

فرصت امروز: هنگ کنگ بار دیگر برای سومین سال متوالی به عنوان نه چندان خوشنام گران ترین شهر جهان انتخاب شد. هفته گذشته سازمان «کا اینترنشنال» که خدمات مشاوره‌ای درباره وضعیت کار و معیشت کارمندان ارائه می‌دهد، گزارش سالانه گران ترین شهرهای جهان را منتشر کرد. در این گزارش، هنگ کنگ بار دیگر در صدر ایستاده و شهرهای نیویورک، ژنو و لندن در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. با نگاهی به گزارش «کا اینترنشنال» می‌توان آسیا را گران ترین قاره نامید؛ چراکه علاوه بر هنگ کنگ، چهار شهر آسیایی توکیو، شانگهای، گوانگزو و سنول نیز جزو ۱۰ شهر گران جهان به شمار می‌روند. البته اگر تل اوپو را که در رده ششم این فهرست قرار گرفته، شهری آسیایی به حساب بیاوریم، آن وقت تعداد شهرهای آسیایی فهرست ۱۰ شهر گران جهان به شش شهر می‌رسد. در رتبه‌بندی امسال «کا اینترنشنال»، پایتخت‌های اروپایی از صدر جدول فاصله گرفته‌اند؛ مثلاً پاریس که معمولاً در گذشته در بالای لیست قرار داشت، دیگر در بین ۳۰ شهر اول جهان حضور ندارد. تقریباً همه شهرهای بزرگ منطقه...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بازدهی بورس از ابتدای سال تاکنون به ۴ درصد رسید

سومین هفته نزولی بورس

فرصت امروز: هفته گذشته هم برای سهامداران هفته خوبی نبود و شاخص کل سهام برای سومین هفته متوالی عقب‌نشینی کرد. دماسنج بازار سهام در هفته‌ای که گذشت، ۱,۴۲ درصد (۱,۴۱ در بورس و ۱,۲۹ در فرابورس) از ارتفاع خود را از دست داد تا بازار برای چندمین هفته پیاپی، کار خود را با کاهش شاخص‌ها به پایان برساند. خروج یک هزار و ۷۱۹ میلیارد تومانی پول حقیقی در...

ترس از آینده قیمت‌ها باعث افزایش تقاضا شد

پرش تولید

از سکوی تورم

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران در اردیبهشت ماه امسال هم به واسطه خروج کسب‌وکارها از تعطیلات فروردین و هم به‌واسطه رشد تقاضا از ترس تورم‌های آتی، به بیشترین مقدار در ۳۲ ماه اخیر رسید. اگرچه شدت این افزایش تا حدود زیادی به دنبال عادی‌شدن فعالیت کسب‌وکارها بعد از تعطیلات فروردین‌ماه بوده، اما به عقیده فعالان اقتصادی، علاوه بر رونق سفارشات پس از تعطیلات فروردین، بخشی از افزایش تقاضا نیز ناشی از تعجیل مشتریان در خرید قبل از بالا رفتن قیمت‌هاست. از نکات جالب در گزارش شاخص اردیبهشت ماه، این است که...

جلوگیری از واردات قطعات خودرو به کشور

ضرورت دارد

مدیریت و کسب‌وکار



راهکارهایی برای دریافت محتوای تولیدی کاربران در دنیای بازاریابی

استفاده از محتوای تولیدی کاربران در دنیای بازاریابی امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها مایل به استفاده از محتوای تولیدی کاربران و طرفدارهای برندشان در عرصه بازاریابی هستند. در این میان نیز همیشه برندهای بزرگ شانس بهتری برای تعامل با مخاطب هدف دارند. درست به همین دلیل شمار بسیار بیشتری از محتوای تولیدی کاربران برای چنین برندهایی در دسترس قرار دارد. بدون شک برندهای کوچک و محلی نیز مایل به استفاده از استراتژی محتوای تولیدی کاربران هستند. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف داشته و هزینه‌های بازاریابی را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. نکته مهم اینکه شما برای اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم اقدام به استفاده از استراتژی‌های تازه کنید، در غیر این صورت شاید کمتری کاربری نسبت به ارائه یا تولید محتوا پیرامون برند شما روی خوش نشان دهد...

پس‌لرزه‌های جنگ روسیه و اوکراین ادامه دارد

پنج ضلعی تجارت ۲۰۲۲

همچنین سومین عامل موثر بر بهبود تجارت جهان در سال جاری، «موافقت‌نامه‌های تجاری و روندهای منطقه‌ای‌سازی» است. در اول ژانویه ۲۰۲۲، توافق‌نامه مشارکت اقتصادی جامع منطقه‌ای لازم‌الاجرا شد. این توافق تجاری، تجارت بین بسیاری از اقتصادهای آسیای شرقی و اقیانوس آرام را تسهیل می‌کند و انتظار می‌رود تجارت بین اعضا را به واسطه اقداماتی نظیر منحرف‌کردن تجارت از کشورهای غیرعضو، به میزان قابل توجهی افزایش دهد. همچنین انتظار می‌رود که منطقه‌ای‌شدن جریان‌های تجاری در سایر بخش‌های جهان در راستای سایر ابتکارات منطقه‌ای مانند منطقه آزاد تجاری قاره آفریقا و همچنین به دلیل افزایش اتکا به تامین کنندگان نزدیک‌تر از نظر جغرافیایی افزایش یابد.

امنیت غذایی جهان در اغما

از نگاه کارشناسان، «گذار به سوی اقتصاد جهانی سبزتر»، یکی دیگر از عواملی است که در سال جاری بر اقتصاد جهان اثر قابل توجهی خواهد گذاشت. انتظار می‌رود الگوهای تجاری در سال ۲۰۲۲ منعکس‌کننده افزایش تقاضای جهانی برای محصولاتی باشد که از نظر زیست‌محیطی پایدار هستند. چنین الگوهایی ممکن است توسط سیاست‌های دولتی که تجارت محصولات بر کربن را تنظیم می‌کند نیز حمایت شود. علاوه بر این، الگوهای تجارت جهانی می‌تواند تحت‌تاثیر افزایش تقاضای کالاهای استراتژیک مورد نیاز برای حمایت از جایگزین‌های انرژی سبزتر مانند کابالت، لیتیوم و فلزات خاکی کمیاب قرار گیرد. «افزایش نگرانی در مورد پایداری بدهی» نیز از عوامل موثر بر تجارت جهانی است. با توجه به سطوح بی‌سابقه بدهی جهانی، نگرانی‌ها در مورد پایداری بدهی در نیمه نخست ۲۰۲۲، به دلیل فشارهای تومر فزاینده تشدید خواهد شد. شرایط مالی نامساعد، فشار بر دولت‌های دارای بدهی بالا را افزایش می‌دهد و با تشدید آسیب‌پذیری‌ها، بر سرمایه‌گذاری‌ها و جریان‌های

به اینکه کاهش این روندها قابل پیش‌بینی بود، انتظار می‌رود روند تجارت بین‌المللی در طول سال ۲۰۲۲ عادی شود. به باور کارشناسان، تحول تجارت جهانی در سال ۲۰۲۲ تحت تاثیر پنج عامل «شد اقتصادی کندتر از حد انتظار»، «دامه چالش‌ها برای زنجیره‌های تامین جهانی»، «موافقت‌نامه‌های تجاری و روندهای منطقه‌ای‌سازی»، «گذار به‌سوی اقتصاد جهانی سبزتر» و «افزایش نگرانی در مورد پایداری بدهی» قرار خواهد گرفت. براساس گزارش موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، اولین عامل موثر بر وضعیت تجارت جهان در سال جاری، «شد اقتصادی کندتر از حد انتظار» خواهد بود. پیش‌بینی‌های رشد اقتصادی برای سال ۲۰۲۲ با روندی کاهشی و رو به پایین بازمینی شده است. به عنوان مثال، صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی رشد اقتصادی جهان برای سال ۲۰۲۲ را به دلیل تورم مداوم در ایالات متحده و نگرانی‌های مربوط به بخش املاک و مستغلات چین ۰,۵ واحد کاهش داد. بر این مبنا می‌توان روند تجارت جهانی را هماهنگ با روندهای کلان اقتصادی، با رشدی کمتر از حد انتظار پیش‌بینی کرد.

عامل دومی که در سال ۲۰۲۲ بر اقتصاد جهان اثر خواهد گذاشت، «دامه چالش‌ها برای زنجیره‌های تامین جهانی» است. همه‌گیری کووید-۱۹ منجر به فشارهای بی‌سابقه‌ای بر زنجیره‌های تامین شد. اختلالات لجستیک، کمبود نیمه‌هادی‌ها و افزایش قیمت انرژی بیش از پیش منجر به کمبود عرضه و افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل شد، در نتیجه شرکت‌های بزرگ به شدت بر بهبود قابلیت اطمینان و مدیریت ریسک‌ها برای شبکه‌های تامین خود متمرکز شده‌اند، اما با این وجود، تاخیرها همچنان ادامه دارد. تلاش برای کوتاه کردن زنجیره‌های تامین و تنوع‌بخشیدن به تامین‌کنندگان می‌تواند بر الگوهای تجارت جهانی در طول سال ۲۰۲۲ تاثیر بگذارد.

فرصت امروز: چالش‌های اقتصادی جهان تمامی ندارد و پس از فروکش کردن موج همه‌گیری کووید-۱۹ و کم‌رنگ شدن تبعات اقتصادی ناشی از بحران کرونا، حالا نوبت جنگ روسیه و اوکراین است که به نحای مختلف، اقتصاد جهان را زمینگیر کند. با شروع جنگ در اوکراین، کمتر کسی تصور می‌کرد که این درگیری نظامی تا این اندازه بر زندگی مردم جهان اثرگذار باشد و دامنه این بحران فراتر از مرزهای اروپایی که چندین دهه هیچ جنگ و خونریزی به خود ندیده بود، بگذرد و تمام جهان را درنوردد، اما این اتفاق افتاد و با توجه به سهم و نقش دو کشور روسیه و اوکراین – که به سبد نان اروپا شهره است – در تولید و صادرات بسیاری از کالاهای اساسی به ویژه محصولات کشاورزی و مواد غذایی، طولی نکشید که تمام بازارهای جهانی تحت تاثیر قرار گرفت و چشمانداز امنیت غذایی جهان – زیر تیغ جنگ – تضعیف شد؛ تا حدی که برخی اقتصاددانان آن را با بحران سال ۲۰۰۸ میلادی مقایسه کرده‌اند.

اثرات جنگ روسیه و اوکراین بر اقتصاد جهانی انکارناپذیر است و همانطور که بانک جهانی در جدیدترین گزارش چشم‌انداز اقتصادی جهان هشدار داده است، تبعات اقتصادی این جنگ به علاوه تبعات همه‌گیری کرونا منجر به افول رشد اقتصادی و رشد فزاینده تورم جهانی خواهد شد، به طوری که تلافی این دو عامل، خطر بروز رکود تومر را دوچندان می‌کند. حال سوال این است که تا چه زمانی سایه جنگ بر تجارت جهان باقی خواهد ماند؟

شیخ جنگ بر فراز بازارها

«رصد و پایش تحولات اقتصادی جهان و ایران» از سوی بازوی پژوهشی وزارت صمت نشان می‌دهد که روند مثبت تجارت بین‌المللی در سال ۲۰۲۱ میلادی عمدتاً نتیجه افزایش قیمت کالاهای، کاهش محدودیت‌های همه‌گیری و بهبود قابل توجه تقاضا به دلیل بسته‌های محرک اقتصادی بوده است. با توجه

به ۲,۹ درصد تقلیل داده است. در حال حاضر ۳۵ کشور از ۵۵ کشور آفریقا، گندم و غلات خود و ۲۲ کشور کود خود را از روسیه و اوکراین وارد می‌کنند. طبق ارزیابی بانک توسعه آفریقا، در حال حاضر در بسیاری از کشورهای آفریقایی، قیمت مواد غذایی بین ۲۰ تا ۵۰ درصد افزایش یافته است. از نگاه تحلیلگران، اثرگذاری بحران اوکراین بر اقتصاد جهانی به واسطه اختلال در زنجیره تامین کالاهای اصلی، افزایش قیمت انرژی و مواد غذایی و افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل بین‌المللی است. براساس برخی تخمین‌ها، بحران کنونی منجر به کاهش تولید ناخالص داخلی روسیه به میزان ۱,۵ درصد در سال ۲۰۲۲ میلادی و ۲,۶ درصد تا پایان سال ۲۰۲۳ خواهد شد و تورم روسیه بیشتر از ۲۰ درصد افزایش خواهد یافت. اوکراین و روسیه تامین‌کنندگان اصلی برخی کالاهای از جمله تیتانیوم، پالادیوم، گندم و ذرت هستند. اختلال در زنجیره تامین این کالاهای قیمت‌ها را بالا نگه می‌دارد و برای کاربران این کالاهای از جمله خودروسازان، گوشی‌های هوشمند و هواپیماسازان مشکلات قابل توجهی ایجاد خواهد کرد. در عین حال، تشدید قابل توجه قیمت انرژی به دلیل اینکه روسیه یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت و صادرکنندگان انرژی در جهان است، منجر به تورم بالاتر خواهد شد. همچنین تحریم‌های شدید بین‌المللی بر تجارت با روسیه که شدیدتر از تحریم‌های اعمال شده در سال ۲۰۱۴ است، در کنار افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، کانال‌های دیگری است که از طریق آن اقتصاد جهانی با مشکل مواجه می‌شود. تخریب برخی از زیرساخت‌های حمل‌ونقل بنادر قابل توجه در اوکراین و تحریم‌های مالی بر صادرات روسیه، مشکلات موجود در زنجیره تامین را به دلیل همه‌گیری تشدید کرده است. از زمان آغاز جنگ اوکراین، هزینه‌های حمل‌ونقل اساسی حدود ۴۰۰ درصد افزایش یافته است.

قبل از آن با کاهش حدود ۵,۵ هزار نفری (۰,۶ درصد) همراه بوده است. از رقم مذکور، ۵۰,۲ درصد را زنان و ۴۹,۸ درصد را نیز مردان تشکیل می‌دهند.

در سالی که گذشت، بخش خدمات با سهم حدود ۵۰ درصدی بیشترین سهم از اشتغال را به خود اختصاص داده و پس آن بخش صنعت با سهم ۳۳,۸ درصدی و بخش کشاورزی با سهم ۱۶,۳ درصدی در رتبه‌های بعدی جذب شاغلان ۱۵ ساله و بیشتر کشور قرار گرفته‌اند. همچنین در سال گذشته از سهم شاغلان بخش کشاورزی در مقایسه با مدت مشابه سال قبل کاسته شده (کاهش ۱,۱ واحد درصدی) و در مقابل به سهم شاغلان بخش خدمات و صنعت مثبت و حدود ۰,۵ واحد درصد افزوده شده است. خالص اشتغال ایجادشده در سال ۱۴۰۰ در مقایسه با سال ۱۳۹۹ حدود ۱۸۳ هزار نفر بوده که برای بخش خدمات و صنعت مثبت و به ترتیب معادل ۲۱۸ هزار نفر و ۱۸۱ هزار نفر و برای بخش کشاورزی منفی ۲۱۶ هزار نفر بوده است.

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران در ادامه گزارش خود، نرخ بیکاری جوانان ۱۸ الی ۲۵ سال در سال گذشته ۱۶,۵ درصد عنوان کرده و آورده است: این نرخ در مقایسه با سال قبل از آن، ۰,۲ واحد درصد کاهش یافته است. نرخ بیکاری زنان و مردان در گروه جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله به ترتیب ۲۸,۳ درصد و ۱۳,۸ درصد است که نسبت به سال ۱۳۹۹ به ترتیب ۰,۳ واحد درصد افزایش و ۰,۲ واحد درصد کاهش یافته است. شایان ذکر است نرخ بیکاری زنان و مردان در گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله، در مقایسه با نرخ بیکاری کل جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر کشور به ترتیب حدود ۱۲,۳ واحد درصد و ۵,۹ واحد درصد بالاتر بوده است. در سال گذشته حدود ۷۰ درصد بیکاران کشور متعلق به گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال بوده و از این میزان ۶۷ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین حدود ۴۰ درصد معادل حدود ۹۵۷ هزار نفر از کل جمعیت بیکار در سال گذشته، فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تشکیل می‌دهند که این رقم در مقایسه با سال

اشتغال بخش کشاورزی کاهش و اشتغال خدمات افزایش یافت

مختصات بازار کار در سال ۱۴۰۰

حالی است که نرخ بیکاری مردان کاهش ۰,۵ واحد درصدی را تجربه کرده و به ۷,۹ درصد رسیده است. در واقع، کاهش نرخ بیکاری مردان منجر به کاهش نرخ بیکاری کل کشور شده است. گفتنی است همزمان با کاهش ۹۰ هزار نفری تعداد مردان بیکار در کشور، تعداد شاغلان مرد تقریباً ۳۲۷ هزار نفر افزایش داشته است. اختلاف نرخ بیکاری زنان و مردان نیز در سال گذشته حدود ۸ واحد درصد بوده که نشان‌دهنده نرخ بیکاری به مراتب بالاتر زنان نسبت به مردان است. جمعیت بیکار کشور با کاهش حدود ۹۹ هزار نفری در مقایسه با سال قبل از آن به حدود ۲,۴ میلیون نفر رسیده است. از این تعداد ۶۶۹ هزار نفر (۱,۳ درصد) کاهش یافته و در ۱,۸ میلیون نفر معادل حدود ۷۲ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. جمعیت زنان بیکار در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال قبل از آن حدود ۹ هزار نفر (۱,۳ درصد) کاهش یافته و در مقابل جمعیت مردان بیکار نیز در همین سال با کاهش حدود ۹۰ هزار نفری (۵ درصد) نسبت به سال قبل مواجه شده است.

کاهش ۱۵۲ هزار نفری جمعیت فعال زنان بوده است. از کل جمعیت فعال کشور در سال ۱۴۰۰، سهم جمعیت فعال زنان ۱۶,۲ درصد بوده که با کاهش ۰,۶ واحد درصدی در مقایسه با سال ۱۳۹۹ و سهم جمعیت فعال مردان با افزایش ۰,۶ درصدی در مقایسه با سال ۱۳۹۹ به ۸۳,۸ درصد رسیده است. همچنین نرخ مشارکت اقتصادی جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر کشور در سال گذشته به ۴۰,۹ درصد رسید که نسبت به سال قبل از آن حدود ۰,۴ واحد درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی زنان و مردان نیز به ترتیب ۱۳,۳ درصد و ۶۸,۷ درصد بوده که در مقایسه با سال ۱۳۹۹، این ارقام برای زنان با کاهش ۰,۶ واحد درصدی همراه شده و برای مردان بدون تغییر بوده است.

نرخ بیکاری در سال ۱۴۰۰ با کاهش ۰,۴ واحد درصدی در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به ۹,۲ درصد رسیده است. نرخ بیکاری زنان در مدت مذکور در مقایسه با سال ۱۳۹۹ با افزایش ۰,۴ واحد درصدی در ۱۶ درصد رسیده؛ این در

نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد در سال گذشته به همان اندازه که از اشتغال بخش کشاورزی کاسته شده، به اشتغال بخش خدمات و صنعت افزوده شده است. معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران در گزارشی با استناد به داده‌های مرکز آمار ایران به ترسیم مختصات بازار کار ایران در سال ۱۴۰۰ پرداخت و از کاهش اشتغال در بخش کشاورزی خبر داد. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۰ بخش خدمات با سهم حدود ۵۰ درصدی بیشترین سهم از اشتغال را به خود اختصاص داده و پس آن بخش صنعت و بخش کشاورزی به ترتیب با سهم ۳۳,۸ درصد و ۱۶,۳ درصد از شاغلان ۱۵ ساله و بیشتر، قرار گرفته‌اند. در این گزارش آمده است که جمعیت فعال کشور در سال ۱۴۰۰ به ۲۵,۸ میلیون نفر رسیده که در مقایسه با سال ۱۳۹۹ افزایش ۰,۳ درصدی را تجربه کرده است. دلیل افزایش جمعیت فعال کشور در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۹، افزایش ۲۲۷ هزار نفری جمعیت فعال مردان در مقابل



دریچه

هنگ کنگ بار دیگر در صدر ایستاد

گران ترین شهرها در سال ۲۰۲۲

فرصت امروز: هنگ‌کنگ برای سومین سال متوالی به عنوان نه چندان خوشنم گران‌ترین شهر جهان انتخاب شد. هفته گذشته سازمان «کا اینترنشنال» که خدمات مشاوره‌ای درباره وضعیت کار و معیشت کارمندان ارائه می‌دهد، گزارش سالانه گران‌ترین شهرهای جهان را منتشر کرد. در این گزارش، هنگ‌کنگ بار دیگر در صدر ایستاده و شهرهای نیویورک، ژنو و لندن در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. با نگاهی به گزارش «کا اینترنشنال» می‌توان آسیا را گران‌ترین قاره نامید؛ چراکه علاوه بر هنگ‌کنگ، چهار شهر آسیایی توکیو، شانگهای، گوانگژو و سنول نیز جزو ۱۰ شهر گران جهان به شمار می‌روند. البته اگر تل‌آویو را که در رده ششم این فهرست قرار گرفته، شهری آسیایی به حساب بیاوریم، آن وقت تعداد شهرهای آسیایی فهرست ۱۰ شهر گران جهان به شش شهر می‌رسد.

در رتبه‌بندی امسال «کا اینترنشنال»، پایتخت‌های اروپایی از صدر جدول فاصله گرفته‌اند؛ مثلاً پاریس که معمولاً در گذشته در بالای لیست قرار داشت، دیگر در بین ۳۰ شهر اول جهان حضور ندارد. تقریباً همه شهرهای بزرگ منطقه یورو امسال شاهد سقوط بوده‌اند؛ چراکه یورو در ۱۲ ماه گذشته بدتر از دلار آمریکا و پوند انگلیس عمل کرده است. دو شهر ژنو (رتبه ۳) و زوریخ (رتبه ۷) نیز که در بالای فهرست قرار دارند، هرچند اروپایی هستند اما از فرانک سوئیس به عنوان واحد پول استفاده می‌کنند. در گزارش امسال علاوه بر همه‌گیری کرونا، حمله روسیه به اوکراین و تهدید امنیت غذایی جهان نیز در رده‌بندی شهرها نقش داشته و باعث شده تا پایتخت روسیه در جایگاه ۶۲ و سنت پترزبورگ در رده ۱۴۷ قرار گیرند.

تهران بیست و نهمین شهر گران دنیا

بیشتر واحد اطلاعات اکونومیست (EIU) نیز لیست گران‌ترین شهرهای جهان در سال ۲۰۲۱ را براساس شاخص هزینه زندگی منتشر کرده بود که در آن تل‌آویو گرانترین شهر برای زندگی شناخته شده و پاریس، سنگاپور، زوریخ و هنگ کنگ در رده‌های بعدی قرار داشتند. در گزارش سال ۲۰۲۱ اکونومیست، تهران بیست و نهمین شهر گران جهان و رکورددار جهش هزینه زندگی شناخته شد. پایتخت ایران که در گزارش سال ۲۰۲۰ نیز بیشترین جهش (از رتبه ۱۰۶ به رتبه ۷۹) را داشت، در سال گذشته میلادی با ۵۰ پله صعود به رتبه ۲۹ جهان رسید که نشانگر تاثیر «تحریم‌ها» در «دوام کمبود کالا و افزایش قیمت واردات» است.

«اکونومیست» دو بار در سال از هزینه زندگی (به دلار آمریکا) در شهرهای مختلف جهان گزارش می‌دهد و هزینه زندگی در شهرها را به‌روزرسانی می‌کند. در گزارش سال گذشته این هفته‌نامه، ۱۷۳ شهر جهان براساس «هزینه کالا و خدمات» مقایسه شدند و هرچند «هزینه مسکن» در این گزارش لحاظ نشد، اما قیمت ۲۰۰ کالا و ۴۰۰ داده قیمتی در آن در نظر گرفته شد. به گفته اکونومیست، تورم در شهرهای دنیا براساس پول محلی ۵،۲درصد افزایش یافت که بیشترین میزان افزایش در پنج سال اخیر بوده است. همچنین بیشترین افزایش قیمت به هزینه حمل و نقل اختصاص داشت؛ چراکه قیمت یک لیتر بنزین در ۱۷۳ شهر به‌طور متوسط ۲۱درصدافزایش یافت. در گزارش سالانه واحد اطلاعات «اکونومیست»، ۱۷۳ شهر جهان براساس ۱۶۰ شاخص از جمله هزینه پوشاک، خوراک، حمل و نقل و هزینه درمان رتبه‌بندی شدند. افزایش تورم و اخلاط در زنجیره تامین از مهمترین عواملی بوده‌اند که طبق گفته «اکونومیست»، باعث گران‌تر شدن هزینه زندگی در بسیاری از شهرهای مختلف جهان شده‌اند. در این گزارش، متوسط هزینه زندگی در نیویورک به عنوان شاخص معیار و برابر با ۱۰۰ واحد در نظر گرفته شد و سپس هزینه سایر شهرها بر طبق درصدی از متوسط هزینه زندگی در نیویورک لحاظ شد. برای مثال، عدد ۱۰۷ بدان معناست که متوسط هزینه‌های زندگی در یک شهر ۷ درصد بیشتر از نیویورک است و از سوی دیگر، عدد ۹۲ به معنای ۷ درصد کمتر از متوسط هزینه زندگی در شهر نیویورک است.

«اکونومیست» در گزارش خود، شهر تل‌آویو را گران‌قیمت‌ترین شهر جهان معرفی کرد. فهرست گران‌ترین شهرهای جهان به ترتیب شامل تل‌آویو (۱۰۶ واحد)، پاریس (۱۰۴ واحد)، سنگاپور (۱۰۴ واحد)، زوریخ (۱۰۳ واحد)، هنگ‌کنگ (۱۰۱ واحد)، نیویورک (۱۰۰ واحد)، ژنو (۹۹ واحد)، کپنهاگن (۹۷ واحد)، لس‌آنجلس (۹۶ واحد) و لوزاکا (۹۴ واحد) است. همچنین در سوی دیگر این فهرست، ارزان‌ترین شهرها برای زندگی به ترتیب شامل دمشق (۱۲ واحد)، طرابلس (۲۳ واحد)، تاشکند (۳۰ واحد)، تونس (۳۳ واحد)، آلماتی (۳۵ واحد)، کراچی (۳۶ واحد)، احمدآباد (۳۷ واحد)، الجزیره (۳۸ واحد)، بوئنس آیرس (۳۹ واحد) و لوساکا (۳۹ واحد) شدند.

شهر تهران نیز با متوسط هزینه زندگی ۸۱ در رتبه بیست و نهم گران‌ترین شهرهای جهان و همچنین رتبه نهمت بیشترین جهش در هزینه کالا و خدمات در بین ۱۷۳ شهر قرار گرفت. پایتخت ایران که در ادبیات معاصر داستانی با عنوان «تهران مخوف» (نوشته مرتضی شفق کاظمی) و «تهران، شهر بی‌آسمان» (نوشته امیرحسن چهلتن) از آن یاد شده است، در گزارش سال ۲۰۲۰ هم بیشترین جهش را داشت و از رتبه ۱۰۶ به رتبه ۷۹ دنیا رسید. تهران در حالی صعود ۲۷ پله‌ای را در این سال تجربه کرد که در سال ۲۰۲۱ نیز با ۵۰ پله صعود از رتبه ۷۹ به رتبه ۲۹ گران‌ترین شهرهای دنیا رسید. این جهش هزینه زندگی عمدتاً از تاثیر «تحریم‌ها» در «دوام کمبود کالا و افزایش قیمت واردات» حکایت دارد.

تاثیر کرونا بر هزینه زندگی شهری

«اکونومیست» در حالی شهر تل‌آویو را به عنوان گران‌قیمت‌ترین شهر جهان معرفی کرد - البته این شهر در گزارش امسال «کا اینترنشنال» ششمین شهر گران جهان به حساب می‌آید - که شهر دمشق، پایتخت کشور جنگ‌زده سوریه کماکان جای خود را به عنوان ارزان‌ترین شهر دنیا حفظ کرد. پس از دمشق نیز رتبه‌های بعدی ارزان‌ترین شهرهای دنیا به ترتیب به شهرهای طرابلس پایتخت لیبی (۲۳ واحد)، تاشکند پایتخت ازبکستان (۳۰ واحد)، تونس پایتخت تونس (۳۳ واحد) و آلماتی بزرگ‌ترین شهر قزاقستان (۳۵ واحد) رسید. شهرهای کراچی در پاکستان (۳۶ واحد)، احمدآباد در هند (۳۷ واحد)، الجزیره در الجزایر (۳۸ واحد)، بوئنس آیرس در آرژانتین (۳۹ واحد) و لوساکا در زامبیا (۳۹ واحد) نیز دیگر شهرهای ارزان دنیا به شمار می‌روند. همچنین هزینه زندگی در برخی از شهرها به گفته اکونومیست کاهش داشته که در میان آنها دبی در امارات یکی از بیشترین افت‌ها را داشت و از رتبه ۸۲ به رتبه ۷۴ جهان تنزل پیدا کرد. «اکونومیست» در پایان گزارش خود به تاثیر همه‌گیری کرونا بر رده‌بندی شهرها پرداخت و نوشت: با اینکه اقتصاد بیشتر کشورها هم اکنون رو به سوی بهبود می‌رود و جمعیت زیادی از مردم واکسن زده‌اند، کرونا همچنان در شهرهای بزرگ دنیا گهگاه شیوع پیدا می‌کند و باعث اعمال مجدد محدودیت‌های اجتماعی می‌شود. این موضوع در بسیاری از شهرها تامین مواد غذایی را مختل کرده و باعث کمبود و گرانی شده است، چنانکه بالا و پایین رفتن نامنظم تقاضا بر عادت‌های خرید تاثیر گذارنده، ارزش پول‌های ملی پایین آمده و اینها خود باعث افزایش بیشتر قیمت‌ها در شهرها شده‌اند.

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۲۳۳۲۹۰۸۹۰

ترس از آینده قیمت‌ها باعث افزایش تقاضا شد

پر ش تولید از سکوی تورم



تولید در اردیبهشت‌ماه وضعیت نسبتاً خوبی داشت و ترس از هجوم دوباره تورم به اقتصاد باعث شد تا تقاضا بالا برود و صنعت طعم رونق را بچشد. این موضوع را به عینه می‌توان در آخرین گزارش شاخص دید. با وجود جهش ملموس در شاخص مدیران خرید در دو بخش صنعت و اقتصاد، اما سطحی از نااطمینانی و ابهام نسبت به آینده در نگاه فعالان اقتصادی وجود دارد. با اینکه وضعیت تولید در اردیبهشت ماه مناسب بوده، ولی افت دوباره امید به آینده تولید و کسب‌وکار در خردادماه نشان می‌دهد که این احیای تولید، موقتی بوده و بسته به شرایط تورمی رخ داده است.

