

دوشنبه
۱۳ تیر ۱۴۰۱

Mon.4 Jul 2022

۴ ذوالحجه ۱۴۴۳ - سال هفتم

شماره ۲۰۴۵

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

نگاه

بنگاه‌های صنعتی چطور زنده می‌مانند؟

حیات و ممات بنگاه‌های صنعتی

بررسی وضعیت بخش صنعت بین سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۴ نشان می‌دهد که این بخش پس از خدمات (۵۰درصد) و معدن (۱۶٫۸ درصد) به طور متوسط ۱۳٫۸ درصد از ارزش افزوده کشور را به خود اختصاص داده است. براساس آمارها، تعداد کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر از ۴۱۴ هزار و ۵۴۶ نفر در سال ۱۳۵۸ به یک میلیون و ۲۵۸ هزار و ۴۱۴ نفر در سال ۱۳۹۴ رسید. این امر نشان می‌دهد که صنعت وزن مهمی در کاهش نرخ بیکاری در اقتصاد ایران دارد. با این حال، در سال‌های گذشته می‌توان بخش صنعت را یکی از متضررترین بخش‌ها از اعمال تحریم‌ها دانست. در واقع، تحریم به طور مستقیم و غیرمستقیم با اثرگذاری بر عوامل متعددی، بر خروج بنگاه‌ها از بخش صنعت اثر داشته است. یافته‌های یک مطالعه نشان می‌دهد عواملی نظیر تورم، جمعیت، رشد اقتصادی و شاخص صنعتی شدن اقتصاد، از جمله مهمترین عواملی است که بر خروج بنگاه‌های هر استان و استان‌های مجاور آن تاثیر دارد. یک دلیل...

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

همکاری با روسیه

مزیتی برای صنعت خودرو ایران ندارد

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران عنوان کرد چشم‌اندازها نسبت به همکاری صنعت خودرو ایران و روسیه امیدوارکننده نیست چراکه صنعت خودرو روسیه اگر زنجیره کاملی داشت با تحریم‌ها متوقف نمی‌شد. امیرحسین کاکایی درخصوص ادعای مقامات دولتی مبنی...

۵

بانک‌ها وام اجاره ندهند، جریمه مالیاتی می‌شوند

ماراتن بانکی وام اجاره

وام اجاره در حالی امسال سه ساله می‌شود که سقف آن هم افزایش یافته و مبلغ این وام در تهران ۱۰۰ میلیون تومان، مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت ۷۰ میلیون تومان و سایر شهرها ۴۰ میلیون تومان تعیین شده است. دوره بازپرداخت وام اجاره حداکثر پنج ساله و نرخ سود آن نیز ۱۸ درصد است. سقف کلی این وام در سال ۱۴۰۱ برای شبکه بانکی ۴۰ هزار میلیارد تومان تعیین شده و بانک‌ها ملزم به پرداخت آن به شهروندان در سقف جدید شده‌اند. شیوه‌نامه اجرایی تسهیلات کمک ودیعه مسکن نیز چند روز پیش ابلاغ شد و بررسی این...

۳

چرا استراتژی توسعه صنعتی به مرحله اجرا نرسید؟

گلوگاه‌های توسعه صنعتی ایران

۲

مدیریت و کسب‌وکار

راهنمای تولید محتوای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

برای نیمه دوم سال ۲۰۲۲

تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی این روزها دیگر امر عجیب یا غیرممکنی نیست. بسیاری از برندها به سادگی هرچه تمام‌تر مشغول تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی هستند. در این میان شمار بسیار اندکی از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از محتوای درجه یک و مطابق با سلیقه کاربران را پیدا می‌کنند. سایر برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از روش‌های آزمون و خطا بوده و در بسیاری از موارد حتی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به دست نمی‌آورند. تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی بخش‌های بسیار زیاد و متنوعی دارد. این امر می‌تواند موجب تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شده و حتی شرایط تعامل با کاربران را نیز تغییر دهد. وقتی از تولید ...

۸



شاخص بورس تهران در چاله سقوط نماند

الاکلنگ بورس و فرابورس

تجربه ال ۹۰ تکرار می‌شود؟

چالش خودروی ارزان

در ایران به تولید رسید. پیش‌بینی اولیه برای قیمت این خودرو کمتر از ۷ هزار دلار بود، با این حال قیمت آن عملاً به حدود ۱۱ هزار دلار در زمان تولید رسید. بنابراین خطاهای صورت‌گرفته به دلیل عدم‌شناخت کافی و واقع‌بینانه از شبکه تامین به‌خصوص برای ایکس ۹۰ به عنوان پلنفرمی جدید، عامل محقق نشدن اهداف قیمتی ال ۹۰ بود. بنابراین در صورت تولید کوئید یا خودروی مشابه آن در ایران با توجه به شبکه تامین فعلی، رعایت استانداردهای هشنادویچنگانه و هزینه‌های مالی ممکن است قیمت نهایی آن نسبت به نرخ پایه افزایش قابل‌توجهی داشته باشد. در نتیجه اهداف اولیه قیمتی وزارت صمت در عرضه خودروی به‌اصطلاح اقتصادی محقق نخواهد شد.

هشدار درباره تکرار تجربه ال ۹۰

این گزارش پس از گریز به تجربه ال ۹۰ در ایران، به محصول دیگری از رنو به نام «کوئید» اشاره کرده و با تحلیل واکاوی شرایط قیمتی و کیفی آن، به وزارت صمت بابت عدم تکرار تجربه ال ۹۰ در کوئید هشدار داده است. مرکز پژوهش‌ها، «خودروی اقتصادی» را خودرویی دانسته که با کوچک‌سازی ابعاد، کاهش وزن، حذف برخی امکانات (آپشن‌ها)، بهینه‌سازی طراحی، استفاده از زنجیره تامین موجود و افزایش تیراژ، هزینه‌های تولید آن تا حد امکان کاهش پیدا می‌کند. از جمله خودروهای اقتصادی که در این گزارش به آنها اشاره شده شامل رنو کوئید (نسخه هند) با قیمت ۵هزار و ۷۰۰ دلار، سوزوکی ماروتی مدل لتو با قیمت ۴ هزار و ۲۰۰ دلار، هیوندای ای ۱۰ (نسخه هند) با قیمت ۷ هزار دلار، کیا پیکانتو با قیمت ۹هزار دلار و رنو ساندرو مدل ۲۰۲۲ با قیمت حدوداً ۱۲هزار دلار می‌شود. همچنین

بهترین راه‌حل استخراج بیت‌کوین چیست؟

مدیریت برق مصرفی رمزارزها

است و در مواقعی از سال شبکه تولید پاسخگوی نیازها نیست و احتمال قطعی برق و بروز مشکل برای شهروندان به‌وجود می‌آید. براساس آمارهای شرکت مدیریت شبکه برق ایران در سال ۱۳۹۹، فقط در حدود ۱۰ درصد ایام سال حداکثر میزان بار مصرفی برق ایران از میزان ۵۰ هزار مگاوات فراتر می‌رود و در سایر ایام سال بار روی شبکه کمتر از این میزان است که این میزان بار فاصله زیادی با حداکثر توان قابل تحمل شبکه برق کشور دارد، اما باید توجه داشت که ظرفیت عملی شبکه سراسری برق کشور در پیک سال ۱۳۹۹ حدود ۶۴ هزار و ۴۲۱ مگاوات بوده و در فصل زمستان حداکثر مصرف برق کشور حدود ۴۰ هزار مگاوات پیش‌بینی می‌شود. این بدین معناست که حدود ۲۴ هزار مگاوات از ظرفیت عملی تولید برق کشور در فصول غیر گرم سال بلااستفاده است.

با عدم فرض ظرفیت نیروگاه‌های برق‌آبی، تنها ۱۲هزار مگاوات باقی خواهد ماند که حدود ۵۰ درصد آن نیز وارد دوره تعمیرات می‌شود؛ بنابراین تنها ۶۰۰۰ مگاوات ظرفیت تولید برق حرارتی مزاد در فصول غیر گرم سال در دسترس است، اما باید توجه

فرصت امروز: چند وقتی است که عبارت «خودروی اقتصادی» به کلیسوازه وزیر صمت تبدیل شده و رضا فاطمی امین از واردات خودروی اقتصادی زیر ۱۰ هزار دلار و همچنین عرضه مدل‌های داخلی در قالب «اقتصادی» خبر داده است. هرچند عبارت «خودروی اقتصادی و ارزان»، جذابیت زیادی برای مردم دارد، اما این سوال را مطرح می‌کند که «خودروی اقتصادی» مدنظر وزارت صمت چه قیمتی دارد؟ آیا چنین خودروهایی از منظر کیفی می‌توانند رضایت شهروندان را جلب کنند و از میزان سوانح و تلفات جاده‌ای در ایران بکاهند؟ آیا این خودروها سطح کیفی مطلوب و در حد استاندارد جهانی دارند و با دست کم می‌توانند استانداردهای هشنادویچنگانه کشور را رعایت کنند؟

در همین حال، نهاد پژوهشی مجلس در یک اظهارنظر کارشناسی به بررسی «الزامات تولید خودروی اقتصادی؛ با تمرکز بر خودروی کوئید» پرداخته و با مرور تجربیات داخلی به ویژه خودروی ال ۹۰ هشدار داده است که در تولید و همچنین واردات محصولات اقتصادی علاوه بر پیش‌بینی صحیح از هزینه تولید، نباید کیفیت را فدای قیمت کرد. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، دو گانه کیفیت (با تاکید بر ایمنی) و قیمت تمام‌شده خودرو همواره محل چالش بوده است. بنابراین بیم آن می‌رود که اهداف وزارت صمت در مورد عرضه خودروی ارزان هم از جنبه مسئله کیفیت و ایمنی و هم از حیث پیش‌بینی قیمت محقق نشود. اگر در برنامه‌ریزی جدید به خطاهای صورت‌گرفته در ماجرای ال ۹۰ توجه نشود، احتمال انحراف پروژه وزارت صمت از اهداف مدنظر دور از ذهن نیست. ال ۹۰ خودرویی است که در اواسط دهه ۸۰ و تحت قرارداد پلنفرم مشترک ایکس ۹۰

در قالب «اقتصادی» جای می‌گیرد و با جست‌وجویی اندک در سطح جهان می‌توان خودروهای زیر ۱۰ هزار دلار پیدا کرد، اما این امر منوط به آن است که این خودروها کیفیت و استاندارد قابل قبولی هم داشته باشند. صحبت‌های وزیر صمت درباره تولید و واردات «خودروی اقتصادی» در حالی است که طبق تجربیات جهانی، اجرای چنین طرح‌هایی بدون توجه به ظرفیت و توانایی شبکه تامین، هزینه واقعی تولید و نیاز و سلیقه مشتریان امکان‌پذیر نیست، در همین حال، نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که در تولید و همچنین واردات محصولات اقتصادی علاوه بر پیش‌بینی صحیح از هزینه تولید، نباید کیفیت را فدای قیمت کرد.

چالش‌های تولید خودروی ارزان

با آغاز به کار دولت سیزدهم، عبارت «خودروی اقتصادی» و «رزان»، بسامد بالایی در بین دولتمردان پیدا کرد. ابتدا منابع مورد استفاده برای استخراج انواع رمزارزها با یکدیگر متفاوت است. اگر مصرف برق یک رمزارز چشمگیر باشد و در سطح کلان بر شبکه برق کشور مؤثر باشد، مقررات‌گذاری آن به وزارت نیرو ارتباط پیدا می‌کند، اما اگر استخراج یک رمزارز نیازمند مصرف پهنای باند اینترنت باشد و در شکل ترافیک شبکه‌های ارتباطی و نظارت بر آن تفاوت ایجاد کند، وزارت ارتباطات در مقررات‌گذاری استفاده از اینترنت آن رمزارز، نقش پررنگ‌تری خواهد داشت. به این ترتیب، آنچه ایران در حال حاضر بیشتر با آن مواجه شده، رمزارزهایی مانند بیت‌کوین و اتریوم است که استخراج آنها نیازمند مصرف برق است. در صورتی که اختلافی میان دستسگاه‌ها پدید آید، مجلس شورای اسلامی می‌تواند فضای مجازی می‌توانند تقسیم وظایف میان دستگاه‌ها را انجام دهند.

