



پیامدهای تورم فزاینده

علی اصغر سعیدی
 جامعه‌شناس اقتصادی

چالش‌های کشور روزبه‌روز افزایش می‌یابد. برخی اقتصاددانان مدت‌هاست از ابرچالش‌ها صحبت می‌کنند. معنای این حرف این است که چالش‌های قبلی پایدار و بادوام شده‌اند و هر کدام چالش دیگری را متولد می‌کنند و از این‌رو ابرچالش شده‌اند، اما از نظر جامعه‌شناسی به نظر می‌رسد چالش‌های مهمتری مطرح است. حتی چالش‌های اقتصادی نیز علل اجتماعی دارند. به تعبیر کارل پولانی و مارک گرانووتر جامعه‌شناسان اقتصادی، این چالش‌های اقتصادی در ساخت‌های اجتماعی، فرهنگ و شبکه روابط اجتماعی حک شده‌اند. بنابراین هر علمی چون اقتصاد یا روابط بین‌المللی با علم حقوق بر اصول علمی خودش به عنوان اصول موجهه پای می‌فشارد. اگر از یک متخصص روابط بین‌الملل بپرسید، ممکن است چالش مهم ایران را بی‌جایی یا کنده شدن از روابط بین‌المللی و فقدان استراتژی بین‌المللی بداند. حالا از منظر جامعه‌شناختی فکر می‌کنم مهمترین چالش پیش روی مسئولان ما، فقر و بعد نابرابری اجتماعی است. چالش فقر و نابرابری نه‌تنها پیامدهای امنیت ملی دارد بلکه برای همبستگی و انسجام ملی نیز عوارض خطرناکی خواهد داشت.

حرکت به سمت رکود اقتصادی و تورم فزاینده، تبعات فراوانی برای فرد و خانوار دارد که باعث ایجاد ناآرامی‌های روانی و سوءفقرهایی می‌شود که در شرایط عادی از آن خبری نیست. در بیان تبعات تورم فزاینده در اقتصاد که ایران دهه‌ها و سال‌هاست گرفتار آن است، معمولاً روی پیامدهای اقتصادی آن مانند کاهش سرمایه‌گذاری یا کاهش قدرت خرید و سایر مولفه‌های اقتصادی تاکید می‌شود و ابعاد اجتماعی آن کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد و اغلب دهم‌دست‌ترین آنها دیده می‌شود. بعد از چند دهه تجربه تورم دورقمی و پرنوسان و وجود این احتمال که برای چند سالی گرفتار آن باشیم، باید سیاست‌گذاران به آثار و ابعاد اجتماعی این مسئله توجه نشان دهند. آثار اجتماعی سیاست‌های اقتصادی آنقدر بالاست که می‌توان گفت سیاست‌گذاری اقتصادی در واقع همان سیاست‌گذاری اجتماعی است. اگر دقیق به تاریخ توسعه همه کشورها از جمله کشور خودمان توجه کنید، می‌بینید که این آثار چگونه در حرکت‌های مردمی نمود یافته است. مثلاً تورم فزاینده دهه ۱۳۵۰ که دلیل گسترش نارضایتی مردم بود، باعث شد برنامه ششم به پیامدهای اجتماعی رشد اقتصادی توجه زیادی نشان دهد؛ گرچه به نظر دیر بود و در نهایت نارضایتی‌های گسترده به انقلاب منجر شد.

در شرایط فعلی، اقتصاد ایران در یک دوره رکود تورمی به سر می‌برد که رکودش کوتاه‌مدت هم نیست. در این شرایط چند مسئله بسیار مهم باید مورد توجه قرار گیرد. به نظر من، اولین مسئله که اتفاقاً تصویر دو روی یک سکه بودن سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی را نیز نشان می‌دهد، مسئله اشتغال است. با تحلیل اشتغال، رابطه اقتصاد و اجتماع بسیار روشن‌تر می‌شود. در جامعه‌شناسی به ویژگی‌های غیردرآمدی شغل هم توجه می‌شود؛ مثلاً اینکه انرژی آزادکننده افراد، آزاد می‌شود، تماس‌های اجتماعی به محل کار به وجود می‌آید، با وجود شغل، دیگر محور زندگی فقط خانه نیست بلکه رابطه میان خانه و محل کار محور می‌شود و مهم‌تر اینکه حرفه به افراد هویت می‌دهد. حال اگر رکود اقتصادی منجر به افزایش بیکاری شود، که می‌شود و بیکاری افراد استمرار پیدا کند، مسئله بحران هویت یا بی‌هویتی شکل می‌گیرد، زندگی فرد فقط در خانه است، تماس‌های اجتماعی وجود ندارد و انرژی تخلیه‌نشده، آزاد نمی‌شود. مجموع این عوامل می‌تواند پیامدهای اجتماعی منفی زیادی داشته باشد. برای مطالعات آزمایشی یا پیشنهادانه می‌توان به مسئله بیکاران دهه ۶۰ پرداخت؛ متولدین این دهه، نسلی هستند که از منظر مسائل روانی، اجتماعی و پیوندهای خانوادگی تحت فشار قرار گرفته‌اند و بخشی از آنها به واسطه نیافتن شغل، فرصت‌ها و بخش‌های دیگری را هم از دست داده‌اند.

مسئله دیگری که از رکود اقتصادی ناشی می‌شود و در ادبیات جامعه‌شناسی هم نسبت به آن وفای وجود دارد و بدیهی تلقی می‌شود، رابطه مستقیم بین آسیب‌های اجتماعی و موقعیت اقتصادی است. تحقیقاتی که در کشورهای مختلف دنیا انجام شده است، نشان می‌دهد که در دوره رکود و تنگنای اقتصادی، جرایم مختلف از جمله سرقت، فحشا، درگیری و... افزایش پیدا می‌کند؛ یعنی گسترش فقر منجر به افزایش آسیب‌های اجتماعی می‌شود. در واقع، فقر پایدار به‌وجود آمده، خانواده را در یک چرخه فقر منتهی به تشدید آسیب‌های اجتماعی قرار می‌دهد. این تجربه پیش از این نیز در کشور خود ما وجود داشته که گزارش‌هایی برای مقامات ارشد نظام در مورد آن تهیه شد و نتیجه‌اش ایجاد نهادی در وزارت کشور تحت عنوان سازمان مدیریت اجتماعی بود. گرچه به نظر من در آینده به یک وزارتخانه با این عنوان نیاز داریم. معمولاً در دوره رکود اقتصادی، این نوع آسیب‌ها افزایش پیدا می‌کند و به «بی‌هنجاری» یا «نومی» منجر می‌شود. هرچه مدت بروز رکود در اقتصاد افزایش پیدا کند، این آسیب‌ها نیز به شکلی فزاینده و در بعد غیرطبیعی افزایش می‌یابد که موجب نگرانی است.

یکی از تبعات رکود اقتصادی، مسئله افزایش برخوردهای قهریه و تنبیهی است. وقتی جرم زیاد شود، دولت باید برای کنترل اجتماعی هزینه بیشتری صرف کند. با شیوع جرایم بین گروه‌های مختلف به واسطه استمرار رکود، دولت سعی می‌کند از طریق افزایش هزینه‌های اجتماعی مثل استخدام پلیس بیشتر، کنترل سفت و سخت‌تر و گشت‌زنی آن را کنترل کند. به این سیاست که در واقع منقش، عدم تحمل جرم و برخورد با مجرم با اشد مجازات به قصد پیشگیری است «zero-tolerance policy» می‌گویند. پس این‌گونه است که فقر موجب افزایش جرایم و آسیب‌های اجتماعی می‌شود و لزوم برخورد دولت، منجر به افزایش هزینه دولت و فشار مضاعف به خزانه می‌شود، در حالی که وضعیت رکودی بر اقتصاد حاکم است. از سوی دیگر، نظریه‌ای وجود دارد که هم بر ادبیات نهادگرای اقتصادی و هم جامعه‌شناسی اقتصادی مسلط شده است و آن، بحث‌هایی است که کارل پولانی مطرح می‌کند. کارل پولانی با مطالعات تاریخی نشان می‌دهد که در گذشته اقتصاد و در پیوندهای اجتماعی شامل ساختار اجتماعی و عناصری چون فرهنگ، افراد هرچه بیشتر به سمت منفعت‌طلبی پیش می‌رفتند، به سبب اینکه در بافت اجتماعی قرار می‌گرفتند، کمتر آسیب‌زبا بودند. او می‌گوید به تدریج هرچه جوامع و بازارها پیچیده‌تر و کامل‌تر می‌شود، میزان منفعت‌طلبی افراد بیشتر می‌شود و آن پیوندهای اجتماعی که در گذشته در آمد اقتصادی را به وجود می‌آورد، سست‌تر می‌شود. اگر از منظر نظریات پولانی به مسئله رکود اقتصادی بنگریم، درمی‌یابیم هرچه جوامع بیشتر در رکود فرو بروند، به سبب اینکه این جامعه دیگر مانند گذشته جامعه ساده‌ای نیست، آنچه دچار لطمه می‌شود، رابطه اقتصاد با پیوندهای اجتماعی به سبب نیازهای حیاتی برآورده‌نشده انسان‌هاست و بدین ترتیب، همبستگی اجتماعی تحت فشار قرار می‌گیرد. در این شرایط جرم تنها یک طبقه را درگیر نمی‌کند، اگرچه در همه جوامع طبقه فقیر گرفتارتر می‌شود و در جامعه در حال گذار در زمان جابه‌جایی طبقات، طبقه متوسط و بالا هم درگیر فسادهایی می‌شوند، اما هزینه جرم کوچک در طبقات بالا بیشتر از طبقات پایین است.

۳۷ درصد از جمعیت بیکار در یک سال گذشته شاغل شدند

عبور کرونا از اشتغال



همچنان ۳۷،۴ درصد آنها همچنان پس از گذشت یک سال بیکارند و نزدیک به ۱۵ درصد از بازار کار خارج شده‌اند. مردان غیرفعال نیز ثبات قابل‌توجهی داشته‌اند، چنانچه ۸۱،۶ درصد از مردان غیرفعال در تابستان سال گذشته در تابستان امسال همچنان غیرفعالند. از این جمعیت، ۱۳،۹ درصد به شاغلان و ۴،۴ درصد به بیکاران افزوده شده‌اند. آمارهای مربوط به زنان نیز از خروج قابل توجه این گروه از بازار کار کشور حکایت دارد. بر این اساس از کل زنان شاغل در تابستان ۹۹ تنها ۶۲،۵ درصد همچنان شاغل باقی مانده‌اند. در عوض در این مدت ۲،۳ درصد از این جمعیت به بیکاران پیوسته و ۳۵،۲ درصد دیگر از بازار کار خارج شده‌اند. از طرفی آمارها نشان می‌دهد از کل جمعیت زنان بیکار کشور در تابستان پارسال، ۱۲،۱ درصد تا سال بعد صاحب شغل شده‌اند؛ ۴۰،۲ درصد ایشان همچنان بیکار مانده‌اند و در نهایت ۴۷،۷ درصد از آنها از بازار کار خارج شده‌اند. جمعیت غیرفعال زنان یکی از بایثبات‌ترین گروه‌های جمعیتی بازار کار کشور بوده، به طوری که در بازه زمانی مورد بررسی این گزارش، نزدیک به ۹۵ درصد از آنها بدون هیچ تغییری همچنان غیرفعال باقی مانده‌اند. از این جمعیت ۱،۳ درصد به بیکاران و ۳،۸ درصد به شاغلان افزوده شده‌اند.

این گزارش به بررسی جابه‌جایی نیروی کار شاغل میان فعالیت‌های اقتصادی مختلف نیز پرداخته است. بر این اساس ۸۷،۶ درصد شاغلان بخش کشاورزی در تابستان سال ۹۹، در سال ۱۴۰۰ همچنان به کشاورزی مشغولند. از مابقی این جمعیت ۷،۵ درصد جذب صنعت شده‌اند؛ ۵ درصد به بخش خدمات پیوسته‌اند. دومین فعالیت عمده اقتصادی مورد بررسی این گزارش، بخش صنعت است. ۸۵ درصد شاغلان بخش صنعت در طول این دوره زمانی در همین فعالیت باقی مانده‌اند. از طرفی ۱۱،۲ درصد آنها به بخش خدمات پیوسته‌اند و ۳،۸ درصد به بخش کشاورزی منتقل شده‌اند. نهایتاً در بخش خدمات که بزرگ‌ترین بخش اقتصادی کشور به شمار می‌رود، ۸۹،۹ درصد از شاغلان در تابستان سال ۹۹، با گذشت یک سال و در تابستان ۱۴۰۰ همچنان در بخش خدمات مشغول به کار باقی مانده‌اند. از طرفی ۸،۵ درصد از شاغلان این بخش به بخش صنعت پیوسته‌اند و کمتر از ۲ درصد آنها جذب بخش کشاورزی شده‌اند. با بررسی کلی‌تر این آمارها مشخص می‌شود که بیشترین جدایی شاغلان از فعالیت‌های عمده اقتصادی متعلق به بخش صنعت است.

نظر گرفته شده، اندازه و ویژگی‌های جمعیتی افرادی که اشتغال خود را از دست داده‌اند، اندازه و ویژگی‌های جمعیتی افرادی که کار پیدا کرده‌اند و اندازه و ویژگی‌های جمعیتی افرادی که وضعیت نیروی کار آنها طی زمان در نظر گرفته شده، تغییر کرده است، مهم و قابل بررسی است. در این راستا، مرکز آمار ایران در گزارش تازه خود، «آمارهای جریان نیروی کار از تابستان ۱۳۹۹ به تابستان ۱۴۰۰» را بررسی کرده و آن را براساس فعالیت‌های عمده اقتصادی و جنسیت افراد تقسیم‌بندی نموده است.

براساس این گزارش، آمارها نشان می‌دهد در بازه زمانی تابستان سال گذشته تا تابستان امسال، جمعیت بیکاران کشور شاهد کاهش قابل‌توجهی بوده است، به طوری که از تمام افراد بیکار در تابستان سال ۹۹، تنها ۳۸،۲ درصد در تابستان ۱۴۰۰ بیکار باقی مانده بودند. در مقابل از جمعیت بیکار در تابستان پارسال، ۳۷،۲ درصد به شاغل تغییر وضعیت داده‌اند. در ضمن از جمعیت بیکار در تابستان پارسال، ۲۴،۶ درصد از بازار کار خارج شده و به جمعیت غیرفعال کشور پیوسته‌اند. این کاهش قابل‌توجه در جمعیت بیکار کشور بیانگر آن است که رکود ایجادشده در بازار کار بر اثر شیوع وپروس کرونا کاهش قابل‌توجهی را تجربه کرده است.

آمارها همچنین نشان می‌دهد که از کل جمعیت شاغل در تابستان پارسال، ۸۵،۶ درصد بدون تغییر شاغل باقی مانده‌اند. در عین حال از کل شاغلان تابستان پارسال، ۳ درصد در تابستان امسال بیکار شده بودند و ۱۱،۴ درصد از کل شاغلان در تابستان سال گذشته از بازار کار خارج شده‌اند. در میان جمعیت غیرفعال کشور در سال گذشته، ۹۱،۵ درصد یک سال بعد همچنان غیرفعال باقی مانده‌اند؛ ۲،۱ درصد از کل جمعیت غیرفعال در تابستان سال گذشته به جمعیت بیکار و ۶،۴ درصد از آنها به جمعیت شاغل اضافه شده‌اند.

جابه‌جایی‌ها میان فعالیت‌های اقتصادی

آمارهای منتشرشده از متغیرهای جریان بازار کار کشور، این داده‌ها را براساس جنسیت تقسیم‌بندی کرده‌اند. بر این اساس از مردان شاغل در تابستان سال گذشته، پس از گذشت یک سال ۸۹،۹ درصد همچنان شاغل باقی مانده‌اند، ۳،۲ درصد به بیکاران پیوسته‌اند و ۶،۹ درصد آنها از بازار کار خارج شده‌اند. از میان مردان بیکار در تابستان پارسال، بیش از ۴۸درصد پس از گذشت یک سال صاحب شغل شده‌اند. با این وجود

فرصت امروز: با شیوع کرونا و در مصاف ویروس و اقتصاد، بسیاری از شاغلان در ایران و جهان، شغل خود را از دست دادند و به صف بیکاران پیوستند، اما حالا با گذشت دو سال به نظر می‌رسد که ترکش‌های کرونا در بازار کار تا اندازه‌ای به پایان رسیده است. آنطور که مرکز آمار ایران گزارش داده است، جمعیت بیکار کشور در تابستان ۹۹، با گذشت یک سال ۳۷،۲ درصد کاهش پیدا کرده که از عبور بازار کار از رکود کرونایی به دنبال بهبود نسبی اوضاع در نیمه اول امسال حکایت دارد. طبق ارزیابی مرکز آمار در بازه زمانی تابستان ۹۹ تا تابستان ۱۴۰۰، بیش از ۸۵ درصد از شاغلان همچنان شاغل باقی مانده‌اند و علاوه بر بیکار شدن ۵۳درصد از این گروه، ۱۱،۴ درصد از آنها نیز به جمعیت غیرفعال پیوسته‌اند.

همچنین از جمعیت بیکار در تابستان پارسال، ۳۷،۲درصد تا تابستان امسال به جمعیت شاغل ملحق شده‌اند، ۲۴،۶ درصد بیکاران تابستان ۹۹ نیز در تابستان ۱۴۰۰ از بازار کار خارج شده و به جمعیت غیرفعال پیوسته‌اند. به نظر می‌رسد علت کاهش چشمگیر جمعیت بیکار کشور در این دوره زمانی، کاهش اثر رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا و عادی‌سازی وضعیت اقتصاد ایران است. همین امر باعث شده است که تنها ۳۸،۲ درصد از بیکاران در تابستان ۹۹، در سال بعد همچنان بیکار بمانند. تحولات کار و بیکاری در بین مردان و زنان نیز نشان می‌دهد تغییر وضع فعالیت از بیکار به شاغل با رقم ۴۸،۱ درصد در مردان و تغییر وضع فعالیت از بیکار به غیرفعال با رقم ۴۷،۷ درصد در زنان، بیشترین درصد تغییرات در وضعیت فعالیت است.

تحولات کار و بیکاری در یک سال

امروزه اغلب کشورها شاخص‌های عمده بیکاری در مقاطع زمانی را محاسبه و اعلام می‌کنند، اما جابه‌جایی‌های بازار کار که ممکن است در داخل این مقاطع زمانی رخ دهد، در این شاخص‌ها بیان نمی‌شود. به منظور آگاهی از جابه‌جایی‌های داخل مقاطع، آمارهای جریان نیروی کار محاسبه می‌شود. داده‌های جریان نیروی کار، تمام تغییراتی که ممکن است داده‌های مقطع نشان ندهند را پوشش می‌دهد. چند سالی است دسترسی به آمارهای جریان نیروی کار و امکان تحلیل این آمارها، احتمال‌های انتقال، تغییر اشتغال، شغل‌های ایجادشده و شغل‌های از بین رفته فراهم شده است. این موضوع برای سیاست‌گذاران اقتصادی و ناظران اجرای این سیاست‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. در یک دوره در

بیشترین میزان عرضه در بازار مسکن شهر تهران در مناطق ۱، ۲ و ۵ صورت می‌گیرد و به نظر می‌رسد که با وجود عرضه بیش از تقاضا، قیمت‌ها خیال پایین آمدن ندارند؛ اگرچه رشد قیمت نیز در مناطق مذکور به طرز محسوسی کاهش یافته است. به گزارش ایسنا، بررسی‌ها نشان می‌دهد که حجم قابل توجهی از واحدهای خالی عرضه شده به بازار مسکن تهران در محله‌های سعادت‌آباد واقع در منطقه ۲، نیاوران، کامرانیه، اختیاریه، فرمانیه، زعفرانیه در منطقه ۱، پونک، جنت‌آباد و شهران در منطقه ۵ واقع شده است. اگرچه مناطق ۵ و ۲ رتبه‌های اول و سوم تعداد معاملات را به خود اختصاص داده‌اند اما سهم منطقه ۱ از معاملات چندان بالا نیست و جایگاه دهم را در شهر تهران دارد. این موضوع نشان‌دهنده فاصله گرفتن قیمت مسکن در منطقه شمیران با توان متقاضیان است.

مطابق آمارهای آذرماه امسال، متوسط قیمت مسکن در منطقه ۱ تهران ۶۹ میلیون تومان در هر متر مربع، منطقه ۲ معادل ۵۰ میلیون و ۴۳۸ هزار تومان و منطقه ۵ به میزان ۳۹ میلیون و ۸۲۳ هزار تومان در هر متر مربع بوده است. آمار نشان می‌دهد با وجود نوسانات ماهیانه، رشد قیمت مسکن طی ۹ ماه گذشته در مناطق ۱ و ۲ نزدیک به صفر بوده است. مناطق مذکور از اسفندماه پارسال تا آذرماه امسال به ترتیب رشد ۰،۵ درصدی و ۴،۷ درصدی را به ثبت رسانده‌اند. در منطقه ۵ نیز از اسفندماه پارسال تا آذرماه امسال متوسط قیمت مسکن از متری ۳۶۶ میلیون تومان به رقم ۳۸۹ میلیون تومان رسیده است که رشد ۸،۷ درصدی را نشان می‌دهد. از طرف دیگر، دو منطقه ۱۰ و ۴ که رتبه‌های دوم و چهارم را در تعداد معاملات آذرماه امسال داشته‌اند، با روند کاهشی عرضه مواجه

کاهش صدور پروانه ساختمانی در نیمه نخست سال نشان می‌دهد

وضعیت قرمز عرضه مسکن

شده‌اند. در واقع فشار تقاضا در این محله‌ها با عرضه واحدهای مسکونی به‌خصوص در سال‌های اخیر همخوانی ندارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ساخت و ساز در مناطق ۱۰ و ۴ کاهش یافته است.

در پنج ماهه نخست سال ۱۴۰۰ فقط ۲ هزار و ۴۹۱ پروانه ساختمانی در شهر تهران صادر شده که از افت ۱۸ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته حکایت دارد. در واقع به طور میانگین در هر ماه ۴۹۸ پروانه صادر و ۳ هزار و ۶۸۶ واحد جدید در شهر تهران ساخته شده است. این در حالی است که آذرماه امسال در پایتخت حدود ۹ هزار و ۸۰۰ فقره قرارداد خرید و فروش مسکن منعقد شد. این بدان معناست که ساخت و ساز به یک سوم تقاضای نسبی در بازار مسکن رسیده است.

آمار غیررسمی، رشد ۳۵ درصدی معاملات و افزایش ۲،۵ درصدی قیمت مسکن شهر تهران در دی ماه نسبت به آذرماه را نشان می‌دهد. مطابق بررسی‌های خام که از آگهی‌های ملکی شهر تهران با وزن‌دهی به مناطق بر اساس معاملات قطعی به دست آمده است، متوسط قیمت مسکن از متری ۳۲،۹ میلیون تومان در آذرماه به ۳۳،۷ میلیون تومان در دی ماه رسیده است. از افزایش ۲،۵ درصدی حکایت دارد. در ماه گذشته تمایل برای خرید مسکن در پایتخت نیز افزایش یافته است. تغییرات میزان بازدید آگهی‌های دی ماه در مقایسه با آذرماه از افزایش ۳۵ درصدی حکایت دارد. تعداد آگهی‌ها نیز که به عنوان شاخصی برای میزان عرضه و تمایل برای فروش مسکن تلقی می‌شود ۴،۴ درصد رشد نشان می‌دهد که نسبت به افزایش تقاضا بسیار کمتر بوده است.

البته رشد نسبی قیمت مسکن در ماه‌های پایانی سال، مسئله‌ای دور

حمل‌ونقل ریلی

در ۹ ماهه سال ۱۴۰۰

بیش از ۲۰۰ میلیارد سفته و برات برگشت خورد

در ۹ ماهه سال جاری بالغ بر ۱۰۱ میلیارد تومان سفته و برات در شهر تهران فروخته شد که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۷۱ درصد افزایش نشان می‌دهد. طبق اعلام بانک مرکزی، در آذرماه امسال بالغ بر ۱۴ میلیارد و ۸۲۰ میلیون تومان سفته و برات در شهر تهران فروخته شد که در مقایسه با ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۵٫۲ درصد و ۱۰۰ درصد افزایش یافت. همچنین در ۹ ماهه امسال بالغ بر ۱۰۱ میلیارد تومان سفته و برات در شهر تهران فروخته شد که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۷۱ درصد افزایش نشان می‌دهد.

همچنین در نهمین ماه سال ۱۴۰۰ معادل ۷۰۰ برگ سفته و برات به مبلغی معادل ۴۷ میلیارد و ۱۶۰ میلیون تومان در شهر تهران برگشت خورد که در این ماه شاخص‌های تعداد و مبلغ سفته و برات واخواست‌شده به ترتیب به اعداد ۹۲٫۶ و ۲۵۵٫۷ رسید که در مقایسه با ماه قبل از لحاظ تعداد و مبلغ ۲۷٫۷ درصد و ۹۶٫۱ درصد افزایش داشت و نسبت به ماه مشابه سال قبل هر دو شاخص مذکور، ۷۹٫۸ درصد و ۱۲۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. شاخص متوسط مبلغ یک برگ سفته و برات واخواست‌شده در آذرماه به عدد ۲۷۶٫۲ رسید که عدد شاخص مذکور در سال گذشته معادل ۲۱۱٫۱ بوده است. علاوه بر این، در ۹ ماهه امسال معادل ۵۰۰۰ برگ سفته و برات به مبلغ ۲۰۰ میلیارد و ۸۲۰ میلیون تومان در شهر تهران برگشت خورد. در این دوره متوسط شاخص‌های تعداد و مبلغ سفته و برات واخواست‌شده به ترتیب به اعداد ۶۹٫۶ و ۱۲۱ رسید که نسبت به دوره مشابه سال قبل از لحاظ تعداد ۱۰ درصد کاهش و از نظر مبلغ ۱۰۶ درصد افزایش نشان می‌دهد. از سوی دیگر، شاخص متوسط مبلغ یک برگ سفته و برات واخواست‌شده در شش ماهه اول امسال به عدد ۱۷۵٫۲ رسید که عدد شاخص مذکور در دوره مشابه سال گذشته معادل ۱۲۸٫۱ بوده است.

