روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

چهارشنبه
۱۳ دی ۱۴۰۲

Wed.3 Jan 2024

۲۰ جمادی‌الثانی ۱۴۴۵ - سـال نهم

شماره ۲۳۹۱

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

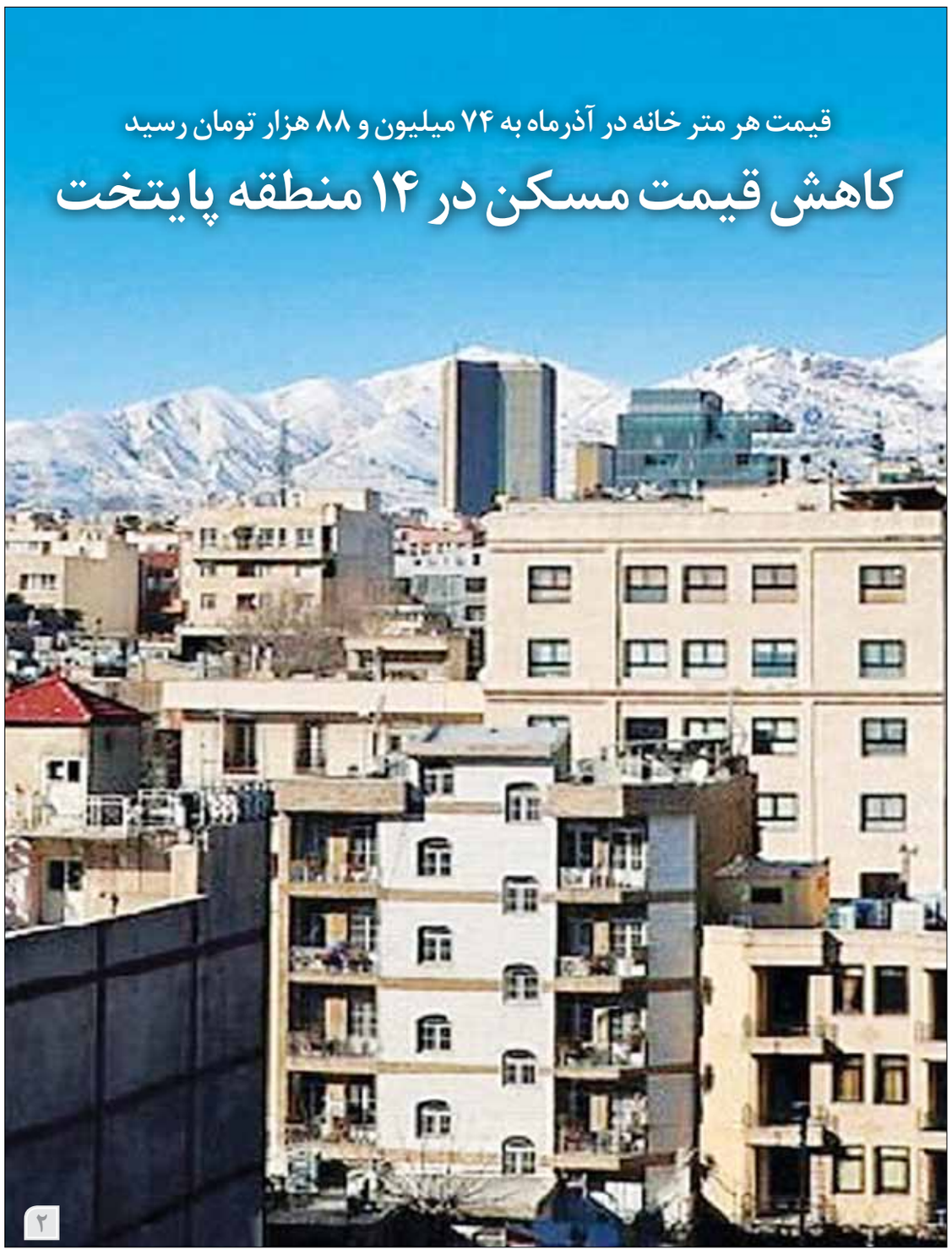
www.forsatnet.ir

صنعت نساجی چگونه رو به افول گذاشت؟

خزان تولید پوشاک در ایران

اقتصـاد پوشـاک در ایران معیوب اسـت و بخش قابل توجهی از پوشـاک به صورت قاچـاق وارد بازار می‌شـود؛ تا جایی که به گفته نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرات نسـاجی و پوشاک ایران، «۴۰ تا ۵۰ درصد پوشـاک موجود در بازار قاچاق اسـت که به‌صورت استوک یا مسافرتی وارد می‌شود.» این آمار را «مجید نامی» در اردیبهشت‌ماه امسال اعلام کرد؛ یکی از آخرین آمارهای...

۴



قیمت هر متر خانه در آذرماه به ۷۴ میلیون و ۸۸ هزار تومان رسید

کاهش قیمت مسکن در ۱۴ منطقه پایتخت

۲

احکام بودجه با برنامه هفتم توسعه هماهنگ نیست

تنگنای آب و برق در بودجه ۱۴۰۳

فرصت امروز: ناترازی مالی صنعت برق و عدم تنوع سـبد تولید برق، از مهمترین چالش‌های صنعت برق ایران هستند که بایستی در سیاستگذاری مورد توجه قرار گیرند. بررسی بخش برق و انرژی هسته‌ای در لایحه بودجه سـال ۱۴۰۳، نشـان‌دهنده تکرار بخشی از احکام قوانین بودجه سـال‌های گذشته در این بخش است. با تصویب قانون مانع‌زدایی از توسـعه صنعت برق و تقدیم لایحه الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشـی از مقررات مالی دولت، بخشـی از احکام این بخش در قالب قوانین دائمی ارائه شده‌اند. دو قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق و برنامه پنج سـاله هفتم توسـعه از جمله مهمترین قوانینی هسـتند که احکام بخش برق لایحه بودجه بایستی ناظر به اجرای آنها تدوین شـود، اما بررسـی لایحه بودجه سـال ۱۴۰۳ حاکی از عدم توجه کافی به این مهم در تدوین لایحه بودجه است.

در مورد احکام مربوط به بخش آب در لایحه بودجه سـال آینده نیز باید گفت این احکام در مقایسـه با قانون بودجه امسـال و سـال‌های پیشین بسیار محدود شده اسـت. به غیر از برخی از احکام مندرج در قوانین بودجه سـنوات گذشـته که ماهیت غیربودجه‌ای داشته و از لایحه پیشنهادی حذف شـده‌اند، موارد متعددی از احکام بودجه‌ای نیز در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ حذف شده و مغفول مانده است. همچنین موارد متعددی از احکام...

۳

در بودجه سال آینده صرفا به توسعه مشاغل خرد و خانگی توجه شده و از اشتغال پایدار غفلت شده است

حفره‌های سیاستگذاری اشتغال

۲

مدیریت و کسب‌وکار

مهارت‌های مارکتینگ برای بازاریاب‌های نسل جدید

دنیا به سـرعت در حال تغییر است و کسانی که خودشـان را با این تغییرات سریع هماهنگ نکنند، دیر یا زود از عرصه رقابت جا خواهند ماند. اگر تا حالا مسـابقات دوی سـرعت را تماشـا کرده باشید، احتمالا خیلی خوب متوجه افت ورزشکاران پا به سن گذاشته یا آنهایی که سال‌های سال با یک متد قدیمی تمرین می‌کنند، شـده‌اید. در عرصه بازاریابی هم اگر آدم دیر بجنبد، کلی رقیب تشـنه موفقیت هستند که آدم را طوری پشت سر بگذارند که آب از آب تکان نخورد. به همین خاطر این روزها همه جا صحبت از مهارت‌های مورد نیاز برای بقا در صنعت بازاریابی است. مهارت‌هایی که اتفاقا بعضی از بازاریاب‌ها حتی روحشان از آنها هم خبر ندارد.

معمولا وقتی صحبت از مهارت‌های بازاریابی می‌شود، خیلی‌ها سراغ موارد عمومی نظیر روابط عمومی بالا، توانایی سخنرانی، مدیریت زمان یا در بهترین حالت کار تیمی می‌روند. اگرچه موارد بالا اهمیت زیادی دارد...

۸

یادداشت

گره مسکن گشوده می‌شود؟

ناصر ذاکری
کارشناس اقتصادی

برای ارزیابی نگاه برنامه هفتم به مبحث مسـکن، باید به سه سـوال پاسـخ بدهیم: مسکن و مسـائل مرتبـط بـا آن چه جایگاهـی در برنامه دارند و در بین دغدغه‌ها و دلمشغولی‌های تدوین‌کنندگان برنامه، مشکل مسـکن در رتبـه چنـدم قرار می‌گیـرد؟ برنامه چـه اهدافی برای بخش مسکن در نظر گرفته و در صورت تحقق صددرصدی این اهداف و اجرای موفق برنامه تا چه میزان مشـکلات موجود در بخش مسکن از بین خواهند رفـت؟ تدابیر و سیاسـت‌های پیشـنهادی برنامه برای بخش مسـکن تا چه میزان مبتنی بر درک درسـت از صورت مسئله است و می‌تواند به محقق شدن اهـداف برنامه کمـک کند؟ در یادداشـت زیر سعی می‌کنم به هر سه سوال فوق پاسخ بدهم.

الف–جایگاه مسکن در سند برنامه

سند برنامه توسعه را می‌توان متنی تعریف کرد که اصلی‌ترین دغدغه‌هـای دولتمـردان و برنامه‌ریـزان را در حوزه زندگی اقتصـادی و اجتماعی کشـور معلوم می‌سازد. تدوین‌کنندگان برنامه با توجه به شناختی که از مشکلات و امکانات در دسترس کشـور دارند، سیاسـت‌هایی را برای حل مشـکلات و استفاده بهینـه از امکانـات به‌منظـور رسـیدن بـه اهـداف توسـعه کشور و تأمین رفاه بیشتر برای شهروندان پیشنهاد می‌کنند.

ادامه در همین صفحه

گره مسکن گشوده می‌شود؟

ازایـن‌رو بـا مطالعه سـند برنامـه و تأمـل در مباحث مختلـف آن، می‌توان به این نکته پی بـرد که مثلا فلان معضل اجتماعی در نظام رتبه‌بندی مشـکلات پیش روی جامعه از دید متولیان امر در رتبه چندم اهمیت قرار دارد. دشـواری‌هایی کـه در طول چند دهه گذشـته در حوزه مسکن شـکل گرفته، همواره مورد توجه سیاستمداران و دولتمردان بوده و با توجه به نگرانی‌های شهروندان در این میدان، همواره یکی از شعارهای مهم انتخاباتی نامزدها چه در انتخابات ریاسـت جمهوری و چه در انتخابات مجلس، تلاش برای رفع این مشـکل و تسـهیل مسیر دسترسی شهروندان به مسکن موردنیازشان است.

در سـال‌های اخیر، شـرایط در بازار مسکن با سرعتی سرسـام‌آور به ضـرر متقاضیان مسـکن تغییـر کرده و دسترسی به مسکن را برای خانوارهای فاقد مسکن، دشوار و دشوارتر کرده اسـت. زمان انتظار برای خرید مسکن از دامنه ۲۰ تا ۳۰ سال در دهه ۱۳۶۰، به بیش از ۱۰۰ سال رسیده و سهم مسکن در سبد هزینه خانوار شهری اینک سه برابر متوسط جهانی است. مشکلات مربوط به سکونت، گروه بزرگی از شهروندان کشور را درگیر کرده و این فقط جمعیت مستأجر کشـور (که بیش از ۴۰ درصد جمعیت شهری را شامل می‌شوند) نیستند که بار این گرفتاری را به دوش می‌کشند. به بیان دقیق‌تر، گروهی از شهروندان فاقد مسکن مناسب هستند. گروه دوم هرچند مسکن مناسبی در اختیار دارند، اما نگران نحوه تأمین هزینه‌های تعمیرات اساسـی هستند که دیر یا زود به آنها تحمیل خواهد شد. حتی گروه سوم که چنین نگرانی‌ای ندارند، نگران وضعیت فرزندان‌شان هستند که آیا با سخت‌تر شدن شرایط تأمین مسکن، توفیقی در کارشان خواهد بود یا نه؟

براسـاس برآوردهـا، اینک بیـش از دوسـوم جمعیت کشـور هر کدام به‌گونه‌ای از آثار منفی مشـکلات مرتبط با حوزه سـکونت رنج می‌برند. با عنایت به کثرت جمعیت درگیر، دیگر سـخن گفتن از مشکل مسکن به‌عنوان یکی از مشـکلات جامعه امـروز ایران چندان مناسـب به نظر نمی‌رسـد و باید با صراحت از شـکل‌گیری بحران مسکن سـخن گفت. از سوی دیگر، شـرایط خاص بازار مسکن، افزایش بی‌رویه قیمت که بازار مسـکن اسـتیجاری را هم تحت تأثیر قرار داده است، امروزه یکی از موثرترین عوامل در گسـترش ابعاد فقر اسـت و به‌اصطـلاح، توفان فقر از پنجره شکسته مسـکن به جامعه امروز ایران وزیده است. از جنبه نظری، اولین اثر گسـترش فقر در جامعه، افزایش مقاومت جامعه در مقابل جریان توسعه و ناهموارتر شدن مسیر توسعه همه‌جانبه است؛ زیرا با گسترش فقر، قدرت سـرمایه‌گذاری خانواده‌ها در امر آموزش فرزندان به‌شدت کاهش می‌یابد و حتی برخی از کودکان از امکان تحصیل محروم می‌شوند. ازاین‌رو طبعا باید بحران مسکن به‌عنوان یکی از مهمترین دشواری‌ها و یک دغدغه بسیار جدی در سند برنامه توسعه کشور مورد توجه قرار گیرد. حال سوالی که پیش می‌آید، این اسـت: آیا برنامه‌ریزان شـکل‌گیری بحران در حوزه مسـکن را باور دارنـد؟ آیا گرفتاری مردم در حوزه مسـکن و ضرورت رفع آن، جزو اولین دغدغه‌ها و دلمشغولی‌های دولتمردان و مدیران ارشد اقتصاد کشور قرار دارد و یا در سـطح یک مشکل درجه سوم و چهارم و همتراز با برخی مشکلات جاری دیگر مطرح است؟

با بررسـی فصل مسکن در سند برنامه مشاهده می‌شود که برنامه برجسـتگی خاصی به مباحث مسـکن نداده و این سند صرفا تدابیری را برای اجرای قانون جهش تولید مسـکن مطرح می‌کنـد. بدین‌ترتیـب، از محتوای فصل مسـکن نمی‌توان به طور مسـتقیم نتیجـه گرفت که آیا دولتمردان مشـکل مسکن را مشکل و گرفتاری فقط ۲۰ درصد از شـهروندان می‌دانند و یا به رنجور شـدن بیش از دوسـوم جمعیت کشـور از تبعات مشـکل مسکن باور دارند؟! و همین بدان معناسـت که اهمیت مسئله مسکن از دید آنان، همتراز با بسیار مشکلات و مسائل دیگر است و اساسا آنان ادعای بروز بحران مسکن و عظمت ابعاد آن را به‌رسمیت نمی‌شناسند.

ب–هدف‌گذاری برنامه برای مسکن

براسـاس ماده یک قانون جهش تولید مسـکن، دولت ملزم شـده به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی و اقدام کند که در طول چهار سـال اول اجرای قانون، به‌طور متوسـط سالانه یک میلیون واحد مسکن تولید شـود. همین دو عدد کلیدی قانون مزبور (چهار سال و یک میلیون واحد)، بهترین شاهد این مدعا است که مبنای تعیین میزان تولید صرفا برنامه اعلامی رئیس‌جمهوری در ابتدای فعالیت دولت سیزدهم اسـت و نه مطالعه‌ای کارشناسـانه با هدف شناخت ابعاد مشکل و شـناخت و ارزیابی ظرفیت‌های تولیدی جامعه. سند برنامه نیز دقیقا اشـاره به اجرای قانون مزبور داشته و هـدف کمّی یک میلیون واحـد را به‌عنوان هدف کمّی برنامه که در سـال پنجم باید محقق شـده باشد، معرفی می‌کند. نکته قابل‌تأمل، هدف‌گذاری برای دسترسـی به مسـکن است که باید در سـال پایانی برنامه به ۷٫۵ سال برسـد. این رقم در بازنگری کمیسیون تلفیق مجلس، ۱۲ سـال در نظر گرفته شده است. از آنجا که وضعیت موجود این شاخص در جدول اعلام نشده، نمی‌توان در مورد نحوه محاسبه آن قضاوتی داشت. طول دوره انتظار برای خانه‌دار شـدن (دسترسی به مسکن) در شـهر تهران با عنایت به متوسـط قیمت مسکن و سـطح حداقل دستمزد، اینک عددی سه‌رقمی است.

از یک برنامه توسعه انتظار می‌رود در هر حوزه از اقتصاد کشور که وارد شده و هدف‌گذاری کمّی می‌کند، مهمترین شـاخص‌های آن حوزه را شناسایی کرده و سطح مطلوب آنها را در سال پایانی برنامه مشخص کند. سند برنامه هفتم در حوزه مسـکن، توجه درخور به شاخص‌های مهم حوزه مسکن، شناسایی و اندازه‌گیری آنها و شیوه دستکاری در آنها و رساندن‌شان به سطح مطلوب ندارد. به‌عنوان نمونه، درصد جمعیت مسـتأجر، سهم مسکن از مانده تسهیلات اعطایی شـبکه بانکی، سهم مسکن در سبد هزینه خانوار شهری، سـهم نیازمندان واقعی از بازار مسکن، عمر مفید ساختمان، ایمنی، مقاوم‌سازی، دسترسی به خدمات رفاهی شهری، متوسط مساحت واحدهای مسکونی و... در برنامه به حد کافی مورد توجه قرار نگرفته‌اند. سـوالی که برنامه پاسخ نمی‌دهد، این است که آیا به‌راستی، مشکل مسکن در ایران امروز فقط به این دلیل شـکل گرفته که سـالانه یک میلیون مسـکن ساخته نمی‌شـود و اگر دولت بتواند چنین برنامه‌ای را پیش ببرد، شاخ غول بحران مسکن ترک برخواهد داشت؟

پ–تدابیر برنامه برای مهار بحران مسکن

بـا مـرور آنچه که برنامـه به‌عنوان تدابیـر عملی برای تحقق هـدف کمّی خود اعلام می‌کنـد، می‌توان دریافت که دسـت‌اندرکاران تدوین برنامه، ریشـه بـروز بحران را در محدودیـت عرضه خلاصه می‌کنند. تدابیر اعلام‌شـده به‌گونه‌ای تلاش دارند مسـیر واگذاری زمین به متقاضیان مسکن را تسهیل کرده و با ایجاد و معرفی برخی معافیت‌ها از پرداخت عوارض و جریمه‌های قانونی، قیمت تمام‌شـده مسکن برای واحدهای ساخته‌شده را کاهش بدهند. البته برنامه به مواردی دیگر از جمله کاهش تراکم جمعیت در برخی محلات کلانشـهر تهـران، جلوگیری از موج جدید مهاجـرت به تهران، تکمیل اطلاعات در مورد شناسـنامه فنی و ایمنی ساختمان‌ها و... نیز اشاراتی بسیار کوتاه دارد که به نظر نمی‌رسـد تأثیر محسوسـی بر شرایط سکونت و وضعیت موجود بخش مسـکن داشـته باشـند. یکی از جدّی‌ترین کاسـتی‌های برنامه مسـکن مهر، این بود که مسـئولان دولت وقت می‌پنداشـتند با واگـذاری زمین ارزان‌قیمت و سـاخت انبوه سـاختمان‌های فاقد کیفیت می‌توان بر گسترش بحران مسکن غلبه کرد. گذشت زمان نشان داد که این ایده چندان با واقعیت‌های جهان بیرون از ذهن دولتمردان سازگاری نداشت. تدوین‌کنندگان برنامه هفتم نیز تا حد زیادی دچار همین اشتباه نگرشی هستند. گویی آنان می‌پندارند همین که در اراضی جدید مسکنی ساخته‌شـده و سـند آن به نام یکی از متقاضیان مسکن صادر شـود، دیگر بحران مسکن به پایان عمر خود خواهد رسید و دیگر هیچ شهروندی از بابت شرایط سکونت خود دچار سختی و گرفتاری نخواهد شد.

واقعیت تلخی که تدوین‌کنندگان برنامه هفتم، توجهی به آن نداشـته‌اند، این اسـت که ریشه اصلی شکل‌گیری بحران مسـکن در کشـور و یکی از مهمترین عوامل آن، نه محدودیت عرضه مسکن و به‌عبارتی، ساخت واحدهای جدید بلکه وضعیت مالکیت واحدهای مسـکونی موجود اسـت. در حال حاضر فقط در سـطح شـهر تهران حدود ۱٫۶ میلیون واحد مسـکونی در اختیار جمعیت مستأجر قرار دارد. ارزش روز این املاک با قدری مسـامحه معادل ۵۰ درصد ارزش دارایی‌های بورسـی کشور است. به بیان دقیق‌تـر، گروه مالکان واحدهای مسـکونی اسـتیجاری، نقدینگـی عظیمی را وارد بازار مسـکن کرده و این تعداد واحد مسـکونی را کـه باید به قیمت مناسـب در اختیار نیازمندان واقعی مسکن قرار می‌گرفت، با پرداخت قیمت بالاتر از دسـترس آنـان خارج کرده‌انـد. تدوین‌کنندگان برنامه هیچ تلاشـی را برای برهم زدن این نظم مخرب در بازار مسکن به رسمیت نمی‌شناسـند و از دید آنان، تنها کاری که برای مهار بحران مسـکن قابل‌انجام است، همانا ساخت واحدهای جدید و کاهش فشار تقاضا برای املاک استیجاری موجود است.

یکی دیگر از مشـکلات موجود در حوزه مسـکن، این اسـت که بانک‌ها برای سـالیان طولانی، نقشی جدّی در برنامه تأمین مالی متقاضیان مسکن نداشته‌اند. در نتیجه این کم‌کاری اینک مانده تسـهیلات مسکن نسبت به کل تسـهیلات اعطایی بانک‌ها در دامنه ۶ تا ۷ درصد اسـت؛ درحالی‌کـه در آمریکا و کانادا این رقم در دامنه ۲۰ تا ۲۵ درصد اسـت. برنامه تصریحی در مورد ضـرورت افزایش نقش بانک‌ها ندارد، اما با عنایت به مفاد قانون جهش تولید مسـکن که تدوین‌کنندگان برنامـه، عنایت خاصی به آن دارند، شبکه بانکی ملزم به افزایش سهم تسهیلات مسکن شده است. البته تمهیدات اندیشیده‌شده برای این امر نیز ایـرادات خاص خود را دارند که بیـان آنها از حوصله این مقال خارج است.

جمع‌بندی

سند برنامه هفتم، نگاه کارشناسانه قابل‌قبولی به مسائل حوزه مسکن ندارد و نقشه‌راه سنجیده‌ای برای مهار بحران موجـود در این حـوزه، طراحی و ارائـه نمی‌کند. تدوین نقشه‌راه سنجیده برای حوزه مسکن، به‌گونه‌ای که با کمک آن بتوان از گرداب بحران فعلی خارج شد، در قدم اول در گرو اصلاح نگرش به این حوزه و شـناخت درست مسائل آن است. در این نقشه‌راه بایستی به سرفصل‌های زیر توجه کافی بشود:

۱–درمـان بیماری بازار سـرمایه و ایجـاد فرصت‌های ارزشمند ثروت‌اندوزی سالم در اقتصاد کشور، به‌گونه‌ای که صاحبان نقدینگی تمایل کمتری به خرید و احتکار مسکن از خود نشان بدهند.

۲–ایجـاد محدودیت برای تقاضای سـفته‌بازانه در بازار املاک و مسـتغلات و ارسـال این پیام به سـفته‌بازان و بزرگ‌مالکان که دوران کسب سود بی‌دردسر در این حوزه به‌زودی به‌سر خواهد رسید.

۳–اولویـت دادن به اجرای طرح‌هـای مرتبط با اصلاح شـبکه معابر، تکمیل مطالعات طرح جامـع با باورمندی به ضرورت اعمال تغییرات عمیق و جسـورانه در طراحی شهری.

۴–بازنگـری در الگـوی اسـکان و تلاش بـرای توزیع متعادل‌تر جمعیـت در مناطق مختلف کشـور و به‌ویژه، اسـتفاده از ظرفیـت جمعیت‌پذیـری سـواحل جنوب. پیشـنهادهای مطالعـات آمایش سـرزمین در اوایل دهه ۱۳۵۰ در این مورد که با عنایت به محدودیت‌های ذخایر آبی کشور، برنامه اسکان جمعیت در سواحل جنوبی را یک ضرورت می‌دانسـت، بیش از ۵۰ سال مورد بی‌مهری قرار گرفته است.

۵–اصلاح و بازآرایی نظام تولید و عرضه مسکن با استفاده از ظرفیت بخش خصوصی واقعی و تلاش برای جایگزینی انبوه‌سـازان حرفـه‌ای و دارای صلاحیت فنی و بنیه مالی مناسب به‌جای انبوه سازندگان فاقد تخصص و حتی تجربه.

۶–اصلاح نظام نظارت و مقابله جدی با فساد ساختمانی که نمونه دستاورد آن در پرونده فاجعه دردناک ساختمان متروپل آبادان مشاهده شد.

۷–اصلاح مقـررات و دسـتورالعمل‌های بانکی و فراهم آوردن زمینه حضـور جدّی و همراهـی بانک‌ها با برنامه تأمین مالی متقاضیان واقعی مسکن. در حال حاضر، بخش قابل‌اعتنایی از اندک تسـهیلات اعطایی شـبکه بانکی به حوزه مسکن، به جای متقاضیان مسکن نصیب سفته‌بازانی می‌شود که قصدشان خرید مسکن با هدف عرضه در بازار مسـکن استیجاری اسـت. به بیان دقیق‌تر، بانک‌ها با این بی‌توجهی خود عملا به جای تسـهیل جریان دسترسـی متقاضیان واقعی به مسـکن، مبدّل به مانعی بر سـر این راه شده‌اند.

شرط لازم برای توسعه صنعتی

محمود اولاد، استاد اقتصاد دانشگاه تهران

بیش از چندین سـال از نگارش سـند توسـعه صنعتی می‌گـذرد و اخیرا مرکـز مطالعات، پژوهـش و برنامه‌ریزی نیز طرحی تحت عنوان آمایش سـرزمین تهیه کرده است، اما مسـئله این است که نگاه مسـئولان، نگاه بخشی بوده و سند توسعه صنعتی نیز بر همین اساس، بخشی نوشته شده اما موانع آنها فرابخشـی اسـت، در نتیجه تدوین‌کنندگان نیـز برنامه خود را با فرض ثابت بـودن آنها تهیه می‌کنند؛ درحالی‌که فرض کردن آنها به معنای نفی همه‌چیز اسـت. توسعه صنعتی تنها در صورت شرایط مناسب کسب‌وکار در کشور و برقراری روابط بین‌المللی مناسب محقق خواهد شد؛ زیرا برای استفاده و تحقق این سند به ارتباط‌های بین‌المللی و انتقال فناوری، مواد اولیه و ماشـین‌آلات نیاز است. وقتی این تعامل وجود ندارد و ریسک فعالیت‌ها در مقایسه با دنیا چندین برابر باشـد و متغیرهای نااطمینانی ما بسـیار زیاد باشد، تولیدکننده ایرانی در مقایسه با تولیدکننده خارجی، ریسـک فعالیت متفاوتی را تجربه خواهد کرد که در چنین شرایطی که فضای کسب‌وکار نامناسب است، توقع پیش‌برد سند توسعه صنعتی امکان‌پذیر نخواهد بود.

بـدون شـک در تهیه و اجرای این سـند، پیشـران‌های اقتصـادی، مهمتریـن نقـش را برعهـده دارند؛ زیـرا این شرکت‌های بزرگ دارای منابع مالی لازم برای انتقال فناوری و تجهیزات هسـتند، اما تمامی این عوامل به فضا و شرایط لازم برای ورود فناوری و دانش بسـتگی دارد. یکی دیگر از شروط توسعه، رفع موانع و مشکلات زیرساختی است. به‌طور مثال، نیاز به ورود یک زیرساخت صنعتی به کشور است اما با مشکلات و موانع بندرها، تخلیه و بارگیری و انتقال مواجه هستیم. از سوی دیگر، عمر ناوگان حمل‌ونقل زمینی، هوایی و دریایی کشور بسـیار بالاست و در چنین شرایطی، وجود این مشـکلات که از ابتدایی‌ترین‌ها هستند، تهیه و اجرای توسعه صنعتی را در کشور با تاخیر و مشکل مواجه می‌کنند.

یکـی دیگر از موانع قابل‌توجه، زیرسـاخت‌های نرم نیز از جمله قوانین و مقررات است. قوانین مختلف و تغییر مداوم آنها مانع از پیشـبرد اهداف توسـعه هستند. این مشکلات و موانـع را می‌تـوان در مباحث ارزی، صادراتـی، بانکی و... مشاهده کرد که بی‌شک در چنین شرایطی امکان پیش‌بینی اقتصـادی که یکی از مهمترین موارد زیرسـاختی توسـعه صنعتی اسـت، امکان‌پذیر نخواهد بود. از دیگر مشـکلات و چالش‌ها در کشـور، اتخاذ سیاسـت‌هایی است که منجر به دستاورد خوبی نمی‌شـود؛ به‌عنوان مثال، برخی سیاست‌ها در راستای خودکفایی در کشور است؛ درحالی‌که خودکفایی در عمل باعث وابسـتگی کشور خواهد شـد. همواره شعار خودکفایی سـر داده شـده، اما خودکفایـی را در گرو این می‌دانیم که باید اسـتقلال داشـته باشـیم؛ در صورتی که استقلالی در آن دیده نمی‌شود، بلکه وابستگی متقابل ایجاد می‌شود؛ به‌طور مثال، در کالاهای استراتژیک خودکفایی در تولید مرغ اتفاق می‌افتد، ولی همچنان دانه برای تولید مرغ از طریق واردات تامین می‌شود. بزرگ‌ترین دلیل برای پایین بـودن رقابت‌پذیری صنعت ایران، عدم حضور در عرصه‌های بین‌المللی است. در داخل کشور تا زمانی که صادرات انجام نشـود، حتی اگر مجوز واردات هم صادر شود، رقابت‌پذیری اتفاق نخواهد افتـاد؛ چراکه رقابت‌کننده داخلی می‌داند که با لابی‌گری می‌توان یک مسـیر را طی کـرد، اما در نهایت ورود به عرصه جهانی مستلزم افزایش کیفیت و کاهش بهای تولیدشده است.

نگـــاه

دومین اقتصاد بزرگ جهان سرگردان شد

اعتراف چین به مشکلات اقتصادی

یافته‌های نظرسنجی رویترز نشان می‌دهد فعالیت تولیدی چین احتمالا برای ســومین ماه متوالی کاهش یافته است که با توجه به تقاضای ضعیف برای کالاهای تولیدی بوده است. براساس پیش‌بینی ۲۴ اقتصــاددان در نظرســنجی رویتــرز که در روزهــای ۲۲ تا ۲۸ دســامبر انجام شده است، شاخص رسمی مدیران خرید احتمالا در این ماه از ۴۹,۴ واحد گذشته است. دومین اقتصاد بزرگ جهان پس از بهبود ضعیف پس از بیماری همه‌گیری کرونا و اجرای سیاســت سختگیرانه «کووید صفر»، تحت تاثیر بحران املاک، خطرات بدهی دولت محلی و رشد آهسته جهانی دچار سرگردانی شده است. دولت این کشــور در ماه‌های اخیر مجموعه‌ای از اقدامات را برای حمایت از رشد اقتصادی در نظر گرفته است. نتایج نظرسنجی رویترز نشان می‌دهد که تنها ســه نفر از ۲۴ اقتصاددان انتظار گســترش فعالیت کارخانه‌ها در ماه دســامبر را داشتند که بالاترین پیش‌بینی، ۵۰,۵ واحد بوده اســت. آژانس رتبه‌بندی مودیز در ماه دســامبر به دلیل افزایش فشــارهای املاک، نســبت به کاهش رتبــه اعتباری چین هشدار داده است.

در همیــن حال، چین در اقدامی بی‌ســابقه به وجود مشــکلات اقتصادی اعتراف کرد. رئیس‌جمهور چین در ســخنرانی شــب سال نو میلادی، با اشــاره به مشکلات اقتصادی کشورش اذعان کرد که مشــاغل چین با مشکل مواجه هستند و جویندگان کار در دریافتن کار مشــکل دارند. «شــی جین پینــگ»، رئیس‌جمهــور چین در اقدامی بی‌ســابقه در ســخنرانی خود اعتراف کرد که اقتصاد چین درگیر مشــکلات متعددی است. از سال ۲۰۱۳ میلادی تاکنون که ســخنرانی‌های ســال نوی رئیس‌جمهور چین آغاز شده، این اولین باری اســت که «شــی جین پینگ» در پیام خــود، به چالش‌های اقتصادی اشــاره می‌کند. این ســخنرانی در مقطعی حســاس برای دومین اقتصاد بزرگ جهان انجام شده است؛ در شرایطی که اقتصاد چین با کندی ساختاری همراه با تقاضای ضعیف، افزایش بیکاری و کاهش اعتماد تجاری مواجه است.

رئیس جمهور چین در ســخنرانی تلویزیونی با اذعان به «بادهای مخالف» پیش روی اقتصاد کشــور، اذعان کرد: برخی از شــرکت‌ها دوران ســختی را ســپری کردند و برخی از افراد در یافتن شــغل و برآوردن نیازهای اولیه با مشــکل مواجه شــدند. او در اظهاراتی که به‌طور گســترده توسط رســانه‌های دولتی منتشر شــد، گفت: این وضعیــت ذهن او را درگیر کرده اســت و شــتاب بهبود اقتصادی را تحکیم و تقویت خواهد کرد. ساعاتی قبل از صحبت‌های «شی جین پینگ» نیز اداره ملی آمار چین نظرســنجی ماهانه شاخص مدیران خرید خود را منتشر کرد که نشان می‌داد فعالیت کارخانه‌ها در این کشــور در ماه دســامبر به پایین‌ترین ســطح طی شش ماه گذشته کاهش یافته است. براساس بیانیه این مرکز، شاخص مدیران خرید (PMI) از ۴۹,۴ واحــد در مــاه نوامبر به ۴۹ واحد در ماه دســامبر کاهش یافته اســت. شــاخص مدیران خرید در بالای مرز ۵۰ واحد نشــان‌دهنده انبساط اقتصادی اســت؛ درحالی‌که هر قرائت زیر این رقم نشــان‌دهنده انقباض است. ماه دســامبر همچنین سومین ماه متوالی است که شاخص مدیران خرید چین منقبض شده است.

بخش تولید عظیم چین در بیشتر سال ۲۰۲۳ ضعیف بوده است. پس از افزایش مختصر فعالیت اقتصادی در سه ماهه اول سال ۲۰۲۳ میلادی، شــاخص مدیــران خرید به مدت پنج ماه تا ماه ســپتامبر منقبض شد. ســپس دوباره به زیر ۵۰ واحد رسید. اقتصاد چین در سال ۲۰۲۳ با مجموعه‌ای از مشکلات دست‌وپنجه نرم کرد، از جمله رکــود طولانی‌مدت بخش املاک، بیکاری بالای جوانان، قیمت‌های ضعیف سرسختانه و افزایش فشار مالی در دولت‌های محلی.

پکن در تلاش برای احیای رشــد و تحریک اشــتغال اســت؛ زیرا ســال گذشــته مجموعه‌ای از اقدامات حمایتی را اجرا کرد و متعهد شــد که سیاســت‌های مالی و پولی را در سال ۲۰۲۴ افزایش دهد، اما رویکرد مداخله‌جویانه دولت چین در اقتصاد کشور که بر کنترل دولت-حزب بر امور اقتصادی و اجتماعی به هزینه بخش خصوصی تأکید دارد، کارآفرینان را به وحشت انداخته است. همچنین سرکوب کسب‌وکارها توسط دولت به بهانه حفظ امنیت ملی، سرمایه‌گذاران بین‌المللی را هم ترســانده اســت. روز شنبه، بانک خلق چین اعلام کــرد که درخواســتی را برای حــذف ســهامداران کنترل‌کننده در Alipay، پلتفرم پرداخت دیجیتالی فراگیر که توسط Jack Ma's Ant Group اداره می‌شــود، تایید کرده اســت. این حرکت به آن معناست که «ما» به‌طور رسمی کنترل شرکتی را که خود بنیانگذار آن بود واگذار کرده است. «ما» که همچنین یکی از بنیانگذاران گروه علی‌بابا است، ژانویه گذشته گفت که به‌عنوان بخشی از کناره‌گیری از تجــارت آنلایــن خــود، کنترل گــروه Ant را رهــا خواهد کرد. شــرکت‌های او از اهداف اولیه ســرکوب بی‌سابقه پکن علیه فناوری بودند که از نظر حزب کمونیست بیش‌ازحد قدرتمند شده بودند.

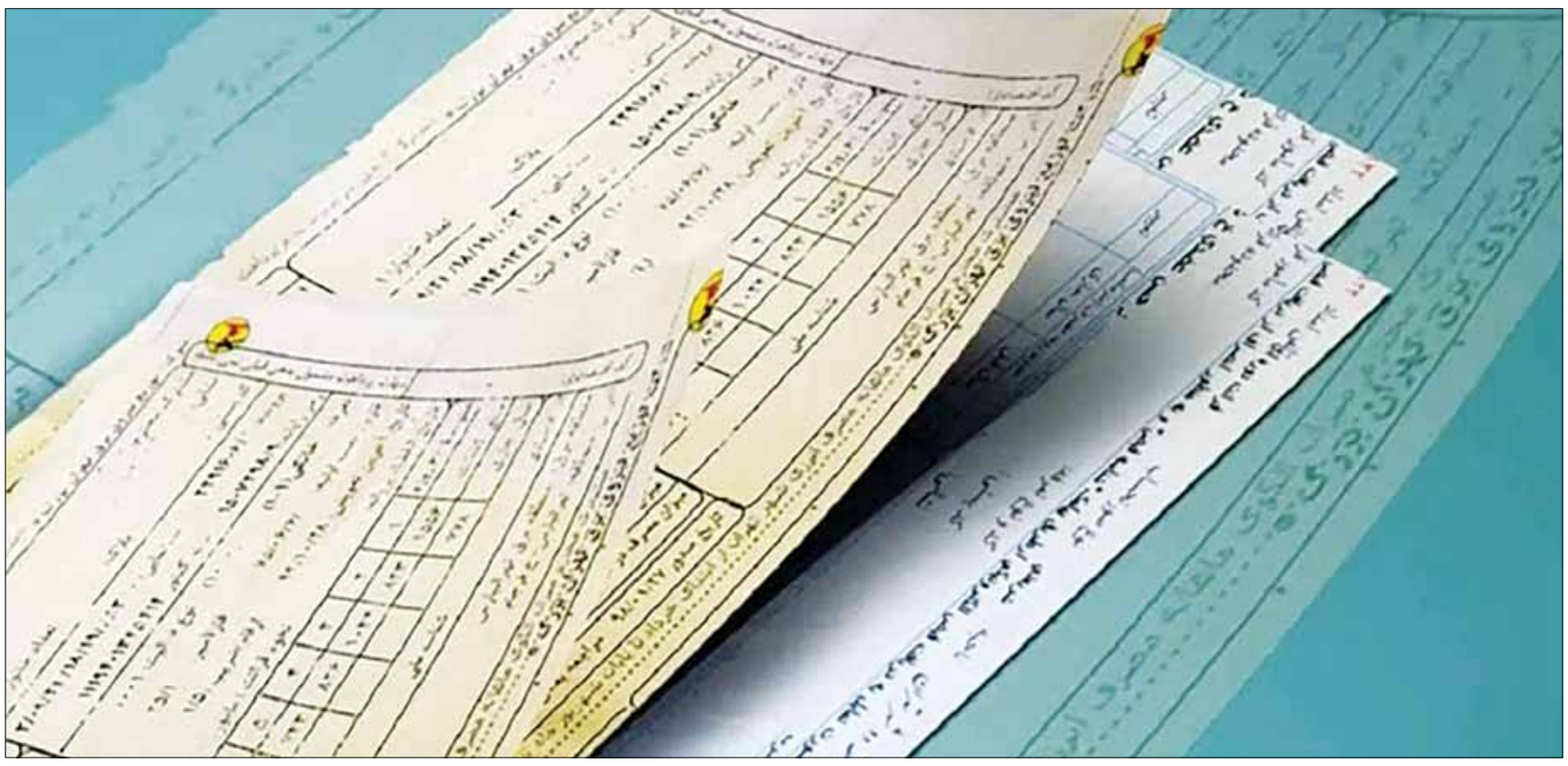
در این میان، نتایج نظرسنجی اخیر رویترز از ۲۴ اقتصاددان نشان می‌دهد که اقتصاد چین همچنان در تنگنا به ســر می‌برد و دومین اقتصــاد بزرگ جهان پس از بهبــود ضعیف پس از همه‌گیری کرونا و اجرای سیاســت ســختگیرانه «کووید صفر»، تحــت تاثیر بحران امــلاک، خطرات بدهی دولت محلی و رشــد آهســته جهانی دچار سرگردانی شده است. همچنین نتایج نظرسنجی فایننشال تایمز از ۴۸ اقتصاددان نشان می‌دهد که اقتصاد منطقه یورو در سال ۲۰۲۴ وضعیت تیره و تاری خواهد داشت و انتظار می‌رود بلوک ارزی یورو متشــکل از ۲۰ کشور در سال ۲۰۲۴ تنها رشد اقتصادی متوسطی ثبت کنند. البته چشــم‌انداز منتشرشده توســط بانک مرکزی اروپا (ECB) و صنــدوق بین‌المللی پول (IMF) خوش‌بینانه‌تر اســت؛ زیرا تحلیلگران این موسسات انتظار دارند اقتصاد این بلوک در سال ۲۰۲۴ به ترتیب ۰,۸ درصد و ۱,۲ درصد رشد کند. کارشناسان در این نظرسنجی گفتند که اقتصاد منطقه یورو نمی‌تواند از رشد ۰,۶ درصدی فراتر رود، علی‌رغم اینکه انتظار می‌رود دستمزدها سریع‌تر از تورم رشد کنند.

دو سوم از پاســخ‌دهندگان در نظرسنجی فایننشال تایمز گفتند که اقتصاد منطقه یورو را به ســمت رکــود پیش‌بینی می‌کنند که معمولا به‌عنوان دو فصل متوالی کاهش تولید ناخالص داخلی تعریف می‌شود. به گفته اقتصاددانان، رشد دستمزدها در حوزه ارز واحد در ســال ۲۰۲۴ در مجموع تنها ۴ درصد است؛ در حالی که پیش‌بینی می‌شــود شاخص قیمت مصرف‌کننده به‌طور متوسط در سال آینده بیــش از ۲,۵ درصــد و در ســال ۲۰۲۵ کمی کمتــر از ۲,۱ درصد افزایش یابد.

بانک مرکزی اروپا پیش از این رشد دستمزدها و تورم را در سال آینــده به ترتیب ۴,۶ درصد و ۲,۷ درصــد پیش‌بینی کرده بود که برای اولین بار در سه سال اخیر، رشد درآمد واقعی خانوارها را نشان می‌دهد. تنظیم‌کننده انتظار دارد شــاخص قیمت مصرف‌کننده در سال ۲۰۲۵ به میزان ۲,۱ درصد رشد کند. در همین حال، براساس نظر اکثر اقتصاددانان این نظرسنجی، پیش‌بینی می‌شود که بیکاری از پایین‌تریــن رکورد منطقه یــورو یعنی ۶,۵ درصد در ماه اکتبر به ۶,۹ درصد در پایان ســال آینده افزایش یابد. اقتصاددانان هشــدار داده‌اند که نرخ‌های بهره بالا، آشفتگی احتمالی بازار انرژی و بی‌ثباتی ژئوپلیتیکی منجر به رکود عمیق‌تر خواهد شــد و انتخاب احتمالی «دونالــد ترامپ» به‌عنــوان رئیس‌جمهور آمریکا همــراه با احتمال شکست اوکراین در درگیری نظامی با روسیه می‌تواند منجر به رکود اقتصادی عمیق‌تر نیز شود.

احکام بودجه با برنامه هفتم توسعه هماهنگ نیست

تنگنای آب و برق در بودجه ۱۴۰۳



فرصت امروز: ناترازی مالی صنعت برق و عدم تنوع ســبد تولید برق، از مهمترین چالش‌های صنعت برق ایران هستند که بایستی در سیاستگذاری مورد توجه قرار گیرند. بررسی بخش برق و انرژی هسته‌ای در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳، نشان‌دهنده تکرار بخشــی از احکام قوانین بودجه سال‌های گذشــته در این بخش است. با تصویب قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق و تقدیم لایحه الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشــی از مقررات مالی دولت، بخشی از احکام این بخش در قالب قوانین دائمی ارائه شده‌اند. دو قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق و برنامه پنج ساله هفتم توسعه از جمله مهمترین قوانینی هستند که احکام بخش برق لایحه بودجه بایستی ناظر به اجرای آنها تدوین شود، اما بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ حاکی از عدم توجه کافی به این مهم در تدوین لایحه بودجه است.

در مــورد احــکام مربوط به بخش آب در لایحه بودجه ســال آینده نیز باید گفت این احکام در مقایسه با قانون بودجه امسال و سال‌های پیشین بسیار محدود شده است. به غیر از برخی از احکام مندرج در قوانین بودجه سنوات گذشته که ماهیت غیربودجه‌ای داشته و از لایحه پیشنهادی حذف شده‌اند، موارد متعددی از احکام بودجه‌ای نیز در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ حذف شده و مغفول مانده است. همچنین موارد متعددی از احکام برنامه هفتم توسعه نیز ماهیت بودجه‌ای داشته و به نظر می‌رسد الزامات اجرایی شدن آنها از طریق اختصاص اعتبار در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ که اولین سال اجرای برنامه هفتم توسعه خواهد بود، بایستی لحاظ شود اما متأسفانه بســیاری از این موارد نادیده گرفته شده است. در مجموع، بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که احکام مندرج در این برنامه در بخش آب و برق به هیچ عنوان پوشش‌دهنده نیازهای بودجه‌ای از منظر مقادیر اعتباری و تقنینی یکساله به ویژه براساس برنامه هفتم توسعه نیست.

صنعت برق ایران در یک نگاه

اقتصــاد ایران، ناترازی‌های زیادی دارد و از جمله آنها، ناترازی در حوزه انرژی اســت. گزارش تحلیلی مرکــز پژوهش‌های مجلس از لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ در بخش برق و آب نشان می‌دهد که توجه کافی به این مهم در بودجه سال آینده نشده و همچنین احکام بودجه چندان با برنامه هفتم منطبق و هماهنگ نیســت. یکی از چالش‌های مهم صنعت برق، ناترازی مالی این صنعت اســت. ظرفیت اســمی نیروگاه‌های کشور تا پایان سال ۱۴۰۱ معادل ۹۰هزار و ۸۰۰مگاوات بوده که ۳۶۹میلیارد کیلووات ساعت بــرق تولید کــرده و در نهایت ۳۱۶میلیارد کیلووات ســاعت برق تحویل مشــترکان شــده اســت. این ظرفیت تا پایان مهرماه ۱۴۰۲ به ۹۱هزار و ۸۰۰مگاوات رسیده است. با این حال، افزایش میزان تقاضای برق در اوج مصرف تابستان امســال باعث ایجاد ۱۲هزار و ۴۰۰مگاوات ناترازی میان تقاضا و تامین برق شــده اســت. همچنین در فصول سرد سال نیز تامین ســوخت نیروگاه‌های حرارتی با محدودیت مواجه شــده و تولید برق را به چالش می‌کشد.

طبق صورت‌های مالی حسابرسی‌شــده شرکت مدیریت تولید، انتقال و توزیــع نیروی برق ایران (توانیر) در ســال ۱۴۰۱، این شــرکت از فروش هر کیلووات ســاعت برق به مشــترکان به‌طور متوسط حدود ۲۵۴۰ریال درآمــد داشــته؛ در حالی که بهای تمام‌شــده هر کیلووات برق براســاس مجموع هزینه‌ها (خرید برق از نیروگاه‌ها، هزینه انتقال، هزینه‌های فروش، اداری، عمومی و...) ۳۷۱۹ریال بوده است. بنابراین مابه‌التفاوت قیمت‌های تمام‌شــده و تکلیفی برق به زیان انباشته قابل‌توجهی برای شرکت توانیر منجر می‌شــود. در سال ۱۴۰۱ بخشی از این زیان به‌واسطه اصلاح تبصره ۵ ماده واحده قانون بودجه سال ۱۴۰۱ کل کشور و در قالب تهاتر بدهی‌ها و انتشــار اوراق مالی اسلامی جبران شده است. با وجود این، زیان خالص شرکت توانیر در سال ۱۴۰۱ بیش از ۶۰هزار میلیارد ریال برآورد می‌شود.

هزینه‌های شــرکت توانیر در ســال ۱۴۰۱ حــدود ۱۰۵۱هزار میلیارد ریــال بوده؛ در حالی که درآمدهای آن در حــدود ۷۳۵هزار میلیارد ریال بوده اســت؛ این یعنی شــرکت توانیر در سال گذشــته متحمل ۳۱۶هزار میلیارد ریال زیان شده که بخشی از آن به‌واسطه انتشار اوراق مالی جبران شده است. اقتصاد و ساختار معیوب صنعت برق موجب ایجاد شکاف بین درآمدها و هزینه‌های این صنعت و انباشــت بدهی‌های وزارت نیرو شــده است. کمبود منابع مالی در وزارت نیرو به انباشت بدهی به نیروگاه‌ها منجر شــده و به‌دلیل نبود توان مالی در آنها، طرح‌های توســعه‌ای نظیر ایجاد ظرفیت‌های جدید نیروگاهی، تبدیل نیروگاه‌های گازی به سیکل ترکیبی و توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر به‌کندی پیش می‌رود. از ریشه‌های مهم اقتصاد معیوب صنعت برق، تعرفه‌گذاری نادرست برق است.

تامین برق شهرک‌های صنعتی

با گســترش ناترازی‌های برق، مجلس در ســال ۱۴۰۰ اقدام به تدوین طرحی با هدف حل مشــکلات صنعت برق کرد کــه در نتیجه آن، قانون مانع‌زدایی از توســعه صنعت برق در آذرماه ۱۴۰۱ به تصویب رســید. در بررسی بودجه ۱۴۰۳ لازم است در کنار توجه به این قانون، مصوبات برنامه هفتــم هم مورد توجه قرار گیرد. اهداف کمّی برنامه هفتم در بخش برق، اختلاف قابل‌توجهی با وضعیت فعلی دارد و دســتیابی به اهداف مصوب، مستلزم پیش‌بینی منابع مالی و احکام بودجه‌ای مربوطه در قوانین بودجه سنواتی اســت. در احکام مرتبط با بخش برق برنامه هفتم (از جمله مواد ۴۳، ۴۶ و ۴۸ برنامــه) نیــز تکالیف مختلفی وضع شــده که اغلب آنها در راســتای اجرای قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق است. از جمله این تکالیف می‌توان به تخصیص بخشــی از سهم صادرات برق به نیروگاه‌های غیردولتی و افزایش سهم معاملات برق در بورس انرژی اشاره کرد. با اینکه احکام بخش برق بودجه ۱۴۰۳ باید در راستای اجرای قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق و برنامه هفتم باشد، اما در بررسی لایحه بودجه، رد پای صریحی از این قوانین مشاهده نمی‌شود.

تامین برق صنایع مستقر در شــهرک‌های صنعتی، یکی از چالش‌های اصلی این صنایع اســت. وزارت نیرو مکلف اســت ۵۰درصد از درآمدهای حاصل از اصلاح بهای برق صنایع در شــهرک‌ها و نواحی صنعتی موضوع ماده ۳ قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق را در اجرای ماده ۸۱ قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت برای تامین برق و نوســازی شبکه انتقال برق شهرک‌ها و نواحی صنعتی هزینه کند. مطابق با ماده ۳ قانون مانع‌زدایی از توســعه صنعت برق، متوســط بهای برق مصرفی مشترکان صنعتی معادل نرخ قراردادهای تبدیل انرژی تعیین شــده و منابع حاصل صرف هزینه‌های تولید برق، حمایت از فناوری‌های موردنیــاز صنعت برق، طرح‌های بهینه‌ســازی مصــرف و اتمام طرح‌های نیمه‌تمام صنعت برق خواهد شد.

بند «چ» تبصره ۸ لایحه بودجه ســال ۱۴۰۳ کل کشــور که در قانون بودجه ســال ۱۴۰۲ نیز مصوب شــده بود، ۵۰درصد از درآمدهای حاصل از اصلاح بهای برق آن دســته از مشــترکان صنعتی را که در شهرک‌ها و نواحی صنعتی هستند به تامین برق و نوسازی شبکه انتقال برق شهرک‌ها و نواحی صنعتی اختصاص داده اســت. براساس گزارش عملکرد شرکت توانیر، حدود ۱۸۷۶۷میلیارد ریال منابع موضوع این بند برآورده شده، اما با توجه به‌عدم‌ابلاغ ماده ۳ قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق، تاکنون منابعی از این محل وصول نشده است.

لزوم حذف تدریجی قیمت‌گذاری

یکی از مواد مهم قانون مانع‌زدایی از توســعه صنعت برق، ماده ۱۰ این قانون اســت که تهیه برنامه حذف تدریجــی قیمت‌گذاری انرژی در طول زنجیره تولید، انتقال و توزیع برق و انتقال تمام یارانه‌ها به انتهای زنجیره قبل از مصرف‌کننده نهایی را تکلیف کرده است. این کار تاثیر مستقیمی بر کاهش ناترازی مالی صنعت برق، افزایش راندمان نیروگاه‌های کشــور، جلوگیری از قاچاق ســوخت و تنوع‌بخشــی به ســبد تولیــد برق خواهد داشــت. پیشنهاد می‌شود وزارت نیرو مکلف شــود برنامه حذف تدریجی قیمت‌گــذاری انرژی در طول زنجیره تولید، انتقــال و توزیع برق را بدون افزایش هزینه برق مشــترکان ناشــی از این حکم، در ســال ۱۴۰۳ تهیه و اعمــال کند و به‌منظــور تضمین اجرای این بنــد، در صورت‌عدم‌اجرای برنامه مذکور جریمه مالی برای شرکت مربوطه (شرکت تولید نیروی برق حرارتی) تعیین شود.

طبــق ماده ۴ قانون مانع‌زدایی از توســعه صنعت برق، صنایع انرژی‌بر مکلــف به احداث ۹هزار مگاوات نیروگاه خودتامین حرارتی شــده‌اند. از طرفی در ماده ۱۶ این قانون، تعرفه سوخت نیروگاه‌های خودتامین برای آن بخش از برق تولیدی که تحویل شبکه سراسری می‌شود، تعیین شده است. اما تعرفه سوخت این نیروگاه‌ها برای بخشی از برق تولیدی که در صنایع مذکور به مصرف می‌رســد، تعیین‌تکلیف نشده است. این مسئله مطالعات احداث نیروگاه‌های حرارتی توســط صنایع انرژی‌بر را با چالش مواجه کرده اســت. بنابراین پیشــنهاد می‌شــود تعرفه سوخت مصرفی نیروگاه‌های خودتامین موضوع ماده ۴ قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت بــرق، برای آن بخــش از برق تولیدی که صرف مصــارف داخلی صنایع می‌شود، توسط وزارت نیرو به‌گونه‌ای تعیین شود که هزینه تمام‌شده برق تولیدی آن از متوســط نرخ قراردادهای تبدیل انرژی (ای‌سی‌اِی) بیشتر نشود. در رابطه با بندهای مرتبط با بخش آب، احکام مرتبط با این بخش در مقایسه با قانون بودجه سال ۱۴۰۲ و سال‌های پیشین بسیار محدود شده است که لازم است نواقص موجود رفع شده و احکامی که در لایحه بودجه ســال ۱۴۰۳ مغفول مانده، تعیین‌تکلیف شــوند. همچنین موارد متعددی از احکام برنامه هفتم پیشــرفت نیز ماهیت بودجه‌ای داشته و به‌نظر می‌رســد الزامات اجرایی‌شــدن آنها از طریق اختصاص اعتبار در لایحه بودجه ســال ۱۴۰۳ که اولین ســال اجرای برنامه هفتم توســعه خواهد بود، باید لحاظ شود.

قیمت هر متر خانه در آذرماه به ۷۴ میلیون و ۸۸ هزار تومان رسید

کاهش قیمت مسکن در ۱۴ منطقه پایتخت

براســاس آمارهای بانک مرکزی، میانگین قیمت هر متر خانه در شــهر تهران در پایان آذرماه امســال به ۷۴ میلیون و ۸۸ هزار تومان رســید که نســبت به آبان ماه، ۲,۲ درصد کاهش و نســبت به آذر ســال قبل ۵۴,۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد. شدیدترین افت قیمت نیز در منطقه ۲۲ به ثبت رسید. در نقطه مقابل، متوسط قیمت مسکن در منطقه ۱۲ پایتخت بیشتر از سایر مناطق افزایش یافت.

بانک مرکزی آمارهای قیمت و تعداد معاملات مســکن در شــهر تهران در آذرماه ۱۴۰۲ را منتشر کرد. طبق برآورد بانک مرکزی، متوسط قیمت مسکن در پایتخت نسبت به ماه قبل کاهش یافته و نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۵۰ درصد افزایش یافته است. از میان مناطق بیست‌ودوگانه شــهر تهران نیز شــدیدترین افت قیمت ماهانه مربوط بــه منطقه ۲۲ و بیشــترین افزایش قیمت ماهانه مربوط به منطقه ۱۲ است. به طور کلی، قیمت خانه در ۱۴ منطقه از تهران نسبت به آبان ماه کاهش یافته است. البته این یک قیاس ماهانه است. حال اگر قیمت مسکن در مناطق تهران در پایان آذرماه امسال را با میزان قیمت‌ها در آذر سال گذشته قیاس کنیم، نتایج متفاوتی حاصل می‌شود. نتایج این مقایسه نشان می‌دهد که قیمت مسکن در همه مناطق شهر تهران در آذرماه ۱۴۰۲ بالاتر از آذرماه ۱۴۰۱ است. به عبارت دیگر، رشد نقطه‌به‌نقطه قیمت مسکن در همه مناطق شهر تهران مثبت بوده است. بیشترین افزایش قیمت در آذر سال جاری نسبت به آذر ســال قبل در منطقه ۱۶ دیده شده است. همچنین شواهد آماری حکایت از کاهش تعداد معاملات مسکن در پایتخت، هم نسبت به آبان ماه و هم نسبت به آذر سال گذشته دارد.

مطابق داده‌های بانک مرکزی، در آذرماه امســال متوسط قیمت هر متر مربع مسکن در شهر تهران به ۷۴ میلیون و ۸۸ هزار تومان رسیده است که نسبت به آبان ماه، ۲,۲ درصد کاهش و نسبت به آذر سال قبل، ۵۴,۱ درصد افزایش یافته اســت. از میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران نیز قیمت خانه در ۱۴ منطقه در آذرماه امسال نسبت به آبان ماه کاهش یافته اســت. شدیدترین افت قیمت ماهانه مسکن، با قم ۱۲,۲ درصد مربوط به منطقه ۲۲ است. در مقابل، بیشترین افزایش قیمت در منطقه ۲۱ پایتخت با رقم ۹,۱ درصد به ثبت رســید. البته این تغییرات در مقایسه با آبان ماه ایجاد شده است؛ یعنی نرخی که کاهش یافته، رشد ماهانه قیمت مسکن در شهر تهران است.

اگر قیمت مسکن در آذرماه امسال با قیمت آذرماه سال قبل قیاس شود، رشــد نقطه به نقطه به دست می‌آید که نتایج متفاوت‌تری دارد. محاسبه تغییرات قیمت مســکن در آذرماه امسال نســبت به آذرماه پارسال، رشد نقطه‌به‌نقطه قیمت مســکن را نشان می‌دهد؛ ارقامی که تا پیش از این به آنها اشاره شد، رشد ماهانه قیمت مسکن بود که در آذرماه کاهشی شد و در مقابل، رشد نقطه‌ای قیمت مسکن در پایتخت همچنان مثبت باقی ماند. داده‌های آماری بانک مرکزی نشان می‌دهد که قیمت هر متر مربع خانه در شهر تهران در آذرماه امسال ۵۴,۱ درصد بالاتر از آذرماه سال گذشته است. این نرخ مربوط به میانگین کل شهر تهران است و رشد نقطه‌ای قیمت در هر منطقه متفاوت است. برای مثال، بالاترین رشد نقطه‌ای قیمت مسکن در میان مناطق بیســت‌ودوگانه شــهر تهران، ۷۱,۹ درصد بوده که به نام منطقه ۱۶ ثبت شده است. به بیان دیگر، در آذرماه ۱۴۰۲، قیمت هر متر مربع خانه در این منطقه ۷۱,۹ درصد نســبت به آذرماه سال قبل افزایش یافته است. همچنین داده‌های مربوط به تعداد معاملات نشان می‌دهد که حجم معاملات مســکن در شهر تهران از ۱۰ هزار و ۱۸۴ مورد در آذرماه ســال گذشــته به ۳ هزار و ۵۵۰ واحد در آذرماه سال جاری کاهش یافته است. بر همین اساس، تعداد معاملات مسکن در پایتخت در آذرماه امسال ۱,۲ درصد نســبت به آبان و ۶۵ درصد نسبت به آذرماه سال قبل کاهش یافته اســت. از میان مناطق بیست‌ودوگانه شــهر تهران، تعداد معاملات مسکن تنها در ۹ منطقه پایتخت نسبت به آبان افزایش یافته است. درباره ســمت و سوی بازار مسکن، رئیس پیشین کانون عالی انجمن‌های صنفی کارگران می‌گوید: افزایش قیمت مســکن یک امر قطعی و اجتناب‌ناپذیر به حســاب می‌آید و مردم باید منتظر رشد بهای خانه باشند. با این حال، علی‌رغم دیدگاه‌های ســایر تحلیلگران حوزه مســکن، انتظار نمی‌رود که میزان رشد قیمت‌ها به طور قابل توجهی بالا باشد. «ناصر چمنی» درباره افزایش دو برابری تسهیلات وام ودیعه مسکن و تأثیرات احتمالی آن افزود: با توجه به شرایط دشوار کنونی و به دلایل مشخص، این قبیل تسهیلات به مردم کمک خاصی نمی‌کنند. بهره ۱۸ درصدی و شرایط خاص بازپرداخت این وام‌ها، چالش‌هایی را برای متقاضیان ایجاد می‌کند. اقشار کم‌درآمد و ضعیف، متقاضیان اصلی این وام‌های مســکن به شــمار می‌روند که برای خرید خانه مدنظر خود با مشکلات و چالش‌های زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند. با توجه به جزییات مصوب شــده و شــرایط بازپرداخت این وام، به احتمال قوی بســیاری از افراد، قید دریافت آن را خواهند زد. به گفته «چمنی»، این وام‌هــا دردی از مردم دوا نمی‌کند. وام ۱۸ درصدی ودیعه مسکن روی کاغذ چنین شرایطی دارد؛ وگرنه در بحث بازپرداخت‌ها، این رقم جهش چشــمگیری پیدا می‌کند. این وام‌ها جوابگوی نیاز متقاضیان نیســت و برای رفع دغدغه‌های مردم باید فکر بهتری اندیشــیده شــود و درصــد کمتــری را برای آن در نظر گرفت. ۵۳ درصــد جامعه را کارگران و بازنشستگان تشــکیل می‌دهند که با تمام دریافتی‌های موجود خود به ســختی موفق به اجاره یک آپارتمان می‌شوند. مسلما این اشخاص برای بازپرداخت وام‌های مســکن به مشکل می‌خورند و این تسهیلات دردی از آنها دوا نخواهد کرد.

او درباره آینده بازار مســکن با توجه بــه رکود فعلی بازار و حجم پایین معاملات نیز گفت: یکی از ریشــه‌های رکود بازار مســکن، کاهش قدرت خرید مردم اســت. درصد بزرگی از جامعه به طور کامل از تهیه مســکن عاجز شده‌اند و نمی‌توان این حقیقت آشکار را کتمان کرد. حجم معاملات مسکن به پایین‌ترین حد خود رسیده و در طول روز خرید و فروش کمی صورت می‌گیرد. دولت تصور اشــتباهی از بــازار دارد و این وضعیت را به آرامــش یا اصطلاحات این‌چنینی تعبیر می‌کند که کاملا غلط اســت. در حال حاضر، چیزی به اســم کاهش قیمت مسکن، محلی از اعراب ندارد؛ بلکه میزان تقاضا به شدت پایین آمده و نسبت به گذشته، خریدار خاصی در بازار وجود ندارد.

در بودجه سال آینده صرفا به توسعه مشاغل خرد و خانگی توجه شده و از اشتغال پایدار غفلت شده است

حفره‌های سیاستگذاری اشتغال

فرصت امروز: سیاست‌های رونق تولید و اشتغال در اقتصاد ایران به دلیل فقدان وحدت رویه و راهبرد بلندمدت، اعمال چرخش‌های سیاستی پیش‌بینی‌نشده و بدون پشتوانه نظری، عملکرد موفقیت‌آمیزی تاکنون نداشته است. شرایط فعلی بازار کار ایران، نیازمند سیاست‌هایی در راستای تضمین کمی و کیفی اشتغال است؛ این در حالی است که در تبصره «۲» لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ و مطابق با ماده «۶» برنامه هفتم توسعه، صرفا رویکرد حمایتی و توسعه مشاغل خرد و خانگی و کوچک بدون لحاظ محورهای اصلی ایجاد اشتغال پایدار از جمله رونق تولید، زنجیره ارزش و... مدنظر قرار گرفته است و طبعا این رویه اشتغال‌زایی نمی‌تواند پاسخگوی چالش‌های پیش روی ایجاد اشتغال پایدار و یا رونق تولید باشد.

آخرین گزارش مرکز آمار ایران از بازار کار و بیکاری نشان می‌دهد، نرخ بیکاری در پاییز امسال به سطح ۷,۶ درصد رسیده که نسبت به پاییز سال گذشته (با رقم ۸,۲ درصد)، کمتر از یک درصد کاهش داشته است. در پاییز ۱۴۰۲ حضور تقریبا ۲ میلیون و ۴۳ هزار نفر بیکار در بازار کار ایران ثبت شده است. با وجود اینکه نرخ بیکاری زنان در پاییز امسال ۱۴,۲ درصد ثبت شده و نسبت به پاییز سال قبل، تغییری نکرده اما تعداد زنان بیکار، ۴۷ هزار و ۲۷۴ نفر افزایش یافته است. در نقطه مقابل، نرخ بیکاری مردان کاهش یافته و از ۷ درصد به ۶,۲ درصد رسیده است. بر همین اساس، تعداد زنان بیکار ۱۵ ساله و بالاتر در پاییز امسال حدود ۶۶۳ هزار نفر و تعداد مردان بیکار در این بازه سنی حدود یک میلیون و ۳۸۰ هزار نفر برآورد شده است. همچنین در پاییز امسال حدودا ۲۶ میلیون و ۸۱۹ هزار نفر از جمعیت ۱۵ ساله و بالاتر در بازار کار ایران مشارکت داشته‌اند. نرخ مشارکت اقتصادی در پاییز ۱۴۰۲ در حالی به سطح ۴۱,۵ درصد رسیده که این میزان در پاییز ۱۴۰۱ حدود ۴۱ درصد بوده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان نیز از ۶۸,۵ درصد به ۶۸,۶ درصد رسیده و نرخ مشارکت زنان با رشد ۰,۸ واحد درصدی در پاییز امسال وارد کانال ۱۴,۴ درصد شده است.

آنالیز آمارهای کار و بیکاری

نرخ بیکاری، نرخ اشتغال و نرخ مشارکت اقتصادی از مهمترین شاخص‌های بازار کار هستند. نرخ مشارکت نشان‌دهنده درصدی از جمعیت در سن کار (۱۵ ساله و بالاتر) است که یا به صورت شاغل و یا به صورت بیکار در بازار کار فعالیت دارد. بیکار نیز به شخصی گفته می‌شود که یا تمایل به کار کردن داشته باشد و یا دنبال کار بگردد. بنابراین افرادی که قصد کار کردن ندارند یا از یافتن شغل ناامید شده‌اند، در محاسبه بیکاران لحاظ نمی‌شوند. به نسبت جمعیت بیکاران به جمعیت فعال نیز نرخ بیکاری گفته می‌شود. نرخ بیکاری نشان می‌دهد که چند درصد از افراد فعال در بازار کار، بیکار هستند. حال اگر جمعیت افراد شاغل به جمعیت فعال تقسیم شود، نرخ اشتغال به دست می‌آید که نشان‌دهنده درصدی از جمعیت فعال است که شغل دارند؛ مثلا نرخ مشارکت زنان نمایانگر درصدی از زنان ۱۵ ساله و بالاتر است که در بازار کار یا به صورت شاغل و یا به صورت بیکار مشارکت دارند بنابراین نرخ اشتغال زنان دربر گیرنده درصدی از زنان فعال در بازار کار است که شاغل هستند.

آخرین روایت مرکز آمار ایران از بازار کار و اشتغال نشان می‌دهد که در پاییز ۱۴۰۲ حدودا ۲۶ میلیون و ۸۱۹ هزار نفر از جمعیت ۱۵ ساله و بالاتر در بازار کار ایران مشارکت داشته‌اند. نرخ مشارکت در پاییز امسال ۴۱,۵ درصد برآورد شده است. این نرخ در مدت مشابه سال قبل ۴۱ درصد بوده و بنابراین نرخ مشارکت با رشد جزیی مواجه شده است. البته این تغییرات مربوط به کل کشور است. شواهد به دست آمده حاکی از آن است که نرخ مشارکت زنان و مردان نیز در پاییز امسال بالاتر از پاییز سال قبل قرار گرفته است. به بیان دقیق‌تر، نرخ مشارکت مردان از ۶۸,۵ درصد به ۶۸,۶ درصد رسیده و نرخ مشارکت اقتصادی زنان نیز با افزایش ۰,۸ واحد درصدی وارد کانال ۱۴,۴ درصد شده است. همچنین نرخ اشتغال نشان‌دهنده درصدی از جمعیت فعال است که به صورت شاغل در بازار کار مشارکت دارد. براساس داده‌های مرکز آمار، نرخ اشتغال در کل کشور افزایش یافته و از ۳۷,۷ درصد به ۳۸,۳ درصد رسیده است. نرخ اشتغال زنان نیز از این روند پیروی کرده و با افزایش ۰,۷ واحد درصدی در پاییز امسال روی پله ۱۲,۴ درصد ایستاده است. حدودا ۲۷۰ نفر به جمعیت زنان شاغل در پاییز امسال نسبت به پاییز پارسال اضافه شده است. نرخ اشتغال مردان نیز به ۴۶,۳ درصد در پاییز امسال رسیده است.

کوچ شاغلان کشاورزی به خدمات

همزمان با افزایش نرخ مشارکت اقتصادی، نرخ بیکاری در پاییز ۱۴۰۲ به سطح ۷,۶ درصد رسیده؛ در حالی که این نرخ در پاییز ۱۴۰۱ برابر با ۸,۲ درصد بوده است. در پاییز امسال حضور تقریبا ۲ میلیون و ۴۳ هزار نفر بیکار در بازار کار ایران ثبت شده است. با اینکه نرخ بیکاری زنان ۱۴,۲ درصد ثبت شده و نسبت به پاییز سال قبل تغییری نکرده، اما تعداد زنان بیکار ۴۷ هزار و ۲۷۴ نفر افزایش یافته است. در مقابل، نرخ بیکاری مردان کاهش یافته و از ۷ درصد در پاییز ۱۴۰۱ به ۶,۲ درصد در پاییز ۱۴۰۲ رسیده است. تعداد زنان بیکار ۱۵ ساله و بالاتر در پاییز امسال حدود ۶۶۳ هزار نفر و تعداد مردان بیکار در این بازه سنی یک میلیون و ۳۸۰ هزار نفر برآورد شده است.

از داده‌های مرکز آمار اینطور برمی‌آید که نرخ بیکاری نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش یافته و در سمت مقابل، نرخ اشتغال و نرخ مشارکت افزایش یافته است. البته این تغییرات مربوط به کل کشور است و شاخص‌های بازار کار در حوزه زنان و مردان متفاوت است. با وجود اینکه نرخ بیکاری زنان ثابت مانده اما تعداد زنان بیکار در پاییز امسال ۴۷ هزار نفر بیشتر از پاییز سال گذشته برآورد شده است. در پاییز امسال نرخ مشارکت و نرخ اشتغال زنان نسبت به سال قبل با افزایش مواجه شده است. در مقابل، نرخ بیکاری زنان با وجود افزایش تعداد زنان بیکار ثابت مانده است. به نظر می‌رسد چون تعداد زنانی که شاغل شده‌اند به مراتب بالاتر از تعداد زنان بیکار شده است، نرخ بیکاری ثابت مانده و نرخ اشتغال بالا رفته است. نرخ بیکاری مردان نیز با کاهش مواجه شده و نرخ مشارکت و نرخ اشتغال آنها افزایش داشته است. بررسی اشتغال در بخش‌های عمده اقتصادی نیز نشان می‌دهد که در پاییز امسال بخش خدمات با ۵۲ درصد بیشترین سهم اشتغال را داشته است. بخش‌های صنعت با ۳۴ درصد و کشاورزی با ۱۳ درصد در مراتب بعدی قرار دارند. نکته جالب اینکه همزمان با بروز خشکسالی شدید، سهم اشتغال در بخش کشاورزی به کمترین سطح این سال‌ها رسیده و سهم اشتغال در بخش خدمات افزایش یافته است. سهم شاغلان در بخش کشاورزی در پاییز ۱۴۰۱ معادل ۱۴,۳ درصد بوده که این رقم در پاییز ۱۴۰۲ به ۱۳,۶ درصد رسیده است؛ یعنی در پاییز امسال به ازای هر هزار نفری که در ایران شاغل بوده‌اند، ۱۳۶ نفر در بخش کشاورزی فعالیت می‌کردند.

واقعیت تلخ کیفیت اشتغال

حالا که آخرین وضعیت بازار کار و بیکاری در اقتصاد ایران را بررسی کردیم، به سراغ سیاست‌های اشتغال‌زایی در بودجه سال ۱۴۰۳ می‌رویم. آنطور که مرکز پژوهش‌های مجلس می‌گوید، راهبردهای اشتغال‌زایی لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ بدون داشتن یک برنامه بلندمدت، صرفا به اشتغال خرد پرداخته و محورهای اصلی اشتغال پایدار از جمله رونق تولید مدنظر قرار نگرفته است. شرایط فعلی بازار کار ایران، نیازمند سیاست‌هایی در راستای تضمین کمی و کیفی اشتغال است؛ با این حال، در لایحه بودجه صرفا رویکرد حمایتی و توسعه مشاغل خرد و خانگی بدون لحاظ محورهای اصلی ایجاد اشتغال پایدار از جمله رونق تولید و زنجیره ارزش مدنظر قرار گرفته و این رویه اشتغال‌زایی نمی‌تواند پاسخگوی چالش‌های پیش رو باشد. نظام تصمیم‌گیری کشور همچنان الگوی فکری منسجم و واحدی برای اشتغال‌زایی و رونق تولید ندارد، در نتیجه یکپارچگی و استمرار در محتوا و مفاد احکام اشتغال‌زایی در قوانین بودجه سنواتی دیده نمی‌شود.

براساس گزارش بازوی پژوهشی مجلس، بازار کار بعد از دوران کرونا وارد مسیر تعادلی جدیدی شده که روند رو به بهبود را نشان می‌دهد. به عنوان مثال نرخ بیکاری از سال ۱۳۹۹ تا فصل تابستان ۱۴۰۲، روند کاهشی داشته و در تابستان امسال به کمترین مقدار خود طی دهه اخیر رسیده است. این وضعیت به معنای سیگنال مثبت بازار کار و ایجاد اشتغال است. تغییرات تعداد شاغلان نیز این موضوع را تصدیق می‌کند؛ در سال ۱۴۰۱ تعداد شاغلان ۲۶۸هزار نفر افزایش و در بهار و تابستان ۱۴۰۲ به ترتیب ۷۲۸هزار و ۹۰۰هزار نفر افزایش را نشان می‌دهد. بااین‌حال، تعداد شاغلان همچنان کمتر از پیش از شیوع کروناست. البته بخش مهمی از افزایش اشتغال فوق‌الذکر ناشی از کاهش اثرات شیوع کرونا بر بازار کار و افزایش اشتغال بخش خدمات بوده است. درخصوص رشد اقتصادی فصول اخیر نیز این رشد بیشتر ناشی از استفاده از ظرفیت‌های خالی اقتصاد بخش نفت و صنایعی مثل خودرو است که انتظار افزایش قابل‌توجه اشتغال از این محل وجود ندارد. همچنین سهم شاغلان کارکن مستقل از کل شاغلان رو به افزایش بوده و از ۳۶,۳ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۳۶,۹ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است که این موضوع در کنار رشد قابل‌توجه اشتغال در بخش خدمات، گویای این واقعیت مهم است که این افزایش اشتغال لزوما باکیفیت نبوده است.

اخبار

رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد

تخصیص ۵ میلیارد دلار به واردات خودرو

رئیس‌کل بانک مرکزی از افزایش ذخایر ارزی کشور و بانک مرکزی خبر داد و تاکید کرد که ثبات در بازار ارز ادامه دارد. «محمدرضا فرزین» همچنین از تخصیص ۳۱ میلیارد و ۴۰۲ میلیون دلار ارز به وزارت صنعت، معدن و تجارت و ۵میلیارد و ۴۰۶ میلیون دلار به حوزه خودرو و قطعات خبر داد و گفت: وزارت صمت باید برای مصارف خود اولویت‌بندی داشته باشد. «مصطفی قمری‌وفا»، مدیر روابط عمومی بانک مرکزی نیز در توئیتی نوشت: گزارش اقتصادی و ارزی رئیس‌کل بانک مرکزی به نمایندگان در جلسه غیرعلنی مجلس موجب همدلی بیشتر در جلسه شد. «فرزین» در جلسه روز گذشته مجلس شورای اسلامی بر ادامه تثبیت اقتصادی و ثبات در بازار ارز، تداوم روند کاهش نرخ رشد نقدینگی و پایه پولی به منظور مهار تورم تاکید کرد. همچنین هدایت هدفمند اعتبارات به سمت تولید و افزایش ذخایر ارزی کشور و بانک مرکزی از دیگر اظهارات «فرزین» در جلسه با نمایندگان مجلس بوده است. او در جریان بررسی سوال نمایندگان از وزیر صنعت درخصوص تاخیر در واردات خودرو با تاکید بر ایفای تکالیف بانک مرکزی در تخصیص ارز واردات تصریح کرد: در مورد ارز خودرو با تایید وزیر صنعت، معدن و تجارت، بانک مرکزی به تکالیف خود عمل کرده است. از ابتدای سال تا پنجم دی‌ماه بالغ بر ۳۱ میلیارد و ۴۰۲ میلیون دلار ارز به وزارت صمت داده شده است که نسبت به سال گذشته ۵درصد افزایش یافته است. به حوزه خودرو و قطعات ۵ میلیارد و ۴۰۶ میلیون دلار تاکنون ارز تخصیص داده شده که نسبت به سال گذشته ۸درصد افزایش یافته است.

رئیس کل بانک مرکزی ادامه داد: همانگونه که وزیر صمت توضیح دادند واردات خودروها براساس ارز تخصیص یافته نیز انجام شده است و اکنون نیز مذاکراتی بابت واردات خودروهای برقی، خودروهای معمولی و واردات خودرو از مناطق آزاد صورت گرفته و توافق لازم انجام شده است. بانک مرکزی نیز براساس منابع و دستورالعمل‌ها، ارز را برای واردات تخصیص خواهد داد. نمایندگان به من می‌گویند که باید براساس منابع ارزی کشور ارز تخصیص دهید که اعلام کردم برای جلوگیری از ایجاد مشکل در حوزه تولید از منابع ارزی آزاد شده نیز ارز اختصاص می‌دهیم. به گفته «فرزین»، در ابتدای سال قرار بود ۲۹,۵ میلیارد دلار به وزارت صنعت، معدن و تجارت داده شود، اما برای اینکه کشور با مشکل مواجه نشود تا این لحظه که سال تمام نشده است ۳۱ میلیارد و ۴۰۲ میلیون دلار به وزارت صمت ارز تخصیص داده شده است و براساس توافق با وزارت صمت تا سقف ۴۲ میلیارد دلار به این وزارتخانه ارز تخصیص می‌یابد تا بخش تولید کشور با مشکل مواجه نشود. در بانک مرکزی در حوزه تخصیص ارز تلاش بر این است که تمام ارز براساس نیاز هر بخش تخصیص پیدا کند. بانک مرکزی ارز موردنیاز وزارت صنعت، معدن و تجارت را تخصیص داده و این وزارت صمت است که باید برای آن برنامه‌ریزی کند.

رئیس کل بیمه مرکزی خبر داد

وام ۲۰ میلیونی برای خرید بیمه‌نامه

طبق اعلام رئیس کل بیمه مرکزی، مردم می‌توانند برای تهیه بیمه‌نامه تا سقف ۲۰ میلیون تومان، تسهیلات قرض‌الحسنه بانکی دریافت کنند. تفاهم‌نامه همکاری بین بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و بانک قرض الحسنه مهر ایران در سال «مهار تورم و رشد تولید»، به منظور اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی دولت مردمی سیزدهم امضا شد. «علی استادهاشمی»، رئیس کل بیمه مرکزی با اعلام وام جدید ۲۰ میلیونی برای خرید بیمه‌نامه توضیح داد که این تفاهم‌نامه گام مهمی در جهت توسعه خدمات مالی و بیمه‌ای مشترک در کشور است. این اقدام امکان دسترسی به خدمات بیمه و قرض‌الحسنه برای افراد با کمترین درآمد و مناطق محروم را فراهم می‌کند و به توسعه فرهنگ بیمه نیز کمک خواهد کرد. رئیس کل بیمه مرکزی، توسعه فرهنگ قرض‌الحسنه در صنعت بیمه را از اهداف این تفاهم‌نامه خواند و گفت که این تفاهم‌نامه منجر به ارائه محصولات متنوع بیمه‌ای برای مردم خواهد شد. افراد می‌توانند تا سقف ۲۰ میلیون تومان بدون پرداخت وجه بیمه، بیمه‌نامه خریداری کنند و نیاز به مراجعه حضوری به شعب بانک نخواهند داشت. این تفاهم‌نامه امکان استفاده از تسهیلات بانکی برای خرید خدمات بیمه را با کارمزد صفر درصد فراهم کرده و تمرکز بر افزایش آگاهی عمومی از مزایای بیمه نیز دارد. به گفته وی، شرکت‌های بیمه همگام با این تفاهم‌نامه ملزم به مشارکت در این طرح شده‌اند و باید با اطلاع‌رسانی گسترده، مردم را به خرید بیمه‌نامه ترغیب کنند تا آنان بتوانند با استفاده از تسهیلات، بیمه‌های اجباری و اختیاری را به سبد بیمه‌ای خود اضافه کنند. «استادهاشمی» با اشاره به اینکه این همکاری گامی موثر در جهت ایجاد رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی در حوزه بیمه و بانکداری ایران است، تأکید کرد که اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی مشترک و طراحی محصولات نوآورانه با تأکید بر فناوری از اهداف این تفاهم‌نامه است. همچنین مدیرعامل بانک مهر ایران نیز با بیان خرسندی از مشارکت در این طرح ملی و گسترش فرهنگ قرض‌الحسنه در صنعت بیمه، نسبت به ارائه خدمات شایسته به مردم در زمینه بیمه ابراز امیدواری کرد و گفت که بیمه امروزه یکی از ضروریات زندگی است.

رشد ۲ برابری پرداخت وام به خانوارهای فاقد مسکن

کدام بانک‌ها در صدر ایستادند؟

پرداخت تسهیلات به خانوارهای فاقد مسکن طی یک ماهه آذر بیش از دو برابر شده است. به گزارش «اکوایران»، میزان پرداخت تسهیلات به خانوارهای فاقد مسکن که فرزند سوم یا بیشتر آنها از سال ۱۳۹۹ به بعد متولد شده طی یک ماهه آذرماه امسال معادل ۱۰۳ درصد افزایش یافته است. براساس گزارش بانک مرکزی، تا پایان آذرماه امسال به خانوارهای فاقد مسکن بیش از ۴۰۰ میلیارد تومان وام پرداخت شده است. در این گزارش، آمار دریافت‌کنندگان تسهیلات قرض‌الحسنه ودیعه، خرید یا ساخت مسکن مربوط به خانوارهای فاقد مسکن که فرزند سوم یا بیشتر آنها از سال ۱۳۹۹ به بعد متولد شده‌اند، منتشر شده است. به موجب جزء ۳، بند الف تبصره ۱۶ قانون بودجه سال جاری مقرر شده است به متقاضیانی که فرزند سوم یا بیشتر آنها از یکم فروردین ۱۳۹۹ به بعد متولد می‌شود، تسهیلات قرض‌الحسنه ودیعه، خرید یا ساخت مسکن تا سقف ۲۰۰ میلیون تومان پرداخت شود. این موضوع در اسفندماه سال گذشته به تصویب نمایندگان مجلس رسید.

سومین گزارش بانک مرکزی در این رابطه نشان می‌دهد که تا پایان آذرماه امسال معادل ۲ هزار و ۱۹۶ فقره وام به ارزش ۴۲۷ میلیارد و ۹۰۰ تومان به خانوارهای بدون مسکن پرداخت شده است. میزان پرداختی تسهیلات به افراد فاقد مسکن در پایان آذرماه نسبت به پایان آبان ماه بیش از دو برابر شده است. در این گزارش نام پنج بانک صادرات، مسکن، تجارت، پست بانک و ملت به عنوان بانک‌های عاملی که این تسهیلات را پرداخته کرده‌اند، درج شده است. این پنج بانک عامل از سوی بانک مرکزی تعیین شدند و متقاضیان می‌توانند با مراجعه مستقیم به شعب این بانک‌ها از تسهیلات یادشده بهره‌مند شود.

بررسی آمارهای منتشرشده نشان می‌دهد که همچنان عمده تسهیلات قرض‌الحسنه مسکن (ودیعه، خرید یا ساخت) توسط بانک صادرات پرداخت شده است. در حالی که انتظار می‌رود بانک مسکن به عنوان بانک تخصصی در حوزه مسکن، بیشترین فعالیت را داشته باشد و تسهیلات بیشتری را به متقاضیان پرداخت کند، اما در این گزارش، نقش بانک صادرات نسبت به دیگر بانک‌ها پررنگ‌تر است. براساس آمارهای بانک مرکزی، بانک صادرات بیشترین میزان تسهیلات قرض‌الحسنه مسکن (ودیعه، خرید یا ساخت) را پرداخت کرده، به طوری این بانک تا پایان آذرماه امسال معادل یک سوم تسهیلات پرداختی را پوشش داده است. بانک صادرات تا پایان آذرماه امسال بیش از ۱۴۱ میلیارد تومان تسهیلات را در قالب ۷۱۰ فقره وام قرض‌الحسنه مسکن پرداخت کرده است. بعد از بانک صادرات، بیشترین وام‌های پرداختی مربوط به بانک ملت به میزان حدود ۱۳۳ میلیارد تومان بوده و بعد از آن هم بانک‌های مسکن، تجارت و پست بانک در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

در بازه زمانی مورد اشاره در میان بانک‌های نام برده، بیشترین رشد پرداخت تسهیلات نیز مربوط به بانک تجارت بوده، به طوری که پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه مسکن (ودیعه، خرید یا ساخت) در این بانک در پایان آذرماه نسبت به پایان آبان ماه امسال بیش از ۳۱۸ درصد افزایش یافته و به حدود ۵۷ میلیارد تومان رسیده است. بانک ملت نیز با رشد ۲۲۶ درصدی در جایگاه بعدی قرار دارد.

فراخوان ارزیابی کیفی
نوبت دوم
شناسه آگهی: ۱۶۳۲۷۰۴
شرکت پالایش نفت آبادان در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری تشریفات مناقصه از دریافت اسناد ارزیابی کیفی و سایر مراحل بعدی مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد.

ردیف	شماره مناقصه در دستگاه مناقصه گزار	شماره مناقصه در سامانه ستاد	موضوع	محل اجرا	مدت	مبلغ برآورد پایه به ریال	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه به ریال	برنامه زمان‌بندی مراحل مناقصه
۱	تجدید مناقصه عمومی شماره ۰۹/۲۲	۲۰۰۲۰۹۲۷۷۹۰۰۰۰۰۶۰۴	تعمیرات اساسی بازوهای بارگیری اسکله‌های ۱،۲،۳،۴،۵ در بندر ماهشهر	بندر ماهشهر ماهشهر	۱۰ ماه و ۵ روز	۱۰۵,۶۰۴,۹۴۰,۱۵۴	۵,۲۹۲,۰۲۰,۷۰۷	الف- مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی از سامانه ستاد از تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ لغایت ۱۴۰۲/۱۰/۲۴ ب- مهلت ارسال پاسخ استعلام ۱۴۰۲/۱۰/۲۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۰/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۰/۱۳
روابط عمومی – شرکت پالایش نفت آبادان
۹۰۶

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان بوشهر
نوبت دوم
شناسه آگهی: ۱۶۳۵۳۷۳
آگهی مزایده عمومی (۰۲/۰۲)
شرکت گاز استان بوشهر در نظر دارد اقلام مشروحه ذیل را از طریق مزایده عمومی با بالاترین قیمت پیشنهادی به فروش برساند. متقاضیان میتوانند جهت دریافت اسناد و شرایط مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس WWW.setadIran.ir اقدام نمایند (شماره مزایده در سامانه ستاد ایران ۱۰۰۲۰۹۱۳۶۸۰۰۰۰۰۱) همچنین بازدید از اقلام نیز براساس اطلاعات درج شده در سامانه به آدرس‌های زیر از تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۲ تا تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۰ روزانه از ساعت ۰۸:۰۰ صبح الی ۱۲:۰۰ ظهر امکان پذیر می باشد(ضمناً بازدید از اقلام توسط خریدار یا نماینده قانونی وی الزامی می باشد همچنین مقادیر اعلامی تقریبی بوده که پس از تعیین وزن و باسکول به صورت جاروکش به برنده مزایده تا تاریخ تعیین شده در سامانه ستاد تحویل خواهد شد.):
۱- انبار شهید عدالت: بوشهر – سه راه چغادک – انبار شرکت گاز استان بوشهر.
تلفن انبار کالا: ۷-۰۷۷۳۳۴۵۵۰۰۶ - داخلی ۱۰۵ و ۱۰۴ آقای هاشمی و آقای ابراهیمی
تلفن امور حقوقی و قراردادها: ۰۷۷۳۳۳۳۷۶۰۳ – ۰۷۷۳۱۶۶۴۲۹۱

ردیف	شرح اجناس	مقدار تقریبی	واحد اندازه‌گیری	قیمت کل کارشناسی	مبلغ سپرده ۵٪ مبلغ کارشناسی بریال
۱	کنتور و رگولاتور اسقاطی (از جنس آهن و آلومینیوم)	۱۰	تن	۳/۵۲۵/۰۰۰/۰۰۰	۱۷۶/۲۵۰/۰۰۰
۲	ضایعات آهنی و کانال‌های هوا از جنس گالوانیزه	۷	تن	۷۳۵/۰۰۰/۰۰۰	۳۶/۷۵۰/۰۰۰
۳	لوله‌های ضایعاتی پلی‌اتیلن	۱/۵۰۰	کیلوگرم	۲۵۵/۰۰۰/۰۰۰	۱۲/۷۵۰/۰۰۰
۴	باکس هواساز مارک تهویه پویا (شامل فن و رادیاتور)	۳	دستگاه	۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۰/۰۰۰/۰۰۰

روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر
۹۱۹

خبرنامه

یک کارشناس پولی و بانکی تشریح کرد

دلیل ناترازی و اضافه‌برداشت بانک‌ها

کارشناس پول و بانک اندیشکده اقتصاد مقاومتی می‌گوید شاخص‌های کلان اقتصادی متأثر از تحریم و رکود، پرداخت سود سپرده بالا در بازه سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ که همچنان به‌صورت خفیف ادامه دارد و همچنین ناکارآمدی بانک‌ها در اعتبارسنجی مشتریان، در ناترازی بانک‌ها و اضافه‌برداشت‌شان از بانک مرکزی در این سال‌ها موثر بوده است. «سیدعباس عباس‌پور» در گفت‌وگو با «ایسنا» درباره دلیل ناترازی و اضافه‌برداشت بانک‌ها با اشاره به پرداخت سودهای بالا و شاخص‌های اقتصاد کلان توضیح داد: اضافه‌برداشت بانک‌ها یک رویه طبیعی و سیستماتیک در جهت جبران ذخایری است که بانک‌ها باید به‌عنوان ذخایر قانونی به بانک مرکزی بپردازند. در حالت عادی مهمترین شاخصه‌ای که بانک‌ها برای پرداخت تسهیلات نیاز دارند، ذخایر اضافه است. هر بانک یکسری ذخایر اضافه و یکسری ذخایر قانونی دارد که نزد بانک مرکزی سپرده می‌کند و این ذخایر به‌عنوان دارایی بانک و ابزار تسویه بانک با بانک‌های دیگر، بانک مرکزی و دولت موجود است.

او ادامه داد: هر بار که بانک بخواهد یکسری تسهیلات جدید پرداخت کند، باید معادل یک درصد از آن تسهیلات را به‌عنوان سپرده قانونی نزد بانک مرکزی در سیستم ذخیره جزیی سپرده‌گذاری کند و این سپرده هم از ذخایر مازاد آن بانک در بانک مرکزی تامین می‌شود. اگر به دلایلی بانک نقدینگی نداشته باشد یا بیش از حد خلق پول کرده یا در سیستم‌های تسویه بین‌بانکی مقروض شده و مجبور شده از ذخایر بانکی استفاده کند، ممکن است ذخایر اضافی‌اش نزد بانک مرکزی صفر شود که مجبور می‌شود بانک از منابع بانک مرکزی برداشت کند که به افزایش پایه پولی منجر می‌شود. این کارشناس اقتصادی درباره علت ناترازی بانک‌ها در سال‌های گذشته، به تاثیر شاخص‌های اقتصاد کلان اشاره کرد و گفت: یکی از ریشه‌های اصلی این موضوع، اتفاقاتی است که در اقتصاد کلان می‌افتد؛ بانک مجبور است در سمت چپ ترازنامه، سود سپرده را به‌صورت آنی پرداخت کند، اما برای این کار به درآمد تسهیلات نیاز دارد؛ در حالی که این درآمد تسهیلات به‌دلیل افزایش نرخ ارز، تحریم‌ها و رکود اقتصادی از طرف تسهیلات‌گیرندگان با تاخیر پرداخت می‌شود یا پرداخت نشده و امهال می‌شود؛ از آن طرف در سمت راست ترازنامه از آنجایی‌که بانک درآمدی مشاهده نمی‌کند، در نهایت این ناترازی باعث می‌شود که بانک ناچار به اضافه برداشت از بانک مرکزی می‌شود. دلیل دیگر این است که از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ بانک مرکزی با تکلیف پرداخت سود سپرده بالا از سوی بانک‌ها و رفتار بد و متهورانه بانک‌های خصوصی که سود سپرده‌های بالا پرداخت کردند، یکی از کانال‌های اصلی خلق پول که پرداخت سود سپرده است، بیش از حد فربه شده و همه اینها باعث شد که یک ناترازی بین منابع و مصارف بانک‌ها ایجاد شود.

«عباس‌پور» با بیان اینکه مورد دیگر، خود ناکارآمدی بانک‌ها است، افزود: متاسفانه بانک‌ها به‌جای اینکه شیوه تسهیلات‌دهی خود را برمبنای شناخت و اهلیت‌سنجی مشتریان از طریق اعتبارسنجی انجام دهند، توپ را به زمین دولت می‌اندازند و می‌گویند که تسهیلات تکلیفی باعث ناترازی بانک‌هاست. در صورتی که بانک‌های خصوصی سهم تسهیلات تکلیفی ناچیزی در تسهیلات پرداختی‌شان دارند و بانک‌های دولتی هم سهم تسهیلات تکلیفی‌شان ۱۵ تا ۲۰ درصد در کل ترازنامه بانک است.

کارشناس پول و بانک اندیشکده اقتصاد مقاومتی سپس به مشکلات ساختاری در حاکمیت شرکتی بانک‌ها اشاره داشت و اضافه کرد: بنابراین مورد سوم ناترازی بانک‌ها، مشکلات ساختاری در حاکمیت شرکتی بانک‌ها در سطح هیأت‌مدیره، هیأت‌عامل و معاونت اعتباری بانک‌هاست که باعث شده کیفیت تسهیلات پرداختی بسیار پایین بیاید و باعث افزایش نکول، معوق شدن و امحال تسهیلات و کاهش پرداخت سود تسهیلات از سوی مشتریان شده که در نهایت درآمد بانک از محل تسهیلات را کاهش داده و باعث ناترازی درآمدها و هزینه‌های بانک‌ها شده است.

او با بیان اینکه مکانیزم اضافه‌برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی یک فرآیند خودکار است، گفت: وقتی که بانک می‌خواهد تسهیلات پرداخت کند، باید یک مقدار از معادل تسهیلات پرداختی را به‌عنوان ذخایر قانونی نزد بانک مرکزی نگه دارد، اما ممکن است به دلایلی که اشاره کردم، بانک ذخایر مازاد نداشته باشد و اینجا به‌صورت خودکار، بانک مرکزی یک بدهی برای بانک ایجاد می‌کند که به‌عنوان اضافه‌برداشت بانک محسوب می‌شود؛ یا اگر بانک در تسویه‌های روزانه خود با بانک‌های دیگر کمبود نقدینگی داشته باشد، ممکن است از ذخایری که ندارد استفاده کند و از بانک مرکزی قرض بگیرد.

وی با اشاره‌به اقدامات دولت درباره ناترازی بانک‌ها بیان کرد: در تعیین تکلیف بانک‌های ناتراز که اضافه‌برداشت دارند، بانک مرکزی سعی کرده یک‌سری اتفاقات رقم بزند، انحلال و ادغام موسسات اعتباری گام شروع خوبی بود، اما طبق وعده بانک مرکزی قرار بود یک بانک هم تعیین تکلیف شود در ماه‌های اخیر که هنوز شاهد نیستیم که بانک‌های ناتراز بین بانک‌های موجود، تعیین تکلیف شوند تا حلقه اضافه‌برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی تمام شود. این انگار که اضافه‌برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی باعث افزایش پایه‌پولی می‌شود و اینکه پایه‌پولی باعث تورم می‌شود، یک انگاره قدیمی و منسوخ‌شده است. بانک می‌تواند بدون پایه پولی مورد نیاز خودش هم خلق پول و تسهیلات کند و بعد با ذخایری که ندارد، به‌صورت اتوماتیک اضافه‌برداشت از بانک مرکزی انجام دهد. این مسئله هم که درباره خط قرمز پایه پولی گفته می‌شود، خیلی وجاهت ندارد و باید بیشتر به آن پرداخت.

این کارشناس اقتصادی درباره رویکرد دولت سیزدهم با ناترازی بانک‌ها توضیح داد: باز گذاشتن دست بانک‌ها در پرداخت سود سپرده و عدم نظارت بانک مرکزی به بانک‌های خصوصی در دولت قبل باعث ناترازی بانک‌ها شده بود، اما رویه‌ای که دولت قبل داشته را این دولت هم به‌صورت خفیف در بانک مرکزی ادامه می‌دهد. اشتباهی که در سال ۱۳۹۲ اعضای اقتصادی دولت و بانک مرکزی گرفتند و نگذاشتند پایه پولی افزایش پیدا کند و دولت از منابع بانک مرکزی استفاده کند، نتیجه‌اش این شد که از یک طرف سختگیری کردند و از طرف دیگر بانک‌ها به‌دلیل سیاستگذاری نادرست دولت و بانک مرکزی، مجبور به اضافه‌برداشت شدند و پایه پولی به‌صورت خودکار افزایش پیدا کرد. به گفته او، الان هم در اظهارات مقامات بانک مرکزی شنیده می‌شود که خط قرمز ما پایه پولی است و نمی‌خواهیم که پایه پولی افزایش پیدا کند؛ که این موضوع تا حدی نیاز به اصلاح دارد و بانک مرکزی باید از حالت انفعالی که الان در ایجاد پایه پولی از طریق اضافه برداشت دارد، فعال‌تر شود و ذخایر مورد نیاز بانک‌ها را از طریق خطوط اعتباری که برای یک سری پروژه‌های خاص در نظر گرفته می‌شود، به نظام بانکی و بانک‌ها تزریق کند. بانک مرکزی باید توجه داشته باشد که در هر سال مالی حدی از افزایش پایه پولی، در حد ۳۵ درصد اجتناب‌ناپذیر است و تعیین کیفیت این افزایش پایه پولی هم که منجر به اصلاح رفتار بانک‌ها و تعیین نرخ سود بانکی دست بانک مرکزی است.

«عباس‌پور» خاطرنشان کرد: بنابراین بانک مرکزی به‌جای اینکه جلوی رشد پایه پولی را از محل بدهی‌های دولت بگیرد و این رشد پایه پولی از طریق اضافه برداشت بانک‌ها رخ دهد که یک رشد پایه پولی بی‌کیفیت است، باید در حد همان کنترل‌شده سالانه از طریق خطوط اعتباری و افزایش بدهی دولت پایه پولی را رشد دهد برای اینکه هم یک سری پروژه‌های اقتصادی مشخص و پیشران تامین مالی شوند و هم ذخایر موردنیاز برای حیات شبکه بانکی از کانال پرداخت تسهیلات و سپرده‌گیری با تسهیل روبه‌رو شود.

وی درباره اظهارات رئیس کل بانک مرکزی دولت قبل درخصوص نقش تامین مالی دولت در اضافه‌برداشت از بانک‌ها توضیح داد: این مباحث بیشتر رویکرد سیاسی دارد تا کارشناسی اقتصادی. رویکرد بانک مرکزی چندان تغییری نکرده است؛ در دوره آقایان همتی، صالح‌آبادی و فرزین سیاست‌های پولی بانک مرکزی همین بوده است. بنابراین پرداختن به این موضوعات هیچ ارزش افزوده‌ای از نظر سیاستگذاری و بهبود تصمیم‌گیری در کشور ندارد و صرفا یک سری جدل‌ها و بازی‌های سیاسی است.

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای ۹ هزار واحد دیگر ریخت

سومین روز خروج پول و ریزش بورس

فرصت امروز: روند نزولی بورس تهران یک روز دیگر ادامه یافت و برای سومین روز متوالی، نماگرهای بورسی ریزش کردند و پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. فولاد، فملی و فارس از جمله نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل بورس داشتند. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۲ دی ماه، شاخص کل بورس تهران ۹ هزار و ۵۱۰ واحد نسبت به روز کاری قبل پایین‌تر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۱۵۸ هزار و ۷۹۹ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۲ هزار و ۵۱ واحدی در تراز ۷۵۵ هزار و ۹۳۸ واحدی ایستاد. همچنین شاخص کل فرابورس با افت ۹۸ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۲۱۹ واحد رسید. روز گذشته خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای سومین روز متوالی منفی شد و ۲۴۴ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد تا در مجموع سه روز اخیر بیش از ۷۰۰ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بورس خارج شده باشد. نماد دی همانند دو روز گذشته بیشترین خروج پول حقیقی را با رقم ۳۴ میلیارد تومان ثبت کرد. نمادهای ثپردیس، سیمرغ، کرومیت و شپدیس نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین خروج پول حقیقی ایستادند. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای حآفرین، شگستر، نیان، کوثر و نخریس تعلق گرفت.

فولاد، فملی و فارس از نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. ذوب، افق و سدشت نیز از نمادهای سبزپوش بودند که اثر مثبت روی شاخص کل گذاشتند. در بازار فرابورس نیز نمادهای بپاس، زاگرس و وسپهر با بیشترین اثر کاهنده و نمادهای کوثر، آریا و هجرت با بیشترین اثر فزاینده بر شاخص کل همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس، نماد داتام بیشترین تراکنش را داشت و ثشاهد و ذوب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز زماهان، حآفرین و کرومیت بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۲ هزار و ۱۷۲ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۴ هزار و ۹۲۶ میلیارد تومان بود که ۴۰ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۵ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۷۹۵ میلیارد تومان رسید. نماد کرومیت بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۲۸ میلیارد تومان بود. پس از کرومیت، حآفرین بیشترین ارزش معاملات را داشت و ثپردیس رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد زماهان و ثشاهد در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام حآفرین با تعداد ۳۱۵ میلیون و ۹۹۴ هزار و ۳۴۱ سهم در صدر قرار گرفته است. ثامید در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به شستا تعلق داشت. دو نماد کوثر و چکاپا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در پایان معاملات سه‌شنبه، ۵۰ نماد صف خرید داشتند و ۶۰ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۲۵ درصدی نسبت به روز قبل به ۳۶۳ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۰٫۳ درصدی به ۲۷۵ میلیارد تومان رسید.

براساس این گزارش، شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در معاملات روز گذشته کمتر از نیم درصد دیگر افت کرد تا با افت بیش از ۹ هزار واحدی، کلکسیون افت‌های نیم واحدی خود را در این روزها تکمیل کرده باشد. در جریان معاملات روز سه‌شنبه در بازار بورس و اوراق بهادار تهران، ارزش معاملات به رقم ۴۲۰۰ میلیارد تومان رسید تا باز هم در کنار افت‌های بی‌رمق در بازار بورس و اوراق بهادار، ارزش معاملات در این بازار رو به افول سیر کند. ارزش بازار نیز خود را به رقم ۷۵۰۰ هزار میلیارد تومانی نزدیک‌تر کرد تا بازدهی بازار نسبت به بازارهای موازی باز هم کمتر شود. فولاد و نماد فملی برای یک هفته مداوم در صدر نمادهایی بودند که بیشترین تاثیر منفی را روی شاخص کل داشتند و دیروز نیز در کنار نمادهای فارس و شپنا، مسیر شاخص را نزولی رسم کردند. گروه خودرویی، فلزات اساسی و گروه انبوه‌سازی همچون روز گذشته، رتبه‌های اول تا سوم را در ارزش معاملات به خود اختصاص دادند و به ترتیب ارزش معاملاتی ۲۲۶، ۲۸۸ و ۱۸۶ میلیارد تومانی را در این روز ثبت کردند. نمادهای شگستر و ثبهساز نیز به ترتیب با ۱۲ و ۸ میلیارد تومان خالص ورود پول‌های حقیقی به عنوان نمادهایی که بیشترین ورود پول حقیقی را به خود اختصاص دادند، در بازار شناخته شدند و در مقابل، نمادهای سیمرغ و شپدیس با خالص خروج ۱۴ و ۱۱ میلیارد تومانی پول حقیقی‌ها از جمله نمادهایی بودند که در بازار به عنوان برترین‌های خروج پول حقیقی بر سر زبان‌ها افتادند.

صنعت نساجی چگونه رو به افول گذاشت؟

خزان تولید پوشاک در ایران

اقتصاد پوشاک در ایران معیوب است و بخش قابل توجهی از پوشاک به صورت قاچاق وارد بازار می‌شود؛ تا جایی که به گفته نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، «۴۰ تا ۵۰ درصد پوشاک موجود در بازار قاچاق است که به‌صورت استوک یا مسافرتی وارد می‌شود.» این آمار را «مجید نامی» در اردیبهشت‌ماه امسال اعلام کرد؛ یکی از آخرین آمارهای ارائه‌شده درباره قاچاق پوشاک که البته عجیب‌ترین آن نیست. عدد دیگر از حجم ۷۰ درصدی قاچاق پوشاک در کشور سخن می‌گوید و نزدیک به ۱۷ سال است که صنعت پوشاک کشور، در آیینه آمار چنین وضعیتی دارد. نایب‌رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران در جایی دیگر می‌گوید، همواره در سال‌های گذشته کالاهایی که مربوط به پوشاک و نساجی بودند، جزو رده‌های اول تا سوم کالاهای قاچاق به داخل مملکت محسوب می‌شدند، این در حالی است که از سال ۱۴۰۱، پوشاک صدرنشین قاچاق کالا به کشور شده است.

نتیجه جست‌وجوی ساده درباره پوشاک چنین است: «مهدی یکتا»، دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران در بهمن‌ماه ۱۳۹۳ گفت: «۷۰ درصد پوشاک موجود در بازار ایران، خارجی است که نزدیک به صد درصد آن به صورت قاچاق وارد می‌شود.» همچنین «رحیم زارع»، سخنگوی کمیسیون اقتصادی وقت مجلس در تیرماه ۱۳۹۶ از قاچاق ۷۰ درصدی پوشاک کشور گفته بود و حالا «سعید جلالی قدیری»، دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران هم می‌گوید: «بیش از یک‌سوم بازار پوشاک را کالای قاچاق تشکیل می‌دهد.» با جست‌وجویی ساده می‌توان تاریخی طولانی از قاچاق پوشاک را کشور را به‌دست آورد؛ آمارهایی که از هم سبقت گرفته‌اند و همگی گویای این هستند که مسئله قاچاق پوشاک در کشور جدی است؛ چه ۱۲ سال قبل که مرکز پژوهش‌های مجلس، گزارش «بررسی قاچاق پوشاک در ایران» را منتشر کرد و قاچاق پوشاک را از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ بررسی کرد و چه امروز که می‌گویند ۷۰ درصد بازار پوشاک در اختیار محصولات قاچاق است. همه اینها یک پیام دارد؛ صنعت ۱۱۰ساله نساجی در ایران در حال ورشکستگی است.

به گزارش «آینده‌نگر»، حدود ۱۲ سال قبل در گزارش مرکز پژوهش‌ها در سال ۱۳۹۰ اعلام شد که براساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، گروه کالایی پوشاک پس از مشروبات الکلی در مجموع دو سال ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ در رتبه دوم اقلام مکشوفه قاچاق قرار دارد که ۱۷ درصد کل قاچاق کشور بود. در سال ۱۳۸۹ آمار قاچاق به ۳۰۰ درصد رسید؛ یعنی بیش از سه برابر واردات رسمی آن و حالا «مجید افتخاری»، عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران می‌گوید: «قاچاق پوشاک به وضعیت قبل از سال ۱۳۹۷ برگشته است» و این یعنی سیاست پنج‌ساله ممنوعیت واردات پوشاک به کشور شکست خورده است. همان سیاستی که وقتی در سال ۱۳۹۷ دغدغه ارز برای کشور پیش آمد، تأمین ارز مورد نیاز کالای اساسی در اولویت قرار گرفت و واردات ۱۳۳۹ قلم کالا ممنوع شد؛ ثبت سفارش پوشاک هم از ۳۰ خردادماه ۱۳۹۷ ممنوع شد ولی ورود پوشاک خارجی به کشور به خط پایانی نرسید. از طرفی در اسفندماه ۱۴۰۰، «مصطفی پورکاظم شایسته» معاون حقوقی و امور مقابله ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، رقم قاچاق پوشاک به کشور را بسیار کمتر اعلام کرد و در گفت‌وگو با یکی از رسانه‌ها گفت: «ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز هنگامی که کار خود را در زمینه مقابله با قاچاق پوشاک آغاز کرد کشور با قاچاق ۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلاری پوشاک مواجه بود، اما در سال ۱۳۹۸ قاچاق پوشاک به یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار کاهش یافت و در سال ۱۳۹۹ براساس ارزیابی‌های نیمه‌رسمی انجام‌شده، حدود ۸۵۰ میلیون دلار قاچاق پوشاک در کشور انجام شده بود و میزان قاچاق پوشاک انجام‌شده در سال ۱۴۰۰ به محدوده ۳۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلار رسید.»

براساس این گزارش، هرچند افزایش نرخ تورم و رشد قیمت‌ها منجر به کاهش قدرت خرید و در نتیجه، افت میزان خرید پوشاک از سوی مردم شده است، اما به نظر می‌رسد همچنان موضوع قاچاق پوشاک، یکی از معضلات عمده این بازار به شمار می‌رود. قاچاق پوشاک، موضوعی جدی است و در کنار آن، موانع و مشکلات دیگری نیز این صنعت را تهدید می‌کند. می‌خواستند تولید پوشاک سامان بگیرد، اما این چنین نشد؛ بازار قاچاق رونق گرفت و به ۷۰ درصد رسید. از سال ۱۳۹۷ با اجرای قانون ممنوعیت واردات پوشاک به کشور، بنا بود تولیدکننده داخلی نیاز بازار را تامین کند، اما نه‌تنها قدرت خرید خانوار پایین‌تر آمد بلکه سالانه بنا به آمارهای ارائه‌شده، بیش از ۶ میلیارد دلار ارز از کشور خارج می‌شود و در نهایت نه دولت کامیاب شد و نه تولید کامروا؛ دولت درآمد خود را از دست داد و صنعت پوشاک نیز قافیه را به رقبای ترک، چینی و بنگلادشی باخت. در این زمینه، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی که گزارش مفصلی از قابلیت‌های بالای صنایع نساجی و پوشاک و نقش آنها در صنایع دیگر کشور و رشد آنها تهیه کرده، پنج راهبرد اصلی را برای بهبود شرایط این دو صنعت ارائه کرده است که مهمترین راهبردها شامل بهبود فناوری‌های مورد استفاده در صنعت نساجی به‌منظور کاهش انحصارات، ایجاد واحدهای جدید پتروشیمی به منظور تامین مواد اولیه موردنیاز و توسعه ظرفیت‌های صادراتی با تمرکز همزمان بر تنوع‌بخشی به سبد محصولات و مقاصد صادراتی است.

صنعت نساجی در ایران با وجود پرقدمت بودن، سهمش از ۲۵٫۵ درصد از ارزش‌افزوده کل بخش صنعت در سال ۱۳۷۰ به حدود ۵ درصد در سال ۱۳۹۸ افول کرد و چنین وضعیتی نیازمند تدوین راهکارها و نقشه راه است. البته صنعت نساجی، چالش‌های فراوانی دارد؛ چالش‌ها و موانع موجود بر سر راه صنایع نساجی و پوشاک را می‌توان در سه سطح «چالش‌ها و نقایص موجود در محیط داخلی (زنجیره ارزش)»، «چالش‌های برآمده از عملکرد محیط خارجی نزدیک (مشکلات ساختاری صنایع نساجی و پوشاک)» و «چالش‌ها و مسائل ناشی از محیط خارجی دور (سیاستی)» دسته‌بندی کرد. در گزارشی که از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس در این خصوص منتشر شده، راه‌حل مشکلات صنایع نساجی و پوشاک در پنج راهبرد پیشنهادی ارائه شده است. در اولین راهبرد ارائه‌شده، بر ایجاد و تکمیل زنجیره تامین پایدار و باکیفیت در صنایع نساجی و پوشاک و صنایع پشتیبان آن تاکید و در این راستا، به اقداماتی از جمله هماهنگی وزارتخانه‌های صمت و نفت به‌منظور نیازسنجی و برنامه‌ریزی برای ایجاد واحدهای جدید پتروشیمی در راستای تامین مواد اولیه موردنیاز صنایع داخلی متناسب با سیاست صنعتی و ملاحظات سند ملی آمایش سرزمین، توسعه شهرک‌های صنعتی نساجی و پوشاک با رعایت ملاحظات سند ملی آمایش سرزمین، طراحی مشوق‌ها برای ایجاد روابط پایدار و شکل‌گیری پیوندهای افقی و عمودی میان صنایع نساجی با تولیدکنندگان مواد اولیه و تولیدکنندگان پوشاک، ارائه سیاست‌های حمایتی برای تشویق تجمیع تقاضای تجهیزات موردنیاز صنایع نساجی و پوشاک و توسعه نظام تامین مالی زنجیره‌ای اشاره شده است.

در راهبرد دوم که با عنوان بهبود فناوری‌های مورد استفاده در صنعت نساجی به‌منظور کاهش انحصارات و بهبود بازیافت پساب صنعتی مطرح شده است، اقداماتی از قبیل اعطای معافیت‌ها و مشوق‌ها به واحدهای نوآور متناسب با شاخص‌های خروجی محور قابل‌رصد و ارائه برنامه جامع بازسازی و نوسازی صنایع کشور با اولویت واحدهای نساجی به‌ویژه بافندگی، در رأس قرار گرفته‌اند. همچنین در راهبرد سوم که با عنوان توسعه ظرفیت‌های صادراتی با تمرکز هم‌زمان بر تنوع‌بخشی به سبد محصولات و مقاصد صادراتی مطرح شده است، اقداماتی از قبیل طراحی سازوکار تولید مشترک با برندهای منطقه‌ای و جهانی با بهره‌گیری از مزیت نیروی کار ارزان، بازنگری در تعرفه واردات مواد اولیه و واسطه‌ای تولیدات نساجی و پوشاک با توجه به عمق ساخت داخل و نیاز این صنایع و تقویت بازرسی‌ها و سامانه‌های اطلاعاتی در مبادی ورودی کشور برای مبارزه موثرتر با قاچاق به عنوان راهکارهای لازم اعلام شده‌اند.

در راهبرد چهارم نیز با عنوان توسعه برندهای ملی به‌منظور حضور در بازارهای جهانی و زنجیره‌های ارزش بین‌المللی، اقداماتی از قبیل ایجاد پنجره واحد ثبت نشان تجاری، ساماندهی صادرات شرکت‌ها در قالب شرکت‌های مدیریت صادرات یا چتر برند ملی و توسعه پلتفرم‌های مشترک بازاریابی و فروش صنایع نساجی و پوشاک با تاکید بر نمایندگی‌های چندبرندی در بازار داخلی و خارجی مورد اشاره قرار گرفته‌اند. در راهبرد پنجم بر تغییر ساختار بنگاهی صنایع نساجی و پوشاک به سمت ساختار متکی بر مقیاس و رقابت تاکید شده است و در این راستا بر توسعه مراکز مهارتی طراحی و مد، ایجاد مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه تجهیزات موردنیاز صنایع نساجی و پوشاک، بازنگری در نظام ارزیابی کیفیت متناسب با استانداردهای جهانی و منطقه‌ای، بازنگری در نظام خدمات پس از فروش نمایندگی‌ها، کاهش هزینه‌های بازاریابی و فروش در طول زنجیره در جهت کاهش قیمت مصرف‌کننده و افزایش تقاضا از طریق روش‌های مدرن نظیر فروش اینترنتی و طراحی پلتفرم شبکه‌سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط با بنگاه‌های بزرگ صنعت در قالب روابط قراردادی و غیرقراردادی تاکید شده است. سخن پایانی آنکه، برای رهایی صنعت نساجی و صنعت پوشاک در ایران باید راهبردهای رهایی‌بخش در پیش گرفت؛ مسیری که باعث رونق تولید داخلی در مقابل قاچاق پوشاک شود؛ وگرنه در غیر این صورت، مسیر برعکس خواهد شد.

فهرست طلایی فرصت امروز برای بازاریاب‌ها

تولید محتوا با بهترین اپ‌های دنیا

نویسنده: علی آل‌علی

تولید محتوایی که همه کاربران را میخکوب کند، آرزوی دیرینه هر کسی که حتی یک دقیقه تجربه بازاریابی داشته باشند. همانطور که کارگردان‌های حرفه‌ای دوست دارند فیلم‌شان جلوه‌های ویژه بی‌نظیری داشته باشد، بازاریاب‌ها هم برای محتوایی چشم‌نواز به آب و آتش می‌زنند. اگرچه هنوز کلی از بازاریاب‌ها از روش‌های عهد باستان برای تولید محتوا یا ویرایش آن استفاده می‌کنند، اما در دنیای تمام دیجیتال امروز شما لازم نیست خیلی خودتان را به زحمت بیندازید. هرچه باشد گوشی‌های هوشمند این روزها در دست همه مردم هست و کلی هم اپ برای دانلود پیش پای من و شما قرار دارد. خبر خوش اینکه بعضی از اپ‌ها به طور کاملا اختصاصی برای کمک به تولید محتوای بهتر طراحی شده‌اند. ماجرا همین اول کاری حسابی جذاب شد، نه؟

اگر از مخاطب‌های پر و پاقرص روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب می‌دانید ما همیشه دنبال ساده‌ترین راهکارها برای فعالیت در دنیای بازاریابی هستیم. اگر شما هم دوست دارید بدون دردسر اضافه محتوایی جذاب برای مشتریان طراحی کنید، این مقاله همان نقشه گنجی است که دنبالش بودید. ما در ادامه نگاهی به بهترین اپ‌های دنیا برای کمک به کارآفرینان یا حتی بازاریابی در هزارتوی تولید محتوا می‌اندازیم.

شاید از خودتان بپرسید تا وقتی کلی نرم‌افزار سنگین برای تولید محتوا دم دست هست، چرا اصلا باید به اپ‌ها اعتماد کرد؟ جواب ما برای این سوال یکی از کوتاه‌ترین پاسخ‌های تاریخ خواهد بود: اپ‌ها همیشه در دسترس هستند!

آدم‌ها در طول روز خیلی از چیزها را فراموش می‌کنند. شما را نمی‌دانم، ولی من که در ۲۴ ساعت شبانه روز محال است حتی یک دقیقه هم گوشی‌ام را فراموش کنم. دقیقا به همین خاطر در این مقاله تاکید ما بر روی اپ‌های کاربردی برای تولید محتواست؛ چراکه با آنها شما همیشه و همه جا فرصت تولید محتوا خواهید داشت؛ آن هم بدون دنگ و فنگ حمل لپ تاپ.

حالا که در قالب یک مقدمه کوتاه کمی با هم درباره اپ‌های موبایلی گپ زدیم، نوبتی هم باشد باید فهرست طلایی‌مان در روزنامه فرصت امروز را بررسی کنیم. ما اینجا برای اینکه کار شما ساده شود، کل فهرست را به دو بخش اپ‌های ویرایش تصویر و ویدئو تقسیم کرده‌ایم. خب دیگر کمربندهای‌تان را محکم ببندید تا تخته گاز به سمت تولید محتوای بهتر حرکت کنیم.

بازاریابی با چاشنی اپ‌های کاربردی

قبل از اینکه یک راست برویم سراغ اصل مطلب، بد نیست درباره انتظارات اصلی بازاریاب‌ها از اپ‌های تولید محتوا صحبت کنیم. به زبان خودمانی، انتظار شما از یک اپ ایده‌آل برای تولید محتوای درست و حسابی چیست؟ قبول دارم این سوال سخت‌تر از آن است که به تنهایی جوابش را پیدا کنید. پس اجازه دهید قبل از اینکه سوال‌مان حسابی روی اعصاب‌تان برود، یک جواب هوشمندانه را با هم مرور کنیم. اگر قرار باشد چند تا از بهترین ویژگی‌های اپ‌های ویرایش محتوا را نام ببریم، احتمالا مواردی شبیه این نتیجه کارمان خواهد شد:

- تغییر سایز و حجم ویدئو و تصاویر
- ایجاد تصاویر کاملا گرافیکی و ویرایش آنها
- سازگاری با آپلود مستقیم در شبکه‌های اجتماعی و صدالبته بقیه اپ‌های ویرایشی
- استفاده از ابزارهای حرفه‌ای برای مدیریت تغییرات اعمالی بر روی عکس یا ویدئو

حالا شما یک مجموعه معیارهای نسبتا حرفه‌ای برای ارزیابی اپ‌های مختلف دم دست‌تان دارید. همانطور که یک راننده حرفه‌ای قبل از اینکه ماشینی بخرد، با معیارهای خودش آن را تست می‌کند، شما هم اینجا باید با استفاده از معیارهای بالا تک تک اپ‌های لیست‌مان را مثل منتقدهای سختگیر زیر ذره بین ببرید. خب اگر آماده‌اید کارمان را شروع کنیم.

اپ‌های ویژه طراحی و ویرایش عکس

کانوا (Canva): ساده، دوست‌داشتی و کار راه‌انداز!

آدم لازم نیست حتما یک بازاریاب یا گرافیست حرفه‌ای باشد تا اسم کانوا به گوشش بخورد. این روزها حتی کاربران ساده برای ویرایش استوری اینستاگرام شان هم از کانوا استفاده می‌کنند. البته این به معنای حرفه‌ای بودن همه در استفاده از این اپ حیرت‌انگیز نیست. همانطور که فوتبال بازی کردن با دوستان از زمین تا آسمان با مسابقات جام جهانی فرق دارد، اینجا هم بازاریاب‌های حرفه‌ای کارهایی با کانوا می‌کنند که حتی به ذهن کاربران عادی هم نمی‌رسد.

فرقی ندارد کار گرافیکی شما ویرایش پست در اینستاگرام باشد یا دنبال طراحی قالبی برای خبرنامه برندتان هستید، در هر صورت کانوا قالب‌های آماده و هزاران امکانات گوناگون برای طراحی مدل‌های گرافیکی دم دست‌تان قرار می‌دهد. فکت جالب اینکه کانوا بیشتر از اینکه به خاطر امکانات ویرایشی‌اش محبوب باشد، کاربران را با آرشیو گسترده تصاویر استاک حیرت‌زده می‌کند. کافی است یک جست و جوی ساده در کانوا انجام دهید تا با میلیون‌ها تصویر گرافیکی آماده رو به رو شوید؛ به همین سادگی.

اگر فکر می‌کنید آنقدر بازاریاب حرفه‌ای هستید که دیگر احتیاجی به تصاویر استاک ندارید، کانوا بازهم به دردتان می‌خورد. در این اپ شما امکان تولید محتوا از نقطه صفر را هم دارید. شاید رابط امکانات تولید محتوای کانوا به فوتوشاپ قابل مقایسه نباشد اما در عوض یک رابط کاربری بی‌نهایت ساده دارد که دل هر بازاریابی را خواهد برد. به علاوه، با کمی گشت و گذار در گوگل کلی ویدئو آموزشی درباره نحوه کار با کانوا به تورتان می‌خورد. دقیقا به همین دلایل ما فهرست‌مان را با کانوا شروع کردیم.

یادتان باشد کانوا در دو نسخه رایگان و پولی در دسترس کاربران قرار دارد. همان طور که می‌شود حدس زد، نسخه پرمیوم کانوا کلی امکانات رنگارنگ دارد. با این حال اگر تازه اول راه هستید، نسخه رایگان هم کارتان را راه می‌اندازد. اگر از ما می‌شنوید، اول کارتان را با نسخه رایگان کانوا شروع کنید و بعدا دنبال ولخرجی‌های گوناگون بروید. نکته جالب اینکه کانوا در هر دو نسخه‌اش هماهنگی فوق‌العاده بالایی با شبکه‌های اجتماعی دارد. به طوری که شما حتی امکان بارگذاری مستقیم پست از اپ کانوا در اینستاگرام یا بقیه پلتفرم‌ها را دارید.

پیکس آرت (Picsart): اپی همه فن حریف

آیا تا حالا به سرتان زده کمی با تنظیمات نور یا شفافیت تصاویر بازی کنید؟ احتمالا همان اوایل که بازار اپ‌های ویرایش عکس داغ بود، یکی دو بار از این کارها کرده‌اید. به علاوه، همه ما تجربه دستکاری عکس‌های مختلف در نرم‌افزار نوستالژیک پینت (Paint) ویندوز را داریم؛ همان اپ دوست داشتنی که هنوز هم در ویندوز ۱۰ و ۱۱ به چشم می‌خورد. اشتباه نکنید، ما با این مقدمه اصلا قصد نداریم سطح انتظارتان را پایین بیاوریم، در عوض اپ مورد نظرمان قدمتی به اندازه گوشی‌های هوشمند دارد.

پیکس آرت یکی از اپ‌های قدیمی و صدالبته همه فن حریف برای طراحی محتوای گرافیکی و ویرایش آنهاست. شما در این اپ تقریبا هر گزینه ویرایشی که فکرش را بکنید، دم دست خواهید داشت. البته شهرت اصلی پیکس آرت بین بازاریاب‌ها به خاطر طراحی کلاژهای حرفه‌ای است. اگر شما هم دوست دارید عکس‌های مختلف را با هم ترکیب کرده و یک محتوای درجه یک به دست بیاورید، پیکس آرت همان گزینه‌ای است که منتظرش بودید.

از نظر رابط کاربری، پیکس آرت بین کانوا و فوتوشاپ قرار می‌گیرد. در حالی که اپ پیکس آرت رابط کاربری خیلی ساده‌ای ندارد اما تجربه‌ای بسیار بهتر از سرگردانی در منوی فوتوشاپ خواهد بود. به همین خاطر معمولا بازاریاب‌هایی که کمی حرفه‌ای‌تر هستند، سراغ پیکس آرت می‌روند. به علاوه، از نظر حجم گزینه‌های تولید و ویرایش محتوا، پیکس آرت حتی به گردپای کانوا هم نمی‌رسد. با این حال برای بازاریاب‌های آماتور همیشه گزینه خوبی محسوب می‌شود.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم مهمترین مزیت پیکس آرت که اتفاقا آن را وارد فهرست طلایی ما کرده، امکان اضافه کردن متن به عکس‌هاست. قبول دارم این ویژگی در خیلی از اپ‌ها به چشم می‌خورد، اما اگر گزینه اضافه کردن فونت را وارد ماجرا کنیم، آن وقت همه چیز فرق خواهد کرد. شما را نمی‌دانم، ولی اضافه کردن متن با فونت دلخواه برای من آنقدر جذاب هست که یک اپ جداگانه برایش روی موبایلم نصب کنم. پس بهتر است به پیکس آرت از این زاویه هم نگاه کنید.

لایت روم (Lightroom): جایی برای حرفه‌ای‌ها

تا اینجای کار ما چندباری به فوتوشاپ اشاره کردیم. شاید فکر کنید در این فهرست خبری از این اپ قدیمی باشد، اما راستش را بخواهید ما به جای آن سراغ نسل جدیدتر نرم‌افزار ویرایش تصاویر شرکت ادوبی رفته‌ایم. لایت روم علی رغم مدت زمانی کوتاهی که به بازار عرضه شده، حسابی بین عکاس‌ها گرد و خاک کرده است. به طوری که این روزها همه استفاده از این اپ را لازمه تولید محتوا می‌دانند.

بی‌شک شما هم بارها و بارها تعریفات بی‌نهایت متنوعی از لایت روم شنیده‌اید. اینطور وقت‌ها آدم پیش خودش فکر می‌کند واقعا چرا چنین اپی اینقدر مشهور است. ما در ادامه سعی می‌کنیم با بررسی بعضی از امکانات لایت روم جواب سوال بالا را بدهیم.

اجازه دهید اول از همه کارمان را با رابط کاربری لایت روم شروع کنیم. خیلی از بازاریاب‌ها حسابی از دست رابط کاربری فوتوشاپ کلافه هستند. برای این دسته از کارآفرینان رابط کاربری مثل دکور دفتر کار باید کاملا ساده و سرراست باشد. خوشبختانه لایت روم در این مورد دل بازاریاب‌ها را به دست آورده است. چراکه یک منوی بی‌نهایت ساده با گزینه‌هایی روشن دارد.

وقتی شما اپ لایت روم را نصب می‌کنید، یک کتابخانه شخصی برای آپلود تصاویر و دسته‌بندی آنها خواهید داشت. اینطوری دیگر هیچ وقت عکس‌های‌تان با هم قاطی نمی‌شود. به علاوه، شما با فعال کردن تگ مکانی دیگر دغدغه یادآوری لوکیشن عکس‌ها را هم نخواهید داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

لایت روم نه تنها به فکر عکاس‌ها و بازاریاب‌ها بوده، بلکه برای کاربران عادی هم کلی امکانات رنگارنگ دارد. از طراحی آلبوم تصاویر گرفته تا اسلاید شو و خروجی وب، همه و همه فقط با انتخاب چند گزینه دم دست‌تان خواهد بود. علاوه بر اینها، هوش مصنوعی لایت روم به طور خودکار ویرایش‌های مناسب بر روی عکس‌تان را نیز اعمال خواهد کرد. اینطوری دیگر جایی برای شک و تردید درباره کیفیت لایت روم باقی نمی‌ماند. خب تا وقتی خودِ لایت روم همه کارها را انجام می‌دهد، اصلا چرا باید دست به سیاه و سفید بزنیم؟

اپ‌های ویژه طراحی و ویرایش ویدئو

لومن ۵ (Lumen۵): محبوب‌ترین اپ ویدئویی دنیا

گاهی اوقات یک برند آنقدر مشهور هست که دیگر رقبا اصلا به چشم نمی‌آیند. مثلا نایک را در نظر بگیرید. تا وقتی پای محصولات این برند وسط باشد، حتی یک نفر هم به استارت‌آپ‌های تازه کار یا حتی برندهای محلی نگاه هم نخواهد کرد. این ماجرا درباره اپ لومن ۵ نیز مصداق دارد. البته در این مورد به جای تجهیزات ورزشی پای ویرایش محتوای ویدئویی وسط است.

اولین و شاید مهمترین ویژگی لومن ۵ مربوط به هوش مصنوعی حیرت‌انگیزش است. به طوری که شما در طول ویرایش ویدئو بارها و بارها با توصیه‌های این اپ برای بهبود کیفیت ویرایش رو به رو خواهید شد. به علاوه، المان‌های گرافیکی پیشفرضی که این ابزار ارائه می‌دهد، در نوع خودش بی‌نظیرست. در کنار این موارد، اگر ویدئوی‌تان به هر دلیل تار یا همراه با نور بد ضبط شده، لومن ۵ بدون هیچ دردسری آن را به بهترین شکل ممکن ویرایش می‌کند. کافی است به طور دستی یا با اعتماد به هوش مصنوعی این اپ کارتان را پیش ببرید. آن وقت تازه لذت تولید محتوا را کشف خواهید کرد.

از آنجایی که یادگیری نحوه کار با اپ‌های مختلف یکی از نکات کلیدی در تولید محتواست، ما لومن ۵ را به شما پیشنهاد می‌کنیم. مثل خیلی از اپ‌های مشهور دیگر، با یک جست و جوی ساده کلی ویدئوی آموزشی درباره این اپ به پست‌تان خواهد خورد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و حسابی با لومن ۵ معادلات تولید محتوای‌تان را تغییر دهید. آن وقت می‌توانید به راحتی آب خوردن از خجالت هر رقیبی دربیایید.

آی مووی: ویدئویی به کیفیت آثار سینمایی

یکی از گزینه‌های دائمی برای یک روز عالی رفتن به سینماست. به ویژه اگر کارگردان‌های مشهور هم آثارشان روی پرده نقره‌ای باشد، دیگر هیچ چیز جلودار فیلم بازهای حرفه‌ای نخواهد بود. اگرچه تماشای فیلم تفریح بی‌نهایت جذابی است اما آیا تا حالا فکر کرده‌اید چطور این آثار کیفیت فیلم‌برداری و ویرایشی تا این حد بالا دارند؟ اپ آی مووی قدم به قدم جواب سوال بالا را می‌دهد؛ آن هم با کمک به شما برای ویرایش بی‌عیب و نقص ویدئوهای‌تان.

آی مووی دقیقا از همان الگوریتم و ابزارهایی استفاده می‌کند که در ویرایش فیلم‌های سینمایی کاربرد دارد. با این حساب شما با نصب این اپ می‌توانید ژست کارگردان‌های بزرگ را گرفته و اثر هنری‌تان در دنیای بازاریابی را خلق کنید. رابط کاربری این اپ آنقدر ساده است که حتی لازم نیست در گوگل دنبال ویدئوهای آموزشی‌اش باشید. به علاوه، آی مووی یک وبلاگ رسمی هم دارد که همه اطلاعات مورد نیازتان آنجا پیدا خواهد شد.

شاید تنها نکته منفی درباره آی مووی عرضه انحصاری‌اش برای کاربران محصولات اپل باشد. بنابراین اگر گوشی اندرویدی دارید، شاید آی مووی خیلی به مذاق‌تان خوش نیاید.

این شات (InShot): ویرایشگری ساده و رایگان

هیچ‌کس دوست ندارد در دنیای اپ‌ها پولی خرج کند. تا وقتی آدم به سرویس‌های رایگان دسترسی داشته باشد، پرداخت پول اصلا ایده جذابی نخواهد بود. در عوض خیلی از بازاریاب‌ها ترجیح می‌دهند ابزاری با امکانات محدود اما کاملا رایگان داشته باشند. اگر شما نیز چنین ذهنیتی دارید، به کلوپ بازاریاب‌های اقتصادی خوش آمدید. اجازه دهید با هم روراست باشیم، ۹۰ درصد بازاریاب‌ها در این کلوپ عضو هستند. البته مگر اینکه در برندهای مولتی میلیاردر مشغول بازاریابی باشید!

اپ این شات یکی از گزینه‌های بی‌نهایت جذاب برای ویرایش محتوای ویدئویی محسوب می‌شود. الین اپ جزو اولین گزینه‌هایی بود که با شروع موج گوشی‌های هوشمند روانه بازار شد. آپدیت‌های مداوم و تعهد توسعه‌دهندگان به ارائه خدمات رایگان برای مدت زمانی طولانی آن را در صدر فهرست اپ‌های کاربران قرار داد. اگرچه این روزها نرم‌افزارهای حرفه‌ای مثل ادوبی پرمیر حسابی در بازار گرد و خاک کرده‌اند، اما هنوز هم این شات با کلی ابزار گوناگون برای ویرایش ویدئو گزینه‌ای وسوسه‌برانگیز محسوب می‌شود.

از آنجایی که در طول سال‌های اخیر هزینه‌های مربوط به مدیریت کسب و کار به طور تصاعدی بالا رفته، مدیران این شات نیز کم کم به فکر ارائه خدمات پرمیوم افتاده‌اند. البته این خدمات بیشتر از اینکه مربوط به امکانات اپ باشد، شامل پشتیبانی‌های جانبی می‌شود. بنابراین اگر دوست دارید اثرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف داشته باشید، باید یکبار برای همیشه با انتخاب این شات کارتان را راحت کنید. البته قرار نیست این اپ امکانات خیلی عجیبی به شما بدهد. در عوض برای کسانی که تازه اول راه هستند یا قصد ویرایش‌های سنگین ندارند، بهترین گزینه ممکن خواهد بود.

اپ‌های گرافیکی چندکاره

این استوریز (InStories): بازاریابی بهتر با استوری‌های هیجان‌انگیز

آیا بدون اینکه به تیک آبی اکانت برندهای بزرگ توجه کنید، راهی برای تمایز اکانت‌های تجاری از شخصی دارید؟ قبول دارم این سوال بیشتر شبیه تست‌های کنکوری است اما نکته مهمی در پس آن نهفته است. یکی از ساده‌ترین روش‌ها برای تفکیک اکانت‌های تجاری از شخصی مربوط به مرور استوری‌های آن است. معمولا بازاریاب‌های حرفه‌ای از یک قالب مشخص برای طراحی و بارگذاری استوری استفاده می‌کنند. به همین خاطر وقتی نوبت به مقایسه می‌رسد، اکانت‌های شخصی در همان لحظه نخست حساب‌شان از برندها جدا خواهد شد.

شاید فکر کنید بازاریاب‌ها برای طراحی هر استوری از یک قالب نیمه آماده استفاده می‌کنند. در این صورت باید بگوییم سخت دراشتباهید؛ چراکه برندهای بزرگ پول اضافه ندارند که پای چنین کارهایی هدر دهند. در عوض اپ‌هایی مثل این استوریز به کارآفرینان فرصتی طلایی برای طراحی یک قالب و ذخیره آن برای استوری‌های بعدی می‌دهد. باور کنید یا نه، این کار نه تنها سخت نیست بلکه نوعی تفریح جالب برای بازاریاب‌ها نیز محسوب می‌شود. فقط کافی است اپ این استوریز را دم دست‌تان داشته باشید تا بقیه کارها خود به خود سر و سامان پیدا کند.

فرقی ندارد شما یک بازاریاب تازه کار باشید یا سال‌های سال تجربه پشت ایده‌های‌تان خوابیده باشد؛ در هر صورت این استوریز گزینه‌ای بی‌نهایت جذاب برای‌تان خواهد بود. هرچه باشد استوری‌های جذاب نیمی از مسیر بازاریابی موفق در شبکه‌های اجتماعی را تشکیل می‌دهد، مگر نه؟

پیکتو چارت (PiktoChart): اینفوگرافی فقط با چند کلیک!

آمارهای تخصصی معمولا خیلی سخت به مذاق کاربران عادی خوش می‌آید؛ چراکه کمتر کسی توانایی استفاده از آنها را داشته و گاهی اوقات فهم‌شان نیز بی‌نهایت سخت است. در عوض وقتی همان اطلاعات و آمارها در قالب نمودارهای گرافیکی بیان شود، اوضاع از زمین تا آسمان فرق خواهد کرد. اگر دقت کنید، حتی در جلسات کاری نیز معمولا از نمودارها استفاده می‌شود. خب وقتی خودِ مدیران هم میانه خوبی با آمارهای خام ندارند، چرا کاربران باید از آن استقبال کنند؟

باور کنید یا نه، خیلی از بازاریاب‌ها همینطور بی‌مقدمه آمارهای خام را جلوی مخاطب قرار می‌دهند. بعد هم حسابی شاکی می‌شوند که چرا مخاطب‌شان دائما ریزش دارد. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم استفاده از نمودارها کار راحتی نیست؛ چراکه بازاریاب‌ها باید آمارهای به درد بخوری برای این کار دم دست‌شان باشد. حالا اگر شما چنین آماری را دارید، تازه یکی از غول‌های مرحله آخر را پشت سر گذاشته‌اید. چالش بعدی تبدیل آمارهای مورد نظر به نمودارهایی جذاب است. ماجرا سخت‌تر از آن چیزی شد که فکرش را می‌کردید، نه؟

پیکتو چارت همان اپی است که برای طراحی نمودارهای گرافیکی لازم دارید. این اپ در دو نسخه رایگان و پرمیوم در دسترس قرار دارد، اما راستش را بخواهید هیچ دلیلی برای ولخرجی در بازار و استفاده از نسخه پولی‌اش نیست؛ چراکه در حالت رایگان نیز به خوبی کارتان را راه می‌اندازد. پس به جای اینکه الکی در بازار پول‌تان را هدر دهید، با همان نسخه رایگان کار را شروع کنید.

یکی از مزایای استفاده از پیکتو چارت امکان بهره‌مندی از قالب‌های پیشفرض آن است. اینطوری شما بدون اینکه خیلی به خودتان زحمت بدهید، نمودارتان آماده خواهد شد. خب مگر یک بازاریاب به غیر از نموداری حرفه‌ای که اتفاقا بدون زحمت زیاد هم طراحی شده، دیگر چه چیزی از دنیای کارآفرینی می‌خواهد؟

جمع‌بندی

این روزها اپ‌های بی‌نهایت متنوعی برای ویرایش عکس و ویدئو در دسترس من و شما قرار دارد. البته همین تنوع بیش از اندازه نیز گاهی اوقات دردسرساز می‌شود. کافی است یکبار هم که شده بین دوراهی استفاده از دو تا اپ مختلف گیر کرده باشید. آن وقت کلا قید تولید محتوا را خواهید زد. هدف ما در این مقاله کمک به شما برای شناسایی بهترین اپ‌های ممکن در زمینه تولید محتوا بود. از آنجایی که گوشی‌های هوشمند این روزها حسابی روی بورس هستند، ما به جای نرم‌افزارهای معمولی سراغ اپ‌ها رفتیم.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با اپ‌های کاربردی تولید محتوا کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی داشتید، کافی است یک پیام ساده به ما بدهید تا کارشناس‌های فرصت امروز در اسرع وقت به کمک‌تان بیایند.

منابع:

https://socialbee.io/blog/best-content-creation-apps/

https://www.nancycasanova.com/apps-and-tools-for-content-creation/

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۰۰۱۶۰۰۸۶۵۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمودآباد تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای / خانم مرجان ترک چین فرزند رمضانعلی بشماره شناسنامه ۱۱۱۱۶ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری زراعی) به مساحت ۱۹۶۶۰ مترمربع پلاک ۱۳۰۷ فرعی از ۱۸ اصلی بخش ۲ واقع در معلم کلا خریداری از مالک رسمی آقای سید عباس موسوی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است درصورت انقضاء مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

شناسه آگهی: ۱۶۲۵۵۳۹

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۰/۱۳

مهدی آزاد

رییس ثبت اسناد و املاک

مفقودی

برگ سبز خودرو سواری سیستم پژو تیپ پارس به رنگ سفید روغنی مدل ۱۳۹۰ شماره موتور ۱۲۴۸۹۳۳۳۷۷۳ شماره شاسی NAAN۲۱CA۴BK۴۴۹۶۶۵ شماره انتظامی ۹۱-۶۲۸ ص ۲۷ به نام عبدالرضا مظلومی کدملی ۱۶۳۹۲۲۶۹۷۴ مفقود و از درجه اعتبار ساقط است .

۹۲۰ خلخال

مفقودی

برگ کمپانی خودرو سواری پژو مدل ۱۳۹۵ خاکستری متالیک به شماره شاسی NAAM۳۱FE۰GH۰۲۱۵۵۱ و شماره موتور ۱۳۹H۰۱۲۰۶۴۰ شماره انتظامی ۸۵ ق ۳۲۷ ایران ۱۶ به نام مجید فرهی الانق مفقود گردیده است و فاقد اعتبار است.

اعلام مفقودی

برگ سبز و سند کمپانی و بنچاق خودرو سواری پراید مدل ۱۳۸۸ با شماره انتظامی ایران ۴۰ – ۷۸۵س۵۵ وشماره موتور ۲۹۸۸۱۲۵ شماره شاسی s۱۴۱۲۲۸۸۹۹۵۱۳۱ متعلق به آقای علی جدیدی زرنقی به شماره ملی ۰۰۸۴۱۲۴۹۹۷ مفقود گردیده وازدرجه اعتبارساقط می باشد.

آگهی مزایده اتومبیل

ششدانگ یک دستگاه اتومبیل سواری سمند ال ایکس سوخت: بنزین رنگ : آبی متالیک مدل ۱۳۹۱ به شماره ۸۱۱د۵۳ ایران ۷۲ شماره موتور ۱۲۴۹۰۳۷۹۱۶۸ و شماره شاسی ۱۱۷۶۳ naacnicm۸cfoبه نام مرحوم عزیز حسن پور دارای ثبت است که خانم رعنا علیزاده راجع به وصول مهریه اقدام به صدور اجرائیه نموده است و طبق گزارش کارشناس اتومبیل مذکور شماره شاسی حک شده روی بدنه خودرو، فابریک و اصیل است و شماره موتور حک شده بر روی سیلندر فابریک و اصیل است . پلاکت مشخصات وسیله نقلیه فابریک و نصب در محفظه موتور است. پلاک نیروی انتظامی منصوبه روی وسیله نقلیه جلو و عقب فابریک و اصیل است و اتاق سمند ال ایکس و رنگ وسیله نقلیه آبی متالیک بدون تغییر فابریک و اصیل است . آج نایرهای جلو در حد ۶۰ درصد و تایرهای عقب در حد ۵۰ درصد است. آثار فرو رفتگی های جزئی روی ستون چپ جلو ولبه کاپوت و آثار خط و خش و سائیدگی روی گلگیر راست جلو گلگیر چپ عقب و گلگیر راست عقب مشهود است سپر جلو و جلوی پنجره شکسته نیاز به تعویض دارد . مدت زیادی در پارکینگ متوقف بوده و روشن نشد و امکان آزمایش فنی و مکانیکی مقدور نگردید . عیب و ایراد ظاهری در قسمت موتور و گیربکس و سیستم برق و تعلیق مشهود نیست تو دوزی و صندلیها و داشبورد سالم است . ضمنا طبق گزارش تکمیلی کارشناس با توجه به اینکه سال ساخت خودرو ۱۳۹۰ بوده لذا پیش شمارههای موتور و سال تولید در روی پلاکت مشخصات ۱۳۹۰ قید شده است ولی در اسناد و مدارک مدل ۱۳۹۱ قید شده است. اتومبیل مذکور طبق نظر کارشناس به مبلغ دویست و ده میلیون تومان ارزیابی گردید که از ساعت ۹ الی ۱۲ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۶ در پارکینگ آسیا واقع در کمربندی بزرگ تنکابن از طریق مزایده به فروش میرسد. مزایده از مبلغ ۲/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی فروخته خواهد شد. حق حراج و نیمعشر بر عهده بدهکار پرونده است کلیه هزینه ها بر عهد برنده مزایده است .شرکت در مزایده منوط به پرداخت ده درصد از مبلغ پایه کارشناسی هر یک به حساب سپرده ثبت در بانک ملی به شماره ۴۸۰۱۰۰۰۰۴۰۵۳۰۱۳۲۰۷۵۵۰۳۸۶ir با شناسه ۹۵۴۱۰۸۵۵۳۱۲۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ تا ۷۲ ساعت قبل مزایده است و حضور خریدار و یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده است برنده مزایده مکلف است که مابه التفاوت مبلغ فروش را ظرف مهلت ۵ روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتیکه ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند مبلغ مذکور قابل استرداد نبوده و به حساب خزانه واریز خواهد شد. ضمنا بستانکار در صورت تمایل به رقابت با خرید اران در صورت تمایل به شرکت در جلسه مزایده می بایست تا قبل از شروع مزایده اصل فیش واریزی ده درصد و به نام خود را همراه با درخواست کتبی به واحد اجرا تسلیم نماید.

شناسه آگهی : ۱۶۳۵۰۰۰

تاریخ انتشار : ۱۴۰۲/۱۰/۱۳

صفر رضوانی گیل کلائی

معاون مدیر کل و سرپرست ثبت اسناد و املاک تنکابن

۹ بخش اصلی یک سایت تجاری

به قلم: رایان درواست
نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

امروزه اهمیت سایت‌های تجاری بر هیچ‌کس پوشیده نیست. درواقع مهمترین بستر برای فروش آنلاین، سایت اصلی شما محسوب می‌شود. به همین خاطر باید بیشترین توجه را به آن داشته باشید. در کنار این مسئله، بسیاری از بندها نسبت به الزامات یک سایت آگاهی کافی نداشته و همین امر باعث می‌شود که تلاش‌ها و اختصاص بودجه آنها با نتیجه لازم همراه نشود. درواقع هنگامی که از اصول در هر زمینه‌ای آگاهی نداشته باشید، همواره احتمال بروز خطا وجود دارد. در این رابطه توصیه‌های قدیمی نیز کاربردی نبوده و به همین خاطر در ادامه ۹ بخش اصلی یک سایت تجاری در سال ۲۰۲۲ را بررسی خواهیم کرد تا موارد کاملا به‌روز و کاربردی باشد.

۱-درباره ما

درواقع این مورد که مخاطبان با شما آشنا شوند، امری بسیار مهم است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که در جهان امروز، تعداد کلاهبرداری‌های اینترنتی بسیار زیاد شده است. به همین خاطر جلب اعتماد و ناشناخته نبودن، کاملا حیاتی است. در این بخش شما باید داستان برند خود را معرفی کرده و درباره اهداف و دغدغه‌های خود در عرصه‌ای که انتخاب کرده‌اید، صحبت کنید. همچنین باید افراد کلیدی شرکت را معرفی نموده و مجوزها و دستاوردها را نیز در معرض نمایش قرار دهید. در این رابطه ایجاد چند پل ارتباطی نیز مهم بوده و لازم است تا شبکه‌های اجتماعی، آدرس شرکت و نمایندگی‌های فروش را نیز معرفی نمایید. درواقع با انجام تمامی اقدامات معرفی شده، شما یک «درباره ما» جامع را ایجاد کرده‌اید.

۲-تماس با ما

اگرچه در بخش گذشته نیز عنوان شد که شما باید پل‌های ارتباطی خود را معرفی نمایید، با این حال فضای جداگانه‌ای هم برای این بخش نیاز دارد. درواقع ممکن است افراد اطلاعاتی از برند شما را نخواهند و تنها تمایل به ارتباط برقرار کردن باشند. به همین خاطر در این بخش لازم است تا تمامی فضاها را به صورت کامل در معرض نمایش قرار داده و به لینک کردن آنها نیز توجه داشته باشید. برای مثال این امر که با یک کلیک، مخاطب بتواند به واتس‌اپ شرکت وصل شود، امری بسیار مهم بوده و صهولت کار را به همراه دارد. با این حال فراموش نکنید که در بخش تماس با ما، شما باید یک چت آنلاین نیز داشته باشید. در این زمینه اگر از هوش مصنوعی استفاده کنید، بسیاری از سوالات بدون نیاز به صرف زمان و با پاسخ‌های از قبل تعیین‌شده، همراه خواهد شد. در این بخش ما باید راه‌های ارتباطی با تمامی بخش‌های شرکت و حتی تمامی کارمندان خود را ذکر نمایید. با این حال بهتر است که به صورت زیرمجموعه‌ای و با استفاده از چند پوشه این کار را انجام دهید تا افراد سریع‌تر بتوانند به بخش مورد نظر خود دسترسی پیدا کنند.

۳-سوالات متداول

این امر که افراد با تعداد زیادی سوال مواجه شوند، باعث خواهد شد تا ذهن پرسشگر آنها، بدون نیاز به مطرح کردن سوال شود. درواقع پاسخ دادن به سوالات مشتریان، اقدامی ساده نبوده و با رشد کردن، تعداد آنها نیز بیشتر خواهد شد. به همین خاطر وجود چنین بخشی کاملا الزامی است. در این رابطه فراموش نکنید که باید دسته‌بندی خوبی را داشته باشید و به صورت مداوم، موارد را به‌روزرسانی کنید. درواقع بسیاری از سوالات، تقریبا شبیه به یکدیگر هستند که آوردن تمامی آنها، ابدا هوشمندانه نخواهد بود و حجم کار را بیش از حد زیاد می‌کند. درواقع شما باید محدودیت حداکثر ۴۰ سوالی داشته باشید.

۴-نمایشگاه محصولات

درواقع مهمترین بخش یک سایت، همین مورد است. درواقع افراد می‌خواهند که محصول را مشاهده کنند و پس از آن نسبت به خرید کردن، تصمیم‌گیری نمایند. با این حال نباید تصور کنید که اضافه کردن عکس و متن، به معنای پایان کار محسوب می‌شود. درواقع شما باید به انواع فرمت‌های محتوا نظیر ویدئو، پادکست، اینفوگرافی و... توجه ویژه داشته باشید. در این رابطه شما به یک تیم قدرتمند در زمینه تولید محتوا نیاز خواهید داشت. همچنین لازم است تا همواره از تکنولوژی‌های جدید نظیر واقعیت افزوده نیز استفاده نمایید. تمامی این تلاش های شما کمک خواهد کرد تا مشتری احساس کند که دیگر به خرید حضوری، نیاز نخواهد داشت. درواقع با این اقدام شما از هرگونه محدودیت زمانی و مکانی، رها خواهید شد.

۵-سبد خرید

درواقع این بخش درست به مانند هایپرمارکت‌هایی است که به شما یک سبد را می‌دهند تا دیگر محدودیتی در میزان خرید خود نداشته باشید. این امر باعث می‌شود تا با راحتی خاطر، انتخاب‌های خود را کرده و حتی بررسی مجدد را انجام دهید. در سایت‌ها نیز شما باید چنین اقدامی را انجام دهید تا افراد همزمان بتوانند خریدهای خود را مشاهده کرده و مبلغ نهایی، مشخص شود. در این رابطه ساده و سریع بودن فرآیند خرید نیز بسیار مهم بوده و فراموش نکنید که موارد پیچیده، باعث خواهد شد تا افراد از خرید خود منصرف شوند. برای بهبود عملکرد خود در این رابطه Shopify امکانات خوبی را در اختیار شما قرار می‌دهد. در این رابطه بررسی اقدامات انجام شده از سوی برندهای موفق، به شما ایده‌های لازم برای یک سبد خرید مناسب را خواهد داد.

۶-رتبه‌بندی و بررسی

درواقع محصولات سایت شما باید براساس معیارهای مختلفی، امکان رتبه‌بندی را داشته باشد. برای مثال دسته‌بندی براساس پرفروش‌ترین‌ها به کمترین میزان تقاضا، یکی از رایج‌ترین موارد محسوب می‌شود. با این حال شما به حداقل پنج معیار رتبه‌بندی، نیاز خواهید داشت. در کنار این مورد، بررسی محصول از دیگر موارد مهم محسوب می‌شود که در این بخش بهتر است که به ترکیبی از اقدامات خودتان و نظرات مشتریان، برسید. درواقع بررسی محصول از نظر مشتری، اقدامی است که بالاترین حد اعتماد را به همراه خواهد داشت. با این حال فراموش نکنید که محرک‌هایی برای انجام این کار نیاز است. برای مثال اختصاص کد تخفیف، یکی از موارد رایج محسوب می‌شود تا مشتری نیز به خوبی نظرات خود را پیرامون محصول خریداری‌شده، اعلام نماید.

۷-اخبار و مقالات

واقعیت این است که شما نیاز به مراجعه روزانه به سایت خود دارید. با این حال با اقدامات صرفا تجاری، نمی‌توان به این هدف دست پیدا کرد. به همین خاطر شما باید به یک پایگاه خبری در زمینه کسب و کار خود تبدیل شوید. همچنین لازم است تا در زمینه کاری خودتان، تولید محتواهای آموزشی، مفید و سرگرم‌کننده را در دستور کار قرار دهید. این موارد باعث خواهد شد تا افراد دلیلی فراتر از خرید کردن برای سر زدن به سایت شما داشته باشند. در کنار این موضوع، نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که با رسانه‌ها ارتباط خوبی را برقرار نمایید تا محتواهای تولیدی، در بسترهای دیگر نیز منتشر شود که خود به دیده شدن به مراتب بهتر شما کمک خواهد کرد. درواقع به هر میزان که سطح اطلاعات مشتریان بیشتر باشد، طبیعی است که تمایل آنها برای خرید نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

۸-پیوند با شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی به واسطه وجود مخاطبان میلیونی، می‌تواند ترافیک سایت شما را با رشدی انفجاری مواجه سازند. تمامی این موارد در نهایت به سئو سایت شما کمک خواهد کرد. درواقع با این اقدامات می‌توانید مخاطبان شبکه‌های اجتماعی مختلف را به سمت سایت خود سوق دهید و در نهایت شانس فروش بالاتری را داشته باشید. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه نمایید این است که شبکه‌هایی نظیر اینستاگرام و یوتیوب، به بخش جدانشدنی از زندگی روزمره تبدیل شده است. درواقع بیشترین زمانی که افراد در بستر اینترنت صرف می‌کنند، متعلق به این گروه است. به همین خاطر برای فعالیت حرفه‌ای در این شبکه‌ها نیز باید برنامه داشته باشید.

۹-جذابیت بصری

به عنوان نکته پایانی شما باید سایت خود را به زیباترین شیوه ممکن عرضه نمایید. در این زمینه انیمیشنی بودن حرکت تصاویر و متن‌ها، در کنار توجه به روان‌شناسی رنگ، از جمله موارد رایج محسوب می‌شود. با این حال همواره مواردی را می‌توان پیدا کرد که منجر به جذابیت بیشتر می‌شود. به صورت کلی تنها محتوا مهم نبوده و جذابیت بصری نیز یک الزام حیاتی می‌باشد.

منبع: entrepreneur.com

آگهی فراخوان مناقصات عمومی
نوبت اول
شناسه آگهی: ۱۶۳۵۶۸۳
وزارت نیرو
شرکت برق منطقه‌ای زنجان

شرکت برق منطقه ای زنجان در نظر دارد مناقصات مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزارنماید. لذا کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه و تحویل اسناد پیشنهادات قیمت و سایر مراحل مناقصه، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت درمناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشارآگهی در سامانه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۶ می باشد.

ردیف	شماره مناقصه (مرجع)	شماره فراخوان درسامانه تدارکات الکترونیکی دولت	موضوع مناقصه	نوع مناقصه	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (میلیون ریال)	زمان بارگذاری پیشنهادات قیمت در سامانه	زمان بازگشایی پاکات و مستندات
۱	۱۴۰۲/۳۰۰/۲۸	۲۰۰۲۰۰۱۳۱۳۰۰۰۰۳۴	واگذاری عملیات تعمیر و نگهداری خطوط و پست های انتقال و فوق توزیع زنجان	عمومی یک مرحله‌ای با ارزیابی کیفی	۱۷۷۹۴	تا ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۰۱	۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۲
۲	۱۴۰۲/۳۰۰/۲۹	۲۰۰۲۰۰۱۳۱۳۰۰۰۰۳۵	واگذاری عملیات تعمیر و نگهداری خطوط و پست‌های انتقال و فوق توزیع زنجان	عمومی یک مرحله‌ای با ارزیابی کیفی	۱۷۲۶۴		۱۱ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۲

۱ - زمان، مهلت، مبلغ و محل دریافت اسناد مناقصه: متقاضیان می توانند از تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۶ لغایت ۱۴۰۲/۱۰/۲۰ به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و با پرداخت مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰ از طریق درگاه پرداخت اینترنتی به حساب سیبای شماره ۴۰۰۱۱۰۷۱۰۴۰۱۹۵۲۰ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی به نام تمرکز وجوه درآمد شرکت برق منطقه ای زنجان جهت خرید اسناد مناقصه فوق اقدام فرمایند.
۲ – مدت اعتبار پیشنهاد قیمت از زمان افتتاح پاکات ۶ ماه می باشد.
۳ - زمان و محل تحویل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: پیشنهاددهندگان می بایست ضمن بارگذاری تصویر کلیه مدارک (الف – ب – ج) در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) نسبت به ارائه اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار قبل از شروع جلسه کمیسیون مناقصه اقدام فرمایند.
۴ - تضامین مورد قبول: ضمانتنامه بانکی – فیش واریزی نقدی و آیتم‌های اشاره شده در آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی به غیر از سفته و چک
دفتر پشتیبانی و راهبری سامانه: ۱۴۵۶ – ۲۱
ضمناً اطلاعات فوق در شبکه اطلاع رسانی در سایتهای ذیل موجود می باشد.
سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir
پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.Mporg.ir
پایگاه اطلاع رسانی مناقصات شرکت توانیر http/tender.tavanir.org.ir
پایگاه اطلاع رسانی شرکت برق منطقه ای زنجان www.zrec.co.ir
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۰/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۰/۱۴
روابط عمومی شرکت برق منطقه ای زنجان
۹۲۱

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای آذربایجان شرقی اعلام کرد؛

آسفالت شدن ۶۰۰ کیلومتر از شبکه راه‌های آذربایجان شرقی

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای آذربایجان شرقی گفت: از آذر سال ۱۴۰۰ تا آذر ۱۴۰۱ با حدود ۷۰۰ هزار تن آسفالت، ۶۰۰ کیلومتر از راه های آذربایجان شرقی آسفالت ریزی شده است. اورجعلی علیزاده با اعلام این خبر اظهار کرد: با توجه به اهمیت خط کشی جاده ها در کاهش میزان خطاهای انسانی، ۴ هزار کیلومتر از جاده های آذربایجان شرقی خط کشی شده و ۴۴ نقطه پر حادثه شناسایی شده هم با عملیات های مختلف، اصلاح شده است. وی از انجام عملیات های مختلف راهداری در ۶ هزار کیلومتر از راه های استان خبر داد و گفت: شانه سازی، اصلاح شیب شیروانی و عملیات های مشابه نقش به سزایی در حفظ جاده ها از تخریب دارد و مجموعه راهداری در این زمینه بیش از پیش تلاش خواهد کرد. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان آذربایجان شرقی، احداث و نگهداری راه های روستایی را یکی دیگر از وظایف این اداره کل دانست و افزود: در یک سال گذشته ۱۲۵ کیلومتر راه روستایی ساخته شده و ۳۲۵ کیلومتر عملیات آسفالت ریزی انجام گرفت و در ادامه نهضت آبادانی روستاها، ۶۰۰ کیلومتر راه روستایی هم در دست اجرا داریم. علیزاده با اشاره به اینکه طبق قانون برنامه ششم توسعه ملزم بودیم راه روستاهای بالای ۲۰ خانوار را به اتمام برسانیم، تصریح کرد: راه روستاهای بالای ۵۰ خانوار آذربایجان شرقی تقریبا تمام شده یا در آستانه اتمام عملیات راه سازی یا آسفالت ریزی است. وی از ابلاغ ۶۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای بهسازی و آسفالت راه های روستایی آذربایجان شرقی و ۶۰۰ میلیارد تومان قیر رایگان در سفر رئیس جمهوری به استان خبر داد و گفت: ۷۵ درصد از اعتبارات ابلاغ شده تخصیص یافته است. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای آذربایجان شرقی با یادآوری فرا رسیدن فصل زمستان، راهداری زمستانی را یکی از سنگین ترین وظایف این اداره کل برشمرد و افزود: ۶۵۰ دستگاه ماشین آلات سنگین راهداری شامل ۴۵۰ دستگاه ماشین آلات ملکی اداره کل و ۲۰۰ دستگاه ماشین آلات اجاره ای بخش خصوصی در انجام وظیفه مهم راهداری زمستانی به کار گرفته خواهند شد. علیزاده با بیان اینکه در آذربایجان شرقی ۶۸ گردنه مهم به طول ۸۰۰ کیلومتر داریم؛ از استقرار یک هزار و ۲۰۰ نفر از راهداران استان در گردنه ها خبر داد و گفت: ۶۰ هزار تن نمک و شن برای نمک پاشی زمستانه جاده های استان تهیه و ذخیره شده است. وی با اشاره به افزایش ۱۴ درصدی میزان تصادفات منجر به فوت کشور ۹ ماهه امسال نسبت مدت مشابه سال ۱۴۰۰، اضافه کرد: در آذربایجان شرقی تصادفات منجر به فوت نه تنها افزایش نیافته، بلکه دو درصد هم کاهش داشته است. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای آذربایجان شرقی از ثبت ۲۵۲ میلیون تردد جاده ای در ۹ ماه سال جاری در آذربایجان شرقی سخن گفت و افزود: ۹۸ دستگاه تردد شماره جاده ای، ۱۰۰ دستگاه دوربین ثبت تخلفات رانندگی و ۲۴ دستگاه دوربین نظارتی در محورهای مواصلاتی استان داریم که مدیریت هوشمند جاده ها را تسهیل می کنند. علیزاده همچنین با اشاره به افزایش میزان تردد در پایانه های مرزی نوردوز و جلفا در مرز ارمنستان و جمهوری خودمختار نخجوان، گفت: در پایانه مرزی جلفا در هشت ماه امسال ۲۶۸ درصد افزایش تردد مسافر و ۵۶ درصد افزایش تردد کامیون داشتیم و پایانه مرزی نوردوز هم شاهد افزایش ۱۱۲ درصدی میزان تردد مسافر بوده است.

پیگیری دغدغه‌های سرمایه گذاران در اولویت منطقه آزاد انزلی

رشت– خبرنگار فرصت امروز: سیاهکارزاده مدیرعامل منطقه آزاد انزلی بر خدمات رسانی حرفه‌ای تاکید کرد و از اولویت قراردادن پیگیری دغدغه‌های سرمایه گذاران در منطقه آزاد خبرداد. از هنگامی که مناطق آزاد شکل گرفت، محوریت آن بر تولید و صادرات بود، اما رویکرد واردات محور باعث شد تا عملکرد مناطق آزاد زیر سوال برود. با وجود آنکه انتقادهای بسیاری به عملکرد مناطق آزاد صورت گرفته و می‌گیرد، دست مناطق آزاد بسته نیست و عملکرد تولید محور که ناشی از صادرات کالاهای تولیدی در منطقه آزاد بوده، ماهیت وجودی و تاثیرگذاری مناطق آزاد را به منصه ظهور رسانده است.

ضرورت دفاع از عملکرد

آنچه در این شرایط اهمیت دارد، دفاع منطقی و تاثیرگذار از عملکرد مناطق آزاد است، به شرط آنکه عملکرد قابل دفاعی وجود داشته باشد. برگزاری جلسات، نشست‌های تخصصی، مذاکرات، رایزنی‌ها و اقدامات اقتصادی نشان می‌دهد که مدیریت یک مجموعه تا چه اندازه به سیاستگذاری‌ها پایبند و البته معتقد است.

نگاه متفاوت به انزلی

منطقه آزاد انزلی یکی از مهمترین مناطق آزاد کشور است. انزلی از زوایای گوناگونی می‌تواند نقش آفرین باشد. گردشگری، تولید، صادرات، ترانزیت و بسیاری موارد دیگر به عنوان ظرفیت‌های برجسته منطقه آزاد انزلی مطرح است. انزلی ظرفیت‌های ویژه‌ای دارد که در هیچیک از مناطق کشور وجود ندارد. بیشترین سفر در طول سال به استان‌های شمالی صورت می‌گیرد، به نوعی که در اوج گرما و سرما، مردم ترجیح می‌دهند به شمال کشور سفر کنند.

اهمیت اقتصاد برای مناطق آزاد

از آنجا که مناطق آزاد با عنوان منطقه آزاد اقتصادی یاد می‌شود، رویکرد اقتصادی برای آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اگر برای مناطق آزاد معافیت‌هایی در نظر گرفته شده، برای آن است که باعث رونق اقتصادی شود. البته منطقه ازاد انزلی بخوبی توانسته در عرصه تولید و اشتغالزایی موثر واقع شود، اما مسوولان باید نسبت به این مهم درک و آگاهی داشته باشند.

توجه به کارآفرینان

برای آنکه بتوانیم از تولید و تولیدکننده حمایت کنیم، باید درک درستی از چالش‌ها و مشکلات آن‌ها داشته باشیم که برای داشتن این درک، باید از نزدیک با آن‌ها به گفتگو پرداخت. در این زمینه مدیرعامل منطقه آزاد انزلی برای آشنایی با توانمندی‌ها و مشکلات فعالین اقتصادی منطقه آزاد انزلی، از انجمن سرمایه گذاران و کارآفرینان منطقه دعوت به عمل آورد و در خصوص سازوکارهای هم افزایی و ارتقای کمی و کیفی سرمایه گذاران کنونی و جدید به گفتگو و رایزنی پرداخت.

تولید و صادرات

محمد سجاد سیاهکارزاده نشست با سرمایه گذاران و کارآفرینان را از اولویت‌های اصلی دانست و از ارتباط خوب بین بخش‌های مختلف منطقه آزاد به ویژه معاونت اقتصادی با بخش خصوصی اظهار خوشحالی کرد. وی تولید و صادرکنندگان را از ستون‌های برندینگ منطقه آزاد انزلی دانست و گفت: یکی از مهمترین محورهای شناسایی منطقه آزاد انزلی، فعالان اقتصادی آن است.

نقش ترانزیت در رونق

مدیرعامل منطقه آزاد انزلی با ارائه تحلیلی از الزامات چابک سازی، به روز رسانی شرح وظایف، کارکردها و کارویژه حوزه‌های متنوع سازمان در قبال تغییر و تحولات بازارهای داخلی و خارجی گفت: مهمترین اولویت کنونی که نیازمند بازنگری و لحاظ کردن در برنامه‌های کاری سازمان و بخش خصوصی است، معطوف به مقطع زمانی بهره‌برداری از طرح ملی اتصال ریل به منطقه آزاد انزلی است. وی ایفای نقش محوری در معادلات ترانزیتی و حمل و نقلی کشورهای حاشیه دریای کاسپین و اتحادیه اقتصادی اوراسیا با غرب و جنوب آسیا را در همین راستا عنوان کرد و گفت: با عنایت به روند رو به افزایش سرمایه گذاران علاقمند به حضور در منطقه آزاد انزلی که قطعاً بعد از اتصال ریل روند صعودی مضاعفی پیدا می‌کند، توسعه کمی و کیفی اعضاء و همکاری در مسیر جذب سرمایه گذاران جدید را می‌توان به عنوان یکی از مهمترین راهبردهای هم افزایی فی مابین قلمداد کرد.

پیگیری‌دغدغه‌ها

سیاهکارزاده بر لزوم پیگیری امور و دغدغه‌های سرمایه گذاران از سوی تمام بخش‌های سازمان با محوریت معاونت اقتصادی و سرمایه گذاری تاکید کرد و گفت: حضور سرمایه گذاران جدید به تقویت تشکل‌های صنفی منجر می‌شود و اساساً یکی از الگوهای همکاری می‌تواند بررسی طرح‌های سرمایه گذاری ارائه شده و سرمایه گذاران جدید باشد. مدیرعامل منطقه آزاد انزلی اولویت در جذب سرمایه گذاران جدید را با فعالین اقتصادی موجود بیان نمود و افزود: خدمات رسانی حرفه ای، کارشناسانه و مبتنی بر سلامت کاری مهمترین شاخص ارزیابی همکاران سازمان منطقه آزاد انزلی است. وی با استقبال از مباحث مطرح شده توسط اعضای انجمن از استمرار جلسات کارشناسی و ایجاد سازوکار ارتباطی مستقیم با مدیرعامل سازمان خبر داد و اظهار داشت: هم افزایی میان بخش خصوصی و دولتی بهمراه پیگیری مستمر موضوعات، مهمترین سازوکار اجرای کامل قانون و مقررات جهت بهره‌برداری حداکثری فعالین اقتصادی از مزایا و معافیت‌های قانونی فعالیت در منطقه آزاد است.

با احداث واحد HERO؛

مصرف آب شهری در هلدینگ پتروپالایش اصفهان قطع می‌شود

اصفهان – معصومه قاسمی: مصرف آب شهری در هلدینگ پتروپالایش اصفهان با احداث واحد HERO تا پایان سال آینده با اعتبار ارزی ۷/۹ یورو و ریالی ۵۵ میلیارد تومان، به صفر می‌رسد. محسن حیدری با بیان اینکه هلدینگ پتروپالایش اصفهان با دارا بودن واحد RO با ظرفیت ۳۵۰ متر مکعب حدود ۲۵ متر مکعب دورریز در ساعت دارد، اظهار کرد: همچنین باید توجه داشت که با بهره برداری از طرح‌های در دستور کار و احداث واحدهای جدید RO در بخش جنوبی پالایشگاه ، میزان دورریز آب پالایشگاه تا ۲ سال آینده تا حدود ۳۰۰ متر مکعب در روز افزایش خواهد یافت. وی افزود: بر این اساس امکان ارسال چنین حجم آبی به سمت پوندهای تبخیری برای پالایشگاه امکانپذیر نیست، از طرفی نیز نمی‌توان این آب را به واحد RO معمولی به دلیل بالا بودن املاح و سختی آب وارد کرد، در این شرایط با توجه به پیش‌بینی‌ها و برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، راه‌اندازی واحد HERO را در دستور کار قرار داده‌ایم تا با اجرای آن بازیابی حداکثری آبهای فوق شور شرکت را محقق سازیم. رییس اداره حفاظت محیط زیست هلدینگ پتروپالایش اصفهان با بیان اینکه حجم پیش‌بینی شده برای واحد HERO بیش از ۴۰۰ متر مکعب در ساعت پیش بینی شده است، ابراز داشت: در این واحد ، ابتدا پس از حذف بخشی از سختی و سیلیس موجود در آب در قسمت پیش تصفیه، آب وارد واحد HERO می‌شود و قسمت عمده این آب بازیابی می‌گردد، در نتیجه دورریز آن وارد واحد CCRO می‌گردد تا از این طریق بیشترین مقدار بازیابی آب از طریق سیستم های ممبرانی حاصل شود. وی اضافه کرد: نصب پکیج CCRO بر روی مسیر آب دورریز واحد HERO با هزینه ارزی ۴/۶میلیون یورو و ریالی ۹ میلیارد تومان اجرایی خواهد شد. حیدری با بیان اینکه با اجرای این پروژه استفاده از آب شهری در هلدینگ پتروپالایش اصفهان به صفر می‌رسد، اضافه کرد: زمان بهره برداری از این پروژه تا پایان سال ۱۴۰۳ پیش بینی شده و اعتبار ارزی مورد نیاز ۷/۹ میلیون یورو و اعتبار ریالی نیز ۵۵ میلیارد تومان برآورد شده است. رییس اداره حفاظت محیط زیست هلدینگ پتروپالایش اصفهان گفت: با اجرای پروژه ZLD آب‌های فوق شور پالایشگاه که عمدتا دورریز واحد CCRO خواهد بود، با استفاده از روش تقطیر بازیابی شده و خروجی پساب ارسالی به سمت پوندهای تبخیری پالایشگاه را به صفر می‌رساند. حیدری افزود: پروژه ZLD با هزینه ارزی ۱۸میلیون یورو و ریالی ۲۲۰ میلیارد تومان بهره‌برداری خواهد شد. حیدری افزود تا پایان سال ۱۴۰۳ با بهره برداری از واحدهای HERO و CCRO نیمی از حوضچه های تبخیری برچیده خواهد شد و با بهره برداری از واحد ZLD نیز در سال های آتی مابقی حوضچه های تبخیری جمع آوری می گردد.

علیرغم کاهش دما؛

حوزه استحفاظی منطقه ۸ عملیات از پایداری شبکه انتقال برخوردار است

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز از پایداری شبکه انتقال گاز حوزه استحفاظی این منطقه عملیاتی خبر داد.

فیروز خدائی، در حاشیه بازدید و تبادل نظر با پرسنل تاسیسات تقویت فشار گاز تکاب و مرکز بهره برداری بوکان ضمن تشکر از تلاش همکاران ساعی، به آمادگی این منطقه جهت عبور از فصل سرد سال اشاره کرد و گفت: با اقدامات انجام شده شرایط برای انتقال پایدار گاز در منطقه شمال و شمال غرب کشور فراهم شده است. خدائی افزود: همکاران تلاشگر این منطقه ضمن آمادگی حداکثری در تمامی تاسیسات تقویت فشار گاز و مراکز بهره برداری، با انجام تعمیرات و آماده‌سازی تأسیسات، ارتقاء راندمان و کارکرد توربین ها، رفع کمبودهای ابزاری و تامین امکانات و اقلام مورد نیاز، تمام تلاش لازم را برای انتقال پایدار گاز را به عمل می آورند تا زمستان امسال نیز با سربلندی سپری گردد. مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز در ادامه به مشکل ناترازی گاز اشاره کرد و اظهار داشت: متاسفانه مشکل ناترازی در تولید و مصرف گاز را در سال گذشته داشتیم و این موضوع در تامین گاز مصرفی بخش صنعت در زمانهای پیک مصرف اثرساز بود، با این همه، خوشبختانه در طی سال گذشته محدودیت گاز در بخش های خانگی نبوده و با تمهیدات انجام یافته امیدوارم امسال هم با محدویت گاز روبرو نشویم. وی تاکید کرد: با توجه به پراکندگی جغرافیایی

و واقع شدن شهرهای تحت پوشش این تاسیسات و مرکز بهره برداری در سرشاخه های مصرف، حصول اطمینان از کارآیی مراکز تحت پوشش این منطقه عملیاتی اهمیت ویژه ای در قابلیت اطمینان و پایداری گاز دارد. خدائی، هدف از برگزاری این نشست را شناخت و آشنایی بیشتر از طریق دیدار حضوری و دریافت نقطه نظرات، پیشنهادات و انتقادات همکاران عنوان کرد و تصریح نمود: امیدواریم بتوانیم با استفاده از نظرات و پیشنهادات و راهکارهای سازنده نیروهای توانمند منطقه، در دستیابی به اهداف سازمانی و ارایه خدمات ارزنده تر به هموطنان و رفع مشکلات کارکنان بکوشیم. مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز تصریح کرد: تاسیسات تقویت فشار گاز تکاب دارای سه دستگاه توربوکمپرسور که هر کدام با توان ۲۵ مگاوات و ظرفیت اسمی انتقال گاز ۵۰ میلیون مترمکعب در روز بوده و به منظور تحت پوشش قراردادن استان های آذربایجانغربی، کردستان و قسمتی از استان آذربایجان شرقی احداث شده است و در صورت نبود این تاسیسات، امکان تامین پایدار گاز استانهای آذربایجان غربی و کردستان در فصول سرد سال امکانپذیر نخواهد بود. وی در پایان به حوزه استحفاظی مرکز بهره برداری خطوط لوله بوکان اشاره کرد و ادامه داد: مرکز بهره برداری خطوط لوله بوکان وظیفه پایش، نگهداری و تعمیرات ۶۷۰ کیلومتر از خطوط لوله انتقال گاز منطقه ۸ عملیات را در قسمتهایی از استان های آذربایجان شرقی، غربی و کردستان بر عهده داشته و حوزه مرکز بهره برداری بوکان شامل ۵۰ ایستگاه شیر بین راهی و ۱۸ ایستگاه حفاظت از زنگ می باشد. این مرکز از نظر تجهیزات و واکنش در شرایط اضطراری و مقابله با بحرانهای احتمالی آمادگی لازم را داشته و دارای ۲۵ دستگاه ماشین آلات مختلف سبک و سنگین و راهسازی برای انجام وظیفه و سرویس دهی در حوزه ی گسترده ی ۶۷۰ کیلومتری مرکز بهره برداری دارا می باشد.

تفاهم نامه بهینه سازی موتورخانه های سازمان بهزیستی با شرکت گاز استان اصفهان به امضاء رسید

اصفهان – فایزه مرادیان: ابوالقاسم عسکری مدیرعامل این شرکت از امضاء تفاهم نامه با سازمان بهزیستی خبر داد و گفت: در راستای بهینه سازی مصرف گاز طبیعی تفاهم نامه بهینه سازی موتورخانه های این سازمان و مراکز تحت پوشش آن با شرکت گاز استان اصفهان به امضا رسید و مقرر شد کلیه موتورخانه های ساختمان ها و مراکز تحت پوشش سازمان بهزیستی در استان بهینه سازی آن انجام شود.

عسکری در ادامه افزود: شرکت گاز استان اصفهان رتبه نخست بهینه سازی موتورخانه ها با بهینه سازی بیش از۱۴ هزار واحد موتورخانه رتبه نخست را در بین ۳۱ شرکت گاز استانی از آن خود نموده است و اجرای این طرح باعث صرفه جویی در مصرف انرژی و بالا بردن راندمان موتورخانه ها گردیده و خوشبختانه تاکنون اجرای عملیات بهینه سازی مصرف گاز باعث کاهش بیش از ۲۵ درصدی مصرف گاز متقاضیان این طرح شده است.

عسکری، با اشاره به سیاست های شرکت گاز استان اصفهان، در خصوص فرهنگ سازی مصرف گاز در تمامی بخش های مسکونی، تجاری و اداری، افزود: در همین راستا نیز تعداد ۲۳ تفاهم نامه با سازمان ها، نهادها، دانشگاه ها، صداوسیما، آموزش و پرورش و... منعقد شده است و در همین راستا نیز از شرکت گاز استان اصفهان به عنوان رتبه اول در ۳۱ استان کشور در اجرای طرح بهینه سازی موتورخانه ها در مراکز گردشگری و هتل ها نیز توسط وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی تجلیل بعمل آمده است.

در ادامه دکتر چاووشی مدیر کل سازمان بهزیستی استان اصفهان گفت: در سطح استان بیش از ۱۰۰۰ مرکز و موسسه تحت سازمان بهزیستی مشغول به فعالیت می باشندکه با انجام این طرح در مصرف گاز و کاهش مبلغ قبوض این مراکز تاثیر بسزایی دارد.

همچنین طی این نشست مقرر شد در راستای ارتقای فرهنگ مصرف ایمن و بهینه گاز تعداد ۳۰۰ نفر از مددکاران سراسر استان اداره کل بهزیستی در ۳ گروه ۱۰۰ نفره به منظور ترویج و توسعه فرهنگ سازی در سطح استان تحت آموزش مصرف ایمن و بهینه گاز قرار گیرند.

در قالب ۳۷ برنامه از ابتدای سال جاری انجام شد؛

دیدار چهره به چهره مردم با مدیران اداره کل راهداری و حمل نقل جاده ای آذربایجان شرقی

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: بازرس اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای آذربایجان شرقی گفت: از ابتدای امسال تاکنون، ۳۷ مورد دیدار چهره به چهره برای رسیدگی به مشکلات و شکایات مردمی در محل این اداره کل برگزار شده و مدیرکل و معاونان به مشکلات مردم رسیدگی کرده اند.

احمد درخشان با اشاره به این که هر سه شنبه دیدار مردمی مدیرکل با مراجعه کنندگان برگزار می شود، افزود: به طور معمول حدود ۵۰ درصد از درخواست های دریافت شده در دیدارهای مردمی با اقدام مثبت همراه شده، به طوری که یا مشاوره و راهنمایی دریافت کرده اند یا اقدام عملی شده است.

وی با بیان اینکه تقریبا نیمی از درخواست ها هم بایگانی می شود، اظهار کرد: این قبیل درخواست ها یا وجهه قانونی ندارند و یا خارج از اختیارات اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای هستند.

درخشان، عمده موضوعات درخواست های مراجعان را مربوط به اشتغال، ساخت و ساز در حریم راه ها، مسائل مربوط به مجتمع های خدماتی و رفاهی و درخواست ساخت یا آسفالت راه های روستایی اعلام کرد و گفت: ۹۰ درصد درخواست مراجعان مربوط به این چهار مورد است.

به گفته این مقام مسوول، سامانه اداره کل بازرسی استان از جمله راه های رسیدگی به شکایات و درخواست های مردمی است.

درخشان گفت: این دیدارها و ملاقات های چهره به چهره نتایج مثبتی داشته، به طوری که بارها منجر به حضور عوامل بازرسی در محل اعلامی و برخورد با متخلفان شده است.

بازرس اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای آذربایجان شرقی همچنین از سامانه الکترونیکی سامد (سامانه ارتباط مردم و دولت) و میزهای خدمت نماز جمعه به عنوان سایر راههای ارتباطی برای برقراری ارتباط مردم و مسولین برشمرد.

اخبار

قدردانی دبیر ستاد امر به معروف کشور از مدیرعامل توزیع برق هرمزگان

بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز: دبیر ستاد امر به معروف و نهی از منکر کشور از اقدامات مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان در جهت نهادینه سازی فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر در دستگاه اجرایی قدردانی کرد.اهتمام شرکت توزیع برق هرمزگان به ارتقای شاخص های امر به معروف و نهی از منکر برجسته است. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان ، در همایش دبیران ستاد امر به معروف و نهی از منکر ادارات ،سازمانها، صنایع و مراکز علمی هرمزگان که باحضور حجت الاسلام طاهری دبیر ستاد امر به معروف و نهی از منکر کشور در بندرعباس برگزار شد ، از تلاشهای مهندس کریمی مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق بخاطر همراهی با این ستاد تجلیل به عمل آمد. مهندس محمد کریمی مدیر عامل شرکت توزیع برق هرمزگان در حاشیه این همایش با اشاره به شاخص های امر به معروف و نهی از منکر اظهار داشت :اهتمام ویژه دستگاه های اجرایی به ارتقای شاخص های امر به معروف و نهی از منکر، موضوعی است که باید تبیین گردد ، فرهنگ سازی امر به معروف و نهی از منکر و نهادینه شدن آن در دستگاههای اجرایی مورد تاکید قرار دارد. مدیر عامل شرکت توزیع برق استان هرمزگان با بیان اینکه امر به معروف و نهی از منکر یکی از تکالیف مهم است، افزود: فراگیر شدن برخی آسیب ها به خانواده ها لطمه های جبران ناپذیری وارد می کند لذا در این مسیر مسئولیتهای ما در این عرصه دوچندان می شود. کریمی ، پاسخگویی به مطالبات مردمی ، حضور آمران و ناهیان در حوزه کمک به آسیب ها ، فعال شدن شورای امر به معروف و نهی از منکر را از مهم ترین رسالت های مدیران وکارکنان در برق هرمزگان دانست.

شهردار فردوسیه :

پروژه سرای محله شهر فردوسیه با پیشرفت متوازن در حال احداث است

شهریار–غلامرضا جباری: شهردار فردوسیه با اشاره به گام عملیاتی شهرداری در راستای افزایش زیرساخت‌های فرهنگی ، اجتماعی و عمرانی گفت: از پروژه‌هایی که در حوزه عمرانی در سال جاری در دستور کار ما قرار گرفته است می توان پروژه سرای محله را نام برد که به صورت کاملاً نیمه کاره رها شده و نیازمند رسیدگی سریع بود که با همت همه همکارانم به ویژه تعامل و حمایت‌های اعضای شورای اسلامی توانستیم بار دیگر مراحل احداث این پروژه فرهنگی مهم را آغاز نماییم. عموزاده همچنین ازطرح جهادی تعویض و بهینه‌سازی روشنایی معابر فردوسیه خبرداد. وی افزود: با پشتکار و همت بلند، شهردار فردوسیه شاهد تحولی درخشان در روشنایی معابر خود است. شهردار تصریح کرد؛ شهرداری و شورای شهر به همراه اداره برق با اجرای طرح جهادی تعویض لامپ‌ها، بارقه‌های نور را در خیابان‌های اصلی و فرعی این شهر به پرواز درآورده‌اند. در این طرح، لامپ‌های سابق معابر با لامپ‌های جدید و کم‌مصرف با واات‌های مختلف ۳۰، ۵۰، ۱۰۰ و ۱۵۰ جایگزین شده‌اند؛ اقدامی که نه تنها به بهینه‌سازی مصرف انرژی کمک می‌کند بلکه کیفیت روشنایی و امنیت شهر را نیز به طرز قابل توجهی افزایش داده است. مهندس مصطفی عموزاده، شهردار فردوسیه، ضمن ابراز خرسندی از اتمام این پروژه گفت: "روشنایی معابر عامل مهمی در افزایش احساس امنیت شهروندان و زیبایی شبانه شهر است. این اقدام، بخشی از تعهد ما برای ایجاد محیطی امن و کارآمد به شمار می‌رود و امیدواریم مردم از این تغییرات بهره‌مند شوند." این طرح که به موازات اقدامات سبز شهرداری و در راستای توجه به مسئولیت‌های زیست‌محیطی اجرا شده، نمونه‌ای بارز از عزم راسخ در جهت پیشرفت و توسعه پایدار است. علاوه بر افزایش کیفیت روشنایی و زیباسازی، کاهش مصرف انرژی نیز به کاهش هزینه‌های شهری کمک شایانی کرده و منجر به استفاده بهینه از منابع و توان برق شهر می‌شود. مردم شریف شهر فردوسیه، اکنون می‌توانند در سایه امنیت و زیبایی بیشتری تحت آسمان شهر خود قدم بزنند.

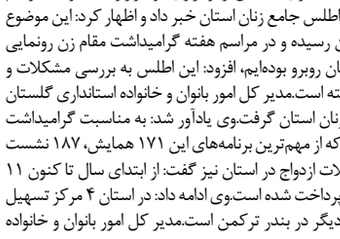
معاون فرهنگی، هنری و ارتباطات مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی خبر داد:

دومین دوره هفته فرهنگی برآستان آفتاب خمین برگزار می شود

اراک– فرناز امیدی: دومین دوره هفته فرهنگی برآستان آفتاب همزمان با میلاد حضرت فاطمه زهرا(س) و حضرت امام خمینی(قدس سره) از ۱۲ لغایت ۱۸ دی در شهرستان خمین برگزار می‌شود. امین عارفنیا در تشریح برنامه های هفته فرهنگی خمین گفت: افتتاح گذر فرهنگ، هنر و صنایع دستی یادگار امام(ره)، برگزاری آئین میلاد در خانه تاریخی حضرت امام و برپایی نمایشگاه‌ها و کارگاه‌های آفرینش‌های هنری ازجمله رخدادهایی است که در طول این هفته با مشارکت اصحاب فرهنگ و هنر و اقشار مختلف مردم برگزار می‌شود. وی افزود: برپایی اردوی شاعران آفتاب‌گردان و برگزاری نشست ادبی باده عشق پیرامون مقام زن، امام و انقلاب و مقاومت با حضور شاعران و علاقه‌مندان به ادبیات فارسی با مشارکت مؤسسات مرتبط برپا خواهد شد. عارف نیا گفت : ارائه خدمات فرهنگی و هنری به کودکان و نوجوانان با مشارکت کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از بخش‌های اصلی این رویداد است. در این راستا، بازدید از خانه تاریخی امام، شرکت در کارگاه‌های آفرینش‌های هنری و تماشای فیلم‌های شاخص سینمای کودک و نوجوان برای دانش‌آموزانی که در طول روزهای برگزاری هفته فرهنگی در این مجتمع حضور پیدا می‌کنند برپا خواهد بود. به گفته وی، براساس هماهنگی‌های به عمل آمده تماشاخانه سیار آسمان‌نما و کتابخانه سیار در طول ایام برگزاری هفته فرهنگی به روستاهای شهرستان خمین اعزام و خدمات فرهنگی – هنری به روستاییان با تأکید بر کودکان و نوجوانان ارائه خواهند کرد. معاون فرهنگی، هنری و ارتباطات مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی همچنین گفت: ارائه خدمات اجتماعی، اعم از خدمات بهداشتی و درمانی، امدادی و مشاوره‌های تخصصی با همراهی مؤسسات خدمت‌رسان در دستور کار برگزارکنندگان این هفته فرهنگی است. به گفته وی، برپایی هفته فیلم و نمایش فیلم‌های سینمایی برای اقشار مختلف مردم، برگزاری نشست‌های گفت و گوی جوانان، همایش جوانان جمعیت هلال احمر، برگزاری آئین تجلیل از مؤسسات خیریه و مردم‌نهاد ازجمله سایر رویدادهای این هفته فرهنگی است و افتتاح خانه هلال احمر و گذر فرهنگ، هنر و صنایع دستی در مجتمع یادگار امام(ره) نیز زمینه فعالیت‌های مستمر فرهنگی، هنری و اجتماعی را فراهم خواهد کرد.

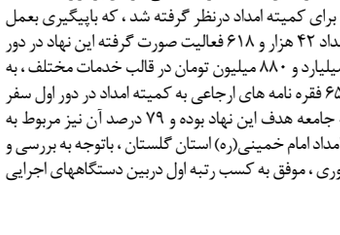
آیت‌الله سعیدی:

بانوان در کارهای فرهنگی بیشتر احساس مسئولیت کنند



قم– خبرنگار فرصت امروز: تولیت حرم مطهر بانوی کرامت با اشاره به تأثیرگذاری بیشتر قدرت نرم نسبت به قدرت سخت، گفت: کارهای فرهنگی نیاز به قدرت نرم دارد و بانوان در این زمینه از توانایی‌های بیشتری برخوردار هستند؛ ازاین‌رو بانوان متدین باید برای کارهای فرهنگی بیشتر احساس مسئولیت کنند و از این ویژگی خود برای فرهنگ‌سازی استفاده کنند. به گزارش پایگاه خبری آستان مقدس حضرت معصومه سلام‌الله‌علیها، آیت‌الله سید محمد سعیدی در دیدار جمعی از بانوان فعال و موفق شهر مقدس قم که روز گذشته در سالن محراب حرم مطهر بانوی کرامت انجام شد، اظهار کرد: حضرت زهرا (س) اسوه و الگوی ائمه (ع) تمام مردان و زنان روزگار هستند و حق بزرگی بر عهده همه مؤمنان و مردم جهان دارند. وی با بیان اینکه قم قابل‌قیاس با هیچ یک از شهرهای دیگر نیست، افزود: قم آشیانه اهل‌بیت (ع) یکی از کانون‌های اصلی نشر معارف الهی است؛ بنابراین نه‌تنها در و دیوار و معماری شهری بلکه انسان‌هایی که در آن زندگی می‌کنند باید ویژه بودن قم را درک کنند و مطابق با آن رفتار کنند. تولیت حرم مطهر بانوی کرامت با بیان اینکه باید برای منازل به‌عنوان کانون اصلی جامعه، مدارس به‌عنوان جایی که بچه‌ها زمان زیادی را در آن می‌گذرانند و مساجد به‌عنوان یک مرکز فرهنگی مهم برنامه‌ریزی داشته باشیم، گفت: برای امربه‌معروف و نهی‌ازمنکر هم باید در منزل، هم در مدرسه و هم در مسجد هنرمندانه کار کرد و بانوان نقش مؤثری در هر سه کانون فرهنگ‌ساز دارند. وی با اشاره به تأثیرگذاری بیشتر قدرت نرم نسبت به قدرت سخت، ابراز کرد: کارهای فرهنگی نیاز به قدرت نرم دارد و بانوان در این زمینه از توانایی‌های بیشتری برخوردار هستند؛ ازاین‌رو بانوان متدین باید برای کارهای فرهنگی بیشتر احساس مسئولیت کنند و از این ویژگی خود برای فرهنگ‌سازی استفاده کنند.

۱۲ دی ماه روز فراموش نشدنی برای یزدی ها



یزد– مرتضی نوراللهی‌پور ؛ رئیس شورای اسلامی شهر یزد گفت: در آستانه۱۲ دی ماه سالروز ورود رهبر انقلاب اسلامی به یزد هستیم روزی که برای مردم یزد فراموش نشدنی است. عزیزالله سیفی رئیس شورای اسلامی شهر یزد افزود: استقبالی که از رهبر معظم انقلاب در شهر یزد شد مثال زدنی بود و تمام رسانه ها این استقبال را بی نظیر دانستند. وی ادامه داد: در این مراسم اقشار مختلف و پیر و جوان برای عرض ارادت در میدان امیر چخماق یزد حضور داشتند. سیفی بیان کرد: رهبر معظم انقلاب در سفری پنج‌روزه به دیار قنات و قنوت و قناعت، علاوه بر سخنرانی در اجتماع باشکوه مردم یزد، با جمعی از علما، روحانیون، طلاب، نخبگان، دانشجویان، خانواده‌های معظم شهدا، مسئولان اجرایی و اقشار مختلف مردم یزد دیدار کردند. رئیس شورای اسلامی شهر یزد خاطرنشان کرد: این سفر نورانی، دستاوردها و مواهب معنوی و مادی فراوانی در حوزه‌های مختلف به همراه داشت و این استقبال پرشور و شعور در تاریخ پرافتخار مردم متدین و نجیب دارالعباده ماندگار ماند.

۲۵۴۴ برنامه در ایام روز زن در گلستان برگزار می شود

گرگان– خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل امور بانوان و خانواده استانداری گلستان از برگزاری دو هزار و ۵۴۴ برنامه در ایام روز زن در این استان خبر داد.آزاده رجبی در جمع خبرنگاران از تهیه اطلس جامع زنان استان خبر داد و اظهار کرد: این موضوع چند سالی است در دست تدوین قرار گرفته بود و هم اکنون به پایان رسیده و در مراسم هفته گرامیداشت مقام زن رونمایی می‌شود.وی با اشاره به اینکه به شدت با مشکلات آماری در حوزه زنان روبرو بوده‌ایم، افزود: این اطلس به بررس

مهارت‌های مارکتینگ برای بازاریاب‌های نسل جدید

نویسنده: علی آل‌علی

دنیا به سرعت در حال تغییر است و کسانی که خودشان را بـا این تغییرات سـریع هماهنگ نکنند، دیـر یا زود از عرصه رقابت جا خواهند ماند. اگر تا حالا مسـابقات دوی سرعت را تماشا کرده باشید، احتمالا خیلی خوب متوجه افت ورزشـکاران پا به سن گذاشته یا آنهایی که سال‌های سال با یک متد قدیمی تمرین می‌کنند، شده‌اید. در عرصه بازاریابی هم اگر آدم دیر بجنبد، کلی رقیب تشنه موفقیت هسـتند که آدم را طوری پشت سر بگذارند که آب از آب تکان نخورد. به همین خاطر این روزها همه جا صحبت از مهارت‌های مورد نیاز برای بقا در صنعت بازاریابی اسـت. مهارت‌هایی که اتفاقا بعضی از بازاریاب‌ها حتی روحشـان از آنها هم خبر ندارد.

معمولا وقتی صحبت از مهارت‌های بازاریابی می‌شـود، خیلی‌ها سـراغ مـوارد عمومی نظیر روابـط عمومی بالا، توانایی سـخنرانی، مدیریـت زمان یـا در بهترین حالت کار تیمـی می‌روند. اگرچه موارد بـالا اهمیت زیادی دارد اما بیشـتر از اینکه مخصـوص بازاریاب‌ها باشـد، به درد کارآفرینـان می‌خورد. خـب اگر قرار باشـد بازاریاب‌ها و کارآفرینان یکسری مهارت‌های مشابه داشته باشند، پس فرق مارکتینگ کجاست؟

بی‌شک سوال بالا آنقدر مهم هست که ذهن هر آدمی را به خودش مشغول کند. اگر قرار باشد ما در روزنامه فرصت امروز به این سـوال جواب دهیم، یک راست سراغ اشتباه قدیمی کارشـناس‌های این حوزه خواهیم رفت. شـاید تا یکی دو دهه قبل مهارت‌های عمومی مثل توانایی فروش یا سـخنرانی عالی برای تبدیل شدن به یک بازاریاب همه فن حریف کافی بـود، اما این روزها اوضـاع طور دیگری در جریان اسـت. به همین خاطر ما در مقاله کنونی سراغ مهارت‌هـای مارکتینـگ برای بازاریاب‌های نسـل جدید رفته‌ایم. البته مارکترهای قدیمـی هم می‌توانند از نکات این مقاله استفاده کنند. به شرط اینکه آمادگی لازم برای تغییر را داشته باشند.

همانطور که بازی‌هایی مثل فوتبال یا حتی شطرنجی در طول زمان با تکنیک‌های متفاوت و صدالبته پیچیده‌تری انجام می‌شود، در عرصه بازاریابی هم سال به سال نیاز به مهارت‌های تخصصی افزایش پیـدا می‌کند. حالا اگر این وسـط شما اصلا حواس‌تان به این نکات نباشد، دیر یا زود تا آخرین طرفداران محتوای‌تان هم از شما ناامید خواهند شد. آن وقت تک و تنها در انتهای ماراتن مارکتینگ باقی خواهید ماند. بدون اینکه توانایی شکست حتی یک رقیب را داشته باشید.

بی‌شـک سـناریوی بالا خیلی دراماتیک‌تر از آن است کـه بازاریاب‌ها حتی حوصله فکر کردن به آن را داشـته باشـند. با این حال اگر حواس‌تان نباشـد، شـما تبدیل بـه یکـی از قربانی‌های بی‌توجهی بـه مهارت‌های جدید بازاریابی می‌شـوید. اشـتباه نکنید، ما اصـلا قصد نداریم شما را بی‌خودی بترسـانیم. در عوض ما کنارتان هستیم تـا مهارت‌های مورد نیاز برای بازاریابی بهتر را یک به یک زیر ذره بین ببریم.

مهارت‌های بازاریابی در عصر دیجیتال

فناوری‌هـای دیجیتال و در رأس آنهـا اینترنت طوری زندگی انسان را تغییر داده که می‌توان از دوران قبل و بعد از اینترنت صحبت کرد. اگرچه آدم‌ها معمولا در برابر تغییر مقاومت زیادی از خودشـان نشـان می‌دهند، اما در این یک مورد دیگر باید تسـلیم شرایط تازه مارکتینگ شویم. دوست داشته باشـید یا نه، تولید محتوا و بازاریابی دیگر شـباهتی به دوران قبل از اینترنت ندارد. به طور مشـابه، مهارت‌هـای ضروری برای بازاریابی نیـز در طول دو دهه اخیر حسابی تغییر کرده است. ما در ادامه سعی می‌کنیم بعضی از مهارت‌های جدید که همگی به دنیای دیجیتال مرتبط هستند را به شما معرفی کنیم. پس دفتر و قلم‌تان را آماده کنید تا کلاس درس‌مان را شروع کنیم.

تولید محتوا: لازمه زندگی در دنیای مدرن

مطبوعـات چاپـی هنـوز هـم محبوبیت زیـادی در چهارگوشـه دنیا دارند، اما دیگر دوران یکه تازی‌شـان در بازار به سـرآمده اسـت. این روزها رقیب‌های بزرگی مثل شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های اینترنتی برای مطبوعات کلاسیک پیدا شـده که اتفاقا کلی هم طرفدار در سراسر دنیا دارند. اگر زمانـی خبرنگارها با دوربین‌های آنالوگ و دفترچه‌های بزرگ دنیا تولید محتوا بودند، این روزها همه چیز از پشـت کامپیوتر و بـا نرم‌افزارهای گرافیکی دنبال می‌شـود. اگر بخواهیم کمی منصفانه به ماجرا نگاه کنیم، جای ژورنالیسم به سـبک کلاسیک حالا کارشناس‌هایی آمده‌انـد که نه با جوهر سـر و کار دارنـد و نه کاغذهای مختلف. در عوض همه کار آنها با محصولات ادوبی و انواع نرم‌افزار تولید محتوا دنبال می‌شود. در چنین شرایطی اگر بازاریاب‌ها توانایی تولید محتوا به سـبک مدرن را نداشته باشند، کلاه‌شان پس معرکه خواهد بود.

اگـر فکر کرده‌اید تولید محتوا فقـط در طراحی محتوا در قالـب فرمت‌های مختلف خلاصه می‌شـود، باید کمی ناامیدتان کنیم. از آنجایی که تولید محتوا کار کم هزینه‌ای نیست، برندها دوست دارند محتوایی «همیشه سبز» داشته باشـند. منظور ما از این اصطلاح آن دسته از محتواهاست که تاریخ مصرف مشـخصی ندارند. در عوض هر وقت آنها را جلوی مخاطب بگذاریم، انگار همین چند دقیقه پیش از زیر دست یک بازاریاب حرفه‌ای بیرون آمده است.

قبول دارم محتوای همیشه سبز کم و بیش مثل آرزوهای بلندپروازانه جویندگان طلاست اما در عصر دیجیتال دیگر هیچ چیز غیرممکن نیست. کافی است هرچند وقت یکبار اطلاعات مورد استفاده در محتوای قدیمی را به‌روز رسانی کنیـد، آن وقت محتوای بازاریابی‌تان تا سـال‌های سـال جذابیتش را حفظ می‌کند. این دقیقا همان مهارتی است کـه بازاریاب‌های مدرن باید آن را تمرین کنند. وگرنه دیر یا زود جایگاه‌شان در بازار را از دست می‌دهند.

سئو گوگل: گوگل و دیگر هیچ

الگوریتـم گـوگل برای آنهایـی که تا حـالا وارد حوزه بازاریابی نشـده‌اند، مثل ماجرای فیل در تاریکی اسـت؛ چراکه گوگل ادعا می‌کند دائما در حال توسعه الگوریتمش هست و کاربران عادی تغییر خاصی در تجربه‌شان احساس نمی‌کننـد. در عوض بازاریاب‌ها دائما باید خودشـان را با تغییرات گوگل هماهنـگ کنند؛ چراکه حتی یک دقیقه غفلت از آن شروع یک سقوط آزاد بی‌انتها خواهد بود.

یکی از اشـتباهات وحشـتناکی که بازاریاب‌ها معمولا درباره سئو مرتکب می‌شوند، تلاش برای رسیدگی به صفر تا صد آن به صورت یک نفره است. انگار که سئو کار خیلی راحتی اسـت و بازاریاب‌ها هم وقت کافی برای مدیریتش را دارند. اگر شـما هم اینطور فکر می‌کنید، کم کم باید از خواب شیرین بیدار شوید؛ چراکه سئو اصلا یک نوع تفریح سـاده یا سرگرمی بی‌دردسر نیست. در عوض معمولا یک تیم کامل روی این حوزه متمرکز شده و محتوای تولیدی را از نظر سئو زیر تیغ نقادی می‌برد.

مهارتـی که مـا در روزنامه فرصت امـروز انتظار داریم بازاریاب‌های نسـل جدیـد آن را فوت آب باشـند، تولید مـا اصلا از بحث اصلی‌مان منحرف نشـده‌ایم؛ چراکه این مثال کمابیش در صنعت بازاریابی نیز مصداق دارد. ماجرا تازه معنادار شد، نه؟

گاهـی اوقات تیم‌هـای بازاریابی با تمام توان مشـغول تولید محتوا می‌شـوند، اما دست آخر حتی یک نفر هم از کمپین‌شان بازدید نمی‌کند. اینطور وقت‌ها نه تنها اعتبار بازاریاب‌ها زیر سوال می‌رود، بلکه دیگر هیچ برندی به آنها اعتماد نخواهد کرد. به همین خاطر بازاریابی محتوا گاهی اوقـات حتی از خودِ تولید محتوا نیز مهمتر اسـت. حتما تفاوت این دو مفهوم حسـابی گیج‌تـان کرده. خب اجازه دهید تا خیلی دیر نشـده این دو تا مفهـوم را از یکدیگر تفکیک کنیم.

وقتی درباره تولید محتـوا حرف می‌زنیم، در واقع تمام مراحـل لازم بـرای خلق یک محتوای جـذاب را مد نظر داریم. بـا این حال بازاریابی محتوا بـه فرآیند بازاریابی و پروموت کردن همان محتوای تولیدی اشاره دارد. اگر فکر کرده‌اید در بازار همه منتظر کمپین‌های شـما هسـتند، سـخت دراشتباهید. چه بسا غول‌های بازار نیز همزمان با شما محتوای‌شـان را تولید کرده و حسابی از خجالت‌تان دربیایند. آن وقت شـما می‌مانید و کمپینی که حتی یک نفر هم از آن خبر ندارد.

بازاریابـی محتوا همیشـه مثل بازاریابـی ارگانیک یک فرآیند کاملا بدون هزینه نیسـت. چه بسـا شـما نیاز به همکاری تبلیغاتی با اینسـتاگرام برای دیده شدن بیشتر محتوای‌تان داشـته باشـید. پس کمی سختگیری درباره صرف هزینه در شـبکه‌های اجتماعی را کنار گذاشته و از فرصت‌های دم دست‌تان نهایت استفاده را ببرید.

محتوای سـئو شـده اسـت. اگرچه پیدا کردن یک ایده درجه یک و تولید محتوا بر مدار آن به تنهایی کار سختی محسـوب می‌شود، اما اگر حواس‌تان به بحث سئو نباشد، همه زحمات‌تان بی‌نتیجه خواهد ماند. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز همیشـه اصرار داریم تولید محتوا به صورت سئو شده انجام شود.

بعد از اینکه از شر سئو راحت شدیم، باید به یک مفهوم مدرن‌تر نیز بپردازیم. بازاریابی موتورهای جست‌وجو مفهوم تقریبا تازه‌ای است که جدیداً بین بازاریاب‌ها حسابی باب شده اسـت. اگر بخواهیم دور تعریف‌های پیچیده را خط بکشـیم، باید گفـت بازاریابی موتورهای جسـت‌وجو به طراحی یک استراتژی برای کسب رتبه‌های برتر در گوگل یا بقیه پلتفرم‌های مشـابه از طریق فعالیت‌های بازاریابی اشـاره دارد. این یعنی شما دیگر فقط به اقدامات خشک و خالی برای سـئو محتوا بسـنده نخواهید کرد. در عوض تکنیک‌هـای بازاریابی نیز به کمک‌تـان می‌آیند و هرجا کـه لازم باشـد، مانعی برای صرف بودجـه برند نخواهید داشت. البته به موازات افزایش هزینه‌ها مسئولیت شما نیز دوچندان خواهد شد.

بازاریابی محتوا: همه برای شهرت برند!

طـراح خودرویی را در نظـر بگیرید که همراه با تیمش یک ماشین اسپرت آخرین سیستم را طراحی کرده است. بی‌شک این موفقیت بی‌نهایت بزرگی محسوب می‌شود و چه بسا تیم قصه ما یکی دو روز حسابی خوشحال باشد. با این حال ماجرا اصلا به آخر خط نرسیده است؛ چراکه تازه باید دنبال قانع کردن هیأت مدیره برای اجرای پروژه‌شان باشـند. حتی کمپانی‌های بزرگ اتومبیل‌سازی نیز همین طوری الکی دسـت به تولید یک خودروی تازه نمی‌زنند. این دقیقا همان سدی است که خیلی از طراح‌های خودرو سال‌های سال پشتش متوقف باقی می‌مانند. اشتباه نکنید، ما در روزنامه فرصت امروز برای اینکه خیال شـما بابت اهمیـت مهارت تحلیـل داده راحت شـود، یک مثال دم دسـتی داریم. همانطور که سرمربی‌های فوتبال بر اساس داده‌هایی مانند میزان دوندگی، آمادگی بدنی و دقت شوت یا پاس بازیکنان ترکیب اصلی‌شان را می‌چینند، شما هم با تحلیل داده‌های مربوط به رفتار کاربران در شـبکه‌های اجتماعی شانس بسیار زیادی برای اثرگذاری بر روی آنها خواهید داشـت. دسـت کم با این شیوه دیگر لازم نیست دائما نگران بازخورد کاربران نسبت به محتوای بازاریابی‌تان باشید.

عطش افزایش دانش دیجیتال: بازاریابی یعنی یادگیری مداوم

آیا تا حالا دانشـمندی را دیده‌اید که بعد از چند سـال دیگر اطلاعاتش را به روز نکرده یا سراغ آزمایش‌های تازه نرود؟ بی‌شک هر جوابی به غیر از یک «نه» قرص و محکم مشـکوک خواهد بود. هرچه باشـد دنیای علم هیچ حد و مرزی ندارد؛ درست مانند عرصه بازاریابی!

بعضـی از بازاریاب‌هـا فکر می‌کنند همیـن که چند تا مهـارت تـازه را یاد گرفتند، دیگر همـه چیز باید مطابق میل‌شـان جلو برود. این وسـط اصلا جایی برای شکست یا مواجهه با شرایط بی‌نهایت دشوار وجود نخواهد داشت. دقیقـا به همین خاطر خیلی وقت‌ها دقیقا از همان جایی که فکرش را نمی‌کنند، شکست سر و کله‌اش پیدا می‌شود. دقیقا به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم یادگیـری مهارت‌ها و دانش دیجیتـال هیچ نقطه پایانی ندارد. پس الکی بـه خودتان امیدواری ندهید که بالاخره یک روز این ماراتن طولانی تمام خواهد شد.

مهارتی که اینجا بازاریاب‌های نسل جدید باید فوت آب باشند، پرموت کردن محتوا یا کمپین‌های بازاریابی است. اینطوری تلاش‌های بی‌وقفه‌تان دست آخر نتیجه داده و به راحتی هرچه تمام‌تر فرصت جذب مشتریان تازه را خواهید داشـت. یادتان نرود، تا وقتی کسی از کمپین شما خبردار نشود، کارتان حتی یک سنت هم ارزش نخواهد داشت.

تحلیل داده: زندگی در دنیای آمار و اطلاعات

ایـن روزها صـرف نظر از داده‌هـا و اطلاعات مهم مثل گشـت و گذار در جنگل آمازون بدون نقشـه راهنماست. بی‌شک در چنین شرایطی آدم خیلی شانس بیاورد سالم به خانه برمی‌گردد و اصلا خبری از خوشـگذرانی نخواهد بـود. قبول دارم ماجرای تحلیل داده در دنیای بازاریابی تا این اندازه دراماتیک نیست، اما یادتان نرود بدون اطلاعات دست اول کار شما هیچ ارزشی نخواهد داشت.

احتمالا شـما هم در طول دوران کاری‌تان بارها و بارها با کمپین‌های مختلفی که چند قدم از ترندهای روز عقب هستند، رو به رو شده‌اید. اینطور وقت‌ها آدم پیش خودش فکر می‌کند واقعا چه چیزی در ذهن بازاریاب‌های چنین کمپینی می‌گذشـته. اگر قرار باشد ما چنین وضعیتی را توضیح دهیم، به ضعف بازاریاب‌ها در تحلیل داده اشـاره می‌کنیم. بازاریاب‌های حرفـه‌ای نه قدرت خاصی دارند و نه حتی توانایی خواندن ذهن مشتریان را بلدند. در عوض همـه آنچـه مارکترهای همه فن حریـف در آن حرفه‌ای شده‌اند، تحلیل داده است؛ همین و بس!

تحلیـل داده بـه شـما کمـک می‌کنـد قبـل از تصمیم‌گیری‌های مهم وضعیت مشتریان و نحوه رفتارشان در بازار را به درسـتی تحلیل کنید. به علاوه، وقتی شـما تحلیل داده بلد باشـید، حتی اگر در صنعت بازاریابی کار گیرتان نیاید، کلی حـوزه دیگر منتظر ورود قهرمانانه‌تان خواهد بود.

یکی از مهارت‌هـای تازه‌ای که خیلـی از بازاریاب‌ها از آن خبر ندارند، کدنویسـی است. این مهارت که تا قبل از این کمتر کسـی در عرصه بازاریابی از آن خبر داشت، این روزها حسابی روی بورس است. اگر دوست دارید در عرصه بازاریابی دامنه گسترده‌تری از پیشنهادات را داشته باشید، شـرکت در دوره‌های آموزشـی کدنویسی ایده بی‌نظیری خواهـد بود. اینطوری نه تنها در اغلب حوزه‌های بازاریابی تقاضای همکاری خواهید داشت، بلکه کمپین‌تان نیز سر و شکل تازه‌ای پیدا می‌کند.

بی‌شک بازاریاب‌ها در طول روز دغدغه‌ها و مسئولیت‌های زیادی دارند. به همین خاطر افزایش دانش دیجیتال تقریبا آخرین کاری اسـت که برنامـه و فرصتی برایش خواهند داشت. توصیه ما در این مورد شرکت در دوره‌های آنلاین یا حتی استفاده از ویدئوهای آموزشی است. اینطوری بدون توجه به زمان خالی‌تان از هر فرصتی برای تولید محتوای بهتر استفاده خواهید کرد. فکر می‌کنم با این حساب دیگر هیچ بهانه‌ای برای پشـت گوش انداختن یادگیری بیشتر موضوعات دیجیتالی پذیرفته نباشد. نظر ما چیست؟

مهارت گرافیکی پایه: وقتی تصاویر حرف می‌زنند

طراحی المان‌های گرافیکی پیچیده نیاز به شـرکت در دوره‌های طولانـی و تخصص بی‌نهایت بالایی دارد. با این حال مهارت عمومی گرافیکی تا این اندازه سخت و نفسگیر نیست. به همین خاطر خیلی از برندها دنبال بازاریاب‌هایی هسـتند که مهارت لازم برای طراحی المان‌های گرافیکی سـاده را داشته باشند. اینطوری با یک تیر دو نشان زده و بازاریابی با مهارت‌های طراحی قابل قبول خواهند داشت.

بی‌شـک وقتی صحبـت از طراحی گرافیک می‌شـود، اول از همه اسـم نرم‌افزارهـای بی‌نهایت متنوعی به ذهن آدم می‌رسـد. اگـر نظر ما را بخواهید، هیـچ گزینه‌ای به اندازه ابزارهای ادوبی به کار بازاریاب‌ها نمی‌آید. اگر شـما مهارت‌های پایه برای کار با نرم‌افزارهایی نظیر فوتوشـاپ، افتر افکت و پرمیر را داشـته باشـید، سـه هیـچ از بقیه بازاریاب‌هـا جلو خواهید بـود؛ چراکه ایـن روزها یافتن بازاریابی با این مشـخصات حتی از پیدا کردن سـوزن در انبار کاه هم سخت‌تر است.

از قدیم گفته‌اند «آدم باید هر کاری را بلد باشد»؛ بی‌شک چنین توصیه‌ای در دنیای امروز خیلی کاربرد ندارد اما در مورد بازاریابی باید نیم نگاهی بدان داشـته باشید؛ چراکه مهارت‌های بیشتر در عرصه بازاریابی به معنای فرصت‌های شـغلی بهتر خواهد بـود. همانطور کـه می‌بینید، فرمول اساسـی اینجا خیلی ساده اسـت. پس کم کم مهارت‌تان در عرصه بازاریابی را بیشتر کرده و کمی هم به فکر کار با ابزارهای ادوبی باشید. قول می‌دهم بعد از گذشت چند ماه اصلا از این کار پشیمان نمی‌شوید.

یادتان باشد این روزها یوتیوب پر از ویدئوهای آموزشی اسـت که به زبانی ساده سـخت‌ترین کارهای دنیا را نیز آموزش می‌دهـد. پس به جای اینکه تک و تنها وارد گودِ یادگیری ابزارهای مختلف شـوید، همیشه به فکر کمک گرفتن از آدم‌های حرفه‌ای باشید.

توسعه اپ‌های موبایلی: مهارتی ویژه برای بازاریاب‌های پیشرو

بازاریابـی و تولید محتوا دیگر فقط در سـایت یا حتی شـبکه‌های اجتماعی خلاصـه نمی‌شـود. در عوض این روزها هـر برندی برای خودش یـک اپ طراحی کرده تا کار همه را ساده کند. با این دست فرمان همه از محتوای بازاریابی برندها لذت برده و هیچ‌کس هم ناراضی نمی‌ماند. به علاوه، برندهایی مثل آمازون با اسـتفاده از اپ‌شـان به طور مستقیم اقدام به فروش محصولات می‌کنند. خب اگر این شـیوه بهترین روش برای اثرگذاری بر روی مشتریان نیست، احتمالا هیچ روش دیگری هم به کار کسب و کارها نخواهد آمد.

اگـر دقت کرده باشـید، در این فهرسـت هرچه جلوتر آمدیم، با مهارت‌های پیچیده و صدالبته تخصصی‌تری رو به رو شدیم. شاید فکر کنید ما فقط قصد اذیت کردن‌تان را داریم، اما ماجرا خیلی عمیق‌تر از این حرف‌هاست. این روزهـا خیلـی از بازاریاب‌ها برای اینکـه مخاطب را کنار خودشان نگه دارند، نه تنها باید تولید محتوا را بلد شوند، بلکه باید سررشته‌ای از توسعه اپ‌های موبایلی نیز داشته باشند. چنین نکته‌ای به طور ویژه‌ای درباره برندهای تازه کار مصـداق دارد؛ چراکه یک اسـتارت‌آپ در ابتدای راه اصلا پولی برای استخدام بازاریاب و توسعه‌دهنده اپ‌های موبایلی به طور جداگانه ندارند. بنابراین اگر دوست دارید کارتان را پرقدرت شـروع کنید، باید نیم نگاهی به توسعه اپ‌های موبایلی نیز داشته باشید.

از آنجایی که توسعه اپ‌های موبایلی کار ساده‌ای نیست، ما اصلا انتظار نداریم شـما همین اول کاری حسـابی در آن حرفه‌ای شـوید. در عوض همین‌که کلیاتی از این کار را بلد باشـید و از آن برای حل و فصل مشکلات سطحی برند استفاده کنید، کافی خواهد بود. البته همیشه فرصت برای یادگیری بیشتر در این حوزه وجود دارد اما شما نباید خیلی خودتان را به آب و آتش بزنید؛ چراکه کار اصلی‌تان تولید محتوا و بازاریابی است. این مهارت به طور مشخص یک مزیت مثبت برای کارنامه‌تان خواهد بود که البته باید در طول زمان و با حوصله یادگیری‌اش را در دسـتور کار قرار دهید. وگرنه مثل آشـپزی خواهید شد که غذایی بی نهایت شور یا بی‌نمک تحویل مشتریان می‌دهد.

سخن پایانی

بی‌شـک نکات مورد بحث در ایـن مقاله برای خیلی از بازاریاب‌ها تازگی دارد. مگر تا حالا چندبار این همه مهارت دیجیتال به عنوان ضرورت‌هـای بازاریابی در عصر جدید پیش پای شـما قرار گرفته اسـت؟ ما در روزنامه فرصت امروز امیدواریم فهرسـت‌مان خیلی شـما را نگران نکرده باشد؛ چراکه فرصت تقریبا زیادی برای یادگیری تک تک این مهارت‌ها دارید. به علاوه، بسـته به نوعی کارتان شاید فقط موارد محدودی از مهارت‌های این لیسـت به کارتان بیاید. پس اصلا عجله نکنید و سر فرصت سراغ مهارت‌های دلخواه‌تان بروید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مـورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شـما برای آشـنایی با مهارت‌های دیجیتال برای تبدیل شـدن به یک بازاریاب نسـل جدید کرده باشـد. مثل همیشه ما منتظر سوالات تخصصی شما هستیم. پس خجالت را کنار گذاشته و از طریق پُل‌های ارتباطی با ما در تماس باشید.

منابع:

https://www.michaelpage.ae/advice/career-advice/growing-your-career/skills-required-become-digital--۷-top marketing-expert

https://digitalmarketinginstitute.com/essential-skills-every-digital--۷/blog marketer-should-know

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۳ دی ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۹۱ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: ریحان

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR