

نگاه

ترکیه در پی تغییر مسیر جاده ابریشم است

جاماندگی ایران از صحنه تجارت جهان

بازوی پژوهشی اتاق ایران در سی‌ویکمین گزارش «پایش تحولات تجارت جهانی» به آثار منطقه‌ای و جهانی جنگ روسیه و اوکراین پرداخت و با اشاره به غیبت ایران در اجلاس بریکس پلاس نوشت: ایران باید هرچه سریع‌تر درخواست عضویت در گروه بریکس پلاس را مطرح کند. تلاش ترکیه برای بهره‌برداری از شرایط جنگ اوکراین و تغییر مسیر کریدور جاده ابریشم، دیگر نکته‌ای است که در این گزارش بدان اشاره شده است.

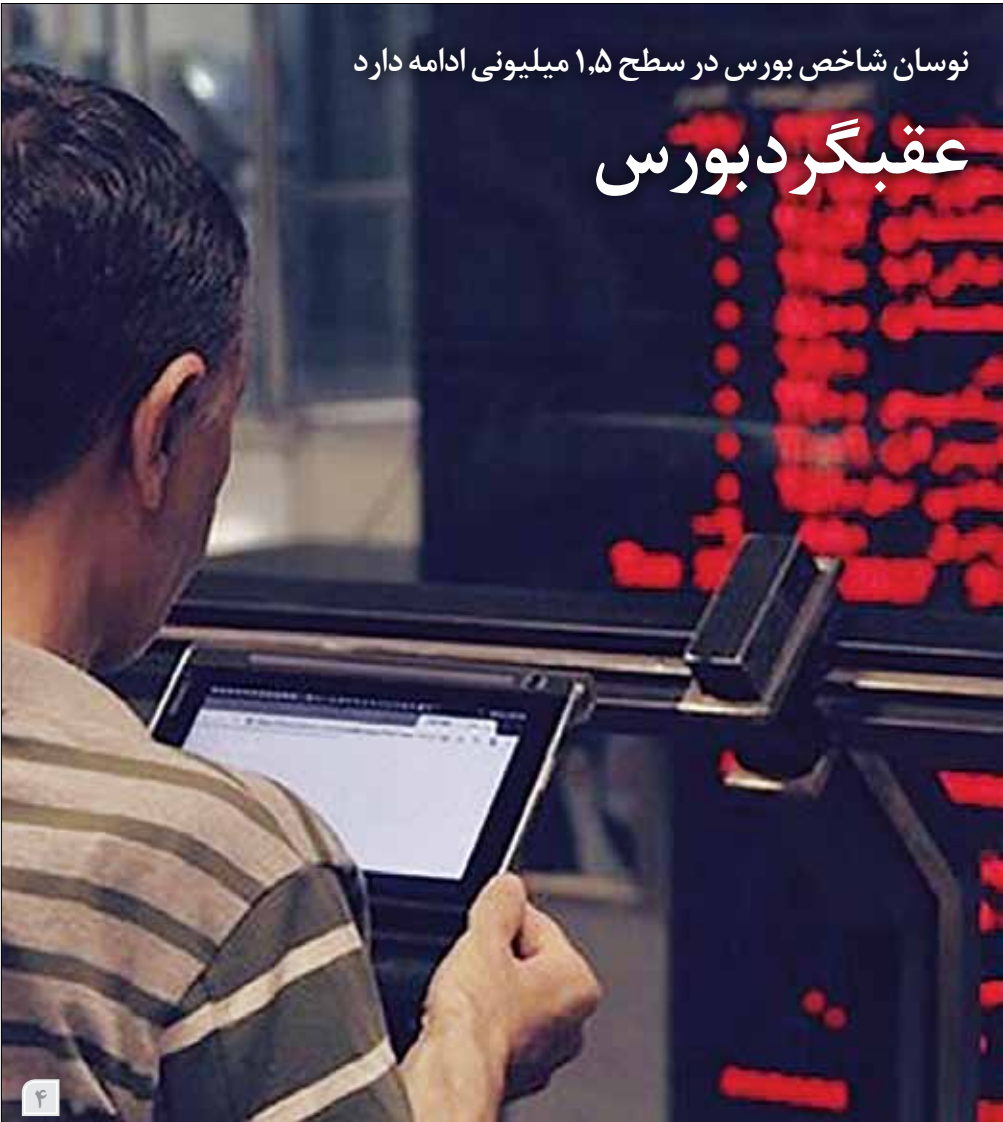
در بخش تحولات منطقه‌ای آثار جنگ اوکراین بر منطقه بسیار قابل‌تأمل است. در گام اول این جنگ تغییراتی فزاینده در ژئوپلیتیک جهانی انرژی ایجاد کرده است. اتحادیه اروپا به‌طور فزاینده در پی کاهش وابستگی به گاز روسیه برآمده است و روسیه می‌کوشد بازارهای جایگزینی برای گاز صادراتی به اتحادیه اروپا بیابد. در شرایط جدید کشورهایی که از منابع گازی برخوردارند می‌توانند در ژئوپلیتیک گاز ایفاي نقش بیشتری کنند...

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

نوسان شاخص بورس در سطح ۱,۵ میلیونی ادامه دارد

عقبگرد بورس



جامعه ایرانی به روانکاوی جمعی نیاز دارد

سردرگمی در شناخت ایران

بود، پس گفتند جامعه ایرانی جامعه برده‌داری بوده، گرچه چنین نیست.

اصل برده‌داری در محدوده‌های کشاورزی نیمه صنعتی و صنعتی کارگاهی معنا پیدا می‌کند. مجموعه‌های عظیم خانوارهای برده که در یک مقیاس بزرگ کار می‌کردند و محصولی که تولید می‌کردند نصیب‌شان نمی‌شد به معنای برده‌داری است. علاوه بر اینکه در اسناد تخت جمشید هم داریم که کارگران ساخت این بناها چه حقوقی داشتند که اصلا قابل مقایسه با استفاده از برده‌ها در ساخت اهرام مصر نیست. برای همین اطلاق دوره تاریخی برده داری به ایران اشتباه است. حالا مسئله فتودالیسم را بررسی کنیم. آیا می‌توان گفت جامعه ایرانی از نظر تاریخی، دوره‌ای فتودالی را پشت سر گذاشته است؟ فتودالیسم پنج محور دارد که هیچ کدامش در ایران دیده نمی‌شود. نظام فتودالیسم یک نظام قدرت پیازگونه است که از لایه‌های مختلف تشکیل شده است. سلسله مراتبی است که به صورت محلی کار می‌کند؛ این در حالی است که در ایران وقتی سیستم از هم می‌پاشد، قدرت محلی شکل می‌گیرد.

گروهی دیگر، نظریه «پاتریمونالیسم» را به جامعه ایرانی نسبت می‌دهند. نظام پاتریمونالیسم هم هیچ ربطی به ایران ندارد. برخی به آن ارباب-رعیتی هم می‌گویند اما ما به آن نظام کفالت می‌گوییم. این جریان هم از دو مسیر تاریخی شکل می‌گیرد. نخست جریان پایان روم. آزادان شهروند فقیرشده خودشان را در اختیار اشراف قرار می‌دهند که در ازای غذا، خانه و پول دریافت کنند. این اما یک قرارداد است و شخص هر‌گاه بخواهد می‌تواند از این قرارداد بیرون بیاید. ما چنین چیزی در ایران نداریم. جریان دوم جریان شوالیه‌گری است که برای افتخار شکل می‌گیرد؛ یعنی افراد خودشان را در اختیار اشراف قرار می‌دهند برای کسب افتخار، جنگ‌آوری و افتخارآفرینی. این دو جریان با هم ترکیب می‌شود و پاتریمونالیسم را شکل می‌دهد. به همین دلیل می‌گویم کفیل یا مورد کفالت. البته نباید فراموش کنیم که در امپراتوری عثمانی تحولاتی رخ می‌دهد که الگویی از پاتریمونالیسم به اسم «سلطانیم» شکل می‌گیرد که به نظام استبدادی شرقی نزدیک است. این شباهت موجب می‌شود که برخی به اشتباه بگویند در ایران پاتریمونالیسم هم حاکم بود.

جامعه ایرانی چطور جامعه‌ای است؟

نظریه دیگری که بسیاری به ایران مرتبط می‌دانند، «شیوه تولید آسیایی» است. معتقدم «شیوه تولید آسیایی» در مورد هند، مصر یا بین‌النهرین موضوعیت دارد ولی

ساعت کاری جدید بانک‌ها

در ایام گرم سال، کلیه واحدهای این بانک اعم از شعبه‌ها و واحدهای ستادی (به جز استان‌های خراسان جنوبی، بوشهر، فارس، گلستان و قزوین)، از تاریخ ۲۱ خرداد ۳ تا شهریورماه ۱۴۰۱، روزهای شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۷:۱۵ الی ۱۳:۳۰ و روزهای پنجشنبه از ساعت

هیچ‌گاه از خودرو ساخت خارج در ایران استفاده نکردم

واردات خودرو لزوما منجر به کاهش قیمت و افزایش کیفیت آن نمی‌شود

عضو کمیسیون اصل ۹۰ در مجلس با اشاره به بحث واردات خودرو، گفت واردات این محصول نمی‌تواند مشکل قیمت و کیفیت آن را حل کند کما اینکه ممکن است تولید مولد را تحت تأثیر قرار دهد و کشور را وابسته کند. سیدمصطفی آقامیرسلیم عضو کمیسیون اصل ۹۰ و نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس در مجلس در گفت‌وگوی تفصیلی به صنعت...

آیا بازار مسکن از رکود خارج شده است؟

چرخه رونق و رکود مسکن

فرصت امروز: گرچه گرانی این روزهای مسکن در تاریخ این بازار بی‌سابقه به نظر می‌رسد، اما تحلیلگران و پژوهشگران این دوره گرانی را هم در ادامه چرخه‌های رونق و رکود مسکن می‌دانند؛ چرخه‌هایی که در سال‌های گذشته از جمله دهه‌های ۷۰، ۸۰ و ۹۰ پیامد نوسان در متغیرهای مشخصی بوده است. مطالعات نشان می‌دهد که رشد جمعیت شهری، درآمد خانوارها، نرخ بیکاری، متوسط هزینه برای تولید یک مترمربع بنا، تورم انتظاری، نابرابری درآمد، افزایش درآمدهای نفتی، رشد نقدینگی و نرخ ارز از موثرترین متغیرها در الگوی تعیین قیمت...

سرمایه‌گذاری خارجی به سطح قبل از همه‌گیری کرونا رسید

موج نااطمینانی در اقتصاد جهانی

مدیریت و کسب‌وکار

اشتباهات برندسازی در کسب و کارهای کوچک

کسب و کارهای کوچک در طول سال‌های اخیر فضای بی‌نهایت رقابتی را پشت سر گذاشته‌اند. این امر از سویی به دلیل محدودیت‌های بازار و همچنین حضور برندهای بزرگ و از سوی دیگر دوران پساکرونا و تلاش برندها برای کسب سود هرچه بیشتر است. این امر در نوع خودش برای برندها دردسر زیادی به همراه داشته و توانایی آنها در عمل را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این میان برخی از کسب و کارهای کوچک از برندسازی به مثابه راهکاری برای معرفی حرفه‌ای کسب و کارشان به مخاطب هدف سود می‌برند. امروزه مردم بیشتر از اینکه با محصولات یا کارآفرینان سر و کار داشته باشند، درگیر برندهای مختلف هستند. این امر می‌تواند برای بسیاری از افراد جذابیت‌های بی‌نهایت زیادی داشته و حتی ذهن‌شان را برای مدت زمانی طولانی درگیر کند. به همین خاطر در دنیای امروز کسب و کارهایی که برند قوی‌تری داشته باشند، همیشه...

می‌کند. این یکی از ارزش‌های جامعه ماست که به آن توجه نمی‌شود.

حکومت هزار ساله ایلات بر ایران

از دیگر نکاتی که در شناخت جامعه ایرانی در سیر تاریخی به آن توجه نمی‌شود، حکومت هزار ساله ایلات بر ایران است؛ روساخت ایلاتی بر کشوری با زیرساخت شهری، صنعتی و بوروکراتیک که منجر به تناقضاتی در جامعه ایرانی شده است. پس آن سرراهی بودن جغرافیایی، با این دست تناقض‌هایی که در جامعه ایرانی وجود داشته، منجر به یک «دیالکتیک فترات و امنیت» شده است. این فترات در بستر تاریخی، توسعه را متوقف یا کند و جامعه را درونگسرا می‌کند. این درونگرایی در همه چیز خودش را نشان می‌دهد. همچنین این فترات است که مسئله امنیت را جدی می‌کند؛ چون این جدایی موجب می‌شود وقتی یک گروه قدرت بگیرد، دیگری را بکشد و برعکس. این تب و تاب دالما در جامعه ایرانی ادامه دارد و جامعه را سوگوار می‌کند. در این وضعیت است که مکانیسم‌های انطباق و دفاعی ایرانی به میان می‌آید. شعر اینجا به کمک ایرانی‌ها می‌آید. جامعه خودش را بازتعریف و کنترل می‌کند. از چنین دیدگاهی است که شعرهایی همچون «چوب معلم گل است» در جامعه رواج پیدا می‌کند. مثال‌هایی از این دست هم فراوان است.