تورم کدام کشور از ایران بیشتر است؟

رشد ۳٫۱ درصدی ایران در پایان ۱۴۰۰

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به بررسی وضعیت تعدادی از شاخص‌های کلان اقتصادی ایران پرداخته و آن را با وضعیت دیگر کشورها مقایسه کرده است. طبق ارزیابی اتاق تهران، وضعیت شیوع کرونا در کشور با اقدامات دولت و سرعت گرفتن روند واکسیناسیون، بهبودی نسبی را در قیاس با ماه‌های قبل نشان می‌دهد. برآوردها نشان می‌دهد که در یک ماه منتهی به ۲۶ دی ماه، حدود ۱۱۲۱ ایرانی بر اثر کرونا جان خود را از دست داده‌اند و میانگین مرگ‌ها به ۳۰ نفر در روز رسیده است. این عدد در مقایسه با ماه گذشته حاکی از کاهش ۴۳ درصدی تعداد فوتی‌ها و ۵۹ درصدی تعداد مبتلایان جدید است.

در حوزه تجارت نیز رشد حجم تجارت کشور از میانگین جهانی بالاتر بوده است، اما در عین حال برآوردها حاکی از آن است که رشد اقتصادی در سال‌های پیش‌رو قدری نسبت به امسال کاهش خواهد یافت. بررسی‌ها نشان می‌دهد که رشد اقتصادی ایران در پایان سال ۱۴۰۰ به حدود ۳٫۱ درصد خواهد رسید، اما این عدد در دو سال آینده قدری کاهش خواهد یافت. با این وجود رشد اقتصادی ایران در قیاس با کشورهای در حال توسعه و کشورهای منطقه‌من‌ا پایین‌تر ارزیابی می‌شود.

در طول این مدت ترکیه رشد اقتصادی ۹٫۵ درصدی را تجربه می‌کند و برای هند نیز رشد ۸٫۷ درصدی و عراق ۷٫۳ درصدی پیش‌بینی شده است، هرچند سرعت رشد این کشورها نیز در سال‌های آینده پایین‌تر خواهد آمد. در حوزه تورم اما ایران وضعیت بهتری پیدا کرده، هرچند هنوز نسبت به میانگین جهانی فاصله‌ای قابل توجه دارد. تورم نقطه به نقطه ایران به حدود ۳۵ درصد رسیده و در میان کشورهای بررسی شده، تنها آرژانتین با تورم ۵۱ درصد بالاتر از ایران قرار دارد. پس از ایران، ترکیه با ۲۱ درصد، پاکستان با ۱۱٫۵ درصد، برزیل با ۱۰٫۷ درصد و عراق با ۸٫۶ درصد قرار دارند. عربستان سعودی با تورم ۱۰٫۱ درصدی پایین‌ترین تورم را در میان کشورهای بررسی شده به خود اختصاص داده است.

در حوزه تجارت نیز اکثر شاخص‌های اقتصاد ایران نسبت به سال قبل بهبود یافته است. ارزش صادرات در این مدت به ۳۵ میلیارد دلار رسیده که حدودا ۱۰ میلیارد دلار نسبت به سال قبل افزایش یافته است. از نظر مقدار نیز از ۸۵ میلیون تن سال گذشته عملکرد امسال به ۹۲ میلیون تن رسیده است.

سرمایه‌گذاران اصلی از بیت‌کوین فراری شدند

قیمت سهام صرافی ارز دیجیتال که نشان‌دهنده مسیر اصلی سرمایه‌گذاران فردی برای خرید بیت‌کوین است به پایین‌ترین سطح سقوط کرد. به گزارش استریت، شرکت کوین‌بیس قصد دارد فراتر از یک صرافی ارائه‌دهنده خرید و فروش ارز دیجیتال ظاهر شود، اما به نظر می‌رسد متأسفانه آینده این پلتفرم که بزرگ‌ترین پلتفرم در ایالات متحده و رائج‌ترین مورد در بریتانیاست با رمزارز مرتبط است. سهام این شرکت، یکی از قربانیان وثیقه سقوط رمزارزهاست که از زمان ثبت رکورد در اوایل نوامبر، بیش از ۱۰۳ تریلیون دلار را از بین برده است. قیمت سهام در حال حاضر از قیمت عرضه اولیه سهام در آوریل گذشته ۳۱۰ دلار فاصله دارد زیرا در آن ارزش بازار ۸۵٫۶ میلیارد دلار بود و در کمتر از یک سال ۳۵ میلیارد دلار کاهش یافته است. سرمایه‌گذاران کوین‌بیس از ژانویه، شاهد کاهش ۱۶ میلیارد دلاری سرمایه در بازارهای ارزهای دیجیتال بوده‌اند.

کوین‌بیس بیش از حد به بیت‌کوین و اتریوم وابسته و بیش‌تر ترانکش‌ها در کوین‌بیس شامل بیت‌کوین و اتریوم است که در پنج هفته گذشته در حال سقوط آزاد بوده‌اند. دو ارز دیجیتال برتر از نظر ارزش بازار به ترتیب ۴۸٫۱ درصد و ۴۸٫۷ درصد از بالاترین سطح تاریخ خود در ۱۰ نوامبر را از دست داده‌اند. بیت‌کوین و اتریوم با هم ۴۳ درصد از درآمد ۱۰۱ میلیارد دلاری کوین‌بیس را در سه ماهه سوم تشکیل دادند. این شرکت گفته است که عملکرد کوتاه‌مدت آن تا حد زیادی توسط قیمت کریپتو خواهد شد. کوین‌بیس که در سال ۲۰۱۲ به‌عنوان راهی برای ساده‌کردن خرید بیت‌کوین تأسیس شد تحت عنوان محبوب‌ترین صرافی رمزنگاری در ایالات متحده ظاهر شد و ارزش آن در کنار ارزهای دیجیتال بیت‌کوین و اتریوم افزایش یافت. این سرویس در پایان سه ماهه سوم ۷۳ میلیون کاربر دارد، در حالی که تعداد کاربران تراکش ماهانه از ۲۰۱ میلیون سال قبل به ۷٫۴ میلیون افزایش یافته است و درآمد خود را از طریق هزینه‌هایی که برای ترانکش‌های انجام شده توسط کاربران دریافت می‌کند به دست می‌آورد و این درآمد با کاهش علاقه به رمزارزها کاهش خواهد یافت. کوین‌بیس یکی از محبوب‌ترین پلتفرم‌های معاملات ارزهای دیجیتال در ایالات متحده و از معدود فهرست‌های موجود در بورس است.

شاخص ارزی به هسته سخت قیمتی رسید

شاخص ارزی به هسته سخت قیمتی رسید

قیمت دلار در پساتوافق



بانکی طی روز دوشنبه در محدوده ۲۵ هزار و ۴۹۰ تومان فروخته شد و به موازات آن در بازار آزاد تهران به مرز ۲۸ هزار تومان رسید.

فاصله گرفتن قیمت دلار در بازار آزاد با صرافی‌های بانکی از سوی بسیاری از کارشناسان، این گونه تعبیر می‌شود که بازار ارز سیاست احتیاط را برگزیده و با وسواس و حساسیت خاصی نتایج مذاکرات احیای برجام را رصد می‌کند. برخی از معامله‌گران معتقدند عقب‌نشینی قطره‌چکانی قیمت‌ها در شرایط فعلی خود نشان از واکنش مثبت بازار به روند مذاکرات و توافقی که قریبالوقوع حاصل می‌شود است؛ حال آنکه افکار عمومی به واسطه تجربیات گذشته از یکسو و همچنین به دلیل برنامه‌های اعلامی دولت سیزدهم از سوی دیگر انتظار مهار دامنه بحران و حل مشکلات را بیش از پیش دارند. از ابتدای سال ۹۷ و با خروج آمریکا از توافق برجام و بازگشت دوباره تحریم‌های نفتی، اقتصاد ایران با بحرانی بسیار جدی تحت تاثیر شوک ارزی روبه‌روست.

براساس این گزارش، بسیاری از معامله‌گران معتقدند که دلیل چسبندگی بالای قیمت‌ها در بازار ارز، از یکسو احتیاط بازار است اما از سوی دیگر عقب‌نشستن قیمت ارز ریشه در تورم ریالی موجود در اقتصاد ایران دارد. یک فعال بازار ارز در این باره به پایگاه خبری «قرن‌نو» می‌گوید: «بعید است قیمت دلار بتواند به راحتی به کمتر از ۲۵ هزار تومان برسد چراکه دلار وارد هسته سخت مقاومتی شده و انتظارات اولیه برای ریزش قیمت در مرحله اول محقق نشده است.» به اعتقاد وی، «برخی چنین تبلیغ می‌کردند که تغییر دولت خود عامل تغییر معادلات است، به عبارت دیگر، معتقد بودند که استقرار دولت سیزدهم زمینه را برای کاهش قیمت‌ها مهیا می‌کند. این در حالی است که چنین اتفاقی رخ نداد و در نتیجه بازار ارز همچنان خود را با قیمت‌های بالا تطبیق داد.» اغلب کارشناسان و تحلیلگران می‌گویند که ماندگاری قیمت بیش از شش ماه در بازار ارز، سبب می‌شود کف و سقف قیمتی دستخوش تغییر شود و این اتفاق در شرایط کنونی نیز رخ داده است.

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

تامین ۴۴ میلیارد دلار ارز در ۱۰ ماه گذشته

او در توضیح حذف سود جریمه دیرکرد از تسهیلات بانکی نیز گفت: براساس شرع اسلام از جریمه نمی‌توان سود دریافت کرد، همچنین از جریمه نمی‌توان جریمه اخذ کرد، بنابراین مقرر شد که از طریق سیستم بانکی پیگیری و نرم‌افزارهای مربوطه در سیستم بانکی اصلاح شود.

رئیس کل بانک مرکزی در پاسخ به سوالات درباره نظارتن شرعی برای کنترل عملیات بانکی ادامه داد: در بانک‌های مختلف کمیته رعایت قوانین و مقررات وجود دارد، یکی از اعضای کمیته رعایت قوانین و مقررات افرادی هستند که از دانش لازم در حوزه‌های بانکداری اسلامی برخوردار هستند و تلاش می‌کنند آموزش‌های لازم را به کارمندان ارائه کنند. به گفته وی، اجرای مصوبات شورای فقهی در بانک‌ها در قالب کمیته رعایت قوانین و مقررات دنبال می‌شود. صالح‌آبادی سپس با اشاره به راندازی رمزیول ملی از اوایل سال ۱۴۰۱ افزود: رمزارز یا رمزیول ملی در شورای پول و اعتبار تصویب شد و مقدمات راندازی آن در حال انجام است و اوایل سال آینده راندازی می‌شود.

خودپر داز‌ها به سامانه صیاد متصل می شوند

ثبت و صدور چک با خودپردازها

اینترنتی برای همه مقدور نیست، لازم است تا یکسری برنامه‌ریزی‌ها چون فعال‌سازی خودپردازها و ارسال پیامک برای ثبت و انتقال باید در نظر گرفته شود که وعده رئیس کل بانک مرکزی حاکی از آن است که تا پایان سال جاری خودپرداز و پیامک تمام بانک‌ها برای ثبت، صدور و انتقال چک فعال می‌شود. در این زمینه، بررسی‌ها نشان می‌دهد که تاکنون بانک‌های ملت، صادرات، رفاه کارگران و سامان این امکان را برای مشتریان خود فراهم کرده‌اند تا بتوانند چک‌های خود را از طریق خودپرداز ثبت، صادر و منتقل کنند. بر این اساس، نحوه دریافت خدمات سامانه صیاد از طریق خودپردازها به شرح ذیل است:

• نحوه استفاده صادرکنندگان چک از خدمات خودپرداز: صادرکننده چک می‌تواند با در اختیار داشتن یکی از کارت‌های بانکی صادرشده از سوی بانکی که دسته چک وی را صادر کرده، به خودپرداز بانک مذکور مراجعه کرده و پس از طی فرآیند احراز هویت (ورود اطلاعات رمز اول کارت) و مراجعه به منوی ثبت چک، با وارد کردن اطلاعات شناسه صیادی ۱۶ رقمی مندرج در برگه چک که قصد صدور آن را دارد و مشاهده اطلاعات اولیه ثبت چک، نسبت به ثبت صدور چک با وارد کردن

درباره رمزدارایی‌های موجودنیز حوزه‌معاونت اقتصادی رئیس‌جمهوری موضوع را دنبال می‌کند و بخشی از رمزدارایی‌هایی که برای واردات کشور است، بانک مرکزی با همکاری وزارت صنعت جلسات کارشناسی را برگزار کرده است. به زودی جمع‌بندی جلسات کارشناسی به دولت ارائه می‌شود تا افرادی که مجوز استخراج در گذشته دریافت کردند در سامانه‌ای عرضه کنند و واردکنندگان با ثبت سفارش از این رمزدارایی‌ها استفاده کنند.

رئیس کل بانک مرکزی درباره برنامه بانک مرکزی برای کنترل پایه پولی هم گفت: ترکیب پایه پولی تغییراتی داشته، به این صورت که در دی ماه حدود ۳۹ هزار میلیارد تومان سپرده‌های بخش دولتی در بانک مرکزی افزایش داشته است. بنابراین در ترکیب پایه پولی مشاهده می‌کنیم که در بخش سایر اقلام که اوراق ریپو است افزایش داشته، اما از سوی دیگر بدهی دولت به بانک مرکزی کاهش داشته و آن نیز به این دلیل است که سپرده‌های بخش دولتی در بانک مرکزی افزایش یافته است.