طبق گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، اگرچه با توجه به حجم بالای بدهی وزارت نیرو به تولیدکنندگان خصوصی برق، استفاده از ظرفیت خالی این نیروگاه‌ها برای تولید رمزارز راهل مناسبی به‌نظر می‌رسد، اما با توجه به محدودیت تامین سوخت

آسیب به سرنشینان بزرگسال هیچ ستاره‌ای دریافت نکرد. نسخه برزیلی نیز هرچند سه ستاره ایمنی در این بخش دریافت کرده، با این حال تست تصادف آن نشان می‌دهد شدت ضریب به بالاتره راننده بالاست. نسخه برزیلی کوئید همچنین فاقد سیستم ESC (کنترل پایداری الکتریکی) است، موردی که جزو استانداردهای هشنادویچنگانه خودروسازی ایران است. بنابراین در صورت تولید یا واردات کوئید، این استاندارد باید به آن اضافه شود. از سوی دیگر، سه ستاره ایمنی کوئید برزیلی مربوط به سال ۲۰۱۷ و تنها مختص ایمنی سرنشینان بزرگسال و کودک است؛ حال آنکه در استانداردهای جدید، ایمنی عابسر پیاده و نحوه عملکرد سیستم‌های فعال جلوگیری از تصادف نیز به آن اضافه شده است. بر همین اساس پیش‌بینی می‌شود که کوئید برزیلی در آزمون جدید موفق به دریافت هیچ ستاره ایمنی نشود.

هرچند عرضه خودروی ارزان می‌تواند دسترسی مصرف‌کننده به خودرو را افزایش دهد، اما نباید به این بهانه ایمنی فدای کاهش قیمت شود. کم‌توجهی به ایمنی سبب افزایش تلفات و تصادفات جاده‌ای می‌شود و این موضوع علاوه‌بر آسیب‌های اجتماعی، خود به‌شدت هزینه‌زا است. در پروژه تولید خودروی اقتصادی باید به استفاده از پتانسیل پلنفرم‌های موجود، ذائقه مصرف‌کننده و مدیریت قیمت تمام‌شده نیز توجه کرد. همچنین هدف از تولید خودروی ارزان، تسهیل حمل‌ونقل دهک‌های کم‌درآمد جامعه است و این هدف را از طریق سایر مسیرها مانند اعطای تسهیلات خرید خودرو، توسعه حمل‌ونقل عمومی و ترویج استفاده از خودروهای اشتراکی نیز می‌توان برطرف کرد. بنابراین تولید و واردات خودروی ارزان تنها مسیر برای رفع این نیاز نیست.

در ادامه این فهرست به نام تیندا خودقدار با قیمت ۳٫۹ هزار دلار و پژو ۲۰۶ تیپ ۲ با قیمت ۴٫۸ هزار دلار نیز اشاره شده است. تجربه تولید رنو کوئید در هند و برزیل نشان می‌دهد که رنو این خودرو را در سال ۲۰۱۵ در هند و دو سال بعد در برزیل عرضه کرد. براساس آمارها، بیشترین میزان تولید کوئید به سال ۲۰۱۶ و در هند مربوط می‌شود که بالغ بر ۱۰۵هزار دستگاه از آن به تولید رسید. با توجه به بازار ۲٫۹ دستگاهی هند، کوئید در بهترین حالت توانسته ۳٫۶ درصد از این بازار سهم داشته باشد. نکته دیگر در مورد کوئید این است که خودروی موردنظر از سال ۲۰۱۶ تا سال ۲۰۲۰ پیوسته روندی نزولی در تیراژ تولید داشته، به طوری که در سال ۲۰۲۰ تیراژ آن حدود ۶۴ درصد کمتر از سال ۲۰۱۶ بوده است. دیگر آمار نزولی کوئید در هند به جایگاه فروش این خودرو مربوط می‌شود، به طوری که در سال ۲۰۱۶ هشتمین خودروی پرفروش در این بازار بوده، اما در سال ۲۰۲۰ به رتبه ۲۲ سقوط کرده است. این موضوع احتمالاً با تغییر ذائقه مشتریان هندی و سطح کیفی نامناسب کوئید در ارتباط است. همچنین قیمت نسخه برزیلی کوئید حدود ۴۰۰۰دلار نسبت به نسخه پایه هندی افزایش داشته است. قیمت کف نسخه برزیلی کوئید در سال ۲۰۱۶ حدود ۱۰۰۶دلار بوده، اما در حال حاضر به ۱۳ هزار و ۴۰۰دلار رسیده است.

مقایسه نسخه هندی و برزیلی کوئید

در ادامه این گزارش به تحلیل ایمنی رنو کوئید پرداخته شده و آمده است: نسخه برزیلی کوئید که سنگین‌تر از مدل هندی است، توانسته در سال ۲۰۱۷ به ستاره ایمنی کسب کند؛ حال آنکه نسخه هندی در تست تصادف و در بخش داشت که مسئله تامین سوخت به‌رغم وجود این ظرفیت مزاد در زمستان چالش اصلی است و همچنین با توجه به تراز عرضه و تقاضای گاز در سال‌های آینده، این مسئله تشدید نیز خواهد شد. همین مسئله باعث شده است که حجم مصرف سوخت مایع توسط نیروگاه‌ها از ۸٫۲ میلیارد لیتر در سال ۱۳۹۶ به رقم ۱۵٫۷ میلیارد لیتر در سال ۱۳۹۹ برسد. همچنین تعداد ساعات محدودیت سوخت نیروگاه‌های کشور از ۹۶۰ ساعت در سال ۱۳۹۷ به حدود ۱۴۱۶ ساعت در سال ۱۳۹۹ افزایش پیدا کرده است. ایجاد چنین تعهدی برای وزارت نیرو، مسائل و مشکلات این وزارتخانه را در فصل زمستان به‌مراتب بیشتر خواهد کرد. بنابراین اگرچه با توجه به حجم بالای بدهی وزارت نیرو به تولیدکنندگان خصوصی برق، استفاده از ظرفیت خالی این نیروگاه‌ها برای تولید رمزارز راهل مناسبی به‌نظر می‌رسد، اما با عدم فرض ظرفیت سوخت در حداقل سه تا چهار ماه از سال، راهل پایداری محسوب نمی‌شود. در حال حاضر با توجه به شرایطی که مطرح شد، بهترین راهل موجود برای توسعه صنعت استخراج رمزارز در کشور، استفاده از ظرفیت ماده

۱۲ قانون رفع موانع تولید و اختصاص سوخت صرفه‌جویی شده حاصل از اقدامات بهینه‌سازی مصرف انرژی به این صنعت است. همچنین در برخی از ساعات شبانه‌روز با کاهش تقاضای برق، صنعت برق کشور باید برای جلوگیری از آسیب به شبکه، به‌سرعت تولید برق را کاهش داده یا مصرف را افزایش دهد. به‌دلیل اینکه راه‌اندازی دوباره یک نیروگاه یا کاهش بار آن هزینه‌های بیشتری به همراه دارد، اما اگر یک منبع مصرف قابل برنامه‌ریزی در ساعات کم‌باری به شبکه اضافه شود می‌تواند موجب صرفه‌جویی در هزینه کلی کشور، بهبود ضریب بار و کاهش قیمت تمام‌شده برق شود. این روش با اصطلاح حداکثر مصرف اصلاحی در پیک شب و روز از آن یاد می‌شود. بر همین اساس، همه ساله با شروع ماه خرداد و افزایش مصرف برق ضروری است حداکثر مصرف برق کشور در ساعات شبانه‌روز کاهش یابد یا اختلاف مصرف شب و روز در این روزها کاهش پیدا کند. در ماه‌های سرد سال یعنی از آبان تا فروردین نیز میزان مصرف به کمتر از ۳۵هزار مگاوات می‌رسد؛ زیرا در ایران از برق برای مصارف گرمایشی کمتر استفاده می‌شود.

نگاه

بنگاه‌های صنعتی چطور زنده می‌مانند؟

حیات و ممات بنگاه‌های صنعتی

بررسی وضعیت بخش صنعت بین سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۴ نشان می‌دهد که این بخش پس از خدمات (۵۰درصد) و معدن (۱۶٫۸ درصد) به طور متوسط ۱۳٫۸ درصد از ارزش افزوده کشور را به خود اختصاص داده است. براساس آمارها، تعداد کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر از ۴۱۴ هزار و ۵۴۶ نفر در سال ۱۳۵۸ به یک میلیون و ۲۵۸ هزار و ۴۱۴ نفر در سال ۱۳۹۴ رسید. این امر نشان می‌دهد که صنعت وزن مهمی در کاهش نرخ بیکاری در اقتصاد ایران دارد. با این حال، در سال‌های گذشته می‌توان بخش صنعت را یکی از متضررترین بخش‌ها از اعمال تحریم‌ها دانست. در واقع، تحریم به طور مستقیم و غیرمستقیم با اثرگذاری بر عوامل متعددی، بر خروج بنگاه‌ها از بخش صنعت اثر داشته است. یافته‌های یک مطالعه نشان می‌دهد عواملی نظیر تورم، جمعیت، رشد اقتصادی و شاخص صنعتی شدن اقتصاد، از جمله مهمترین عواملی است که بر خروج بنگاه‌های هر استان و استان‌های مجاور آن تاثیر دارد. یک دلیل عمده اتریخشی عوامل محیطی به عنوان عامل منفی بر تعطیلی بنگاه‌های تولیدی، بی‌ثباتی اقتصاد کلان و اثر قابل ملاحظه آن بر فضای کسب و کار است.

جددا از اثرگذاری عوامل محیطی بر بخش صنعت، سیاست‌های تشویقی از نظر سیاست‌گذاری می‌توانند در افزایش تقاضای منطقه‌ای برای کالاهای مصرفی و کاهش خروج بنگاه‌های صنعتی مفید باشند. پژوهشگران می‌گویند که اثرقای سایر بخش‌ها در کنار بخش صنعت و تکمیل زنجیره‌های تولید، توزیع و مصرف درون استان‌ها می‌تواند به افزایش در ارزش افزوده همه بخش‌ها، رشد اقتصادی بیشتر و خروج کمتر بنگاه‌های صنعتی کمک کند؛ چراکه رشد اقتصادی، اثر منفی بر خروج بنگاه‌ها در یک استان و استان‌های همجوار دارد.

در این مطالعه با عنوان «عوامل محیطی و تاثیر آن بر خروج بنگاه‌های صنایع تولیدی ایران: رهیافت اقتصادسنجی فضایی» آمده است: در سال‌های گذشته اقتصاد ایران با محدودیت‌ها و مشکلات شدیدی مواجه بوده که در این بین، بخش صنعت به عنوان رکن تولید و اشتغال نیز درگیر این مشکلات و چالش‌ها بوده است. از یک طرف، بیکاری بسیار بالا در کشور به عنوان یک سنجه مهم اقتصادی و اجتماعی از شرایط اقتصاد ایران، این علامت را می‌دهد که با تعطیلی هر واحد و بنگاه تولیدی، تعدادی بیکار به بیکاران قبلی اضافه خواهد شد. از طرف دیگر، بخش تولیدی نیز با تعطیلی واحدهای تولید دچار مشکل شده است. بنابراین جایگاه‌ای که بخش صنعت در ایجاد تولید و حفظ اشتغال در شرایط محدود و بسته کشور ایفا می‌کند، اهمیت بررسی خروج بنگاه‌ها در اقتصاد ایران را دوچندان کرده است.

اقتصاد ایران علاوه بر شوک‌های بیرونی همچنین درگیر تورم‌های بالا، بیکاری زیاد و نوسانات ارزی بوده که با تشدید فضای نامطمئن کسب و کار، عرصه را بر تولید تنگ کرده و مشکلات بزرگی را برای تولیدکنندگان به وجود آورده که نتیجه آن را در تعطیلی و خروج بنگاه‌ها از فعالیت و بیکاری کارگران می‌توان دید. به هر حال، حوزه صنعت به عنوان یکی از ارکان اقتصاد و پیشقراول توسعه در سال‌های گذشته با چالش‌ها و نوسانات متعددی مواجه بوده که باعث ایجاد مشکلاتی در بخش تولید و اشتغال شده است. روند رشد بخش صنعت در برنامه‌های اول، دوم و سوم توسعه سعودی بوده است. برای نمونه، صنعت طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۵ با ۱۳٫۵ درصد از رشدی ۷٫۲ درصدی برخوردار بوده، اما رشد این بخش در سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ به ترتیب به ۱٫۹ درصد و ۳٫۱ درصد تنزل یافته است. مجددا در فاصله سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰، بخش صنعت یک دوره رشد بین ۵ تا ۱۰ درصدی را تجربه کرده، اما پس از آن روند نزولی نرخ رشد صنعت شروع شده به طوری که به رشد منفی ۸٫۵ درصد، منفی ۴ درصد و منفی یک درصد در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ (رسیده است (مرکز آمار ایران).

اغلب تولیدات صنعتی در اوایل دهه ۱۳۶۰، رشد مناسبی نداشته و با شاخص‌های منفی مواجه شده‌اند؛ مثلا صنایع محصولات لاستیکی و پلاستیکی (۳۰٫۱ برابر)، کانی‌های غیرفلزی (۲٫۹ برابر) و محصولات فلزی (۲٫۸ برابر) در فاصله کمی پایین‌تر از متوسط رشد صنعت قرار دارند. همچنین صنایع غذایی(۲ برابر)، محصولات چوبی(۱٫۴ برابر)، محصولات کاغذی(۱٫۲ برابر)، نساجی(۳۰ درصد افت)، و پوشاک (۷۰ درصد افت) از رشد صنعت عقب مانده‌اند؛ این در حالی است که آمار مشخصی از تعداد بنگاه‌های فعال، نیمه فعال و تعطیل شده وجود ندارد. مطابق آخرین سرشماری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر و بیشتر، تعداد این کارگاه‌ها از ۱۶۰۱۸ در سال ۱۳۸۴ به ۱۴۴۵۲ کارگاه در سال ۱۳۹۳ کاهش پیدا کرده است. البته آمارهای غیررسمی از تعداد بیشتر کارگاه‌های تعطیل شده خبر می‌دهند. وضعیت اشتغال کشور بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که بخش صنعت به طور میانگین سهم ۲۲٫۴ درصدی از اشتغال داشته است، بنابراین با توجه به تعطیلی بنگاه‌های کشور و بیکاری حاصل از آن (به استناد گزارش‌های رسمی و غیررسمی)، بررسی روند شاخص‌های این بخش به عنوان یکی از کلیدی‌ترین اجزای اقتصاد ایران ضروری است. براساس ادبیات حوزه اقتصاد صنعتی، آنچه پس از ورود یک بنگاه به صنعت اهمیت دارد، توانایی بنگاه در حفظ بقا و ادامه حیات است، چراکه هر گاه بنگاه صنعتی نتواند به دلایلی به فعالیت خود ادامه دهد و مجبور به خروج از صنعت شود، اثرات نامطلوبی بر اقتصاد وارد خواهد کرد. بنابراین شناخت عواملی که موجب توقف فعالیت بنگاه‌ها می‌شود، مهم است. از نظر تئوری، بقا تحت تأثیر ویژگی‌های بنگاه و مشخصات بازار است. بنگاه‌های اقتصادی مانند سایر موجودات متولد می‌شوند و پس از طی مراحل به صورت‌های مختلف می‌میرند. بر این اساس، مرگ و نابودی بنگاه، موضوعی حتمی و ناگزیر است و تنها می‌توان با ورودهایی آن را به تأخیر انداخت. در نتیجه شناخت و آگاهی درباره عوامل توقف بنگاه می‌تواند یکی از راه‌های به تأخیر انداختن این مسئله باشد.

اگرچه خروج بنگاه از فعالیت اقتصادی همچون مرگ هر موجود زنده امری حتمی است، اما می‌توان با شناختی صحیح از متغیرهای مؤثر بر آن از بروز زود هنگام و در نتیجه از آثار نامطلوب آن جلوگیری کرد. به اعتقاد پژوهشگران، ارتقای سایر بخش‌ها در کنار بخش صنعت و تکمیل زنجیره‌های تولید، توزیع و مصرف درون استان‌ها، می‌تواند به افزایش در ارزش افزوده همه بخش‌ها، رشد اقتصادی بیشتر و خروج کمتر بنگاه‌های صنعتی کمک کند. بنابراین با توجه به نقش عوامل کلان اقتصادی در خروج بنگاه‌ها از استان و استان‌های مجاور، توصیه می‌شود سیاست‌های منطقه‌ای که در راستای هم‌افزایی تولیدات صنعتی درون و بین استانی باشد، اجرا شوند.

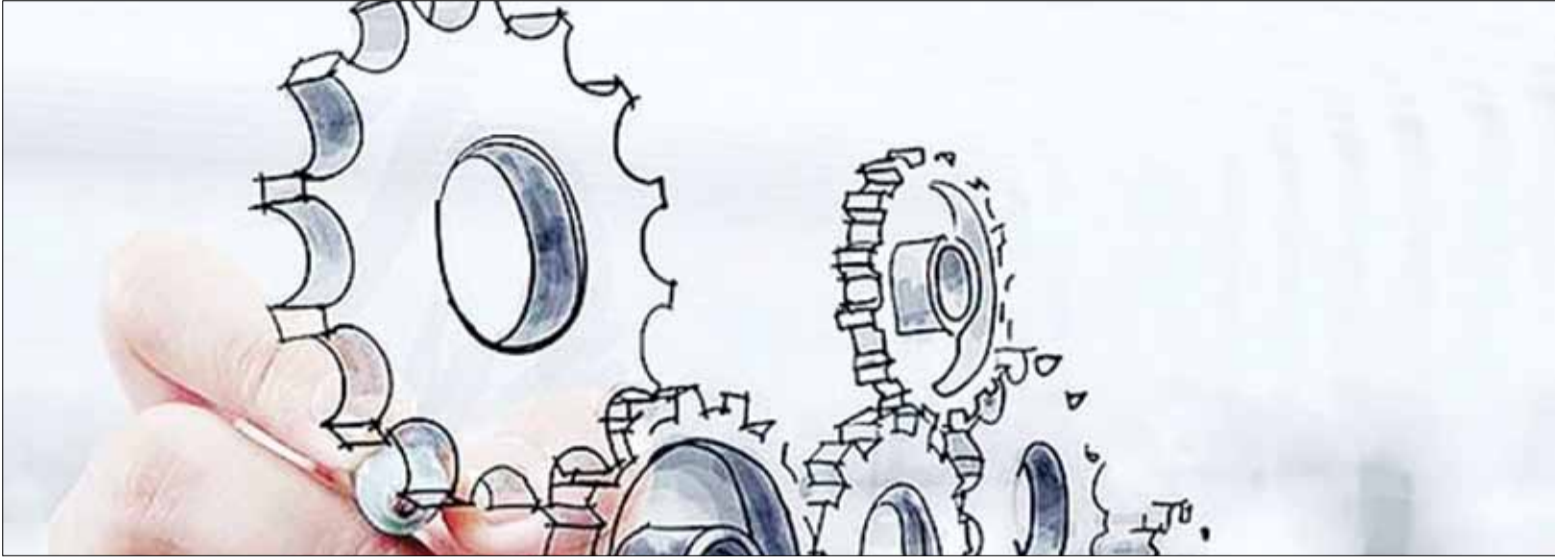
فرصت امروز: با گذشت نزدیک به دو دهه از اولین تلاش‌ها برای طراحی استراتژی توسعه صنعتی و با وجود مطالعات متعدد و گسترده‌ای که در زمینه طراحی استراتژی در سال‌های گذشته و دولت‌های مختلف صورت گرفته، اما هیچ کدام از این تلاش‌ها به واقعیت نیپوسته‌اند و در تدوین استراتژی توسعه صنعتی هنوز اندر خم یک کوچه هستیم. سوال این است که آیا مشکل از کیفیت اسنادی بوده که در اتاق‌های فکر طراحی شده است یا شرایط بیرونی اقتصاد ایران، امکان اجرا و پیاده‌سازی این اسناد را ندهاده است؟ به نظر می‌رسد یکی از موانع عمده رشد سرمایه‌گذاری صنعتی در ایران، شوک‌های اقتصادی و سیاسی است؛ کما اینکه در دو دهه اخیر، درست در زمانی که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی کشور در طراحی استراتژی توسعه صنعتی ناکام ماندند، فرآیند توسعه صنعتی ایران با موانعی نظیر عقب‌ماندن از رقبای منطقه‌ای، تداوم و تعمیق خام‌فروشی، کاهش سهم بخش صنعت از ارزش افزوده اقتصاد و تعطیلی و با فعالیت زیر ظرفیت به‌وجود آمدن این شرایط بوده است. رویه‌رو شده است. به تعبیر بهتر، همه آن مشکلاتی که قرار بود با برخورداری از استراتژی صنعتی و نقشه‌راه مشخص، از گرفتاری در دام آنها بگریزیم، امروز بالای جان اقتصاد ایران شده است و هرچند که آثار تحریم به بخش صنعت بیش از سایر بخش‌ها خسارت وارد کرده، اما توانایی در استفاده از فرصت‌ها و رفع موانع توسعه حتی قبل از وقوع تحریم‌ها نیز تحقق‌ رویای توسعه صنعتی را دور از دسترس قرار داده است.

وزن کشتی موانع توسعه صنعتی

به نظر می‌رسد که مهمترین موانع توسعه صنعتی کشور عمدتا به تحولات بیرونی برمی‌گردد. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس در وزن کشتی موانع توسعه صنعتی ایران، سهم عمده را به تحولات بیرونی می‌دهد و می‌گوید: دلایل بسیاری وجود دارد که باور کنیم تحولات بیرونی مقصر به‌وجود آمدن این شرایط بوده است. تحریم‌ها عملا افق برنامه‌ریزی را محدود و ضرورت‌های برنامه‌ریزان و متولیان اقتصاد و صنعت کشور را تغییر داده است. در کنار آن، نوسانات درآمدهای نفتی و به‌تبع آن قبض و بسط بودجه دولت، تغییر دوره‌ای قوای اجرایی کشور و تغییرات گسترده در مواضع آنها نسبت به مسائل مختلف از جمله توسعه صنعتی و دست‌آخر تغییرات و جابه‌جایی گسترده مدیران، همگی محیط بی‌ثباتی را ایجاد می‌کنند که می‌تواند مقصر عدم‌به‌سرانجام رسیدن تلاش‌های برنامه‌ای و از جمله تدوین استراتژی توسعه صنعتی باشد. این موارد را شاید بتوان در قالب سه شوک طبقه‌بندی کرد، چراکه اقتصاد ایران در چند دهه اخیر، آسیب‌های فراوانی از وقوع شوک‌ها دیده است. در واقع، سطح بالای

چرا استراتژی توسعه صنعتی به مرحله اجرا نرسید؟

گلوگاه‌های توسعه صنعتی ایران



چارچوب‌های حداقلی مورد توجه در سیاست‌های اقتصادی بوده و طلوع مجدد سیاست صنعتی برآمده از تلاش برای نظریه‌پردازی درباره علل این موانع و روش‌های غلبه بر آنهاست. حکم به تدوین استراتژی توسعه صنعتی در ایران، با توجه به دو ضرورت (اولی جلوگیری از اتلاف منابع و به‌کار بردن سیاست‌های حمایتی بی‌هدف یا متناقض با یکدیگر و دومی بسا توجه به اهمیت نقش آفرینی موثر دولت در توسعه صنعتی) در میان وجود تکرار حکم به تدوین استراتژی توسعه صنعتی در احکام برنامه‌های چهارم تا ششم توسعه، این مهم هنوز تدوین نشده است. آسیب‌شناسی دلایل عدم‌توفیق در تدوین استراتژی توسعه صنعتی نشان می‌دهد که وقوع شوک‌های بیرونی (اقتصادی، سیاسی و مدیریتی) در کنار عواملی دیگر شامل فرهنگ مدیریت غیربرنامه‌ای، فقدان آمار و اطلاعات باکیفیت و کاستی‌های برنامه‌ریزی و قانون‌نویسی از جمله موانع در این زمینه بوده است. در عین حال، ضعف در مبانی تحلیلی، ضعف در اهداف، ضعف در تبیین وضع موجود، ضعف در تدوین توالی‌ها (ترتیب اقدامات)، ضعف در تحلیل دولت و ضعف در تحلیل اقتصاد سیاسی منجر به این امر شده است که حتی اگر این مطالعات به مرحله اجرایی نیز درمی‌آمدند، نتایج آنها چندان تأثیری بر گره‌گشایی از وضعیت کنونی و دستیابی به توسعه نداشته باشد.