قدرت در ایران به سه رشته استوار می‌شود؛ صنایع دستی، خانگی، صنایع کارگاهی و تولیدات کشاورزی و دامداری ایلیاتی. ما کوچ روی ایلات را داریم. در کوچ ایل‌های کوچک مثل کردستان، مفهوم عشیره شکل می‌گیرد، ولی در کوچ بلند بختیاری‌ها یا قشقایی‌ها مفهوم «قدرت ایلیاتی» شکل می‌گیرد. بحثی که اینجا وجود دارد، این است که به دلیل محدودیت‌ها در دسترسی به منابع آب، ما با پخشایش جمعیت روبه‌رو هستیم. این پخشایش جمعیت در بخش بزرگی از ایران با قدرت ایلیاتی به مشکل برمی‌خورد. برای مثال وقتی خشکسالی می‌شود، یک ایل بزرگ که اسلحه، اسب و جنگاور دارد در بالادست چند روستا مستقر می‌شود و از منابع آب آنها استفاده می‌کند. این همان تناقض‌هایی است که یک نظام ایلاتی بر جامعه ایرانی وارد می‌کند. جفت و بست ساختاری که ایلیاتی است، چگونه است؟ در اینجااست که مذهب به میان می‌آید. اصلا مذهب برای تعدیل قدرت می‌آید؛ از یکسو به آن مشروعیت می‌دهد و از سوی دیگر واسط می‌شود میان قدرت و مردم. یکی از موضوعات مغفول در ایران، مطالعه رابطه قوم و مذهب است.

فرمانده مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و همچنین سامانه CRM در سایت این بانک به آدرس https://www.bpi.ir/crm به‌صورت شبانه‌روزی آماده پاسخگویی به سؤالات هموطنان هستند.

۰۷:۱۵ الی ۱۲:۳۰ آماده ارائه خدمات بانکی به مشتریان هستند. هم‌مهمنان گرامی می‌توانند با بهره‌مندی از خدمات بانکداری الکترونیک اعم از بانکداری مجازی، همراه‌بانک پاسارگاد، پی‌پاد، ویپاد، تلفن‌بانک و سامانه #۷۲۰ خدمات بانکی را به صورت غیرحضورى دریافت

ترکیه در پی تغییر مسیر جاده ابریشم است

جاماندگی ایران از صحنه تجارت جهان

بازوی پژوهشی اتاق ایران در سی‌ویکمین گزارش «پایش تحولات تجارت جهانی» به آثار منطقه‌ای و جهانی جنگ روسیه و اوکراین پرداخت و با اشاره به غیبت ایران در اجلاس بریکس پلاس نوشت: ایران باید هرچه سریع‌تر درخواست عضویت در گروه بریکس پلاس را مطرح کند. تلاش ترکیه برای بهره‌برداری از شرایط جنگ اوکراین و تغییر مسیر کریدور جاده ابریشم، دیگر نکته‌ای است که در این گزارش بدان اشاره شده است. در بخش تحولات منطقه‌ای آثار جنگ اوکراین بر منطقه بسیار قابل تأمل است. در گام اول این جنگ تغییراتی فراینده در ژئوپلیتیک جهانی انرژئ ایجاد کرده است. اتحادیه اروپا به‌طور فراینده در پی کاهش وابستگی به گاز روسیه برآمده است و روسیه می‌کوشد بازارهای جایگزینی برای گاز صادراتی به اتحادیه اروپا بیابد. در شرایط جدید کشورهایی که از منابع گازی برخوردارند می‌توانند در ژئوپلیتیک گاز ایفای نقش بیشتری کنند. اقلیم کردستان عراق در همین راستا می‌کوشد تا خود را به‌عنوان یکی از گزینه‌های صادرات گاز به اروپا مطرح کند. این جنگ همچنین مهمترین دلیل رشد چشمگیر درآمدهای کانال سوئز بوده است، زیرا از یک‌سو باعث شده تا اتحادیه اروپا تمایل کمتری به واردات نفت از روسیه داشته باشد و واردات از کشورهای خلیج‌فارس را افزایش دهد و از دیگر سو روسیه نفت بیشتری را راهی بازارهای آسیایی نماید.

تحركات کشورهای همسایه برای گسترش تعاملات تجاری نیز شایسته توجه بیشتری است. ترکیه می‌کوشد با بهره‌برداری از شرایط ناشی از جنگ اوکراین مسیر مهمترین کریدور جاده ابریشم را تغییر داده و خود را به هاب مسیر خشکی این جاده مبدل کند. کریدور ترنس کاسپین از طریق دریای خزر، قزاقستان را به آذربایجان و گرجستان پیوند می‌زند و از طریق این دو کشور، به ترکیه متصل می‌شود و از طریق ترکیه کالاهای اتحادیه اروپا راه می‌یابند. افزون بر این، افغانستان به دنبال فعال‌سازی کریدور ریلی ترانس افغان است که از ازبکستان آغاز شده و در افغانستان به بیشنار پاکستان می‌رسد. این مسیر که پاکستان نیز به شدت در پی اجرایی شدن آن است مسیر جایگزین چهارپا هر محسوب می‌شود. پاکستان دولت شهباز شریف برخلاف دولت عمران خان، دیپلماسی اقتصادی را در کانون توجه خود قرار داده و می‌کوشد با طیف بیشتری از کشورها مناسبات اقتصادی را افزایش دهد. در این راستا احیای روابط تجاری با هند به عنوان یک رقیب دیرینه قابل‌توجه است. هدف‌گذاری ترکیه و قطر برای تجارت ۵ میلیارد دلاری، تلاش امارات برای سرمایه‌گذاری گسترده در هند و یونان و تلاش طالبان برای خودکفایی نفتی از دیگر تحولات اخیر است. در بخش تحولات جهان نیز رسانه‌ها از گفت‌وگوهای درون دولت بایدن برای اعمال تحریم‌های ثانویه علیه صنعت نفت روسیه خبر داده‌اند. تحریم‌های آمریکا علیه صنعت نفت روسیه تحریم‌های اولیه است به این معنا که فقط در ایالات متحده قابل‌اعمال است و واردکنندگان نفت روسیه در کشورهای دیگر می‌توانند به واردات غیردلالی ادامه دهند، اما اعمال این تحریم‌ها نتایج موردنظر واشنگتن را تاکنون به همراه نداشته است.

در ادامه این گزارش، برگزاری دومین جلسه شورای تجارت و فناوری آمریکا و اتحادیه اروپا در پاریس بررسی شده است. این شورا در سال پیش و برای تعمیق همکاری میان اتحادیه اروپا و آمریکا در حوزه‌های تجاری و فناوری از یک‌سو و مقابله با چین از سوی دیگر تأسیس شد، اما تحت تأثیر تحولات جدید تمرکز بیشتری بر روسیه یافته است. در نشست اخیر شورا، دو طرف حل‌وفصل اختلافات در حوزه تعرفه‌ها به‌عنوان گام نخست در تعمیق روابط و شکل‌دهی به یک بلوک تجاری منسجم، دارای ارزش‌ها و رویکردهای مشترک برای مقابله با نیروهای مخل تجارت جهانی که از نظر آنها کشورهایمانند چین و روسیه محسوب می‌شوند را مورد تأکید قرار دادند.

اما یکی از پیشنهاداتی که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در این گزارش مطرح کرده، این است که ایران باید درخواست عضویت در گروه بریکس پلاس را هرچه سریع‌تر ارائه نماید؛ آن‌هم در شرایطی که آمریکا از طرح کلان ایندو پاسیفیک برای مقابله با چین رونمایی کرده است. اخیرا چنین اجلاس وزرای امور خارجه موسوم به بریکس پلاس را برگزار کرد. در این اجلاس که به صورت آنلاین و به میزبانی وزیر خارجه چین برگزار شد، این کشور علاوه بر اعضای گروه بریکس شامل روسیه، هند، برزیل و آفریقای جنوبی طیفی از کشورهای در حال توسعه را به انتخاب خود به این اجلاس دعوت کرده بود. از خاورمیانه کشورهای عربستان سعودی و امارات دعوت شده بودند. افزون بر این و مهم‌تر آنکه چین در این اجلاس از زمینه‌سازی برای گسترش اعضای گروه بریکس سخن گفت. دعوت از کشورهایی چون عربستان، امارات، قزاقستان و مصر در کنار اندونزی، نیجریه و آرژانتین و سنگال، نشان‌دهنده تمایل چین به عضویت این کشورها در بریکس است. چین، رئیس دوره‌ای بریکس است و پیشنهاد بریکس پلاس و افزایش اعضای این گروه، نخستین بار در سال گذشته توسط رئیس جمهور چین ارائه شد. عدم تمایل چین و همچنین روسیه به دعوت از ایران در این اجلاس در حالی‌که تهران خود را شریک راهبردی این کشورها می‌داند و مواضع بسیار نزدیک‌تری به آنان در قیاس با عربستان و امارات در سیاست بین‌الملل دارد، تعجب‌برانگیز است.

گروه بریکس نمادی از رژیم‌سازی جدید در صحنه بین‌المللی به شمار می‌آید که توسط قدرت‌های در حال ظهور عمدتا با اهداف اقتصادی شکل گرفته و رو به پیشرفت است. آغاز فرآیند گسترش اعضای این گروه، فرصت‌های مهمی برای ایران فراهم می‌آورد. علی‌رغم عدم دعوت از ایران این کشور نیازمند توجه ویژه به بریکس و تلاش برای عضویت در آن است؛ به دیگر سخن، ایران باید درخواست عضویت در این گروه را هرچه سریع‌تر به اعضا ارائه و آن را به عنوان یک مطالبه ویژه از چین، روسیه و هند در مذاکرات آتی مطرح کند.

سرمایه‌گذاری خارجی به سطح قبل از همه‌گیری کرونا رسید

موج نااطمینانی در اقتصاد جهانی



سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۲۲ احتمالاً در یک مسیر نزولی حرکت می‌کند و در خوش‌بینانه‌ترین حالت ثابت خواهد ماند. با این حال به گفته آنکتاد، حتی اگر جریان سرمایه به لحاظ ارزش نسبتاً ثابت و بدون تغییر بماند، فعالیت در پروژه‌های جدید احتمالاً به دلیل نااطمینانی سرمایه‌گذاران آسیب خواهد دید.

تغییرات جغرافیای سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آفریقا رکورد زد و به رقم ۸۳ میلیارد دلار در این سال رسید. جریان سرمایه در آفریقای جنوبی، شرق آفریقا و غرب این قاره افزایش یافت؛ در حالی که در آفریقای مرکزی بدون تغییر و در شمال آفریقا شاهد سقوط بوده است. همچنین آسیای در حال توسعه که ۴۰درصد از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جهان را به خود جذب کرد، برای سومین سال متوالی شاهد افزایش جریان سرمایه بوده و به رکورد تاریخی ۶۱۹ میلیارد دلار دست یافته است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در چین رشد ۲۱درصدی داشته و آسیای جنوب‌شرقی تا ۴۴درصد رشد را شاهد بوده است، اما جنوب آسیا مسیری متفاوت را در پیش گرفت و شاهد افت ۲۶درصدی بوده است؛ چراکه جریان سرمایه به سمت هندوستان به ۴۵میلیارد دلار کاهش یافت. در آمریکای لاتین و حوزه کارائیب نیز در سال ۲۰۲۱ شاهد افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی تا ۵۶درصد بوده‌ایم.

آنکتاد در پایان گزارش خود می‌نویسد: انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۲، جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به اقتصادهای در حال توسعه به شدت تحت تأثیر جنگ روسیه و اوکراین و پیامدهای گسترده‌تر آن و عوامل کلان اقتصادی از جمله افزایش نرخ بهره قرار گیرد. فضای مالی در بسیاری از کشورها به طور قابل توجهی کاهش خواهد یافت، به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه واردکننده نفت و مواد غذایی. اعمال حداقل مالیات بر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جهان، اثرات مهمی بر جو بین‌المللی سرمایه‌گذاری دارد، اما انتظار می‌رود هم کشورهای توسعه‌یافته و هم کشورهای در حال توسعه از افزایش درآمدهای جمع‌شده منتفع شوند.

توسعه‌یافته شکل گرفت؛ جایی که جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، رشدی ۱۲۴درصدی را به ثبت رساند. بر همین اساس، جریان سرمایه‌گذاری در اقتصادهای در حال توسعه افزایشی ۳۰درصدی داشت و به رقم ۸۳۷ میلیارد دلار رسید؛ رقمی که بالاترین رکورد در این زمینه بوده است. علت عمده این رکوردزنی، رشد قدرتمند این سرمایه‌گذاری‌ها در آسیا، احیای نسبی در آمریکای لاتین و حوزه کارائیب و خیز آفریقا در این زمینه بوده است. سهم کشورهای در حال توسعه در جریان جهانی سرمایه‌گذاری در سطح بالای ۵۰درصد باقی ماند. به این ترتیب، فهرست ۱۰ اقتصاد برتر جهان در جذب سرمایه در سال ۲۰۲۱ میلادی به ترتیب شامل آمریکا، چین، هنگ‌کنگ، سنگاپور، کانادا، برزیل، هندوستان، آفریقای جنوبی، روسیه و مکزیک است.

آنطور که آنکتاد گزارش داده است، امسال فضای کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری به طور چشمگیری تغییر کرده است؛ چراکه جنگ در اوکراین منجر به بحران سه‌گانه افزایش قیمت مواد غذایی، افزایش قیمت سوخت و سیاست انقباضی تأمین‌مالی شده است. همچنین از دیگر عواملی که فضای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را تیره و تار می‌کند می‌توان به اثرگذاری مجدد پاندمی کرونا، احتمال افزایش بیشتر نرخ بهره در اقتصادهای بزرگ، نرخ منفی رشد سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی و رکود بالقوه اشاره کرد.

با وجود سود بالا، سرمایه‌گذاری شرکت‌های چندملیتی در پروژه‌های جدید فرامرزی (به رغم منافع زیادی که در پی دارد) هنوز یک‌پنجم کمتر از سطح پیش از پاندمی کرونا بوده است. در کشورهای در حال توسعه، ارزش سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بکر، بدون تغییر نسبت به سال قبل از آن باقی ماند. نشانه‌هایی از ضعف در سرمایه‌گذاری از هم‌اکنون قابل‌مشاهده است. داده‌های اولیه از فصل نخست سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها در سطح جهان ۲۱درصد افت داشته است. ادغام و خرید شرکت‌ها ۱۳درصد و تعداد قراردادهای بین‌المللی تأمین‌مالی ۴درصد کاهش را نشان می‌دهند.

آنکتاد در این گزارش پیش‌بینی می‌کند که روند رشد سال ۲۰۲۱ قابل تداوم نیست و نمی‌تواند ادامه یابد، به طوری که جریان جهانی

آمارها از شتاب عجیب قیمت مسکن و اجاره خبر می‌دهند

یک قرن تا کلید خانه در تهران

هزار تومان ثبت شده است. طبق این آمارها، میانگین قیمت مسکن شهر تهران در سال ۱۴۰۰ حدود ۶۱۶درصد بالاتر از میانگین قیمت آن در سال ۱۳۹۵ بوده است. در سایه موج تورمی شدید در بازار مسکن، تورم بازار اجاره نیز به‌عنوان تابی از قیمت مسکن وارد روند صعودی شده و میانگین قیمت‌های این بازار بین سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ معادل ۲۶۲،۴ درصد افزایش پیدا کرده است. طبق اطلاعات بانک مرکزی، متوسط اجاره‌بهای یک مترمربع واحد مسکونی در تهران در سال ۱۳۹۵ معادل ۲۳ هزار و ۴۰۰ تومان بوده و با ۲۰ درصد افزایش به ۲۸ هزار و ۲۰۰ تومان در سال ۱۳۹۶ رسیده است. همچنین این شاخص با رشد ۲۹،۱ درصدی، رقم ۳۶ هزار و ۴۰۰ تومان را در سال ۱۳۹۷ ثبت کرده و در سال ۱۳۹۸ با رشد ۳۰ درصدی به ۴۷ هزار و ۵۰۰ تومان رسیده است. در ادامه شتاب تورمی بازار اجاره بیشتر و میانگین اجاره‌بها در سال ۱۳۹۹ با ۳۲،۴ درصد افزایش به ۶۲ هزار و ۹۰۰ تومان و در سال ۱۴۰۰ با ۳۴،۸ درصد افزایش به ۸۴ هزار و ۸۰۰ تومان رسیده است. این روند در بازار اجاره کل مناطق شهری نیز حکم‌فرما بوده، به طوری که شاخص کرایه مسکن و اجاره ناگزیر باید از مسیر کلیه مناطق شهری در سال ۱۳۹۵ معادل ۱۰۰، در سال ۱۳۹۶ معادل ۱۰۷، در سال ۱۳۹۷ معادل ۱۲۷، در سال ۱۳۹۸ معادل ۱۵۷، در سال ۱۳۹۹ معادل ۲۰۰ و در سال ۱۴۰۰ حدود ۲۷۰ واحد ثبت شده است. در سازوکار فعلی بازار ستنی اجاره که قیمت اجاره در میان‌مدت از ارزش مسکن الگو می‌پذیرد و مؤسسات و شرکت‌های اجاره‌داری حرفه‌ای نیز وجود ندارند، اختلاف تورمی بازارهای مسکن و اجاره ناگزیر باید از مسیر کاهش قابل توجه قیمت مسکن یا جهش سنگین قیمت اجاره جبران شود. این مسئله‌ای است که گویا مسئولان وزارت راه و شهرسازی به آن توجهی ندارند و برای ساماندهی بازار اجاره از گفتاردرمانی و اقدامات مقدماتی فراتر

فرصت امروز: کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (آنکتاد) از بهبود سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۲۰۲۱ و بازگشت به سطح پیش از پاندمی کرونا خبر داد، اما در عین حال هشدار داد که به واسطه نااطمینانی‌ها بعید است این روند در سال ۲۰۲۲ ادامه یابد. گزارش سرمایه‌گذاری جهانی آنکتاد در سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در سال گذشته میلادی به حدود ۱،۶ تریلیون دلار افزایش یافت، اما بعید به نظر می‌رسد که این روند در سال جاری میلادی ادامه یابد.

براساس گزارش آنکتاد، جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در سال ۲۰۲۱ میلادی به سطح پیش از پاندمی کرونا بهبود یافت و به رقم ۱،۵۸ تریلیون دلار رسید که نسبت به سال ۲۰۲۰، رشدی ۶۴ درصدی را نشان می‌دهد، اما چشم‌انداز امسال تیره‌تر به نظر می‌رسد. در این گزارش با عنوان «اصلاحات مالیاتی و سرمایه‌گذاری باثبات بین‌المللی» آمده است که کشورهای در حال توسعه برای دوام آوردن در فضای نااطمینانی‌ها و مقابله با ریسک‌ها باید کمک قابل توجهی از جامعه بین‌الملل دریافت کنند، ریکا گرین‌اسپن، دبیر کل آنکتاد در این رابطه می‌گوید: «سرمایه‌گذاری در ظرفیت‌های مولد، در اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد و در مقابله با تغییرات جوی و انطباق با آن بسیار ضروری است. روندهای فعلی سرمایه‌گذاری در این حوزه‌ها به‌طور هماهنگ مثبت نیستند.» به گفته دبیر کل آنکتاد، «مهم است که همین حالا وارد عمل شویم، با وجود اینکه کشورها با مشکلات بسیار هشداردهنده و قریب‌الوقوع ناشی از بحران هزینه‌های زندگی روبه‌رو هستند، مهم است که بتوانیم برای درآمدزات سرمایه‌گذاری کنیم.»

براساس این گزارش، سه چهارم رشد سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۲۰۲۱ در اقتصادهای توسعه‌یافته رخ داده است. جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که در سال ۲۰۲۰، سطح بسیار پایینی را به ثبت رساند، به مدد رونق ادغام‌ها و خرید شرکت‌ها و رشد سریع تأمین مالی بین‌المللی پروژه‌ها که موهون بسته‌های محرک زیرساخت‌ها و سیاست‌های مالی تسهیلی بود، در سال ۲۰۲۱ رشد کرد. گرچه این احیای سرمایه‌گذاری در همه مناطق قابل‌مشاهده بود، اما حدود سه‌چهارم این رشد در اقتصادهای میانگین فاصله زمانی خرید خانه برای خانوارهای تهرانی به ۹۶۶ سال رسیده که از میانگین سن امید به زندگی در پایتخت بیشتر است. حداقل آمارهای سال ۱۳۹۹ که معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی منتشر کرده، این موضوع را تأیید می‌کنند. براساس آمارها، شاخص دسترسی مسکن در تهران برمبنای نسبت «قیمت مسکن به درآمد خانوار» در سال ۱۳۹۵ معادل ۱۳،۸ سال بوده و در سال ۱۳۹۹ به ۳۲،۲ سال افزایش پیدا کرده است؛ یعنی در سال ۱۳۹۵ ارزش یک آپارتمان متوسط در تهران معادل ۱۳،۸ سال درآمد یک خانوار تهرانی بوده و این نسبت در سال ۱۳۹۹ به ۳۲،۲ سال رسیده است.

در این گزارش، تحولات قیمتی بازارهای مسکن و اجاره از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ و همچنین شاخص دسترسی خانوارها به خرید واحد مسکونی منتشر شده است. مبنای این اطلاعات، داده‌هایی است که بانک مرکزی از سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات کشور استخراج کرده و به‌صورت دوره‌ای در قالب گزارش تحولات بازار مسکن منتشر شده است. براساس این گزارش که در پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی به انتشار رسیده، متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی در شهر تهران در سال ۱۳۹۵ معادل ۴ میلیون و ۳۷۲ هزار تومان بوده که با ۱۰،۳ درصد رشد به ۴ میلیون و ۸۲۲ هزار تومان در سال ۱۳۹۶ رسیده است. سپس با شروع دوره جهش قیمت مسکن، قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی شهر تهران در سال ۱۳۹۷ معادل ۷۰،۹ درصد، در سال ۱۳۹۸ معادل ۶۱،۸ درصد و در سال ۱۳۹۹ معادل ۸۰،۳ درصد جهش کرده و در نهایت به ۲۴ میلیون و ۲۹ هزار تومان رسیده است. البته این پایان کار نبوده و در سال ۱۴۰۰ نیز این بازار تورم ۳۰،۲ درصدی را تجربه کرده و میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی شهر تهران در پایان این سال، رقم ۳۱ میلیون و ۲۹۶

بانک نامه

جنگ، بحران غذایی را شعله‌ور می‌کند

غذا در اغما

سه ترکیب بحرانی جنگ، کووید و تغییرات آب و هوایی به بحرانی دیگر می‌انجامند: گرسنگی. به گزارش صندوق بین‌المللی پول، قیمت مواد غذایی در ماه‌های اخیر به رکوردی تازه رسیده است. این در حالی است که قیمت‌ها چند سالی ثابت باقی مانده بود، اما در سال ۲۰۲۱ میلادی، ۲۳ درصد رشد کرد. این رشد تا حدی به دلیل تغییرات آب و هوایی شدید بود که به برداشت محصولات آسیب رساند و هزینه انرژی را افزایش داد. سپس حمله روسیه به اوکراین به میان آمد و شاخص قیمت مواد غذایی را به بالاترین حد خود رساند. این جنگ، بنادر اوکراین در دریای سیاه را که زمانی پررفت و آمد بودند از کار انداخته و باعث شده مزارع بدون مراقب رها شوند، در عین حال توانایی روسیه برای صادرات را محدود کرده است. این دو کشور حدود یک چهارم صادرات جهانی گندم را به خود اختصاص داده‌اند و حدود یک هشتم کل کالری تجارت شده در جهان را تامین می‌کنند.

نکته مهم این است که قیمت مواد غذایی همراه با این رشد و به دلیل چالش‌های دیگر جهانی باز هم در حال افزایش است. تورم در حال افزایش است و این بیماری همه‌گیر همچنان زنجیره تامین را بهم می‌زند؛ در حالی که تغییرات آب و هوایی تولید را در بسیاری از مناطق کشاورزی جهان با خشکسالی، سیل، گرما و آتش‌سوزی بیشتر تهدید می‌کند. جنگ فراتر از ایجاد اختلال در تولید و حمل و نقل مواد غذایی، آن‌هم عمداً از طرف اوکراین، تولید جهانی غذا را هم از طریق تاثیرات آن بر تولید و قیمت کودها کاهش می‌دهد. این موضوع احتمالاً قیمت مواد غذایی را تا سال آینده بالا نکه می‌دارد؛ زیرا در صورت استفاده از کود کمتر، عملکرد محصول کاهش می‌یابد و آنچه رشد

می‌کند، هزینه بیشتری برای تولید خواهد داشت.

حمایت‌گرایی هم یک نگرانی عمده است. بسیاری از کشورها صادرات غلات و روغن‌های پخت و پز را احتمالاً از ترس ناآرامی‌ها متوقف کرده‌اند. به گفته موسسه تحقیقات بین‌المللی سیاست غذایی، تاکنون نزدیک به دوجین کشور به محدودیت‌های صادراتی روی آورده‌اند. این ترکیب شرایط، چشم‌انداز تیره و تاری برای گرسنگی جهانی ترسیم می‌کند. سطوح سوء‌تغذیه (تعداد افرادی که نمی‌توانند نیازهای مصرفی طولانی‌مدت غذای‌شان را تامین کنند) در سال ۲۰۲۰ میلادی، ۱۱۸ میلیون نفر افزایش یافت؛ حال آنکه چند سال بدون تغییر باقی مانده بود. همچنین سطوح حاد گرسنگی (تعداد افرادی که نمی‌توانند نیازهای کوتاه مدت مصرف موادغذایی‌شان را تامین کنند) سال گذشته نزدیک به ۴۰ میلیون نفر افزایش یافت. درگیری، عامل اصلی این گرسنگی شدید بود و حالا جنگ اوکراین خطر گرسنگی را برای میلیون‌ها نفر دیگر افزایش می‌دهد. حدود ۲۴ کشور در معرض خطر بالای ناامنی غذایی یا خطر متوسط با شرایط بدتر قرار دارند.

رشد ۱۰.۳ درصدی ثروت جهان با وجود کرونا

گزارش یک موسسه تحقیقاتی نشان می‌دهد با وجود همه‌گیری کرونا و به لطف رونق بازارهای سهام، کل ثروت جهان در سال گذشته با ۱۰.۳ درصد افزایش به ۴۷۲ تریلیون دلار رسید. این مطالعه که توسط گروه مشاوره بوستون انجام شده است، حاکی است که رشد ثروت جهان در سال ۲۰۲۱، بزرگترین رشد در ۱۰ سال گذشته بوده است. همچنین تعداد افراد ثروتمندی که دارایی آنها کمتر از ۱۰۰ میلیون دلار نیست، نزدیک به ۳۰۰ نفر افزایش یافت و ایناا متحد به ۲۵۸ هزار ثروتمند بیشترین تعداد افراد ثروتمند را به خود اختصاص داد و پس از آن چین با ۸۵۰۰ نفر ثروتمند قرار گرفت و آلمان در رتبه سوم قرار گرفت.

ارزش دارایی‌های فیزیکی شامل املاک، آثار هنری و طلا نیز در سال گذشته با ۱۱ درصد افزایش به ۱۳ تریلیون دلار رسید. علیرغم پیامدهای اقتصادی جنگ در اوکراین، گروه مشاوره بوستون انتظار دارد که رشد ثروت در جهان ادامه یابد، به ویژه در آسیا رشد قوی انتظار می‌رود. اگر جنگ روسیه در اوکراین در سال جاری به پایان برسد، انتظار می‌رود که ثروت جهانی تا سال ۲۰۲۴ به طور سالانه ۵.۳ درصد رشد کند. این امر پس از آن صورت گرفت که آمریکا در صدر فهرست «حساب‌ترین» کشورهای جهان برای فرار مالیاتی قرار گرفت و «بدترین امتیاز ثبت‌شده تاکنون» را در شاخص عدم اطمینان مالی که اخیراً توسط سازمان غیردولتی بریتانیا منتشر شد، کسب کرد.

یارانه‌های جدید قابل برداشت شد

سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها از قابلیت برداشت یارانه‌های ۳۰۰ هزار و ۴۰۰ هزار تومانی خبر داد و این مبلغ از ساعت ۲۴ روز یکشنبه ۲۴ خرداد قابل برداشت شد.

سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها در اردیبهشت ماه و همزمان با مرحله ۱۳۵، مبالغ مرحله ۱۳۶ مربوط به خرداد را به حساب سرپرستان خانوارهای که مشمول یارانه بودند، واریز و امکان برداشت مبالغ واریزی را منوط به رسیدن زمان مقرر و طی اطلاعیه‌ای بعدی اعلام کرد. مرحله ۱۳۶ نیز مانند اردیبهشت و براساس دهک‌بندی وزارت تعاون برای سرپرستان خانوارهای دهک اول تا سوم ۴۰۰ هزار تومان و برای دهک‌های چهارم تا نهم به ازای هر نفر، ۳۰۰ هزار تومان خواهد بود. همچنین اقساط تسهیلات قرض‌الحسنه ۱۰ میلیون ریالی کمک معیشت نقدی و کرونا از سرپرستان خانواری که این تسهیلات را دریافت کرده‌اند، کسر شده است.

حق مسکن کارگران ۵۵۰ هزار تومان شد

معاون اول رئیس جمهور در نامه‌ای به وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سازمان برنامه و بودجه، مصوبه هیأت وزیران مبنی بر افزایش حق مسکن کارگران را ابلاغ کرد. هیأت وزیران در جلسه ۱۱ خردادماه به پیشنهاد شورای عالی کار و تأیید سازمان برنامه و بودجه کشور و به‌استناد ماده ۲ اصلاحی قانون راجع به طبقه‌بندی مشاغل و برای کمک‌هزینه مسکن کارگری – مصوب ۱۳۷۰ – تصویب کرد. کمک‌هزینه مسکن کارگران مشمول قانون کار از ابتدای فروردین ماه سال ۱۴۰۱ ماهانه مبلغ ۵ میلیون و ۵۰۰ هزار ریال تعیین می‌شود. پیش از این شورای عالی کار، حق مسکن کارگران را در سال ۱۴۰۱ به‌مبلغ ۶۵۰ هزار تومان تصویب کرده بود در حالی که سال گذشته این رقم ۴۵۰ هزار تومان بود، البته این مصوبه پیشنهاد شورای عالی کار نبود که برای اجرایی شدن باید به تصویب هیأت وزیران می‌رسید، اما در بررسی هیأت وزیران، حق مسکن کارگران برای سال ۱۴۰۱ معادل ۵۵۰ هزار تومان تعیین شد.

آیا بازار مسکن از رکود خارج شده است؟

چرخه رونق و رکود مسکن



طی اردیبهشت ماه به ۳۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان رسیده که نسبت به ماه قبل ۶۱ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۲۶.۲ درصد افزایش داشته است. حجم معاملات مسکن انجام شده در این ماه نیز حدود ۱۰.۵ هزار فقره بوده که در مقایسه با ماه قبل ۲۰۶.۱ درصد زیاد شده است.

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 ۷۴ 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 ۲۵۳ 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 مورد نظر 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 ۷۳ 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. همچنین سهم خانه‌هایی با عمر بنای زیر پنج سال در معاملات اردیبهشت کاهش پیدا کرده و در عوض حجم معاملات مسکن با عمر بنای بیشتر از ۲۰ سال افزایش داشته است. در اردیبهشت امسال حجم معاملات مسکن با عمر بنای زیر پنج سال در تهران ۲۹.۶ درصد بود؛ در حالی که در یک سال قبل یعنی در اردیبهشت ۱۴۰۰ شاهد خرید و فروش ۳۶ درصد از خانه‌های با عمر بنای زیر پنج سال در شهر تهران بودیم.

الگوی تعیین قیمت در بازار مسکن

نابرابری درآمد، رشد درآمد نفتی، نرخ ارز، رفتار بازارهای موازی و...

فرصت امروز: گرچه گرانی این روزهای مسکن در تاریخ این بازار بی‌سابقه به نظر می‌رسد، اما تحلیلگران و پژوهشگران این دوره گرانی را هم در ادامه چرخه‌های رونق و رکود مسکن می‌دانند؛ چرخه‌هایی که در سال‌های گذشته از جمله دهه‌های ۷۰، ۸۰ و ۹۰ پیامد نوسان در متغیرهای مشخصی بوده است. مطالعات نشان می‌دهد که رشد جمعیت شهری، درآمد خانوارها، نرخ بیکاری، متوسط هزینه برای تولید یک مترمربع بنا، تورم انتظاری، نابرابری درآمد، افزایش درآمدهای نفتی، رشد نقدینگی و نرخ ارز از موثرترین متغیرها در الگوی تعیین قیمت مسکن است و هر زمان که یکی از این متغیرها دچار نوسان شده، به اندازه سهم خود، بازار مسکن را دچار تلاطم کرده است.

طبق آخرین گزارش بانک مرکزی، میانگین قیمت مسکن در تهران طی اردیبهشت ماه امسال با رشد ۶.۱ درصدی به بالاترین سطح در طول سال‌های گذشته رسیده و به‌طور متوسط متری ۳۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان گزارش شده است که نسبت به فروردین ماه ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معادل ۶.۱ درصد بیشتر شده است؛ یعنی در حال حاضر خرید یک خانه ۱۰۰ متری در تهران به‌طور میانگین به ۳ میلیارد و ۶۳۰ میلیون تومان بودجه نیاز دارد. براساس آمارها، متوسط قیمت مسکن در شهر تهران ظرف یک‌سال تقریباً ۲۵ درصد رشد داشته و همزمان شاهد تغییر سلیقه خریداران در بازار مسکن پایتخت هستیم. قیمت مسکن در حالی در این مدت از ۲۸ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان به ۳۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسیده که سهم خانه‌هایی با عمر بنای زیر پنج سال در کل معاملات رسمی پایتخت کاهش پیدا کرده و در عوض حجم معاملات مسکن با عمر بنای بیشتر از ۲۰ سال افزایش یافته است.

در بازار مسکن پایتخت چه گذشت؟

در حالی تا ۱۰ روز دیگر تابستان آغاز می‌شود و فصل نقل و انتقال مسکن به اوج می‌رسد که گزارش جدید بانک مرکزی نشان می‌دهد معاملات مسکن از ماه گذشته از رکود خارج شده و رفتار خریداران در بازار مسکن تغییر کرده است؛ به طوری که در اردیبهشت ماه امسال هم شاهد افزایش قیمت و هم افزایش حجم معاملات مسکن در تهران بوده‌ایم. طبق آمارهای بانک مرکزی، متوسط قیمت یک متر مربع مسکن در شهر تهران

در اردیبهشت ماه

تراکنش‌های الکترونیکی زیاد شد

اما از تعداد تراکنش‌های انجام شده ۸۸۰.۷ درصد مربوط به خرید کالا و خدمات، ۷.۱۳ درصد مربوط به پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه و معادل ۴.۸ درصد مربوط به مانده‌گیری بوده است. همچنین از مجموع کل تراکنش‌های انجام‌شده در اردیبهشت‌ماه معادل ۹۲.۱۶ درصد موفق و ۷.۸۴ درصد ناموفق بوده، البته تراکنش‌هایی که با سوئیچ شاپرک انجام شده، ۹۹.۹۹ درصد موفق بوده است. از سوی دیگر از مجموع تراکنش‌های ناموفق انجام شده در این ماه، ۱۰.۳ درصد به دلیل خطای پذیرندگی، ۰.۱۵ درصد به دلیل خطای شاپرکی، ۹.۷۶ درصد به دلیل خطای صادرکنندگی، ۸۸.۵۷ درصد به دلیل خطای کاربری و ۰.۴۸ درصد به علت خطای کسب‌وکار بوده است.

براساس این گزارش، نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی در اردیبهشت ماه سال جاری نیز ۱۳.۷۶ درصد بوده و این در حالی است که نسبت اسکناس و مسکوک در دست اشخاص به نقدینگی در این ماه فقط ۱.۶۳ درصد بوده است. بنا بر تحلیل آمارهای رسمی در اردیبهشت‌ماه امسال درباره متوسط تراکنش هر یک ابزارهای

مبلغ تراکنش‌های شبکه الکترونیکی پرداخت کارتی کشور در دومین ماه از سال ۱۴۰۱ به بیش از ۶۶۷ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به فروردین‌ماه به لحاظ تعداد ۱۰.۹۸ درصد و به لحاظ ارزش ریالی ۲۲.۷۷ درصد افزایش داشته است.

براساس جدیدترین گزارش اقتصادی منتشرشده از سوی شاپرک، مجموع تعداد تراکنش‌های انجام‌شده شاپرک در اردیبهشت ماه امسال به ۳۵۴۷ میلیون عدد رسیده که ارزش این تراکنش‌ها در مجموع به بیش از ۶۶۷ هزار میلیارد تومان می‌رسد که نسبت به فروردین‌ماه معادل ۱۰.۹۸ درصد در تعداد و معادل ۲۲.۷۷ درصد در ارزش ریالی رشد داشته است. بر این اساس، رشد اسمی مالهانه تراکنش‌های شاپرک در اردیبهشت سال جاری نسبت به ماه گذشته معادل ۲۲.۷۷ درصد بوده است. همچنین در اردیبهشت ماه امسال، سهم ابزارهای پذیرش اینترنتی در تعداد تراکنش‌های انجام شده ۴.۸۹ درصد و ابزار پذیرش موبایلی ۳.۱۶ درصد بوده و این در حالی است که کارتخوان‌های فروشگاهی ۹۱.۹۶ درصد از کل تراکنش‌های انجام شده را به خود اختصاص داده‌اند.

فروش ارز مسافرتی به چه کسانی ممنوع است؟

مرکزی، از مسافرتی به افرادی تعلق می‌گیرد که فقط ویزای توریستی یا مسافرتی داشته باشند و کسانی که در خارج از کشور اقامت داشته باشند، مشمول دریافت ارز مسافرتی نمی‌شوند. به گفته وی، افراد دو تابعیتی نیز نمی‌توانند ارز مسافرتی دریافت کنند و صرفاً‌هایی نیز از فروش ارز به این افراد منع شده‌اند. در این زمینه، کسی که در خارج از کشور زندگی می‌کند یا اقامت کشوری به غیر از ایران را دارد، از آنجا که این فرد عملاً در آن کشور درآمد دارد،

به همین دلیل قرار نیست تا با تخصیص ارز مسافرتی به آنها بار هزینه مسافرت او بر ارز دولتی تحمیل شود. گفتنی است براساس بخشنامه بانک مرکزی، حداکثر میزان فروش ارز توسط شرکت‌های صرافی به هر ایرانی بالای ۱۸ سال و یک بار در سال تا سقف مقرر برای کشورهای با ویزا به صورت هوایی معادل ۲۰۰۰ یورو، برای کشورهای بدون ویزا به صورت هوایی ۲۰۰ یورو و مسافرتی به صورت زمینی، ریلی و دریایی نیز ۳۰۰ یورو یا معادل آن به سایر ارزهاست.

نوسان شاخص بورس در سطح ۱,۵ میلیونی ادامه دارد

عقبگرد بورس



باشد و تا زمانی که بازار سرمایه کشور بازار ثانویه فعال، فروشنده‌گان و خریداران خوب نداشته باشد، امکان فروش دارایی‌ها هم سخت خواهد بود. پس برنامه‌ی دولت در عرضه سهام شرکت‌های دولتی به درون بدنه از عرضه برای مردمی گردد به این معنا که وقتی دولت پول را دریافت می‌کند، به بعد از عرضه کار ندارد و باید برای دوره ثبوت سهام، برنامه داشته باشد. به عقیده ابراهیم ابراهیمی، از کارن سازمان بورس باید مقرراتی وضع کند که بخش مربوط به تثبیت سهام، از دولت گرفته شود. در این حالت می‌توان امیدوار بود که عرضه‌های دولتی هم موفق باشد. اینکه دولت چه راهکاری برای رونق بازار ثانویه و ایجاد مزیت در این بخش داشته باشد، دور از ذهن است، اما دولت باید با کاهش مداخله‌گری در بخش مقررات و وقت‌گذاری روی محصولات شرکت‌ها و با مکانیزم‌های عملیاتی به توسعه و رونق شرکت‌ها کمک کند که خروجی این رونق در آینده بازار سرمایه دیده می‌شود.

و با بیان اینکه با کاهش دخالت دولت در حوزه‌های تهدید سودآوری شرکت‌ها، بازار مسیر خود را پیدا می‌کند، می‌افزاید: دولت مجبور است سیاست‌هایی به کار گیرد که ریسکی از لحاظ مقررات‌گذاری، بازار را تهدید نکند تا آفتاب سرمایه‌گذاران به بازار سرمایه برگردد. دولت باید فکری به حال صندوق دارای یکم و پالایش یکم کند زیرا بخش عمده‌ای از اعتماد مردم در این اقسامی‌ها، بنیمن فتنه است. بنابراین بخش‌های مربوط به بازارگردانی را فعال‌تر و نیم‌مفت مدونی کرده شود.

ابراهیمی در پاسخ به این سوال که رکود بازارهای سرمایه در جهان به بازار سرمایه ایران هم سرایت می‌کند یا خیر، می‌گوید: به نظر می‌رسد وضعیت بازار کامودیتی‌ها در جهان به دلیل تقاضا دچار تغییر و تحولاتی شده و به سمت رونق حرکت کند. بنابراین امکان اینکه در ماه‌های آینده بازار سرمایه دنیا از حالت رکود خارج شود وجود دارد. اگر رکود جهانی در سه ماهه دوم ادامه داشته و یا فکری به حال آن نشود، بازار سرمایه کشور هم متأثر از رکود بازارهای جهانی خواهد شد، اما اثرپذیری بازار سرمایه ایران همانند دیگر بازارهای دنیا نیست زیرا تعاملات کشور با آن بازارها زیاد نیست اما بخش‌های مربوط به کامودیتی‌ها، در صورتی که قیمت‌ها به ثبات نرسد و رکود همچنان حاکم باشد، بورس ایران هم متأثر از رکود جهانی خواهد شد.

شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۳۴۰ واحد، شرکت ملی صنایع مس ایران با ۳۰۲ واحد، شرکت پتروشیمی شازند با ۱۷۷ واحد، شرکت شیرازی جمهوری اسلامی ایران با ۱۶۳ واحد و شرکت سیمان فارس خوزستان با ۱۳۷ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشته‌اند. در سمت مقابل نیز شرکت ایران خودرو با ۲۹۶ واحد، بانک صادرات ایران با ۲۴۷ واحد، شرکت تجارت با ۲۱۴ واحد، شرکت معدنی صنعتی چادرملو با ۱۸۰ واحد و شرکت سایپا با ۱۶۷ واحد با بیشترین تأثیر منفی بر رشد شاخص کل همراه شدند.

گروه فلزات اساسی در جریان معاملات روز گذشته با ۳۷ هزار و ۱۶۱ مأمله به ارزش ۳ هزار و ۳۰۲ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی است. گروه خودرو با ۴۹ هزار و ۶۱۸ مأمله به ارزش ۳ هزار و ۴۷۱ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۳۴ هزار و ۱۴۰ مأمله به ارزش ۲ هزار و ۷۸۸ میلیارد ریال، گروه سیمان با ۲۲ هزار و ۴۷۸ مأمله به ارزش یک هزار و ۶۰۸ میلیارد ریال و گروه فرآورده‌های نفتی با ۱۹ هزار و ۲۶۴ مأمله به ارزش یک هزار و ۶۴۰ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با کاهش ۳۰۹ واحدی به رقم ۲۰ هزار و ۹۱۵ واحد رسید. در این بازار بیش از یک میلیارد و ۱۱۴ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳ هزار و ۷۶۰ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان ۹۸۱ واحد، شرکت نفت ایرانول با ۴۶۱ واحد، گروه توسعه مالی مهر دنگان با ۳۷۳ واحد، شرکت بهمن دیزل با ۳۶۹ واحد و شرکت پخش ارز با ۳۴۸ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شرکت تولید نیروی برق ماموند با ۶۸۶ واحد، بیمه دی با ۲۰۹ واحد، شرکت توسعه میهن برق گیلان با ۲۰۹ واحد، شرکت توسعه مولد روغاهی جهرم با ۲۷۷ واحد و شرکت حمل و نقل گسترایر سیرجان با ۲۶۶ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر رشد شاخص فرابورس همراه شدند.

خواسته جامعه سهامداری از دولت

تالار شیشه‌ای چند هفته متوالی است که قرمزپوش شده و ارزش حجم معاملات به کمترین سطح از ابتدای سال رسیده است. یک برشناس بازار سرمایه درباره خواسته جامعه سهامداری از دولت می‌گوید: نظر می‌رسد دولت باید برنامه هفتمندی برای توسعه بازار سرمایه داشته

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران مدت‌هاست که روی دور نوسان داده و هفته‌های متمادی است که در عبور از کانال ۱،۵ میلیون واحدی موفق است. بورس تهران در حالی در آخرین روزهای اردیبهشت ماه اینست که مقاومت روانی یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی برسد که پس از آن در خردادماه روندی نزولی به خود گرفت و در هفته نیمه تعطیل گذشته با بازدهی منفی ۱۷ درصدی به سطح یک میلیون و ۵۲۰ هزار واحد رسید. در اولین روز معاملاتی هفته جاری نیز شاهد افت دسته‌جمعی شاخص‌ها بودیم، به طوری که شاخص کل بورس با کاهش ۲ هزار و ۱۱۱ واحدی به رقم یک میلیون و ۵۱۸ هزار واحد و شاخص کل هم‌وزن با یک هزار و ۵۳۶ واحد کاهش به رقم ۴۱۹ هزار و ۸۶۵ واحد رسید. در آن سوی بازار سرمایه‌های شاخص کل فرابورس با افت بیش از ۸۰۰ واحدی در رقم ۲ هزار و ۹۱۵ واحد ایستاد.

تحلیلگران با وجود اصلاح شاخص بورس در سومین ماه فصل بهار با ن باورند که بازار سرمایه هم‌اکنون به لحاظ بنیادی در بهترین موقعیت سرمایه‌گذاری قرار دارد و با توجه به انتظارات تورمی، پتانسیل خوبی برای رشد آن فراهم شده است. واقعیت این است که نگاه برخی سهامداران بازار در طول دو سال گذشته به دلیل رشد بی‌محابای شاخص بورس پیر کرده و تصور می‌کنند که به محض سرمایه‌گذاری می‌توانند در زمان کوتاهی سودآوری خوبی به دست آورند؛ در حالی که چنین سودی صحیح نیست و این سرمایه‌گذاران باید نگاه خود را به بازار سرمایه پیر دهند.

۶. میلیارد برگه بهادار جابه‌جا شد

با اینکه بازار سرمایه هفته گذشته را با سبزپوشی به پایان برده بود، هفته جاری را با چراغ قرمز آغاز کرد. در جریان معاملات روز شنبه ۲۱ مردادماه، شاخص کل بورس تهران با کاهش ۲ هزار و ۱۱ واحدی به رقم یک میلیون و ۵۱۸ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن با یک هزار و ۵۲ واحد کاهش، رقم ۴۱۹ هزار و ۸۶۵ واحد را ثبت کرد. در این روز شاخص ۳۴۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲ هزار و ۲۶۶ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. شاخص بازار اول، کاهش ۲ هزار و ۲۴۴ واحدی و شاخص بازار دوم، کاهش یک هزار و ۶۶۱ واحدی را تجربه کردند.

قیمت اوراق مسکن افزایش یافت

پرداخت کنند. همچنین این وام برای مجردهای سایر مناطق شهری به ۱۲۰ میلیون تومان و برای زوجین این مناطق نیز به ۴۲۰ میلیون تومان رسیده است؛ بنابراین زوجین باید با پرداخت ۱۶ میلیون و ۵۷۲ هزار تومان و متاهله‌ها نیز با پرداخت ۳۲ میلیون و ۱۴۴ هزار تومان برای خرید اوراقی نسبت به اخذ این وام اقدام کنند.

[illegible]

دریچہ

۶۱ اقتصاددان هشدار دادند

در آستانه تورم سه رقمی

۶۱ اقتصاددان در نامه‌ای سرگشاده درباره شرایط اقتصادی و سیاست‌های جراحی اقتصادی هشدار دادند. به گفته آنها، مارپیچ افزایش نرخ ارز- تورم، کشور را در معرض خطر بروز تورم سه رقی و افسار گسیخته قرار داده است. این ۶۱ اقتصاددان نسبت به شرایط اقتصادی و اجتماعی کشور و سیاست جراحی اقتصادی واکنش نشان داده و ریشه مشکلات اقتصادی امروز را در عوامل غیراقتصادی دانسته‌اند. بنابراین از دیدگاه امضاکنندگان این بیانیه، اصلاحات اقتصادی کشور نیازمند فک گشایی و بهبود حکمرانی است. در این بیانیه که به امضای برخی از چهره‌های آکادمیک اقتصادی نزدیک به نهادهای گرايان رسیده، نام محمد ستاری‌فر، اقتصاددان و رئیس اسبق سازمان برنامه و بودجه، محمدحسین شریف‌زادگان استاد دانشگاه بهشتی و وزیر اسبق رفاه، بهروز هادی زوز استاد دانشگاه علامه طباطبائی و حجت‌الله میرزایی از همین دانشگاه نیز دیده می‌شود.

امضاکندگان این بیانیه عنوان کرده‌اند: در آغاز سال ۱۴۰۱ روند آشفته‌گی اجتماعی و نگرانی عمومی مردم از تأمین معیشت و پایداری کسب و کارهای خود، به مرحله انفجاری رسیده است. از نظر آنها، چیزی که «جراحی اقتصادی» تأمید شده، افزایش نرخ ارز و شوک‌های متعدد و تشدید بی‌ثباتی اقتصادی است و این جراحی در شرایطی رخ داده که «درباره آغاز و پایان، امنه و چارچوب و عمق این جراحی و گام‌های بعدی یا پیامدهای این جراحی یا مردم صحبت نشده است». امضادانان امضاکندنده این بیانیه معتقدند: «مقدمات اجرائی لازم برای جبران خسارت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بسیار شتابزده اجرا شده و فقط یک اقدام موقت جهانی حل مشکل عاجل کسری بودجه در شرایط تحریم و بحران جهانی قیمت مواد غذایی است و آن را نمی‌توان برنامه اصلاحات اقتصادی نامید».

به عقیده این اقتصاددانان، «ماریج» افزایش نرخ ارز- تورم، کشور را در معرض خطر بروز تورم سه رقمی و افسارگسیخته قرار داده است.» ضمن آنکه «فساد گسترده و سقوط سرمایه اجتماعی، تقویت مناسبات رانتی به ویژه در عرصه تجارت خارجی و بازارهای مالی، افت شدید سرمایه‌گذاری در طول دو دهه گذشته همراه با تورم شدید، چشم‌انداز آینده اقتصاد ایران را تیره کرده و به خروجه ناگزیر فزاینده، خسارت‌بار و غیرقابل جبران سرمایه‌های مالی و فکری به کشورهای مختلف جهان انجامیده است.» از دیدگاه آنها، «وضعیت اقتصادی ایران براساس مجموعه گسترده‌ای از شواهد، بسیار نگران‌کننده است و چشم‌اندازی برای بهبود و برون‌رفت از آن نیز وجود ندارد.»

در بخشی از این نامه سرگشاده درباره سیاست جراحی اقتصادی دولت آمده است: «پس از موافقت مجلس با حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی، در خلال گفت و گوی رئیس جمهوری در برنامه تلویزیونی نوزدهم اردیبهشت ماه سال ۱۴۰۱، برنامه «اصلاحات اقتصادی» دولت آغاز شد. اصلاحاتی که دلار ۴۲۰۰ تومانی را از گروه‌های کالای لبنیات، خوراک دام و تولید مرغ، تخم مرغ و روغن و بخشی از دارو و تجهیزات پزشکی حذف کرد. این کالاها با عنوان کالاهای اساسی در سبد خانوار شناخته می‌شوند. البته پیش از این تصمیم، با حذف پانزده آرد صنف و صنعت در فروردین ماه، کالاهایی مانند ماکارونی، انواع کیک، نان‌های حجیم و محصولات قنادی نیز از لیست مشمولان دریافت ارز ترجیحی خارج شده بودند. این سیاست دولت که «جراحی اقتصادی» نام‌گذاری شده، بسیار شتابزده و بدون تمهید مقدمات اجرایی لازم برای جبران خسارت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان اجرا شده و فقط یک اقدام موقت برای حل مشکل عاجل کسری بودجه در شرایط تحریم و بحران جهانی قیمت مواد غذایی است و آن را نمی‌توان برنامه اصلاحات اقتصادی نامید»

دولت و مجلس در شرایطی ارز ترجیحی کالاهای اساسی را حذف و آن را به عنوان آغاز جراحی اقتصادی برگزیدند که هزاران میلیارد تومان هزینه‌های غیر ضروری و مهم و قابل حذف در بوجه سالانه پیش‌بینی شده و حذف دائمی آن موقت آن هیچ آسیبی نه به کلیت و مأموریت‌های اصلی دولت و نه معیشت عمومی مردم نخواهد زد. همچنین این سیاست پرخطر در نگران‌کننده‌ترین شرایط امنیت غذایی جهان (با وجود خطر بروز گرسنگی و فقر غذایی در سطح جهانی) اجرا شده است. تا امروز، هیچ اطلاعی از چند و چون مالی این سیاست و منابع و مصارف و میزان ناترازی آن در دسترس نیست و حتی برای اولین بار در چند دهه اخیر، جداول اطلاعات منابع و مصارف بارانه‌های آشکار (جدول تبصره ۱۴ بوجه عمومی دولت) به همراه بقیه بخش‌های قانون بوجه انتشار نیافته و قابل ارزیابی، و اظهار نظر نیست.

هشدار ما به دولتمردان این است که وضعیت کشور بسیار شکننده است و اصرار بر حذف یارانه‌ها در این دوران فلاکت‌بار، کاسه صبر مردم را لریز خواهد کرد. بدیهی است که بعد از بازگشت وضعیت عادی به اقتصاد کشور و بازارهای غذا در سطح جهانی و ایجاد پیش‌نیازها و لوازم مورد نیاز در کیفیت حکمرانی برقراری ثبات اقتصاد کلان و کاهش تنش‌های اجتماعی، می‌توان براساس یک برنامه سنجیده نسبت به انجام اصلاحات اقتصادی از جمله یکسان‌سازی نرخ ارز و اصلاحات در بازارهای چهارگانه اقتصاد و ساماندهی یارانه‌های مصرفی اقدام کرد. در آن حالت نیز قطعاً حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر باید مورد نظر قرار گیرد. اجرای موفق اصلاحات اقتصادی نیازمند برخی پیش شرط‌های ضروری و ناگزیر در سطح اقتصاد کلان شامل موارد زیر است: «برخوردار از درآمدهای صادراتی نفتی و غیرنفتی و ذخایر کافی و اطمینان بخش عرضه ارز برای مدیریت نوسانات احتمالی»، «تدوین سیاست‌های روشن و گام‌راند برای ایجاد ثبات در اقتصاد کلان با کنترل عوامل مالی و بودجه‌ای تورم‌زا» و «دسترسی کم‌هزینه و بازارهای جهانی از جمله بازار کالاها و خدمات اساسی و نیز منابع و روش‌های مناسب و کم‌هزینه تامین مالی در صورت ضرورت».

این ۶۱ اقتصاددان در پایان این بیانیه با بیان اینکه «این شکل و فرآیند سیاست‌گذاری دست‌کم با دیدگاه‌های هیچ یک از رویکردهای علمی و شاخص اقتصاددانان در ایران مناسبتی ندارد»، پنج پیشنهاد برای برون‌رفت از این وضعیت ارائه کرده‌اند.

از سوی دیگر، سقف این تسهیلات برای مراکز استان و شهرهای با

نماگر بازار سهام



به شایعات توجه نکنید؛ کارت سوخت جایگاه‌داران حذف نمی‌شود

مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران با تکذیب شایعات مطرح شده درباره حذف کارت سوخت جایگاه‌داران، گفت هیچ ابلاغیه‌ای درباره حذف کارت سوخت جایگاه‌داران از چرخه عرضه بنزین وجود ندارد و چنین طرحی در برنامه نیست. علی‌اکبر نژادعلی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه روال مانند گذشته بوده و هیچ تغییری در شرایط ایجاد نشده است، اظهار کرد: شایعاتی که در این باره منتشر شده واقعی نبوده و قرار نیست که از تیرماه، کارت سوخت جایگاه‌داران برای سوخت‌گیری با نرخ آزاد حذف شود.

وی با بیان اینکه تغییری در نحوه توزیع بنزین در جایگاه‌های عرضه سوخت ایجاد نخواهد شد، گفت: بنزین پارانهای با قیمت ۱۵۰۰ تومان و بنزین آزاد نیز همچنان با قیمت لیتری ۳۰۰۰ تومان عرضه می‌شود. به گفته وی، سیستم سوخت‌رسانی مانند روال سابق بوده و هیچ‌گونه تغییری حاصل نشده، شهروندان برای استفاده از سهمیه پارانهای از کارت شخصی خودروی خود و برای استفاده از سهمیه آزاد می‌توانند از کارت شخصی خود و هم از کارت جایگاه‌داران استفاده کنند.

وی با بیان اینکه کارت سوخت شخصی هر فرد ۶۰ لیتر بنزین ۱۵۰۰ تومانی و ۲۵۰ لیتر بنزین آزاد ۳۰۰۰ تومانی دارد، گفت: استفاده از کارت سوخت جایگاه‌داران الزامی نیست اما این کارت‌ها همچنان در جایگاه‌ها وجود دارند و برنامه‌ای برای حذف آن نیست.

مازاد تولید مرغ داریم

خطر تعطیلی برخی از مرغداری‌ها

مدیرعامل اتحادیه مرغداران گوشتی کشور با اشاره به اینکه مازاد تولید مرغ اجازه نمی‌دهد قیمت مرغ در بازار به قیمت تمام شده آن برسد، گفت اگر قیمت مرغ واقعی نشود بسیاری از تولیدکنندگان از چرخه تولید خارج خواهند شد. حبیب اسدالله‌نژاد در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که آیا بازار مرغ دچار رکود شده است یا خیر؟ گفت: افزایش تولید تا حدی باعث کاهش قیمت این کالای پروتئینی شده است ولی آن موضوعی که بارها در مکاتبات به وزارت جهاد کشاورزی هم اعلام کردیم این بود که با اصلاح نظام پارانهای و پیش‌بینی وضعیت بازار، تولید متناسب با حجم تقاضا کاهش یابد که متأسفانه این درخواست مورد توجه واقع نشد و وزارت جهادکشاورزی نه تنها تولید را کاهش نداد بلکه افزایش تولید را هم رقم زد. وی ادامه داد: ما نگران این هستیم که واحدهایی که ۱۵ روز آینده مرغ‌های‌شان وارد بازار می‌شود و با ارز نیمایی تولید کرده‌اند دچار ضرر و زیان شوند، زیرا قیمت تمام شده مرغ زنده برای تولیدکنندگان بیش از ۱۵ تا ۲۰ هزار تومان بالاتر از قیمت بازار است. مدیرعامل اتحادیه مرغداران گوشتی کشور تصریح کرد: قیمت مرغ زنده در بازار کیلویی ۲۸ هزار تومان است و این در حالی است که قیمت تمام شده مرغ زنده برای مرغداران کیلویی بیش از ۴۵ هزار تومان است. اگر قیمت مرغ زنده واقعی و براساس قیمت تمام شده نباشد که البته مازاد تولید ممکن است این اجازه را ندهد. تولیدکنندگان بسیاری ممکن است زیان کنند و از چرخه تولید خارج شوند.

به گفته وی پیشنهاد حذف تدریجی ارز را داده بودیم که قیمت مرغ هم پلکانی بالا رود ولی نه تنها این اتفاق نیفتاد بلکه دولت برای کنترل بازار، واردات و تولید را هم افزایش داد.

وی با اشاره به اینکه پیش‌بینی کرده بودیم اگر بسترهای تولید برای جذب جوجه‌های یکروزه فراهم نشود تولید مرغ کاهش می‌یابد، گفت: در ۱۰ روز گذشته شاهد بودیم جوجه‌های یکروزه تولیدی کاملاً جذب نشد.

صنعت خودرو، دریغ نوزیدند تا اثبات کنند که راه حل برون‌رفت ما از کلیه اشکالات و نقص‌هایی که در زمینه‌های فنی و اقتصادی وجود دارد، واردات نامحدود است؛ آنها هجومی یکپارچه را علیه این جانب که مدافع سرسخت سیاست‌های اقتصاد مقاومتی بوده و هستم، آغاز نمودند. آن یورش برنامه‌ریزی شده، با نیت خیرخواهی و برای اصلاح مشکلات واقعی صنعت خودرو نبود بلکه می‌خواستند یکی از شاخه‌های اصلی رونق تولید را، یعنی صنعت خودرو، به تعطیلی کامل بکشانند و ترفند شکست خورده تحریم‌های یکجانبه را حیات مجدد ببخشند. نصیحت من به آن دسته از واردکنندگان خودرو که دل‌شان برای ایران می‌سوزد این است که امروز سرمایه‌ای را که اندوخته‌اند برای تقویت و پیشرفت صنعت داخلی به کار گیرند و مطمئن باشند که ثمربخش و افتخار آفرین خواهد بود.

آیا شما با هر نوع وارداتی مخالفید؟

در اقتصاد آزاد مخالفت کلی با واردات به مفهوم از دست دادن امکان استفاده از امتیاز ویژه دیگر کشورهاست. هر کشوری به لحاظ شرایط جغرافیایی و اجتماعی از امتیازاتی برخوردار است که موجب می‌شود بتواند مثلاً قطعاتی را با حفظ کیفیت به قیمتی ارزانتر تولید و عرضه کند و در مبادلات بین‌المللی به کارگیری این روش باعث رقابت‌پذیری و کاهش هزینه می‌شود و ما هم مخالف آن نیستیم ولی در حال حاضر تحریم‌های یکجانبه و ظالمانه بر ما تحمیل شده است و مانع استفاده ما از امکانات رقابت‌پذیر کردن تولیدات‌مان می‌شود مثلاً برخی قطعات مورد نیازمان را تحریم می‌کنند ولی محصول نهایی را در اختیارمان می‌گذارند! تا صنعت خودرو را از یک طرف مواجه با کاهش کیفیت و کاهش رقابت‌ناپذیری کنند و از طرف دیگر به تعطیلی بکشانند و اقتصاد کلان کشور را با بحران و پول ملی را با سقوط ارزش مواجه کنند. در این شرایط ما باید بکوشیم خود را به استقلال و خودکفایی نزدیک کنیم و به موازات آن، قطعات مورد نیازمان را از راه‌های میانبر که اغلب آسیب‌پذیرتر و گران‌تر است تأمین کنیم تا مانع فروپاشی اقتصادی شویم.

تا دستورالعمل نهایی واردات خودرو ابلاغ نشود، هر گونه گمانه‌زنی اشتباه است

هفت بار از سوسی شورای نگهبان برگشت داده شد و هر بار نیز مجلس پس از اصلاحاتی آن را برای تصویب به شورای نگهبان ارسال کرده است. در نهایت بحث و بررسی انجام شده از ابتدای سال جاری، به ابلاغ قانون ساماندهی صنعت خودرو منجر شد. براساس ماده ۱ قانون ساماندهی صنعت خودرو، دولت مکلف است حقوق ورودی خودروهای سسواری را براساس حجم موتور، میزان مصرف سوخت و میزان آلایندگی تعیین کند. پس از ابلاغ این قانون، گمانه‌زنی‌ها پیرامون نحوه و شرایط واردات خودرو آغاز شد. انتظار که برخی اعلام می‌کنند، تأیید منشأ ارز مورد نیاز برای واردات خودرو از سوسی بانک مرکزی، مهمترین الزام پیش روی واردکنندگان خودرو خواهد بود. از ورود خودرو به مرزهای جغرافیایی کشور پیش از طی مراحل قانونی از جمله ثبت سفارش و تأیید منشأ ارز از سوسی بانک مرکزی جلوگیری خواهد شد.

همچنین یکی از نمایندگان مجلس نیز اخیراً در گفت‌وگو با یکی از خبرگزاری‌ها، از تعرفه زیر ۱۰ درصد برای خودروهای برقی در صورت تعرفه ۶۰ تا ۷۰ درصدی برای خودروهای پرمصرف خبر داده و گفته است: هنوز آیین‌نامه نهایی ابلاغ نشده است اما آنچه که در جلسه مطرح شده این است که سقفی برای قیمت خودروی وارداتی در نظر گرفته نشود، اما برای برخی حدود قیمتی مزیت‌های نسبی تعریف می‌شود. به طور مثال برای خودروی زیر ۲۰ هزار دلار تعرفه کمتر در نظر گرفته شود.

وی همچنین به واردات خودروی دست‌دوم اشاره کرد و گفت: واردات

عضو کمیسیون اصل ۹۰ در مجلس با اشاره به بحث واردات خودرو، گفت واردات این محصول نمی‌تواند مشکل قیمت و کیفیت آن را حل کند کما اینکه ممکن است تولید مولد را تحت تأثیر قرار دهد و کشور را وابسته کند.

به گزارش خبرگزاری خانه ملت، سیدمصطفی آقامیرسلیم عضو کمیسیون اصل ۹۰ و نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس در مجلس در گفت‌وگوی تفصیلی به صنعت خودرو و تأثیر واردات بر قیمت و کیفیت خودرو پرداخت و گفت: صرف واردات با توجه به ظرفیت‌هایی که کشور در این عرصه پیدا کرده است، بیشتر تولید مولد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و کشور را وابسته می‌کند.

مشروح گفت‌وگوی هفته نامه «شما» با سیدمصطفی میرسلیم عضو کمیسیون اصل ۹۰ و رئیس شورای مرکزی حزب مؤتلفه اسلامی به شرح زیر است:

تحلیل شما درباره بازتاب‌های اجتماعی گسترده نسبت به انتقادات جنابعالی درباره واردات خودرو، چیست:

کشور ما به دلیل اتخاذ سیاست نادرست مقابله با تورم در ۱۰ سال گذشته گرفتار رکود تورمی شده و البته تحریم‌های ظالمانه هم به آن دامن زده است و در نتیجه با تعطیلی بسیاری از کارگاه‌ها و بنگاه‌های تولیدی، رشد تولید ناخالص داخلی متوقف و در سال‌هایی حتی منفی شد. یکارگیری سیاست‌های اقتصاد مقاومتی می‌توانست راه نجات برای کشور باشد ولی دولت‌ها در عمل و به طور جدی بدان اهتمام نوزیدند. مجلس یازدهم و دولت سیزدهم عزم کرده‌اند که با رونق دادن به تولید دانش‌بنیان و اشتغال مولد، کشور را از مصیبت رکود تورمی نجات بدهند. به علاوه می‌دانیم یکی از راهکارهایی که آمریکا در اجرای سیاست تحریمی خود صراحتاً انتخاب کرده است به توقف کشاندن صنعت خودروسازی، به عنوان نیروی محرک فعالیت‌های صنعتی است. خوشبختانه این صنعت با تلاش عالمانهای که به ویژه از ۲۵ سال گذشته، مهندسان و کاردانان و کارگران شریف از خود

به دنبال ابلاغ قانون ساماندهی صنعت خودرو از سوسی رئیس مجلس ذیل آن به موضوع واردات خودرو نیز اشاره شده است، برخی در رابطه با نوع خودروهای وارداتی و ویژگی‌های آن، اقدام به گمانه‌زنی‌هایی کرده‌اند که در این رابطه دبیر انجمن واردکنندگان خودرو تأکید دارد تا زمانی که دستورالعمل نهایی ابلاغ نشود، هیچ موردی قطعیت ندارد و هر گونه گمانه‌زنی کلا اشتباه است؛ لذا بایستی منتظر ماند.

به گزارش ایسنا، هفته گذشته، رئیس مجلس شورای اسلامی در نامه‌ای قانون مجوز پنج ساله واردات خودرو را برای اجرا، به دولت ابلاغ کرد.

براساس ماده ۴ قانون ساماندهی صنعت خودرو که توسط محمدباقر قالیباف ابلاغ شده است، وزارت صمت بایستی آیین‌نامه واردات خودرو را تنظیم و تصویب کند. ساماندهی صنعت خودرو ابلاغی با رویکردی جدید به واردات خودرو، به دولت ابلاغ شده و مجلس در این قانون ضمن تأکید بر واردات محصولات برقی، کم‌مصرف و اقتصادی، وزارت صنعت، معدن و تجارت را مامور کرده است که در آیین‌نامه اجرایی خود از نمایندگی رسمی خودروسازان خارجی برای واردات بهره گیرد. همچنین با در نظر گرفتن منابع ارزی سقفی برای واردات نیز تعیین کند.

شایان ذکر است طرح ساماندهی صنعت خودرو در اردیبهشت سال ۱۳۹۸ مورد تأیید نمایندگان مجلس شورای اسلامی قرار گرفت. این طرح بیشتر در راستای آزادسازی واردات خودرو از سوسی برخی از نمایندگان مجلس مطرح و در نهایت نیز در صحن مجلس مصوب شد. طرح مذکور

آگهی تجدید مناقصه عمومی (دو مرحله ای) شماره ۰۲-۱۴۰۱/۱۶۲

نوبت اول

شناسه آگهی ۱۳۳۱۸۷۹



شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران

مناقضه گران: شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران موضوع مناقضه: خرید انواع ترانسفورماتور کم تلفات به تعداد ۵۰ دستگاه به شرح زیر:

ردیف	شرح کالا	واحد کالا	تعداد
۱	ترانسفورماتور روغنی کم تلفات ۳۱۵ کیلوولت آمپر	دستگاه	۱۵
۲	ترانسفورماتور روغنی کم تلفات ۲۰۰ کیلوولت آمپر	دستگاه	۱۰
۳	ترانسفورماتور روغنی کم تلفات ۴۰۰ کیلوولت آمپر	دستگاه	۵
۴	ترانسفورماتور روغنی کم تلفات ۱۶۰ کیلوولت آمپر	دستگاه	۱۰
۵	ترانسفورماتور روغنی کم تلفات ۲۵۰ کیلوولت آمپر	دستگاه	۱۰

مهلت خرید و نحوه دریافت اسناد مناقصه: داوطلبان می‌توانند از روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۲۲ لغایت روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۲۶ به منظور دریافت اسناد به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند. مبلغ خرید اسناد مناقصه: مبلغ ۵۴۵/۰۰۰ ریال پایت خرید اسناد در مدت زمان تعیین شده در بند فوق به حساب سپهر (شماره ۰۱۰۱۸۵۳۷۶۵۰۵) بانک صادرات کد ۲۰۰۸ تضمین شرکت در مناقصه (فرایند ارجاع کار) به مبلغ ۲/۵۶۹/۴۵۴/۰۰۰ ریال به شرح زیر می‌باشد: - ضمانت نامه بانکی حداقل با اعتبار سه ماه و قابل تمدید به مدت سه ماه دیگر - اسام فیش واریز وجه به حساب جام به شماره ۱۶۷۲۰۴۰۵/۵۰۰ بانک ملت شعبه مرکزی چالوس - ضمانتنامه صادره توسط موسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانت نامه از سوسی بیمه مرکزی ایران - کسر از محل مطالبات به صورت سند حسابداری از محل مطالبات قطعی تأیید شده از سوسی امور مالی - چک تضمین شده بانکی (چک شخصی مورد قبول نمی‌باشد) تاریخ بازگزاری پاکات مناقصه: روز یکشنبه (ساعت ۰۸:۰۰) مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۲ تاریخ گشایش پاکات مناقصه: زمان بازگشایی ساعت ۱۰:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۲ در محل ستاد شرکت دفتر معاون مالی و پشتیبانی سایر شرایط: - هزینه آگهی مناقصه (هر دو نوبت) به عهده خریدار می‌باشد. - حضور یک نفر از طرف پیشنهاددهندگان با ارائه معرفی نامه کتبی در جلسه گشایش پاکات آزاد می‌باشد. - اعتبار موضوع مناقصه از منابع داخلی می‌باشد. - به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهاتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل می‌شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نمی‌شود. - سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است.

چاپ نوبت دوم: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۲۳

چاپ نوبت اول: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۲۲

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران

آگهی مناقصه فراخوان نخست

نوبت دوم

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 (۳۰۰۰۳۰۰۹۲۰۱۰۰۳۰۷۰۰) 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، ارایه 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 می‌باشد. اطلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه به مناقصه گران ارسال خواهد شد.

رتبه درخواستی: 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 نمی‌نماید.

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

بازاریابی ویدئویی و آمار و ارقام مهم آن

به قلم: اوساما خایاب
کار آفرین و کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل علی

بازاریابی ویدئویی در طول سال‌های اخیر محبوبیت بسیار زیادی در میان برندها و از همه مهمتر کاربران در دنیای آنلاین داشته است. این امر برای بسیاری از برندها جذابیت‌های مربوط به عنصر فیلم و سینما را یادآور می‌شود. در هر صورت شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در این روزها نیاز مبرمی به ویدئو دارید. نکته مهم دیگر اینکه شما باید ویدئوی‌تان را با بالاترین کیفیت پیش روی مخاطب هدف قرار دهید. امروزه هنوز هم بسیاری از کارآفرینان و برندها نسبت به جذابیت و تاثیرگذاری بازاریابی به سبک ویدئویی شک دارند. این امر موجب پرهیز آنها از تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای مدرن می‌شود. اگر شما به دنبال بهینه‌سازی وضعیت‌تان در این میان هستید، باید از همین امروز آخرین شک و تردیدهای‌تان را کنار بگذارید.

هدف ما در این مقاله مروری بر برخی از آمار و ارقام مهم در زمینه بازاریابی ویدئویی است. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای نماید. به این ترتیب شانس‌تان در عمل برای جلب نظر مخاطب هدف و کسب موفقیت کاری به طور فزاینده‌ای افزایش پیدا می‌کند. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و موقعیت‌تان را برای مدت زمانی طولانی ثابت نگه دارد. در ادامه برخی از مهمترین نکات از نقطه نظر بازاریابی ویدئویی را مرور خواهیم کرد. این امر به شما برای انتخابی بهتر در این زمینه کمک می‌کند.

دنیای موبایل در عرصه ویدئو

آیا تا به حال از خودتان سوال کرده‌اید مخاطب اصلی ویدئوها در دنیای آنلاین کیست؟ بی‌شک برای این سوال یک عالمه جواب ریز و دقیق وجود دارد. با این حال یک پاسخ کوتاه به این مسئله می‌تواند شامل اشاره به کاربران موبایل باشد. این امر اهمیت بسیار ویژه‌ای در دنیای بازاریابی دارد. درست به همین دلیل شما باید همیشه مخاطب هدف‌تان در قالب کاربران موبایل را در یاد داشته باشید.

متأسفانه بسیاری از برندها در عمل مخاطب هدف‌شان را به سادگی فراموش می‌کنند. این امر می‌تواند جذابیت‌های کار‌تان برای مخاطب هدف را به طور چشمگیری کاهش داده و شانس‌تان را نیز از بین ببرد. درست به همین دلیل در ادامه کارتان باید خیلی رک و راحت به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با تمرکز ویژه بر روی کاربران موبایل باشید، در غیر این صورت خیلی زود کمپین‌های‌تان یکی پس از دیگری شکست می‌خورد.

گوشی‌های هوشمند این روزها الگوریتم مشترک فراوانی دارند. همین امر بهینه‌سازی ویدئو برای نمایش در گوشی‌های هوشمند را بسیار ساده می‌کند. اگر شما این نکته را مد نظر داشته باشید، دامنه وسیعی از کاربران را به لیست مخاطب هدف‌تان اضافه خواهید کرد.

اهمیت ویدئوهای کوتاه

مردم دیگر حوصله ویدئوهای بلند و طولانی را ندارند. این امر برای برخی از برندها حساسی دردرس‌راز شده است. از آنجایی که بسیاری از برندها و تیم‌های بازاریابی در عمل عادت به تولید محتوای طولانی دارند، تمرکز کاربران بر روی محتوای کوتاه حسابی دردرس‌راز شده است. شما باید دیر یا زود با این تغییر مهم کنار بیایید. در این میان اگر سرعت عمل بالایی داشته باشید، کارتان همیشه ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد بود. پس یک بار برای همیشه عادت‌های قدیمی‌تان برای تولید محتوای طولانی را کنار گذاشته و نمونه‌های کوتاه‌تر را مد نظر قرار دهید.

اهمیت لایم استریم

ویدئوها دیگر فقط در قالب از پیش ضبط شده در مقابل مخاطب هدف قرار نمی‌گیرد. شما می‌توانید به سادگی از ویدئوهای زنده در قالب لایو استریم نیز سود ببرید. براساس پیش‌بینی‌های موسسه هاب اسپات، تا سال ۲۰۲۷ نزدیک به ۲۴۷ میلیون دلار از سوی برندها در حوزه بازاریابی با ویدئوهای لایو سرمایه‌گذاری خواهد شد. این امر می‌تواند جذابیت‌های بسیار زیادی برای برندها داشته و حتی عرصه بازاریابی ویدئویی را نیز به طور کامل تغییر دهد.

نکته مهم اینکه بازاریابی با ویدئوهای لایو هزینه بسیار کمی برای شما به همراه خواهد داشت. درست به همین خاطر بسیاری از برندها از همین حالا بدان روی خوش نشان داده‌اند.

منبع: entrepreneur.com



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| یکشنبه | ۲۲ خرداد ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۲۹ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

به قلم: ایوان ویدجایا

کارشناس کسب و کار و مدیر سایت noobpreneur.com

ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارهای کوچک در طول سال‌های اخیر فضای بی‌نهایت رقابتی را پشت سر گذاشته‌اند. این امر از سویی به دلیل محدودیت‌های بازار و همچنین حضور برندهای بزرگ و از سوی دیگر دوران پسا‌کرونا و تلاش برندها برای کسب سود هرچه بیشتر است. این امر در نوع خودش برای برندها دردسر زیادی به همراه داشته و توانایی آنها در عمل را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. در این میان برخی از کسب و کارهای کوچک از برندسازی به مثابه راهکاری برای معرفی حرفه‌ای کسب و کارشان به مخاطب هدف سود می‌برند. امروزه مردم بیشتر از اینکه با محصولات یا کارآفرینان سر و کار داشته باشند، درگیر برندهای مختلف هستند. این امر می‌تواند برای بسیاری از افراد جذابیت‌های بی‌نهایت زیادی داشته و حتی ذهن‌شان را برای مدت زمانی طولانی درگیر کند. به همین خاطر در دنیای امروز کسب و کارهایی که برند قوی‌تری داشته باشند، همیشه مشتریان را جلب می‌کنند. نکته مهم در این رابطه ضرورت استفاده از تکنیک‌های درست است. هر استراتژی بزرگی اگر با تکنیک‌های نادرست دنبال شود، چیزی به غیر از شکست به همراه نخواهد داشت. در مورد کسب و کارهای کوچک بسیاری از اوقات کاربرد تکنیک‌های نادرست در زمینه مدیریت کسب و کار و همچنین برندسازی مشکل‌ساز می‌شود. این امر می‌تواند دردسرهای مربوط به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا ایجاد چهره‌ای بی‌نهایت جذاب از برند را به طور تصاعدی افزایش دهد. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها حتی پس از اینکه هزینه‌های سرسام‌آور برای تعامل با مخاطب هدف انجام می‌دهند، توانایی تاثیرگذاری نهایی بر روی مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنند. این امر به دلیل ماهیت برند آنها و ساختار نادرستش روی می‌دهد. یادتان باشد در این مقاله مرور برخی از مهمترین اشتباهات در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و استفاده از راهکارهای متفاوت است. این امر به شما امکان تصمیم‌گیری هرچه بهتر درباره وضعیت برندسازی کسب و کارتان را می‌دهد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را با هم مرور خواهیم کرد.

فقدان استراتژی برند

برندسازی بدون یک استراتژی دقیق و برنامه‌ای مدون هیچ وقت با موفقیت همراه نخواهد بود. این امر می‌تواند برای برندهای مختلف جذابیت زیادی به همراه داشته و توانایی آنها را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. یادتان باشد برنامه‌ریزی برای برندسازی همه امور را تحت یک نظم واحد درمی‌آورد. این امر می‌تواند در ادامه مسیر برای شما جذابیت‌های بسیار متعددی به همراه داشته باشد. گاهی اوقات برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه با مشکلاتی نظیر کاهش انگیزه مشتریان رو به رو می‌شوند. دلیل این امر فقدان برنامه‌ای درست و دقیق برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. چنین امری شانس شما در عمل را به طور چشمگیری کاهش خواهد داد. یادتان باشد در دنیای کسب و کار شما برای هر کاری باید برنامه‌ای دقیق داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان در این میان کاهش شدیدی پیدا کند. آن وقت دیگر هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود شرایط‌تان پیدا نمی‌کنید.

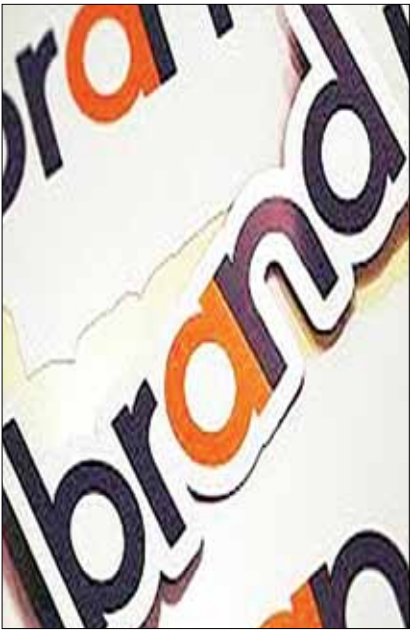
بسیاری از برندها در شرایط کنونی برای طراحی برنامه یا استراتژی برند از موسسات حرفه‌ای کمک می‌گیرند. این امر می‌تواند برای شما مزایای زیادی به همراه داشته و کارتان را نیز بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری سازد. نکته مهم در این راستا توجه به بودجه در دسترس برند است. اگر شما بودجه خوبی برای برندسازی دارید، می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن از توصیه‌های حرفه‌ای در این میان سود ببرید. این امر شما را در کانون توجه مخاطب هدف قرار می‌دهد.

بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه بودجه کافی را ندارند. در این صورت شما باید استراتژی برندسازی‌تان را خودتان تهیه یا طراحی کنید. این امر شاید اندکی سخت‌تر باشد، اما دست‌کم یک مهارت تازه به شما یاد خواهد داد. نحوه فعالیت در این میان شامل تلاش برای گردآوری اهداف مختلف در زمینه برندسازی است. سپس شما باید اهداف خودتان را انتخاب کرده و شروع به طراحی یک نمای ظاهری از برندگان براساس آن اهداف کنید.

ظاهر یک برند باید همیشه اهداف و ارزش‌های آن را به بهترین شکل ممکن بیان کند. مثلاً در لوگوی‌تان باید همیشه از طراحی‌های مرتبط با حوزه کاری و همچنین اهداف‌تان سود ببرید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. درست به همین دلیل در صورتی که شما مهارت لازم برای شناسایی اهداف مناسب برای برندسازی و ترکیب آنها با ویژگی‌های ظاهری برندگان را داشته باشید، دیگر مسیر دشواری پیش روی‌تان نخواهد بود. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی به همراه داشته و حتی شانس‌تان در این میان را نیز تقویت نماید. **عدم مطالعه درباره رقبا** وارد شدن به دنیای برندسازی بدون مطالعه دقیق درباره رقبا ریسک بسیار بزرگی محسوب می‌شود. امروزه برندهای بسیار زیادی در بازار فعالیت داشته و همگی به دنبال جلب نظر مخاطب هدف هستند. این امر باید برای شما به مثابه یک اختار بی‌نهایت مهم لحاظ شود. در این صورت اگر شما مهارت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته باشید، کارتان به شدت ساده‌تر می‌شود. این آگاهی و مهارت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف، فقط و فقط از طریق مطالعه و ارزیابی وضعیت رقبا به دست می‌آید. بی‌تردید بسیاری از برندها در بازار فعالیت دارند. با این حال

شما قرار نیست برندگان را مانند دیگر رقبا توسعه دهید. البته گاهی اوقات برخی از استراتژی‌های رقبا جذابیت زیادی به همراه داشته و شما می‌توانید از آن الگو بگیرید. در عین حال باید تمام تلاش‌تان در راستای پرهیز از اشتباهات دیگر رقبا باشد.

در زمینه کسب و کارهای کوچک بروز اشتباهات به سرعت روی می‌دهد. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی به همراه داشته و حتی شانس‌تان را نیز بی‌نهایت کاهش دهد. بسیاری از برندها در چنین شرایطی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مسیر دشواری را طی می‌کنند. توصیه ما در این راستا تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از راهکارهای نوین است. یکی از راهکارهای مهم در این میان ارزیابی دقیق عملکرد رقبا و تلاش برای پرهیز از استراتژی‌های ناموفق آنها در بازار است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف



و بهبود وضعیت کاری‌تان خواهد داد.

یادتان باشد ارزیابی وضعیت رقبا امری پیچیده یا خیلی سخت نیست. درست به همین دلیل شما باید خودتان را به ساده‌ترین شکل ممکن در این میان عادت دهید. گاهی اوقات برندها کارهایی بی‌نهایت سخت و پیچیده‌ای به اسم ارزیابی انجام می‌دهند. این امر نه تنها کمکی به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نمی‌کند، بلکه در بازه‌های زمانی طولانی موجب شکست کسب و کارتان نیز خواهد شد. درست به همین دلیل شما باید همیشه وضعیت کاری و فعالیت برندگان را با دقت بسیار زیادی انجام دهید. در عین حال ایده‌های ساده همیشه موارد و گزینه‌های بدی نیستند. درست به همین دلیل شما باید حواس‌تان به این بخش از فعالیت برندگان نیز جمع باشد.

شما امروزه برای ارزیابی وضعیت رقبا ابزارهای بسیار متنوعی دارید. به عبارت بهتر، شما دیگر لازم نیست به طور سنتی در تلاش برای مطالعه درباره مخاطب هدف‌تان با رقبا باشید. در عوض موسسات و سایت‌های تحلیلی بسیار زیادی در خدمت شما هستند. نکته جالب اینکه در بسیاری از موارد خدمات پایه ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس به طور کاملاً رایگان در دسترس شما قرار می‌گیرد. با این حساب شما برای ارزیابی وضعیت رقبا مشکلات زیادی نخواهید داشت. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مخاطب هدف قرار داده و وضعیت‌تان را به طور چشمگیری بهبود بخشد.

بی‌شک هر کارآفرینی توانایی‌های محدودی دارد. این امر باید موجب استفاده درست شما از ابزارهای پیرامون‌تان گردد. درست به همین خاطر شما باید همیشه کارتان را با بهترین ابزارهای ممکن دنبال کنید، در غیر این صورت خیلی زود رقبا‌ی‌تان از شما جلو زده و دیگر توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا نخواهید کرد.

عدم شناخت درست مخاطب هدف

مخاطب هدف تمام برنامه‌ها و موفقیت برند را شکل می‌دهد. در حوزه برندسازی شما باید همیشه نیم نگاهی به مشتریان هدف یا مخاطب هدف داشته باشید. فعالیت براساس سلیقه و نیاز آنها همیشه چاره کارتان خواهد بود. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیاد و متنوعی داشته باشد. یادتان باشد مشتریان در بازار با برندهای بسیار زیاد و متنوعی رو به رو هستند. درست به همین دلیل اگر شما اندکی غفلت به خرج دهید، به سادگی هرچه تمام‌تر شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهید. این امر می‌تواند حتی به قیمت اعتبار برندگان نیز تمام شود. درست به همین دلیل باید همیشه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را با برندسازی مشتری محور دنبال کنید. همان‌طور که یک برند به طور مداوم وضعیت رقبا را مد نظر دارد، برای برندسازی موفق باید وضعیت مخاطب هدف را نیز زیر ذره بین قرار دهید. اینطوری بسیاری از مشکلات‌تان به طور خودکار حل شده و توانایی تاثیرگذاری گسترده بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. گاهی اوقات در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما باید از بسیاری از موقعیت‌های پیش روی‌تان بگذرید. این امر به معنای ترجیح دادن مشتریان به بقیه عوامل موجود در بازار است. اگر شما چنین رفتاری در بنگاه‌تان نداشته باشید، خیلی زود مشتریان از برند شما ناامید شده و سراغ دیگر کسب و کارها خواهند رفت. این امر می‌تواند در بلندمدت اعتبار برندگان را به شدت کاهش دهد. پس به همین خاطر باید همیشه نیم نگاهی به وضعیت رقبا در بازار داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود وضعیت‌تان به طور چشمگیری تحت تاثیر قرار گیرد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب

اشتباهات برندسازی در کسب و کارهای کوچک

هدف هیچ شانس‌ی نخواهد داد.

در بازارهای امروز وقتی یک برند اشتباهات زیادی صورت دهد، خیلی زود از صحنه رقابت حذف می‌شود. اگر در این میان شما به عنوان یک کسب و کار کوچک در بازار باشید، وضعیت‌تان به شدت دشوارتر می‌شود، چراکه یک اشتباه کوچک در حوزه برندسازی برای کنار گذاشته شدن برندگان به طور دائمی کافی خواهد بود. این امر می‌تواند شما را با مشکلات بسیار زیادی رو به رو ساخته و شرایط‌تان را نیز تغییر دهد. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات زیادی دارند. در این راستا اگر شما خودتان تلاشی برای کاهش این مشکلات نداشته باشید، هیچ‌کس توانایی کمک کردن به شما را ندارد. ارزیابی وضعیت مخاطب هدف و برندسازی براساس نیازهای آنها یکی از شیوه‌های مناسب برای کمک به کسب و کارتان است. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و وضعیت برندسازی‌تان را بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری می‌کند. وقتی شما به مخاطب هدف‌تان احترام می‌گذارید، آنها تمایل بالاتری برای همکاری با تعامل با شما خواهند داشت. درست به همین دلیل امروزه برندهای بزرگ هر لحظه آمادگی تغییر شرایط در پی جلب رضایت مشتریان را دارند. این امر می‌تواند شما را به سرعت بدل به برندی دوست‌داشتنی در دنیای امروز سازد. پس همیشه این نکته مهم را در خاطر داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود شرایط‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با مشکلات زیادی رو به رو شود. در این میان نیز برندگان اولین قربانی خواهد بود.

عدم تداوم در برندسازی

برند شما مثل یک موجود زنده به طور مداوم نیازمند مراقبت و رسیدگی است. برندهایی که برای مدت زمان طولانی مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرند، به مرور زمان از بین رفته و جای خودشان را به رقبا‌ی تازه نفس می‌دهند. درست به همین دلیل شما اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه استراتژی‌های‌تان را با دقت بالایی دنبال کرده و به فکر آپدیت مداوم برندگان باشید.

همان‌طور که یک محصول در طول زمان باید به‌روزرسانی‌های زیادی را دریافت کند، شما هم برای اینکه برندگان همیشه محبوب مشتریان باشند نیازمند آپدیت جزئیات حتی تغییرات کلی در طول زمان هستید. این امر شما را برای مدت زمانی طولانی‌تر در کانون توجه مخاطب هدف قرار خواهد داد. در نتیجه شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم افزایش پیدا می‌کند. این امر می‌تواند شما را به طور چشمگیری بدل به یک برند دوست‌داشتنی برای مشتریان کرده و حتی در طول زمان قوی‌تان را برای کسب جایگاه‌تان با چالش‌های جدی رو به رو سازد. وقتی شما در برندسازی تداوم بالایی از خودتان نشان دهید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دوچندان خواهد شد. دلیل این امر نیز کاملاً مشخص است. وقتی مشتریان خبرهای بیشتری درباره شما می‌شنوند، تمایل‌شان برای همکاری و خرید از شما بسیار بیشتر می‌شود. با این حساب شما دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش رو نخواهد داشت.

بی‌توجهی به گردآوری بازخوردها

بازخوردها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در بازارهای امروزی امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط دشواری را طی می‌کنند. یکی از دلایل این امر ساختاربندی برند بدون توجه به نظر و سلیقه مشتریان است. چنین امری در نهایت شما را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در شرایط بسیار دشواری قرار خواهد داد. این امر می‌تواند شما را به چالش بزرگی دچار کرده و حتی شانس‌تان برای تعامل با مخاطب هدف را نیز به شدت کاهش دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه نظرات مشتریان را در کانون توجه قرار دهید. در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

برندهای بزرگ و محبوب در بازار همیشه توانایی بسیار خوبی برای جلب نظر مشتریان دارند. این امر می‌تواند برای آنها یک تحول بزرگ در دنیای کسب و کار محسوب شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف و ایجاد یک برند کامل هستید، باید همیشه نظرات و بازخوردهای آنها را در کانون توجه قرار دهید. نکته مهم در این میان نحوه گردآوری بازخوردهای مشتریان است.

بسیاری از مشتریان در تعامل با برندها تمایلی برای ارائه بازخورد ندارند. این امر در شکل‌های بسیار مختلفی خودش را نشان می‌دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه پیش از اینکه کارتان را شروع کنید، نسبت به سطح تمایل مشتریان برای ارائه بازخورد مطمئن شوید. اگر مشتریان شما تمایلی برای ارائه نظر در این رابطه ندارند، شما باید دست به کار شده و خودتان نظر آنها را جلب کنید. در غیر این صورت شاید خیلی زود مشکلات‌تان در این حوزه به طور چشمگیری افزایش پیدا کرده و دیگر شانس‌ی برای تعامل مناسب با مخاطب هدف‌تان نداشته باشید.

یادتان باشد حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند همیشه مزیتی مهم برای برند شما محسوب شود. در این صورت شما می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن اقدام به تعامل با مخاطب هدف و ترغیب وی به ارائه نظرات‌شان به بهترین شکل ممکن کنید.

یکی از نکات مهمی که شما در این میان باید مد نظر داشته باشید، ضرورت پرهیز از دریافت بازخورد از دوستان یا اعضای خانواده است. این دسته از افراد به دلیل ارتباط شخصی که با شما دارند، به طور معمول نظرات اصلی‌شان را بیان نمی‌کنند. درست به همین خاطر شما باید فقط به دنبال نظرات مشتریان و مخاطب هدف برندگان باشید.

منبع: noobpreneur.com