اطلاعات تاریخ، مبلغ و مشخصات ذی‌نفع چک اقدام کند. به عنوان مثال، چنانچه دسته چک از سوی بانک X صادر شده باشد، متقاضی صدور چک (صادرکننده چک) می‌تواند با استفاده از کارت بانکی صادره از بانک X و مراجعه به خودپرداز بانک یادشده نسبت به ثبت صدور چک اقدام کند. • نحوه استفاده‌گیرندگان چک از خدمات خودپرداز: گیرنده چک می‌تواند با در اختیار داشتن یکی از کارت‌های بانکی و مراجعه به خودپرداز (شرط یکسان بودن بانک صادرکننده کارت و ارائه‌دهنده خودپرداز الزامی است) و پس از طی فرآیند احراز هویت (ورود اطلاعات رمز اول کارت) و مراجعه به منوی تایید دریافت انتقال چک، با وارد کردن اطلاعات شناسه صیادی ۱۶ رقمی مندرج در برگه چک دریافتی و مشاهده اطلاعات چک ثبت شده به نفع خود، عملیات تایید دریافت چک/انتقال چک به شخص ثالث را انجام دهد. به عنوان مثال، چنانچه متقاضی تایید چک به خودپرداز بانک X برای انجام عملیات تائید/انتقال مراجعه می‌کند، الزاما با استفاده از کارت بانکی صادرشده توسط بانک X می‌تواند نسبت به تایید و یا انتقال چک اقدام کند. این عملیات می‌تواند درخصوص هر چک صادرشده از شبکه بانکی انجام پذیرد.

فرصت امروز: اسکناس سبیز آمریکایی بعد از سه کانال‌شکنی مهم و چشمگیر در اولین ماه زمستان و پس از آنکه از مرز روانی ۳۰ هزار تومان در اولین روز دی ماه به کمرکش کانال ۲۷ هزار تومان در آخرین روز ماه گذشته رسید، حالا چند روزی است که در حوالی مرز ۲۸ هزار تومان در حال نوسان است. به اعتقاد کارشناسان، موج افزایشی دلار با شیب ملایم در این روزها واکنشی است که بازار ارز در نبود سیگنال‌های مثبت از مذاکرات وین از خود نشان داده است.

دیروز قیمت دلار بالاخره بعد از چند روز مقاومت توانست کانال ۲۸ هزار تومان را فتح کند. این اسکناس آمریکایی روز یکشنبه با ۷۰ تومان افزایش خود را به نزدیک مرز ۲۸ هزار تومان رساند، اما از رسیدن به آن ناکام ماند. اما در روز دوشنبه سرانجام با رشد ۱۵۰ تومانی توانست وارد کانال ۲۸ هزار تومان شود و با رقم ۲۸ هزار و ۱۰۰ تومان معامله شود. به موازات افزایش قیمت دلار، قیمت سکه نیز بالا رفت و با رشد ۱۰ هزار تومانی نسبت به روز قبل به رقم ۱۲ میلیون و ۳۳۰ هزار تومان رسید. بدین ترتیب، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با قیمت ۱۲ میلیون و ۳۳۰ هزار تومان و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم با قیمت ۱۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۷۸۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۸۲۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۵۰ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا نیز ۵ میلیون و ۴۱۵ هزار تومان شد. قیمت انس جهانی طلا هم با هشت دلار کاهش، یک هزار و ۸۴۲ دلار و ۹۴ سنت معامله شد.

چسبندگی بالای قیمت در بازار ارز

در حالی که سکوت درباره مذاکرات وین شکسته شده و طرف‌های برجای اعلام کرده‌اند که در آستانه انتشار پیش‌نویس توافق‌نامه هستند، بازار ارز هنوز با اتخاذ سیاست احتیاط و سکون، واکنش چندانی به معادلات سیاسی نشان نمی‌دهد. چنانکه بهای هر دلار در صرافی‌های

به گفته رئیس کل بانک مرکزی، در ۱۰ ماه گذشته نزدیک به ۴۴ میلیارد دلار تامین ارز داشتیم و با توجه به شرایط موجود پیش‌بینی می‌شود این روند رو به رشد مثبت تداوم داشته باشد. علی‌صالح‌آبادی در پایان جلسه با اعضای کمیسیون اقتصادی مجلس در بانک مرکزی، با بیان اینکه تامین ارز انجام شده خوب بوده و با توجه به شرایط موجود پیش‌بینی می‌کنیم روند رو به رشد مثبت تداوم داشته باشد، گفت: یکی از محورهای جلسه امروز تحولات بازار از بود که براساس گزارش‌ها پیش‌بینی‌های مثبتی درخصوص این بازار وجود دارد. در این جلسه همچنین گزارشی از اجرای قانون سامانه‌های فروشگاهی به اعضای کمیسیون ارائه شد. در ماه‌های اخیر روند اجرای قانون سرعت خوبی داشت و مقرر شد تا پایان امسال عمده کار به پایان برسد، پایانه‌های فروشگاهی ساماندهی شود و پرونده‌های مالیاتی آنها در سازمان امور مالیاتی تشکیل شود.

به گزارش ایسنا، قانون جدید چک که از ابتدای سال جاری لازم‌الاجرا شد، ثبت و صدور چک را به ثبت در سامانه صیاد ملزم و نقل و انتقال چک را از طریق پشت‌نویسی ممنوع کرد. بانک مرکزی در راستای پیاده‌سازی این قانون، روش‌های متنوعی را برای ثبت، تأیید و استعلام چک‌های صادرشده تدارک دید که شامل روش‌های حضوری و غیرحضوری می‌شوند. روش‌های کاملا غیرحضوری که همزمان با شروع توزیع چک‌های صیادی جدید عملیاتی شده‌اند شامل ارائه خدمات ثبت، تأیید و استعلام چک به وسیله برنامه‌ک‌های تلفن همراه اعم از برنامه‌ک‌های پرداختی، همراه بانک‌ها و فضای اینترنت بانک‌ها است. کاربران می‌توانند مراحل موردنیاز را از این سه روش بدون مراجعه حضوری به شعب بانک یا خودپردازها انجام دهند. اما از آنجا که امکان ثبت و صدور چک در سامانه صیاد به صورت

نماگر بازار سهام



فرآیند اخذ مالیات بر ارزش افزوده و اهداف آن تشریح شد

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران گفت اخذ مالیات بر ارزش افزوده به میزان ۹ درصد از دیرباز در کشور اجرا می‌شده و مزیت آن این است که از کلیه حلقه‌های یک زنجیره ارزش حلقه به حلقه دریافت و منتقل می‌شود.

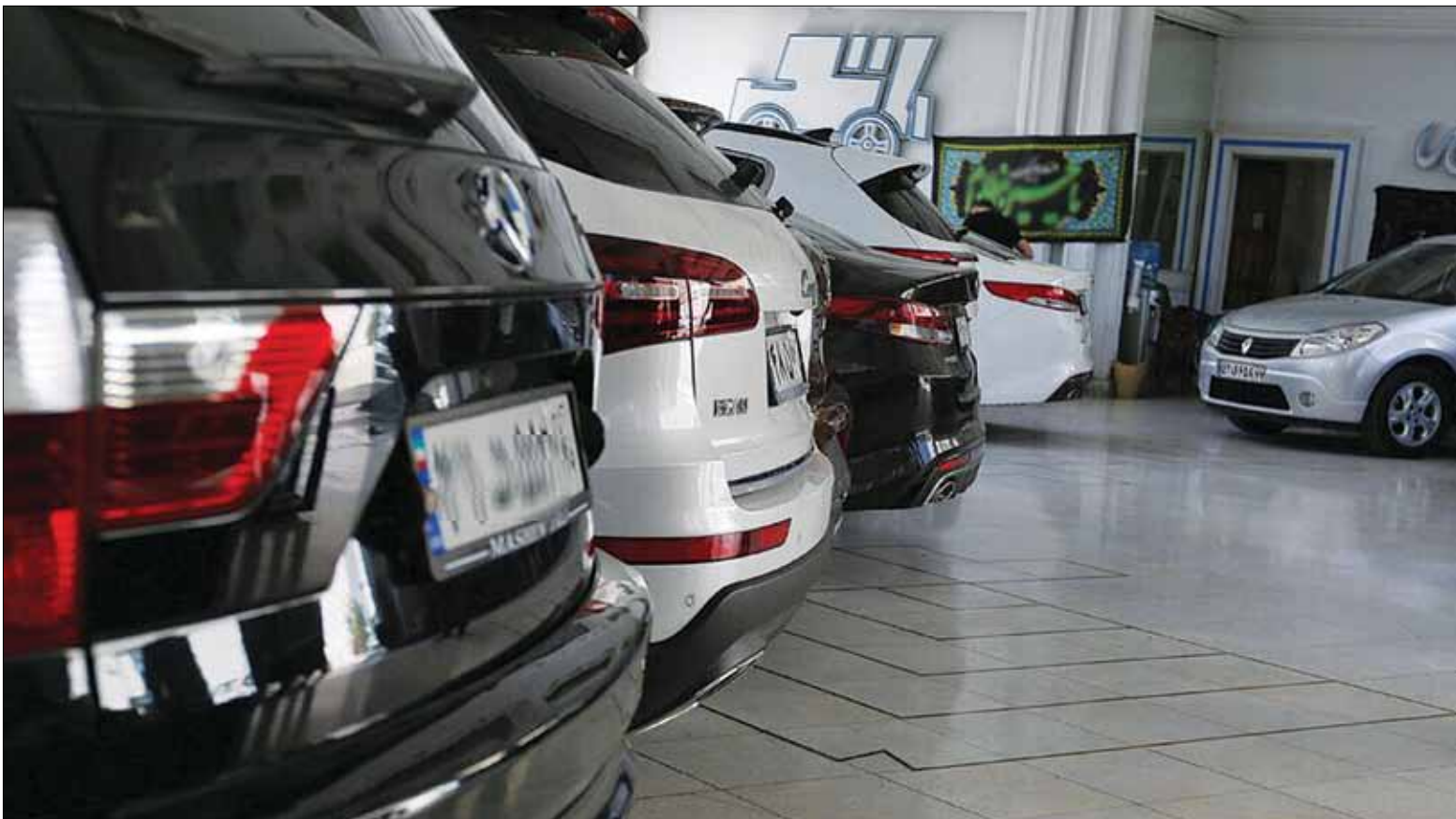
آرمان خالقی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، افزود: نکته حائز اهمیت در مبحث مالیات بر ارزش افزوده این است که حلقه دریافت مالیات تا مصرف‌کننده نهایی ادامه داشته باشد. اگر در زمان فروش محصول، قیمت تمام شده به اضافه ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده به حلقه بعدی منتقل شود، در این صورت زیانی متوجه تولیدکننده بابت پرداخت مالیات نخواهد بود. عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران گفت: اگر از ابتدای چرخه تولید تا مصرف، مالیات بر ارزش افزوده به درستی اخذ و پرداخت شود، چرخه پرداخت نمی‌شکند و در نهایت مصرف‌کننده نهایی، خودرویی با قیمت ۱۰۰ میلیون تومان را ۱۰۹ میلیون تومان خریداری کرده و ۹ میلیون تومان ارزش افزوده پرداخت می‌نماید.

خالقی درخصوص مزایای پرداخت مالیات تصریح کرد: اداره امور کشور از طریق دریافت مالیات، وابستگی اقتصاد به نفت و امثال آن را کاهش می‌دهد و همچنین دولت را موظف به پاسخگویی در برابر مطالبات شهروندان خواهد کرد.

وی ادامه داد: اگر مالیات به شکل عمومی دریافت شود و امکان فرار از پرداخت آن فراهم نشود، مشکلی ایجاد نخواهد شد، اما اگر به عنوان مثال یک کالای قاچاق بدون پرداخت مالیات وارد زنجیره خودروسازی اعم از بخش تولید یا خدمات پس از فروش شود، ظلم و بی‌عدالتی اتفاق افتاده به طوری که بخشی که خود را از زنجیره مالیات بر ارزش افزوده خارج نگه داشته، به میزان ۹ درصد سود بیشتری عایدش می‌شود بنابراین باید به نحوی عمل کرد که چتر مالیاتی تمامی بخش‌ها را تحت پوشش قرار بدهد.

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران درخصوص اخذ مالیات بر نقل و انتقال به میزان یک درصد برای خودروهای داخلی و ۲ درصد برای خودروهای وارداتی با توجه به افزایش مداوم قیمت خودرو برای مصرف‌کنندگان و همچنین زیاندهی خودروسازان ناشی از فروش کمتر از قیمت تمام شده بیان کرد: قیمت خودرو هر چقدر افزایش یابد، دولت به عنوان ذی‌نفع از گرانی خودرو منتفع خواهد شد، اما در مجموع با توجه به اینکه در مرحله نقل و انتقال از همگان اخذ می‌شود اختلاقی ایجاد نمی‌کند.

خالقی در پایان خاطر نشان کرد: افزایش قیمت شامل کلیه کالاها و همچنین برای عموم مصرف‌کنندگان است حتی مبالغی تحت عنوان حق‌التحریر، حق عوارض آلایندگی، عوارض شهری، سال ساخت و محدوده زمانی الزام به پرداخت عوارض در مالیات بر ارزش افزوده مستتر و احصا شده و این نوع مالیات به نوعی تجمیع مالیات‌ها و عوارضی بوده که به طرق مختلف و به تعدد اخذ می‌شود.



هرچند اندک ربه‌رو شوند تا بلکه شرایط برای خرید مهیا شود. صنعت خودرو این روزها با بحرانی بسیار جدی و عمیق روبه‌روست. انتقاداتی که به کیفیت خودروهای ایرانی وارد شد در کنار بالا بودن قیمت در عین کاهش شدید قدرت خرید همگی سبب شد صنعت خودروی ایران با نگاه نقادانه افکار عمومی مواجه شود.

بعد از توافق وین چه می‌شود؟

سیگنال‌های رسیده از وین نشان می‌دهد توافق به زودی حاصل خواهد شد. برخی گزارش‌های رسیده دلالت بر آن دارد که پیش‌نویس توافق قابل دستیابی است. میخائیل اولیانوف، مذاکره‌کننده ارشد روسیه در توییتی نوشت که گفت‌وگوهای ایران و هیأت‌های اروپایی به نقطه حساسی رسیده است و به زودی پیش‌نویس توافق وین تنظیم می‌شود. اینها همگی نشان‌دهنده آن است که توافق در وین قابل حصول است. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران، سعید موتمنی نیز بر این اعتقاد است که قیمت‌ها در این صورت دستخوش کاهش می‌شود. این در حالی است که معامله‌گران بازار به استناد اضافه شدن مالیات جدید به خریداران خودرو از کارخانه‌های خودروسازی از یک سو و مشخص نبودن امکان ورود یا عدم ورود خودروهای خارجی از سوی دیگر می‌گویند آینده واردات خودرو چندان روشن نیست و احتمالاً ریزش قیمت‌ها کمتر از انتظارات شکل گرفته در جامعه باشد.

هرچند برخی نمایندگان مجلس مکرر استناد به قطعی بودن واردات خودرو می‌کنند، تکلیف طرح واردات خودرو روشن نیست و این طرح برای سومین بار است که در کمیسیون تلفیق تصویب می‌شود و یا از شورای نگهبان برگشت می‌خورد و یا از مجمع تشخیص مصلحت

در حالی که معامله‌گران از توقف معاملات در بازار خودرو خبر می‌دهند، برخی فعالان این بازار در فضای مجازی شگردی تازه را برای پیشگیری از ریزش قیمت در دستور کار قرار داده‌اند. به گزارش خبرنگار آنلاین، بازار خودرو تحت تأثیر دو اتفاق مهم قرار دارد، از یک سو رکود شدید بازار این انتظار را در میان خریداران و فعالان ایجاد کرده که بهای خودرو دستخوش کاهش شود. از سوی دیگر مذاکرات وین با مخایره سیگنال مثبت، سبب شده است احتمال ریزش قیمت‌ها حتی از سوی رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران مطرح شود.

قیمت خودرو در هفته‌های اخیر رشدی قابل توجه را تجربه کرده و گزارش‌ها نشان می‌دهد پراید حتی قیمت باورنکردنی ۱۹۱ میلیون تومان را نیز در کارنامه خود ثبت کرده است با این حال گزارش‌های رسیده نشان می‌دهد خرید و فروش چندان بر این قیمت‌ها صورت نمی‌گیرد.

خبرنگار خبرنگار آنلاین در تماس با آگهی‌دهندگان برای اطلاع از قیمت‌ها دریافت که بخش مهمی از آنها حاضر به تخفیف در صورت خرید قطعی هستند، اما بالا نگه داشتن قیمت با این هدف صورت می‌گیرد که اگر کاهش قیمتی در اثر توافق وین رخ داد، بهای خودرو کاهش چندان بزرگی را تجربه ننماید. یک آگهی‌دهنده در بازار که قیمتی بالاتر از هفته گذشته را برای خودروی خود در آگهی برگزیده بود در پاسخ به این سوال که دلیل بالا رفتن قیمت چیست؟ گفت: جای تخفیف گذاشتیم.

از سوی دیگر خریداران خودرو نیز منتظرند قیمت‌ها با کاهش

نوبت اول

آگهی مناقصه و فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره ۴۰۰/۱۷۷ م

شناسه آگهی: ۱۲۶۶۰۷۶

شرکت تولید نیروی برق رامین در نظر دارد مناقصه خرید دو دستگاه ابرهتر جهت بازسازی استارت بویلر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شرکت های واجد صلاحیت واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۲۰۰۰۰۵۵۳۴۰۰۰۰۲۹

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۶ می باشد. هزینه خرید اسناد مناقصه از طریق سامانه: ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال

مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۵۷۰/۹۷۵/۰۰۰ ریال

آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۹:۰۰ روز دوشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۱

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۰۹:۰۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷

زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۰۹:۳۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف، ب و ج: آدرس: اهواز بلوار آیت الله بهبهانی- ابتدای بلوار شهید نواب صفوی - معاونت بهره برداری- شرکت تولید نیروی برق رامین و تلفن: ۳۲۲۴۲۸۳۵ و ۰۶۱-۳۲۲۶۶۸۰۶

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: هم-کرت تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷-۸۸۹۳۷۶۸-۰۲۱

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات

پایگاه اطلاع رسانی معاملات شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۰۶

شرکت تولید نیروی برق رامین- امور تدارکات

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۵

۲۸۲

FR-CO-39/00

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۲۶۱۰۵۷

فراخوان ارزیابی کیفی



شرکت گاز استان کرمانشاه در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی خرید ۵۰۰۰۰ متر لوله پلی اتیلن ۱۶۰ میلیمتری به شماره ۰۰۰۰۰۱۳۳۹۰۰۰۰۰۷ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. شرایط مناقصه گر: داشتن شخصیت حقوقی، تجربه مرتبط، توانایی رعایت استانداردهای شرکت ملی گاز، داشتن امکانات و نیروی متخصص به تعداد کافی، توانایی تهیه و تسلیم ضمانتنامه، داشتن صورتهای مالی حسابرسی شده توسط سازمان حسابرسی و یا جامعه حسابداران رسمی.

لازم به ذکر است کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) انجام خواهد شد و مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی باید مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۱۴۰۰/۱۰/۲۷ می باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد اعلام ارزیابی کیفی از سایت: ساعت ۱۶:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۷

مهلت زمانی ارسال پاسخ اعلام ارزیابی کیفی: ساعت ۱۶:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۸

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس: کرمانشاه، میدان آزادی، ابتدای بلوار شهید بهشتی شرکت گاز استان کرمانشاه طبقه اول اتاق ۲۱۵ یا پایگاه اطلاع رسانی الکترونیکی (WWW.NIGC-KShir) مراجعه نمایند و یا با تلفن ۰۸۳-۳۴۲۸۳۲۸۳ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۰۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۵

۲۷۶

روابط عمومی شرکت گاز استان کرمانشاه

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۲۶۳۸۶۷

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی ساده (شماره: ۸۷۱۰۰۰۴۱)



- ۱- کد فراخوان در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات: ۵۳۱۰۷۰۲۴
- ۲- شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت: ۲۰۰۰۰۹۱۵۹۲۰۰۰۰۰۴۴ (مناقصه شماره: ۸۷۱۰۰۰۴۱) خرید اقلام تقاضای شماره: ۹۸۴۳۶۶۰
- ۳- موضوع مناقصه: تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی ساده (مناقصه شماره: ۸۷۱۰۰۰۴۱) خرید اقلام تقاضای شماره: ۹۸۴۳۶۶۰
- ۴- قلم مربوط به سنسورها و تجهیزات کنترل ارتعاش واحدهای الکتروکمپرسوری تاسیسات تبریز
- ۵- میزان و نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۵۰۳۶۵۰۰۰۰ ریال مطابق بند الف ماده ۶ آیین نامه تضمین معاملات دولتی (تصویب نامه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ در تاریخ ۱۳۹۲/۰۹/۲۴) در وجه شرکت انتقال گاز ایران، منطقه ۸ عملیات انتقال گاز
- ۶- آخرین مهلت دریافت (داللود) اسناد تجدید مناقصه و فرمها: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۳ ساعت ۱۴:۰۰
- ۷- آخرین مهلت عودت (بارگذاری) اسناد تجدید مناقصه و فرمها: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷ ساعت ۱۴:۰۰
- ۸- زمان گشایش پاکت: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۱ ساعت ۱۱:۰۰ اتاق کمیسیون مناقصات، جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت اینترنتی www.nigcdist8.ir مراجعه فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۰۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۵

۲۷۷

روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

در نشست کارگروه شورای گفتگوی آذربایجان شرقی عنوان شد؛

تشکل های اقتصادی مکلف به ارائه آموزش به اعضای خود هستند



وی بروز تمامی مشکلات را به دلیل عملیاتی نشدن سامانه مالیاتی دانست و افزود: در صورت عملیاتی شدن این سامانه آمار و اطلاعات اجناس وارداتی ثبت خواهد شد و دوباره درخواست پرداخت ارزش افزوده نمی شود. رئیس امور حسابرسی مالیاتی استان نیز گفت: براساس ماده ۹۷ و ۹۸ قانون، نحوه دقیق رسیدگی مالیاتی به طور کامل مشخص شده و ما فراتر از قانون عمل نمی کنیم. براین اساس شرکت مکلف است دفاتر روزنامه و دفتر کل را به ثبت رساند و فاکتور خرید، فاکتور فروش و قراردادهاراد در دفاتر ثبت کند. یعقوب سلطانی تاکید کرد: شرکت باید ارزش افزوده را براساس فاکتور فروش هر ۳ ماه یک بار همراه با اظهارنامه خود به سازمان امورمالیاتی تحویل دهد بنابراین در پایان سال تا تیرماه سال بعد فرصت تکمیل دفتر روزنامه، دفتر کل و غیره را دارد. ارقامی که در اظهارنامه نیاز است، افزوده و به صورت الکترونیکی به سازمان امور مالیاتی ارسال کند. رئیس امور حسابرسی مالیاتی ادامه داد: بعد از ارسال اظهارنامه ما قانونا مکلف هستیم درخواست اسناد و مدارک از مودی داشته باشیم که متاسفانه حدود ۱۰ درصد از شرکت های آسانسور به مسا دفاتر خود را ارائه می دهند و یا دفاتری که ارائه می دهند به دلیل این که کامل نیست قابل استناد نمی باشد. سلطانی افزود: برای شرکت

آذربایجان شرقی – **ماهان فلاح:** مراتب اعتراضی اعضای اتحادیه کشوری آسانسور و پله برقی و نحوه رسیدگی و اخذ مالیات بر ارزش افزوده از این صنف توسط ماموران امور مالیاتی در جلسه کار گروه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی مورد بررسی قرار گرفت.

جلسه کارگروه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی به منظور « بررسی نحوه رسیدگی و اخذ مالیات بر ارزش افزوده از اعضای اتحادیه کشوری آسانسور و پله برقی توسط ماموران امور مالیاتی» در اتاق تیریز برگزار شد. عضو هیات مدیره اتحادیه کشوری آسانسور و پله برقی در این جلسه گفت: طبق ماده ۲۳۷ قانون مالیاتی، بر گره تشخیص مالیاتی باید بر اساس مآخذ صحیح و متکی به دلایل و اطلاعات کافی باشد ولی در خصوص صنف ما به این بند توجهی نمی شود.

خسرو زارعی افزود: گاهی اوقات مشاهده می شود پرونده ها به دلیل صدور ناعادانه برگ تشخیص، نزدیک ۱۰ سال معلقه است. مالیات بر ارزش افزوده نیز یکی از موضوع هایی بوده که پرداخت آن برای این صنف خارج از توانایی آن ها است. وی ادامه داد: این موضوع باعث شده اکثر فعالان این صنف اقدام به ابطال مجوز خود کنند که در این زمینه اجرای قرار دادهای صنف آسانسور زمانبر است.

زارعی با بیان این که برخی از پروژه ها در اواسط کار به علت کسری بودجه با توقف عملیاتی مواجه می شوند، اظهار کرد: متاسفانه ماموران اداره امور مالیاتی استان بدون بررسی فاکتور فروش، اسناد و دفاتر شرکت، عملکرد شرکت آسانسور را در اداره استاندارد استعلام می کنند و براساس گواهی استاندارد صادر شده، فروش و درآمد لحاظ می کنند که این موضوع مشکلاتی را برای فعالان این صنف ایجاد کرده است.

اتابک نیرومندی، عضو اتحادیه کشوری آسانسور و پله برقی نیز گفت: با توجه به این که ۸۵ درصد قطعات آسانسور وارداتی است بنابراین در زمان ترخیص این قطعات، ارزش افزوده آنها پرداخت شده است ولی در این زمینه به این موضوع توجه نشده و مجدد ارزش افزوده اخذ می شود.

شهردار قم:

مونوریل باید توسط بخش خصوصی تکمیل شود

انجام نشود. شهردار قم با اشاره به اینکه اعتبارسنجی و اهلیت سنجی سرمایه‌گذاران برای ورود به پروژه مونوریل باید ازجمله اقدامات سازمان سرمایه‌گذاری شهرداری قم باشد گفت: پیشنهادهایی هم از سوی برخی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی مطرح‌شده که باید به جد در دستور کار قرار گیرد. وی افزود: اگر بتوانیم مونوریل را به‌طور کلی واگذار کرده و دخالتی در این پروژه نداشته باشیم، یک موقعیت ایده‌آل خواهد بود. سقائیان‌نژاد اضافه کرد: پروژه مونوریل که موردبحث و نقد بوده به‌نوعی با توان بخش خصوصی تعیین تکلیف می‌شود.

مونوریل قم به‌عنوان اولین خط مونوریل کشور به طول ۴/۷ کیلومتر



ساری – دهقان: مهندس حسینی کارنامی سرپرست شرکت توزیع نیروی برق مازندران گفت: برق ۱۵ روستای مازندران که به دلیل بارش سنگین برف روز جمعه که بخشی از آنان تا بامداد شنبه در خاموشی قرار



و با ۵ ایستگاه (در فاز اول) از سال ۱۳۸۸ آغاز به کار کرد و تاکنون به علت مشکلات اقتصادی و حقوقی به پایان نرسیده است. در سفر اخیر رئیس‌جمهور محترم به قم، مونوریل ازجمله پروژه‌هایی بود که مورد تأکید قرار گرفته و کار گروهی برای تعیین تکلیف آن تشکیل شد.

سرپرست شرکت توزیع نیروی برق مازندران عنوان کرد: رفع کامل خاموشی های برق روستاهای بالادست کوهستانی در گیر برف مازندران تا ساعاتی دیگر

روستاها برقرار شده است. حسینی کارنامی افزود: بارش سنگین برف و افتادن سر شاخه درختان در مناطق بالادست و صعب العبور کوهستانی بر روی شبکه‌های برق بیشترین علل خاموشی بوده است. وی بیان داشت: بیشتر مناطق بالادست کوهستانی هزار جریب بهشهر، آمل، نکا، کیاسر، محمادیاب و ارتفاعات سوادکوه به دلیل بارش سنگین برف و بسته بودن راه‌های اصلی و روستایی دچار مشکل برق‌رسانی بودند.

نشست رابطین خبری بادفتر روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان بر گزار شد

و بدون اطلاع از اقدامات انجام گرفته در درون سازمان، نمی‌توان خروجی مناسبی از فعالیت‌های گسترده شرکت و پشتیبانی‌هایی که برای وارد مدار کردن یک پروژه انجام می‌شود، اطلاع‌رسانی کرد. سرپرست دفتر روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: کار گسروه رابطین خبری با هدف ایجاد این تعامل و همکاری واحدهای مختلف شرکت با دفتر روابط عمومی تشکیل شده تا هم اقدامات انجام شده به اطلاع همکاران درون سازمان برسد و هم پوشش مناسبی از فعالیت‌های شرکت به رسانه‌ها داده شود. گفتنی است، در این نشست در خصوص چگونگی پوشش اخبار و فعالیت‌های خبری بحث و تبادل نظر صورت گرفت و مقرر شد که توانمند سازی رابطین خبری با برگزاری کلاس‌های آموزشی در دستور کار قرار گیرد.

بهره برداری از ۳۰ پروژه آب و فاضلاب در گیلان به مناسبت دهه فجر

و سایر ردیف ها برای اجرای این پروژه ها هزینه شده است. سید محسن حسینی افزود: جمعیتی بالغ بر ۶۳ هزار نفر از مزایای این ۳۰ پروژه بهره مند می شوند.

وی حجم عملیاتی این پروژه ها را شامل اجرای ۱۰۴ کیلومتر لوله گذاری خطوط انتقال و توزیع، بهسازی ۲ دهنه چشمه، احداث ۱۰ باب حوضچه، ساخت ۲ واحد ایستگاه پمپاژ آب، اجرای ۲۰ کیلومتر شبکه فاضلاب، نصب یک دستگاه پکیج تصفیه فاضلاب، نصب ۶۰۶ قره منپول فاضلاب و ساخت یک واحد ایستگاه پمپاژ فاضلاب عنوان کرد.

نیروهای خدماتی شهرداری گرگان در آزمون سرمای اول بهمن ماه سر بلند شدند

ادامه داد: برف تکانی از درختان سفیدپوش در محور ناهارخوران، کیسه پیچ نمودن درختان، کف شورهای آب پارکها، هرس درختان خضرلساز و درگیر با سیم های برق، پاشیدن ماسه در معابر پارکها از جمله اقدامات دیگر بودند.سبیطی خاطر نشان کرد: نیروهای عملیاتی و امدادی سازمان آتشنشانی و خدمات ایمنی نیز مانند همیشه با تمام توان در حالت آماده باش قرار گرفتندبه گفته وی، تیم های عملیاتی به موقع در محل بیش از ۲۰ مورد حادثه گزارش شده اعزام شدند که که ۱۶ مورد حوادث امروز مربوط به آبرگرفتنی منازل و معابر و ۶ مورد گرفتار شدن خودرو در خیابان به علت یازدنگی و لغزندگی جاده بودند.شهردار گرگان در ادامه گفت: ضمن اینکه موضوع آب گرفتگی در محل احداث پروژه زیرگذر افسران – انجیراب نیز در زمان بهره برداری پروژه به طور کامل مرتفع خواهد شد.

یادداشت

وقتی که رسانه ها و اهالی فرهنگ و هنر می توانند ناجی باشند



ایلام- هدی منصوری:نگاهی به زندگی بشر در پهنه گیتی نشان می دهد که انسانها همواره باثبوهی از ناملایمات دست به گریبان بوده است. یکی از پدیده های خطرناکی که نسل بشر را در معرض سقوط و انحطاط روانی اخلاقی، جسمانی و قرار می دهد اعتیاد به مواد مخدر است که شاعاع آن از فرد و خانواده عبور می کند و کلیت جامعه را درگیر می سازد و رسانه ها می توانند با استفاد از مقبولیت اجتماعی خود نقش ناجی را ایفا کنند.

آگاه سازی و نشان دادن پیامدهای سوء و مخرب موادمخدر یکی از راه های موثر برای کاهش این معضل است که رسانه ها به عنوان یک وسیله ارتباطی مهم

در این مبارزه نقش مهمی دارند. امروزه به واسطه گسترش تکنولوژی های ارتباط جمعی و اثر بخشی آن ها، آموزش و پیشگیری از اعتیاد آسانتر شده است و در این بین رسانه ها ابزار مناسبی برای آموزش، آگاهی بخشی و جلب مشارکت عمومی برای پیشگیری از اعتیاد هستند. در زندگی امروزه می بینیم که اعتیاد به مواد مخدر به عنوان یکی از مهم ترین معضلات اجتماعی جامعه به شمار می رود، وجود معتادان به مواد مخدر در جامعه علاوه بر تحمیل هزینه های بسیاری که صرف مبارزه و برخورد‌های قضایی و انتظامی با معتادان می شود به روشنی مشخص کرده است که این گونه برخوردها و طرح ها، راه حل های قطعی در درمان این معضل مهم نیست. مطالب و نوشته های رسانه ها در نشریات مکتوب و غیرمکتوب علاوه بر اینکه بخشی از اوقات فراغت افراد جامعه را پر می کند، موجب خواهد شد که بخشی از حقایق و پیامدهای آشکار و پنهان اثرات آسیب ها خصوصا بلاهای خانمان سوزی که به واسطه اعتیاد می تواند برای یک فرد رخ دهد را به طور همزمان روشن کند؛ و همین امر باعث افزایش آگاهی می شود.

در زندگی امروزه می بینیم که اعتیاد به مواد مخدر به عنوان یکی از مهم ترین معضلات اجتماعی جامعه به شمار می رود، وجود معتادان به مواد مخدر در جامعه علاوه بر تحمیل هزینه های بسیاری که صرف مبارزه و برخورد‌های قضایی و انتظامی با معتادان می شود به روشنی مشخص کرده است که این گونه برخوردها و طرح ها، راه حل های قطعی در درمان این معضل مهم نیست.

مطالب و نوشته های رسانه ها در نشریات مکتوب و غیرمکتوب علاوه بر اینکه بخشی از اوقات فراغت افراد جامعه را پر می کند، موجب خواهد شد که بخشی از حقایق و پیامدهای آشکار و پنهان اثرات آسیب ها خصوصا بلاهای خانمان سوزی که به واسطه اعتیاد می تواند برای یک فرد رخ دهد را به طور همزمان روشن کند؛ و همین امر باعث افزایش آگاهی می شود.

در زندگی امروزه می بینیم که اعتیاد به مواد مخدر به عنوان یکی از مهم ترین معضلات اجتماعی جامعه به شمار می رود، وجود معتادان به مواد مخدر در جامعه علاوه بر تحمیل هزینه های بسیاری که صرف مبارزه و برخورد‌های قضایی و انتظامی با معتادان می شود به روشنی مشخص کرده است که این گونه برخوردها و طرح ها، راه حل های قطعی در درمان این معضل مهم نیست.

دست خالی شهر بن چهار محال وبختیاری هنگام بارش باران



شهرکرد- خبرنگار فرصت امروز: مسئول خدمات شهری شهرداری بن، گفت: این شهر نیازمند یک خودروی بیل‌مکانیکی است. سعید ایزدی ، اظهار کرد: هنگام بارش باران و آب گرفتگی معابر شهرداری فاقد یک دستگاه خودروی بیل مکانیکی است. وی افزود: در این مواقع شهروندانی که دارای خودروی بیل مکانیکی هستند به کمک شهرداری می آیند و اگر این افراد نیازمند دست شهرداری خالی است که گاهی هم این افراد در شهر نبوده و امکان حضور ندارند مسئول خدمات شهری شهرداری بن تصریح کرد: شهر بن مرکز شهرستان بن بوده و تویوگرافی آن پلکنی است؛ لذا آب باران که از یک کوچه عبور می‌کند اگر به درستی هدایت نشود وارد واحد مسکونی در کوچه دیگری می‌شود؛ اگر اعتبار لازم برای خرید این خودرو در اختیار شهرداری قرار گیرد سهم مشارکت هم پرداخت خواهد شد. وی ادامه داد: در موقعیت جغرافیایی شهر بن اگر آب گرفتگی رخ دهد یک بیل‌مکانیکی سنگین لازم است؛ این شهرداری به چند روستا نیز هنگام حادثه خدمات ارائه می‌دهد لذا باید از بروز موضوعات ناخوشایند جلوگیری کرد. اظهار کرد: مدیریت بحران شهرستان هم این خودرو را ندارد تا در مواقع بارش نزولات آسمانی امدادرسانی کند. وی اضافه کرد: اگر این خودرو به صورت امانت در اختیار شهرداری قرار گیرد، یک راننده نیز به صورت شبانه‌روزی برای خدمات‌رسانی به مردم به کار گرفته می‌شود تا هدایت آب‌های سطحی و آب گرفتگی معابر انجام شود. مسئول خدمات شهری شهرداری بن، گفت: شهرداری باید در هنگام تمامی حوادث از جمله زلزله، یخبندان و آب گرفتگی معابر امدادی لازم را داشته باشد

رئیس اداره محیط زیست ملارد شهرستان ملارد؛

فعالیت صنایع وتردد خودروهای زیاد، مهمترین عامل آلودگی هوای شهرستان ملارد

غرب استان تهران – غلامرضا جباری: مهناز مدیریان در جمع خبرنگاران ، مهمترین عامل آلودگی هوای شهرستان ملارد بویژه بخش صفاداشت را فعالیت صنایع و تردد خودروهای زیاد در این منطقه ذکر کرد. وی افزود ؛ شهرستان ملارد هم مرز با سه استان، تهران، البرز و مرکزی میباشد . تردد خودروها به ویژه خودروهای سنگین و باری و همچنین حضور تعداد بیشمار مراکز صنعتی، باعث افزایش میزان آلودگی هوای شهرستان به خصوص بخش صفاداشت هستند. رئیس اداره محیط زیست شهرستان ملارد با بیان اینکه تا ۶۰ درصد از مقدار آلودگی هوا به تردد خودروها مربوط است افزود: متاسفانه در خارج کردن خودروهای فرسوده و نوسازی ناوگان حمل و نقل و رانندگی عقب ماندگی وجود دارد که همین موضوع دلیل مهمی برای افزایش سطح آلایندگی هو می باشد. پیشنهادمی گردد معاینه فنی خودروها با جدیت انجام شود تا با این کار ، میزان آلودگی هوا کاهش یابد.

به مناسبت ولادت حضرت فاطمه زهرا و روز زن صورت گرفت؛

کاشت در ختان پلاک گذاری شده در شهرداری منطقه ۴



بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش مدیریت ارتباطات وامور بین الملل شهرداری بندرعباس، با حضور یعقوب دبیری نژاد عضو شورای اسلامی شهر بندرعباس، مهدی نوبانی شهردار بندرعباس، سرپرست حراست شهرداری بندرعباس و مدیرشهرداری منطقه ۴ مراسم درختکاری برای تکریم مادران منطقه چهار در حاشیه بوستان جهانگردی برگزار شد. مهدی نوبانی با تبریک ولادت حضرت فاطمه زهر(س) به همه بانوان ومادران این سرزمین، گفت: برای تکریم از مادران بزرگوار و ولادت حضرت فاطمه (س) ۶۰ نهال درخت نارگیل پلاک گذاری شده به نام بانوان شافعل در منطقه ۴ کاشته شد. شهردار بندرعباس بیان کرد: درخت نماد سرافرازی وایستادگی و سر سبزی است واین نماد سربلندی می تواند الگوی مناسبی برای انسان باشد و مسئلهی درخت و حفظ پوشش گیاهی نیازمند توجه جدی هستند.

نشست مشترک همکاری سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی با سازمان بسیج سازندگی برای محرومیت زدایی



اراک- فرناز امیدی: به گزارش روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی ، سرپرست سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی در نشست مشترک سازمان جهاد کشاورزی با سازمان بسیج سازندگی برای محرومیت زدایی خاطر نشان کرد، ما استان توانمندی هستیم و می‌توانیم در زمینه مسائل بخش کشاورزی بخصوص آب و خاک چاره اندیشی کنیم. ما باید از منابع آب و خاک و سایر بخش ها به درستی استفاده کنیم و بهره برداری بهینه داشته باشیم و تلاش نماییم ضریب خود اتکایی را بالا ببریم. صفری افزود : با عنایت به وجود روحیه جهادی، روحیه انقلابی، توان فنی و تخصصی، ماشین آلات و ظرفیت اعتقادی در بسیج سازندگی، توانایی ما همکاری مشترک در بالا بردن ضریب خود اتکایی کشور که مورد تاکید مقام معظم رهبری

هم هست گام های اساسی برداریم. وی بیان داشت: قرار گرفتن این ظرفیت‌ها در کنار هم، منجر به رفع مشکلات مردم در مناطق روستایی شود و این رویه در استان‌ها تسری یافته و درسال ۱۳۹۹ و سال ۱۴۰۰، شاهد اجرای پروژه‌های توافق شده به صورت هم افزا و هماهنگ باشیم. در ادامه جلسه ، محترمی رئیس بسیج سازندگی و رئیس ستاد راهبری و محرومیت‌زدایی استان مرکزی گفت: بسیج سازندگی با الگوبرداری از روحیه جهاد، ایثار و فداکاری رزمندگان اسلام اکنون به عنوان منادی گفتمان انقلاب و مدافع آرمان بلند محرومیت زدایی در نقاط محروم کشور از جمله استان مرکزی خدمت رسانی می‌کند. وی افزود: ستاد راهبری و محرومیت‌زدایی استان مرکزی بعد از تأسیس، یکی از منبای‌ترین محورهای انقلاب اسلامی بود که بحث حل شکلات مردم، کاهش فاصله طبقاتی و رفع تبعیض را سرمنشاء اهداف خود میدانست. محترمی عنوان کرد: این ستاد دنبال استفاده کردن از ظرفیت دستگاه‌های دولتی و غیر دولتی است و هم‌افزایی کردن این ظرفیت ها را برای حل مشکلات مردم بکار میگیرد. رئیس بسیج سازندگی استان مرکزی بیان داشت: هدف بعدی ستاد راهبری محرومیت‌زدایی استان استفاده از ظرفیتی که همچنین نقش دارد به مردم در اجرایی کردن برنامه ها و حل مشکلات و کم کردن فاصله طبقاتی آنان است. محترمی درخصوص مشخص شدن وضعیت اطلس محرومین گفت: شفاف سازی لیست اطلس محرومین در استان مرکزی به خصوص در بخش کشاورزی در نظر ستاد راهبری محرومیت‌زدایی است تا معیارهای اجتماعی، اقتصادی و محیطی آن مورد بررسی قرار گیرد و در این سه حوزه به یاری مردم محروم در بخش کشاورزی با کمک سازمان جهادکشاورزی خواهیم رفت.

مدرسه مدیریت

خلق برنامه بازاریابی در ۵ گام

به قلم: ریکا ریزبیراتو /کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات -ترجمه: علی آل علی

آیا شما هم مانند بسیاری از بازاریاب‌های دیگر به‌طور سالاانه در برنامه بازاریابی‌تان تجدیدنظر کرده یا آن را مورد ارزیابی قرار می‌دهید؟ اگر پاسخ‌تان به این سوال مثبت است، شما تنها نیستید. دلیل این امر نیز پیگیری فرآیند جدید نظر درباره وضعیت بازاریابی برند از سوی شمار بالایی از کارآفرینان است. چنین امری به شما برای تاثیر گذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس تان برای تعامل بهینه با مخاطب هدف را به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. توسعه کسب و کار و جلب نظر مخاطب هدف با استفاده از الگوهای بازاریابی قدیمی همیشه امری غیرممکن خواهد بود. چنین نکته‌ای در اغلب اوقات انگیزه اصلی برای بهبود فعالیت بازاریابی از سوی کارآفرینان را شکل می‌دهد. بر این اساس اگر شما هم به دنبال بهینه‌سازی فعالیت بازاریابی‌تان در ماههای پیش رو هستید، ارزیابی دوباره در برنامه بازاریابی و خلق یک برنامه حرفه‌ای ایده ضروری خواهد بود. چنین امری به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به شکلی حرفه‌ای کمک خواهد کرد. مهمترین چالشی که پیش روی برندها برای بهبود برنامه بازاریابی‌شان قرار دارد، مسئله نحوه اجرای این امر مهم است. چنین نکته‌ای باید به‌طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر برندها قرار داشته باشد. بدون شک طراحی یک برنامه بازاریابی نادرست نه تنها مشکلی از برندها حل نمی‌کند، بلکه به دامنه مشکلات آنها اضافه هم خواهد کرد. به همین خاطر شما باید همیشه از بهترین توصیه‌های ممکن در مسیر توسعه کسب و کارتان براساس الگوهای مختلف بازاریابی سود ببرید. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات و تکنیک‌ها برای طراحی برنامه بازاریابی به‌طور حرفه‌ای است. در ادامه این نکات در قالب یک گام اساسی مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. با این حساب اگر شما هم برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان با مشکل رو به رو هستید، باید طراحی برنامه بازاریابی را مدنظر قرار دهید. نکات مورد بحث در این مقاله کمک شایانی به شما برای بهبود این امر خواهد کرد.

ارزیابی شرایط بازار و برند:شما پیش از اینکه وارد عرصه بازاریابی شوید، باید ارزیابی دقیقی از وضعیت برندگان داشته باشید. این امر برای کسب و کارها فرصت بسیار خوبی به منظور شناسایی وضعیت‌شان و همچنین هدف گذاری مطابق با آن خواهد بود. متأسفانه بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر بدون ارزیابی وضعیت‌شان وارد عرصه بازاریابی می‌شوند. نتیجه این امر در اغلب موارد مواجهه با شکست‌های سنگین و ناتوانی برای تاثیر گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. با این حساب اگر شما به دنبال پرزیر از چنین شرایطی هستید، باید همیشه حواس‌تان به این نکته مهم باشد، در غیر این صورت هرگز فرصت کافی برای تاثیر گذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان‌تان پیدا نخواهید کرد. مرحله بعدی در زمینه ارزیابی شرایط مربوط به تحلیل اوضاع بازار است. شما در این میان باید رفتار مشتریان و همچنین وضعیت رقبای‌تان را به‌طور قابل ملاحظه‌ای مورد ارزیابی و تحلیل قرار دهید. این امر نه تنها شرایط کلی بازار را به شما نشان می‌دهد، بلکه فرصت آشنایی با ترندهای تازه و کاربردی را نیز به همراه دارد. شما با چنین کاری به بهترین شکل ممکن امکان جلب نظر مشتریان‌تان را پیدا می‌کنید. بنابراین باید همیشه پیش از هر اقدامی در حوزه بازاریابی به این نکته مهم و اساسی توجه نشان دهید. خوشبختانه امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای تعامل با مشتریان و ارزیابی وضعیت رقبا در دسترس برندها قرار دارد. سادترین راهکار در این میان نظرخوابی از مشتریان است. این امر به سادگی هرچه تمام‌تر به شما فرصت تعامل با مشتریان را می‌دهد. به این ترتیب حتی اگر مشکلی در زمینه بازاریابی داشته باشید، این امر به ساده‌ترین وضعیت ممکن حل خواهد شد. ماجرا درباره تعامل میان برندها و اوعای تولید کلی بازار اندکی با تعامل میان برندها و مشتریان متفاوت است. این امر باید به‌طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر شما قرار گیرد، در غیر این صورت شاید هرگز شناخت درست از بازار را نیابا نکنید. امروزه شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف باید به‌طور مداوم شناخت‌تان از بازار را به‌روز رسانی کنید. این امر از طریق مطالعه گزارش‌های معتبر درباره وضعیت بازار یا همکاری با موسسه‌های بازاریابی معتبر صورت می‌گیرد. بنابراین شما باید همیشه این نکته مهم را مدنظر قرار دهید. بدون تردید بسیاری از برندها بودجه لازم برای ارزیابی مداوم شرایط با استفاده از همکاری مشاوره‌ای حرفه‌ای را ندارند. به همین خاطر دسترسی به داده‌های معتبر گزینه بهتری خواهد بود. این امر شما را نسبت به تاثیر گذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف با هزینه‌ای اندک توانمند خواهد کرد.

تعریف مخاطب هدف: بازاریابی بدون مشخص ساختن مخاطب هدف امری غیرممکن محسوب می‌شود. متأسفانه امروزه بسیاری از برندها بدون اینکه دامنه اصلی مخاطب هدف‌شان را مشخص سازد، وارد عرصه بازاریابی می‌شوند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار جذاب به نظر برسد، اما در نهایت شانس کسب و کارها در بازار را به شدت کاهش می‌دهد. عرصه بازاریابی جای مناسبی برای فعالیت بدون برنامه نیست، درست به همین خاطر شما باید از همان ابتدای فعالیت‌تان به خوبی مخاطب هدف برندگان را مشخص سازید، در غیر این صورت شاید محتوای بازاریابی‌تان به‌دست مخاطب نادرست برسد. چنین اتفاقی نه تنها هزینه اضافی روی دست برندگان قرار می‌دهد، بلکه توانایی‌تان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به شدت کاهش خواهد داد. تعریف مخاطب هدف اغلب اوقات کار دشواری نیست. شما در این فرآیند باید اول از همه مشتریان برندگان را مشخص سازید. این امر از طریق تعیین ویژگی‌های اصلی مشتریان برند صورت می‌گیرد. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه فروش تجهیزات ورزشی فعالیت دارید، مخاطب هدف‌تان قهرمانان حرفه‌ای و ورزشکاران آماتور خواهند بود. این امر به فرآیند بازاریابی شما نظم مشخصی داده و شرایط لازم برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را به‌طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید. یکی از راهکارهای مناسب برای تعریف مخاطب هدف طراحی پرسوای مشتری است. پرسوای مشتری به مجموعه‌ای از ویژگی‌های مشتریان و نکاتی که شما در مشتریان ایده آل برندگان جست و جوی می‌کنید، اشاره دارد. با این حساب اگر شما پیش از ورود به دنیای بازاریابی این نکات را مدنظر قرار دهید، شانس‌تان به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. شما برای طراحی پرسوای مشتریان می‌توانید به راحتی از انواع نظرسنجی‌های مستقیم نسبت به آنها سود ببرید. چنین امر شما را به منبع اطلاعاتی مهم و دست اولی نسبت به سلیقه و ترجیحات آنها وصل می‌کند. با این حساب دیگر مشکل اصلی برای طراحی پرسوای مشتریان و همچنین استفاده از آن برای بهبود برنامه بازاریابی‌تان پیش رو نخواهد بود. طراحی ایده هوشمندانه: هر برنامه بازاریابی باید همراه با اهداف مشخصی باشد. این امر به برند شما برای پیشبرد هرچه بهتر امور بازاریابی و در نهایت تاثیر گذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندهای بزرگ پیش از اینکه فعالیت بازاریابی‌شان را شروع کنند، اقدام به تعیین اهداف‌شان می‌کنند. بدون تردید اگر یک برنامه بازاریابی اهداف دقیقی نداشته باشد، هیچ شانسِی برای موفقیت هم نخواهد داشت. اشتباهی که بسیاری از برندها در زمینه تعیین اهداف بازاریابی می‌رتکب می‌شوند، مربوط به طراحی اهداف بازاریابی بیش از اندازه بلندپروازانه است. چنین امری توانایی برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را به‌طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار می‌دهد. شما به این ترتیب شانسِی برای تعامل با مشتریان و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. یکی از شیوه‌های هدف گذاری برای برنامه بازاریابی تحت عنوان اسمارت (Smart) یا هوشمند شناخته می‌شود. در این شیوه طراحی اهداف بر روی نکاتی نظیر منحصربه‌فرد بودن، قابلیت اندازه‌گیری داشتن، دسترس پذیری، ارتباط با ماهیت برند و همچنین زمان‌بندی تاکید می‌شود. اگر شما در فرآیند طراحی اهداف بازاریابی‌تان به‌طور حرفه‌ای چنین نکاتی را مدنظر قرار دهید، فرآیند تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به‌طور قابل ملاحظه‌ای ساده‌تر خواهد شد. امروزه برخی از برندها با هدف گذاری بیش از اندازه بلندپروازانه در عمل فشار زیادی بر روی کسب و کارشان ایجاد می‌کنند. چنین امری در عمل موجب ناتوانی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و دسترسی به نتایج نامناسب در حوزه بازاریابی خواهد شد. با این حساب شما باید همیشه به دنبال استفاده درست از موقعیت‌های‌تان در زمینه بازاریابی با طراحی اهداف حرفه‌ای باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تعامل با مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن پیدا نکنید. کسب و کارهای امروزی به‌طور معمول برای هدف گذاری هوشمندانه در حوزه بازاریابی ابتدا چندین ایده و هدف متفاوت را طراحی کرده و سپس ارزیابی دقیقی نسبت به آنها انجام می‌دهند. در نهایت نیز تنها اهدافی که اعتبار بالا و هماهنگی قابل قبولی با اهداف برند داشته باشند، مورد تایید قرار خواهند گرفت. سایر اهداف نیز در این میان جایگاه مشخصی نخواهند داشت.

تحلیل تکنیک‌ها: تحلیل تکنیک‌ها راهکار دیگری برای تاثیر گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف خواهد بود. این امر به کسب و کار شما برای تاثیر گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط شما در بازار را به‌طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید. بدون تردید تمام برنامه‌های بازاریابی دارای نقاط ضعفی هستند. این امر باید برای شما به مثابه ماموریتی برای یافتن نقاط ضعف موردنظر جلوه‌گر شود. شما به این ترتیب فرصت کافی برای شناسایی نقاط ضعف برنامه بازاریابی برندگان را خواهید داشت. این نکته کمک قابل ملاحظه‌ای به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف خواهد کرد. تحلیل تکنیک‌های بازاریابی باید اغلب اوقات از طریق بررسی بازخوردهای مشتریان و همچنین در خواست از اعضای شرکت به‌طور مستقیم صورت گیرد. چنین امری شانس شما برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان را به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. شما به این ترتیب در تعامل با مشتریان همیشه از تکنیک‌های بازاریابی مناسب و برنامه‌ای به‌روز استفاده خواهید کرد. این امر نقش مهمی در بهبود وضعیت شما در تعامل با مشتریان خواهد داشت.

تعیین بودجه: آخرین مرحله در طراحی یک برنامه بازاریابی عالی مربوط به تعیین بودجه است. شما در این بخش با ارزیابی شرایط مختلف نسبت به تعیین بودجه به‌طور کار پزدی اقدام می‌کنید. چنین امری می‌تواند شان شما برای تاثیر گذاری درست بر روی مشتریان را به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد. گاهی اوقات برندها در این زمینه بودجه بیش از اندازه بالا یا بسیار کمی را مدنظر قرار می‌دهند. هر دو این موارد نقش مهمی در کاهش توانایی یک برند برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه بودجه‌ای مطابق با نیازهای برندگان طراحی نمایید. تعیین بودجه باید همیشه آخرین مرحله در طراحی برنامه بازاریابی باشد. این امر به شما فرصت بسیاری خوبی برای ارزیابی همه‌جانبه وضعیت‌تان و سپس اجرای برنامه با منابع مالی مناسب را می‌دهد.
منبع: هاب اسپات

فصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

| سه‌شنبه | ۵ بهمن ۱۴۰۰ | شماره | ۱۹۵۱ | 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: ۸۸۳۷۳۳۸

سامان آگهی‌ها: ۸۸۳۳۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

بهینه‌سازی محتوا برای موبایل در بازاریابی

شناس‌تان برای جلب نظر آنها را دوجندان می‌کند. با این حساب استراتژی بهینه‌سازی محتوا برای کاربران گوشی‌های هوشمند در عمل مزایای زیادی برای برندگان به همراه دارد.

المان‌های اساسی در بهینه‌سازی محتوا برای موبایل
هر استراتژی در دنیای کسب و کار برخی از اصول و پایه‌های اساسی را به همراه دارد. چنین امری به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شناس‌تان برای جلب نظر مشتریان را به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. هدف اصلی در این بخش مرور برخی از مهمترین نکات برای بهینه‌سازی محتوا به منظور جلب توجه کاربران گوشی‌های هوشمند خواهد بود. البته در ابتدای امر المان‌های مهم در این راستا را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

زمان بارگذاری

کاربران گوشی‌های هوشمند تمایل بالایی برای مشاهده سریع محتوای سایت و به‌طور کلی هرگونه پیامی از سوی برندها دارند.



اگر شما در این میان زمان زیادی را صرف طراحی محتوا کرده و در عمل فایل‌های سنگینی را پیش روی کاربران قرار دهید، شانس‌تان برای تاثیر گذاری بر روی این دسته از افراد به‌طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد. نکته مهم در این میان تمرکز شما بر روی استفاده از طرح‌ها و فایل‌های سبک برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف است. اگر این امر مدنظر شما قرار نگیرد، به هیچ وجه شانسِی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

هرچه زمان بارگذاری محتوای سایت یا دیگر پلتفرم‌های مربوط به برندگان کمتر باشد، شانس شما برای موفقیت عملی در بازار بیشتر خواهد شد. این امر در تحلیل نهایی وجهه برندگان را نیز در بازار مشخص می‌سازد. با این حساب دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به نحوه تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند.

تجربه کاربری در سایت

یکی از نکاتی که برای بسیاری از کاربران گوشی‌های هوشمند در رابطه با مرور مطالب و محتوای سایت‌ها مطرح است، میزان سادگی و هماهنگی آن با امکانات گوشی‌های هوشمند است. اگر شما نسخه‌ای برای گوشی‌های هوشمند در سایت‌تان نداشته باشید، بدون تردید بسیاری از کاربران این دستگاه‌ها را در همان نگاه نخست از دست می‌دهید. این امر می‌تواند شرایط بسیار دشواری برای شما به همراه داشته باشد.

اغلب اوقات وقتی شما قالبی برای کاربران گوشی همراه طراحی می‌کنید، این بخش به‌طور خودکار برای کاربران چنین دستگاه‌هایی فعال می‌شود. به این ترتیب بدون نیاز به هرگونه تلاش یا زحمت اضافه‌ای از سوی کاربران تجربه‌ای به شدت شخصی‌سازی‌شده و مناسب با امکانات دستگاه‌شان پیش روی آنها قرار می‌گیرد. این امر نقش مهمی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و بازاریابی بهینه خواهد داشت.

بهینه‌سازی تصاویر

نحوه نمایش تصاویر در رایانه‌های شخصی و گوشی‌های هوشمند به‌طور قابل ملاحظه‌ای با هم فرق دارد. این امر برای بسیاری از بازاریاب‌ها موضوع مهمی نیست، اما اگر شما به دنبال تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید به‌طور قابل ملاحظه‌ای این امر را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب‌تان پیدا نکنید. امروزه با افزایش سطح رقابت در بازارها حوزه بازاریابی دیجیتال نیز بسیار سخت‌تر از هر زمان دیگری شده است. با این حساب شما برای اینکه شانس کافی به منظور تاثیر گذاری بر روی مخاطب‌تان را داشته باشید، باید از همان ابتدای امر به دنبال بهینه‌سازی تمام بخش‌های سایت از جمله تصاویرش باشید. این امر اغلب اوقات به معنای کاهش حجم تصاویر برای بهینه‌سازی بخش‌های مختلف آنها در سایت است، در غیر این صورت شاید سرعت بارگذاری تصاویر در سایت شما به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده و ناراضیاتی کاربران را به همراه داشته باشد.

یادتان باشد شما در تمام مراحل بازاریابی و تولید محتوا می‌توانید از کارشناس‌های حرفه‌ای کمک بگیرید. این حساب هیچ دلیلی برای خجالت کشیدن یا پرسش از کمک گرفتن از دیگران وجود ندارد. این خجالت ناجیا می‌تواند شرایط شما را به‌طور قابل ملاحظه‌ای دشوار ساخته و شناس‌تان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را از بین برد.

طراحی صفحه سایت

طراحی صفحه سایت یکی دیگر از المان‌های مهم برای بهینه‌سازی محتوا برای گوشی‌های هوشمند است. این امر در بسیاری از مواقع برندها را به دردرسز انداخته و شانس‌شان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را نزدیک به صفر می‌کند. با این حساب شما برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان باید همیشه برنامه‌ای کاربردی در ذهن داشته باشید. این امر در برخی از موارد شامل

آپلود

بهینه‌سازی محتوا برای موبایل در بازاریابی

طراحی صفحه سایت به‌طور ویژه نیز می‌شود. این امر به معنای نمایش صفحه‌های مجزا برای کاربران موبایل است. موارد موردنظر در صفحه مخصوص کاربران موبایل باید شامل المان‌های سازگار با تجربه کاربری آنها و تلاش برای بهینه‌سازی سرعت بارگذاری است. با این حساب شما شانسِی به غیر از تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

تکنیک‌هایی برای بهینه‌سازی محتوا برای موبایل

اکنون که با المان‌های اساسی برای بهینه‌سازی محتوا برای کاربران گوشی‌های هوشمند آشنا شدید، باید سری هم به تکنیک‌های کاربردی در این حوزه بزنیم. این امر می‌تواند شناس شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

بهینه‌سازی ویدئو

ویدئوهایی که کاربران گوشی‌های هوشمند مایل به مشاهده‌شان هستند، باید به‌طور کامل در کادر موبایل‌شان قرار گیرد، در غیر این صورت شاید به خوبی توانایی تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکنند. چنین امری می‌تواند توانایی برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد. یادتان باشد با توجه به افزایش سرعت اینترنت و دسترسی بسیاری از کاربران گوشی به سرعت بالای اینترنت لازم نیست کیفیت ویدئویشان را به‌طور قابل ملاحظه‌ای کاهش دهید. در عوض با ارتقای کیفیت موردنظر کاربران بیشتری به محتوای سایت‌تان جلب خواهند شد.

استفاده از محتوای قابل جابه‌جایی

یکی از ترندهای اساسی در زمینه بهینه‌سازی محتوا برای کاربران گوشی‌های هوشمند مربوط به ایجاد امکانی برای جابه‌جایی محتوای موردنظر در سایت است. چنین امری شانس شما برای جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران را بالا می‌برد. امروزه اغلب مردم در دنیایی به شدت سریع زندگی می‌کنند، با این حساب وقتی حوصله مشاهده یک محتوای به نسبت طولانی را ندارند، کادر مربوط به جلوی یا عقب کردن محتوای موردنظر، به‌طور مشخص در ویدئو، کاربرد بالایی خواهد داشت. یادتان باشد ماجرا درباره فرمت‌های متن و تصویر نیز به همین شکل است. با این حساب شما باید یک کادر ویژه برای اسکرول محتوای‌تان طراحی کنید.

طراحی بخشی ویژه برای اسکرول محتوا می‌تواند بهترین نکته برای برندها باشد. این امر کاربران را نسبت به توجه شما به نیازهای‌شان و ریزبینی‌تان جلب خواهد کرد. با این حساب دیگر مشکلی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب‌تان باقی نمی‌ماند.

محتوای تعاملی

محتوای تعاملی به معنای ایجاد ساز و کاری برای دریافت بازخورد یا تعامل مشتریان در حین ارائه محتوای بازاریابی است. ایسن امر در برخی از موارد شامل بازاریابی همسره با طراحی یک بازی ساده در بئر سایت یا محتوای کلی برند است. با توجه به اینکه کاربران گوشی‌های هوشمند تمایل بالایی برای بازی کردن دارند، شما می‌توانید به بهترین شکل ممکن از این انگیزه کاربران برای تولید محتوا استفاده نمایید. به این ترتیب شناس‌تان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد.

نگارش محتوای کوتاه و خوانا

نگارش محتوای متنی برای کاربران موبایل یکی از دردرس‌های همیشگی بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. دلیل این امر نیز سلیقه متفاوت کاربران در این حوزه است. علی رغم تمام تفاوت‌ها و سلیقه‌های گوناگون کاربران، اگر شما در زمینه تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف از متنی ساده، کوتاه و خوانا سود ببرید، مشکل خاصی پیش روی‌تان نخواهد بود.

امروزه بسیاری از مردم برای مطالعه محتوای بازاریابی اول از همه به خوانا بودن آن توجه نشان می‌دهند. این امر تا حد زیادی مربوط به استفاده از فونت و رنگ پس‌زمینه مناسب برای محتوای برند است. با این حساب شما مشکل خاصی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. بنابراین شما باید به دنبال راهکارهایی برای تغییر رند فعالیت‌تان در این راستا باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکنید.

امروزه برخی از برندها برای جلب نظر مشتریان از محتوای طولانی بهره می‌برند. در این صورت شما باید یادتان باشد که مانند هر جای دیگری، در دنیای بازاریابی موبایلی نیز اولویت باید محتوای طولانی با فرمت ویدئو است. فرمت متن در این میان جذابیت زیادی، دست‌کم برای محتوای طولانی بازاریابی، ندارد.

استفاده از خدمات گوگل

استفاده از خدمات گوگل یکی از راهکارهای جذاب برای بهبود سطح کیفیت سایت و دیگر محتوای برند برای کاربران موبایل است. این امر توانایی شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و وضعیت‌تان را در مدت زمانی اندک متحول خواهد کرد.

امروزه گم‌گوگل برای سایت‌های مختلف امکان دسترسی به آمارهای مختلف را فراهم کرده است. یکی از این آمارها مربوط به میزان سازگاری سایت با تجربه کاربران موبایل است. اگر شما در این زمینه متنب باشید، سئوی سایت‌تان نیز به‌طور خودکار افزایش پیدا می‌کند. بنابراین همیشه برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف باید به این نکته مهم توجه نشان دهید، در غیر این صورت وضعیت‌تان به‌طور مداوم دشوار می‌شود.

بی‌شک بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف همیشه امر دشواری محسوب می‌شود. این امر در زمینه دنیای گوشی‌های هوشمند نیز سختی‌های خاص خودش را دارد. بنابراین اگر شما به دنبال هدف گذاری بر روی کاربران گوشی‌های هوشمند هستید، استفاده از نکات مورد بحث در این مقاله می‌تواند نقطه شروع خوبی برای برندگان باشد.

منبع: comlearn.g۲