برآیند تحلیل مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد تدوین استراتژی توسعه صنعتی، امری است که هم با سطوح سیاسی و هم سطوح سیاست‌گذاری سروکار دارد. بنابراین به‌ویژه در تدوین اهداف، مبنای اولویت‌بندی و شناسایی اهداف باید گفت‌وگویی ملی یا حداقل برپایه اجماعی در سطوح عالی حکومت صورت گیرد. در تدوین استراتژی توسعه صنعتی، متخصصانی از حوزه‌های مختلف باید حضور داشته باشند تا توجه به چندبعدی بودن مسئله توسعه صنعتی، وجود این متخصصان برای در نظر گرفتن ابعاد مسئله ضروری است. با توجه به فقدان آمار و اطلاعات دقیق و همچنین نااطمینانی‌های نهفته در آینده (ناشی از بروز شوک‌ها و همچنین تحولات فناوری)، تدوین استراتژی باید در قالب نوعی سناریونویسی و همراه با مشخص کردن جهت‌گیری‌های آینده بوده و به‌جای تدوین دقیق اقدامات، بهینه و توالی آنها را با توجه به جهت‌های مطرح در هر سناریو تشریح کند. وظیفه مهم استراتژی، تعیین جهت‌گیری‌ها و جلوگیری از بروز پراکندگی‌ها در اقدامات است. تدوین استراتژی باید در چارچوب نهادهای فرابخشی صورت گیرد و ضرورت‌های سازمانی و هماهنگی مورد نیاز آن، بخشی ضروری از آن باشد.

بی‌ثباتی در اقتصاد ایران که یکی از موانع رشد سرمایه‌گذاری صنعتی هم محسوب می‌شود، اجرای اسناد استراتژی توسعه صنعتی را صرف‌نظر از کیفیت مطالعات تحت‌تاثیر قرار می‌دهد. این بی‌ثباتی‌ها را می‌توان پیامد سه دسته شوک‌های اقتصادی (نفتی)، سیاسی و مدیریتی برشمرد. اقتصاد ایران به‌عنوان اقتصادی تک‌محصولی و نفتی همواره با شوک نوسان قیمت نفت مواجه بوده و وقوع این شوک‌ها، قابلیت‌های برنامه‌ریزی دولت را محدود کرده است؛ مثلا از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۴ به‌رغم افزایش تولید نفت ایران به واسطه برجام، قیمت نفت کاهش یافت و افق سرمایه‌گذاری را تحت‌تاثیر قرار داد. صرف‌نظر از وجود شوک‌های نفتی، شوک‌های سیاسی شاید مهمترین تاثیر را بر عدم اجرایی شدن استراتژی‌های توسعه صنعتی ایران داشته‌اند. در حالی که دولت هشتم در چارچوب حکم برنامه چهارم توسعه، سندی برای تدوین استراتژی توسعه صنعتی تهیه کرده بود، تغییر دولت منجر به کنار گذاشته‌شدن این سند و تلاش برای تهیه سندی تازه شد. همین اتفاق برای مطالعه دوم و سوم نیز رخ داده است. صرف‌نظر از شوک حاصل از تغییر دولت‌ها، شوک حاصل از تحریم نیز در دستور کار قرار گرفتن استراتژی را تحت‌تاثیر قرار داده است. مشکلات ناشی از تحریم عملا مسائل مورد توجه سیاست‌گذاران را از رشد اقتصادی و ارتقای فناوری به مسئله بقا و پایداری در برابر تحریم‌ها تغییر می‌دهد که در نتیجه آن، داشتن استراتژی توسعه صنعتی به نوعی بدون توجهی می‌شود. در گام سوم و جدا از شوک‌های اقتصادی و سیاسی به نظر می‌رسد افق برنامه‌ریزی‌ها در ایران چنان کوتاه شده که حتی با تغییر وزرا یا معاونان وزرا، در طول عمر یک دولت هم شاهد کنار گذاشته شدن مطالعات استراتژی توسعه صنعتی هستیم. همچنین ادغام و تجزیه‌های مکرر دستگاه‌های دولتی نشان می‌دهد که هماهنگ‌سازی سیاست‌ها در بستری که ساختار اداری و اجرایی با چنین شوک‌هایی روبه‌رو است، به آسانی ممکن نخواهد بود.

هنوز در مرحله تدوین سند مانده‌ایم

اینکه دولت چه نقشی در توسعه صنعتی دارد و آیا می‌توان از طریق سیاست‌گذاری، جهت توسعه صنعتی را تحت‌تاثیر قرار داد و به‌ویژه از توسعه برخی صنایع حمایت کرد، همچنان یکی از مباحث جنجالی درباره توسعه صنعتی است. با وجود این، مفهوم صنعتی شدن متأخر که برآمده از تجربیات تنها کشورهای دست‌یافته به تحول صنعتی در تمام سال‌های پس از جنگ جهانی دوم است، نشان می‌دهد که اقتصاد‌های در حال توسعه با مشکلات و موانع متفاوتی نسبت به پیشگامان صنعتی‌شدن روبه‌رو هستند که غلبه بر آنها نیازمند نقش آفرینی دولت فراتر از

مسعود نیلی از پیش‌نیازهای توسعه صنعتی می‌گوید

رمزگشایی از توسعه صنعتی شرق آسیا

قیمت نفت، بی‌ثباتی اقتصاد کلان را دامن می‌زند و بیماری هلندی سبب صنعت‌زدایی می‌شود.» به گفته نیلی، در بخش اول یعنی بی‌ثباتی قیمت و درآمد نفتی، ایجاد صندوق ثبات نفتی می‌تواند این مشکلات را تا حدی کاهش دهد. وی توسعه صنعتی در کشوری نفتی مانند ایران را نیازمند قرار گرفتن در مسیر تجربه موفق کشورهای جنوب شرق آسیا و ایجاد صندوق ثبات نفتی ذکر کرد و ادامه داد: توسعه بخش انرژی و تکنولوژی در این حوزه، ضعف رقابت‌پذیری ناشی از بیماری هلندی را کاهش و رفاه همراه با اشتغال درآمدزا را به دنبال خواهد داشت.

نیلی همچنین استراتژی توسعه صنعتی را نیازمند تدوین سیاست خارجی که باعث دسترسی به منابع مالی، بازار و تکنولوژی می‌شود، دانست و گفت: تدوین این نوع از سیاست خارجی سبب ایجاد سیاست‌های اقتصاد کلان باثبات، سیاست حمایتی اجتماعی و تأمین مالی داخلی و خارجی می‌شود. به عقیده این عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف، در کشورهای نفتی با مدیریت اقتصاد درونگرا مبتلا به بیماری هلندی و آسیب‌پذیر با نوسانات نفتی همراه با کسری بودجه فزاینده، اعمال حمایت‌های غیرهدفمند و فرآیند و تأمین پولی بنگاه‌های اقتصادی روبه‌رو خواهند بود که این عوامل سبب شکل‌گیری اصلاحات اقتصادی تنش آفرین، تداوم وابستگی به نفت و عدم اشتغال‌زایی مناسب می‌شود. او در پایان بر تدوین استراتژی توسعه صنعتی برونگرا تأکید کرد و آن را نیازمند تدوین سیاست خارجی معطوف به توسعه اقتصادی، ایجاد صندوق ثبات‌ساز نفتی و متوازن‌سازی پایدار بودجه که باعث کاهش تورم، رفع فقر و حمایت از فقرا می‌شود، دانست و افزود: اصلاح نهادهای مالی به همراه تأمین مالی خارجی و اصلاح سازوکارهای بازار انرژی در توسعه صنعتی بسیار موثر است.

به گزارش روابط عمومی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، دکتر عیسی منصوری، کارشناس بین‌الملل توسعه اقتصادی نیز در این

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وامده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی
برابرای شماره ۰۰۴۸۱۰۰۰۰۰۰۶۸۰۰۰۰۰۶۸۰۰۰۰۱۶۰۱۶۰۰۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۰۵ پرونده کلانسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۰۰۹ هیات اول موضوع قانن تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردروحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین مالکانه ویلاومسکن متقاضی مالکیت آقایی عباس افشار به شماره شناسنامه ۶۶۶ کمنلی ۵۵۹۹۶۶۳۲۱۱ صادره از تاکستان -خرمدمشت فرزند یحیی در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۴۰۶۵ مترمربع (پس از رعایت بر اصلاحی ۱۴۰ مترمربع)پلاک شماره ۱ فرعی از ۳ اصلی واقع درقزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری عم الواسطه از حاجی زرفی تأیید و محرز گردیده است .لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم ویس از اخذرسید ظرف مدت یک ماه ازان تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرج قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشارنوبت اول ۱۴۰۱/۰۳/۲۹ تا تاریخ انتشاردوم، ۱۴۰۱/۰۴/۱۲
علی شهسوار۱- رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین- ۲۸۹-ام/الف

خبرنامه

راه‌های به ارزش رساندن دارا یکم و پالایش یکم
زیان سهامداران جبران می‌شود؟

ماجرای صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله یا همان ETFهای دولت مدت‌هاست که موضوع بحث است؛ صندوق‌هایی که در روزهای اوج بورس به مردم با تخفیف‌های ویژه عرضه شد و قرار بود عدالت را برقرار کند و دولت از این محل تامین ۲۰ هزار میلیاردی داشت، اما حدود دو سال است که این صندوق‌ها در ضرر به سر می‌برند و حتی روزهای صعودی بازار طی این دو سال نیز باعث نشد این صندوق‌ها به ارزش ذاتی یا همان NAV برسند. در راستای بازگرداندن این صندوق‌ها به ارزش ذاتی در ماه‌های گذشته، سازمان بورس و اوراق بهادار راهکارهای سه‌گانه‌ای را در راستای نزدیک‌تر شدن صندوق‌های پالایش یکم و دارا یکم به ارزش ذاتی خود در هیأت مدیره جمع‌بندی و پیشنهاد کرده است. علیرضا قدرتی، کارشناس بازار سرمایه در پاسخ به این سوال که راه‌حل این موضوع چیست و آیا سازمان بورس با این طرح موفق به جبران زیان سهامداران این صندوق‌ها خواهد شد؟ به پایگاه خبری بازار سرمایه (سنا) گفت: اوایل فروردین ماه ۱۳۹۹ بود که شورای عالی بورس مصوبه‌ای مبنی بر فروش باقیمانده سهام دولت در بانک‌ها ارائه داد و از آن تاریخ صندوق دارا یکم متولد شد. در روزهایی که شاخص کل بورس برای گذر از مرز ۲ میلیون واحد کمین کرده بود، وعده عرضه سه صندوق دولتی در قالب ETF از سوی دولت‌مدان داده و قرار شد صندوق نخست بانکی و بیمه‌ای، صندوق دوم پالایشی و صندوق سوم خودرویی و فلزی باشد. در واقع دولت بنا داشت باقیمانده سهم خود در برخی بانک‌ها، بیمه‌ها، پالایشگاه‌ها، شرکت‌های خودرویی و فولادی را در بازار عرضه و از این طریق سهام خود را به مردم واگذار کند.

به گفته وی، صندوق اول با نام دارا یکم در اوایل تابستان سال ۱۳۹۹ عرضه و در سوم تیرماه قابل معامله شد. وزارت اقتصاد وقت از طریق این واگذاری به نمایندگی از دولت، باقیمانده سهام خود در بانک‌های ملت، تجارت و صادرات ایران و بیمه‌های البرز و انکایی امین را واگذار کرد. در پذیرش‌های صندوق دارا یکم ۳ میلیون نفر مشارکت کردند؛ صندوقی که هم‌راستا با روزهای صعودی بازار سرمایه، بازدهی چشمگیری داشت و حدود ۶ هزار میلیارد تومان منابع از این محل نصیب دولت شد.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: تقریباً دو ماه پس از پذیرش‌های دولت، یونیت دارا یکم قابل معامله شد و حتی تا ۳۶ هزار تومان هم افزایش یافت و در آن زمان بحث صندوق دارا دوم هم مطرح شد و سپس به پالایش یک تغییر نام داد. در شهریورماه ۹۹، دولت صندوق پالایش یکم را پذیرش‌های صندوقی و بیش از ۴ میلیون نفر در این صندوق پذیرش‌های کردند و حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان منابع از این محل نصیب دولت شد. اما عمر این صندوق طولانی نبود و سقوط‌های بی در پی بازار، این صندوق را هم با چالش سنگین مواجه کرد و دیوار اعتماد بین دولت و مردم به یکباره فرو ریخت.

او در پاسخ به این سوال که پیشنهاد سه‌گانه سازمان بورس، ضرر سهامداران این صندوق‌ها را جبران می‌کند یا خیر؟ گفت: از جمله این پیشنهادها می‌توان به اعمال حق رای به سهامداران اشاره کرد. طبق این پیشنهاد، اشخاص غیردولتی سهامدار این صندوق‌ها باید بتوانند در صندوق‌ها اعمال رأی کنند. بیشتر تنها دولت امکان تاثیرگذاری مستقیم در مجمع صندوق‌ها را داشت و سایر سرمایه‌گذاران امکان مشارکت در تصمیم‌گیری این صندوق‌ها را نداشتند.

به گفته قدرتی، سازمان بورس در پیشنهادی دیگر مطرح کرد که این ETF‌ها به صندوق‌های فعال و بخشی تبدیل شوند؛ به این معنا که صندوق‌ها می‌توانند ترکیب سبد سهام را تغییر داده و بازارگردان نیز داشته باشند که با اجرای پیشنهاد حاضر، امکان تغییر ترکیب سبد سهام و استفاده از پتانسیل بازارگردان نیز برای آنها فراهم خواهد شد. امکان فروش واحدهای ممتاز این صندوق‌ها در یک مزایده و واگذاری آن به بخش خصوصی برای جذب نقدینگی بیشتر، یکی دیگر از پیشنهادها مطرح شده در این خصوص است. این پیشنهاد نیز در راستای پیشنهاد اول بوده و امکان فروش واحدهای ممتاز را به منظور جذب منابع جدید و به کارگیری در اداره صندوق به منظور افزایش قدرت مانور سرمایه‌گذاری مطرح شده است.

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران همچنان در خطر سقوط به سطح ۱،۴ میلیون واحدی قرار دارد. پس از آنکه شاخص کل بورس در معاملات روز شنبه با افت ۱۲ هزار واحدی برای دومین بار در طول هفته‌های اخیر در یک قدمی سقوط به کانال یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد قرار گرفت، در معاملات روز گذشته بیش از یک هزار واحد افزایش ارتفاع داد تا با ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۵۰۲ هزار واحد کماکان خطر سقوط به کانال پایین‌تر را احساس کند.

افت قیمت‌ها در بازار سهام همچنان ادامه دارد و با وجود آنکه فروشنده زیادی در بازار به چشم نمی‌خورد، اما خبری از خریدار هم نیست. افزایش نااطمینانی در اقتصاد ایران به موازات عدم احیای برجام و همزمانی آن با چشم‌انداز منفی اقتصاد جهانی که بر قیمت کامودیتی‌ها سایه افکنده و اغلب بورس‌های جهانی را تحت تاثیر قرار داده، از جمله مهمترین عوامل تعمیق‌کننده رکود در تالار شیشه‌ای است. روزهای نوسانی بورس تهران در حالی ادامه دارد که نامگر اصلی تالار شیشه‌ای سال را توفانی و سبزپوش آغاز کرد و در روز ۲۷ اردیبهشت ماه پس از حدود ۲۰ ماه موقتا به مقاومت مهم یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی رسید، اما از فردای این روز این روند مثبت و مطلوب متوقف و وارد چرخه‌ای از نوسان شده به طوری که ارزش دادوستدهای خرد سهام در طول هفته‌های گذشته با کاهش چشمگیری مواجه شده و به سطح کمتر از ۴ هزار میلیارد تومان رسیده است. سهامداران که بیشتر با امیدواری بیشتری به تالار شیشه‌ای چشم دوخته بودند، حالا در انتظار انتشار گزارش شرکت‌ها در اولین فصل از قرن جدید هستند و احتمالاً پرتفوی آنها سمت و سوی جدیدی خواهد گرفت.

چالش‌ها و ریسک‌های بازار سرمایه

نوسان فرسایشی بورس در میان بیم و امید بورس‌بازان ادامه دارد و ارزش دادوستدهای خرد تالار شیشه‌ای از سطح ۴ هزار میلیارد تومان نیز پایین‌تر رفته است. خروج سرمایه از تالار شیشه‌ای قطعاً تبعات خوبی برای بازار سرمایه ندارد و در واقع نشانه روشن و مشهودی از افزایش بی‌اعتمادی سهامداران به بهبود وضعیت بورس و همچنین وعده‌های سیاست‌گذاران و دولت‌مدان است. امروز و فردا شدن احیای برجام، افزایش نرخ تورم و همچنین رونق بازارهای سفته‌بازی، از جمله دلایل خروج پول از بورس است. طبق آخرین گزارش تورمی مرکز آمار ایران، نرخ تورم ماهانه

شاخص بورس تهران در چاله سقوط نماند

الاکلنگ بورس و فرابورس



خردادماه به ۱۲،۲ درصد رسید که نسبت به تورم اردیبهشت‌ماه (۸،۷ درصد)، رشد قابل توجهی را نشان می‌دهد. البته بخشی از این رشد تورم در آخرین ماه فصل بهار به حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی برمی‌گردد و با توجه به تورم کنونی به نظر می‌رسد که بازار سرمایه از دیگر بازارها عقب مانده است. در حال حاضر، بازار سرمایه با چالش‌ها و ریسک‌های مختلفی مواجهه است که می‌تواند باعث رونق یا رکود بیشتر آن شود. مذاکرات هسته‌ای از جمله این چالش‌هاست و با اینکه در نشست دوحه قطر، گفت‌وگوهای تازه‌ای برای احیای برجام انجام شد، اما متأسفانه منتج به نتیجه نشد و همین امر باعث روند صعودی در بازار ارز و ورود پول به بازارهای موازی شده است. به نظر می‌رسد با احیای برجام صنایع حمل‌ونقل، خودرو و همچنین صنعت بانکداری از جمله صنایع پیشرو خواهند بود.

واگذاری دو شرکت ایران خودرو و سایپا نیز از دیگر موضوعات مهم بازار است. همچنین افزایش نرخ دلار نیامی و ابلاغیه اخیر بانک مرکزی مبنی بر مجاز بودن فروش ارز حاصل از صادرات به متقاضیان با نرخ توافقی، تاثیر مهمی بر بسودآوری شرکت‌های صادرات‌محور خواهد داشت و در کنار انتظارات تورمی شکل گرفته در سطح جامعه، محرک خوبی برای بازار سرمایه خواهد بود. البته افزایش نرخ بهره بین بانکی، قطعی برق صنایع و افزایش سرمایه در گردش شرکت‌ها برای تامین مواد اولیه و همچنین کاهش قیمت جهانی فلزات اساسی نیز تاثیرگذار است. افزایش نرخ بهره بین بانکی همیشه با بازار سرمایه رابطه معکوس داشته و در زمان رشد این پارامتر، شاهد افت و اصلاح بازار بوده‌ایم. در عین حال، قطعی برق صنایع در تابستان و کاهش تولید شرکت‌های فولادی و سیمانی از دیگر ریسک‌های مهم پیش روی بازار سرمایه است. البته افزایش نرخ بهره فدرال زرو و رشد ایندکس دلار باعث کاهش قیمت جهانی فلزات اساسی شده و با توجه به نشانه‌های رکود اقتصاد جهانی، ریسک فروش صادراتی شرکت‌های مرتبط نیز افزایش یافته است.

در لبه کانال ۱،۴ میلیون واحدی

نوسان شاخص کل بورس تهران در کف کانال ۱،۵ میلیون واحدی ادامه دارد و اگرچه شاخص کل بورس در ساعات میانی معاملات یکشنبه تا رقم یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد نیز سقوط کرد، اما در ساعات پایانی توانست روندی صعودی به خود بگیرد و از سقوط به کانال ۱،۴ میلیون

آگهی مناقصه عمومی



اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قزوین

اناره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قزوین در نظر دارد پروژه‌های ذیل را براساس شرایط ذکر شده و به شرح مشخصات، اطلاعات و جزئیات مندرج در اسناد مناقصه از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد صلاحیت واگذار نماید.

ردیف	موضوع مناقصه	مبلغ برآورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	صلاحیت مورد نیاز	سنای برآورد	شماره مناقصه	نوع مناقصه
۱	خرید ماهه ۳۶/۶- ۲/۳۶ میلیتری جهت عملیات زمستانی حوزه استحفاظی	۱۴/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۲۰/۰۰۰/۰۰۰	پروانه بهره‌برداری معدن ماهه	مخلوط	۲۰۰۱۰۰۱۳۱۶۰۰۰۰۳۱	یک مرحله‌ای
۲	عملیات نگهداری و حوزه استحفاظی (نبروهای منتقل شده از عوارضی)	۵۰/۲۳۹/۸۰۰/۰۰۰	۲/۵۱۲/۰۰۰/۰۰۰	رتبه ۵ راه و ترابری	فهرست بهای راهداری ۱۴۰۱	۲۰۰۱۰۰۱۳۱۶۰۰۰۰۳۲	دو مرحله‌ای

۱- مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: از تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۳ لغایت ۱۴۰۱/۰۴/۱۸
 ۲- کلیه مراحل برگزاری مناقصه عم از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشتی پاکت از طریق درگاه سایت www.setadiran.ir انجام خواهد شد
 ۳- آخرین مهلت ارائه پیشنهاد: حداکثر تا ساعت ۱۳:۳۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۱
 ۴- تاریخ جلسه بازگشتی پاکت پیشنهاد قیمت در روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۲ راس ساعت ۰۸:۳۰ صبح می‌باشد
 ۵- ارسال پاکت الف (اصل تضمین شرکت در مناقصه) به اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قزوین (دبیرخانه ساختمان شماره ۱) الزامی است.
 ۶- سایر شرایط در اسناد مناقصه به اطلاع پیمانکاران خواهد رسید.
 ۷- مدت اعتبار پیشنهادها ۳ ماه می‌باشد.
 ۸- جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۲۸-۳۳۶۵۹۴۹۹ یا به اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قزوین اداره پیمان و رسیدگی مراجعه نمایند.
 ۹- اطلاعات تماس دفتر ثبت نام در سامانه www.setadiran.ir در استان قزوین ۰۲۸۳۳۳۴۱۰۶۷ و مرکز تماس ۰۲۱۲۷۳۱۳۱۳۱ می‌باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۴/۱۳
 تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۱۴

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قزوین

نوبت اول - (تجدید مرتبه اول)

مناقصه شماره ۰۹۴-۰۰-۴۱۶۳۸

دستگاه اندازه گیری فشار بخار



اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قزوین

شناسه آگهی: ۱۳۴۴۶۰۶

۱- نوع مناقصه: دو مرحله‌ای دارای ارزیابی کیفی
 ۲- نوع فراخوان: عمومی
 ۳- نام و نشانی مناقصه‌گذار: شرکت پالایش گاز شهید هاشمی نژاد (SGPC) به آدرس: مشهد، خیابان آیکوه، نشانی دانشسرای شمالی، شماره ۲۵۵، شرکت پالایش گاز شهید هاشمی نژاد- دبیرخانه کمیسیون مناقصات
 -تلفن مسؤول کمیسیون مناقصات و کمیته فنی بازرگانی: ۰۵۱-۳۷۲۸۸۰۱۶
 -تلفن دبیر کمیسیون مناقصات: ۰۵۱-۳۷۲۸۵۰۴۵
 -تلفن کمیسیون مناقصات و کمیته فنی بازرگانی: ۰۵۱-۳۷۲۸۵۰۲۴
 ۴- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: تضمین های اعلام شده در آیین نامه تضمین برای معاملات دولتی به مبلغ ۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال (پانصد میلیون ریال). (لازم به ذکر است در این مرحله نیازی به اخذ و آرایه تضمین نمی باشد)
 ۵- نحوه و مهلت دریافت اسناد: متقاضیان می توانند تا ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۶، نسبت به دریافت اسناد مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به آدرس www.setadiran.ir و با شماره فراخوان ۰۲۰۰۱۰۹۲۱۳۴۰۰۰۰۴۹ در سامانه اقدام نمایند. لازم به ذکر است تمامی مراحل برگزاری مناقصه از طریق سامانه مذکور انجام خواهد شد.
 ۶- آخرین مهلت تحویل اسناد: اسناد مناقصه تکمیل شده: متقاضیان بعد از دریافت اسناد مناقصه از سامانه مذکور می‌بایست حداکثر تا ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۰، اسناد مناقصه تکمیل شده را به همراه مدارک مورد نیاز در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بارگذاری و ثبت نمایند. لازم به ذکر است پس از پایان مرحله ارزیابی کیفی اسناد شرکت در مناقصه برای مناقصه گران تأیید شده در این مرحله از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) ارسال و فرآیند انجام مناقصه وفق شرایط اعلام شده در اسناد مناقصه مورد اقدام واقع خواهد شد.
 ۷- محل و زمان گشایش پیشنهاد: پس از بررسی پیشنهاد فنی شرکتها (ارزیابی فنی)، پاکتهای مالی شرکتها ی واجد شرایط در ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۶ در محل اتاق کنفرانس اداره مشهد (دفتر آیکوه) به آدرس مشهد، خیابان آیکوه، نشانی آیکوه ۷ (دانشسرای شمالی)، شماره ۲۵۵، شرکت پالایش گاز شهید هاشمی نژاد و حداقل با دو پیشنهاد تأیید شده گشایش خواهد یافت. لازم به ذکر است تاریخ و مکان اعلام شده (تاریخ گشایش پیشنهادها مالی) قطعی نبوده و با توجه به روند ارزیابی امکان تغییر وجود خواهد داشت. توضیح مهم: با توجه به این که این مناقصه دارای ارزیابی کیفی می باشد در این مرحله صرفاً تکمیل و ارسال اسناد ارزیابی کیفی و مستندات مربوطه مورد نظر می باشد. بدیهی است شرکت هایی که در فرآیند ارزیابی کیفی تأیید شوند در مرحله بعد اقدام به ارسال پیشنهاد مرتبط در مواردی که متعاقباً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) اعلام خواهد شد خواهند نمود.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۴/۱۳
 تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۱۵

روابط عمومی شرکت پالایش گاز شهید هاشمی نژاد

در سبب زیرین بزرگ‌سی ایوان در سوره‌های صدا با احصای میبای ریسیه و میبای نمایندگان اتاق بزرگ‌سی اصهبان حموان صد

رایزان بازارگانی حامی فعالان اقتصادی خواهند بود



وزارت امورخارجه به صورت رو در رو با فعالان اقتصادی کشور در اطلاع رسانی فرصتهای سرمایه‌گذاری کشورهای هدف به فعالان اقتصادی نیز بسیار موثر خواهد بود.
علی کرباسی زاده مشاور عالی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان نیز با بیان اینکه ویژگی‌های استان‌هایی مانند اصفهان، فارس و یزد شاخص‌های گردشگری فرهنگی- تاریخی ایران را در دنیا به جایگاه ویژه‌ای رسانده است، گفت: این درحالی است که ۲۷ درصد از انواع گردشگران، گردشگران فرهنگی-تاریخی هستند.

وی افزود: با وجود جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی در استان‌های اصفهان، شیراز، یزد و کرمانشاه و استان‌های مشابه، دارای حدود ۵۰۰ میلیون نفر گردشگر مخاطب هدف در دنیا هستیم بنابراین این موضوع نیازمند توجه ویژه است.

کرباسی زاده ضمن اشاره به حمایت‌های همه جانبه هیات نمایندگان و هیات رئیسه اتاق بازرگانی اصفهان در ادوار مختلف به حوزه گردشگری،

اصفهان – قاسم اسد: جمعی از رایزان بازارگانی ایران در کشورهای هدف صادراتی، مدیران و کارشناسان اقتصادی وزارت امور خارجه به منظور آشنایی با پتانسیل‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری اصفهان در نشست‌های اعضا هیات رئیسه و هیات نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان دیدار و گفت‌وگو کردند.
به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان مسعود گلشیرسازی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان در این دیدار ضمن خوشامدگویی به مهمانان ابرازامیدواری کرد این نشست، منجر به بهبود شرایط اقتصادی ایران در بازار جهانی، تعامل دوسویه با بازارهای هدف صادراتی و جذب سرمایه‌گذاری شود.
محمد جواد همت پناه رییس اداره اطلاعات اقتصادی و همکاری‌های توسعه‌ای وزارت امور خارجه با بیان اینکه معتقدیم مقدمه اقدام مطلوب کارشناسان اقتصادی و رایزان بازرگانی، آگاهی کامل از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های داخل کشور است، افزود: از این رو مقرر شده است، علاوه بر گذراندن دوره‌های آموزشی، پیش از اعزام رایزان به کشورهای هدف ، از طریق بازدیدهای دوره‌ای آنان از استان‌های مختلف، پتانسیل‌های داخل کشور مطلع شده تااعزام آنها به صورت هدفمند انجام شود.

وی تصریح کرد: دیدار با فعالان اقتصادی هر استان تصویر روشنی از ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها، نیازها و فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری کشور به رایزان و کارشناسان اقتصادی ارایه خواهد داد.
همت پناه با بیان اینکه این بازدیدها در دولت کار و تلاش به صورت منظم در مقاطع مختلف انجام خواهد شد، از بازدید از استان‌های البرز و قزوین و شرکت‌های بزرگ بازرگانی و صنعتی این استان‌ها پیش از سفر به اصفهان خبر داد و گفت: دیدار رایزان بازرگانی و کارشناسان اقتصادی

به مناسبت هفته صرفه جویی در مصرف آب

برگزاری نشست خبری مدیر عامل آبفا استان ایلام با اصحاب رسانه



استاندارداری موجود آب مصرف می کنند که در کنار الگوی اشتباه مصرف آب شرب در راستای آبیاری خانه باغ ها، شستشوی خیابان ها و کوچه ها، تامین آب دام و طیور توسط دامداران و هزینه بالای تولید آب در ایلام به عنوان گرانترین آب در کشور، ارایه خدمات به شهروندان را با مشکلات جدی مواجه نموده هر چند که تمام تلاش مجموعه همکاری کاهش دغدغه شهروندان در دسترسی به آب سالم و بهداشتی است .
وی تصریح کرد: ۷۷ روستای استان در شهرستان چوار و هلیلان با مشکل آب مواجه هستند که برای رفع این مشکل در قالب تفاهم نامه با قرارگاه امام حسن مجتبی(ع) در حال اجرای پروژه های خوبی در این مناطق هستیم بطوری که تا پایان امسال مشکل آب روستاهای

تاسیسات تقویت فشار گاز دیلم برون سپاری شد



و همچنین اجرای فرآیندهای برگزاری مناقصه و ابلاغ شرکت برنده در مناقصه به نتایج قابل قبولی در این زمینه دست یافتیم.

نصیحت کن با بیان اینکه برنامه ریزی های لازم برای شروع بکار و تحویل وتحول ایستگاه تقویت فشار گاز دیلم انجام شده است ، افزود:

سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز خیر داد :

نصب ۳۲ اسلیو بر روی خط لوله ۳۰ اینچ سرخس – نکا- رشت



شد: تعمیرات نقاط معیوب انجام شده از نتایج اولیه پیگرانی ۶۶ نقطه بوده که در سال گذشته به اتمام رسید و سایر اولویت های تعمیری نیز در سال جاری در حال اجراست.
سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از نصب ۳۲ اسلیو از نوع A و B بر روی خط لوله ۳۰ اینچ سرخس-نکا- رشت در محدوده مراکز بهره برداری گرگان و نور خیر داد و خاطر نشان کرد: عملیات نصب این اسلیوها با همت و تلاش شبانه روزی همکاران منطقه و بدون قطعی گاز، با موفقیت انجام شده است.

مفخمی با بیان اینکه عملیات حفاری جهت بازرسی عیوب گزارش پیگرانی هوشمند سال گذشته در سطح منطقه ادامه دارد، یادآور شد: عملیات نصب این اسلیوها بر روی خط لوله گاز دار و براساس استانداردها و با دستورالعمل های شرکت ملی گاز ایران انجام شده است.

طی سه ماهه نخست سال جاری انجام شد:

نصب ۹۳ دستگاه کنتور هوشمند بر روی چاههای کشاورزی در استان مرکزی

وی ادامه داد: کاهش میزان مصرف آب، کاهش هدر رفت آب، تغییر الگوی کشت و مدیریت و کنترل میزان بهره‌برداری از چاههای مجاز (با مصارف شرب، کشاورزی و صنعت) از جمله مواردی است که نصب کنتور هوشمند روی چاههای دارای پروانه بهره‌برداری را به یکی از پروژههای مهم طرح تعادل بخشی تبدیل کرده است.

مدیر دفتر حفاظت و بهره برداری از منابع آب شرکت آب منطقه ای مرکزی بیان کرد: شهرستان های اراک، ساوه و کمیجان به ترتیب با نصب ۲۲، ۲۰ و ۱۷ دستگاه بالاترین تعداد نصب کنتور هوشمند در سطح استان در سه ماهه نخست سال را به خود اختصاص داده اند.

اخبار

بازدید معاون وزیر نیرو در امور آب و آبفا از تصفیه خانه فاضلاب شرقی بندرانزلی



رشت- خبرنگار فرصت امروز: معاون وزیر نیرو در امور آب و آبفا از سیاست احداث تصفیه خانه و ایستگاه پمپاژ شرقی شهر بندرانزلی بازدید کرد. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان، محمد جوانبخت در این بازدید ضمن تأکید بر تسریع در روند تکمیل تصفیه خانه شرقی انزلی گفت: تکمیل این تصفیه خانه در حفظ محیط زیست و سلامت شهروندان نقش بسزایی دارد و امیدواریم با بهره برداری از این پروژه های زیست محیطی ، مردم شهرستان از اثرات ارزشمند آن بهره مند باشند.

در این بازدید مازبان علی پور رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با اشاره به پیشرفت فیزیکی ۸۵ درصدی این تصفیه خانه اظهار داشت: تصفیه خانه شرقی بندرانزلی با ظرفیت ۱۲ هزار مترمکعب در شبانه روز در دست اجراست . وی با بیان اینکه برآورد اولیه جهت تکمیل این تصفیه خانه ۶۹۰ میلیارد ریال می باشد تصریح کرد: در صورت تأمین اعتبار مورد نیاز متناسب با زمان پیش بینی شده، تا شهریور ماه سال آینده، تصفیه خانه شرق انزلی به بهره برداری خواهد رسید و جمعیتی حدود ۷۰ هزار نفر از شهروندان این منطقه را تحت پوشش قرار خواهد داد. مدیرعامل آبفای گیلان همچنین در بازدید از سایت محل احداث ایستگاه پمپاژ فاضلاب شرقی انزلی، ضمن تشریح سختی و مشکلات عملیات اجرایی با توجه به بافت خاک و لجنتی بودن محل احداث پروژه، اضافه کرد: تلمبه بخش های حاضر با پیشرفت فیزیکی ۵۶ درصد در حال اجرا می باشد ، وی همچنین خاطر نشان کرد: مبلغ اولیه قرارداد ۱۴۳ میلیارد ریال می باشد که بخش های اصلی آن ایستگاه پمپاژ به ظرفیت ۵۱۳ لیتر بر ثانیه و اجرای خط انتقال تحت فشار فاضلاب به طول ۵ کیلومتر می باشد و این ایستگاه پمپاژ بعنوان مهمترین ایستگاه پمپاژ شرق انزلی، یکصد و هفت هزار نفر جمعیت منطقه را تحت پوشش قرار خواهد داد.

مدیرعامل آبفای گیلان در ادامه یادآور شدند، در محدوده شرقی انزلی ۹۴ کیلومتر لوله گذاری اجرا شده است که با اجرای این ایستگاه و خط انتقال آن ، امکان بهره برداری تدریجی شبکه کار شده بصورت بخش به بخش، براساس اعتبارات تخصیصی فراهم خواهد شد و پس از تکمیل پروژه ایستگاه پمپاژ و خط انتقال آن و اجرای پروژه احداث خط نقلی از دهکده ساحلی تا این ایستگاه ، ۲۱ کیلومتر از لوله گذاری های انجام شده شرق انزلی به بهره برداری خواهد رسید. همچنین دکتر دنیامالی نماینده مردم شریف انزلی در مجلس شورای اسلامی با اشاره به اهمیت اجرای طرح فاضلاب بهداشتی در این شهرستان در حفظ تالاب انزلی تصریح کرد:، با توجه به اینکه زیرساخت های خوبی در شهر انزلی اجرا شده، باید برای تخصیص اعتبارات، متناسب با زمان پیش بینی شده در تکمیل طرح اقدام کرد.

با حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی؛

اختتامیه نخستین جشنواره ملی مطبوعات دینی در قم برگزار می شود



قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: آیین اختتامیه نخستین جشنواره ملی مطبوعات دینی روز پنجشنبه هفته جاری با حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در تالار فرهنگ و هنر قم برگزار می شود. امیرعلی عموزاده روز شنبه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا اظهار داشت: این جشنواره در سه بخش برگزار شد که نخستین بخش با عنوان بخش حرفه ای در موضوع هایی از جمله تیتراژ، مصاحبه و گزارش خبری بود و وی بیان کرد: بخش دوم جشنواره بخش موضوعی نام دارد که در موضوع هایی همچون عفاف و حجاب، ایثار و شهادت و مسجد رکن محله محوری ترتیب یافت. عموزاده بخش سوم را ویژه رسانه‌های حوزه دین عنوان کرد و افزود: در این بخش به انتخاب هیات داوران از تعدادی از قدیمی ترین و فعال ترین مطبوعات حوزه دین که اثر گذاری بالایی دارند تقدیر خواهد شد. وی با اشاره به این که نزدیک به ۸۰۰ اثر به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است گفت: صاحبان آثار برتر با اهدای لوح تقدیر و جوایز ارزنده تقدیر خواهند شد. نخستین جشنواره ملی مطبوعات دینی، شهریورماه سال گذشته اعلام فراخوان شد که علاقه مندان برای ارسال آثار خود تا ۲۰ آبان ماه ۱۴۰۰ فرصت داشتند.

از سامانه حقوقی سحاب در برق منطقه‌ای خوزستان بهره‌برداری می‌شود



اهواز – شبنم قنوجان: مدیر دفتر حقوقی و رسیدگی به شکایات شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: برای تسهیل در رسیدگی به پرونده‌های دعای حقوقی و املاک، سامانه سحاب خریداری و در مراحل پایانی بهره‌برداری قرار دارد. جلیل وکیلان بیان کرد: با توجه به حجم فعالیت‌ها و گستردگی اقدامات حقوقی در شرکت برق منطقه‌ای خوزستان، این نرم‌افزار به الکترونیکی شدن این امور و سرعت‌بخشی به حل آنها کمک شایانی خواهد کرد.

وی افزود: این سامانه امکان ایجاد پرونده‌های الکترونیکی دعای و املاک، بایگانی الکترونیکی اسناد و مدارک، دسترسی به گزارشات لحظه‌ای و آمار الکترونیکی، تولید خودکار اوراق قضایی و در نهایت مطالعه الکترونیکی پرونده‌ها را فراهم می‌کند. مدیر دفتر حقوقی و رسیدگی به شکایات شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: از مهم‌ترین دستاوردهای سامانه سحاب می‌توان به رفع مشکلات و چالش‌هایی نظیر احتمال از بین رفتن اسناد و جلوگیری از اتلاف وقت منابع انسانی برای رجوع به این اسناد، کندی پاسخگویی به مراجعه‌کنندگان و زمان‌بر بودن دسترسی به سوابق پرونده‌های دعای و املاک، اشاره کرد. وکیلان اضافه کرد: با همکاری دفتر فناوری ارتباطات و اطلاعات به زودی این سامانه مورد بهره‌برداری قرار خواهد گرفت و در این راستا با حضور شرکت مشاور، کلاس‌های آموزشی چگونگی بهره‌برداری از آن نیز برگزار شده است.

بیش از ۱۱ هزار کیلومتر از خطوط گاز در گیلان نشت یابی شد



رشت – خبرنگار فرصت امروز: در سه ماهه اول سال جاری ۱۱ هزار و ۲۲۴ کیلومتر از خطوط شبکه گاز در استان گیلان بازرسی و نشت یابی شده است. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، عیسی جمال نیکیویی مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام این خبر اظهار داشت: با برنامه ریزی دقیق و اجرای مناسب، میزان نشت یابی انجام شده در بهار امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵ درصد رشد داشته است که در نوع خود یک رکورد محسوب می‌شود. وی با با بیان اینکه خطوط گاز در ۲۴ شهر گیلان مورد بازرسی و نشت یابی قرار گرفته است، گفت: بجهت رشد روز افزون طول خطوط تغذیه و

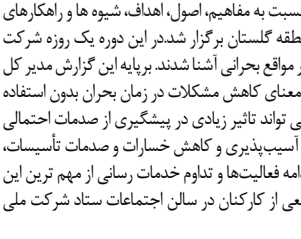
توزیع گاز در استان، بازرسی فنی و نشت یابی مستمر برای افزایش ایمنی خطوط و انتقال پایدار گاز به مشترکین و مصرف‌کنندگان گاز طبیعی امری بسیار ضروریست. جمال نیکیویی همچنین درخصوص نشت یابی از سایر تاسیسات گاز در استان گفت: در سه ماه اول سال جاری ۳۴۸ ایستگاه و ۲۵۴ هزار و ۱۸۵ علمک گاز بازرسی و نشت یابی شده است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در پایان از همه مشترکین گاز طبیعی درخواست کرد تا با رعایت نکات ایمنی و بررسی مستمر وسایل گازوسز، زمینه کاهش حوادث و خسارات مرتبط با گاز را فراهم سازند.

برگزاری همایش پیاده روی خانوادگی کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: با هدف ارتقای نشاط اجتماعی و سلامت کارکنان و خانواده آن‌ها و حفظ انسجام و همدلی بین همکاران همایش پیاده روی خانوادگی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان در گرگان برگزار شد.به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان، مرتضی مقدس، مسئول روابط عمومی منطقه در این خصوص گفت: این همایش باحضور مدیر منطقه و جمعی از کارکنان و خانواده هایشان از محوطه باباطاهر به سمت گلزار شهدا گمنام واقع در تپه نورالشمهدا انجام گردید.در این همایش همچنین یک دوره مسابقه فرهنگی برای فرزندان کارکنان برگزار و به برگزیدگان هدایایی اهدا شد.

برگزاری دوره آموزشی پدافند غیرعامل در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: با هدف ارتقاء سطح دانش و نگرش کارکنان نسبت به مفاهیم، اصول، اهداف، شیوه ها و راهکارهای اجرایی پدافند غیرعامل دوره آموزشی در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان برگزار شد.در این دوره یک روزه شرکت کنندگان با مفاهیم پدافند عامل و غیرعامل، انواع آن، راهکارها، موانع و نحوه عمل در مواقع بحرانی آشنا شدند.برپایه این گزارش مدیر کل پدافند غیر عامل استانداری گلستان بعنوان مدرس دوره گفت: پدافند غیرعامل به معنای کاهش مشکلات در زمان بحران بدون استفاده از ادوات جنگی است و از آنجایی که پیشگیری مقدم بر درمان است، این دوره های می تواند تاثیر زیادی در پیشگیری از صدمات احتمالی داشته باشد. محمدی دررتابعی مهمترین اهداف موضوع اشاره شده افزود: تقبیل آسیب‌پذیری و کاهش خسارات و صدمات تاسیسات، تجهیزات و نیروی انسانی در برابر خطرات ، حفظ سرمایه‌ها و توان شرکت جهت ادامه فعالیت‌ها و تداوم خدمات رسانی از مهم ترین این اهداف است.گفتنی است این دوره یکروزه با حضور معاونین، روسای واحدها و جمعی از کارکنان در سالن اجتماعات ستاد شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان برگزار شد.



راهنمای تولید محتوای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی برای نیمه دوم سال ۲۰۲۲

به قلم: کریمتیبانا نیوبری <p>کارشناس بازاریابی و تبلیغات</p> <p>ترجمه: علی آل‌علی</p>
--

تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی این روزها دیگر امر عجیب یا غیرممکنی نیست. بسیاری از برندها به سادگی هرچه تمام‌تر مشغول تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی هستند. در این میان شمار بسیار اندکی از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از محتوای درجه یک و مطابق با سلیقه کاربران را پیدا می‌کنند. سایر برندها برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از روش‌های آزمون و خطا بوده و در بسیاری از موارد حتی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به دست نمی‌آورند.

تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی بخش‌های بسیار زیاد و متنوعی دارد. این امر می‌تواند موجب تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شده و حتی شرایط تعامل با کاربران را نیز تغییر دهد. وقتی از تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی صحبت می‌کنیم، نکات بسیار مختلفی باید مد نظر قرار گیرد. از طراحی یک کمپشن عالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف گرفته تا انتخاب عکس با کیفیت باید مد نظر باشد. اگر هر کدام از بخش‌های مهم در زمینه تولید محتوا با بی‌دقتی دنبال شود، نتیجه کار به طور قابل ملاحظه‌ای با مشکل رو به رو خواهد شد. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف همیشه از بهترین توصیه‌ها و راهنمایی‌های ممکن سود ببرید. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از تکنیک‌ها و نکات کاربردی است. این امر به شما برای تولید محتوا و موفقیت در شبکه‌های اجتماعی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید همیشه از تکنیک‌های درست و مطمئن استفاده نمایید، در غیر این صورت باید از طریق آزمون و خطای بی‌پایان به شیوه‌ای درست دسترسی پیدا کرده و کلی هزینه اضافی برای آن پرداخت کنید. بدون شک برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از یک راهنمای دقیق دارند. این راهنما باید به آنها برای تولید محتوا و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن کمک کند. مقاله کنونی تا حد ممکن این نیاز بازارآبادها در نیمه دوم سال جاری میلادی را رفع خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در زمینه تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

مطالعه دقیق بازار

مطالعه و تحقیق در هر کاری امر مهمی محسوب می‌شود. شما بدون مطالعه مناسب درباره ویژگی‌های بازار امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و کارتان به طور مداوم گره می‌خورد. برخی از برندها بدون اینکه اطلاع درستی از وضعیت بازاریابی و تولید محتوا داشته باشند، به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌روند. این امر می‌تواند به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کند، اما بی‌نهایت وضعیت شانسسی برای برندها ایجاد می‌کند. وقتی شما براساس تجربه و بدون مطالعه دقیق وارد بازار می‌شوید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی کاربران به طور چشمگیری کاهش خواهد یافت. این امر می‌تواند در بلندمدت شما را بدل به برندی بی‌کیفیت در زمینه تولید محتوای بازاریابی کرده و تمام کاربران را نیز از اطراف برندتان دور کند.

یادتان باشد شما پیش از تولید محتوا باید نسبت به سلیقه مخاطب هدف‌تان آگاهی به دست بیاورید. این امر به شما فرصت تاثیرگذاری بهتر بسر روی مخاطب هدف و کاهش هزینه‌های مربوط به باآفرینی محتوا یا جایگزینی دوباره آن با یک ایده دیگر را می‌دهد. نکته جالب اینکه وقتی شما سلیقه مخاطب هدف را به دست آوردید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر به دنبال تولید محتوای حرفه‌ای باشید. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را نیز توسعه دهد.

بی‌شک کمتر برندی مایل به استفاده از تمام ترندهای تازه بدون مطالعه قبلی است. این امر می‌تواند ریسک زیادی به همراه داشته و برای شما خطرناک محسوب شود. درست به همین دلیل برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از شرایط متفاوتی دارید. نظرخواهی‌های خودمانی از کاربران می‌تواند در این رابطه وضعیت شما را به خوبی تغییر دهد. این امر نه تنها نوعی نظرخواهی از کاربران است، بلکه مطالعه بازار نیز محسوب می‌شود. یادتان باشد اگر ترندی در یک کشور خارجی جذابیت زیادی داشته باشد، شما باید برای استفاده از آن وضعیت کشور خود و بازارهای محلی را نیز در یاد داشته باشید. در غیر این صورت شاید کمتر فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا کرده یا حتی

کاربری به برندتان توجه نشان دهد.

تعیین اهداف

اهداف در حوزه بازاریابی اهمیت زیادی دارد. این اهداف هستند که به وضعیت کاری شما جهت داده و تولید محتوا را نظام‌مند خواهد کرد. بدون اهداف دقیق شما هیچ توانایی مشخصی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نداشته و شانس‌تان نیز در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا می‌کند.

وقتی از انتخاب اهداف در حوزه بازاریابی حرف می‌زنیم، باید برخی از تکنیک‌های حرفه‌ای در این میان را نیز مد نظر قرار دهیم. این امر می‌تواند شامل واقع‌گرایی در زمینه‌انتخاب اهداف نیز شود. وقتی شما اهداف بسیار بلندپروازانه‌ای برای برندتان در نظر می‌گیرید، می‌توانید کارتان را به طور

ایده‌های بازاریابی سود می‌برید، نیمی از مسیر را با دور تند طی کرده‌اید. این امر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه به شما ایده‌های بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دهد.

یادتان باشد شما برای بهبود وضعیت بازاریابی‌تان نیاز به استفاده از شرایط متنوع و ایده‌های تازه دارید. در توفان ذهنی شما برای چند دقیقه هر ایده‌ای که به ذهن‌تان می‌رسد، روی کاغذ پیاده می‌کنید. شاید در نگاه نخست این روش بی‌نهایت کلیشه‌ای به نظر برسد، اما وقتی به درستی از سوسی شما دنبال شود، می‌تواند تاثیرگذاری لازم را به همراه داشته و کارتان را نیز بهبود بخشد.

نکته مهم در راستای توفان ذهنی مرحله پس از آن است. این مرحله به سبک و سنگین کردن ایده‌های مختلف اختصاص داشته و می‌تواند



قابل ملاحظه‌ای توسعه دهید. این امر شما را در کانون توجه کاربران قرار داده و از شکست‌های پی در پی در راستای تعیین اهداف خیالی جلوگیری می‌کند.

شما همیشه باید با خودتان درباره توانایی‌های برند برای اجرای مجموعه اهداف مورد نظر‌تان فکر کنید. در این میان همکاری یا همفکری با برخی از همکاران و کارمندان نیز می‌تواند ایده خوبی باشد. اینکه برند شما اصلا توانایی تحقق برخی از اهداف را دارد یا خیر نکته بی‌نهایت مهمی محسوب می‌شود. در این میان شما باید به خوبی این نکته را در خاطر داشته و برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کارتان را توسعه دهید. چنین شیوه‌ای در دنیای کسب و کار به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی کاربران کمک ویژه‌ای خواهد کرد. یادتان باشد در دنیای امروز این برندها هستند که باید اهداف بازاریابی‌شان را مشخص کرده و سپس براساس سلیقه کاربران دست به تولید محتوا بزنند، در غیر این صورت شاید شما خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی کاربران را از دست بدهید. وقتی کاربران به یک برند بی‌اعتماد شوند، دیگر حرف آن برای‌شان اهمیتی نخواهد داشت. در این صورت شما دیگر نمی‌توانید نظر کاربران را به سوی برندتان برگردانده و وضعیت بازاریابی‌تان را متحول سازید. درست به همین دلیل شما باید همیشه برای تولید محتوا به فکر شیوه‌های دقیق و حرفه‌ای باشید. یکی از نشانه‌های ناامید ساختن کاربران از سوی برندها تمایل برای استفاده از اهداف بی‌نهایت بلندپروازانه است. این نکته می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف یک مشکل جدی محسوب شده و توانایی شما در بازار را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. درست به همین دلیل بسیاری از برندها برای تولید محتوا ابتدا به تعیین اهداف دقیق فکر می‌کنند.

اهدافی نظیر افزایش ترافیک سایت رسمی برند یا حتی آشناسازی کاربران با محصولات برند به تولید محتوای متفاوتی در مقایسه با زمانی که شما یک برند معتبر در بازار بود و در کانون توجه هستید، نیاز دارد. همین تفاوت‌ها می‌تواند تمایز میان برندهای موفق و شکست‌خورده را شکل دهد. در این صورت شما باید به خوبی خودتان را برای تولید محتوا براساس نکات فوق آماده کنید.

استفاده از توفان ذهنی

توفانی ذهنی یکی از شیوه‌های حرفه‌ای و تازه برای پیدا کردن ایده‌های مناسب در راستای تولید محتوا محسوب می‌شود. در شبکه‌های اجتماعی به دلیل حضور برندهای متعدد اغلب اوقات ایده‌های بی‌نهایت تکراری از سوسی کسب و کارها برای تولید محتوا استفاده می‌شود. این امر می‌تواند توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش داده و حتی ناراضی‌تی مشتریان فعلی‌تان را نیز به همراه داشته باشد.

بسیاری از برندها برای بهبود وضعیت کاری‌شان نیاز به استفاده از روش‌های متنوعی دارند. این امر می‌تواند برای خودشان زحمت زیادی داشته باشد. در عین حال وقتی که شما از توفان ذهنی برای پیدا کردن

است. گاهی اوقات بعضی از اعضای تیم بازاریابی برند به دلیل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مورد سرزنش قرار می‌گیرند. دلیل این امر در اغلب موارد استفاده از نیروی بازاریابی در جایگاه نامناسب است. پس قبل از اینکه نقش‌ها را میان اعضای شرکت تقسیم کنید، به خوبی از مهارت‌ها و حوزه‌های مورد علاقه‌شان مطلع شوید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و وضعیت کاری‌تان را نیز توسعه می‌دهد.

تقسیم وظایف زمانی تاثیرگذار خواهد بود که پس از یک مشورت عمومی با همه اعضای تیم بازاریابی صورت گیرد، در غیر این صورت چه بسا روش کار شما را نیز به هم ریخته و نتیجه دلخواه را نیز به همراه نداشته باشد. این روزها بسیاری از برندها در دنیای کسب و کار با مشکل رو به رو هستند. اگر شما نیز در تقسیم وظایف میان اعضای شرکت عملکرد خوبی نداشته باشید، خیلی زود در میان چنین برندهایی قرار خواهید گرفت.

طراحی تقویم محتوا

طراحی تقویم محتوا به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و صرفه‌جویی زیادی در زمان‌تان خواهد کرد. یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه درست و دقیق عمل کنید. این نکته اهمیت بسیار زیادی داشته و شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در کانون توجه برندها قرار می‌دهد. این امر برای شما به مثابه فرصتی برای ایجاد تمایز میان برندتان با رقبا خواهد بود. مسئله محوری برنامه‌ریزی برای تولید محتوا پیش از زمام مقرر بازرگاری‌اش است. این امر گاهی اوقات از سوی برندها به خوبی مورد توجه قرار نمی‌گیرد. درست به همین دلیل همیشه مشکلات‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ادامه‌دار بوده و فرصت کمتری پیش روی‌شان قرار می‌گیرد. در این صورت شما باید به خوبی برای خودتان شرایط تولید محتوا را ترسیم کرده و زمان مقرر برای بازرگاری را نیز در تقویم قرار دهید.

اهمیت اساسی تقویم محتوا در ایجاد فرصتی برای تیم‌های بازاریابی به منظور هدف‌گذاری بهینه بر روی مخاطب هدف است. به عنوان مثال، اگر شما بدانید که آخر ماه قرار است محتوایی با محوریت سرگرمی و حوزه پوشاک برای کاربران تولید کنید، می‌توانید از ابتدای ماه ایده‌های مختلف در این رابطه را پیش خودتان مرور کرده و تا زمان مقرر برای شروع به تولید محتوا کلی خودتان را جلو بیندازید. متأسفانه برخی از برندها به این نکته توجه لازم را نشان نداده و شانس‌شان در این راستا به شدت کاهش پیدا می‌کند.

بی‌شک برخی از برندها به عملکرد روزانه در حوزه بازاریابی عادت کرده‌اند. این امر می‌تواند در نگاه نخست برای بسیاری از برندها جذاب و تاثیرگذار باشد. با این حال برند شما نباید چنین عملکردی را دنبال کند. دلیل آن نیز وقوع بحران و بی‌نظمی در روند تولید محتواست. بنابراین دیر یا زود بدون یک تقویم محتوا شما دچار مشکل می‌شوید. پس به راحتی هرچه تمام‌تر اکنون کارتان را ساده کرده و مقابل این جریان ایستادگی کنید.

ایجاد آرشو محتوا

آرشو محتوا به مثابه بانکی برای محتوای سابق شما در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را نیز به خوبی ارتقا دهد. یادتان باشد شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه نیم‌نگاهی به محتوای قدیمی و موفق‌تان داشته باشد. ساده‌ترین روش در این میان بازآفرینی محتوای قدیمی با اندکی داده تازه است. اینطوری شما امکان تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب‌تان را پیدا کرده و مشکلی نیز در این میان پیش روی شما قرار نمی‌گیرد.

یادتان باشد شما برای استفاده از آرشو محتوای‌تان باید همیشه تحلیل مناسبی از عملکردهای قبلی‌تان داشته باشید. این امر شما را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف توانا ساخته و شرایط‌تان را نیز بهبود می‌بخشد. درست به همین دلیل باید به طور مداوم کارتان در این راستا را توسعه دهید، در غیر این صورت توانایی پیدا کردن بهترین محتوای قدیمی‌تان را از دست خواهید داد.

منبع: blog.hootsuite.com

تجدیدمناقصه

یک مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی

(نوبت دوم) ۱۴۰۱/۶۱

شناسه آگهی: ۱۳۴۵۹۶۹



۱- دستگاه مناقصه گذار: شهرداری آبادان

۲- موضوع مناقصه: بازسازی معابر ۶۰ متری ذوالفقاری تا بلوار سرداران ۲۰۰ متری کوی بهار و ۲۰ متری سده و طیب آبادان

۳- برآورد اولیه:مبلغ یکصد و پانزده میلیارد ریال (۱۱۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال) بر اساس نرخهای مندرج در فهرست بهای سال ۱۴۰۱ با ضرایب متعلقه از محل اعتبارات طرحهای عمرانی (ذیحسابی)- جاری این شهرداری ، (طرح شماره ۱۳۲ ض ۱۵۰۲۰۰۲) و تا ۲۵٪ قابل کاهش و یا افزایش میباشد.

۴- مدت اجرا: چهار ماه /۴ ماه

۵- دستگاه نظارت: حوزه معاونت امور زیر بنایی و حمل و نقل شهری شهرداری آبادان

۶- میزان و نوع تضمین نامه شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۵/۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ریال(پنج میلیارد و هفتصد و پنجاه میلیون ریال) به یکی از دو طریق ذیل

الف- بصورت ضمانت نامه معتبر بانکی از یکی از بانکهای مجاز کشور برای مدت حداقل نود روز

ب- بصورت واریز وجه بحساب جاری سیبا این شهرداری به شماره ۰۳۰۳۳۵۶۰۰۳۰۹۰۱ نزد بانک ملی.

۷- شرکتهای توانمند و دارای گواهینامه تایید صلاحیت از سازمان مدیریت و برنامه ریزی در رشته ابنیه و راه و باند پایه حداقل پنج و گواهی صلاحیت ایمنی از وزارت تعاون ،کار و رفاه اجتماعی بمنظور کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد و مناقصه می توانند همه روزه بمدت حداکثر ده روز از انتشار آگهی نوبت دوم به سایت سامانه ستاد به آدرس (www.setadiran.ir) مراجعه نمایند.

۸- شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار می باشد.

۹- سایر شرایط مناقصه در اسناد مناقصه درج گردیده است.

www.abadan.ir

م الف ۱۵۵

روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری آبادان

۳۷۶



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

آیین‌نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR