی را می‌سوزانیم تا محصولی تولید کنیم که آن را با نصف قیمت بفروشیم. ماه گذشته یکی از نمایندگان سازمان تعزیرات اشاره کرد که کارخانه‌های سیمان تنها هزینه یک بیستم قیمت سوخت جهانی و یک شصتم گاز را می‌پردازند. در حال حاضر قیمت سیمان در ترکیه ۲۸ تا ۳۰ دلار است اما اینها تا چه میزان منابع ما را مصرف و سیمان را به قیمت کمتر از نصف صادر می‌کنند؟ ضمن اینکه برای تولید هر تن سیمان حجم قابل توجهی آلودگی سوختی وارد محیط زیست می‌شود؛ به طوری که به ازای تولید هر تن سیمان، یک تن انواع گاز گلخانه‌ای وارد محیط زیست و قریب به دو تن انواع مواد معدنی از طبیعت برداشت می‌شود.

کیهانی ضمن اشاره به اینکه متاسفانه کارخانه‌های سیمان در این رابطه هیچ‌گاه همه حقیقت را بیان نمی‌کنند، گفت: سیمان از جنس انرژی است و در تولید هر تن سیمان ۱۲۵ لیتر سوخت فسیلی و ۱۱۰ کیلووات ساعت برق مصرف شده است که اینها در ایران با یارانه ۸۵ درصدی در اختیار صنایع قرار می‌گیرد؛ لذا این کارخانه‌ها از ارزان بودن قیمت سوخت در داخل کشور سوءاستفاده می‌کنند. بنابراین صادرات سیمان را بهتر است سرقت انرژی بدانیم. چنانچه قیمت انرژی تحویلی به کارخانه‌های سیمان را با نرخ‌های جهانی حساب کنیم، کارخانه‌های سیمان در ایران نسبت به تمام کارخانه‌های سیمان دنیا، دارای حاشیه سود بالاتری هستند.

«استفاده درست از نیروی برق نشانه فرهنگ والای افراد جامعه است»

شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی

آگهی مناقصه عمومی
دو مرحله ای – نوبت دوم

۱- نام مناقصه گزار : شرکت مدیریت تولید برق شهیدرجایی- سهامی خاص (نیروگاه شهیدرجایی)
۲- موضوع مناقصه :

ردیف	شماره مناقصه	موضوع مناقصه	میزان سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۱	۲۵-۱۴۰۰/۷خ	واگذاری و اجاره سرویس ایاب و ذهاب با خودروهای سواری و وانت دو کابین در مأموریتهای درون و برون شرکتی نیروگاه شهید رجایی	۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰

۳- محل دریافت اسناد مناقصه: کیلومتر ۲۵ اتوبان قزوین–کرج،امور قراردادها و توسعه بازار،اداره قراردادها، تلفن ۳-۸۸۷۹۶۶۸۱-۰۲۱ و ۳۳۵۶۲۳۱۱-۰۲۸ – داخلی ۶۰۷۳.
۴- سپرده شرکت در مناقصه: به شرح مبلغ جدول فوق الذکر بصورت ارائه یکفقره ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه به حساب جام ۶۸۰۴۴۶۶۱۸۸ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین (باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷ به نام مناقصه گزار).
۵- تاریخ فروش اسناد مناقصه: پنج روز کاری از تاریخ آخرین چاپ نوبت دوم آگهی.
۶- تاریخ تحویل اسناد مناقصه به دبیرخانه نیروگاه : تا ساعت ۱۵ عصر روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۸.
۷- مبلغ فروش اسناد مناقصه : مبلغ ۵۴۵,۰۰۰ ریال با احتساب ۹٪ ارزش افزوده به صورت واریز وجه به حساب جام ۶۸۰۴۴۶۶۱۸۸ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین)باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷(به نام مناقصه گزار.
۸- زمان و محل قرائت پیشنهادات مناقصه : زمان بازگشائی پاکات روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۹ رأس ساعت ۱۰ صبح در محل مناقصه گزار انجام خواهد شد.
- این آگهی را می توانید در سایت اینترنتی ذیل مشاهده کنید.
سایت ملی اطلاع رسانی: http://iets.mporg.ir
سایت شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی: http://tender.tpph.ir
سایت نیروگاه شهید رجایی: http://www.rpgm.ir

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۷/۲۶
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۷/۲۸
۸۷۷
روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهیدرجائی

رهبری

همه آن‌چیزی که باید درباره مدل SOSTAC بدانیم

به قلم: آرماندو روجیو
کارآفرین و مشاور حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

در زمینه بازاریابی اگر از تکنیک‌های مختلف آگاهی نداشته باشید، یک فرصت ایده‌آل را از دست خواهید داد. درواقع تکنیک‌ها کمک می‌کنند تا تلاش‌های شما جهت‌دار شده و به مقصدی مناسب دست پیدا کنند. سوستاک یک مدل و سیستم برای ایجاد و مدیریت طرح‌هایی است که شما در کارتان به آنها نیاز پیدا خواهید کرد. به صورت کلی این مدل از به هم پیوستن اجرایی تشکیل می‌شود که درست به مانند تکه‌های پازل بوده و برای تشکیل آن، باید به تمامی اجزا توجه داشته باشید. در حال حاضر نیز این مدل که از سال ۱۹۹۰ معرفی شده، به عنوان یکی از سه مدل محبوب در زمینه بازاریابی یاد می‌شود. این اجزا شامل تجزیه و تحلیل موقعیت، اهداف، استراتژی، تکنیک‌ها، اقدام و کنترل است که در ادامه هر یک از این مراحل شش‌گانه را بررسی خواهیم کرد.

۱-تجزیه و تحلیل موقعیت

در این بخش شما باید به این سوال‌ها پاسخ دهید که دقیقا چه کسی هستید و قصد انجام چه فعالیتی را دارید و چه هدفی را دنبال می‌کنید؟ در این بخش شناخت پرسونا یا شخصیت‌های مختلف مشتری، تحلیل سنوات (نقاط قوت، ضعف، فرصت، تهدید) همچنین پایش رقبا (شناخت رقیبان و درک تفاوت‌های موجود با آنها) موارد کاملا ضروری است.

۲-اهداف

به صورت کلی در این بخش شما در حال پاسخ دادن به این سوال هستید که در آینده می‌خواهید به چه جایگاهی دست پیدا کنید؟ درواقع تمامی مواردی که معرفی کنید، جزو اهداف شما خواهد بود که در این زمینه توجه به روش ۵s کمک بسیاری را خواهد کرد. برطبق آن اهداف استاندارد یک شرکت باید شامل این موارد باشد: فروش(sell)، صحبت کردن(speak)، خلق ارزش‌افزوده (serve)، صرفه‌جویی در هزینه‌ها (save) و سروصدا کردن (sizzle) که رسیدن به آنها به معنای موفقیت برای برند است. در رابطه با هر یک از این موارد، با یک جست و جوی ساده می‌توانید به اطلاعات دقیق‌تر دست پیدا کنید. برای مثال منظور از سر و صدا کردن این است که برندسازی قوی‌ای داشته باشید.

۳-استراتژی

در این بخش شما تعیین می‌کنید که از چه طریقی اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت خود را مرتبط نمایید تا در این راستا باشند. در این رابطه شناخت بازار هدف، توالی داشتن اقدامات و اولویت‌بندی کاملا ضروری خواهد بود.

۴-تکنیک‌ها

تکنیک‌ها تمامی دانسته‌ها و ابزاری محسوب می‌شوند که کمک خواهند کرد تا مسیر کوتاه‌تری را طی کنید. با این حال تکنیک‌ها بسیار گسترده بوده و این امر می‌تواند گمراه‌کننده باشد. به همین خاطر مدل Sostac تنها به تکنیک‌های سئو، تبلیغات کلیکی گوگل، همکاری در فروش و بازاریابی اینترنتی توجه دارد. گرچه تمامی این روش‌ها مطرح و شناخته‌شده محسوب می‌شوند. با این حال ممکن است همکاری در فروش کمتر شناخته شده باشد. به همین خاطر به توضیح آن خواهیم پرداخت. درواقع این روش همان فروش پورسانتی است که به ازای اقدامات، درصدی پرداخت خواهد شد. این امر کمک می‌کند تا در کنار فروش بیشتر، سرعت رشد شناخته‌شدن بالاتری هم داشته باشید و سریع‌تر به اهداف خود دست پیدا کنید.

۵-اقدام

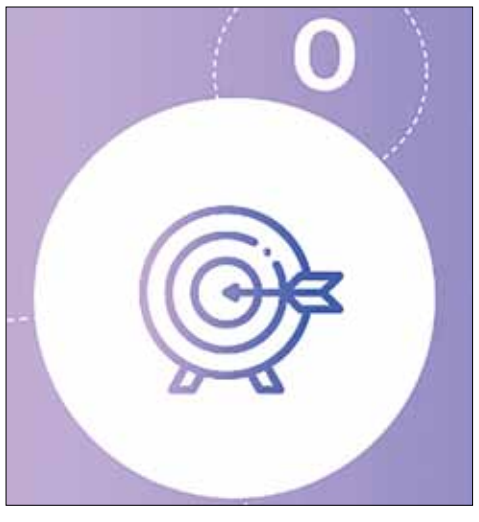
این امر که بدانید چه کسی چه کار را در چه زمانی انجام می‌دهد موضوعی بسیار مهم محسوب می‌شود که در این بخش باید به آن توجه داشته باشید. درواقع در این بخش باید تمامی راهکارهای خود را به مرحله عمل وارد نمایید. تعیین وظایف قبل از شروع هم از جمله اقداماتی است که باید به آن توجه داشته باشید. برای مثال این امر که در رابطه با یک پروژه چه ساختارهایی در شرکت باید اقداماتی را انجام دهند، بدون شک امری مهم خواهد بود.

۶-کنترل

مرحله آخر در مدل sostac را باید مهمترین بخش دانست که حتی یک غفلت کوچک نیز باعث خواهد شد تا نتایج کاملا متفاوتی را به دست آورید. در این زمینه شما باید از ابزارهایی نظیر گوگل آنالیتیکس استفاده نمایید و بر روی روند کارها، نظارت داشته باشید. در این مرحله ممکن است متوجه مسائلی شوید که نیاز به بهبود و یا حتی تغییر دارند.

در آخر توصیه می‌شود که چند مثال از مدل sostec را مطالعه کنید و با مدیرانی که تجربه استفاده از آن را داشته‌اند، مشورت بگیرید. این امر باعث خواهد شد تا احتمال بروز خطا، به مراتب کمتر شود.

منبع: practicalecommerce.com



راهکارهای تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: راشل گوردن
کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

هر بازاریابی در دوره کنونی باید راهکارهای تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی را خیلی خوب بلد باشد، در غیر این صورت مشتریان حتی به برند آنها نگاه هم نخواهند کرد. گسترش شبکه‌های اجتماعی و دسترسی دامنه هرچه وسیع‌تری از مردم به این پلتفرم‌ها اهمیت بازاریابی و تعامل با مشتریان در این فضا را گسترش داده است. با این حساب اگر شما هنوز برنامه‌ای دقیق و مدون برای تعامل با مشتریان ندارید، به طور قابل ملاحظه‌ای وضعیت‌تان دشوار خواهد بود.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم از نقطه نظر تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی است. در ادامه برخی از مهمترین راهکارها در این راستا را مرور خواهیم کرد. بنابراین اگر شما هم در تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی مشکل دارید، هرگز نکات این مقاله را از دست ندهید.

مشخص کردن شبکه‌های اجتماعی

شما برای اینکه تعامل خوبی با مشتریان داشته باشید، باید اول از همه پلتفرم‌های مدنظرتان را مشخص نمایید. برخی از برندها به طور تصادفی اقدام به حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. بدتر از آن هم تلاش برای حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی است. شما با چنین کاری تمام فرصت‌های‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نابود خواهید کرد.

اولین گام شما در زمینه تعامل با مشتریان شناسایی پلتفرم‌های محبوب در میان آنهاست. در این مسیر ابزار Webimax در زمینه مدیریت شبکه‌های اجتماعی با آمارهای دقیقش به شما کمک خواهد کرد. شما با استفاده از این ابزار امکان طراحی انواع نظرسنجی و شیوه‌های تعامل با مشتریان برای شناسایی شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه‌شان را خواهید داشت.

تعریف مخاطب هدف

شما در بازار امکان جلب نظر تمام مشتریان را ندارید. درست به همین خاطر باید اقدامات‌تان بسیار هدفمند باشد. این امر شامل انتخاب دامنه مشخصی از مشتریان و تمرکز انحصاری بر روی آنهاست. اگر شما به این نکته مهم توجه نشان ندهید، به احتمال زیاد شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان حاضر در بازار نخواهید داشت.

تعریف مخاطب هدف به شما برای کاهش هزینه‌های بازاریابی و افزایش بازگشت سرمایه‌تان کمک خواهد کرد. به هر حال وقتی شما به طور تصادفی در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستید، نباید انتظار موفقیت چندانی داشته باشید.

پس از اینکه شما مخاطب هدف‌تان را تعریف کردید، امکان تعامل با آنها براساس محتوای شخصی‌سازی‌شده را پیدا می‌کنید. این امر درباره سایر الگوهای تعامل با مشتریان به هیچ وجه مصداق ندارد. چراکه شما در الگوی تعامل توده‌ای با مشتریان فقط یک نوع محتوا را برای تمام مشتریان بازار، بدون توجه به علاقه‌شان به حوزه کاری‌تان، ارسال خواهید کرد.

استفاده استراتژیک از هشتگ‌ها

امروزه اغلب کاربران برای دسترسی به محتوای مورد علاقه‌شان در شبکه‌های اجتماعی از هشتگ‌ها استفاده می‌کنند. هشتگ‌ها به کاربران اجازه دسترسی به پست‌های طبقه‌بندی‌شده را می‌دهد. با این حساب اگر شما مایل به نمایش محتوای بازاریابی برندتان در دسته‌بندی‌های مشخصی هستید، باید از هشتگ‌های مرتبط استفاده کنید. این امر محتوای‌تان را خیلی سریع پیش روی مخاطب هدف قرار می‌دهد.

انگیزه کاربران برای تعامل با برندهایی که محتوای‌شان را همراه با هشتگ‌های مرتبط بارگذاری می‌کنند، به طور قابل ملاحظه‌ای در مقایسه با شرایط عادی بیشتر است. درست به همین خاطر شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز از چنین الگویی سود ببرید.

ترغیب کاربران به بازنشر محتوای‌تان

یکی از راهکارهای تعامل با مشتریان ترغیب‌شان به بازنشر پست‌های‌تان است. این امر شاید در ابتدا برای شما بسیار سخت باشد، اما به محض اینکه چند کاربر را به این کار ترغیب کنید، نوعی موج بزرگ پیرامون برندتان به راه خواهد افتاد. این موج به شما امکان ترغیب مشتریان به بازنشر محتوا بدون نیاز به کوچک‌ترین حرکتی را می‌دهد.

احتمالا شما تا حال بارها در کمپین‌های کاربران عادی برای بازنشر محتوای شرکت‌های محبوب شرکت کرده‌اید. دلیل شکل‌گیری چنین کمپین‌هایی تلاش اولیه برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و ترغیب‌شان به بازنشر محتوا و سپس تبدیل این تلاش کوچک به موجی بزرگ است. اغلب اوقات وقتی کاربران محتوای یک برند را بازنشر می‌دهند، تمایل‌شان برای خرید از آن برند به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان راهکار بسیار ساده‌ای پیش رو دارید.

استفاده از محتوای بصری

مشتریان در شبکه‌های اجتماعی بیش از هر نکته دیگری جلب محتوای بصری برندها می‌شوند. با این حساب اگر شما محتوای جذابی برای مشتریان داشته باشید، سطح تعامل آنها با برند شما به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. این امر حتی درباره طراحی پست‌هایی برای فروش مستقیم محصولات نیز مصداق دارد. با این حساب شما باید همیشه نسبت به جذابیت محتوای بصری پست‌های‌تان حساس باشید.

یکی از شبکه‌های اجتماعی محبوب در میان کاربران اینستاگرام است. براساس گزارش موسسه Gatech، استفاده از محتوای بصری برای بازاریابی و تعامل با مشتریان در این پلتفرم شانس برندها را تا ۳۸ درصد برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان افزایش می‌دهد. با این حساب شما هرگز نباید قدرت محتوای بصری در بازاریابی را دست‌کم بگیرید.

گرایش به سوی محتوای ویدئویی

استفاده از فرمت‌های بازاریابی در طول یک دهه گذشته روند رو به رشدی به سوی ویدئو داشته است. اگر شما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و تعامل بهینه با آنها هستید، استفاده از چنین فرمتی یک امر ضروری خواهد بود.

خوشبختانه امروزه تمام شبکه‌های اجتماعی از فرمت ویدئو پشتیبانی می‌کنند. این امر به شما فرصت بسیار عالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌دهد. نکته مهم در این میان ضرورت طراحی ویدئوها به طور کوتاه است، در غیر این صورت محتوای‌تان بیش از اندازه برای کاربران کسل‌کننده خواهد شد.

امروزه بسیاری از برندها برای طراحی محتوای ویدئویی هزینه‌های بسیار زیادی انجام می‌دهند. این امر برخی از کسب و کارهای کوچک را نسبت به ورود به این حوزه مردد کرده است. اگر شما هم با چنین وضعیتی برای ورود به عرصه بازاریابی ویدئویی مواجه هستید. بهترین راهکار تلاش برای بازاریابی بدون چنین هزینه‌های گزافی و اعتماد به توانایی تیم بازاریابی خودتان است. این امر دست‌کم هزینه‌های سنگین بازاریابی را از روی دوش شما بر خواهد داشت.

به‌روز رسانی تصاویر پروفایل برند

هر برندی در طول زمان باید تغییر و تحولاتی پیدا کند، در غیر این صورت خیلی سریع از جریان رشد و توسعه عقب می‌ماند. اگرچه به‌روز رسانی تصویر پروفایل برند در شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای‌ترین راهکار در این میان محسوب نمی‌شود، اما دست‌کم سیگنالی مبنی بر ایجاد تحول در شرایط برندتان را به همراه خواهد داشت. این سیگنال برای مشتریان اهمیت ویژه‌ای داشته و آنها را به تعامل بیشتر با شما ترغیب خواهد کرد. به این ترتیب شما فقط با به‌روز رسانی تصاویر پروفایل برندتان در شبکه‌های اجتماعی شانس‌تان برای تعامل با مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهید داد.

دعوت از مشتریان برای گفت و گو

گفت و گو با مشتریان یکی از بهترین راهکارها برای افزایش نرخ تعامل برند محسوب می‌شود. بدون تردید هیچ راهی به اندازه تعامل مستقیم با مشتریان ساده و در عین حال کاربردی نیست. درست به همین خاطر شما باید همیشه این راهکار را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت مسیر تعامل‌تان با مشتریان بسیار سخت و پردردسر خواهد شد.

شما برای گفت و گو با مشتریان باید همیشه محورهای جذابی را دم دست داشته باشید. این محورها می‌تواند شامل اتفاقات روز در دنیای بازاریابی یا حتی رویدادهای معمولی باشد. نکته مهم ایجاد ارتباط میان رویدادهای موردنظر با خدمات و محصولات برندتان است. فقط در این صورت شما امکان تعامل مناسب با مشتریان را خواهید داشت.

منبع: business.com

آگهی دعوت به افراز پلاکهای ۱۰۶۱-الی ۱۰۶۵ اصلی واقع در بخش ۳ قزوین

در اجرا دستور ۱۰۱۳۷۳۹ مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۸ بنام مصطفی ابوترابی مالک پنج دانگ از مشاعی از ششدانگ درخواست افراز پلاک مرقوم را نموده اند اسناد مالکیت برابر گواهی دفتر محترم املاک سند مالکیت المثنی سه دانگ مشاع از ششدانگ هر یک از پنج باب دکان پلاک مرقوم بنا یوسف فجربیگی صادر وتسلیم گردیده است سپس تمامی آن مع الواسطه به آقای علی بربیانی نسبت به یک دانگ و جعفر کمالی راد نسبت به نیم دانگ و در خصوص سه دانگ مشاع دیگر بنام محمدصادق صابونیها صادر و تسلیم گردیده که از بین این میزان ۵۲٫۵ مترمربع به شهرداری منتقل شده که مطابق ۵۴۰۵۸ دفتر یک در رهن بانک سپه بوده و برابر سوابق وراث مرحوم محمد صادق صابونیها برابر درخواست افراز به شماره ۹۰۶۳۹ مورخ ۹۳/۱۲/۲۳ خواستار افراز سهمی مشاعی خود از پلاک فوق الذکر بوده که برابر سوابق ثبتی منجر به رد افراز و در روزنامه آفرینش چاپ و به وکیل ایشان نیز ابلغ شده لیکن جهت گواهی رد افراز در آن زمان اقدام و به دادگاه مراجعه ننموده اند لذا در خصوص درخواست افراز صدور این آگهی راس ساعت ۱۲ صبح روز پنجشنبه ۱۴۰۰/۰۸/۲۷ از تمامی مالکین و اشخاصی که خود را به نحوی ذیحق در این پلاک میدانند دعوت بعمل آمده تا در این اداره حضور بهم رسانند تا به اتفاق نماینده و نقشه بردار مربوط به محل وقوع ملک عزیمت نموده و با معاینه محل و بررسی پرونده ثبتی فوق مقررات اقدام بعدی انجام پذیرد ضمنا عدم حضور شما مانع از انجام عملیات افراز نخواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۶/۲۷

شعبان عسگری- رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین --
شماره ردیف: ۳۷۲/ م الف

مقاله

روکش آسفالت خیابان ها

به قلم: محمد آگاه پناه

عوامل موثر در انتخاب نوع آسفالت چیست؟

نوع روکش و آسفالت را می توان به سادگی با توجه به حجم ترافیک شهری در خیابان و نوع خاک انتخاب نمود اما گاهی انتخاب روکش آسفالت آنقدر پیچیده می شود که باید با توجه به تحقیقات و پژوهش های سنگین صورت گرفته و فاکتور های مهم و وزین مانند چرخه هزینه زندگی انتخاب کرد. هر گاه که در انتخاب از متدولوژی استفاده شود باید سبک انتخاب شده عینی، منطقی، علنی، قابل توضیح و مهم تر از همه این که بهترین معیار برای پرداخت کننده مالیات را در بر داشته باشد. روکش کردن خیابان ها کاری بسیار دشوارتر از آسفالت کردن مسیر درب منزل تا پارکینگ اتومبیلتان است. اما آسفالت کردن خیابان ها با این نوع آسفالت بسیار متفاوت است چرا که آسفالت مطلوب می بایست در برابر ترافیک و عبور و مرور سنگین اتومبیل ها و بدی شرایط آب و هوایی بسیار مقاوم بوده و از نظر همواری به گونه ای باشد که بتوان بر روی آن هاکی بازی کرد.همچنین اگر عمل آسفالت کردن خیابان ها به خوبی صورت گرفته و از آن به خوبی محافظت شود جذابیت خاصی را به خیابان ها و خانه ها ومغازه ها می بخشد. باید از آسفالت خیابان ها طوری محافظت شود که در زمستان ها در اثر برف و یخبندان آسیبی نبیند و در تابستان هم آلودگی و کثیفی بر آن تاثیر گذار نباشد. اگر آسفالت این گونه باشد بدیعی است که مقرون به صرفه، بادوام و دائمی خواهد بود و همچنین نگهداری از آن نیز راحت تر می باشد.

برای تحقق این امر سه فاکتور اساسی وجود دارد که عبارتند از:

۱)طراحی مناسب۲)استفاده از مصالح و مواد مرغوب۳)اجرای صحیح عملیات ساخت و زیرسازی ومهمتر از آن نظارت صحیح

*حدود ۶ تا ۸ میلیمتر از سطح بالایی زیرسازی باید با سنگ ریزه های زبر و در عین حال متراکم پر شود.

*برای عریض سازی و زیرسازی دوباره خیابان باید مجددا عملیات زیرسازی با سنگ ریزه ها صورت گیرد تا زه کشی محل اجرا با اطمینان بیشتری انجام شود.

روکش کردن: آنچه می بینیم و به نظر مناسب می آید ملزوما مطلوب نیست. به عنوان مثال اگر روکش خیابان در نظر صاف و هموار می آید دلیل بر مطلوب بودن و مناسب بودن آن نیست. در واقع آنچه فاکتور اصلی در مطلوب بودن آسفالت مد نظر است تراکم و ضخامت آسفالت اجرایی است.

*راههای ورودی و اختصاصی به کمترین تراکم ضخامت یعنی چیز در حدود ۵۰ میلیمتر آسفالت مخلوط گرم نیازمند است.

*ضخامت هر لایه آسفالت معمولا سه چهارم ضخامت آسفالت نرم و مخلوط و گرم است. پیمانکار می بایست در قراردادش میزان ضخامت و تراکم روکش را بطور دقیق ذکر کند تا ابهامات در این مورد از بین رفته و از هر گونه کارشکنی ممانعت به عمل آید.

*برای اینکه دوام آسفالت بیشتر شود بهتر است که ۵۰ میلیمتر به زیرسازی و ۴۰ میلیمتر به لایه های رویی و سطح خیابان اختصاص یابد. روکش خیابان ها باید دارای شیب باشد_در شیب گذاری گذاشتن شیب یک چهارم اینچ در هر ۳۰/۵ معمول است. (۲ سانتی متر متر برای هر یک متر عرض)

*برای هر ۳۰ متر از خیابان ارتفاع شیب می بایست ۴۶۰ میلیمتر باشد.

*زه کشی باید از ساختمان ها فاصله داشته باشد و نباید اجازه داد تا آب در لبه آسفالت خیابان جمع شود.

*سنگ ریزه هایی که در شالوده به کار می رود باید طوری ریخته شود که ضخامت در همه جا یکسان باشد

*در بخش زیرین آسفالت از گیاه کش ها استفاده کنید تا اگر احیانا آسفالت در آینده ترک برداشت در آنجا گیاه روئیده نشود و آسفالت متلاشی نگردد.

*باید آسفالت در درجه حرارت مناسب قرار گیرد. اگر حرارت داده شده بیش از حد باشد (که در این حالت دود آبی رنگی از روی آسفالت متصاعد می شود) سطح آسفالت پس از مدت کوتاهی ترک بر می دارد و آسفالت زودتر از مدت مقرر سخت و سفت می شود.(بنابر این یکی از مواردی که باید مد نظر قرار داد و نظارت صحیحی بر آن داشت کنترل درجه حرارت آسفالت میباشد)

*پیمانکار نباید در یک برجستگی بیش از ۵ سانتی متر آسفالت مخلوط گرم بریزد.

اخبار

آموزش ۵۱۴۵ نفر ساعت از کارکنان شرکت انتقال توسط منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

ساری –دهقان : سرپرست منطقه ۹ از آموزش ۵۱۴۵ نفر ساعت از کارکنان شرکت انتقال گاز توسط منطقه ۹ خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، محی الدین مفخمی با اشاره به ضرورت برگزاری دوره های آموزشی در سازمان ها، اظهار کرد: از ابتدای سال جاری تا کنون ۵۱۴۵ نفر ساعت، توسط منطقه ۹ به کارکنان شرکت انتقال گاز آموزش داده شده است. وی با بیان اینکه کارکنان در ۲۶ دوره آموزشی برگزار شده به صورت مجازی و قالب وبینار شرکت کرده اند، افزود: از ۵ هزار و ۱۴۵ نفر ساعت آموزش، ۳ هزار ۵۵۸ نفر ساعت آموزش برای کارکنان رسمی، ۸۷۲ نفر ساعت برای کارکنان قرارداد مستقیم و ۷۱۵ نفر ساعت آموزش نیز برای کارکنان ارکان ثالث بوده است. مفخمی یادآور شد: همچنین کارکنان منطقه ۹ نیز با شرکت در دوره های آموزشی مختلف که از سوی مناطق دهگانه برگزار شد به میزان ۲۰۹۵ نفر ساعت، آموزش دیده اند. سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز پیشرفت و توسعه سازمانها و موسسات را در گروی ارتقای سطح دانش، مهارت، رفتار و بینش منابع انسانی آن سازمان دانست و بر حضور کارکنان منطقه در دوره های آموزشی تاکید کرد.

طی ۶ ماهه سال جاری ؛

مراجعه ۱۴هزار و ۴۳۵ خودروهای سنگین به مراکز معاینه فنی خودروهای سنگین گیلان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: سعید حسین رضایی، رئیس اداره ایمنی و ترافیک اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان با اعلام این خبر گفت: طی ۶ ماهه سالجاری ۱۴ هزار و ۴۳۵ خودروهای سنگین به مراکز معاینه فنی خودروهای سنگین گیلان مراجعه نمودند. وی افزود: در ۶ ماهه۱۴۰۰ به طور متوسط ماهیانه بیش از ۲هزار و۴۰۰خودروی سنگین شامل انواع کامیون، اتوبوس و مینی بوس به دو مرکز فعال معاینه فنی استان مراجعه نمودند که ۷۷ درصد آنها موفق به اخذ برگه معاینه فنی شدند. سعید رضایی در ادامه گفت: در ۶ ماهه سالجاری تعداد ۱۴هزار و ۴۳۵ خودروی سنگین به مراکز معاینه فنی استان مراجعه نمودند که از این تعداد۱۱هزار و ۱۶۱ مورد پس از سپری نمودن مراحل مختلف تست مکانیزه برگه معاینه فنی دریافت نمودند و به ۳هزار و ۲۷۴مورد نیز به دلیل داشتن اشکالات فنی جهت رفع نواقص نواقص مشاهده شده و مراجعه مجدد به مرکز معاینه فنی مهلت لازم داده شد. وی خاطر نشان نمود: خودروهای سنگین پس از ورود به مراکز معاینه فنی مراحل مختلف تست مکانیزه را که شامل بررسی میزان آلایندگی - میزان صدا - لغزش جانبی چرخهای جلو - تست کمک فنر - تست کیلومترشمار- تست ترمز- تست جلوبندی - تست ظاهری اطراف بدنه - تست نورچراغ را پشت سر می گذارند و در صورت تایید برگه معاینه فنی دریافت می نمایند.

مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان :

حجم گاز دریافتی استان در ۶ ماهه سال جاری افزون بریک میلیارد و ۶۱۶ میلیون متر مکعب

گرگان-نادر کرمی: علی طالبی با بیان خبرفوق از دریافت نزدیک به یک میلیارد ۶۱۶ میلیون و ۸۰۰ هزار مترمکعب گازدر سال ۱۴۰۰ دراستان گلستان در طول مدت ۶ ماهه ابتدای سال خبردادوی افزود:این میزان مربوط به بخشهای مختلف گازرسانی اعم ازبخش خانگی،تجاری، صنعتی،نیروگاه ،کارخانه سیمان و جایگاههای CNG می باشد که از ابتدای فروردین لغایت پایان شهریور ماه دریافت و به مصرف رسیده است.طالبی ادامه داد:از این میزان مصرف حدود ۹۰۹ میلیون مترمکعب که ۵۶ درصد را شامل می شود مربوط به نیروگاهها،حدود ۵۰ میلیون مترمکعب مربوط به کارخانه سیمان ، ۱۲۱ میلیون متر مکعب برای جایگاههای CNG و ۵۳۶ میلون متر مکعب نیزاختصاص به بخشهای خانگی و تجاری دارد. وی تصریح کرد:درهمین راستا درمدت زمان مشابه سال گذشته حجم گازدریافتی استان در بخشهای مختلف مصرف،نزدیک به یک میلیارد و ۴۳۸ میلیون متر مکعب بوده است . این مقام مسئول با بیان اینکه اولویت مصرف گاز بویژه در ایام سرد سال بخش خانگی می باشد .ازداشت:برابربخشنامه دولت و همچنین اطلاع رسانی های انجام شده،کلیه واحدهای صنعتی،تجاری و اداری استان باید مجهز به سوخت دوم باشند تادر صورت لزوم از سوخت جایگزین استفاده نمایند.مدیرعامل شرکت گازاستان گلستان با اشاره به شروع فصل سرد سال از همه مشترکین گاز درخواست کرد تا با صرفه جویی و مدیریت مصرف گاز، ضمن کاهش هزینه های خانوار، شرایط را برای توزیع پایدار و مطمئن گاز در فصل زمستان برای تمام نقاط استان فراهم کنند

برگزاری آئین افتتاحیه کلاسهای آموزشی فرهنگسرای استاد شهریار

اسلامشهر – سحر عمروانی: آئین افتتاحیه کلاسهای آموزشی آروند در فرهنگسرای استاد شهریار با حضور مسئولین شهری برگزار شد. به گزارش مرکز ارتباطات شهرداری اسلامشهر، مراسم افتتاحیه کلاسهای آموزشی آروند (عکاسی، فیلمبرداری، فتوشاپ و غیره...) با حضور شهروندان ، اعضای شورای اسلامی شهر اسلامشهر ، برخی از مسئولین و مدیران شهری در سالن آمفی تئاتر فرهنگسرای استاد شهریار شهرک امام حسین(ع) برگزار گردید. در پایان این مراسم مرتضی خانعلی نایب رئیس شورای اسلامی شهر به همراه سیداکبر اسحقی و رضا عظیمی از دیگر اعضای شورای اسلامی شهر، و مصطفی ابراهیمی سرپرست سازمان فرهنگی ورزشی از کتابخانه ، دارالقرآن شعبه امام حسین(ع) ، کلاسها و واحدهای اداری سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری واقع در فرهنگسرای استاد شهریار، بازدید و با پرسنل این مجموعه دیدار نمودند.

در دیدار مدیرعامل آبفای استان اصفهان و اعضای هیات مدیره انجمن صنفی روزنامه نگاران مطرح شد؛

فعالان رسانه ای تبعات ناشی از خشکسالی را به خوبی برای مردم تشریح کرده اند

اصفهان- قاسم اسد: مدیر عامل آبفای استان اصفهان در دیدار با اعضای هیات مدیره انجمن صنفی روزنامه نگاران استان اصفهان بر تعامل دوسویه میان اصحاب رسانه و آبفا تاکید کرد.

هاشم امینی با بیان این که در سال های اخیر رسانه ها در بزنگاه های مختلف در مدیریت تقاضا و مصرف آب در جامعه، آبفای استان اصفهان را یاری کرده اند، اظهار داشت: فعالان رسانه ای پل ارتباطی میان مردم و مسئولان هستند که در سال های اخیر تبعات ناشی از خشکسالی را به خوبی برای مردم تشریح کرده اند.

وی به آثارگسترده ناشی از پدیده خشکسالی اشاره کرد و بیان داشت: عدم جاری شدن آب در بستر رودخانه زاینده رود علاوه بر این که فرونشست زمین را در پی دارد، به میراث فرهنگی اصفهان آسیب می رساند که تهدیدی بسیار جدی برای تمدن این سرزمین به شمار می آید.

مدیرعامل آبفای استان اصفهان با تاکید بر اهمیت باز چرخانی آب گفت: در سال های اخیر صنایع بزرگ استان با استفاده از پساب برای رفع نیاز آبی خود، زمینه را در استفاده بهینه از آب مهیا کردند.

امینی به ارزش حیاتی آب در استان اصفهان اشاره کرد و گفت: هر قطره از آب در استان باید به خوبی در بخش شرب، صنعت، کشاورزی و خدمات مدیریت شود تا تبعات ناشی از خشکسالی تا حدودی مهار شود.

وی از اصحاب رسانه خواست با مستند سازی و تحلیل های سازنده در بخش آب، مسئولان استان را در رفع مشکلات ناشی از خشکسالی یاری دهند.

امینی افزود: فعالان رسانه ها می توانند با تولید گزارش های سازنده، تصویر صحیح و شفافی از آثار ناشی از خشکسالی در استان را ارائه دهند و راهکارهایی که در این زمینه اتخاذ شده را برای مردم بیان کنند.

مدیر عامل آبفای استان اصفهان اعلام کرد: این شرکت همواره رویکرد حمایتی نسبت به فعالان عرصه رسانه داشته است و این رویه همچنان ادامه دارد.

در ادامه این جلسه رئیس و اعضای هیات مدیره انجمن صنفی روزنامه نگاران استان اصفهان به بیان نقطه نظرات خود در زمینه تعامل هر چه بیشتر اصحاب رسانه با شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان پرداختند و پیشنهاداتی در این خصوص ارائه دادند.

در یازدهمین جلسه رسمی و علنی شورای اسلامی شهر قم؛

از پوستر روز قم رونمایی شد

قم- خبرنگار فرصت امروز: پوستر روز قم با شعار محوری «با آمدنت عید به قم می‌آید» و برچسب #درامتدادیاری در حاشیه یازدهمین جلسه رسمی و علنی شورای شهر قم با حضور اعضای شورا و شهردار قم رونمایی شد.

به گزارش شهرنیوز، ۲۳ ربیع‌الاول سالروز ورود حضرت فاطمه معصومه (س) به این شهر، با تصویب شورای فرهنگ عمومی استان به روز قم نام‌گذاری و از سال ۹۸ وارد تقویم مناسبت‌های استان شده و طی سه سال گذشته برنامه‌های جهت بزرگداشت این روز تاریخی که نقطه عطفی در توسعه و سرآغاز فصل نوینی از شکل‌گیری شهر مقدس داشته، به اجرا درآمده‌است.

به همین مناسبت و در آستانه هشتم آبان ماه سال جاری و سالروز ورود پر خیروبرکت حضرت فاطمه معصومه (س) به شهر مقدس قم ۲۳ ویژه‌برنامه متنوع فرهنگی هنری به همت شهرداری قم در سطح شهر اجرا می‌شود.

تقویت حس تعلق به شهر مقدس قم و افزایش هویت فردی و اجتماعی شهروندان به همراه بسترسازی جهت معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و آشنایی بیشتر شهروندان و مردم ایران با ظرفیت‌های فرهنگی، مذهبی، تاریخی و علمی از اهداف مهم روز قم است.

همچنین مدیرعامل سازمان فرهنگی هنری ورزشی شهرداری قم در حاشیه رونمایی از پوستر روز قم طی سخنانی از رایزنی برای ثبت روز قم در تقویم ملی ایران نیز خبر داد.

مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان گفت:

تامین زمین برای ساخت ۲۴ هزار واحد مسکونی در خوزستان

اهواز- شبنم قجاوند: مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان گفت: برای طرح تولید جهش مسکن در خوزستان زمین مورد نیاز برای ساخت ۲۴ هزار واحد در سطح ۳۲۰ هکتار تامین شده است اما این میزان زمین کافی نیست.

رضا رضایی در نشست شورای مسکن خوزستان با اشاره به لزوم تامین زمین در راستای طرح جهش تولید و تامین مسکن در خوزستان اظهار کرد: قانون طرح جهش تولید مسکن توسط رئیس جمهور به همه دستگاه‌های اجرایی ابلاغ شده و در این زمینه اقدامات آغاز شده است.

وی افزود: ضروری است دستگاه‌های اجرایی، ادارات، شرکت‌ها و موسسات دولتی همکاری لازم را در این طرح داشته باشند تا با همکاری همه بخش‌های استان خوزستان، شرایط بهتری در تولید مسکن داشته باشیم.

مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان گفت: در حال حاضر برای طرح تولید جهش مسکن در خوزستان زمین مورد نیاز برای ساخت ۲۴ هزار واحد در سطح ۳۲۰ هکتار تامین شده است اما این میزان زمین کافی نیست و باید دستگاه‌های اجرایی همراهی لازم را داشته باشند تا زمین بیشتری برای ساخت مسکن در خوزستان تامین شود.

وی بیان کرد: برای ساخت مسکن در خوزستان زمین مورد نیاز نه تنها باید برای امسال تامین شود بلکه باید برای سال‌های بعد نیز تامین شود تا بتوانیم برنامه دولت برای ساخت ۵۰ هزار واحد مسکونی در خوزستان را اجرایی کنیم.

رضایی افزود: حدود ۵۰۰ هکتار اراضی در محدوده شهرهای خوزستان داریم که کاربری مسکونی ندارند. این اراضی باید تغییر کاربری داده شوند و برای ساخت مسکن تخصیص پیدا کنند. در این زمینه دستگاه‌های اجرایی باید همکاری داشته باشند تا بتوانیم به سرعت این کار را انجام دهیم.

وی گفت: ۳۷۵ هکتار زمین در شهرهای خوزستان وجود دارد که در اختیار دستگاه‌های دولتی است و بلااستفاده هستند و علاوه بر این، برخی از این زمین‌ها مشکلاتی برای شهرها ایجاد کرده‌اند که می‌توان از این زمین‌ها برای تولید مسکن استفاده کرد.

مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان افزود: در راستای قانون جهش تولید مسکن ۲ هزار هکتار از اراضی ملی شناسایی شده است که باید به حریم شهرهای خوزستان الحاق شود و انتظار داریم اداره‌کل منابع طبیعی خوزستان اراده ویژه‌ای در این زمینه داشته باشد.

مدیرعامل شرکت گاز استان کرمان:

مصرف بهینه گاز در روزهای سرد سال لازم و ضروری است

کرمان- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز استان کرمان گفت: مصرف درست و بهینه گاز در تمامی بخش ها در روزهای سرد سال قطعا در کنار برنامه ریزی های صورت گرفته توسط شرکت گاز استان کرمان ضروری است.

به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان کرمان، منوچهر فلاح بیان کرد: این شرکت تمام تلاش خود را جهت جلوگیری از قطعی گاز در فصول سرد سال انجام داده و امیدواریم سایر بخش ها نیز با مصرف بهینه گاز در کنار ما باشند.

مدیرعامل شرک گاز استان کرمان گفت: اولویت ما تأمین انرژی بخش خانگی است و یقیناً با همراهی مردم عزیز استان، گاز صنایع و نیروگاه ها نیز تامین خواهد شد.

وی افزود: استفاده از تجهیزات مناسب در همه ی بخش ها اعم از صنعتی، نیروگاهی و خانگی قطعا کمک بزرگی به مصرف بهینه و در نتیجه تامین گاز استان می کند بنابراین از همشهریان عزیز خواستاریم در این خصوص اقدامات لازم را انجام دهند تا به لطف خدا در فصول سرد، محدودیت مصرف برای صنایع و نیروگاه ها اعمال نشود.

فلاح بیان کرد: تعمیرات اساسی ایستگاهها و تأسیسات، رسیدگی به درخواست مشترکین ثبت نام شده در طرح بهینه سازی موتورخانه ها از جمله اقدامات با ارزشی است که توسط شرکت گاز استان کرمان در حال اجراست تا دغدغه ای در خصوص فصل سرد سال وجود نداشته باشد.

وی با اشاره به اینکه شروع فصل سرما با لزوم بکارگیری وسایل گاز سوز و استفاده از وسایل گرمایشی همراه است، افزود: از هم استانی های عزیز خواهشمندیم با رعایت نکات ایمنی از بروز حوادث ناگهانی جلوگیری کنند.

مدیرعامل شرکت گاز استان کرمان در پایان گفت: برنامه ریزی دقیق، بهینه سازی سیستم های انرژی، رفع مشکلات موتورخانه ها و بسیاری از اقدامات دیگر وظایفی بوده که شرکت گاز استان کرمان با تمام قدرت سعی در انجام آنها داشته اما این عوامل بدون شک همکاری مردم و سایر بخش ها را می طلبد که امیدواریم بتوانیم با رعایت نکات ایمنی و موارد مرتبط با مصرف بهینه سوخت توسط آنها زمستان آرامی را پشت سر بگذاریم.

مدیرکل ورزش و جوانان استان مرکزی اعلام کرد؛

افتتاح ۱۲ پروژه عمرانی با اعتبار ۱۰۰ میلیارد تومان در استان مرکزی

اراک- فرناز امیدی: مدیرکل ورزش و جوانان استان مرکزی گفت: در سفر ۲ روزه وزیر ورزش و جوانان به استان مرکزی ۱۲ پروژه عمرانی با اعتبار ۱۰۰ میلیارد تومان افتتاح خواهد شد.

عابد حقدادی در نشست کارگروه فرهنگی و اجتماعی استانداری مرکزی با اشاره به سفر دو روزه وزیر ورزش و جوانان به استان مرکزی، اظهار کرد: وزیر ورزش در این سفر علاوه بر حضور در تعدادی از فعالیت‌های فرهنگی و ورزشی، نشست با جوانان، فعالان ورزشی، جوانان اشتغال آفرین، در همایش پیاده روی صبح و نشاط نیز شرکت می‌کند.

وی ادامه داد: ۱۲ پروژه عمرانی با اعتبار بالغ بر ۱۰۰ میلیارد تومان در استان با حضور وزیر ورزش افتتاح می‌شود.

مدیرکل ورزش و جوانان استان مرکزی تصریح کرد: پیست تارتان مجموعه ورزشی پنجم مرداد، سالن طبقاتی شهرستان زرندیه، زمین چمن فجر ساوه، زمین چمن چمن امیرکبیر اراک، سالن ورزشی محلات، ۵ زمین چمن روستایی در شهرستان‌های مختلف و مجتمع ورزشی خورشید خمین و... از جمله پروژه‌های افتتاحی است.

حقدادی افزود: با توجه به اینکه ۲۶ مهر تا دوم آبان به عنوان هفته ورزش نامگذاری شده، یک همایش پیاده روی البته با رعایت فاصله گذاری اجتماعی در منطقه ویژه گردو همراه با راه اندازی غرفه‌ها و ایستگاه‌های ورزشی پیش بینی شده است.

وی عنوان کرد: برای برگزاری همایش پیاده وری صبح و نشاط پروتکل لازم از سوی شهرداری و نیروی انتظامی و دانشگاه علوم پزشکی و... پیش بینی شده است و این همایش به صورت زنده از شبکه سه سیما پخش می‌شود.

مدیرکل ورزش و جوانان استان مرکزی تصریح کرد: حضور اورژانس سیار، آتش نشانی، اتوبوس و نیروی انتظامی و... در این همایش الزامی است.

اجرای طرح تأمین مالی طرح‌های صنعتی نیمه تمام بزرگ در استان بوشهر با همکاری سازمان بورس

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان صنعت،معدن و تجارت استان بوشهر گفت: تأمین مالی طرح های صنعتی نیمه تمام بزرگ از طریق شرکت پروژه (سهامی عام) با همکاری سازمان بورس و اوراق بهادارقابل تامین است.

به گزارش روابط عمومی سازمان صنعت،معدن و تجارت استان بوشهر، سید حسین حسینی افزود: با توجه به برنامه‌های وزارت متبوع در سال ۱۴۰۰ مبنی بر استفاده از ظرفیت بازار سرمایه و ابزارهای نوین برای تأمین مالی پروژه‌ها و طرح‌های در دست اجرای حوزه صمت ، به همین منظور و برای تنوع‌بخشی به راه‌های تأمین مالی برای تکمیل و توسعه سرمایه‌گذاری‌ها، در تعامل نزدیک با سازمان بورس و اوراق بهادار، دستورالعمل عرضه عمومی شرکت سهامی عام پروژه تصویب و ابلاغ گردیده است . حسینی عنوان کرد: درهمین خصوص فرصت مناسبی برای تأمین منابع مورد نیاز پروژه‌هایی که حداقل با سرمایه‌گذاری ۵۰۰ میلیارد تومان و دارای پیشرفت فیزیکی ۲۰ درصد هستند را فراهم آورده که درصورت تأیید توجیه‌پذیری طرح‌ها توسط سازمان بورس، امکان صدور مجوز و پذیره‌نویسی عمومی آنها وجود خواهد داشت. رئیس سازمان صنعت،معدن و تجارت استان تصریح کرد: با توجه به هماهنگی به عمل آمده وزارت صمت با شرکت فرابورس به منظور تسریع در تأمین مالی پروژه های دارای اولویت وزارت صمت ، متقاضیان در استان بوشهر که تمایل به استفاده از این ابزار را دارند می توانند حداکثر تا تاریخ ۱۴۰۰/۷/۳۰ پروژه های خود را به این سازمان اعلام نمایند.

همه آن چیزی که باید درباره بازاریابی درونگرا بدانیم

به قلم: ترور نیکولاس / نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

به صورت کلی این امر که مشـــتری این احســـاس را داشته باشد که به سراغ برند آمده و در این مسیر فشاری از جانب شما وجود نداشته است، به آن بازاریابی از جنس درونگرا و یا جاذبه‌ای گفته می‌شود. برای مثال ممکن است مخاطب در جست و جوی اینترنتی خود، با برند شما آشنا شود. این اصطلاح نخستین بار در سال ۲۰۰۵ توسط رایان هالیگن (مدیر ســـایت HubSpot) مطرح شـــد. به عقیده او این روش می‌تواند برای کسب و کارهای کوچک و شرکت‌های دانش‌بنیان فوق‌العاده باشد. با این حال طبیعی است که این روش تنها برای دو گروه فوق نبوده و حتی بزرگترین برندها نیز می‌توانند از آن استفاده نمایند. در این زمینه شما با تمرکز به نیاز بازار، زمینه آشنایی افراد را با برند خود ایجاد خواهید کرد. درواقع هدف جذب مشتری ارگانیک بوده و این امر در تقابل با روش‌های رایجی است که به هر طریقی تلاش برای فروش انجام می‌شود. درواقع تلاش‌های بیش از حد، در اکثر موارد جامعه هدف را آزار می‌دهد و وجهه برند را خراب می‌کند. با این حال در جذب ارگانیک مشتری، همه چیز کاملا متفاوت خواهد بود. به صورت خلاصه در روش‌های مرسوم، شما مشتری را پیدا می‌کنید ولی در بازاریابی درونگرا، مشتری شما را پیدا خواهد کرد. در ادامه مزیت‌های بازاریابی درونگرا، بررسی خواهد شد.

۱-ساده‌ســـازی اقدامات : اگر از بازاریابی درونگرا اســـتفاده نکنید، شـــما پروسه سخت و طولانی‌ای را در زمینه فروش و بازاریابی خواهید داشت. درواقع شما نیاز به انجام اقدامات متنوعی دارید و ممکن است در برخی از موارد، به علت فشار بر روی مشتری، نتایجی را هم به دست نیاورید. سختی‌های این مسیر خصوصا برای تیم‌های کوچک، کاملا فرسایشی خواهد بود. با این حال در بازاریابی درونگرا، شـــما تنها به نیاز مشـــتری توجه داشته و با اقدامات درست، باقی مراحل توسط خود مشتری انجام خواهد شد. در این زمینه نکته جالب این است که براساس آمارها، بیشتر مشتریان تمایل دارند که خودشان اقدام به پیدا کردن برند نمایند. به همین خاطر است که بسیاری از تحلیلگران بر این باور هستند که دیگر دوران تبلیغات مستقیم گذشته است.

۲-بهبود روابط با مشتریان : این موضوع خصوصا در درازمدت مشهود است. علت این امر نیز به این خاطر است که شما حاصل جست و جوی مشتری بوده و طبیعی است که تمایل از سوی آنها بالا باشد. تحت این شرایط نگه داشتن آنها نیز به مراتب ساده‌تر است. درواقع اگر قرار بود که آنها جذب برندی دیگر شوند، شما را انتخاب نمی‌کردند. با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که چنین اقدامی به معنای عدم فعالیت نبوده و تنها به این موضوع اشاره دارد که شما نباید اصرار بر جذب مشتری داشته باشید. این موضوع مشتری را در حالت تدافعی می‌برد. با توجه به این امر که شما درگیر کارهای بی‌نتیجه بازاریابی به شیوه‌های رایج نخواهید شد. این امر طبیعی است که بتوانید بر روی بهبود ارتباط خود با مشتریان تمرکز نمایید. تحت این شرایط شما از یک برند، مفهومی بالاتر را برای مشتریان خود پیدا خواهید کرد و طبیعی است که آنها شما را به اطرافیان معرفی کنند. درواقع تبدیل شدن مشتری به سفیر برند، در این حالت بیشترین احتمال را دارد.

۳-افزایش آگاهی نسبت به برند : با توجه به این امر که مشتری به سراغ شما می‌آید، طبیعی است که مطالعات لازم را انجام داده باشد. درواقع در این استراتژی، از همان ابتدا اطلاعات مشتری نسبت به برند شما کامل خواهد بود. نمونه ساده این امر را می‌توان حضور مدیر شرکت در یک برنامه دانست. درواقع اگر در این برنامه مشتری بتواند توجه مخاطب را به سمت خود جلب نماید، حتی بدون کوچک‌ترین تبلیغ برند نیز آنها نسبت به فعالیت شما کنجکاو خواهند شد.

۴-کاهش هزینه‌ها : درواقع این استراتژی کاملا مقرون به صرفه بوده و به همین خطر هر برندی می‌تواند از آن استفاده کند. درواقع برندهایی که از این استراتژی استفاده می‌کنند، حتی به افراد کمتری برای تیم خود هم نیاز دارند. به همین خاطر صرفه‌جویی در هزینه‌ها صرفا به خاطر کاهش اقدامات و کنار رفتن تبلیغات نیست.

۵-نرخ تبدیل مشتری بالاتر: مشکل بزرگ تبلیغات و اقداماتی که جامعه هدف را تحت فشار برای خرید قرار می‌دهد این است که نرخ تبدیل مشتری پایینی دارند. درواقع ممکن است هزاران نفر تبلیغ شما را مشاهده کرده باشند. با این حال حتی یک نفر هم مشتری شما نشود. با این حال در حدود بیش از ۷۰ درصد افرادی که برند شما را پیدا می‌کنند، مشتری خواهند شد. بدون شک این موضوع یک معیار بسیار مهم محسوب می‌شود.

در رابطه با مزیت‌های بازاریابی درونگرا ذکر این نکته ضروری است که این استراتژی همواره در تلاش است تا مشتری‌های مناسبی را برای کسب و کار پیدا کند و در ادامه با برقراری ارتباطی عمیق، زمینه ایجاد وفاداری را مهیا سازد. درواقع بیشتر روش‌های بازاریابی سنتی دیگر کارایی خود را از دست داده‌اند و مشتری‌های مدرن را به اندازه کافی ترغیب نمی‌کنند. در این زمینه سه اقدام اصلی وجود دارد که شامل جذب کردن، درگیر کردن و ترغیب کردن است. این امر در حالی است که در بازار سنتی، تمایل بیشتر به سمت قیف فروش است. با این حال چه مزیتی برای فعالیت بر روی افرادی وجود دارد که تحت هیچ شرایطی به مشتری شما تبدیل نخواهند شد؟ در این روش شما باید به دنبال تعامل دو طرفه مناسب و ایجاد لذتی طولانی باشـــید تا در کنار جذب، ماندگاری مشـــتری نیز رخ دهد. برای مثال دادن اطلاعات ارزشمند، اقدام است که در زیرمجموعه بازاریابی درونگرا قرار می‌گیرد. با این حال در بازاریابی سنتی مانند تبلیغات، تنها فروش مطرح بوده است.

در این مرحله ابزارهای جذب در بازاریابی درونگرا را بررسی خواهیم کرد که مورد زیر را شامل می‌شود.

۱-وب‌سایت : بازاریابی درونگرا با توجه به این امر که شیوه‌ای جدید محسوب می‌شود، در تلاش است تا از بهترین بستر استفاده کند. براساس آمارها امروزه اینترنت، به مهمترین مکان برای بازاریابی تبدیل شده است. به همین خاطر نیز طبیعی است که توجه کامل این استراتژی به اینترنت معطوف باشد. به صورت کلی شما نیاز به فضایی دارید که مخاطب بتواند شما را پیدا کند و پس از این مرحله، تمامی موارد مورد نیاز خود را در دسترس داشته باشد. برای مثال ممکن است تصور کنید که با وبلاگ‌نویسی در سایت‌های محبوب نیز مشتری شما را پیدا خواهد کرد. با این حال اگر فضای اصلی وجود نداشته باشد، طبیعی است که مرحله شناخت و جست و جو رخ نخواهد داد و خریدی را هم شاهد نخواهید بود. به صورت کلی شما به وب‌سایتی حرفه‌ای نیاز خواهید داشت.

۲-سئو: با توجه به این امر که در موارد گذشته اعلام شد که مشتری پیداکننده برند شما خواهد بود این امر بسیار مهم است که شانس دیده شدن بالایی را داشته باشید. این موضوع تنها زمانی رخ می‌دهد که در زمینه سئو به حرفه‌ای‌ترین شکل ممکن اقدام نمایید. در این رابطه فراموش نکنید که همواره ترندهای جدید معرفی می‌شود و به همین خاطر ضروری است تا فردی حرفه‌ای را استخدام نمایید.

۳-آنالیز: شما تنها زمانی می‌توانید نسبت به درست بودن اقدامات خود و قرار داشتن در مسیر صحیح اطمینان داشته باشید که آمارها را بررسی کنید. این اقدام در زمینه شناخت نیاز مشتری نیز بسیار مهم است. در این رابطه خوشبختانه انواع نرم‌افزارها وجود دارد که اطلاعات را با تحلیل‌های لازم، در اختیار شما قرار خواهند داد.

۴-شبکه‌های اجتماعی: با توجه به این امر که بیشتر زمان افراد در بستر اینترنت صرف شبکه‌های اجتماعی می‌شود، لازم است تا به این بستر نیز توجه ویژه داشته باشید. در این رابطه فراموش نکنید که فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به معنای تبلیغ نبوده و شما باید تولید محتوای حرفه‌ای و ارزشمند داشته باشید. این موضوع خود کار هزاران تبلیغ را خواهد کرد.

۵-ایمیل مارکتینگ : با توجه به این امر که امروزه هر فردی حداقل یک ایمیل دارد، اســـتفاده از آن می‌تواند فرصتی ایده آل برای شـــناخته شـــدن باشد. در این زمینه نحوه اســـتفاده از این بستر بسیار مهم بوده و بیشتر به زمانی اختصاص پیدا خواهد کرد که مشتری شما را شناخته است و شما از این بستر برای ایجاد ارتباط بهتر و برطرف کردن نیاز مشتری، استفاده خواهید کرد.

منبع: klood.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۲۸ مهر ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۸۳ | 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

همه آن چیزی که درباره SEM باید بدانیم

به قلم: جاناتان کگان
نویسنده حوزه بازاریابی اینترنتی
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه بیشـــتر افراد با مفهوم ســـئو آشنایی دارند، با این حال مفهوم بزرگتر آن را باید SEM دانســـت که به معنای کلیه روش‌هایی اســـت که باعث خواهد شد تا از موتورهای جســـت و جو، درآمد بیشتری را داشـــته باشید. تحت این شرایط تبلیغات کیکی هم در زیرمجموعه آن قرار می‌گیرد. با این حال ســـئو تنها به این موضوع اشـــاره دارد که لازم اســـت تا شرایط ســـایت را برای بهتر دیده‌شدن مهیا کرد. برای این امر که از SEM بهترین استفاده را داشته باشید، آشنایی با اشـــتباهات رایج افراد بدون شک راهنمای عمل بســـیار خوبی خواهد بود کـــه در ادامه ۱۰ مورد منتخب را بررسی خواهیم کرد.

۱-تبلیغات و کمپین‌های گسترده

اگرچـــه ممکن اســـت عجیب به نظر برســـد، با این حال واقعیت این اســـت که امروزه به خاطر ســـطح دسترســـی بســـیار بالای مشـــتریان به اطلاعات، دیگر نمی‌توان آنها را با اقداماتی نظیر بمباران تبلیغاتی و کمپین‌های گســـترده به مشتری تبدیل کرد. نکته‌ای که در این زمینه باید مورد توجه قرار دهید این اســـت که در اقتصاد امروز، مشـــتری به کســـی اطلاق می‌شود که برند شـــما را صرفا برای یک بـــار خریـــد انتخـــاب نکنند. تحت این شـــرایط شـــما تنها زمانـــی می‌توانید خـــود را در زمینه جذب مشـــتری موفق تلقـــی نمایید کـــه تمایل بـــرای خرید مجدد، مهیا شـــده باشـــد. واقعیت این است که امروزه تبلیغات دیگر جذابیت گذشـــته را نداشته و شما باید تولید محتوای حرفه‌ای برای تمامی محصولات خود داشـــته باشید. درواقع مشتری باید به خوبی قانع شـــده باشـــد که چرا باید از محصولات شما اســـتفاده کند. همچنین لازم اســـت تا بـــرای هر محصول، اســـتراتژی جداگانه‌ای داشته باشید. درواقع دیگر نمی‌توان با کمپین‌های بزرگ، انتظار داشـــت که تمامی محصولات به فروش برســـد. برای درک بهتر این موضوع بهتر اســـت که نگاهی به آمارها داشـــته باشید تا تفاوت‌های مشتریان را بهتر بتوانید درک نمایید. همچنین اســـتفاده از ابزارهای تحلیل و سایت‌هایی که در این زمینه فعالیت دارند، به شما در فعالیت هرچه بهتر کمک خواهند کرد.

۲-عدم هماهنگی میان SEO و SEM

یکی دیگر از مشـــکلات رایج این اســـت که افراد تنها به ســـئو توجه دارند. این امر در حالی اســـت که شما باید این اقدام را با توجه به مقوله بزرگتر آن انجام دهید. تحت این شـــرایط طبیعی اســـت که برخی از اقدامات از لیست شما خارج شـــود. این نکته مهم باعث شده است که بسیاری از سایت‌ها از سئو خود نتیجه لازم را نداشته باشند.

۳-عدم مدیریت درست هزینه‌ها

برخی از مدیران بر این باور هســـتند که برای رشـــد یک کســـب و کار لازم اســـت تا هزینه زیادی را متحمل شـــد. اگرچه این موضوع بدون شـــک تاثیرگذار است، با این حال آیـــا تاکنون به این موضوع فکـــر کرده‌اید که اگر همه چیز مطابـــق پیش‌بینی‌ها جلو نرود چـــه اتفاقی رخ خواهد داد؟ بـــا نگاهی بـــه بزرگتریـــن برندهای جهان متوجـــه این امر خواهید شـــد که آنها ابدا شروعی درخشان و پرزرق و برق را نداشـــته‌اند. درواقـــع آنها حتی یک دفتـــر کار واقعی هم نداشـــته و با حداقل هزینه‌ها شـــروع کرده‌اند. این موضوع باعث شـــده تـــا در ابتـــدای کار خود متحمـــل هزینه‌های سنگین نشوند. درواقع بسیاری از مدیران برای پوشش این هزینه‌ها به سراغ سرمایه‌گذار می‌روند که این موضوع باعث خواهد شـــد تا بخش زیادی از سهام شرکت از دست برود. دلیـــل نگاه منفی بـــه این موضوع هم به این خاطر اســـت که شـــما در ابتدای کار خود برندی ارزشمند را در اختیار ندارید و این امر طبیعی اســـت که ســـرمایه‌گذار در جایگاه بالاتر قرار گیرد و قراردادی منصفانه را نداشـــته باشـــید. با این حال هنگامی که مراحل رشـــد لازم شکل گرفته باشد، شما می‌توانید قراردادی را امضا نمایید که حتی برای شما نتیجه‌بخش‌تر محســـوب می‌شـــود. به همین خاطر توصیه می‌شـــود که خصوصـــا در ابتدای کار خـــود در تلاش برای کاهش هزینه‌ها تا مرحله رشد اولیه باشید. در جهان امروز که اینترنت به مهمترین بســـتر تبلیغاتی افراد تبدیل شده، طبیعی اســـت که شما بیشـــترین تمرکز و هزینه را هم در همین بخش انجام دهیـــد. توجه به هزینه کمتر هم باعث خواهد شـــد تا به دنبال روش‌های خلاقانه‌تری باشید. برای موفقیت در این بخش، پیگیری مداوم هزینه‌ها امری کاملا ضروری خواهد بود.

۴-عدم استفاده از کلمات کلیدی منفی

یکی از عجیب‌ترین موضوعات این اســـت که افراد تصور می‌کنند استفاده از کلمات کلیدی منفی، ضدتبلیغ خواهد بود. بر این اســـاس یک نویســـنده هم نباید در متن کتاب خـــود از کلمات منفی اســـتفاده کنند. ایـــن موضوع باعث می‌شـــود که در ســـایت‌ها با صرفا کلماتی مواجه باشیم که بار معنایی مثبت به همراه دارند. تحت این شرایط مشتری کاملا به شـــما شـــک خواهد کرد. درواقع ایـــن امر طبیعی است که هیچ برندی در بالاترین سطح ممکن قرار نداشته باشد. تحت این شرایط لازم است تا از ضعف‌ها نیز صحبت شود. درواقع شـــما باید این قانون نادرست را کنار بگذارید و کلمات منفی موردنیاز را هم مورد توجه قرار دهید. نکته جالب این اســـت که براســـاس آمارها، بسیاری از جست و جوهای افراد براســـاس همین کلمـــات کلیدی منفی انجام می‌شود.

۵-عدم توجه به منافع شرکت

بســـیاری از مدیـــران براســـاس ســـلیقه خـــود تصمیـــم می‌گیرند. این امر در حالی اســـت که منافع شرکت مهمتر از هر چیزی است. تحت این شرایط حتی ممکن است نیاز به این موضوع وجود داشـــته باشـــد که با برندی همکاری نمایید که از مدیـــر آن خوش‌تان نمی‌آید. به همین خاطر توصیه می‌شـــود که نیازهای برند خود را مشـــخص کرده و تصمیمـــات خود را تنها براســـاس آنها انجـــام دهید. با این اقدام شما با فرصت‌های جدیدی مواجه خواهید شد که در حالت عادی شانسی برای آنها وجود ندارد.

۶-هدف‌گذاری اشتباه

همواره این نکته را به خاطر داشـــته باشید که شما حتی در بهتریـــن حالت هـــم نمی‌توانید در تمامـــی نقاط جهان فروش داشـــته باشـــید. درواقع برخی از بازارها ممکن است ابدا برای شـــما نتیجه‌ای را دربر نداشـــته باشد. با این حال در زمینـــه بازاریابی اینترنتی، بســـیاری از برندها مکان‌یابی جغرافیایی نادرســـتی را دارند. همین امر باعث می‌شـــود تا زمـــان و بودجه خود را از دســـت بدهند. بـــرای مثل هنگام استفاده از سرویس تبلیغاتی گوگل، مخاطبان جهانی وجود دارد که ممکن است ابدا برای شما مناسب نباشد. به همین خاطر همواره باید شخصی‌ســـازی‌های لازم را انجام دهید. این نکته را فراموش نکنید که حتی شـــهرهای همجوار هم ممکن اســـت بازار هدف شما نباشـــد. درواقع در این بخش بسیار مهم است که هدف خود را به خوبی تعیین نمایید.

۷-فعالیت غیرحرفه‌ای در یوتیوب

بســـیاری از افراد تصور می‌کنند که در رابطه با اســـتفاده تجاری از یوتیوب به عنوان بزرگترین بستر اشتراک‌گذاری ویدئو، لازم اســـت تا صفحه‌ای برای خود داشته باشند. این امر اگرچه نتایج خوبی را در پی دارد، با این حال اگر قصد سرمایه‌گذاری و فعالیت حرفه‌ای را ندارید، توصیه می‌شود کـــه در این زمینه اقدامی را انجام ندهید. دلیل این امر نیز به این خاطر است که در این شبکه، رقبای متعددی وجود دارد کـــه فعالیت خود را با کیفیـــت خوبی انجام می‌دهند. تحت این شـــرایط شما شـــانس بســـیار کمی را با فعالیت ضعیف جهت دیده شدن خواهید داشت. همچنین نکته‌ای که باید به آن توجه داشـــته باشـــید این اســـت که فعالیت ضعیف، اعتبار برند شما را نیز نابود خواهد کرد. با این حال شـــما می‌توانید از بخش تبلیغاتی آن استفاده کرده و برند را در معـــرض دید افراد مختلفی قـــرار دهید. در این رابطه نیز شـــما باید به صفحاتی که تبلیغ شما قرار است بر روی آنها قرار گیرد و کشـــورهای هدف نیز توجه داشته باشید. همچنین آمارها را به صورت مداوم مورد بررسی قرار دهید تا از درست بودن همه چیز اطمینان داشته باشید.

۸-به دنبال راهکارهای تجربی باشید

در بســـیاری از شـــرایط افراد در کار خود بـــه تجربیاتی دســـت پیـــدا می‌کنند کـــه در هیچ مقاله‌ای وجـــود ندارد. درواقع بسیاری از توصیه‌ها هم ممکن است برای برند شما نتیجه لازم را به همراه نداشـــته باشد و زمان طلایی آنها از دســـت رفته باشد. تحت این شرایط اســـتفاده از تجربیات افرادی که در زمینه‌ای موردنظر شـــما فعالیت داشـــته‌اند، بســـیار کاربردی خواهد بود. درواقع سیســـتم‌های مختلف، به علت استفاده از هوش مصنوعی ممکن است تحلیل‌های درســـت و مطابق واقعیت موجود نداشـــته باشند. به همین خاطر شما نباید تنها به آنها اکتفا نمایید.

۹-اجرای یک استراتژی بدون اختصاص زمان مناسب

بســـیاری از مدیـــران زمان زیادی را صـــرف انتخاب یک اســـتراتژی می‌کنند و با این حال نسبت به نتایج ابدا صبور نیســـتند. این امر باعث می‌شود که تمامی تلاش‌های آنها، بی‌نتیجه باقی بمانـــد. در این زمینه نکته‌ای که باید به آن توجه داشـــته باشـــید این اســـت که در رابطه با نتایج دید منطقی داشـــته باشـــید و با چند مدیر دیگر هم مشـــورت نمایید. درواقع حتی برخی از شـــرایط ممکن اســـت باعث شـــود که شما نتایج را در زمانی به مراتب دیرتر از توقعات، مشاهده نمایید. در این زمینه تنها کافی است تا به صورت مداوم پیگیری‌های لازم را انجام دهید تا از قرار داشتن در مسیر درست، اطمینان داشته باشید.

۱۰-شروع اشتباه نداشته باشید

همه ما با این جمله مواجه شـــده‌ایم که تنها کافی است تـــا قدم اول را برداریم و همه چیز پس از آن هموار خواهد شـــد. این امر جمله‌ای کاملا اشتباه بوده و تنها کافی است که جســـارت برداشـــتن قدم اول را داشته باشـــیم. درواقع یک شـــروع اشتباه باعث خواهد شـــد تا فعالیت‌های بعدی هـــم متأثر از آن با نتایج لازم همراه نباشـــد. در این زمینه توصیه می‌شـــود که نسبت به قدم اول خود و فعالیت‌هایی که می‌خواهید شروع نمایید، توجه ویژه‌ای را داشته باشید. بدون شـــک انتخاب‌های درست، شـــما را به موقعیت‌های بسیار خوبی هم نزدیک خواهد کرد.

در آخـــر توصیه می‌شـــود کـــه بر روی افزایـــش دانش و آگاهی خـــود در زمینه بازاریابی اینترنتی ســـرمایه‌گذاری کرده و در صورت نیاز، تیمی حرفه‌ای را اســـتخدام نمایید. درواقع با توجه به ســـرعت فوق‌العاده رشـــد علم در تمامی زمینه‌ها، ابدا نباید به سطحی محدود شوید.

منبع: searchenginejournal.com