رکوردشکنی شاخص بخش صنعت

شاخص صنعت نیز در اردیبهشت در حالی به رقم ۶۳،۲۱ رسیده که مطابق انتظارها بعد از تعطیلات فروردین‌ماه، در اردیبهشت افزایش داشته و این بیشترین مقدار در ۲۴ ماه گذشته (از اردیبهشت ماه ۱۳۹۹) بوده است. در این ماه همه شاخص‌ها به‌جز موجودی مواد اولیه خریداری‌شده بالای ۵۰ ثبت شده‌اند. همچنین در میان همه صنایع، شرکت‌های فعال در صنعت لاستیک و پلاستیک با کاهش شاخص و میزان تولید روبه‌رو بودند و صنایع نساجی نیز بیشترین میزان رشد شاخص و تولید را به ثبت رساند. افزایش قیمت خرید مواد اولیه و محصولات به همراه افزایش سایر نهاده‌های تولید مانند دستمزد و قیمت انرژی و همچنین بالا رفتن هزینه حمل‌ونقل باعث شده تا هزینه تمام‌شده تولید همچنان مقدار زیادی داشته باشد و در نتیجه بسیاری از صنایع توان رقابت برای صادرات را با سایر کشورها نداشته باشند. بنابراین پیش‌بینی می‌شود در ماه‌های آینده افزایش شدید قیمت مواد اولیه با اندکی تأخیر بر روی قیمت فروش محصولات تأثیر گذار باشد؛ چراکه در بعضی صنایع این افزایش قیمت به دلیل حفظ مشتریان تاکنون اعمال نشده است.

چالش عمده فعالان اقتصادی در اردیبهشت‌ماه، کمبود شدید نقدینگی و بالا بودن قیمت مواد اولیه بوده است. کمبود شدید نقدینگی در تأمین مواد اولیه به دلیل افزایش شدید قیمت خوراک دام و طیور منجر به پیامدهایی می‌شود که ممکن است طی چندین ماه آتی نشان داده شود. با آزاد شدن صادرات مواد غذایی نیز به دلیل بالا بودن هزینه تمام‌شده تولید، امکان رقابت وجود ندارد (کشاورزی). بالا بودن قیمت مواد اولیه و ورود مواد اولیه نامرغوب در بازار نیز کیفیت تولید را با مشکل روبه‌رو خواهد کرد (صنایع شیمیایی). همچنین بالا بودن قیمت ارز، بالا رفتن دستمزدها و افزایش قیمت مواد اولیه پتروشیمی‌ها، باعث افزایش هزینه تمام‌شده تولید و در نتیجه کاهش صادرات در صنایع شیمیایی، لاستیک و پلاستیک شده است.

تغییری نکرده است) پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییر عدد ۵۰+ و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخ‌گویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، مبین عدد شاخص در آن پرسش است. در نهایت، معیار سنجش این شاخص، عددی بین صفر تا صد است. عدد صفر و صد به ترتیب بدین معناست که ۱۰۰ درصد پاسخ‌گویان گزینه «بدتر شده است» و «بهتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشانگر عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. بر این اساس، چنانچه عدد محاسبه شده زیر ۵۰ باشد اما از عدد محاسبه شده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بدتر شدن وضعیت کاهش یافته است. در مقابل، چنانچه عدد محاسبه شده بالای ۵۰ باشد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کم شده است.

شاخص اقتصاد در قله ۳۲ ماهه

آنطور که بازوی پژوهشی اتاق ایران گزارش داده، شاخص مدیران خرید (تعدیل فصلی نشده) برای کل اقتصاد ایران در اردیبهشت ماه، رقم ۵۶،۱۷ محاسبه شده که بیشترین مقدار از ابتدای شروع طرح (۳۲ ماه گذشته) است. البته شدت این افزایش عمدتاً به دلیل کاهش شدید فعالیت کسب‌وکارها در تعطیلات فروردین‌ماه رخ داده است. در اردیبهشت به‌غیر از موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده سایر مؤلفه‌های اصلی بالای ۵۰ ثبت شده‌اند. شرکت‌های صنعتی در این ماه، افزایش قابل‌توجهی در فعالیت‌ها داشتند؛ در حالی که بخش ساختمان با رکود و کاهش در فعالیت روبه‌رو بوده است. به طور کلی، روند شاخص کل در اردیبهشت‌ماه، طبق روال اردیبهشت سال‌های قبل افزایشی بوده، اگرچه در بخش خدمات و کشاورزی فعالیت‌ها با کاهش رشد روبه‌رو شده‌اند. افزایش شدید قیمت مواد اولیه بر روی قیمت فروش محصولات تأثیر گذار بوده و با توجه به شاخص انتظارات پیش‌بینی می‌شود که در ماه آینده فعالیت‌های بخش خدمات و کشاورزی با کاهش رشد مواجه شود. همچنین بسیاری از فعالیت‌ها برای حفظ تقاضای مشتریان، قیمت‌ها را متناسب با افزایش هزینه‌های تمام‌شده بنگاه افزایش ندادند. به دلیل شرایط نابسامان قیمتی و کمبود شدید نقدینگی، بنگاه‌ها با مشکل تأمین مواد اولیه روبه‌رو هستند. از طرف دیگر، فعالیت‌هایی که وابسته به ارز ترجیحی بوده‌اند، به واسطه بالا رفتن قیمت مواد اولیه با کمبود شدید نقدینگی مورد نیاز برای تأمین مواد اولیه روبه‌رو هستند و قادر به ادامه تولید در قیمت‌های دستوری نیستند. در مجموع،

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران در اردیبهشت ماه امسال هم به واسطه خروج کسب‌وکارها از تعطیلات فروردین و هم به‌واسطه رشد تقاضا از ترس تورم‌های آتی، به بیشترین مقدار در ۳۲ ماه اخیر رسید. اگرچه شدت این افزایش تا حدود زیادی به دنبال عادی‌شدن فعالیت کسب‌وکارها بعد از تعطیلات فروردین‌ماه بوده، اما به عقیده فعالان اقتصادی، علاوه بر رونق سفارشات پس از تعطیلات فروردین، بخشی از افزایش تقاضا نیز ناشی از تحجیل مشتریان در خرید قبل از بالا رفتن قیمت‌هاست. از نکات جالب در گزارش شاخص اردیبهشت ماه، این است که شاخص قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده به بیشترین مقدار در ۱۹ ماه گذشته رسیده و همین مسئله به کاهش شاخص میزان موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده در سه بخش اقتصادی صنعت، خدمات و کشاورزی دامن زده است. البته با وجود رکوردشکنی شاخص مدیران خرید اقتصاد در اردیبهشت‌ماه، شاخص انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در خرادماه کاهش‌ی شده که نشان‌دهنده انتظارات کاهش‌ی فعالان اقتصادی به‌ویژه در بخش خدمات و کشاورزی است. در مجموع، عملکرد شاخص مدیران خرید صنعت در دومین ماه از سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که ترس از جهش قیمت در ماه‌های پیش رو، به شکل‌گیری حجم قابل‌توجهی از تقاضا منجر شده و میزان فروش صنایع را در اردیبهشت ماه افزایش داده است. بدین ترتیب، این تقاضای هیجانی که به افزایش چشمگیر سفارش‌های جدید صنعتی منتهی شده، رقم شاخص صنعت را به بیشترین میزان خود در ۲۴ ماه گذشته رسانده است.

شاخص چگونه محاسبه می‌شود؟

از میان شاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشر می‌شوند، شاخص مدیران خرید (Purchasing Manager’s Index) یکی از مهمترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار دارد و در حال حاضر برای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیشتر از ۴۰ کشور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در فارسی به اختصار «شاخص» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران ماموریت محاسبه و انتشار آن را به عهده دارد.

شاخص مدیران خرید یا همان شاخص براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و تصویر جامع و ملموسی از شرایط اقتصاد کلان به ویژه وضعیت رونق و رکود در بخش‌های صنعت و خدمات ارائه می‌دهد. در طرح شاخص از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود به ۱۲ پرسش مطرح شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا

تغییرات قیمت خانه در ۲۲ منطقه تهران

قیمت مسکن از متری ۳۶ میلیون گذشت

نیز حدود ۱۰،۵ هزار فقره بوده که در مقایسه با ماه قبل ۲۰۶،۱ درصد زیاد شده است. همچنین نگاهی به جزئیات متوسط قیمت هر متر خانه و تعداد معاملات انجام شده در مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران نشان می‌دهد که بیشترین قیمت هر متر خانه با رقم ۱۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان در منطقه ۱ و کمترین آن با رقم ۱۸ میلیون و ۳۶۳ هزار تومان در منطقه ۱۸ بوده است. علاوه بر این، در اردیبهشت ماه امسال در مناطق ۱ و ۱۸ تهران به ترتیب معادل ۴۲۸ و ۵۳۳ فقره خانه معامله شده که نسبت به ماه قبل با افزایش قابل توجهی مواجه شده است. بررسی گزارش بانک مرکزی از نظر تفاوت متوسط قیمت مسکن در مناطق بیست‌ودوگانه تهران در اردیبهشت ماه امسال نسبت به فروردین ماه بیانگر این است که ۲۰ منطقه از تهران با افزایش قیمت مسکن در ماه موردنظر مواجه شده‌اند. در این میان، قیمت مسکن در اردیبهشت ماه تنها در دو منطقه از تهران نسبت به فروردین ماه کاهش یافته که شامل مناطق ۱ و ۲۲ می‌شود. از سوی دیگر، تعداد معاملات مسکن در اردیبهشت ماه سال جاری نسبت به فروردین ماه در ۲۲ منطقه تهران افزایش قابل توجهی داشته است که کمترین تعداد معامله مسکن به منطقه ۱۹ با ۷۲ معامله اختصاص دارد و بیشترین تعداد معامله مسکن نیز به ترتیب به منطقه ۵ با ۱۶۸۲ معامله، منطقه ۱۰ با ۱۰۵۳ معامله، منطقه ۲ با ۹۷۲ معامله و منطقه ۴ با ۸۱۲ معامله مربوط می‌شود.

در طرف مقابل، هرچه از سهم خانه‌های با عمر بنای زیر پنج سال کاهش پیدا کرده، به همان اندازه بر حجم خانه‌های با عمر بنای بیشتر از ۲۰ سال افزوده شده است؛ چنانکه خانه‌هایی با عمر بنای بیشتر از ۲۰ سال در اردیبهشت سال گذشته سهمی ۱۳ درصدی از معاملات مسکن پایتخت را به خود اختصاص داده بودند و حالا این سهم به حدود ۲۰ درصد افزایش پیدا کرده است. همچنین سهم خانه‌هایی با عمر بنای ۶ تا ۱۰ سال در این مدت از ۲۱ درصد به ۱۷،۵ درصد کاهش پیدا کرده است. خانه‌هایی که عمر بنایی بین ۱۱ تا ۱۶ سال داشتند نیز در اردیبهشت پارسل ۱۳،۵ درصد و در اردیبهشت امسال ۱۶ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین سهم خانه‌هایی با عمر بنای ۱۶ تا ۲۰ سال در این مدت تقریباً روی رقم ۱۷ درصد ثابت باقی مانده است.

آنطور که آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد، در اردیبهشت ماه امسال شاهد افزایش قیمت و تعداد معاملات مسکن در شهر تهران بوده‌ایم؛ به طوری که در این ماه قیمت خانه فقط در مناطق ۱ و ۲۲ با کاهش قیمت نسبت به ماه قبل مواجه شده و باقی مناطق تهران شاهد افزایش قیمت بوده‌اند. براساس آخرین آمارها، متوسط قیمت یک متر مربع مسکن در شهر تهران طی اردیبهشت ماه به ۳۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان رسیده که نسبت به ماه قبل ۶،۱ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۲۶،۲ درصد افزایش داشته است. حجم معاملات مسکن انجام‌شده در این ماه

بانک نامه

گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد

رشد ۳۵۰درصدی نفت در ۲ سال

براساس گزارش بانک جهانی، قیمت نفت فقط در دو سال گذشته ۳۵۰ درصد رشد کرده که بیشترین افزایش دو ساله قیمت نفت در بازار جهانی در حدود ۵۰ سال گذشته است. بانک جهانی در جدیدترین گزارش چشم‌انداز اقتصاد جهانی گفته است قیمت نفت در دو سال گذشته ۳۵۰درصد افزایش یافته که بیشترین رشد قیمت نفت در یک بازه دو ساله از سالل ۱۹۷۳ تاکنون به شمار می‌رود. بانک جهانی در این گزارش افزوده که قیمت نفت خام نسبت به آوریل سال ۲۰۲۰، در ماه آوریل سال جاری ۳۵۰درصد رشد کرده است. به طور کلی، قیمت تمام حامل‌های انرژی در سال ۲۰۲۲ افزایش یافته اما نسبت به نفت، قیمت گاز و زغال‌سنگ رشد بیشتری داشته و به بالاترین میزان در تاریخ رسیده است. قیمت نفت نسبت به سال ۲۰۲۱ در حالی به طور متوسط ۴۲ درصد بالا رفته که کارشناسان بانک جهانی در عین حال پیش‌بینی کرده‌اند برای سالل ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ شاهد کاهش به ترتیب ۸ و ۱۳درصدی قیمت نفت خواهیم بود. به گفته بانک جهانی، متوسط قیمت نفت برای سال ۲۰۲۲، صد دلار در هر بشکه معامله خواهد شد و قیمت گاز در اروپا افزایش چشمگیری داشته و حتی از قیمت آن در بحران اقتصادی سالل ۲۰۰۸ هم فراتر رفته است. کارشناسان بانک جهانی همچنین پیش‌بینی کرده‌اند که قیمت نفت در کوتاه‌مدت همچنان بالا بماند.

روند صعودی طلا متوقف شد

کاهش حباب سکه

منع معاملات کاغذی و فردایی ارز، روند رشد قیمت طلا را متوقف کرد. محمد کشتی آرای، نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان این مطلب درباره وضعیت هفته گذشته بازار سکه و طلا می‌گوید: بهای انس جهانی طلا در هفته گذشته نوسان کمی داشت و در محدوده ۱۸۴۰ تا ۱۸۵۰ دلار معامله می‌شد، در نتیجه قیمت طلا در کشور تحت تاثیر نرخ ارز بود. نرخ ارز با وجود اینکه تحت کنترل بانک مرکزی بود اما در برخی روزها در فضای غیرواقعی سیر صعودی داشت و در این ایام با اطلاعاتیه‌های بانک مرکزی مبنی بر منع معاملات کاغذی و معاملات فردایی ارز، روند رشد قیمت طلا متوقف شد. به گفته کشتی آرای، سکه طرح قدیم ۳۰۰ هزار تومان و سکه طرح جدید ۳۵۰ هزار تومان کاهش قیمت و نیم سکه و ربع سکه هر کدام ۲۰۰ هزار تومان افت قیمت داشتند. سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی نیز بدون تغییر قیمت داد و سست شدند. هر مثقال طلای آب شده ۵۰ هزار تومان و هر گرم طلا ۱۵ هزار تومان افزایش قیمت داشت. اینکه در هفته گذشته قیمت انواع سکه کاهش و طلا افزایش یافت، به دلیل کاهش حباب سکه بود که به دلیل اقدامات بانک مرکزی برای کنترل بازار ارز و منع معاملات کاغذی و فردایی بود. رشد نرخ ارز در بازار نیز به دلیل جو روانی و اخبار سیاسی رخ داد که بر قیمت طلا نیز تاثیر گذاشت. بهای انس جهانی طلا در هفته‌های گذشته تغییری نداشت و پیش‌بینی می‌شود افزایشی هم نباشد و دیگر متغیر موثر بر قیمت طلا، نرخ ارز است که باید منتظر ماند و دید چگونه خواهد شد.

آمارهای سال گذشته نشان می‌دهد

اجاره هر متر خانه در تهران ۸۴ هزار تومان

در شرایطی که هم‌اکنون متوسط قیمت مسکن در شهر تهران به متری ۳۶,۳ میلیون تومان رسیده، طبق اعلام وزارت راه و شهرسازی، در سال گذشته متوسط اجاره‌بهای یک متر مربع واحد مسکونی در پایتخت ۸۴ هزار و ۸۰۰ تومان بوده است. هفته گذشته گزارش تحولات بازار مسکن شهر تهران توسط بانک مرکزی اعلام و مشخص شد در اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ متوسط قیمت هر متر مربع مسکن در شهر تهران به ۳۶ میلیون و ۳۱۲ هزار تومان رسیده که نسبت به فروردین امسال ۶,۱ درصد و در مقایسه با اردیبهشت پارسال ۲۶,۲ درصد افزایش یافته است. همچنین رشد سالیانه اجاره بها در تهران ۴۶ درصد و در کل کشور ۵,۰۶ درصد اعلام شد.

سه روز پس از گزارش بانک مرکزی، معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی نیز در گزارشی تحت عنوان شاخص دسترسی خانوارها به خرید و اجاره واحد مسکونی براساس نسبت قیمت به درآمد اعلام کرد که اطلاعات سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات کشور نشان می‌دهد، متوسط قیمت یک متر مربع واحد مسکونی در شهر تهران در سال ۱۴۰۰ معادل ۳۱ میلیون و ۲۹۶ هزار تومان بوده و میانگین اجاره هر متر خانه نیز در سال گذشته ۸۴ هزار و ۸۰۰ تومان بوده است. همچنین متوسط قیمت یک متر مربع واحد مسکونی در شهر تهران در سال ۱۳۹۵ معادل ۴ میلیون و ۳۷۲ هزار تومان، در سال ۱۳۹۶ معادل ۴ میلیون و ۸۲۱ هزار تومان، در سال ۱۳۹۸ معادل ۱۳ میلیون و ۳۳۰ هزار تومان، در سال ۱۳۹۹ معادل ۲۴ میلیون و ۲۹ هزار تومان و در سال ۱۴۰۰ معادل ۳۱ میلیون و ۲۹۶ هزار تومان ثبت شده است.

از سوی دیگر، طبق اطلاعات بانک مرکزی، متوسط اجاره‌بها برای یک مترمربع واحد مسکونی در شهر تهران در سال ۱۳۹۵ معادل ۲۳ هزار و ۴۰۰ تومان، در سال ۱۳۹۶ معادل ۲۸هزار و ۲۰۰ تومان، در سال ۱۳۹۷ معادل ۳۶ هزار و ۴۰۰ تومان، در سال ۱۳۹۸ معادل ۶۲ هزار و ۹۰۰ تومان و در سال ۱۴۰۰ معادل ۸۴ هزار و ۸۰۰ تومان گزارش شده است. شاخص کرایه مسکن اجاره‌ای کلیه مناطق شهری نیز در سال ۱۳۹۵ معادل ۱۰۰، در سال ۱۳۹۶ معادل ۱۰۷، در سال ۱۳۹۷ معادل ۱۱۷، در سال ۱۳۹۸ معادل ۱۵۷، در سال ۱۳۹۹ معادل ۱۵۷ و معادل ۲۰۰ و در سال ۱۴۰۰ معادل ۱۴۰ هزار و ۹۰۰ ثبت شده است. تعداد معاملات واحدهای مسکونی در شهر تهران براساس سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات نیز در سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ حاکی است که در سال ۱۳۹۵ معادل ۱۵۱ هزار و ۶۲۳ معامله، در سال ۱۳۹۶ معادل ۱۶۰ هزار و ۳۴۵ واحد، در سال ۱۳۹۷ معادل ۱۱۱ هزار و ۱۶۹ واحد، در سال ۱۳۹۸ معادل ۱۷۴ هزار و ۸۰۲ واحد، در سال ۱۳۹۹ معادل ۱۵۸ هزار و ۲۹ واحد و در سال ۱۴۰۰ معادل ۶۴ هزار و ۷۲۱ معامله ثبت شده است. بر همین اساس، شاخص دسترسی نسبت قیمت به درآمد در سال‌های ۱۳۹۵ معادل ۱,۳۸، در سال ۱۳۹۶ معادل ۱,۳۱، در سال ۱۳۹۷ معادل ۱,۹، در سال ۱۳۹۸ معادل ۲,۴۶ و در سال ۱۳۹۹ معادل ۳,۲۲ سال ثبت شده است. در این گزارش شاخص سال ۱۴۰۰ اعلام نشده است.

بانک جهانی هشدار داد

شوک رکود تورمی



بر اقتصاد جهانی برمی‌گردد. برآیند رشد اقتصادی ضعیف و رشد فزاینده تورم می‌تواند خطر وقوع رکود تورمی را افزایش دهد و پیامدهای بالقوه زیانباری برای اقتصادهای با درآمد پایین و متوسط داشته باشد.

همچنین انتظار می‌رود که رشد اقتصادی جهان در سال‌های ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۴ در حوالی همین ارقام باشد؛ چراکه تنش نظامی میان روسیه و اوکراین، فعالیت و سرمایه‌گذاری و تجارت را در کوتاه‌مدت مختل می‌کند، تقاضا را کاهش می‌دهد و انطباق سیاست پولی و مالی برداشته می‌شود. به دنبال خسارات ناشی از همه‌گیری کرونا و جنگ در اوکراین، همچنین سطح درآمد سرانه در اقتصادهای در حال توسعه در سال جاری حدود ۵ رصد پایین‌تر از روند پیش از وقوع همه‌گیری کرونا خواهد بود. به گفته دبویس مالپس، اقتصاددان آمریکایی و رئیس بانک جهانی، عواملی چون عملیات روسیه در اوکراین، قرنطینه‌های کرونایی چین، اختلال در زنجیره عرضه و خطر رکود تورمی به رشد جهانی آسیب زده است و برای بسیاری از کشورهای جهان وقوع رکود اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. با توجه به اینکه بازارها نگاه به آینده دارند، بنابراین تشویق تولید و اجتناب از محدودیت‌های تجاری، تغییرات در سیاست‌های مالی، پولی، آب و هوایی و بدهی برای مقابله با تخصیص نادرست سرمایه و نابرابری ضروری است. به موازات کاهش نرخ رشد اقتصادی جهان، اما رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۲ میلادی، مثبت ۳,۷ درصد پیش‌بینی شده است که البته نسبت به گزارش قبلی بانک جهانی تغییری نداشته است. فروکش کردن موج همه‌گیری کرونا و افزایش قیمت جهانی نفت از جمله دلایل رشد ۳,۷ درصدی اقتصاد ایران در سال جاری است؛ هرچند انتظار می‌رود که رشد اقتصادی ایران در سال‌های بعد به دلیل چالش‌های ساختاری حل نشده و سرمایه‌گذاری ثابت ضعیف، محدود شود. طبق پیش‌بینی بانک جهانی، رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۳ میلادی به ۲,۷ درصد و در سال ۲۰۲۴ نیز به ۲,۳ درصد خواهد رسید.

از کاهش رشد تا افزایش تورم

بانک جهانی رشد اقتصادی منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا را ۵,۳ درصد پیش‌بینی کرده که سریع‌ترین نرخ رشد در طول یک دهه است و به دلیل افزایش صادرات نفت و کاهش تأثیرات همه‌گیری کرونا رخ داده است؛ هرچند که انتظار می‌رود این رشد اقتصادی در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ ناگهان کاهش یابد. همچنین رشد اقتصادی بازارهای نوظهور و اقتصادهای درحال توسعه در سال جاری به ۳,۴ درصد کاهش می‌یابد؛

چه کسی مسئول صندوق امانات سرقت‌شده بانک‌هاست؟

رمزگشایی از صندوق امانات بانک‌ها

اهمال یا قصور بانک در حفظ اموال مشتری یا رعایت استانداردهای امنیتی شعب مطرح باشد، بدون شک در صورت اثبات قضایی فعل یا ترک فعل مجرمانه، بانک از نظر مالی مسئول جبران خسارات وارده به مشتری تلقی می‌شود.

در این بین، برای بررسی این موضوع که قرارداد صندوق امانات بانک‌ها در سایر کشورها به چه صورت است و بانک در زمان وقوع سرقت چه مسئولیتی در قبال این موضوع دارد، در ادامه قوانین بانک‌های سایر کشورها در این زمینه بررسی شده است. در مقررات دادرزی خدمات بانکی آفریقای جنوبی (OBS) در مورد سرقت از صندوق‌های امانات که عمدتا برگرفته از سیستم حقوقی صنعت بانکداری انگلستان است، در خصوص تعهدات بانک آمده است: ـ ما تعهد می‌کنیم که خدمات بانکی قابل اطمینانی را ارائه کنیم و مراقبت متعارف و معقولی را درخصوص امنیت این خدمات انجام دهیم. در ادامه این دستورالعمل ذکر شده اگرچه مشتریان اغلب بر این باورند که صندوق‌ها بیمه هستند اما در حقیقت اشیای داخل صندوق‌ها مشمول هیچ بیمه‌ای نیستند و فقدان یا سرقت اشیای صندوق‌ها تحت پوشش بیمه‌ای نمی‌باشد.

به گفته ویرات دیوانجی، معاون اجرایی ارشد بانکداری شعبه مرکزی بانک کوتاک ماهیندرا با مسئولیت محدود که حدود ۲۰۰ هزار قفسه دارد که ۶۰ تا ۶۵ درصد آنها استفاده می‌شوند، در صندوق‌های اجاره‌ای، رابطه بین بانک‌ها و مشتریان مشابه رابطه مالکان و مستأجران است. در مورد یک صندوق اجاره‌ای، بانک‌ها از محتویات یک صندوق مطمئن نیستند. بانک‌ها نمی‌توانند برای چیزهایی که نمی‌دانند پوشش بیمه‌ای بگیرند. از این رو، بانک‌ها برای اشیای باارزشی که در داخل قفسه نگهداری می‌شوند، بیمه نمی‌گیرند. بانک‌ها پوشش بیمه‌ای محل بانک خود را می‌گیرند. به عنوان

فرصت امروز: بانک جهانی در گزارش تازه خود از افول رشد اقتصادی جهان خبر داد و اعلام کرد اقتصاد جهانی در حال ورود به دوره‌ای طولانی از رشد ضعیف و تورم افزایشی است. طبق پیش‌بینی بانک جهانی، رشد اقتصادی جهان از ۵,۷ درصد در سال ۲۰۲۱ به رقم ۲,۹ درصد در سال ۲۰۲۲ می‌رسد که به طور قابل توجهی پایین‌تر از پیش‌بینی رشد ۴,۱ درصدی این نهاد در ماه ژانویه است. جالب اینکه بانک جهانی قبلا نیز پیش‌بینی خود از رشد اقتصادی جهان را به رقم ۲,۲ درصد کاهش داده بود. به عقیده کارشناسان بانک جهانی، علت افول رشد اقتصادی جهان به بازخوردهای اقتصادی جنگ روسیه و اوکراین به علاوه تبعات همه‌گیری کرونا باز می‌گردد. اقتصاد جهان در شرایطی در حال ورود به دوره‌ای طولانی از رشد ضعیف و تورم افزایشی است که این امر می‌تواند خطر وقوع رکود تورمی را افزایش دهد و پیامدهای بالقوه زیانباری برای اقتصادهای با درآمد پایین و متوسط داشته باشد. البته شوک رکود تورمی تنها محدود به سال ۲۰۲۲ نخواهد بود و طبق پیش‌بینی بانک جهانی، رشد اقتصادی جهان در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ نیز در حوالی همین ارقام خواهد بود؛ چراکه تنش نظامی میان روسیه و اوکراین، فعالیت و سرمایه‌گذاری و تجارت را در کوتاه مدت مختل می‌کند، تقاضا را کاهش می‌دهد و انطباق سیاست پولی و مالی برداشته می‌شود. به واسطه خسارات ناشی از همه‌گیری کرونا و جنگ در اوکراین همچنین سطح درآمد سرانه اقتصادهای در حال توسعه در سال جاری حدود ۵ درصد پایین‌تر از روند پیش از همه‌گیری کرونا خواهد بود.

رشد ۲,۷ درصدی ایران در ۲۰۲۲

آخرین گزارش بانک جهانی از چشم‌انداز اقتصادی جهان می‌گوید که جهان در حال ورود به دوره‌ای طولانی از رشد ضعیف و تورم افزایشی است و این امر علاوه بر آنکه خطر رکود تورمی را افزایش می‌دهد، پیامدهای بالقوه مخربی برای اقتصادهای با درآمد متوسط و پایین خواهد داشت. پیش‌بینی می‌شود که رشد اقتصادی جهان از ۵,۷ درصد در سال ۲۰۲۱ به رقم ۲,۹ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یابد که به طور قابل توجهی کمتر از پیش‌بینی رشد ۴,۱ درصدی این نهاد در ماه ژانویه است. جالب اینکه بانک جهانی قبلا نیز پیش‌بینی خود از رشد اقتصادی جهان را به رقم ۳,۲ درصد کاهش داده بود. به عقیده کارشناسان بانک جهانی، علت عمده این کاهش در چشم‌انداز رشد اقتصادی به افزوده شدن خسارات ناشی از عملیات نظامی روسیه در اوکراین به اثرات همه‌گیری کووید-۱۹

سارقان صندوق امانات بانک ملی دستگیر شده‌اند و طبق اعلام فرمانده انتظامی تهران بزرگ، بخش اعظمی از اموال به سرقت رفته کشف شده است. این سارقان در حالی ۱۶۲ صندوق اجاره‌ای از شعبه دانشگاه تهران را سرقت کردند که بانک ملی تعهد کرده خسارات مالباختگان را پرداخت می‌کند. بررسی قوانین بانکی کشورها درباره صندوق امانات نشان می‌دهد که این صندوق‌ها در کشورهای دیگر نیز بیمه نیستند و بانک در قبال آنها در زمان وقوع حادثه مانند به سرقت رفتن محتویات داخل آن مسئولیتی ندارد.

پس از آنکه صندوق امانات شعبه دانشگاه بانک ملی مورد سرقت قرار گرفت، نحوه پرداخت خسارت به دارندگان این صندوق‌ها به یکی از مباحث مهم محافل در چند روز گذشته تبدیل شد. بانک ملی اعلام کرده که در اسرع وقت نسبت به جبران کامل بهای اموال مسروقه اقدام می‌کند و نحوه پرداخت خسارت را بدین شرح اعلام کرده: «میزان ۵۰ درصد از اموال صندوق براساس خوداظهاری صورت گرفته در حضور بازپرس پرونده برای دارندگان صندوق همراه با مسدودی حساب پرداخت می‌شود»، «این پرداخت در ۲۱ خردادماه و در حضور بازپرس خواهد بود»، «پرداخت ۵۰ درصد باقیمانده خسارت با نظر مقام قضایی صورت می‌گیرد»، «مبالغ مسدودی بدون اذن مقام قضایی برای طرفین قابل برداشت نخواهد بود»، «ملک حسابرسی خسارات در روز تسویه نهایی قرارداد است»، «قیمت محاسبه ارزی مالباختگان طبق قیمت بازار ارز آزاد خواهد بود» و…

به گزارش ایستا، براساس اصول و مبانی حقوقی در این سرقت‌ها ظاهرا هیچ مسئولیتی متوجه بانک ملی ایران نباید باشد؛ زیرا بانک ملی فقط یک محل مطمئن برای نگهداری اشیا به مشتری اجاره داده و فرض آن است که بانک از محتویات داخل صندوق‌ها اطلاع نداشته است. اگر موضوع

نماگر بازار سهام



قیمت بازاری خودرو به طور غیرمنطقی بالا است

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودروی کشور معتقد است که تصدیگری دولتی و عملکرد جزیره‌ای ارکان تصمیم‌گیر و سیاست‌گذار، دو معضل کلان صنعت خودرو است. «آرش محبی‌نژاد» در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، اظهار داشت: برنامه افزایش ۵۰ درصدی تولید خودرو در سال جاری نسبت به سال ۱۴۰۰ که خودروسازان داوطلبانه افزایش بیش از ۶۵ درصدی را وعده داده‌اند، دست‌یافتنی است اما الزامات و پیش‌شرط‌هایی دارد. وی بیان داشت: در سال‌های ۹۰ و ۹۶ تیراژ حدود ۱۶ میلیون دستگاهی خودرو محقق شد و بر این اساس هدف‌گذاری امسال نیز چندان نامانوس و دور از ذهن نیست.

این مقام صنفی یادآور شد: توان بالقوه صنعت قطعه‌سازی (البته برای قطعاتی است که به تولید انبوه رسیده‌اند) تامین قطعه برای حدود ۲.۲ میلیون دستگاه خودرو در سال است، البته این ظرفیت و قطعاتی همچون ECU، ایربگ یا سنسورهای خاص که بالاچار در زمان تحریم‌ها داخلی‌سازی شده و هنوز به ظرفیت کامل نرسیده‌اند را شامل نمی‌شود.

وی گفت: با این حال مشکلاتی در اجرا وجود دارد، همچنین الزاماتی برای دستیابی به اهداف برنامه موردنیاز است که از آن جمله اصلاح شیوه قیمت‌گذاری دستوری قابل اشاره است، زیرا بهبود کیفیت و افزایش تیراژ را نمی‌توان به صورت دستوری محقق کرد. بالابودن غیرمنطقی قیمت بازاری خودرو محبی‌نژاد خاطرنشان کرد: البته وقتی از قیمت خودرو صحبت می‌کنیم، قیمت بازاری منظور نیست و در این زمینه باید گفت «قیمت‌ها به شکل بهبود و غیرمنطقی بالا است.»

وی، الزام دیگر دستیابی به اهداف افزایش تیراژ امسال را تامین نقدینگی برشمرد و گفت: با توجه به متوسط تورم ۴۰ درصدی در جامعه و افزایش قیمت نهاده‌های تولید، افزایش تیراژ نیازمند نقدینگی زیادی است. دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودروی کشور تاکید کرد: تصدیگری دولتی (و به جای آن هدایتگری و سیاست‌گذاری) و عملکرد جزیره‌ای دولتی‌ها، مجلسی‌ها و سایر ارکان تصمیم‌گیر و سیاست‌گذار صنعت خودرو، دو معضل کلان این صنعت است. وی ابراز امیدواری کرد تصمیم‌سازان با اتخاذ تصمیمات واحد و یکسان، همچنین پرهیز از تشنگ آراء، این صنعت را به سرمنزل مقصود برسانند، زیرا حتی وجود یک قانون هرچند معیوب، بهتر از چند قانون است و امید می‌رود در این مسیر به آرا و نظرات بخش خصوصی بهای بیشتری داده شود.

محبی‌نژاد در پایان گفت: اکنون جمع مطالبات تعیین تکلیف نشده قطعه‌سازان از خودروسازان به ۴۷ هزار میلیارد تومان رسیده که ۱۸.۵ هزار میلیارد تومان آن را مطالبات تعیین تکلیف نشده معوق تشکیل می‌دهد. به گزارش ایرنا، برنامه امسال طراحی‌شده برای خودروسازان تولید یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خودرو است که یک میلیون و ۴۰۰ هزار دستگاه آن بر پایه پلتفرم‌های داخلی خواهد بود.

در این راستا، سهم ۷۵۰ هزار دستگاهی برای ایران خودرو و سهم ۶۵۰ هزار دستگاهی برای سایپا در نظر گرفته شده و با احتساب تولیدات سایر خودروسازان کوچک و خصوصی، تیراژ به یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه خواهد رسید.

باین‌حال کارشناسان معتقدند تحقق تیراژ یادشده مستلزم ملزوماتی است که عدم تامین آنها می‌تواند برنامه یادشده را با چالش‌ها و مشکلاتی همراه کند.

بررسی آمارهای منتشرشده در سامانه کدال حاکی از تولید ۱۲۲ هزار و ۳۱۷ دستگاه خودرو توسط سه خودروساز بزرگ کشور یعنی ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو از ابتدای امسال تا پایان اردیبهشت‌ماه است. این میزان تولید در مقایسه با آمار مدت مشابه سال قبل (تولید ۱۱۸ هزار و ۵۹۶ دستگاه خودرو) رشد ۳.۱۳ درصدی نشان می‌دهد.

جلوگیری از واردات قطعات خودرو به کشور ضرورت دارد



هستند به طوری که بخشی از تولیدات آنها به کشورهای اروپایی صادر می‌شود. بنابراین در راستای تقویت ظرفیت صنعت قطعه‌سازی کشور حمایت از قطعه‌سازان و ارائه مشوق‌های لازم برای تسهیل فرآیند صادرات قطعات ضرورت دارد.

رئیس کمیسیون امور داخلی و شوراهای مجلس شورای اسلامی در پایان خاطرنشان کرد: به منظور حفظ جایگاه قطعه‌سازان باید از ورود هرگونه قطعات خودرو به کشور جلوگیری کرد، چراکه واردات قطعات می‌تواند جایگاه قطعه‌سازان در صنعت خودرو را به خطر انداخته و زمینه واردات قطعات بی‌کیفیت به کشور را فراهم کند.

تامین نیاز طبقه‌ای خاص از جامعه باشد نه تنها راهگشا نیست بلکه به صنعت خودرو و قطعه کشور آسیب وارد خواهد کرد. وی با تاکید بر اینکه واردات خودرو باید متناسب با درآمد عموم افراد جامعه و در راستای پاسخ به نیاز آنها صورت بگیرد، یادآور شد: با آزادسازی واردات خودرو خودروسازان نیز برای تولید خودروهای به‌روز، با کیفیت و ارزان قیمت باید مورد حمایت قرار بگیرند.

نماینده مردم یزد در مجلس شورای اسلامی بر واردات خودرو در ازای صادرات خودرو و قطعات در راستای حفظ منافع قطعه‌سازان داخل تاکید و بیان کرد: به جرأت می‌توان گفت قطعه‌سازان ما دارای توانمندی بسیاری

رئیس کمیسیون امور داخلی و شوراهای مجلس شورای اسلامی ضمن اشاره به توانمندی قطعه‌سازان و تاکید بر جلوگیری از ورود هرگونه قطعات خودرو به کشور عنوان کرد واردات قطعات می‌تواند جایگاه قطعه‌سازان در صنعت خودرو را به خطر انداخته و زمینه واردات قطعات بی‌کیفیت به کشور را فراهم کند.

محمدصالح جوکار در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص تصمیم اخیر دولت مبنی بر آزادسازی واردات خودرو با هدف ایجاد تحول در صنعت خودرو اظهار داشت: واردات خودرو تنها به شرط رقابت‌پذیری می‌تواند در صنعت خودرو تحول ایجاد کند اما اگر نگاه به واردات تنها

دومین مرحله عرضه خودرو با سامانه یکپارچه در تیر انجام می‌شود

مرحله تخصیص خودرو از طریق سامانه یکپارچه تخصیص خودرو، به‌دستور وزیر صمت مقرر شد به همه منتخبان اصلی و ذخیره که نام‌شان در سامانه یکپارچه تخصیص خودرو اعلام شده است، خودرو تخصیص داده شود.

به گفته او، درخصوص واگذاری خودرو به منتخبان فهرست ذخیره (رزرو) پس از اتمام مهلت ثبت‌نام منتخبان اصلی در روز ۲۵ خرداد، اطلاع‌رسانی تکمیلی انجام خواهد شد.

براساس اعلام این وزارتخانه، درخصوص طرح‌های فروش که در اولین دوره از قرعه‌کشی خارج شده‌اند، به زودی اطلاع‌رسانی لازم انجام خواهد شد.

آقای منوچهر منطقی، معاون صنایع حمل‌ونقل وزارت صمت گفته است: در پی افزایش تولید خودروهای کامل در خودروسازان داخلی و افزایش عرضه خودرو در سال ۱۴۰۱ به میزان بیشتر از ۲۰۰ درصد در سال ۱۴۰۰ و در پی مباحث مرتبط با اعلام اسامی بردگان نخستین

وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد بیش از ۹۰ درصد مخاطبان از واگذاری خودرو از طریق سامانه یکپارچه استقبال کرده‌اند. وزارت صمت اعلام کرد، در پی استقبال از عرضه خودرو در سامانه یکپارچه تخصیص خودرو و رضایت بیش از ۹۰ درصدی مخاطبان از این شیوه واگذاری، روند واگذاری خودرو همزمان با افزایش نرخ تولید خودروهای کامل، تداوم خواهد یافت و دور بعدی تخصیص نیز در تیر انجام می‌شود.

آگهی مناقصه
فراخوان نخست

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۳۳۱۰۸۴

سازمان مجری ساختمانها و تاسیسات دولتی و عمومی وزارت راه و شهرسازی در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی اجرای عملیات تکمیلی بخشی از کارهای ابنیه شامل سفت کاری، نازک کاری و تاسیسات برق و مکانیک طرح توسعه ضلع شرقی حرم حضرت معصومه (س) واقع در استان قم به شماره فراخوان (۳۰۰۰۰۳۰۹۲۰۰۰۳۰۱۰۰۲۰) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از زمان دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه دریافت اسناد مناقصه، آرایه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها و سایر مراحل مناقصه، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. 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. تاریخ انتشار فراخوان در سامانه مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۲۲ می باشد. اطلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه به مناقصه گران ارسال خواهد شد.

رتبه در خواستی: حداقل رتبه دو در رشته ابنیه و رتبه دو در رشته تاسیسات و تجهیزات.

زیربنای پروژه: مساحت تقریبی ۴۱۰۰ متر مربع.

بر آورد تخمینی براساس فهرست بهای سال ۱۴۰۱: حدود ۶۶۴ میلیارد ریال.

مشاور پروژه: مهندسین مشاور فجر توسعه

مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: ۱۴۰۱/۰۳/۲۶

مهلت ارسال پاسخ اسناد استعلام ارزیابی کیفی: ۱۴۰۱/۰۴/۰۹

تلفن تماس: ۸۸۰۳۰۰۵۰ - هزینه درج آگهی از برنده مناقصه دریافت خواهد شد. درج این آگهی هیچگونه تعهدی برای دستگاه مناقصه گزار ایجاد نمی نماید.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام ۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷

م.الف ۹۷۶

سازمان مجری ساختمانها و تاسیسات دولتی و عمومی وزارت راه و شهرسازی

فراخوان مرتبه دوم

سازندگان در طرح نهضت ملی مسکن در پردیسان قم

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۳۳۹۹۲۶



اداره کل راه و شهرسازی استان قم

با عنایت به اینکه این اداره کل در نظر دارد نسبت به فراخوان مرتبه دوم سازندگان مسکن در طرح نهضت ملی با شرایط مندرج در ذیل اقدام نماید، لذا از کلیه واجدین شرایط دعوت به عمل می آید در تاریخ های مقرر نسبت به دریافت و ارائه اسناد اقدام فرمایند.

- منابع مالی پروژه: تسهیلات بانکی و آورده متقاضیان

- قیمت ساخت هر مترمربع زیربنای ناخالصی واحدهای تحویلی تا پایان کار و تحویل کلید به استناد صورتحلیسه شورای مسکن استان قم مورخه ۱۴۰۰/۱۲/۰۸ به مبلغ ۴۷۲۵۰۰۰۰ ریال (چهل و هفت میلیون و دویست و پنجاه هزار ریال) می باشد.

- مبلغ مندرج در ردیف فوق مشمول تعدیل با شاخص مبنای سه ماهه سوم سال ۱۴۰۰ سازمان برنامه و بودجه می باشد. - زمان، مهلت و نشانی دریافت اسناد مطابق آگهی (پیوست) در روزنامه براساس نامه شماره ۹۷/۸۵۷۴ مورخه ۹۷/۲/۲۳ توسط اداره ارشاد تعیین میگردد. در دو نوبت به ترتیب به تاریخ ۱۴۰۱/۰۳/۱۸ و ۱۴۰۱/۰۳/۲۱ منتشر گردد.

- سازنده میبایست مشمول حداقل یکی از صلاحیت های ذیل باشد:

۱. گواهی صلاحیت پیمانکاری ابنیه از سازمان برنامه و بودجه کشور

۲. پروانه صلاحیت انبوه سازی از وزارت راه و شهرسازی

۳. اشخاص حقوقی سازنده مسکن و ساختمان دارای صلاحیت از وزارت راه و شهرسازی

- نحوه اطلاع رسانی: آگهی در روزنامه کثیرالانتشار، سایت اداره کل، پایگاه ملی مناقصات

- مهلت خرید اسناد: از تاریخ ۱۴۰۱/۰۳/۱۸ لغایت ۱۴۰۱/۰۳/۲۸ و مهلت ارائه و ارسال اسناد ارزیابی کیفی، مستندات و برگه پذیرش تعهدات، پایان وقت اداری مورخه ۱۴۰۱/۰۴/۱۱

- محل تهیه اسناد: اداره کل راه و شهرسازی استان قم

- میبایست اسناد فراخوان را به صورت مهر و موم شده به دبیرخانه اداره کل راه و شهرسازی استان قم تحویل نمایند همچنین متقاضیان محترم جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به سایت اینترنتی اداره کل راه و شهرسازی استان قم qom.mrud.ir و یا پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی iets.mporgir مراجعه نمایند.

اداره کل راه و شهرسازی قم به آدرس: قم- میدان ۷۲تن - مابین عوارضی تهران کاشان - جنب نمایندگی ایران خودرو - تلفن تماس: ۰۲۵۳۶۶۰۰۱-۵

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۳/۲۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۳/۱۸

اداره کل راه و شهرسازی استان قم

پست برق فوق توزیع دشت لاله در رامهرمز توسعه یافت



اهواز - **ششمین قجاولند:** مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان از توسعه پست ۱۳۲ به ۲۳ کیلوولت دشت لاله در شهرستان رامهرمز با ارزش سرمایه‌گذاری ۵۰ میلیارد ریال خبر داد.
محمود دشت‌بزرگ اظهار کرد: عملیات تعویض CT و اصلاح طرح حفاظت و توسعه پست ۱۳۲ به ۲۳ کیلوولت دشت لاله در جهت اتصال به رینگ، با ارزش سرمایه‌گذاری بالغ بر ۵۰ میلیارد ریال به پایان رسید و برق‌دار شد. وی با اشاره به اهداف بهره‌برداری از این پروژه تصریح کرد: تکمیل رینگ ۴ کلیدی پست و کمک به کاهش خاموشی‌ها، افزایش قابلیت مانور در تعمیر و نگهداری ترانس مصرف داخلی و افزایش قابلیت مانور کلیدینی در خطوط شرکت سیمان خوزستان و ترانس قدرت، از جمله اهداف برنامه‌ریزی و بهره‌برداری از این پروژه بوده‌است.
بر اساس این گزارش، از مهرماه ۱۴۰۰ تاکنون ۶۵۵ مگاوات آمپر در بخش انتقال و فوق توزیع به ظرفیت شبکه تحت نظارت این شرکت در استان‌های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شد.
گفتنی است، شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تامین و انتقال برق در شبکه انتقال و فوق توزیع در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد. مذکور دیدگاه‌ها و نقطه نظرات خود را نیز بیان نموده و همکاری خود را جهت گذر از پیک بار سال جاری اعلام کردند.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان خبر داد

تامین انرژی پایدار در منطقه طارم را در اولویت قرار می دهیم



قزوین - **خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین گفت: در راستای محرومیت زدایی با ایجاد خطوط مانوری جدید و اصلاح و تعمیر شبکه موضوع تامین انرژی پایدار در طارم را در اولویت برنامه ها قرار می دهیم.
مسعود خواجه وند در مراسم آغاز اقدام جهادی سروس و بهینه سازی خطوط فشار متوسط در طارم سفلی اظهار داشت: منطقه طارم وضعیت جغرافیایی خاصی دارد و در ایام سال با حوادث طوفان و بادهای شدید مواجهیم که گاهی موجب بروز حوادث و قطع برق می شود که تلاش می کنیم با بهره گیری از همه ظرفیت ها مشکلات آن برطرف شود. وی بیان کرد: اکپب های فنی لازم است در طول سال برنامه های منظمی باشند تا مشکلات به حداقل برسد که در این راستا باید خطوط اصلاح شود تا خاموشی ها به کمترین میزان برسد که دراین راستا از این اقدامات جهادی در سرتاسر شهرستانها پیش بینی شده و اجرایی خواهد شد تا با تدوام خدمت رسانی، رضایت مردم جلب شود.
خواجه وند گفت: دستگاههای خدمات رسان بایستی برای تامین زیرساخت در طارم و مناطق کم برخوردار تلاش بیشتری کنند و ما نیز آمادگی داریم از محل اعتبارات استانی شرکت برای خدمت رسانی اقدام کنیم.

وی یادآور شد: رفع محرومیت به اعتبارات کافی نیاز دارد که با استفاده از اعتبارات استانی می توانیم برای احداث خطوط مانوری در منطقه طارم بیشترین استفاده را داشته باشیم.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین تصریح کرد: اگر مسئولان استانی به طارم سفر کنند و در جریان مشکلات قرار گیرند حتما همراهی بیشتری در تامین نیازها خواهند داشت و ما علیرغم این که بیش از ۱۲ هزار کیلومتر شبکه برق داریم ولی آماده ایم به طارم توجه بیشتری شود و در این میان همراهی مدیران برنامه و بودجه در تامین اعتبارات مورد نیاز نیز می تواند تعیین کننده باشد.
وی گفت: در طارم سفلی تعداد ۴ پست برق در گیلوان، سیاهموش، لوشان و یکندی مستقر کرده ایم تا نیازها تامین شود اما در زمستان و فصل بارش تردد در مسیرهای دسترسی دشوار است و خدمت رسانی را طولانی و مشکل می کند که امیدواریم با کمک نمایندگان و مسئولان استانی وضعیت راهها بهتر شود تا بتوانیم در شرایط مطلوب تری به مردم منطقه خدمت رسانی کنیم.

خواجه وند تصریح کرد: از اعتبارات استانی برای کاهش مشکلات استفاده خواهیم کرد تا رضایت مردم جلب شود البته هیچ قولی نمی دهیم که عمل نشود اما در دو تا سه سال آینده امیدواریم بتوانیم مشکلات توزیع برق را در طارم سفلی به حداقل برسانیم.
وی افزود: از بیان مطالبات نگران نیستیم و پیگیری بخشدار و مردم برای حل مشکلات را مفتنم می شماریم و به آن اهمیت می دهیم و در حد توان و امکانات خود در رفع نیازهای مردم و ایجاد زیرساختهای انرژی تلاش خواهیم کرد.
مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین به نیروهای اقدام جهادی توصیه کرد: حتما به نکات فنی و توصیه های ایمنی اهمیت دهند تا حادثه‌ای برای نیروها ایجاد نشود و این مانور به سلامت به پایان برسد.
مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین گفت: در راستای محرومیت زدایی با ایجاد خطوط مانوری جدید و اصلاح و تعمیر شبکه موضوع تامین انرژی پایدار در طارم را در اولویت برنامه ها قرار می دهیم.

مسعود خواجه وند در مراسم آغاز اقدام جهادی سروس و بهینه سازی خطوط فشار متوسط در طارم سفلی اظهار داشت: منطقه طارم وضعیت جغرافیایی خاصی دارد و در ایام سال با حوادث طوفان و بادهای شدید مواجهیم که گاهی موجب بروز حوادث و قطع برق می شود که تلاش می کنیم با بهره گیری از همه ظرفیت ها مشکلات آن برطرف شود. وی بیان کرد: اکپب های فنی لازم است در طول سال برنامه های منظمی داشته باشند تا مشکلات به حداقل برسد که در این راستا باید خطوط اصلاح شود تا خاموشی ها به کمترین میزان برسد که دراین راستا از این اقدامات جهادی در سرتاسر شهرستانها پیش بینی شده و اجرایی خواهد شد تا با تدوام خدمت رسانی، رضایت مردم جلب شود.
خواجه وند گفت: دستگاههای خدمات رسان بایستی برای تامین زیرساخت در طارم و مناطق کم برخوردار تلاش بیشتری کنند و ما نیز آمادگی داریم از محل اعتبارات استانی شرکت برای خدمت رسانی اقدام کنیم.

مدیر کل دامپزشکی استان مرکزی خبرداد:

صادرات خوراک و مکمل ماهیان از استان مرکزی پنج برابر افزایش یافت



اراک- **فرناز امیدي:** مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی گفت: صادرات خوراک و مکمل ماهیان از ابتدای سال جاری تاکنون نسبت به مدت مشابه سال گذشته پنج برابر افزایش یافت.

به گزارش روابط عمومی اداره کل دامپزشکی استان مرکزی، دکتر محسن شائقی افزود: ۸۰۰ هزار کیلوگرم خوراک و مکمل ماهیان از ابتدای سال جاری تاکنون در قالب چهار محموله با نظارت اداره کل دامپزشکی استان مرکزی به عراق صادر شد که صادرات این محصولات نسبت به مدت مشابه سال گذشته روند افزایش داشته است. وی ادامه داد: ۱۵۰ هزار کیلوگرم خوراک و مکمل ماهیان در ۲ ماه ابتدای سال گذشته با نظارت اداره کل دامپزشکی استان مرکزی از این استان به خارج از کشور صادر شد.

دامپزشکی استان مرکزی خاطرنشان کرد: ۵۱ هزار و ۶۸۰ قطعه ماهی زینتی و زنده نیز در قالب چهار محموله با نظارت این اداره کل به کشورهای عراق، افغانستان، کویت و ترکیه صادر شد. شائقی افزود: ۱۶۳ هزار کیلوگرم آلیش مرغی نیز اسماا با نظارت اداره کل دامپزشکی استان مرکزی در قالب هفت محموله به کشور عراق صادر شد که صادرات این محصولات نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۰۰ درصد افزایش داشته است. وی درپایان بیان داشت: یک هزار و ۶۱۰ کیلوگرم عسل نیز در قالب یک محموله با نظارت اداره کل دامپزشکی استان مرکزی از این استان به کشور عمان صادر شد.

دومین جلسه مدیریت بحران با محور مدیریت تامین، توزیع و مدیریت

مصرف آب در شهر ایلام برگزار گردید

ایلام-هدی منصوری: در دومین جلسه مدیریت بحران شرکت آب و فاضلاب استان که با حضور مدیر عامل و اعضای کمیته بحران برگزار شد بر انجام برنامه‌ها و راهکارهای جهت خدمات‌رسانی مطلوب و مستمر، مقابله با بحران کم آبی و نحوه تامین آب شرب مناطق دارای تنش در تابستان پیش رو تاکید شد.
در این جلسه در خصوص میزان برداشت آب از منابع استحصالی سد ایلام، چشمه گل گل و برداشت آب از چاهها، بررسی آخرین وضعیت برداشت و بررسی کانکایکی و الکتراکتر تجهیزات ایستگاههای پمپاژ و موضوعات مختلف، بحث و تبادل نظر صورت پذیرفت.
پرویز ناصری با تاکید بر اینکه باید تالیسمیات آبرسانی حیاتی شهر ایلام از نظر اشعاعات غیرمجاز و شکستگی‌ها مورد پایش قرار گیرد، گفت: برای تامین و توزیع مناسب آب باید تصمیمات موثری گرفته شده تا بهتر بتوانیم به مردم خدمت کنیم.
مدیرعامل شرکت آبفای استان خواستار اصلاح موارد ذکر شده به صورت اورژانسی شد و افزود: بررسی‌ها و برنامه های لازم در خصوص ربط خط انتقال اجرا شده و نحوه بهره برداری از آن، تهیه و در جلسات آتی مورد بحث و تبادل قرار گیرد.

وی همچنین اظهار داشت: جهت افزایش میزان برداشت از آب چشمه گل گل به دلیل افت ولتاژ برق مقرر گردید با شرکت انتقال برق مذاکره و اقدامات لازم انجام شود.
ناصری در پایان سخنانش خاطرنشان ساخت: مجموعه شرکت آب و فاضلاب استان، تمام تلاش خود را جهت مدیریت مصرف، تامین و توزیع آب سالم و بهداشتی برای گذر از تابستان ۱۴۰۱ را در سرلوحه کار خود قرار داده است.

لازم به ذکر است در این جلسه در خصوص شناسایی و قطع تمام اشعاعات غیرمجاز، قطع تمام اشعاعات فضای سبز چه به صورت مجاز و چه غیرمجاز تا پایان فصل تابستان ۱۴۰۱، بروز نمودن رفع اتفاقات و شکستگی‌ها که جهت کاهش هدرفت آب، انجام عملیات اصلاح شبکه های فرسوده و استانداردسازی اشعاعات فرسوده، پایش لوله های عبوری از روی مسیل های داخل شهر، تشکیل پلیس آب جهت برخورد با عوامل مصرف غیرمجاز و در نهایت اشاعه فرهنگ مصرف و صرفه جویی، مباحث کاربردی و عملیاتی مطرح و مورد بحث قرار گرفت.

کوهنوردی کارکنان بسیجی اداره گاز شهرستان علی آباد کتول به

ارتفاعات روستای دیدنی چینو

گرگان- **خبرنگار فرصت امروز** : به مناسبت گرامیداشت سوم خرداد سالروز آزادسازی خرمشهر ، کارکنان بسیجی اداره گاز شهرستان علی آباد به ارتفاعات روستای چینو واقع در دهنه زرین گل شهرستان صعود کردند.در همین رابطه ،عباس سیاهوسی رئیس به همراه تعدادی از کارکنان اداره گاز شهرستان علی آباد کتول به منظور بزرگداشت ایام سوم خرداد، برنامه کوهنوردی به ارتفاعات روستای بسیار زیبای و دیدنی چینو را اجرا نموده و از فضای بسیار پر طراوت و جذاب منطقه به نحو مطلوبی بهره مند شده و این ایام حماسی را گرامی داشتند.

مددجویان ارتقاء یابد.
وی همچنین کاهش معضلات اجتماعی را از ا ماموریت های کمیته امداد عنوان و تصریح کرد: در این راستا می یابستی برنامه ریزی عملیاتی انجام شود.
در ابتدای این جلسه محسن مسعودیان راد، مدیر کل کمیته امداد استان قم، گزارشی از فعالیت های سال گذشته کمیته امداد استان و برنامه های این اداره کل در سال ۱۴۰۱ ارائه کرد.
وی افزود: از شاخص ترین خدمات کمیته امداد استان قم می توان به ارتقاء رتبه نوزدهم سال گذشته این نهاد در اشتغال آفرینی به رتبه نخست در دو ماهه سالجاری اشاره کرد.
مدیرکل کمیته امداد استان قم، پیگیری مقابله با فقر مطلق استان را از برنامه های مهم این نهاد در سال ۱۴۰۱ عنوان و اظهار کرد: برای تحقق این طرح مهم دولت، گام نخست آن در روستای کوه سفید برداشته شده است و های حمایتی را خواستار شد و گفت: کمیته امداد می تواند در این راستا پیشگام باشد تا توزیع عادلانه ی کمک های مالی و حمایتی از مددجویان را خدمت رسانی به نیازمندان را خواستار شد و تأکید کرد: ادارات دولتی هم باید با هم افزایی و هم پوشانی توانایی ها و امکانات خود نسبت به بهبود شرایط مادی و معنوی مددجویان تلاش کنند.
شاهچراغی ضرورت توزیع مناسب و عادلانه ی کمک های معیشتی و معنوی به مددجویان و محرومان را خاطر نشان و اظهار کرد: دستگاه های



حمایتی در خدمت به محرومان، نباید جزیره ای عمل کنند.
استاندار قم کسب مرجعیت آماری به واسطه ی جمع آوری و تجمع آمار دستگاه های حمایتی را خواستار شد و گفت: کمیته امداد می تواند در این راستا پیشگام باشد تا توزیع عادلانه ی کمک های مالی و حمایتی از

در شرکت برق منطقه‌ای خوزستان صورت گرفت:

برگزاری جلسات هماهنگی و برنامه‌ریزی با صنایع جهت عبور از پیک بار سال ۱۴۰۱



جساری، راهبردهای وزارت نیرو و اقداماتی که لازم است برای گذر از تابستان ۱۴۰۱ جهت پایداری شبکه برق انجام شود را ارائه و بر لازم الاجرا بودن این مصوبه تأکید کرد.

وی همچنین در خصوص شرکت‌های وابسته و تابعه سازمان صنعت، معدن و تجارت و پیک بار و تفاهنامه وزارت‌های صمت و نیرو، توضیحاتی ارائه کرد.

در این جلسات که در دو نوبت و به تفکیک صنایع فولادی و سیمانی به صورت حضوری و ویدئو کنفرانسی برگزار شد، برخی از مدیران عامل و نمایندگان شرکت‌های مذکور دیدگاه‌ها و نقطه نظرات خود را نیز بیان نموده و همکاری خود را جهت گذر از پیک بار سال جاری اعلام کردند.

در سی و پنجمین روز از روند بهسازی سراوان ؛

نظارت بر عملیات اجرایی پروژه توسط شهردار رشت و نماینده مجلس



گهرورد و رزجوب آبیاری می‌شوند، اذعان کرد: از همه مسئولان استانی و کشوری می‌خواهم کمک کنند تا معضل سراوان و رودخانه‌های آلوده شهر رشت حل شود.
سید امیر حسینی علوی شهردار رشت نیز در این نظارت میدانی ضمن تشکر از همه شخصیت‌هایی که پیگیر رفع معضلات زیست محیطی پسماند سراوان و رودخانه‌های آلوده شهر رشت هستند، ابراز داشت: امیدوارم خروجی نظرتهای ایجنسینی به بهتر شدن شرایط محیط زیست شهر رشت و استان گیلان بیانجامد.
شهردار رشت تصریح کرد: بر اساس برنامه‌ریزی که شهردار رشت و شورای اسلامی شهر برای مدیریت لندفیل سراوان تدارک دیده بود، بهسازی و اجرای پوشش خاکی

شهردار مشهد: تقدم سرعت بر دقت و کیفیت آفت بزرگ در شهرداری‌ها است



اجرائی خاطرنشان کرد: برخی معتقد به افزایش عرض خیابان، ساخت تقاطع‌های غیرهمسطح در راستای تسهیل عبور و مرور هستند.
همچنین مانع ورود خودرو شخصی به مرکز شهر هستند، آیا تسهیل زیارت شرط است یا رعایت دستورالعمل‌های خارجی در شهر؟

مشهد - **صابر ابراهیم یان:** سید عبدالله ارجانی در سی و دومین نشست معاونین فنی‌وعمران کلانشهرها، اظهار کرد: در جایی مانند مشهد و شهرهای مشابه ارتباط بین معنویت و عمران شهری باید چگونگی باشد؛ توسعه اماکن پیرامونی ضضع امام هاشم از فضای بسیار کم در سده گذشته، امروز به بنای فاخر قابل استناد و مباحثات برای کشور چه از نظر وسعت و چه از نظر سبک معماری تبدیل شده است.

وی با طرح این سوال که حرم کجاست؟ افزود: اگر گیت‌های ورودی به جای فلکه آب در چهارراه دانش واقع می‌شد ما کم‌کدام در دیوار را می‌پوسیدیم؟ چرا معنویت را در حصار عمران محصور می‌کنیم؟ چطور دلمان می آید اما رضا (ع) را محدود به گیت‌های آستان قدس رضوی کنیم؟

شهردار مشهد بیان کرد: دوره ششم مدیریت شهری مشهد را حرم شهر می‌ناند و هر فعالیت عمرانی باید با این فلسفه ذاتی همخوانی داشته باشد، درحال حاضر حرم کانون کالبدی شهر نیست و شهرسازی و عمران مطابق با فلسفه ذاتی شهر پیش رفته است.



ساری - **دهقان** : مهندس سید کاظم حسینی کارنامی در جلسه قسراگاه عملیاتی گذر از لوچ بار ۱۴۰۱ شرکت توزیع نیروی برق مازندران که با محوریت بررسی اقدامات نمایندگان پایش مصرف برق

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز:** علی طالبی مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان در این خصوص گفت: در هر سازمانی، ارتباط با مشتری از اهمیت زیادی برخوردار بوده و یکی از کلیدی‌ترین و بهترین بخش ارتباط مجازی با مشتری، روشی است که سریع‌ترین زمان ممکن بتواند به سوالات و مشکلات موردنظر مشتریان پاسخ دهدوی با اشاره به اینکه امروزه انتظارات مشتریان در حال رشد است افزود: مشتریان انتظار دارند با ساده‌ترین و سریع‌ترین روش ممکن به درخواست‌هایشان رسیدگی شود که سروسس چت آنلاین یا گفتگوی برخط در وبسایت‌ها برای ایجاد ارتباط دوسویه و به‌عنوان یکی از سریع‌ترین و مؤثرترین ابزار، زمینه‌های تسهیل در برقراری ارتباط با مشتری‌ها را بهبود بخشیده و رضایتمندی آن‌ها را به همراه دارد.طالبی اظهار داشت: این شرکت در راستای مسئولیت اجتماعی

و بهبود خدمات و بهر‌مندی هرچه بیشتر از ظرفیت‌های الکترونیکی، این

امکان را برای مشتریان به وجود آورده است که بلافاصله پس از رویه‌رو شدن با مشکل، سؤال خود را از طریق گفتگوی برخط مطرح کرده و در فاصله زمانی کوتاهی جواب خود را دریافت کنند.
مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان به بیان برخی از مزیت‌های راهاندازی چت آنلاین در سایت این شرکت اشاره کرد و گفت: کم‌شدن مراجعات مردمی به شرکت، کاهش هزینه‌ها و صرف وقت مردم، ثبت و درج سریع درخواست‌ها توسط مردم، رسیدگی به‌موقع به مطالبات و تقاضاهای مطرح‌شده، برقراری ارتباط

دوسویه و آنلاین، ارائه مشاوره و راهنمایی لازم، فراهم شدن هرچه بیشتر رضایتمندی مشتریان و موارد مرتبط دیگر ازجمله مزایای این نرم‌افزار است.طالبی در ادامه ضمن تشکر از کارکنان امور فن‌آوری اطلاعات و

ارائه‌شده به نحو مطلوبی استفاده کردند.

چگونه با استفاده از برند شخصی تبدیل به رهبر تجاری شوید؟

به قلم: ناثومی گریک / کارشناس مدیریت کسب و کار - ترجمه: علی آل علی

تبدیل شدن به یک رهبر تجاری

تبدیل شدن به یک رهبر تجاری برای بسیاری از افراد آرزوی مهمی محسوب می‌شود. این آرزو برای آنها بی‌نهایت جذاب و تاثیرگذار بوده و تمام توانایی‌شان را در این میان تحت تاثیر قرار خواهد داد. امروزه در دنیا شمار بی‌نهایت زیادی از رهبران تجاری بزرگ وجود دارند. نکته مهم در این میان نحوه رفتار و فعالیت این رهبران تجاری در بازار است. شما به راحتی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در این میان را دارید. با این حال برخی از رهبران تجاری پا را فراتر از این گذاشته و حتی اسم خودشان هم موجب جلب نظر مشتریان در تمام حوزه‌ها می‌شود. یکی از نکات مهم درباره رهبران تجاری اهمیت برند شخصی‌شان در این میان است. به عبارت بهتر، رهبران تجاری بزرگ دنیا به غیر از یک عنوان سازمانی برای مدیریت کسب و کارشان در تلاش برای مدیریت برند شخصی‌شان نیز هستند. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس شما را نیز به سرعت توسعه دهد. یادتان باشد شما برای اثر گذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید همیشه از بهترین شانس‌ها و فرصت‌های‌تان سود ببرید. به همین خاطر توجه به اهمیت برند شخصی داشته باشید. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف در دنیای کسب و کار است. این امر می‌تواند به شما برای بهینه‌سازی فرصت‌های بازاریابی‌تان کمک کرده و موقعیت‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. یادتان باشد امروزه بسیاری از افراد برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به دنبال روش‌های کاربزماتیک هستند. در این میان شاید برند شخصی بتواند این نکته را برای شما فراهم سازد. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای مدیریت برند شخصی و همچنین تبدیل شدن به یک رهبر تجاری به کمک آن را مرور خواهیم کرد.

برند شخصی شما قرار نیست کاملاً مرتبط با حوزه کاری رسمی‌تان باشد. این امر می‌تواند برای شما مشکل‌ساز شود. اگر مشتریان حس کنند برند شخصی شما یک نسخه ناشیانه و کپی‌کاری از برند اصلی است، دیگر هیچ توجهی به شما نشان نمی‌دهند. با این حساب هنر اصلی شما در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از طراحی یک برند شخصی متمایز است. یکی از بهترین مثال‌ها در زمینه برند شخصی مربوط به ایلان ماسک است. وی برخلاف طرفه‌های کاری‌اش، در برند شخصی خود دغدغه برای بهبود وضعیت کلی انسان‌ها و همچنین توسعه مرزهای نوآوری را در کانون توجه قرار داده است. درست به همین خاطر طرفدارهای بسیار زیادی در سراسر دنیا دارد. این امر می‌تواند به شما برای اثر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان کمک کرده و موقعیت‌تان را بی‌نهایت بهینه‌سازی نماید.

هر کارآفرینی به جز فعالیت کاری و رسمی به حوزه‌های متفاوت دیگری نیز علاقه دارد. این امر می‌تواند برای وی جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته باشد. درست به همین خاطر شما باید حوزه‌های کاری متفاوتی را در کانون توجه قرار دهید. به به عبارت دقیق‌تر، شما باید توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به ساده‌ترین شکل ممکن را راهکارهای ابتدایی را داشته باشید. این امر می‌تواند از تمرکز بر روی علایق آنها شروع شود. با این حال توصیه ما استفاده از علایق خودتان است. این امر کارتان را بسیار بلورپذیرتر از هر زمان دیگری خواهد کرد. صحبت کردن درباره علایق برای همه مردم کار ساده‌ای نیست. بسیاری از مردم مشکلات بسیار زیادی با صحبت کردن درباره خود و علاقه‌های‌شان دارند. همین امر می‌تواند مشکلات زیادی برای آنها در مسیر تبدیل شدن به یک کارآفرین بزرگ ایجاد کند. اگر شما به دنبال تبدیل توانایی‌های‌تان به مهارت‌های مورد نیاز برای یک رهبر تجاری هستید، باید به طور قابل ملاحظه‌ای پیش‌دستی را در دستور کار قرار دهید. این امر شامل تلاش برای تعامل با مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای و بهینه است. شاید در ابتدا صحبت مستقیم درباره اموری که دوست دارید خیلی سخت باشد، اما به مرور زمان توانایی‌های‌تان در این میان به طور چشمگیری توسعه پیدا خواهد کرد.

بسیاری از برندها پس از ورود به دنیای آنلاین وضعیت‌شان به طور کامل تغییر کرده است. این امر می‌تواند برای شما نیز تحولات زیادی به همراه داشته باشد. بسیاری از افراد تا قبل از اینکه وارد دنیای آنلاین نشده‌اند، افرادی کاملاً معمولی بودند. به عنوان مثال، همین ایلان ماسک را در نظر بگیرید. توییت‌های وی به طور مداوم بازار کسب و کار و حتی فرهنگ عمومی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با این حساب هیچ عجیب نیست در میان کارآفرینان به موفق جایی همیشگی برای او مشاهده کنیم. این امر می‌تواند برای شما و بسیاری از همکاران‌تان جذاب و هیجان‌انگیز محسوب شود. نکته مهم اینکه شما باید همیشه آمادگی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را در خودتان زنده نگه دارید، در غیر این صورت شاید به سادگی هرچه تمام‌تر جای‌تان با برندهای بزرگ عوض شود. آن وقت مشتریان دیگر حتی یادی از برند شما نیز نخواهند کرد.

اگر شما یک گوشی موبایل هوشمند دارید، برای ثبت نام در شبکه‌های اجتماعی حتی لازم به استفاده از رایانه‌های شخصی نیز نیست. امروزه بسیاری از کاربران با استفاده از گوشی همراه اکانت رسمی‌شان را ثبت نام می‌کنند. این امر می‌تواند جذابیت‌های بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به همراه داشته و توانایی شما را به طور چشمگیری توسعه دهد. در این میان برای بهبود وضعیت‌تان می‌توانید پس از ثبت نام اولیه در شبکه‌های اجتماعی درخواست دریافت نوار آبی تأیید حساب کاربری را دهید. این امر به طور معمول اکانت‌های رسمی را از نمونه‌های نادای با فیک متمایز خواهد ساخت. به این ترتیب شما می‌توانید با خیال راحت شروع به تعامل با مخاطب هدف در فضای شبکه‌های اجتماعی نمایید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. همچنین در صورت نیاز می‌توانید از اکانت‌های رسمی‌تان در شبکه‌های اجتماعی به مثابه ابزاری برای انتقال پیام‌تان در قالب یک رهبر تجاری استفاده نمایید. نگارش کتاب هرگز کار سخت یا پیچیده‌ای نیست. این امر برای کسانی که سال‌ها تجربه در دنیای کسب و کار یا ایده‌ای متمایز برای بیان دارند، هرگز مشکل بزرگی محسوب نمی‌شود. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باید به طور مداوم از راهکارهای تازه سود ببرید. نگارش کتاب نیز در این میان راهکار مناسب و جذابی محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی افراد علاقمند به حوزه کاری‌تان می‌دهد. یادتان باشد اگر شما برای نگارش کتاب مشکلات زیادی دارید، همیشه می‌توانید از کمک‌های تخصصی دیگران نیز بهره‌مند گردید. این امر شاید سختی‌های بیشتر پیش روی‌تان را خیلی کاهش ندهد، اما دست کم به شما اطلاعات بسیار خوبی برای ادامه کارتان خواهد داد. اینطور می‌توانید به سادگی هر چه تمام‌تر بر روی مخاطب هدف‌تان تاثیرگذاری لازم را داشته باشید. یادتان باشد برای تبدیل شدن به یک رهبر تجاری واقعی شما به نکات بسیار زیادی نیاز دارید. یکی از این نکات نگارش کتاب است. پس در کنار سایر کارها به این مسئله نیز توجه ویژه‌ای داشته باشید. شروع یادکست در یوتیوب می‌تواند یک کار جذاب دیگر برای کارآفرینان و رهبران تجاری باشد. این امر به شما امکانات لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داده و شانس‌تان را نیز به طور ویژه‌ای توسعه می‌دهد. یادتان باشد در دنیایی که همه به دنبال تبدیل شدن به ستاره دنیای کسب و کار هستند، استفاده از یک یادکست مناسب نقش مهمی در تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. پس شما می‌توانید با خیال راحت این استراتژی را دنبال کرده و به دنبال تعامل با مخاطب هدف‌تان باشید. در یادکست یوتیوب شما باید مسائل مهم برای افراد علاقمند به حوزه کاری‌تان را بیان کنید. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی به همراه داشته و مهارت‌تان را نیز به طور ساده سازد. درست به همین دلیل اگر توانایی لازم برای دعوت از افراد حرفه‌ای در دنیای یادکست را دارید، نباید حتی یک دقیقه هم در این راستا درنگ کنید. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی به همراه داشته و مهارت‌تان را نیز به طور شگفت‌انگیزی افزایش دهد. درست به همین دلیل طراحی یادکست با استفاده از حضور دیگران را به طور مداوم مد نظر قرار دهید. شبکه‌های اجتماعی امکان گردش سریع اطلاعات و خبردار شدن از جزئیات مختلف امور را برای مردم به همراه دارد. این نکته برای بسیاری از مردم جذابیت بی‌نهایت زیادی داشته و به آنها فرصت خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان می‌دهد. بهرآن تجاری به طور معمول برای افزایش شهرت‌شان امکان استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کسب اطلاع درباره رویدادهای مهم و حتی حضور مجازی در آنها را دارند. این امر جذابیت‌های فرآیند مورد نظر را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و امکان تعامل بهینه با افراد گوناگون را به طور چشمگیری توسعه خواهد داد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال توسعه شهرت و اعتبارتان به عنوان رهبر تجاری هستید، باید همیشه این نکته مهم را در خاطر داشته باشید.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| شنبه | ۲۱ خرداد ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۲۸ | 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: ۸۸۳۱۷۷۲۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاقی حرفه ای روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

راهکارهایی برای دریافت محتوای تولیدی کاربران در دنیای بازاریابی

به قلم: کوین پین

کارشناس بازاریابی

ترجمه: علی آل علی

استفاده از محتوای تولیدی کاربران

استفاده از محتوای تولیدی کاربران در دنیای بازاریابی امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها مایل به استفاده از محتوای تولیدی کاربران و طرفدارهای برندشان در عرصه بازاریابی هستند. در این میان نیز همیشه برندهای بزرگ شانس بهتری برای تعامل با مخاطب هدف دارند. درست به همین دلیل شمار بسیار بیشتری از محتوای تولیدی کاربران برای چنین برندهایی در دسترس قرار دارد. بدون شک برندهای کوچک و محلی نیز مایل به استفاده از استراتژی محتوای تولیدی کاربران هستند. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف داشته و هزینه‌های بازاریابی را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. نکته مهم اینکه شما برای اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم اقدام به استفاده از استراتژی‌های تازه کنید، در غیر این صورت شاید کمتر کاربری نسبت به ارائه یا تولید محتوا پیرامون برند شما روی خوش نشان دهد. وقتی کاربران در پیرامون یک برند استفاده از محتوای تولیدی کاربران را مشاهده می‌کنند، واکنش بسیار بهتری به آن کسب و کار و محصولاتش خواهند داشت. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها یک نشانه عالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشد. در این صورت شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط‌تان را پیدا می‌کنید.

متأسفانه بسیاری از برندها در دنیای امروز توانایی یا قدرت لازم برای ترغیب کاربران به سوی تولید محتوا درباره برندشان را ندارند. این امر نه تنها دردرس‌های زیادی برای یک برند به همراه دارد، بلکه بار مالی گسترده‌ای نیز به همراه دنبال داشت. درست به همین دلیل در مقاله کنونی ما به خواند یک راهکار ساده و کاربردی برای ترغیب کاربران به سوی تولید محتوا پیرامون برندها هستیم. این امر می‌تواند جذابیت از دست رفته برند شما را بازیابی کرده و شرایط‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهید. در این رابطه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیاری از شرایطشان را توسعه داده و با استفاده از محتوای تولیدی کاربران ارتباطشان با مشتریان پیدا می‌کنند. اگر شما هم دوست دارید در میان برندهای بزرگ و حرفه‌ای باشید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر استفاده از شیوه‌های متفاوت را در دستور کار قرار دهید. ما در ادامه قصد داریم برخی از مهمترین نکات برای ترغیب کاربران به سوی تولید محتوا پیرامون برندها را مورد بررسی قرار دهیم.

درخواست برای بازخورد کاربران

بسیاری از مردم درباره برندها کنجکاوی پایان‌ناپذیری دارند. این امر می‌تواند شامل ارزیابی دقیق عملکرد برندها و حتی مقایسه آنها با هم باشد. در این صورت شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان تازه به طور مداوم به بازخوردهای کاربران در شبکه‌های اجتماعی نیاز خواهید داشت. این بازخوردها به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و فرصت‌تان در این میان را افزایش می‌دهد. امروزه بسیاری از برندها چشم‌انداز متمایزی از مشتریان‌شان دارند. درست به همین دلیل نیز در بسیاری از اوقات فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا بهینه‌سازی رابطه‌شان با مشتریان پیدا نمی‌کنند. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با شیوه‌ای حرفه‌ای هستید، می‌توانید از همان ابتدا از کاربران یا مشتریان وفادار برندتان درباره بازخوردهشان نسبت به فعالیت‌های مختلف کسب و کار خود درخواست نمایید. این درخواست‌ها به طور معمول برای مشتریان بی‌نهایت جذاب و هیجان‌انگیز است. وقتی شما بازخوردهای اولیه مشتریان را دریافت کردید، در واقع یک نقشه راه برای طراحی شیوه‌ای تازه به منظور رفع اشتباهات گذشته در دنیای بازاریابی را خواهید داشت. این امر می‌تواند برای شما هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان را نیز در این میان به طور چشمگیری افزایش دهد.

پس از اینکه مشتریان برند شما واکنش صریحی نسبت به فعالیت‌تان در دنیای بازاریابی نشان دادند، شما می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن امیدوار به تولید محتوا پیرامون کسب و کارتان از سوی آنها باشید. این امر نه تنها درباره برند شما، بلکه هر برندی که راه و روشی مشابه را در پیش گیرد مصداق دارد. مشتریان وقتی سلطان تعامل بالایی با یک برند پیدا می‌کنند، به طور معمول تمایل‌شان برای همکاری با برند مورد نظر به طور چشمگیری افزایش پیدا خواهد کرد. شما در این صورت می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف عمل نمایید. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها فقط با یک تکنیک ساده توانایی تاثیرگذاری بر روی دامنه وسیعی از مشتریان را پیدا می‌کنند. بنابراین شما لازم نیست برای دریافت محتوای تولیدی کاربران یا ترغیب آنها به این سوی خیلی خودتان را به زحمت اندازید. تنها نکته مهم و تاثیرگذار در این رابطه تلاش برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای خلاقانه است.

ایجاد هشتگ‌های مناسب

ایجاد هشتگ‌های مناسب یکی دیگر از راهکارهای تاثیرگذار برای تعامل با مخاطب هدف محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف‌شان برنامه‌های بسیار متنوعی دارند. این امر نه تنها برای برندهای بزرگ، بلکه برندهای کوچک نیز مهم خواهد بود. شما باید همیشه در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا بهینر شیوه‌ها سود ببرید. این امر می‌تواند شامل ایجاد یک هشتگ کاربردی نیز شود. بسیاری از برندها برای فعالیت بازاریابی یک هشتنگ یا چند نمونه مشخص دارند. شما با این کار به سادگی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید.

وقتی کاربران مایل به استفاده از محتوای برند شما هستند و در جواب تمایل شان برای تولید محتوا پیرامون شما افزایش پیدا می‌کند، باید یک راهکار ارتباطی سریع داشته باشند، در غیر این صورت خیلی زود انگیزه‌شان کاهش پیدا می‌کند. یک هشتگ مناسب می‌تواند ساده‌ترین راهکار تعاملی میان برند شما و مشتریان باشد. به این ترتیب دیگر نیازی به طی مراحل بسیار طولانی یا حتی ارسال محتوا در قالب ایمیل برای شما نیست. بسیاری از برندها امروزه به ساده‌ترین شکل ممکن با یک هشتگ هزاران محتوای تولیدی کاربران در طول روز دریافت می‌کنند. این یعنی دسترسی به یک منبع مهم و معتبر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف. یادتان باشد هرچه محتوای دریافتی شما بیشتر می‌شود، باید معیارهای سختگیرانه‌تری برای انتخاب بهترین نمونه‌ها داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود. در آن



صورت دیگر هیچ فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان در بازار پیش روی شما نخواهد بود.

برگزاری مسابقات در اینستاگرام

برگزاری مسابقات در اینستاگرام یکی از روش‌های پرطرفدار و بسیار جذاب برای بازاریابی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها نیاز به تعامل نزدیک با مخاطب هدف دارند. البته در دنیای شلوغ اینستاگرام بسیاری از برندها هرگز فرصتی برای دیده شدن پیدا نمی‌کنند. دلیل این امر نیز کاملاً روشن است. اگر مشتریان شما سرگرم محتوای جذاب‌تر و کاربردی‌تر باشند، هرگز به شما توجه نخواهند کرد. در این میان یک مسابقه جذاب می‌تواند انگیزه‌های آنها را به طور چشمگیری افزایش دهد. درست به همین دلیل شما باید به طور مداوم حواس‌تان به این بخش از فعالیت‌تان باشد.

بسیاری از برندها امروزه از مسابقات جذاب در اینستاگرام برای جلب نظر مخاطب هدف سود می‌برند. این امر بسیاری از برندها را بدل به موتورهای ایجاد مسابقات خلاقانه کرده است. با این حساب اگر شما مایل به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، می‌توانید یکی از همین نمونه مسابقات را طراحی کنید.

یادتان باشد برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف مسابقات شما باید دارای مراحل جذاب و همچنین جایزه‌های معتبر باشد، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما قرار نگیرد. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها به مثابه یک امر بی‌نهایت غم‌انگیز محسوب شود. اگر برند شما در این امر خیلی راحت از برندهای بزرگ برای برگزاری مسابقات الگوبرداری کند، مسیر بسیار ساده‌تری برای اثرگذاری بر روی آنها خواهد داشت.

یادتان باشد شما برای دریافت محتوای تولیدی کاربران در مسابقه‌تان باید همه تلاش خود را انجام دهید. این امر می‌تواند شامل تعیین مراحل مسابقه بر مدار تولید محتوا از سوی شرکت‌کنندگان باشد. در نهایت نیز باید یکی از محصولات ارزنده برندتان را به عنوان جایزه به مشتریان بدهید، در غیر این صورت شاید کمتر کسی مایل به شرکت در مسابقه برند شما گردد.

گوش دادن به گفت و گوی مشتریان

بسیاری از مشتریان درباره برندها در شبکه‌های اجتماعی اظهارنظر می‌کنند. این امر در پلتفرم‌هایی مثل توییتر یا شدت بسیار بالایی جریان دارد. کاربران به طور معمول در قالب توییت نظرشان پیرامون رویدادهای مختلف را بیان می‌کنند. در این میان وضعیت برندها یا کیفیت عملکردشان امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور جدی دنبال نمایید. گوش دادن به مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ایده بسیار خوبی برای آگاهی از نظرات آنها باشد. این امر شما را به منبعی مستقیم از نظرات مشتریان درباره برنداتان وصل می‌کند. به این ترتیب دیگر نیازی به نگرانی نسبت به تغییر رفتار خرید یا حتی سلیقه مشتریان نیست، چراکه شما همیشه به عنوان اولین نفر از این تغییرات باخبر خواهید شد. این امر می‌تواند در بلندمدت شانس شما را به طور چشمگیری در بازار توسعه دهد. در این صورت دیگر نیازی به نگرانی نسبت به نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز بازاریابی نیست.

یادتان باشد تاثیرگذاری شما از مخاطب هدف‌تان امر بی‌نهایت مهمی محسوب می‌شود. این نکته می‌تواند تمام تلاش‌های شما در دنیای بازاریابی را تحت تاثیر قرار داده و وضعیت‌تان را نیز متحول سازد. درست به همین خاطر اگر شما به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی کاربران هستید، باید همیشه نیم نگاهی به تغییر روش فعالیت‌شان در بازار داشته باشید.



دنیای بازاریابی

این امر می‌تواند شما را در مدت زمانی کوتاه بدل به یکی از برندهای پرطرفدار در بازار نماید. یادتان باشد گوش دادن به گفت و گوی مخاطب هدف در فضای آنلاین باید با اجازه کامل آنها صورت گیرد، در غیر این صورت شاید ناراضیانی‌های عمیقی از نحوه فعالیت برندتان را به دنبال داشته و توانایی شما را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. درست به همین خاطر باید همیشه در راستای گردآوری اطلاعات از اجازه رسمی آنها استفاده کنید. همچنین پس از گردآوری اطلاعات می‌توانید به سادگی با مخاطب هدف درباره آنها صحبت کرده و شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را امتحان کنید. این امر شما را بدل به یکی از برندهای دوست داشتنی در بازار خواهد کرد. یکی از مشکلات برندها در زمینه جلب نظر کاربران مربوط به استفاده از شیوه‌های درست برای دریافت چنین محتوایی است. اگر شما گفت و گوهای کاربران را به طور دقیق زیر نظر داشته باشید، به سادگی امکان فهم و درک نقطه مناسب شروع گفت و گو را خواهید داشت. این امر شما را بدل به یکی از برندهای جذاب در دنیای بازاریابی خواهد کرد.

همکاری با اینفلوئنسرها

همکاری با اینفلوئنسرها می‌تواند اتفاق بسیار مهمی برای برند شما باشد. این امر کاربران را به سوی توجه بیشتر به برند شما و همچنین تولید محتوا درباره‌تان سوق می‌دهد. یکی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز مربوط به توجه مداوم به آنهاست. از آنجایی که بسیاری از کاربران علاقه بالایی به اینفلوئنسرها در دنیای امروز دارند، شما می‌توانید با اطمینان خاطر بسیار بالا برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان از چنین افرادی سود ببرید. امروزه به طور معمول اینفلوئنسرها تمایل بالایی برای همکاری با برندها دارند. همین امر نیز شرایط را برای اجرای این همکاری بسیار ساده می‌سازد. تنها نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از شرایط همکاری مناسب است. این امر به معنای عقد یک قرارداد رسمی و تعیین میزان پرداختی از سوی شما و شیوه تولید محتوا از سوی فرد موردنظر است.

اگر همکاری میان شما و اینفلوئنسرها به طور حرفه‌ای دنبال شود، شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی را از پیش پای شما کم کرده و حتی شرایط‌تان را نیز به شدت توسعه دهد. یادتان باشد برندها در دنیای امروز برای بسیاری از کارهای‌شان نیاز به ارزیابی وضعیت مشتریان دارند. همکاری با اینفلوئنسرها به شما کمک می‌کند تا جذابیت برندتان برای مشتریان را محک زده و آن را توسعه دهید. نتیجه امر اینکه مشتریان با تمرکز بر روی نحوه متفاوت فعالیت برند شما می‌توانند تجربه‌ای لذت بخش از تعامل با برندتان را به دست بیاورند. این امر به سادگی هرچه تمام‌تر شما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

درگیر کردن کارمندان شرکت

کارمندان یک شرکت به طور معمول بهترین گروه برای تولید محتوا درباره آن کسب و کار محسوب می‌شوند. این دسته از افراد درگیری مستمری با مشتریان داشته و به خوبی از نقطه نظرات آنها آگاهی دارند. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بر روی مشتریان باید یک راست سراغ این دسته از افراد بروید. بسیاری از مردم وقتی کارمندان خوشحال یک برند را مشاهده می‌کنند، نظرشان درباره کل آن کسب و کار عوض می‌شود. بنابراین شما باید تلاش کنید مشتریان بهترین وجهه از برندتان را مشاهده نمایند، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید.

کارمندان شرکت شما در صورتی که مایل به تولید محتوا پیرامون برندتان باشد، به سادگی توانایی جلب نظر مشتریان را نیز دارند. درست به همین دلیل شما باید خودتان را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن آماده سازید. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و وضعیت‌تان را نیز متحول سازد. درست به همین خاطر باید هرچه در توان دارید برای اثرگذاری بهینه‌تر روی مخاطب هدف در نظر بگیرید. این امر می‌تواند برای شما تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب غیر این صورت هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان پیدا نمی‌کنید. همکاری با مخاطب هدف در زمینه بازاریابی می‌تواند امری دشوار باشد. با این حال کارمندان برند شما توانایی ساده‌سازی این فرآیند را دارند. درست به همین خاطر باید همیشه خودتان را برای همکاری با آنها آماده نگه دارید، در غیر این صورت شاید هزینه بسیار سنگینی برای بازاریابی پرداخت کنید. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور چشمگیری تحت تاثیر قرار دهد. درست به همین دلیل توصیه ما به شما تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با شروع کار از کارمندان شرکت است.

یادتان باشد در دنیای امروز هر فردی شیوه خاصی برای کار کردن در یک شرکت دارد. شما باید از دیدگاه‌های مختلف کارمندان‌تان برای روایت جذاب و متنوع از وضعیت شرکت سود ببرید. این امر می‌تواند جذابیت کار شما را به طور چشمگیری افزایش داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز تقویت نماید.

بی‌تردید امروزه کارمندان نیز انتظارات‌شان از برندها به مانند مشتریان بالا رفته است. در این راستا شما باید توجه ویژه‌ای به کارمندان‌تان داشته باشید. این امر می‌تواند کمک ویژه‌ای به شما کرده و موقعیت‌تان را نیز به شکل استثنایی تغییر دهد. وقتی کاربران شاهد روابط خوب و عالی میان شما و کارمندان‌تان باشند، علاقه‌شان برای همکاری با برند شما به طور ناخودگاه بیشتر می‌شود. این امر می‌تواند در بخش‌های مختلفی از فعالیت برندتان خودش را نشان دهد. درست به همین دلیل باید همیشه همکاری با کارمندان برای بهینه‌سازی موقعیت برند را در خاطر داشته باشید. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله می‌تواند شروع خوبی برای کار شما در راستای بازاریابی بهتر با کمک محتوای تولیدی کاربران باشد.

منبع: socialpilot.co