

<div><div></div><div><div>Wed.5 Mar 2025</div></div></div>
۴ رمضان ۱۴۴۶ - سال نهم
شماره ۲۶۵۷
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

یادداشت

چشم‌انداز تاریک فردا

حسین عبده‌تبریزی
اقتصاددان

ناترازی انرژی، صدها دلیل دارد که حداقل از بخشی از آن آگاهید. این مشکل، پیش و بیش از هر چیز، ریشه در انتخاب‌ها و سیاست‌های ما در دهه‌های گذشته دارد. ناترازی در تولید و مصرف، فرسودگی زیرساخت‌ها، قیمت‌گذاری نامناسب، و کمبود سرمایه‌گذاری، تنها بخشی از این دلایل هستند. وابستگی بیش از حد به منابع فسیلی، تلفات بالای انرژی در شبکه‌های توزیع و مصرف بی‌رویه ناشی از سیاست‌های پارانهای، تصویر این بحران را کامل می‌کنند. اینها اما تنها در اعداد و امار خلاصه نمی‌شوند. اینها تصمیماتی هستند که زندگی امروز ما را سخت‌تر کرده و آینده فرزندان ما را به خطر انداخته‌اند. از میان همه این عوامل، یکی از مهمترین‌ها، کمبود سرمایه‌گذاری در دو دهه گذشته در نفت و گاز است. ما پول‌هایی داشتیم که می‌توانست آینده‌ای روشن بسازد، اما به جای سرمایه‌گذاری، آن را خرج امور جاری کردیم. پرسش اینجاست که چطور در نفت و گاز سرمایه‌گذاری نکردیم؟ ما سکه نفت را با هزینه‌ای حدود ۱۰ تا ۱۳ دلار تولید می‌کردیم و می‌توانستیم آن را به قیمت ۸۰ دلار بفروشیم، چه کار مهمتری داشتیم؟ کدام سرمایه‌گذاری سودآورتر از توسعه زیرساخت‌های انرژی بود؟ ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



امروز نتیجه بررسی‌های مزدی به دولت می‌رود

سناریوهای

تعیین دستمزد کارگران

پاسخ آن که متأسفانه درآمدهای خود را خرج روزمرگی کردیم؛ همانطور که منابع صندوق‌های بازنشستگی را که باید برای آینده نسل‌های امروز سرمایه‌گذاری شود، مصرف کرده و می‌کنیم. وقتی برق را ارزان کرده‌ایم و صرف کنندگان را به مصرف بی‌حساب و کتاب عادت دادیم، به این فکر نکردیم که هزینه ساخت نیروگاه‌های جدید و حتی بازسازی نیروگاه‌های قدیمی را از کجا باید تامین کنیم. این بی‌فکری، باری سنگین بر دوش امروز ما گذاشته و چشم‌انداز فردای ما را تاریک کرده است. ما آینده را نفروختیم، بلکه به سادگی آن را نادیده گرفتیم. بی‌احترامی به قیمت بازار و اصرار بر قیمت‌گذاری اداری، ریشه بسیاری از گرفتاری‌های اقتصادی ایران است. در حوزه انرژی و اصرار بر قیمت‌گذاری اداری، این بی‌احترامی به قیمت بازار، یکی دیگر از اصلی‌ترین دلایل بحران‌های امروز ماست. وقتی قیمت‌ها را به جای بازار، روی میزهای اداری تعیین می‌کنیم، چرخه طبیعی عرضه و تقاضا مختل می‌شود و پیام‌های حیاتی اقتصادی نادیده گرفته می‌شود. تولیدکننده‌ای که مجبور است کالای خود را زیر قیمت واقعی بفروشد، دیگر انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری و تولید بیشتر ندارد. واردکننده‌ای که ارز ترجیحی می‌گیرد، به جای تامین نیاز بازار، به فکر سودجویی و قاچاق معکوس می‌افتد. وقتی قیمت گاز و برق را به طور مصنوعی پایین نگه داشتیم، نه تنها مصرف بی‌رویه را تشویق کردیم، بلکه زمینه تخصیص غلط منابع مالی را فراهم کردیم. نتیجه این شد که صدها کارخانه و صنایع انرژی‌بر، تنها به لطف گاز ارزان زنده ماندند، بی‌آنکه بهره‌وری اقتصادی یا ارزشی افزوده برای کشور ایجاد کنند. این سیاست‌ها، به جای استفاده بهینه از منابع و هدایت سرمایه‌ها به سمت صنایع رقابتی و

صادرات محور، فرصت‌های استراتژیک کشور را نادیده گرفته و توان توسعه را محدود کردند. از سوی دیگر، هزینه ارزان انرژی باعث شد که توسعه زیرساخت‌های حیاتی، مانند نیروگاه‌های جدید یا فناوری‌های نوین انرژی، به حاشیه رانده شود. این دخالت‌ها در کل اقتصاد در نهایت منجر به کمبود کالا، کاهش کیفیت، فساد گسترده و شکل‌گیری بازارهای سیاه می‌شود و در تولید انرژی هم به همان نتایج انجامید. در حقیقت، بی‌توجهی به قیمت بازار، نه تنها اقتصاد را از پویایی و عدالت دور می‌کند، بلکه اعتماد عمومی را نیز از بین می‌برد و جامعه را به سمت هرج و مرج اقتصادی سوق می‌دهد. این بی‌توجهی، نه تنها ذخایر انرژی کشور را به هدر داد، بلکه پایداری اقتصادی و محیط‌زیستی ما را نیز با تهدیدهای جدی مواجه کرد.

بر این سناری می‌توان ساعت‌ها در مورد سایر عوامل منتج به وضعیت جاری صحبت کرد، اما بهتر است به راه حل‌ها بپردازیم. امروز وقت آن است که به خود بباییم و در مسیر اصلاح تصمیماتی حرکت کنیم که شاید دیگر فرصتی برای جبران آنها باقی نمانده باشد. آیا در دنیا تولیدکنندگان گاز و برق سود نمی‌کنند؟ چرا در ایران باید دولت برق و گاز را تولید یا خریداری کند و سپس به قیمتی پایین‌تر از ارزش واقعی به مردم و صنایع بفروشد؟ چرا توزیع برق و گاز نباید به دست بخش خصوصی سپرده شود تا بهره‌وری افزایش یابد و سیستم از فساد و ناکارآمدی رها شود؟ ما چرا اجازه می‌دهیم مسائلی تا نقطه غیرقابل بازگشت پیش بروند و آنگاه مجبور به پذیرش واقعیت شویم؟ مسئله تنها به برق و گاز محدود نمی‌شود. چند نرخ یبودن ارز، گاز و سایر منابع، تنها نمونه‌هایی از سیاست‌های غلطی است که منجر به اتلاف منابع و تشدید ناکارآمدی شده‌اند.

چشم‌انداز تاریک فردا

در حوزه ارز، بیش از ۴۰ سال است که اقتصاددانان ایران بر لزوم تک نرخی کردن ارز تاکید دارند، اما در عمل سیاست‌های چند نرخی حاکم شده که نتیجه این جز فساد، سوءمدیریت، کاهش بهره‌وری و گسترش رانت نداشتنه است. به همین ترتیب، اگر ۱۴ یا ۱۵ میلیارد دلار ارز برای واردات کالاهای اساسی هم نداشتنه باشیم، این کالاها نیز ناگزیر به مسیر حذف یارانه‌ها خواهند رفت، اما این بار، بدون برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری درست، بلکه نتیجه مقاومت بی‌حاصل در این وضعیت دیگر انتخاب سیاستگذار نیست؛ اقتصاد فشار می‌آورد و سیاست‌های نادرست را به زانو درمی‌آورد. ما به جای پیش‌بینی و تصمیم‌گیری در زمان مناسب، همواره منتظر بحران می‌مانیم تا واقیعت‌ها به ما تحمیل شوند. وقتی در کشوری حدود ۱۲ تا ۱۵ میلیون نفر به معاملات رمزارز مشغولند، نمی‌توان واقعیت رمزارزها را انکار کرد؛ حالا به دنبال قانونگذاری در انتهای قافله در حرکتیم. این نه نشانه سیاست‌گذاری درست، بلکه نتیجه مقاومت بی‌حاصل در برابر سازوکارهای طبیعی اقتصاد است. چون به موقع تصمیم نگرفته‌ایم، اقتصاد ما را مجبور به انتخاب‌هایی کرده و خواهد کرد که دیگر از دست سیاستگذار خارج است.

ایران در عین حال، شانس‌هایی هم در حوزه انرژی دارد. انرژی خورشیدی با کاهش چشمگیر هزینه‌های تولید طی دهه گذشته، فرصتی طلایی برای ایران است تا عقب‌ماندگی‌های خود در حوزه انرژی را جبران کند. امروز هزینه سرمایه‌ای (CapEx) برای احداث نیروگاه خورشیدی برای هر مگاوات طی ۱۰ سال گذشته به حدود یک دهم (۰.۱) کاهش یافته است. این کاهش هزینه، در کنار تابش بالای خورشید در بسیاری از مناطق کشور، امکان دسترسی به یکی

از ارزان‌ترین و پاک‌ترین منابع انرژی را فراهم کرده است. با استفاده از این فرصت، ایران می‌تواند وابستگی خود به سوخت‌های فسیلی را کاهش دهد، انتشار گازهای گلخانه‌ای را محدود کند و زیرساخت‌های انرژی پایدار و رقابتی ایجاد کند. برنامه‌ریزی برای انرژی خورشیدی در صنایع بزرگ، یکی از راه حل‌های کلیدی است؛ اختصاص حداقل ۳۰ هزار مگاوات برق خورشیدی در صنایع بزرگ طی سه سال آتی کاملا میسر است. این صنایع با پرداخت هزینه واقعی برق مصرفی خود، از دست مداخلات دولت رها شده و نقش کلیدی در توسعه زیرساخت‌های انرژی خورشیدی ایفا می‌کنند و وابستگی کشور به نیروگاه‌های حرارتی را کاهش می‌دهند. برق تولیدی نیروگاه‌های حرارتی را که هزینه سرمایه‌ای و عملیاتی بالاتری دارند، می‌توان به مصرف خانوارها و اصناف اختصاص داد. در این مدل، با اصلاح تدریجی قیمت‌ها و کاهش یارانه‌ها در طول پنج سال آتی، امکان مدیریت بهتر منابع انرژی و هدایت آنها به سمت اولویت‌های استراتژیک کشور فراهم می‌شود. بازار گاز برای واحدهای تجاری، کسب وکارهای صنعتی و تولیدی باید طی یک دوره سه ساله به گونه‌ای تنظیم شود که قیمت انرژی به حدود ۵۰ درصد نرخ‌های بین‌المللی برسد. سپس در یک برنامه میان مدت، طرف مدت حداقل هفت سال، این قیمت‌ها به تدریج افزایش یابد و به سقف ۸۰ درصد نرخ‌های بین‌المللی نزدیک شود. این رویکرد تدریجی، نه تنها به کسب وکارها فرصت می‌دهد تا انرژی خود را با شرایط جدید تطبیق دهند، بلکه از ایجاد شوک‌های اقتصادی جلوگیری کرده و زمینه‌ای برای سرمایه‌گذاری در بهره‌وری انرژی و توسعه فناوری‌های کارآمدتر فراهم می‌کند. علاوه بر توجه به قیمت و هزینه‌ها، مسئله قاچاق سوخت نیز با چنین رویکردی

ارزش معاملات خرد از مرز ۱۰ همت گذشت

تلاز شیشه‌ای در مسیر اصلاح؟

بعد از معاملات تماما سرخ دوشنبه، معاملات بورس تهران در روز سه‌شنبه کمی متعادل‌تر دنبال شد و درحالی‌که ارزش معاملات خرد مجدداً به ۱۱ هزار میلیارد تومان رسید، مانگراهی بورسی تماماً قرمز پوش ماندند. شاخص کل بورس تهران با افت بیش از ۸ هزار واحدی، افت ۰.۲۹ درصدی را به ثبت رساند و به سطح ۲ میلیون و ۸۰۵ هزار واحد رسید. شاخص هم‌وزن نیز با ریزش...



تعداد فرزندان و بعد خانوار می‌تواند محرومیت فقرا را تشدید کند

تنگنای محرومیت‌زدایی در بودجه ۱۴۰۴

فرصت امروز: کاهش جمعیت محروم کشور در چهار دهه اخیر نشان می‌دهد که اقدامات دولت‌ها در این زمینه موثر بوده ولی چالش‌های سیاست‌گذاری، عملکرد، نحوه توزیع اعتبارات و حتی نحوه شناسایی جمعیت هدف باعث شده که پوشش صد درصدی محرومیت و تاثیرگذاری کامل این اقدامات، با هدف‌گذاری‌ها فاصله داشته باشد. رقم پیشنهادی دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۴ برای محرومیت‌زدایی با رشد ۸۰ درصدی نسبت به اعتبارات امسال به ۱۶۵ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است. با این حال، مقایسه این اعتبارات در سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ و در لایحه بودجه ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۰ بیش از ۷۸ هزار میلیارد تومان برای محرومیت‌زدایی تصویب شده بود ولی در این سال فقط ۳۰ درصد از این رقم و معادل بیش از ۲۳ هزار میلیارد تومان برای اجرای برنامه‌های محرومیت‌زدایی تخصیص یافت. در سال ۱۴۰۱ میزان اعتبارات محرومیت‌زدایی نسبت به سال ۱۴۰۰، کاهش ۱۵ درصدی داشت و رقمی معادل بیش از ۶۶ هزار میلیارد تومان بود که از این رقم هم فقط ۶۷ درصد و رقمی بیش از ۴۴ هزار میلیارد تومان برای محرومیت‌زدایی تخصیص داده شد. در قانون بودجه سال ۱۴۰۲ نیز اعتبارات محرومیت‌زدایی با افزایش ۴۰ درصدی به بیش از ۹۳ هزار میلیارد تومان و در سال ۱۴۰۳ با رشد ۱۷.۷ درصدی به بیش از ۱۱۰ هزار میلیارد تومان رسید، اما دولت چهاردهم در لایحه بودجه سال ۱۴۰۴، رشد ۷۹.۷ درصدی برای اعتبارات محرومیت‌زدایی در نظر گرفت. با نگاهی به گزارش مرکز پژوهش‌ها و مقایسه اعتبارات محرومیت‌زدایی می‌توان گفت که برنامه‌های کاهش محرومیت در چهار دهه گذشته به صورت مستمر اجرا شده و در برخی حوزه‌ها مانند توسعه زیرساخت‌ها...

آذربایجان غربی، کمترین و بوشهر، بیشترین هزینه خوراکی را تجربه کرده‌اند

جغرافیای استانی تورم خوراکی



مدیریت و کسب‌وکار

داستان بازاریابی تلفنی؛ از دوران طلایی تا سقوط آزاد

اغلب مردم دنیا تجربه دریافت تماس‌های تلفنی از سوی برندهای بزرگ و کوچک را داشته‌اند. تماس‌هایی که با هدف جلب نظر مخاطب به خرید محصول صورت گرفته و گاهی هم حسابی سودآور از آب درمی‌آمد. البته برخی از مردم حسابی با این تماس‌ها مشکل داشتند. به طوری که خیلی وقت‌ها کار به شکایت هم می‌کشید. با این حال برندهایی که بلد بودند چطور با مخاطب ارتباط برقرار کنند، هیچ وقت مشکل جدی پیش روی‌شان قرار نمی‌گرفت. بازاریابی تلفنی به عنوان روشی سنتی در حوزه بازاریابی به فرآیندی گفته می‌شود که در آن شرکت‌ها از طریق تماس‌های تلفنی مستقیم با مشتریان محصولات یا خدمات خود را معرفی کرده و سعی در ایجاد ارتباط مستقیم و فوری با مخاطبان دارند. این روش در زمان‌هایی که دسترسی به فناوری‌های نوین محدود بود، یکی از ارکان اصلی تبلیغات و فروش محسوب می‌شد و به شرکت‌ها کمک می‌کرد تا از طریق...

حل خواهد شد. وقتی انرژی با نرخ واقعی و عادلانه عرضه شود، انگیزه برای قاچاق سوخت کاهش می‌یابد. در این شرایط، تنها صنایعی که مزیت رقابتی واقعی دارند، قادر خواهند بود در بازار باقی بمانند و رقابت کنند. این اقدام، علاوه بر بهبود شفافیت و کارایی بازار انرژی، باعث می‌شود منابع محدود کشور به درستی تخصیص یابند و از هدررفت جلوگیری شود. اگر تنها مزیت اقتصاد ایران، یعنی انرژی ارزان، از بنگاه‌ها گرفته شود، سوال این است که چه امکان رقابتی برای تولید داخلی و صادرات باقی می‌ماند؟ پاسخ روشن است: مزیت واقعی در بهره‌وری، رشد تکنولوژی و رقابت‌پذیری بلندمدت است و تنها در تکیه بر انرژی ارزان نیست. یکی از مهمترین وظایف دولت در این شرایط، فراهم کردن محیطی برای افزایش بهره‌وری و ارتقای فناوری در بنگاه‌های تولیدی است تا بتوانند در بازارهای داخلی و بین‌المللی رقابت کنند. سیاست دیگر دولت باید بر کنترل مصرف و ساماندهی مدیریت انرژی متمرکز باشد، که این امر، تنها با بازسازی سازوکار مناسب برای اصلاح قیمت انرژی و شکل دمی به بازار واقعی ممکن است. در شرایط فعلی، ثبات اقتصادی و صنعتی کشور و حتی آینده صنعت در اقتصاد ایران، به اجرای سیاست‌های صحیح در حوزه قیمت‌گذاری انرژی وابسته است. همچنین صنایعی که در حوزه خدماتی و فناوری‌های پیشرفته فعالیت می‌کنند، باید در دهه پیش رو به سمت نزدیک شدن به متوسط‌های جهانی در قیمت بهار آزادی و تمام‌سکه بهار آزادی ضرب ۱۴۰۳ به برندگان جلسه حراج سکه در مرکز مبادله، عرضه تمام سکه ضرب بهار آزادی و تمام‌سکه بهار آزادی ضرب ۱۴۰۳ به برندگان جلسه حراج سکه در مرکز مبادله، عرضه تمام سکه ضرب بهار آزادی و تمام‌سکه بهار آزادی ضرب ۱۴۰۳ به برندگان جلسه حراج اختصاص یافت. همچنین بانک مرکزی به تاژگی اعلام کرد که با هدف پاسخ به نیاز متقاضیان از اواخر اسامل انواع قطعات ربع، نیم و تمام سکه طلای بهار آزادی با تاریخ سال ۱۴۰۴ از طریق حراج‌های سکه مرکز مبادله ارز و طلای ایران در دسترس متقاضیان قرار می‌گیرد. در مجموع از ۱۳ اسفندماه ۱۴۰۲ تا ۱۳ اسفندماه ۱۴۰۳ و طی ۸۰ حراج برگزار نشده، ۹۲۱ هزار و ۱۷۰ قطعه انواع سکه طلا (۴۴۸ هزار و ۱۹۵ ربع سکه، ۱۱۶ هزار و ۷۱۷ نیم سکه و ۳۶ هزار و ۲۵۸ تمام سکه) به متقاضیان فروخته شد.

رئیس بانک مرکزی از تبدیل ۲۰ درصد ذخایر ارزی کشور به طلا خبر داد

ایران جزو ۵ کشور اول در خرید طلا

مبتهی بر طلا نیز میزان معاملات گواهی سپرده کالایی طلا و قراردادهای مشتقه طلا شامل پیمان‌های آتی و اختیارمعامله روی دارایی‌های پایه‌ای چون شمش طلا، سکه تمام بهار آزادی، سکه طلای نیم بهار آزادی و سکه طلای ربع بهار آزادی است.

در اولین جلسه حراج سکه توسط مرکز مبادله، ربع سکه طلا ضرب سال ۱۳۸۶ عرضه شد و براساس شیوه‌نامه ابلاغی آن، هر فرد که دارای کد ملی ایرانی باشد می‌توانست حداکثر پنج قطعه سکه طلا (یا ترکیبی از انواع ربع، نیم و تمام سکه) را ثبت سفارش و خریداری کند. در این حراج از تعداد ۱۲ هزار و ۸۷۷ قطعه ربع سکه ثبت سفارش شده در سامانه، ۱۱۱۸ قطعه سکه به برندگان حراج اختصاص یافت. سکه‌هایی که در حراج‌های مرکز مبادله ایران به عنوان بازوی اجرایی بانک مرکزی عرضه می‌شوند، مستقیماً توسط این نهاد تأمین و عرضه می‌شوند. به همین دلیل، اصالت و کیفیت این سکه‌ها تضمین شده است و احتمال وجود سکه‌های تقلبی در آن صفر است. قیمت سکه‌ها نیز به صورت شفاف و براساس عرضه و تقاضا در حراج‌ها تعیین می‌شود. حراج‌های سکه به تثبیت قیمت‌ها در بازار کمک کرده و از نوسانات شدیدی قیمتی جلوگیری

مبادله ارز و طلای ایران، اقدام به راه‌اندازی حراج سکه طلا کرد و حال با گذشت یک سال و طی ۸۰ حراج برگزار شده، بیش از ۹۲۱ هزار قطعه انواع سکه به فروش رسیده است. مرکز مبادله ارز و طلای ایران در اسفندماه ۱۴۰۱ از سوی بانک مرکزی با هدف بهبود فرآیند سیاستگذاری، نظارت بهتر و رفع چالش‌های پولی و ارزی کشور راه‌اندازی شد. این مرکز، محلی است برای انجام معاملات قراردادهایی که سررسید آنها کمتر از یک سال بوده و یا دارایی پایه آنها (از جمله طلا و ارز) تحت نظارت بانک مرکزی باشد. از آنجا که بازار طلا، یکی از بازارهای قدیمی و سنتی در اقتصاد ایران به حساب می‌آید، نظارت و انسجام‌بخشی به این بازار، ابزاری مهم در سیاستگذاری بانک مرکزی محسوب می‌شود. از این رو، بازار طلای مرکز مبادله ایران با رسالت حفظ اصول حاکم بر بازار طلا و استفاده از تجارب موفق داخلی و خارجی و نیز با پیروی از سیاست‌های بانک مرکزی راه‌اندازی شد. این بازار شامل دو تالار نقد و تالار قراردادهای مبتنی بر طلا است. تالار نقد طلای مرکز مبادله ایران، میزان معاملات نقدی شمش طلا، سکه طلای تمام بهار آزادی، سکه طلای نیم بهار آزادی و سکه طلای ربع بهار آزادی است. تالار قراردادی

ایران جزو پنج کشور اول دنیا در خرید طلا شد. رئیس کل بانک مرکزی با اعلام این مطلب، از تبدیل ۲۰ درصد ذخایر ارزی کشور به طلا خبر داد و گفت در حال حاضر جزو پنج کشور اول در خرید طلاست و هم‌کنون (تا پایان آذرماه امسال) ۲۰ درصد ذخایر ارزی کشور را به طلا تبدیل کرده‌ایم و در خزانه بانک مرکزی است. «محمدرضا فرزین» در برنامه‌ای تلویزیونی همچنین درخصوص شایعه گم شدن طلا در بانک مرکزی، توضیح داد و گفت: به اعتقاد بنده شاید به دلیل اینکه برخی واقعیات مطرح نمی‌شود، دشمن هر دروغی را مطرح می‌کند و با انتشار شایعات و تبدیل آنها به باور، در تلاشند بازار را بر هم زنند. به گفته «فرزین»، بانک مرکزی، یکی از بالاترین ذخایر طلا را – براساس خریدهای داخلی و خارجی – نسبت مجموع ذخایر ارزی دارد و تبدیل بخشی از ذخایر ارزی به طلا با توجه به نقدشوندگی بالای طلا در شرایط تحریمی، ایده‌ای مناسب در جهت تنوع‌بخشی به ذخایر است.

در همین حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۹۲۱ هزار قطعه سکه طلای تمام بهار آزادی، سکه طلای نیم بهار آزادی و سکه طلای ربع بهار آزادی است. ۱۳ اسفندماه ۱۴۰۲ بود که مرکز

نگاه

رشد تولید ناخالص داخلی بهبود یافت

عملکرد آماری دولت چهاردهم

رشد تولید ناخالص داخلی سه ماهه پاییز ۱۴۰۳ یعنی در ماه‌های آغازین دولت چهاردهم نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۱.۷ درصد رسید که در مقایسه با رشد برآوردی پاییز (۱.۲ درصد) افزایش داشته است. رشد اقتصادی ایران، آن‌هم در شرایط تورمی و تحریمی، تلاطم‌های سیاسی و بین‌المللی و ناترازی‌های بروز یافته در حوزه انرژی به هر میزانی که باشد، تلاش دولتمردان و فعالان اقتصادی را برای ادامه مسیر رشد و سرمایه‌گذاری در کشور نشان می‌دهد اگرچه برای رسیدن رشد موردنظر در برنامه هفتم توسعه که به‌طور میانگین ۸ درصد سالانه تعیین شده است، مسیر طولانی پیش روی دولت است. اگرچه واقعیت اتکای اقتصاد ایران به درآمدهای نفتی و صنعت نفت قابل‌چشم‌پوشی نیست و این بخش یکی از مهم‌ترین ارکان رشد اقتصادی کشور را به خود اختصاصی داده است اما سایر بخش‌های اقتصادی نیز در این گزاره سهم ویژه‌ای دارند که با برداشتن سنگ از مسیر حرکت آنان و اقدامات اصلاحی نظیر بهبود ناترازی انرژی، تزریق نقدینگی به واحدهای تولیدی و یافتن بازارهای صادراتی برای محصولات تولیدی از سویی و بهبود شاخص تجارت کلان اقتصادی از جمله کاهش تورم، انقباض پولی و کاهش کسری بودجه می‌توان بخشی از مشکلات تحمیلی ناشی از تحریم اقتصاد و صنعت نفت ایران را جبران کرد. به گزارش «ایرنا»، استخراج آمار دقیق و صحیح در زمان مناسب در تصمیم‌گیری‌ها و سیاستگذاری‌های اقتصادی کشور، اهمیت و اثر گذاری مهمی دارد و می‌تواند در جهت برآوردهای اقتصادی نسبت به گذشته بسیار مهم باشد و در آینده نیز تأثیر فراوانی در تصمیم‌گیری‌ها داشته باشد؛ از این رو پژوهشکده پولی و بانکی به تازگی گزارشی از وضعیت رشد اقتصادی کشور در سه ماهه منتهی به دی ماه امسال منتشر کرده تا آثار جهت‌گیری اقتصادی دولت چهاردهم بر شاخص مهم «رشد تولید ناخالص داخلی» را بررسی کند. نتایج این گزارش نشان می‌دهد که با وجود نتگنمای سیاسی و اقتصادی و با وجود آنکه دولت چهاردهم در ماه‌های آغازین فعالیت بوده، توانسته است تا حدودی افسار کوشش اقتصاد را در اختیار بگیرد. برای تهیه این گزارش از داده‌های ماهانه تراکنش‌های ۲۸۱ صنف داده‌های ماهانه تجارت خارجی ایران و داده‌های ماهانه حمل و نقل جاده‌های کشور استفاده شده است. همچنین برای برآورد شاخص فعالیت بخش نفت، از داده‌های میزان تولید نفت خام و برآوردهای نفتی ایران نیز استفاده شده است.

شاخص فعالیت بخش خدمات

رشد بخش خدمات در سه ماهه منتهی به دی به ۲.۷ درصد رسید که نسبت به رشد پاییز ۲.۱ درصد افزایش داشته است. براساس آمار حساب‌های ملی بانک مرکزی، رشد بخش خدمات در تابستان ۱۴۰۳ برابر ۲.۵ درصد بوده است. رشد سه ماهه منتهی به دی بیشترین رشد بخش خدمات در شش ماه اخیر بوده است. براساس آمار شاپرک، ارزش اسمی تراکنش‌های شاپرک در سه ماهه منتهی به دی نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۴۴ درصد رشد داشته که با توجه به اینکه رشد سطح عمومی قیمت‌ها پایین‌تر از این رشد است، می‌توان گفت در این دوره فعالیت در بخش‌های خدماتی نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است. همچنین تعداد تراکنش‌های نیز در این دوره ۴ درصد رشد داشته است. بررسی آمار زیربخش‌های مهم بخش خدمات می‌تواند دید به‌تری از نوسانات این بخش ارائه دهد. ارزش اسمی تراکنش‌های بخش خودرویی در ۲۵ فرورونی در سه ماهه منتهی به دی ۱۴۰۳ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵.۷ درصد کاهش یافت. همچنین ارزش اسمی تراکنش‌های حقیقی تراکنش‌ها تقریباً معادل رشد قیمت‌ها افزایش داشته است. البته رشد دی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۹ درصد بوده که نسبت به رشد ماه‌های قبل بیشتر بوده است. ارزش تراکنش‌های بخش حمل و نقل نیز در سه ماهه منتهی به دی ماه امسال، ۱۷.۶ درصد نسبت به مدت مشابه قبل رشد داشته که نشانه فعالیت‌ها در این زیربخش است. در سه ماهه اول تردد ماشین‌های سنگین در جاده‌های کشور که نیمه ابتدای سال (نسبت به مدت مشابه سال قبل) مثبت و حدود ۲.۱ درصد برآورد شد، در پاییز منفی شده و به منفی ۲.۲ درصد رسید و براساس آخرین آمارها، این رشد منفی در دی ماه تشدید شد و به منفی ۵.۷ درصد کاهش یافت. همچنین ارزش اسمی تراکنش‌های آژانس‌های فروش، مدیریت و اجاره املاک که در سه ماهه ابتدایی سال (نسبت به مدت مشابه سال قبل) تنها ۶ درصد رشد کرده بود، در سه ماهه تابستان ۱۴۰۳ بیش از ۶۲ درصد رشد داشته است. البته در دی ماه، این رشد کاهش یافته و به ۲۵ درصد رسیده است. بنابراین با توجه به تورم ۴۰ درصدی بخش مسکن (به روایت مرکز آمار)، می‌توان گفت رشد مثبت فعالیت‌های این بخش در پاییز به رشد بخش خدمات کمک کرده است؛ اگرچه با توجه به آمار دی ماه، مشخص است که این رشد رو به کاهش است. از سوی دیگر، ارزش اسمی تراکنش‌های بخش مالی در سه ماهه اول ابتدایی سال نسبت به سال قبل، تنها ۱.۲ درصد رشد کرد. در سه ماهه دوم ۱۴۰۳ رشد این بخش نیز دچار تحول مثبت شده و رشد ارزش تراکنش‌ها نسبت به مدت مشابه سال قبل به بیش از ۶۰ درصد رسیده است. در پاییز نیز ارزش تراکنش‌ها نسبت به مدت مشابه سال قبل بیش از دو برابر شده است. این زیربخش، در کنار بخش املاک و مستغلات، رشد قابل‌توجهی در افزایش ارزش تراکنش‌ها داشته است.

شاخص فعالیت صنایع و معادن

رشد شاخص فعالیت بخش صنایع و معادن در سه ماهه منتهی به دی ۱۴۰۳ نسبت به مدت مشابه سال قبل منفی ۱.۷ درصد برآورد شده است که نسبت به رشدیان بخش در پاییز تغییری نداشته است. باتک مرکز نی رشد ارزش افزوده این بخش در تابستان را ۱.۷ درصد گزارش کرده که کمتر از رشد بهار بوده است و به نظر می‌رسد رشد منفی این بخش علاوه بر پاییز، در ماه‌های زمستان نیز ادامه پیدا کند. یکی از آمارهای به روز در بخش صنایع و معادن، آمار تولید و فروش شرکت‌های بورسی است که به کمک آن می‌توان ترکیب و منبع تغییرات رشد در این بخش را بررسی کرد. براساس آمارها، در سه ماهه منتهی به دی ۱۴۰۳ به جز صنایع شیمیایی و لاستیک و پلاستیک، رشد تولید سایر صنایع منفی گزارش شده است. تقریباً در همه صنایعی که رشد منفی داشتند، موجودی انبار نیز کاهش یافته و این بدان معناست که محدودیت‌های سمت عرضه مانند کمبود انرژی (برق، گاز، و…) مانع اصلی رشد منفی این صنایع بوده است.

شاخص فعالیت بخش نفت

براساس برآوردهای مبتنی بر اطلاعات به روز در دسترس از بخش نفت، رشد شاخص فعالیت بخش نفت در سه ماهه منتهی به دی ۴.۳ درصد برآورد شده است. این آمار برای سه ماهه تابستان ۱۱۸ درصد بوده است و از روند نزولی رشد این بخش نشان دارد. رشد ارزش افزوده بخش نفت در حساب‌های ملی بانک مرکزی در تابستان ۱۴۰۳ معادل ۸.۸ درصد گزارش شده است. براساس آمار اداره اطلاعات انرژی آمریکا، رشد تولید نفت خام ایران در سه ماهه انتهایی ۲۰۲۴ میلادی نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۶.۷ درصد برآورد می‌شود. این رشد در ۹ ماهه ابتدایی ۲۰۲۴ حدود ۱.۸۸ درصد بوده است که نشان از کاهش رشد این بخش دارد. همچنین رشد تولید نفت ایران در ژانویه ۲۰۲۵ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵.۵ درصد بوده است. این رشد براساس آمار اوپک ۲.۳ درصد است.

شاخص فعالیت بخش کشاورزی

براساس برآوردها، رشد تولید بخش کشاورزی در سه ماهه منتهی به دی ۱۴۰۳ به ۲.۱ درصد رسیده است. این رشد در سه ماهه تابستان ۱.۹ درصد بوده است. رشد بخش کشاورزی در سه ماهه تابستان براساس حساب‌های ملی بانک مرکزی ۲.۸ درصد گزارش شده که نسبت به رشد بهار روند صعودی داشته است. برخلاف سال آبی گذشته (منتهی به شهریور ۱۴۰۳)، وضعیت بارندگی در کشور در چهار ماهه ابتدای سال آبی جدید (مهر تا دی ۱۴۰۳) مناسب نبوده و نسبت به دوره مشابه سال قبل کاهش داشته است. بنابراین در صورت ادامه وضعیت موجود در بارندگی‌ها، باوجود اینکه رشد بخش کشاورزی در سال ۱۴۰۳ مثبت خواهد بود، رشد این بخش در سال آتی با توجه به کاهش بارندگی‌ها می‌تواند کاهش یابد. در مجموع با توجه به برآورد رشد بخش‌های مختلف، می‌توان برآوردی از رشد تولید ناخالص داخلی ارائه داد. بر همین اساس، رشد سه ماهه منتهی به دی ماه ۱۴۰۳ معادل ۱.۷ درصد برآورد می‌شود که نسبت به رشد سه ماهه پاییز (۱.۲ درصد) اندکی افزایش داشته است.

تعداد فرزندان و بعد خانوار می‌تواند محرومیت فقرا را تشدید کند

تنگنای محرومیت‌زدایی در بودجه ۱۴۰۴



می‌برند. مشاهده سطوحی از محرومیت شدید در برخی مناطق کشور در کنار دستاوردهای قابل توجه محرومیت‌زدایی پس از پیروزی انقلاب اسلامی، حاکی از وجود چالش‌هایی در سیاستگذاری محرومیت‌زدایی است. هرچند اقدامات دولت‌ها در کاهش جمعیت محروم کشور طی چهار دهه اخیر، موثر بوده ولی چالش‌های سیاستگذاری، عملکرد، نحوه توزیع اعتبارات و حتی نحوه شناسایی کامل این اقدامات، با هدف‌گذاری‌ها فاصله داشته باشد. رقم پیشنهادی دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۴ برای محرومیت‌زدایی با رشد ۸۰ درصدی صد درصدی محرومیت و تأثیرگذاری کامل این اقدامات، با هدف‌گذاری‌ها فاصله داشته باشد.

بررسی ۱۳ شاخص محرومیت خانوارها

در ادامه این گزارش، ۱۳ شاخص وضعیت محرومیت خانوارها در فاصله سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۴۰۲ بررسی شده که نشان می‌دهد در سال ۱۳۸۵ حدود ۹۶ درصد از خانوارهای کشور در سه شاخص، محرومیت هم‌زمان داشته‌اند و فقط ۳۶ درصد از خانوارها در هیچ شاخصی دچار محرومیت نبوده‌اند؛ درحالی‌که در سالل ۱۴۰۲ علاوه بر کاهش شدت محرومیت در کل کشور، حدود ۷۰ درصد خانوارها در هیچ شاخصی دچار محرومیت شدید، دچار تراکم جمعیتی به عنوان یکی از گزارش در میان خانوارهای محروم درگیر محرومیت شدید مورد بررسی قرار گرفته، شامل وسایل نقلیه (خودرو، موتورسیکلت و دوچرخه) و کالاهای با دوام (ماشین لباسشویی، انواع یخچال و انواع تلویزیون)، سواد سرپرست خانوار (بی‌سوادی)، دسترسی به آسایش‌خانه در منزل، تراکم جمعیتی، فقر غذایی (ناکافی وجود آب لوله‌کشی در منزل، بازماندگی از تحصیل کودکان در سن تحصیل ۶ تا ۱۶ ساله، هزینه‌های کمرشکن درمانی و عدم پوشش بیمه درمانی پایه، فقدان وجود گاز لوله‌کشی، برق یا گاز مایع برای پخت و پز و دسترسی به شبکه برق است.

براساس محاسبات سال ۱۴۰۲ مرکز آمار ایران، بیشترین محرومیت در خانوارهای درگیر با محرومیت شدید، مربوط به محرومیت از وسایل نقلیه و کالاهای با دوام با شیوع ۹۲.۶ درصدی بوده و درحالی‌که وضعیت سواد سرپرستان این خانواده‌ها به عنوان یک عامل تأثیرگذار بر تشدید محرومیت‌زدایی در کشور نشان می‌دهد که عملاً با بی‌برنامگی در حوزه محرومیت‌زدایی مواجه هستیم و سیاستگذاری‌ها در گذر زمان متناسب با اولویت‌های رفع محرومیت در کشور تنظیم نشده و نیازمند بازنگری است. برنامه‌ریزی صحیح و هدفمند برای کاهش محرومیت، مستلزم تصویری دقیق و به‌روز از پراکندگی محرومیت در کشور و به ویژه نیازمندی‌های محرومان است که متناسفانه در این حوزه، نه شاخص‌های مناسبی استفاده می‌شود و نه داده‌های به‌روز در کشور موجود است. اعتبارات محرومیت‌زداییی در لایحه بودجه ۱۴۰۴ نسبت به میزان مصوب آن در قانون بودجه ۱۴۰۳، رشد ۸۰ درصدی داشته، اما لزوماً نمی‌توان گفت که این میزان رشد قابل‌توجه است؛ چراکه در سال‌های گذشته رشد این اعتبارات، روند نوسانی داشته و عقب‌ماندگی‌هایی نسبت به تکالیف قانونی نیز وجود دارد. علاوه بر این، مسئله اصلی، درصد تحقق اعتبارات محرومیت‌زدایی در بودجه است که همواره نرخ‌های پایینی را تجربه کرده است. بنابراین در مجموع نمی‌توان گفت که این حجم از اعتبارات برای نیازمندی‌های محرومیت‌زدایی، کافی است. کند.

این گزارش، تأثیرات برنامه محرومیت‌زدایی طی چهار دهه اخیر را بررسی کرده و گفته است که فراگیری محرومیت در کشور در چند دهه گذشته کاهش چشمگیری داشته و به عنوان نمونه، بررسی شدت محرومیت شدید هم‌زمان خانوار در چندین زیرشاخص محرومیت) در سال ۱۳۸۵ نشان می‌دهد که حدود ۱۹.۵ درصد از خانوارهای کشور براساس استانداردهای جهانی، شدت محرومیت میانه با بالایی را تجربه می‌کردند، اما این عدد در سال ۱۴۰۲ به حدود ۳ درصد کاهش یافته و بررسی‌های مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در حال حاضر حدود ۳ درصد از جمعیت کشور همچنان در سطح شدیدی از محرومیت به سر

علت اصلی این روند نزولی باشد. فقدان تعریف واحد از محرومیت و سطح‌بندی آن به محرومیت شدید و سطوح بالاتر موجب شده که با گذشت زمان دغدغه‌های مختلف سیاستگذاران در قالب اقدامات محرومیت‌زدایی گنجانده شود و در عمل شاهد آن باشیم که براساس آخرین فهرست رسمی مناطق محروم کشور (مصوب سال ۱۳۸۸) ۷۵ درصد از پهنه جغرافیایی کشور به عنوان مناطق محروم شناسایی شود. در چنین شرایطی طبیعی است که سیاست‌های محرومیت‌زدایی از اهداف اولیه خود (یعنی رفع محرومیت شدید) جا بماند. متأسفانه مسئله شناسایی مناطق محروم براساس معیارهای واحد و به‌طور مستمر در گذر زمان پیگیری نشده است؛ درحالی‌که با کاهش سطح فراگیر محرومیت در کشور، برنامه‌ریزان باید با استفاده از روش‌های شناسایی، مناطقی را که همچنان در وضعیت محرومیت شدید به سر می‌برند، هدف‌گیری کرده و در اولویت رفع محرومیت قرار می‌دانند. براساس محاسبات انجام گرفته، متوسط کاهش محرومیت شدید در ایران طی پنج سال گذشته در سال ۱۴۰۲ حدود ۷ درصد است؛ درحالی‌که عدد مشابه برای تعدادی از کشورها رقم بالاتری است که نشان‌دهنده اثربخش‌تر بودن فعالیت‌های محرومیت‌زدایی در آنهاست. به عنوان مثال، کشور چین در حدود دو دهه گذشته توانسته به‌طور متوسط سالانه ۱۵ درصد شاخص فقر چند بعدی خود را بهبود دهد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که روند کاهش محرومیت شدید در کشور با کندی مواجه شده است و این یعنی فعالیت‌های محرومیت‌زدایی، جامعه هدف اولیه خود، یعنی محرومین شدید را کمتر در بر گرفته یا آنکه اقدامات مذکور، کمک قابل توجهی به رفع محرومیت آنها نمی‌کند.

محرومیت فقرا، تعداد فرزندان و بعد خانوار

نکته جالب این گزارش، رابطه شدت محرومیت و ساختار خانوار در بین خانوارهای درگیر محرومیت شدید است. این گزارش با نگاهی به محاسبات مرکز آمار در سال ۱۴۰۲، نشان می‌دهد که تعداد فرزندان و بعد خانوار در خانوارهای محروم می‌تواند شدت محرومیت این خانواده‌ها را تشدید کند؛ چنانکه خانوارهای محروم بدون فرزند و خانوارهای محروم با بعد خانوار کمتر از سه نفر، کمتر از همتایان با فرزندان بیشتر و بعد خانوار بیشتر درگیر محرومیت شدید بوده‌اند. این ارتباط تعداد فرزندان و محرومیت شدید خانوارهای محروم نیز مشخص شده که ۵۶.۷ درصد خانواده‌های محروم بدون فرزند، در زمره گروه‌های درگیر محرومیت شدید ۲۰ تا ۳۳ درصدی بوده‌اند؛ درحالی‌که در خانوارهای محروم دارای یک یا دو فرزند، این عدد به ۳۲.۸ درصد و در خانوارهای محروم دارای بیش از سه فرزند به ۲۷.۳ درصد کاهش یافته است، اما در سوی مقابل با افزایش تعداد فرزندان، بر تعداد خانوارهای محروم درگیر محرومیت شدید افزوده شده است؛ یعنی در خانوارهای بدون فرزند، فقط ۲۹.۹ درصد خانوارها دچار محرومیت ۳۳ تا ۵۰ درصدی و فقط ۱۳.۴ درصد خانوارها از سه فرزند به ۲۷.۳ درصد کاهش یافته است، اما در سوی مقابل با افزایش تعداد فرزندان، بر تعداد خانوارهای محروم درگیر محرومیت شدید افزوده شده است؛ یعنی در خانوارهای بدون فرزند، فقط ۲۹.۹ درصد خانوارها دچار محرومیت ۳۳ تا ۵۰ درصدی و فقط ۱۳.۴ درصد خانوارها از سه فرزند به ۲۷.۳ درصد کاهش یافته است، اما در سوی مقابل با افزایش تعداد فرزندان، بر تعداد خانوارهای محروم درگیر محرومیت شدید ۲۰ تا ۳۳ درصدی و درصدهشان با محرومیت شدید ۵۰ تا ۱۰۰ درصدی دست به گریبانند؛ درحالی‌که این وضع در خانوارهای دارای بیش از ۳ فرزند، وضعیت متفاوت‌تری دارد؛ چنانکه ۵۸.۹ درصد خانوارهای محروم دارای بیش از ۳ فرزند، محرومیت ۳۳ تا ۵۰ درصدی داشته، اما محرومیت ۵۰ تا ۱۰۰ درصدی، ۱۳.۸ درصد خانوارهای محروم دارای بیش از سه فرزند را درگیر کرده و ۶۷.۲ درصد خانوارهای محروم دارای یک یا دو فرزند و ۲۲.۷ درصد خانوارهای محروم دارای بیش از ۳ فرزند با محرومیت ۳۳ تا ۱۰۰ درصدی درگیر شده‌اند.

همچنین بعد خانوار نیز نتایج مشابهی را در این گزارش نشان می‌دهد؛ اینکه در مجموع، ۴۲ درصد از خانواده‌های محروم یک نفره و ۴۷.۸ درصد خانواده‌های محروم دو نفره با محرومیت ۳۳ تا ۱۰۰ درصدی درگیر بوده‌اند ولی این عدد در خانوارهای سه نفره به ۲۳.۴ درصد و در خانوارهای ۴ نفره به ۵۹.۳ درصد و در خانوارهای با بعد بیش از ۵ نفر به ۶۵.۵ درصد افزایش یافته است. از طرف دیگر، خانواده‌های محروم دارای یک یا بیش از دو فرد سالخورده بالای ۶۵ سال، در مقایسه با خانواده‌هایی که هیچ فرد سالخورده‌ای نداشته‌اند، کمتر با محرومیت شدید درگیر بوده‌اند.

تاکید وزیر بر جدایی‌ناپذیری راه و شهرسازی

آمار مسکن واقعی شد

نفر آورده بین ۴۰ تا ۲۴۰ میلیون تومان واریز کرده‌اند. از این تعداد ۳۷۰ هزار نفر به تسهیلات بانکی متصل بودند که انتظار داریم سایر افراد نیز به تسهیلات وصل شوند. با پیگیری‌های من، همکاریم و اعضای کمیسیون عمران مجلس از ابلاغیه متصل شدن ۸۰۰ هزار نفر به سیستم تسهیلات انجام شد. در شش ماه اخیر نیز بیش از ۶۰ هزار پروژه به تسهیلات بانکی متصل شدند. او درباره شفافیت آمار ساخت و ساز دولتی نیز گفت: سامانه تم (TEM) به وضوح نشان می‌دهد که وضعیت هر واحد در چه مرحله‌ای از پیشرفت فیزیکی قرار دارد. حتی مشخص می‌کند که برای واحد منظر برنامه صادر شده یا نه. همچنین درخصوص قیمت تمام‌شده واحدهای مسکن ملی، مثل همیشه تأکید شد که این رقم براساس قیمت تمام‌شده خواهد بود. وزیر راه و شهرسازی در این زمینه گفت: براساس تورم و قیمت مصالح که تنظیم‌کننده آن وزارت راه و شهرسازی نیست، قیمت‌ها تغییر می‌کند. بنابراین نمی‌توان یک عدد ثابت را برای قیمت تمام‌شده اعلام کرد. «صادق» درباره وام ۸۰۰ میلیون تومانی نهضت ملی مسکن، توضیح داد: وام ۸۰۰ میلیون تومان دولت قبل مصوبه نداشت و انجام نشده بود. در واقع، نظام بانکی این عدد را تصویب نکرده بود و محقق نشد. دولت چهاردهم در دی ماه سقف تسهیلات را از ۵۵۰ به ۶۵۰ میلیون تومان افزایش داد و به دنبال این هستیم تا وام خودمالکی را افزایش دهیم.

در زمان دولت سیزدهم اعلام شد که وام نهضت ملی مسکن به ۸۰۰ میلیون تومان افزایش یافته که وزیر راه و شهرسازی دولت چهاردهم در این باره گفت، وام ۸۰۰ میلیون تومان دولت قبل مصوبه نداشت. دولت گذشته، آمار واحدهای در حال ساخت مسکن ملی را ۲۶ میلیون واحد عنوان کرده بود، اما «فرزانه صادق» گفت که ۱.۷ میلیون نفر تعیین تکلیف نشده بودند و حتی برای اعتبارات ۸۰۰ هزار نفری که واریز وجه داشتند، تسهیلات پرداخت نشده بود. به گفته «صادق»، در این دوره ترجیح داده می‌شود که آنچه واقعیت دارد را بگوییم و به همین دلیل اعداد را واقعی کردیم.

روز گذشته در نشست خبری وزیر راه و شهرسازی، به موضوعات مختلفی در حوزه مسکن، جاده، ریل، خطوط هوایی و دریایی اشاره شد. به گزارش «ایسنا»، یکی از خبرنگاران با استناد به آماری گفت که در شش ماه دولت چهاردهم، بیشترین جهمه به وزارت راه و شهرسازی شده که «فرزانه صادق» این موضوع را تأیید کرد و گفت: این میزان توجه به وزارت راه و شهرسازی به این دلیل است که این وزارت‌خانه بیشترین ارتباط را با مردم دارد و این موضوع اشکالی ندارد. به گفته «صادق»، در پنج سال گذشته پس از ثبت‌نام‌هایی که در طرح نهضت ملی مسکن صورت گرفت، مشخص شد بیش از ۱.۷ میلیون نفر واجد شرایط مسکن هستند که سپرده واریز نکرده‌اند و هنوز اقدامی برای آنها انجام نشده است. ۸۰۰ هزار

اخبار

فعالیت ماهانه بانک پاسارگاد در نیمه زمستان نشان می‌دهد

درآمد عملیاتی ۱۸ همتی «ویاسار»

بانک پاسارگاد در گزارش فعالیت ماهانه بهمن‌ماه ۱۴۰۳ در کتال، درآمد محقق شده خود را معادل ۱۸ هزار میلیارد تومان اعلام کرد. به گزارش «تیض بورس»، بانک پاسارگاد با نماد «ویاسار» در گزارش ماهانه منتهی به ۳۰ بهمن ماه ۱۴۰۳ در کتال، ارقامی مربوط به میزان درآمدهای ناشی از تسهیلات اعطایی، اوراق بدهی، سپرده‌گذاری، درآمد کارمزده و درآمد سرمایه‌گذاری را ارائه کرد. براساس این گزارش، درآمد محقق‌شده بانک پاسارگاد از گزینه‌های مذکور در دی‌ماه بیش از ۱۸ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به مدت مشابه ماه قبل از رشد ۱۲٫۲ درصدی برخوردار بوده است. بیشترین بخش از درآمد این بانک ناشی از تسهیلات اعطایی رشد داشته است. این تسهیلات اعطایی از فروش خدماتی مانند فروش اقساطی، جعاله، مراجعه، اجاره به شرط تملیک، مضاربه، مشارکت مدنی، بهدکاران بابت اعتبارات اسنادی، تسهیلات ارزی و … بوده که تسهیلات مراجعه، مشارکت مدنی و تسهیلات ارزی بیشترین میزان درآمدی را برای بانک پاسارگاد از درآمد تسهیلات اعطایی به ثبت رسانده است. درآمد اوراق بدهی بانک پاسارگاد در بهمن ماه معادل ۹۳ میلیارد تومان بوده و درآمد سپرده‌گذاری معادل ۱۳ میلیارد تومان گزارش می‌شود که این دو گزینه درآمدی از رشد قابل توجهی نسبت به دی‌ماه برخوردار بوده است. درآمد کارمزده این بانک نیز در بهمن ماه معادل ۹۸۳ میلیارد تومان است که نسبت به ماه قبل رشد درآمد نشان می‌دهد.

نامه انجمن واردکنندگان خودرو به پزشکیان:

جلوی افزایش قیمت در سال آینده را بگیرید

اعضای هیأت مدیره انجمن واردکنندگان خودرو در نامه‌ای خطاب به رئیس‌جمهور، با اشاره به انتقاد وی در زمان مناظرات انتخاباتی درخصوص تفاوت سطح درآمد مردم و قیمت خودروهای وارداتی که خرید آنها را به آرزو تبدیل کرده، تعرفه ۱۰۰ درصدی وضع شده برای واردات خودرو در سال آینده را کلبوس صرف کرده و خواستار این شده‌اند تا موج گرانی قابل توجه خودروهای خارجی و توقف واردات خودروهای هیبریدی و برقی دانستگر صنعت خودرو نشده، چاره‌اندیشی شود.

روز یکشنبه (نوادهم اسفندماه) اعضای هیأت مدیره انجمن واردکنندگان خودرو ایران در نامه‌ای خطاب به مسعود پزشکیان، نسبت به افزایش غیرقابل تصور قیمت خودروهای خارجی در کشور با توجه به عوارض تعیین‌شده برای سال ۱۴۰۴ یا حتی توقف واردات خودروهای هیبریدی و برقی هشدار داده و تاکید دارند که قطعاً افزایش قیمت خودروهای وارداتی، قیمت خودروهای داخلی را هم تحت تاثیر قرار خواهد داد. در متن این نامه که به امضای هادی سلیمانی ملکان، ناصر اسفنجی، کورش مرشدسلوک، مصطفی خدزی و فرشاد رضانی به عنوان اعضای هیأت مدیره انجمن واردکنندگان خودرو ایران رسیده، آمده است: «طف به گلابه آن ارجمند گرانمایه در مناظره‌های انتخاباتی مبنی بر اینکه: «به مردمی که حقوق ۱۰۰ الی ۳۰۰ دلاری می‌دهیم، ماشین را با قیمت ۱۰۰ هزار دلار می‌فروشیم، آنها خواب این ماشین‌ها را هم نمی‌بینند… مردم چه گناهی کرده‌اند که ما با آنها این کار را می‌کنیم؟ چرخه را بسته‌ایم» آنچه که این روزها مصرف‌کنندگان و فعالان حوزه خودرو را به شدت تحت تحیر قرار داده است، مقرره تعرفه ۱۰۰ درصدی واردات خودرو اعم از برقی و هیبریدی تا بزینتی، برخلاف بیانات انتخاباتی شماسنت، این انتظار از آن ریاست وجود داشت تا مردم بتوانند با قیمت مناسب‌تری از خودرو وارداتی استفاده کنند، اما تبصره (۱) لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ با وضع تعرفه ۱۰۰ درصدی برای واردات خودرو خارجی کابوسی شد در خواب خوش دلبستان دلباخته به همت آن برادر شریف.

در ادامه این نامه تاکید شده است که تقاضا دارد تا موج گرانی غیرقابل تصور قیمت خودرو وارداتی و توقف واردات خودروهای هیبرید و برقی به کشور گریبان بازار خودرو را نگرفته است، دستور دهید چارای اندیشیده شود؛ ضمن اینکه می‌دانیم افزایش قیمت خودروهای وارداتی، قطعاً منجر به افزایش قیمت بازار در همه بخش‌ها و از جمله خودروهای تولیدی خواهد شد.

سهام عدالت از حبس ۲۰ ساله آزاد می‌شود؟

موضوع آزادسازی سهام عدالت در دولت گذشته در حد حرف باقی ماند و هنوز محقق نشده است اما به نظر می‌رسد رویکرد وزارت اقتصاد دولت چهاردهم، آزادسازی این سهام باشد. به گزارش «پسنا»، آیین‌نامه اجرایی افزایش ثروت خانوارهای ایرانی در قالب سهام عدالت در سال ۱۳۸۴ اجرا شد که حدود ۲۰ سال از آغاز آن می‌گذرد اما اختیار خرید و فروش این سهام وجود ندارد. طرح آزادسازی سهام عدالت از ۱۵ خرداد سال ۱۳۹۹ مطرح شد که رسانه‌های همسو با دولت گذشته آن به عنوان موفق‌ترین طرح اقتصادی دولت نام بردند، اما هرگز این برنامه شکل اجرایی به خود نگرفت. دولت وقت در آن زمان اعلام کرد که به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم امکان واگذاری سهام عدالت به سهامداران وجود دارد. دو سال پس از این تصمیم یعنی سال ۱۴۰۱ اعلام شد که فلسفه اصلی سهام عدالت، نگهداری آن است و قصد از واگذاری این نبوده مردم آن را بفروشند بلکه هدف این بوده مردم به صورت بلندمدت این سهام را نگهداری کنند و از عواید سود سالانه بهره ببرند. آزادسازی فروش این سهام بستگی به مصوبات شورای عالی بورس دارد که هنوز چنین تصمیمی اتخاذ نشده است.

از آن زمان تاکنون نیز سازمان بورس تصمیمی درباره آزادسازی سهام عدالت اتخاذ نکرد. البته با توجه به اینکه حدود ۴۹ میلیون نفر سهام عدالت در اختیار دارند بازار سرمایه توان این این حجم از واگذاری را ندارد. سود سهام عدالت براساس آخرین واریزی مربوط به سال مالی ۱۴۰۱ که از هشت شرکت باقی‌مانده دریافت شد برای سهام ۴۹۲ هزار تومانی ۳۵۲ هزار تومان، ۵۳۲ هزار تومانی مبلغ ۳۸۰ هزار تومان و یک میلیون تومانی ۷۱۶ هزار تومان بود. سود سال ۱۴۰۲ نیز هنوز پرداخت نشده، البته دستیار رئیس سازمان بورس اعلام کرده مجامع شرکت‌های سرمایه‌پذیر سهام عدالت به اتمام رسیده اما فعلا خبری از واریز سود نیست. با روی کار آمدن دولت چهاردهم در مرداد سال جاری موضوع در اختیار گذاشتن امکان خرید و فروش سهام عدالت مجددا مطرح شد اما تاکنون شکل اجرایی به خود نگرفته است. با آن اینکه عبدالناصر همتی – وزیر سابق اقتصاد که امروز استیضاح شد در صحن علنی مجلس از عدم آزادسازی سهام عدالت انتقاد کرد.

همتی با تاکید بر اینکه واقعا دربار سهام عدالت ما در حال ظلم به مردم هستیم، گفت: ما به ۴۹ میلیون نفر سهام عدالت داده‌ایم که آنها نه اجازه استفاده از آن و نه اجازه خرید و فروش آن را داشته‌اند و در همین فاصله ۱۵ الی ۱۶ ساله ۲میلیون نفر از سهامداران عدالت فوت کرده‌اند. دیده می‌شود که شما یک دارایی به فردی بدهید که او نتواند از آن دارایی استفاده کند و سالی هم ۵۰۰ هزار تومان سود بدهید که به اندازه دو پرس غذا هم نمی‌شود. بنابراین یکی از کارهای مهمی که من به عنوان وزیر اقتصاد پیگیری خواهم کرد، تعیین تکلیف سهام عدالت برای مردم عزیز است. اکنون ارزش سهام کسانی که معادل یک میلیون تومان سهم داشته‌اند، ۳۰ میلیون تومان است؛ چرا این مبلغ را نباید به مردم بدهیم تا بخشی از مشکلات زندگیشان را با آن بپردازند. البته سهام شورای اسلامی رأی به برکناری همتی داد. بنابراین در شرایط فعلی موضوع تعیین تکلیف آزادسازی سهام عدالت در حاله‌ای از ابهام قرار گرفته است. در حال حاضر سیایت آزادسازی سهام عدالت فعال نیست و امکان انتخاب روش مستقیم وجود ندارد. باید ببینیم چاشنیم همتی چه تصمیمی در خصوص امکان خرید و فروش سهام عدالت می‌گیرد.

آذربایجان غربی، کمترین و بوشهر، بیشترین هزینه خوراکی را تجربه کرده‌اند

جغرافیای استانی تورم خوراکی



فرصت امروز: خانوارهای ساکن در استان‌های آذربایجان غربی و بوشهر

به ترتیب پایین‌ترین و بالاترین هزینه خوراکی را در سال گذشته تجربه کرده‌اند. براساس آخرین داده‌های مرکز آمار از جایگاه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان‌ها در سال ۱۴۰۲، متوسط هزینه خوراکی یک خانوار ساکن در آذربایجان غربی، ۳۱ میلیون تومان بوده که کمترین هزینه خوراکی در بین ۳۱ استان کشور نشان می‌دهد. در نقطه مقابل، یک خانوار بوشهری در سال ۱۴۰۲ بیشتر از ۷۴ میلیون تومان به صورت میانگین برای اقلام خوراکی هزینه کرده که بالاترین هزینه خوراکی در جغرافیای استانی است.

همچنین متوسط هزینه خوراکی خانوارهای شهری کل کشور در سال گذشته، ۵۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده که نشان می‌دهد خانوارهای شهری ۱۲ استان، هزینه خوراکی بالاتر (نسبت به میانگین کشور) و خانوارهای شهری ۱۹ استان نیز هزینه خوراکی پایین‌تری داشته‌اند. براساس آمارها در سال گذشته، متوسط هزینه خوراکی یک خانوار شهری در بوشهر، ۷۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و در آذربایجان غربی، ۳۰ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان بوده که به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین هزینه خوراکی را در جغرافیای استانی کشور داشته‌اند. پس از بوشهر نیز استان سمنان بالاترین هزینه خوراکی را تجربه کرده و متوسط هزینه خوراکی یک خانوار شهری در سمنان، ۳۵ میلیون تومان اعلام شده است. همچنین یک خانوار شهری ساکن در تهران به صورت میانگین در سال گذشته، ۵۹ میلیون تومان به اقلام خوراکی اختصاص داده که پایتخت را در زمره استان‌های کمتر مرفه قرار می‌دهد. همانطور که اشاره شد، هزینه خوراکی ۱۲ استان در سال گذشته از میانگین کشوری بالاتر بوده و ۱۹ استان نیز هزینه خوراکی پایین‌تری داشته‌اند. به گفته کارشناسان، بالا بودن هزینه خوراکی در خانوارها می‌تواند نشانی از کاهش سطح رفاه خانوارها تلقی شود.

اختلاف معنادار هزینه خوراکی استان‌ها

یافته‌های آماری نشان می‌دهد که در سال گذشته خانوارهای ساکن در استان آذربایجان غربی به صورت میانگین پایین‌ترین هزینه خوراکی

و خانوارهای ساکن در استان بوشهر بالاترین هزینه خوراکی را به خود اختصاص داده‌اند. به گزارش «کوابران» و براساس جدیدترین داده‌های مرکز آمار از جایگاه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان‌ها، در سال گذشته متوسط هزینه خوراکی یک خانوار ساکن در آذربایجان غربی نزدیک به ۳۱ میلیون تومان بوده که پایین‌ترین مقدار در میان استان‌ها را داشته است. از طرف دیگر یک خانوار بوشهری در سال ۱۴۰۲ بیشتر از ۷۴ میلیون تومان به صورت میانگین به اقلام خوراکی اختصاص داده حاکی از آن است که متوسط هزینه خوراکی خانوارهای شهری در کل کشور در سال گذشته معادل ۵۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده است. براین اساس متوسط هزینه خوراکی یک خانوار شهری در ۱۲ استان در سال گذشته از متوسط هزینه خوراکی کل کشور بالاتر بوده و بنابراین ۱۹ استان نیز متوسط هزینه خوراکی پایین‌تری داشته‌اند. کارشناسان اقتصادی باور دارند که بالا بودن هزینه خوراکی در خانوارها می‌تواند نشانی از کاهش رفاه تلقی شود.

براساس این گزارش، در سال گذشته متوسط هزینه خوراکی یک خانوار شهری در استان بوشهر ۷۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده که بالاترین رقم در میان استان‌ها بوده است. در سمت مقابل این متغیر در استان

ارزش معاملات خرد از مرز ۱۰ همت گذشت

تالار شیشه‌ای در مسیر اصلاح؟

داد. همچنین بانک‌ها و فرآورده‌های نفتی به ترتیب با ورود ۸۹ و ۷۸ میلیارد تومان پول حقیقی روبه‌رو بودند. از سوی دیگر گروه فلزات اساسی همانند معاملات روز دوشنبه، خروج پول را تجربه کرد و در پایان معاملات روز سه‌شنبه معادل ۱۲۱ میلیارد تومان را از دست داد و رتبه نخست خروج پول را به نام خود ثبت کرد.

بازار سرمایه در چهاردهمین روز اسفندماه درحالی به کار خود پایان داد که شاخص کل با افت بیش از ۸ هزار واحدی مواجه شد و شاخص هم‌وزن نیز کاهش بیش از ۴ هزار واحدی را تجربه کرد؛ این درحالی بود که بازار در ساعات ابتدایی برخلاف انتظارها عملکردی مثبت داشت و بسیاری از نمادهای بزرگ و همچنین صندوق‌های اهرمی در محدوده مثبت معامله می‌شدند و حتی در برخی از نمادها شاهد تشکیل صف خرید بودیم. با این حال، در نیمه دوم بازار، فشار عرضه‌ها به‌شدت افزایش یافت و روند معاملات تغییر کرد؛ از جایی که به تدریج، تقاضا در نمادهای شاخص‌ساز کاهش یافت و فروشندگان ابتکار عمل را در دست گرفتند؛ این موضوع باعث شد که بیش از ۸۰ درصد نمادها در محدوده منفی معاملات خود را به پایان برسانند. باتوجه به الگوی معاملات سه‌شنبه و شدت عرضه‌ها در ساعات پایانی، احتمال ادامه این روند نزولی در روز چهارشنبه وجود دارد، مگر اینکه حمایت جدی از سوی حقوقی‌ها و بازیگران بزرگ بازار صورت بگیرد؛ وگرنه در غیر این صورت، بورس همچنان در مسیر اصلاح باقی خواهد ماند و سهامداران باید با دقت بیشتری روند معاملات را زیر نظر بگیرند.

به گزارش «کوابران»، واکنش منفی بازار سرمایه به استیضاح «عبدالناصر همتی» و وزیر اقتصاد، نشان‌دهنده نگرانی سرمایه‌گذاران از تداوم رکود اقتصادی و ابهامات سیاستگذاری است. با وجود اقدامات مثبت «همتی»

سید غذایی پیشنهادی شامل ۱۳ گروه کالایی است که هر گروه طیف وسیعی از محصولات با کیفیت‌های متفاوت را دربر می‌گیرد. به عنوان مثال، مصرف روزانه ۳۰ گرم حبوبات توصیه شده، اما نوع یا کیفیت آن مشخص نشده است. این ابهام، محاسبه هزینه واقعی سبذ را دشوار می‌کند. برای حل این مسئله، از داده‌های مرکز آمار ایران درباره میانگین قیمت کالاهای خوراکی در مناطق شهری استفاده شده است. این داده‌ها براساس قیمت محصولاتی با کیفیت ثابت و مشخص محاسبه می‌شوند. به منظور ساده‌سازی، اقلام پر مصرف و ارزان‌تر در هر گروه انتخاب شده‌اند. برای نمونه، در گروه برنج، تنها قیمت «برنج خارجی درجه یک» لحاظ شده و از برنج ایرانی‌گران‌تر صرف‌نظر شده است. در حبوبات، عدس، لپه و لوبیا قرمز به دلیل قیمت پایین‌تر و استفاده رایج در آشپزی ایرانی انتخاب شده‌اند. در بخش میوه‌ها نیز سیب و پرتقال به‌عنوان گزینه‌های همیشه موجود و مقرون به صرفه در نظر گرفته شده‌اند. این رویکرد با تمرکز بر حداقل هزینه تهیه سبذ، تصویری واقع‌بینانه از هزینه‌های ضروری تغذیه سالم ارائه می‌دهد. پیش از پرداختن به هزینه تامین سبذ غذایی پیشنهادی ایرانیان ابتدا باید به تفاوت این سبذ با «کل سبذ مصرفی» پی برد. مرکز آمار برای محاسبه تورم کل کشور، سبذی طراحی کرده که در آن تمام کالاها و خدمات مورد استفاده خانوار با ضرایب اهمیت مشخصی گنجانده شده است. بنابراین تورم «سبذ مصرف» نشان‌دهنده تورمی است که به کل مصارف خانوار اصابت کرده است. در مقابل، سبذ غذایی پیشنهادی تنها به اقلام خوراکی اشاره دارد که به صورت ضروری باید توسط هر فرد مصرف شود تا سلامتی وی آسیب نبیند. سبذ مصرف برای خانوار محاسبه می‌شود که تعداد افراد حاضر در آن تقریباً ۳٫۱ نفر است؛ درحالی که سبذ غذایی پیشنهادی به ازای هر فرد محاسبه می‌شود.

در سبذ پیشنهادی ۱۹ قلم خوراکی ضروری با گرم‌های پیشنهادی پی برد. مرکز آمار برای محاسبه تورم کل کشور، سبذی طراحی کرده که در آن تمام کالاها و خدمات مورد استفاده خانوار با ضرایب اهمیت مشخصی گنجانده شده است. بنابراین تورم «سبذ مصرف» نشان‌دهنده تورمی است که به کل مصارف خانوار اصابت کرده است. در مقابل، سبذ غذایی پیشنهادی تنها به اقلام خوراکی اشاره دارد که به صورت ضروری باید توسط هر فرد مصرف شود تا سلامتی وی آسیب نبیند. سبذ مصرف برای خانوار محاسبه می‌شود که تعداد افراد حاضر در آن تقریباً ۳٫۱ نفر است؛ درحالی که سبذ غذایی پیشنهادی به ازای هر فرد محاسبه می‌شود. در سبذ پیشنهادی ۱۹ قلم خوراکی ضروری با گرم‌های پیشنهادی برای مصرف گنجانده شده است. مرکز آمار، متوسط قیمت این اقلام را در دی ۱۴۰۳ اعلام کرد که هر فرد باید در ماه ۸ هزار و ۷۰۰ گرم نان، ۲ کیلو و ۱۰۰ گرم برنج، ۷۵۰ گرم ماکارونی، ۳ کیلو سیب و ۴۵۰ گرم قند مصرف کند. محاسبات حکایت از آن دارد که هزینه تامین «سبذ مطلوب پیشنهادی برای تغذیه ایرانیان» به ازای هر نفر در بهمن امسال ۲ میلیون و ۸۴۶ هزار و ۹۰ تومان رسیده که نسبت به ماه قبل تقریباً ۱۱۸ هزار تومان گران‌تر شده است؛ یعنی قیمت این سبذ نسبت به دی ۶٫۷۸ درصد و نسبت به بهمن سال گذشته ۴۰٫۴ درصد گران‌تر شده است.

چشم‌انداز تورمی در روزهای پایانی سال

در همین حال، آخرین گزارش تورمی مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که تورم ماهانه کل کشور در بهمن ماه امسال ۴٫۱ درصد و تورم اقلام خوراکی، آشامیدنی و دخانیات ۶٫۷ درصد بوده است. به عبارت دیگر، هزینه تامین کل سبذ مصرف خانوار – شامل خوراکی‌ها، غیرخوراکی‌ها و خدمات- در بهمن ماه امسال نسبت به دی ماه ۴٫۱ درصد بالاتر رفته و این افزایش برای تمام اقلام خوراکی ۶٫۷ درصد بوده که با تغییر قیمت سبذ معیشتی اکوابران برابر شده است. نتایج این مقایسه نشان می‌دهد که عامل اصلی افزایش تورم در بهمن ماه ۱۴۰۳، گرانی خوراکی‌ها بوده و قیمت سبذ خوراکی خانوار، شدیدتر از قیمت کل سبذ مصرف خانوار گران شده است.

در کاهش شکاف ارزی و بهبود صادرات غیرنفتی، مشکلات ساختاری اقتصاد ایران از جمله ناترازی انرژی، تنگنای اعتباری و سیاست‌های انقباضی بانک مرکزی، موجب افت ارزش دلاری بازار و کاهش بازدهی واقعی سهام شده است. در چنین شرایطی، انتظار می‌رود بازار سرمایه در کوتاه‌مدت تحت تأثیر اخبار و روانشناسی معاملات قرار گیرد، اما در بلندمدت، بازگشت به ارزش ذاتی سهام محتمل است. با این حال، تا زمان رفع ناترازی‌های کلان و بهبود فضای کسب‌وکار، روند کلی بازار با چالش‌های جدی همراه خواهد بود.

بازار سرمایه به عنوان آینه و دماسنج آینده‌نگر فعالیت‌های اقتصادی مستقل از اینکه چه کسی بر صندلی وزارت اقتصاد بنشیند، در گیر واقعیت‌های اقتصادی و ناترازی‌های بحرانی در بخش‌های مختلف کشور بوده و به همین دلیل طی سال‌های گذشته و با اجرای سیاست‌های ضدمالکیت خصوصی همواره، در حفظ و یا رشد ارزش دلاری خود با چالش‌های جدی مواجه شده است و به نظر می‌رسد تا زمانی که گشایش‌های عملیاتی و مشهود در این جبهه‌ها ایجاد نشود روند فعلی رو به افول اقتصاد و در نتیجه آن بازار سهام با وجود برخی نوسانات همچنان ادامه پیدا کند. در حال حاضر برای یک فصل آتی میزان بازده مورد انتظار بازار سهام با توجه به درجه آزردنگی بالای سهام با در نظر گرفتن مشکلات مختلف از جمله نسبت ارزش بازار به ارزش جایگزینی، ارزش دلاری بازار، ارزش بازار به نقدینگی کشور، نسبت قیمت به سود آینده‌نگر … می‌تواند بالاتر از بازارهای موازی باشد اما باید در نظر داشت که ابهام آینده سیاستگذاری ارزی و پولی کشور در بلاکچیفی وزارت اقتصاد و همچنین افزایش ریسک‌های سیستماتیک و ناترازی انرژی می‌تواند همواره مانع راه بازار سهام باشند.

خبرنامه

۵ استان مصرف‌کننده ۴۵ درصد گاز کشور

رئیس مرکز کنترل شبکه راهبری گاز کشور با اعلام اینکه در روز هشتم اسفندماه مقدار مصرف گاز در بخش خانگی و تجاری به عدد ۷۰۳ میلیون مترمکعب رسید، گفت استان‌های تهران، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، اصفهان و مازندران بیشترین مصرف گاز را داشته‌اند، به‌گونه‌ای که ۴۵ درصد از گاز کشور در این پنج استان مصرف شد. «غلامرضا کوشکی» با اشاره به اینکه با نزدیک شدن به نیمه اسفندماه شاهد بیشترین کاهش دما در سال جاری بوده‌ایم که منجر به ثبت بالاترین مقدار مصرف گاز در بخش خانگی و تجاری شده است، توضیح داد: مقدار مصرف گاز در روز هشتم اسفندماه در بخش خانگی و تجاری به عدد ۷۰۳ میلیون مترمکعب رسید و رکورد سال شکسته شد. او با بیان اینکه در روز یکشنبه (۱۲ اسفند) مقدار مصرف بخش خانگی و تجاری ۶۷۵ میلیون مترمکعب بود و تقریباً ۷۸ درصد گاز تولیدی کشور در این بخش مصرف شده است، افزود: سهم مصرف گاز در بخش‌های صنعتی، نیروگاهی و مولدهای برق حدود ۲۲ درصد از کل گاز تولیدی کشور است. رئیس مرکز کنترل شبکه راهبری گاز کشور سپس به بیشترین مقدار مصرف گاز در میان استان‌ها اشاره کرد و گفت: در ۲۴ ساعت گذشته، استان‌های تهران، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، اصفهان و مازندران بیشترین مصرف گاز را داشته‌اند، به‌گونه‌ای که ۴۵ درصد از گاز کشور در این پنج استان مصرف شد. به گفته «کوشکی»، طبق آخرین اطلاعات از سازمان هوشناسی، از روز سه‌شنبه (۱۴ اسفندماه) روند افزایش دما در کشور آغاز می‌شود و این موضوع می‌تواند به کاهش مصرف گاز در بخش خانگی و تجاری منجر شود که در نتیجه، امکان تأمین گاز بیشتر برای صنایع و نیروگاه‌ها فراهم می‌شود. وی در انتها با بیان این پیش‌بینی که مصرف گاز تا پایان هفته بین ۵ تا ۶ درصد کاهش می‌یابد، افزود: تولید گاز کشور در روز یکشنبه (۱۲ اسفندماه) به عدد ۸۶۶ میلیون مترمکعب رسید که عمده مصرف آن در بخش خانگی و تجاری بوده است.

تنها ۴۳ درصد خانوارها به آب سالم دسترسی دارند

بحران آب روستایی

براساس آمارها، در سال گذشته سهم خانوارهای بهره‌مند از آب آشامیدنی سالم در روستاها افت زیادی کرده است. درسال ۱۴۰۲ سهم خانوارهای روستایی که به آب آشامیدنی سالم دسترسی داشته‌اند نسبت به میانگین سال ۱۳۹۵ به بعد حدود ۳۰ واحد درصد کاهش داشته و به عدد ۴۳٫۴ درصد رسیده است. در واقع میانگین این سهم از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۱، برابر با ۷۴ درصد بوده است. علت اصلی احتمال زیاد در یک نکته مهم نهفته است و آن کمبود منابع آبی و تخصیص نادرست آب در کشور است که بحران ناترازی آب را در بر داشته است. اینها در حالی است که حتی در پایتخت کشور یعنی شهر تهران نیز اخیراً زمزمه‌هایی از جیره‌بندی آب در تابستان ۱۴۰۴ به گوش می‌رسد. دسترسی به آب آشامیدنی سالم، یکی از مهمترین شاخص‌های توسعه انسانی و پایدار در هر کشور محسوب می‌شود. در مناطق روستایی، این موضوع نه‌تنها بر بهداشت و سلامت جامعه تأثیر مستقیم دارد، بلکه بر سایر ابعاد توسعه مانند آموزش، بهره‌وری نیروی کار و کاهش فقر نیز اثرگذار است. عدم دسترسی کافی به آب سالم در روستاها باعث افزایش بیماری‌های مرتبط با آب، کاهش کیفیت زندگی و مهاجرت به شهرها می‌شود که خود چالش‌هایی مانند حاشیه‌نشینی و فشار بر زیرساخت‌های شهری را به همراه دارد. بنابراین، بهبود شبکه‌های تأمین آب در روستاها یکی از پیش‌نیازهای اصلی توسعه پایدار، ارتقای عدالت اجتماعی و بهبود شاخص‌های اقتصادی در مناطق محروم است. براساس داده‌های مرکز آمار از سهم جمعیت روستایی بالای ۲۰ خانوار، که به آب آشامیدنی سالم دسترسی دارند، در سال ۱۳۹۵ سهم خانوارهای روستایی برابر با ۷۲٫۷ درصد بوده است. در واقع نزدیک به ۲۳ درصد جمعیت روستایی کشور به آب آشامیدنی سالم دسترسی داشتند. روند این متغیر تا سال ۱۳۹۸ معیودی بوده است. به بیان دقیق‌تر سهم روستاهایی که به آب آشامیدنی سالم دسترسی داشته‌اند در سال ۱۳۹۶ حدود ۷۲٫۱ درصد، در سال ۱۳۹۷ برابر با ۷۵ درصد و در سال ۱۳۹۸ معادل ۷۶ درصد بوده است. با این‌وجود روند سهم خانوارهای بهره‌مند از آب آشامیدنی سالم در مناطق روستایی تا سال گذشته نزولی بوده است. به طوری که این متغیر در سال ۱۳۹۹ حدود ۷۵٫۳ درصد، در سال ۱۴۰۰ حدود ۷۴٫۳ درصد و در سال ۱۴۰۱ برابر با ۷۴٫۷ درصد برآورد شده است. نکته عجیب و قابل توجه در سال گذشته، این است که سهم جمعیت خانوارهای روستایی که به آب آشامیدنی سالم دسترسی داشته‌اند، کاهش شدیدی داشته و معادل ۴۳٫۴ درصد ثبت شده است. این امر نشان‌دهنده بحرانی بزرگ در وضعیت آبرسانی و منابع آبی کشور است. احتمالاً در نتیجه سوءمدیریت و تخصیص نادرست منابع آبی، میزان بهره‌مندی خانوارهای روستایی به آب آشامیدنی سالم، افت شدیدی را تجربه کرده است.

نیروگاه‌ها ۷۰ درصد سوخت را دود می‌کنند

راندمان ۳۰ درصدی نیروگاه‌های ایران

وزیر نفت اخیراً در سخنانی هشدار داد که نیروگاه‌های کشور با راندمان ۳۰ درصد، حدود ۷۰ درصد سوخت مصرفی خود را هدر می‌دهند که این امر نه تنها به افزایش مصرف سوخت و هزینه‌های اقتصادی منجر می‌شود، بلکه موجب تضعیف تراز انرژی کشور نیز شده است. درحالی که کشور با چالش ناترازی انرژی دست‌وپنجه نرم می‌کند، نیروگاه‌های فرسوده و کم‌بازده نقش مهمی در افزایش مصرف سوخت و اتلاف منابع دارند. کارشناسان معتقدند که راندمان پایین نیروگاه‌ها، یکی از عوامل اصلی تشدید این بحران است؛ موضعی که نه‌تنها بهره‌وری انرژی را کاهش می‌دهد، بلکه هزینه‌های سنگینی را به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند. در حال حاضر بیش از ۳۵۰ مگاوات واحد‌های گازی قدیمی کم ظرفیت و با راندمان حدود ۲۵ درصد و کمتر در کشور وجود دارد، این واحدها که عمدتاً فرسوده و کم‌بازده‌اند، در سال ۱۴۰۰ حدود ۴ میلیارد مترمکعب گاز و نیم میلیارد لیتر نفت‌گاز مصرف کردند. این میزان مصرف سوخت معادل هزینه خرید نیروگاه‌های جدید با راندمان دو برابر است. طبق گزارش‌ها، مصرف بی‌رویه سوخت و راندمان پایین نیروگاه‌ها، یکی از چالش‌های جدی در بخش تولید برق کشور است. برای مثال، در برخی از نیروگاه‌های فرسوده، راندمان به کمتر از ۱۸ درصد می‌رسد که به‌ویژه در فصل تابستان موجب افزایش مصرف و فشار به شبکه می‌شود. به گزارش «پسنا»، آمارها نشان می‌دهند که راندمان متوسط نیروگاه‌های حرارتی کشور در سال ۱۴۰۰ حدود ۳۹ درصد بوده است. درحالی که در کشورهای پیشرفته این میزان به‌طور قابل‌توجهی بالاتر است. به‌ویژه واحدهای گازی که بیش از ۳۰ سال عمر دارند، در حال حاضر بخش عمده‌ای از تولید برق کشور را تأمین می‌کنند، اما به دلیل عمر طولانی و فرسودگی، کارایی آنها بسیار پایین است. به‌گفته کارشناسان، با نوسازی و استفاده از فناوری‌های جدید، مانند نیروگاه‌های سیکل ترکیبی با راندمان بالاتر، می‌توان به‌طور قابل‌توجهی مصرف سوخت را کاهش داد و از هدررفت منابع جلوگیری کرد. تحقیقات همچنین نشان می‌دهند که در کشورهایمانند آمریکا، استفاده از گاز طبیعی برای تولید برق به حدود ۳۶ درصد می‌رسد، درحالی که در ایران این میزان حدود ۸۲ درصد است. با وجود منابع غنیم که در کشور، استفاده بهینه از این منابع مستلزم بهره‌وررسانی و نوسازی نیروگاه‌های فرسوده است. این اقدام می‌تواند در کاهش هزینه‌های سوخت و بهبود راندمان شبکه برق مؤثر واقع شود.
آطور که «حسن پاک‌نژاد»، وزیر نفت اعلام کرده، وزارت نفت در طول ۶ ماه اخیر در زمینه افزایش تولید نفت خام، افزایش تولید فرآورده‌های نفتی، افزایش واردات نفت گاز، عملکرد خوبی داشت. نفت گازی که لیتری ۶۰ سنت خریداری می‌شود به نیروگاهی تحویل داده می‌شود که با راندمان ۳۰ درصد آن را تبدیل به برق می‌کند و ۷۰ درصدش می‌شود دود هوا. میزان سوخت مایع تحمیلی به نیروگاه‌ها هم در این رابطه حائز اهمیت است که خوب به درستی در طول ۶ ماه گذشته رکوردهایی در این زمینه ثبت شده است. به گفته وی، این مشکل، نتیجه کوتاه‌مدت نیست و ریشه در چند دهه گذشته دارد. یکی از مسائل کلیدی در این زمینه، عملکرد نیروگاه‌های کشور و راندمان پایین آنهاست که تأثیر مستقیمی بر تراز انرژی و میزان مصرف سوخت دارد.

در هفته‌های پایانی سال ۱۴۰۳ به سر می‌بریم و با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال، موضوع تعیین حداقل دستمزد کارگران، ابعاد تازه‌تری به خود می‌گیرد. همه ساله موضوع تعیین دستمزد به دغدغه جامعه کارگری تبدیل شده و سناریوهای مختلفی برای افزایش دستمزد کارگران پیش‌بینی می‌شود. این سناریوها از تعیین مزد به شکل منطقه‌ای، مزد فصلی و تعیین مزد دو بار در سال را شامل می‌شود و به اعتقاد کارشناسان، شورای عالی کار می‌تواند تمام این پیشنهادات را از ابتدای سال در قالب جلسات کارشناسی به بوته نقد و بررسی بگذارد و بهترین الگو را برای تعیین مزد در پایان سال انتخاب کند.

همانطور که پیشتر وزیر کار گفته بود، امروز قرار است نتیجه بررسی‌های تعیین دستمزد سال آینده کارگران در دولت مطرح شود. به گفته «احمد میدری»، تلاش وزارت کار این است که بر مبنای قانون و سبد معیشت کارگران و نرخ تورم، دستمزد مناسبی برای کارگران تعیین شود. البته وزیر کار از رویکرد جدید برای تعیین مزد ۱۴۰۴، خبر داد و گفت که بیشتر به دنبال تعیین مزد صنفی برای کارگران هستم، چون مزد منطقه‌ای مشکلاتی دارد؛ ولی مزد صنفی قابل اجراست و ما این اختیار را به استان‌ها می‌دهیم که نرخ‌ی را که در سطح ملی تعیین کردیم با یک صنف بنشینند و روی آن مذاکره کنند. اگر استان‌ها روی آن نرخ کمتر یا بیشتر توافق کردند، همان را برای آن استان خاص می‌پذیریم. یعنی ترکیبی از صنفی و استثنای برای دستمزد لحاظ خواهد شد. طبق وعده او، قرار است امروز نتیجه بررسی‌ها درخصوص تعیین دستمزد کارگران در دولت مطرح و جمع‌بندی شود. به گفته «میدری»، اظهارنظرها در این خصوص که کمتر در صدد است دستمزد کارگران را کمتر از نرخ تورم تعیین کند، صحیح نیست و بیشتر کارفرمایان از تعیین دستمزد به نرخ‌های نزدیک به تورم، استقبال کرده‌اند.

رویکرد جدید برای تعیین مزد ۱۴۰۴

وزیر کار درحالی از تعیین مزد صنفی برای کارگران، خبر داده که این موضوع، واکنش‌های متعددی را از سوی نمایندگان مجلس، کارشناسان و فعالان حوزه کار و مقامات کارگری به دنبال داشته است. به گزارش «پسنا»، برخی معتقدند که اجرای امزد صنفی خلاف قانون است و کارگران پیش‌بینی شده‌اند که در هیچ جای ماده ۱۴۱ قانون کار به دستمزد صنفی اشاره نشده و انتظار می‌رود با توجه به آنکه نمایندگان کارگران و کارفرمایان در تعیین عدد و رقم مزد به وحدت رویه رسیده‌اند، دولت نیز با افزایش مزد کارگران موافقت کند. او به ماده ۱۴۱ قانون کار که مربوط به بحث پیمان‌های دسته جمعی است، اشاره کرد و افزود: مطابق این ماده، پیمان‌های دسته جمعی کار، هنگامی اعتبار قانونی و قابلیت اجرایی خواهند داشت که اولاً مزایایی کمتر از آنچه در قانون کار پیش‌بینی شده در آن تعیین نشده باشد. دوم، با قوانین و مقررات جاری کشور و تصمیمات و مصوبات قانونی دولت مغایر نباشد. بنابراین وقتی در ماده ۴۱ قانون کار به حداقل دستمزد اشاره شده نمی‌توان گفت عددی

امروز نتیجه بررسی‌های مزدی به دولت می‌رود

سناریوهای تعیین دستمزد کارگران



درصدی حقوق، بنگاه‌ها با یزش نیروی کار مواجه خواهند شد و به اقتصاد کشور لطمه خواهد خورد، اما آمارهای بیمه‌شدگان جدید تأمین اجتماعی نشان داد که این افزایش نه تنها موجب ریزش نشد بلکه به تقویت بنگاه‌ها و افزایش انگیزه کار انجامید. با این حال، چه بنگاه‌هایی که حاضر به تبعیت از افزایش حداقل مزد قانونی و مصوب شورای عالی کار نشدند و حتی بنگاه‌هایی که این مصوبه را اجرا کردند، در سال‌های بعد به معضل کمبود شدید نیروی کار دچار شدند.

اجرای نظام حداقل مزد در ۹۰ درصد کشورها

مقامات کارگری با هشدار نسبت به خروج نیروهای کار از کارگاه‌ها و بنگاه‌ها، دلیل این اتفاق را ناکافی بودن دستمزد کارگران، عنوان کردند و گفتند که کارگران با چنین دستمزدهای اندکی حاضر به کار در خطوط تولید نیستند و دستمزد هزینه‌های معیشت آنها را پوشش نمی‌دهد تا آنجا که «عباس آرگون»، عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با بیان اینکه در حال حاضر به دلیل پایین بودن نرخ دستمزد، خیلی از افراد حاضر نیستند در واحدهای تولیدی کار کنند و یکی از مشکلات بنگاه‌های تولیدی، عدم امکان تأمین نیرو است، گفت که برای حل این مشکل تا حد امکان باید دستمزد متناسب با نرخ تورم تعدیل شود.

حداقل دستمزد در تعریف سازمان بین‌المللی کار، مبلغی است که در ازای انجام خدمت یا کار در مدت معین به کار گر پرداخت می‌شود و هیچ فرد و قرارداد جمعی نمی‌تواند آن را کاهش دهد و پرداخت آن به وسیله قانون تضمین شده است و کفاف معاش کارگر و خانواده‌اش را با توجه به شرایط اقتصادی آن کشور می‌دهد. طبق گزارش‌ها، ۹۰ درصد کشورهای عضو سازمان بین‌المللی کار از نظام حداقل مزد تبعیت می‌کنند و مزد حداقلی در آنها برقرار است اما با شیوه‌ها و ساز و کارهای مختلف اجرا می‌شود. این قانون در مقاله‌نامه ILO ۱۳۱ درج شده و طبق معاهدات دفتر بین‌المللی کار در سال ۱۹۷۰ مصوب شده است. در ۶ تا ۷ درصد کشورها حداقل دستمزد به شکل مذاکره جمعی صورت می‌گیرد و قرارداده‌ها و پیمان‌های جمعی به تعیین مزد می‌انجامد. در برخی از کشورها نیز همزمان با حداقل دستمزد قانونی، حداقل دستمزدهای بالاتر در برخی از بخش‌ها با توافق چند جانبه دیده می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد که در میان کشورهای عربی، عراق، اردن، عمان، لبنان و کویت، جزو کشورهایی هستند که حداقل دستمزد دارند؛ درحالی که در کشورهای عربستان و امارات حداقل مزد وجود ندارد.

در حال حاضر دولت در حال بررسی نهایی نرخ دستمزد سال آینده کارگران است و مصمم است تا در نظر گرفتن نرخ تورم موجود و هزینه سبد معیشت، دستمزد شایسته و عادلانه و مناسبی برای جامعه کارگری تعیین شود. با توجه به اعلام وزیر کار که گفته است نتایج بررسی‌های میدانی دستمزد از افزایش مز، ابراز نگرانی کرده و آن را موجب ریزش شدید نیروهای کار عنوان می‌کنند. در اسفندماه ۱۴۰۰ درست در زمانی که حداقل دستمزد کارگران ۵۷ درصد افزایش یافت، هجده بسیاری از سوی فعالان بخش خصوصی وارد شد که با اجرای سیاست افزایش ۵۷

که برای مزد تعیین می‌شود برای صنف‌های مختلف کمتر باشد بلکه می‌تواند بیشتر باشد.

همچنین برخی دیگر از کارشناسان، پیشنهادات تازه‌ای را برای تعیین مزد ۱۴۰۴ مطرح کرده و موضوع فصلی شدن دستمزد یا تعیین مزد بیش از یکبار در سال را پیش کشیده‌اند. آنتور که «محمدرضا تاجیک»، نماینده کارگران در شورای عالی کار گفته، شرکای اجتماعی (دولت و کارفرمایان) اعلام کرده‌اند که نمی‌توانند به یکباره هزینه معیشت ۲۳ میلیون تومانی کارگران را پرداخت کنند، از این رو گروه کارگری بسته پیشنهادهای جدیدی در مطرح کرده که یکی از آنها جریان عقب‌افتادگی مزدی کارگران طی یک برنامه چهار ساله است و دولت باید یک برنامه چهار ساله را برای جبران عقب‌ماندگی‌های مزدی کارگران در سال‌های اخیر تدوین کند. او پیشنهاد دیگر گروه کارگری را فصلی شدن دستمزد کارگران عنوان کرد و گفت: با توجه به اینکه همه اقلام در طول سال افزایش می‌یابد، دستمزد کارگران به شکل فصلی به روز و تعیین شود. البته این مقام کارگری با اشاره به آثار ارز نیمیای و انتظارات تورمی سال آینده، گفت: وقتی که تورم به شکل پله‌ای در ماه‌ها و فصل‌های مختلف بالا می‌رود، به همان نسبت دستمزد هم باید به شکل فصلی افزایش یابد. زمانی که دستمزد پلکانی بالا برود آثار تورمی ناشی از افزایش مزد که عده‌ای به آن تأکید می‌کنند کاهش می‌یابد.

پیشنهاد فصلی شدن حقوق و دستمزدها

برخی از نمایندگان مجلس نیز از تعیین مزد به شکل فصلی، حمایت و تأکید کرده‌اند که حقوق و دستمزد کارگان باید به شکل فصلی و متناسب با تورم ماهانه مشخص شود. در همین راستا، «علی اصلائی»، کارشناس حوزه کار با اشاره به فاصله بین خط معیشت و دستمزد کارگران، پیشنهاد فصلی شدن حقوق و دستمزدها را مطرح کرد و گفت: به جای آنکه مذاکرات مزدی همه ساله به جلسات فشرده آخر سال موکول شود، بهتر است دستمزد را به شکل فصلی نسبت به تورم بررسی و در شش ماهه دوم سال ترمیم کنیم. او با بیان اینکه دستمزد سال ۱۴۰۴ نباید کمتر از هزینه سبد معیشت کارگران باشد، گفت: ما می‌توانیم در بحث تعیین مزد، سه ماهه اول و دوم سال ابعاد دستمزد را نسبت به تورم بررسی کنیم و در شش ماهه دوم سال دستمزد‌ها را به نسبت تورم نیمه اول سال در آبان یا آذرماه ترمیم کنیم.

براساس گزارش‌ها، ۹۰ درصد کشورهای عضو سازمان بین‌المللی کار از نظام حداقل مزد تبعیت می‌کنند و مزد حداقلی در آنها برقرار است اما با شیوه‌ها و ساز و کارهای مختلف اجرا می‌شود. در همین حال، یکی از استدلال‌های طرفداران افزایش ندادن دستمزد به اندازه تورم، بالا رفتن زندگی و تورم و ایجاد شفاف بین عرضه و تقاضاست و هر سال در موسم تعیین دستمزد از افزایش مز، ابراز نگرانی کرده و آن را موجب ریزش شدید نیروهای کار عنوان می‌کنند. در اسفندماه ۱۴۰۰ درست در زمانی که حداقل دستمزد کارگران ۵۷ درصد افزایش یافت، هجده بسیاری از سوی فعالان بخش خصوصی وارد شد که با اجرای سیاست افزایش ۵۷

قیمت نفت سقوط کرد و هر بشکه نفت برنت ۷۲ دلار شد

شوک جدید اوپک پلاس به بازار نفت

که، به گفته «جان باینر» از تحلیلگران شرکت کارگزاری استراتگاس سسکوریتیز، این اقدام احتمال کاهش عرضه آمریکا را افزایش می‌دهد؛ چراکه اوپک سهم بازار را بازپس خواهد گرفت. با این حال، به گفته او، افزایش عرضه اوپک می‌تواند هر گونه کاهش احتمالی در صادرات نفت ایران را جبران کند که با تشدید تحریم‌ها از سوی دولت ترامپ کاهش یافته است. به عقیده این تحلیلگر نفتی، نفت خام در ابتدا دچار نوسان شد و بازارها در انتظار شفاف‌سازی برنامه‌های ترامپ برای اعمال تعرفه‌های بر کانادا و مکزیک (دو تأمین‌کننده اصلی نفت آمریکا) و دو برابر کردن عوارض بر چین بودند؛ چراکه این اقدامات می‌تواند قیمت نفت آمریکا را افزایش و هزینه‌ها را برای پالایشگاه‌ها افزایش دهد.

در عین حال، اروپا در تلاش است پس از درگیری میان «دونالد ترامپ» و «ولادیمیر زلنسکی» همتای اوکراینی‌اش در روز جمعه، طرحی را برای کیف تدوین کند آن‌هم در شرایطی که آینده تحریم‌ها بر نفت روسیه همچنان نامشخص است. وال استریت ژورنال روز دوشنبه گزارش داد که آمریکا تأمین مالی فروش اسلحه به اوکراین را متوقف کرده و در حال بررسی متوقف کردن ارسال تسلیحات خود از انبارهاست.

براساس این گزارش؛ پس از آنکه رئیس‌جمهور آمریکا، کمک نظامی به اوکراین را متوقف کرد و بازارها برای اعمال تعرفه‌های آمریکا بر کانادا، مکزیک و چین آماده شدند، قیمت نفت در معاملات روز سه‌شنبه آسیا، به کاهش ادامه داد. توقف تمام کمک‌های نظامی آمریکا به اوکراین که روز دوشنبه توسط یک مقام کاخ سفید تأیید شد، پس از درگیری هفته گذشته «ترامپ» با «ولادیمیر زلنسکی» رئیس‌جمهور اوکراین، صورت گرفت. بازار فاصله رو به رشد میان کاخ سفید و اوکراین را نشان‌های از کاهش احتمالی درگیری می‌داند که می‌تواند به رفع تحریم‌ها علیه

کلیدواژه‌های سمی: راهنمای حذف کلیدواژه‌های به درد نخور



نویسنده: علی آلی

کلیدواژه‌ها در دنیای بازاریابی دیجیتال درست مثل نشانه‌هایی هستند که مشتری‌ها را به سمت کسب و کار شما هدایت می‌کنند. هر بار که کسی عبارتی را در موتور جست‌وجو وارد می‌کند، در واقع با استفاده از این نشانه‌ها به سمت شما یا رقبای‌تان حرکت خواهد کرد. کلیدواژه‌های قوی می‌توانند باعث شوند مخاطب درست در لحظه‌ای که به دنبال خدمات یا محصولات شما می‌گردد، به کمپین شما برسد. از این رو یافتن و استفاده از کلیدواژه‌های مناسب یکی از اصول اساسی هر استراتژی موفق تبلیغات دیجیتال محسوب می‌شود.

اگرچه داستان بالا خیلی سراسرت به نظر می‌رسد، اما گاهی اوقات در میان کلیدواژه‌هایی که با دقت انتخاب کرده‌اید، برخی دیگر کارایی گذشته خود را ندارند. این کلیدواژه‌های تاریخ مصرف گذشته نه تنها نمی‌توانند دیگر مخاطب را جذب کنند، بلکه ممکن است باعث سردرگمی یا کاهش کارایی کلی کمپین شوند. به عنوان مثال، کلیدواژه‌ای که در ابتدا نرخ کلیک بالایی داشت، حالا دیگر نه کلیکی به خود می‌بیند و نه مخاطب هدف شما را به کمپین می‌کشاند. در چنین شرایطی این کلیدواژه‌ها مثل لاستیک خودرویی هستند که دیگر سالم نیست و هر لحظه ممکن است شما را وسط راه بگذارد.

داشستن کلیدواژه‌های بی‌اثر در کمپین مثل تلاش برای دودیدن با کفش‌های خیلی بزرگ است. شما انرژی زیادی صرف می‌کنید، اما آنطور که باید و شاید به جلو حرکت نمی‌کنید. این کلیدواژه‌ها به جای تقویت استراتژی می‌توانند آن را کند کنند. بنابراین شناسایی چنین کلیدواژه‌هایی و حذف آنها از کمپین یکی از ضروری‌ترین اقداماتی است که باید برای بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری انجام شود.

ما در این مقاله می‌خواهیم با استفاده از روش‌هایی ساده و موثر به شما نشان دهیم که چگونه کلیدواژه‌های تاریخ مصرف گذشته را شناسایی کرده و آنها را از کمپین بازاریابی خود حذف کنید. این کار نه تنها کمک می‌کند که منابع خود را بهتر مدیریت کنید، بلکه باعث می‌شود عملکرد کمپین‌ها به طور محسوسی بهبود یابد. حالا بایاید نگاهی دقیق‌تر به این تکنیک‌ها بیندازیم.

تکنیک‌های شناسایی و حذف کلیدواژه‌های تاریخ مصرف گذشته

تجزیه و تحلیل داده‌های عملکرد کلیدواژه‌ها
وقتی صحبت از یافتن کلیدواژه‌های بی‌اثر به میان می‌آید، اولین قدم آنالیز دقیق داده‌های موجود است. بسیاری از بازاریاب‌ها عادت دارند که فقط به نرخ کلیک (CTR) یا تعداد نمایش‌ها (impressions) نگاه کنند، اما برای شناسایی کلیدواژه‌هایی که دیگر کارایی ندارند، باید به داده‌های عمیق‌تری توجه کنید. برای مثال، بررسی نرخ تبدیل (conversion rate)، هزینه به ازای هر کلیک (CPC) و حتی بازگشت سرمایه (ROI) می‌تواند نشان دهد که آیا یک کلیدواژه همچنان ارزش حفظ در کمپین را دارد یا خیر.

یکی از راه‌های ساده برای شروع این تجزیه و تحلیل استفاده از ابزارهای موجود در پلتفرم‌های تبلیغاتی مثل گوگل ادز است. شما می‌توانید با مراجعه به بخش گزارش‌های عملکرد کلیدواژه‌هایی را پیدا کنید که هزینه‌های زیادی به خود اختصاص داده‌اند، اما بازدهی چندانی نداشته‌اند. مثلاً ممکن است کلیدواژه‌ای در گذشته تعداد زیادی کلیک به دست آورده باشد، اما حالا دیگر به ندرت کلیکی دریافت می‌کند. این نشانه‌ای است که باید به آن کلیدواژه توجه کنید.

بعد از شناسایی کلیدواژه‌های مشکوک باید بررسی کنید که چرا عملکرد آنها افت کرده است. آیا بازار هدف شما تغییر کرده؟ آیا مخاطبان دیگر به این کلمات واکنش نشان نمی‌دهند؟ شاید کلیدواژه‌های جدید و مرتبط‌تری به میان آمده‌اند و جای آنها را گرفته‌اند. پاسخ به این سوالات به شما کمک می‌کند تا تصمیم بگیرید آیا این کلیدواژه‌ها ارزش به‌روزرسانی دارند یا بهتر است آنها را کاملاً حذف کنید.

گاهی اوقات فقط یک تغییر کوچک در نحوه استفاده از کلیدواژه می‌تواند وضعیت را بهبود ببخشد، اما اگر این تغییرات هم تأثیری نداشته‌اند، وقت آن رسیده که کلیدواژه را حذف کنید. حذف این کلمات می‌تواند منابع بیشتری را آزاد کند تا روی کلیدواژه‌های موثرتر و با ارزش‌تر سرمایه‌گذاری کنید. در نهایت، تجزیه و تحلیل داده‌ها باید به صورت دوره‌ای انجام شود. شرایط بازار و رفتار مخاطبان همیشه در حال تغییر است و اگر شما داده‌ها را به طور منظم بررسی کنید، می‌توانید از کاهش عملکرد کلیدواژه‌ها جلوگیری کنید و به سرعت واکنش نشان دهید. این رویکرد نه تنها به بهبود عملکرد

کمپین کمک می‌کند، بلکه به شما اطمینان می‌دهد که منابع خود را به بهترین شکل ممکن مدیریت می‌کنید.

ارزیابی تغییرات بازار

یکی دیگر از روش‌های موثر برای یافتن کلیدواژه‌های تاریخ مصرف گذشته بررسی روندهای جست‌وجو و تغییرات در رفتار بازار است. دنیای دیجیتال هیچ گاه ثابت نمی‌ماند؛ عباراتی که سال گذشته پرطرفدار بودند، ممکن است امسال دیگر برای کسی جذابیتی نداشته باشند. با استفاده از ابزارهایی مانند گوگل ترندز (Google Trends) می‌توانید ببینید که کدام کلمات کلیدی همچنان محبوبیت دارند و کدام‌ها دیگر به ندرت جست‌وجو می‌شوند.

برای مثال، فرض کنید که سال گذشته کلیدواژه‌های مثل «خرید اینترنتی موبایل ارزان» تعداد زیادی جست‌وجو داشته است. با این حال امسال مخاطبان ممکن است دیگر به دنبال گزینه «ارزان» نباشند و به جای آن عبارتی مثل «خرید موبایل هوشمند جدید» را جست‌وجو کنند. با توجه به این تغییرات، کلیدواژه‌هایی که زمانی مفید بودند، ممکن است دیگر تأثیری نداشته باشند.

این تغییرات فقط به رفتار مشتریان محدود نمی‌شود. روندهای فناوری، تغییرات در بازار محصولات و حتی رویدادهای اقتصادی می‌توانند تأثیر بزرگی بر کلیدواژه‌ها داشته باشند. بررسی دوره‌ای این روندها به شما کمک می‌کند تا همیشه از شرایط روز آگاه باشید و مطمئن شوید که کمپین شما همچنان مرتبط و کارآمد باقی می‌ماند.

یکی از تکنیک‌های کاربردی مقایسه دوره‌ای کلیدواژه‌ها و تحلیل تغییرات حجم جست‌وجو در بازه‌های زمانی مختلف است. اگر ببینید که یک کلیدواژه به طور مداوم کاهش حجم جست‌وجو دارد، می‌توانید سریعاً آن را در فهرست بررسی قرار دهید. از طرف دیگر، اگر کلمات جدیدی در حوزه شما ظهور کرده‌اند، می‌توانید به سرعت آنها را جایگزین کلیدواژه‌های قدیمی کنید.

شما باید به خاطر داشته باشید که روندهای جست‌وجو و تغییرات بازار یک چرخه دائمی است. هیچ کلیدواژه‌ای برای همیشه کارآمد باقی نمی‌ماند و این وظیفه شماست که با توجه به این تغییرات، همواره کمپین خود را به روز نگه دارید. این کار نه تنها به بهبود عملکرد تبلیغات کمک می‌کند، بلکه باعث می‌شود شما از رقبا جلوتر باشید و بتوانید همیشه مخاطبان خود را به بهترین شکل ممکن جذب کنید.

نظارت منظم بر عملکرد کلیدواژه‌ها

شاید بتوان گفت که نظارت مداوم مهمترین بخش از مدیریت کلیدواژه‌ها است. همانطور که یک باغبان باید به طور مرتب وضعیت باغ خود را بررسی کند تا علف‌های هرز را جدا کرده و گیاهان سالم را حفظ کند، بازاریاب‌ها هم باید به طور دوره‌ای عملکرد کلیدواژه‌های خود را زیر نظر بگیرند. این کار به آنها اجازه می‌دهد کلیدواژه‌هایی که دیگر مفید نیستند را شناسایی کرده و از کمپین حذف کنند. پیش از آنکه اثر منفی بر عملکرد کلی تبلیغات داشته باشند.

یکی از ابزارهای کارآمد برای این کار، داشبوردهای تبلیغاتی مانند گوگل ادز یا بینگ ادز است. این پلتفرم‌ها گزارش‌های دقیقی از نرخ کلیک، نرخ تبدیل و هزینه‌ها ارائه می‌دهند. شما می‌توانید به سادگی کلیدواژه‌هایی را که دیگر کلیکی کافی دریافت نمی‌کنند یا نرخ تبدیل آنها پایین است، پیدا کنید. اگر این کلیدواژه‌ها به مرور زمان عملکرد بهتری نشان ندادند، می‌توانید آنها را حذف کرده یا جایگزین کنید. علاوه بر این، ایجاد یک برنامه زمان‌بندی برای نظارت بر کلیدواژه‌ها بسیار کمک‌کننده است. به عنوان مثال، هر هفته یا ماه یک بار به گزارش‌ها نگاهی بیندازید. اگر متوجه شدید که یک کلیدواژه در مقایسه با دوره‌های قبلی افت زیادی داشته، شاید وقت آن باشد که آن را تغییر دهید. این کار به شما کمک می‌کند همیشه در جریان عملکرد کلیدواژه‌ها باشید و از تجمع کلمات بی‌اثر جلوگیری کنید.

یکی دیگر از مزایای نظارت منظم، شناسایی فرصت‌های جدید است. شاید حین بررسی متوجه شوید که کلیدواژه‌های مشابه با آنچه قبلاً استفاده می‌کردید، بازدهی بالاتری دارد. در این صورت می‌توانید کلیدواژه‌های قدیمی و کم‌اثر را حذف کنید و به جای آن، روی کلیدواژه‌های جدید و جذاب‌تر سرمایه‌گذاری کنید. بی‌شک نظارت مداوم به شما این امکان را می‌دهد که کمپین خود را بهینه‌تر نگه دارید. بدون این نظارت، ممکن است متوجه نشوید که کدام کلیدواژه‌ها در حال کاهش عملکرد هستند. اما با این رویکرد، شما همیشه

یک گام جلوتر هستید و می‌توانید به سرعت تغییرات لازم را اعمال کنید تا کمپین خود را در اوج نگه دارید.

استفاده از ابزارهای شخص ثالث برای تحلیل کلمات کلیدی

گاهی اوقات ابزارهای داخلی پلتفرم‌های تبلیغاتی به تنهایی کافی نیستند. در چنین شرایطی، استفاده از ابزارهای شخص ثالث می‌تواند دیدگاهی عمیق‌تر و جامع‌تر از عملکرد کلیدواژه‌ها ارائه دهد. این ابزارها می‌توانند به شما کمک کنند کلیدواژه‌هایی را که در حال از دست دادن ارزش خود هستند، شناسایی کنید و تصمیمات بهتری بگیرید. یکی از این ابزارها اhrefz (Ahrefs) است. این پلتفرم اطلاعات جامعی درباره رقبا، تغییرات حجم جست‌وجو و عملکرد کلی کلمات کلیدی در طول زمان ارائه می‌دهند. مثلاً اگر کلیدواژه‌ای در گذشته حجم جست‌وجوی بالایی داشته ولی اکنون افت کرده است، این ابزارها به شما نشان می‌دهند که این تغییرات چه زمانی رخ داده و چه عواملی ممکن است در آن نقش داشته باشند. به این ترتیب، می‌توانید به راحتی تصمیم بگیرید که آیا آن کلیدواژه را حذف کنید یا جایگزین کنید.

علاوه بر این، ابزارهای شخص ثالث به شما امکان می‌دهند عملکرد کلیدواژه‌ها را با کلیدواژه‌های مشابه مقایسه کنید. مثلاً ممکن است بفهمید که عبارتی مثل «خرید آنلاین» در حال حاضر بهتر از «خرید اینترنتی» عمل می‌کند. با این اطلاعات، می‌توانید استراتژی خود را به‌روز کنید و روی عباراتی که بیشترین بازدهی را دارند تمرکز کنید.

استفاده از این ابزارها همچنین به شما کمک می‌کند تا تغییرات بازار را بهتر درک کنید. اگر مثلاً متوجه شوید که رقبای شما دیگر از یک کلیدواژه خاص استفاده نمی‌کنند، شاید این علامتی باشد که آن کلیدواژه دیگر برای مخاطبان جذاب نیست. با این اطلاعات، می‌توانید منابع خود را به جای تلاش برای حفظ کلیدواژه‌های کم‌اثر، به سمت عباراتی که بازار بیشتری دارند هدایت کنید.

فراموش نکنید، ابزارهای شخص ثالث به شما کمک می‌کنند یک دید جامع و به‌روز از وضعیت کلیدواژه‌های خود داشته باشید. این دیدگاه به شما اجازه می‌دهد کلیدواژه‌هایی که ارزش خود را از دست داده‌اند به موقع شناسایی کرده و کمپین خود را با کارایی بیشتری مدیریت کنید.

آزمون و خطای هدفمند

یکی از روش‌های کلیدی برای شناسایی کلیدواژه‌های بی‌اثر استفاده از آزمون و خطای هدفمند است. این روش به شما کمک می‌کند به جای تکیه بر فرضیات یا تنها اعداد و ارقام، کلیدواژه‌ها را در شرایط واقعی آزمایش کرده و نتایج را مستقیماً مشاهده کنید. آزمون و خطا به معنای ایجاد یک چرخه بازخورد است که به شما نشان می‌دهد کدام کلیدواژه‌ها هنوز مفید هستند و کدام‌ها باید حذف شوند.

برای این کار می‌توانید کلیدواژه‌های مشکوک را به یک کمپین کوچک‌تر منتقل کنید. این کمپین به صورت آزمایشی اجرا شده و شما می‌توانید به سرعت بفهمید که آیا آن کلیدواژه همچنان کلیک‌های باکیفیت دریافت می‌کند یا خیر. اگر نتیجه نشان دهد که آن کلیدواژه دیگر جذابیتی برای مخاطبان ندارد، می‌توانید با اطمینان خاطر آن را

از کمپین اصلی خود حذف کنید. یکی دیگر از رویکردها، استفاده از تقسیم‌بندی A/B است. به عنوان مثال، دو نسخه از یک کمپین ایجاد کنید، یکی با کلیدواژه قدیمی و دیگری با یک کلیدواژه جایگزین جدید. سپس نتایج هر دو نسخه را مقایسه کنید. اگر کلیدواژه جدید عملکرد بهتری داشته باشد، این به شما نشان می‌دهد که کلیدواژه قدیمی باید کنار گذاشته شود. این رویکرد به شما اجازه می‌دهد با آزمون‌های کوچک، تصمیمات بزرگی بگیرید و از منابع خود به بهترین نحو استفاده کنید.

آزمون و خطا همچنین می‌تواند به شناسایی کلیدواژه‌هایی که پتانسیل بهبود دارند، کمک کند. شاید یک کلیدواژه با کمی تغییر در متن آگهی یا استفاده از یک گروه تبلیغاتی دیگر بتواند دوباره عملکرد مناسبی داشته باشد. در این صورت، نیازی به حذف آن نیست، بلکه می‌توانید آن را بهینه‌سازی کنید. این روند آزمون و خطا به شما کمک می‌کند تا کلیدواژه‌ها را ارزش را حفظ کرده و تنها مواردی را که واقعا تاریخ مصرف‌شان گذشته، حذف کنید. آزمون و خطای هدفمند به شما این امکان را می‌دهد که همیشه در جریان عملکرد کلیدواژه‌ها باشید. با ایجاد یک چرخه مستمر از آزمایش و بازبینی، می‌توانید مطمئن شوید که تنها بهترین کلیدواژه‌ها در کمپین شما باقی مانده‌اند و کلیدواژه‌های بی‌اثر و کم‌ارزش به موقع حذف شده‌اند.

سخن پایانی

بازاریابی در دنیای دیجیتال مانند حرکت در یک جاده شلوغ و پر از تغییرات است. همانطور که هر راننده باید همواره به مسیر و شرایط جدید توجه کند، بازاریاب‌ها نیز باید کمپین‌های خود را به طور منظم بررسی کرده و هر چیزی را که مانع پیشرفت آنها می‌شود، حذف کنند. بازاریابی موفق به معنای ثابت نگه داشتن یک وضعیت نیست؛ بلکه توانایی انطباق و بهبود مستمر، کلید اصلی موفقیت در این مسیر است.

زمانی که کلیدواژه‌هایی را که دیگر به کار نمی‌آیند، شناسایی کرده و آنها را از کمپین خود کنار می‌گذارید، در واقع منابع و انرژی خود را به سمت اهداف بهتر و با ارزش‌تر هدایت می‌کنید. این کار به شما امکان می‌دهد تا کمپین‌های خود را با دقت بیشتری اجرا کنید و مخاطبان مناسبی را به خود جذب کنید. به یاد داشته باشید که به روز نگه داشتن استراتژی‌ها و تمرکز بر کیفیت، می‌تواند شما را به اهداف بازاریابی‌تان نزدیک‌تر کند.

بازاریاب‌های موفق هیچ‌گاه از تغییر و اصلاح نمی‌ترسند. این یک فرآیند پویاست که نیازمند دقت، انعطاف‌پذیری و آمادگی برای بهبود دائمی است. پس این فرصت را از دست ندهید و کمپین خود را دوباره ارزیابی کنید. این کار نه تنها اثربخشی کمپین‌تان افزایش می‌یابد، بلکه به دست آوردن نتایج واقعی و پایدار نیز آسان‌تر خواهد شد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و تخته گاز به سوی بازاریابی موفق بروید.

منابع:

youre-facing-1-0/https://www.linkedin.com/advice-client-stuck-outdated-keywords-cnlcf/https://www.webfx.com/seo/learn/outdated-seo

شناسه آگهی: ۱۸۹۲۲۵۹		نوبت دوم
آگهی ارزیابی کیفی تامین کنندگان		
موضوع مناقسه: عملیات بهره برداری و تعمیر و نگهداری پست‌ها و خطوط فوق توزیع برق ۲۴/۲۲/۱۴۰۳		
نوع مناقسه:	مناقسه عمومی یک مرحله ای	
نام و نشانی مناقسه گزار:	سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس استان بوشهر، عسلویه، ساختمان هدایش های خلیج فارس	
مبلغ تقریبی بر آورد اولیه:	۲۰۲.۲۶۶.۴۴۴.۲۸۵ ریال	
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:	اسماننامه بانکی یا وجه نقد به میزان ۱۸.۲۸۲.۰۰۰.۰۰۰ ریال (که قابل تمدید به مدت سه ماه با درخواست مناقسه گزار بوده و پس از تایید در مرحله ارزیابی کیفی بایستی همزمان با تحویل پیشنهادها رایب گردد.)	
شرایط شرکت در مناقسه:	۱- دارا بودن گواهینامه صلاحیت با حداقل پایه ۵ در رشته نیرو و سازمان بر نامه پودجه کشور	
توجه در یافت اعلام ارزیابی کیفی مناقسه گران:	از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (استاد) به آدرس اینترنتی www.setad.ir	
آخرین مهلت اخذ فرم‌های اعلام ارزیابی کیفی از سامانه استاد:	یک هفته پس از چاپ آگهی نوبت دوم	
آخرین مهلت بازگذاری مدارک و مستندات فر سامانه استاد:	۱۴ روز پس از تاریخ آخرین مهلت اخذ فرم‌های اعلام ارزیابی کیفی	
تلفن کمیسیون مناقسات:	۰۴-۷۷۲۱۲۱۷۰-۷۷۲۱۲۱۷۵-۷۷۲۱۲۱۷۵-۷۷۲۱۲۱۷۵	
توجه: امکان تسبیر در زمان و مهلت های تعیین شده وجود دارد. در صورت انجام هرگونه تغییر، مراتب از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (استاد) به مناقسه گران اطلاع رسانی خواهد گردید.		
تاریخ انتشار نوبت اول:	۱۴۰۳/۱۲/۱۴	تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴
روابط عمومی سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس		

شهردار کرج:

ضرورت فضاسازی شهر متناسب با نوروز و بهار قرآن



مجوزی صادر شده و با درن برگ اجاره شهرداری انجام شده علت چه بوده و چرا جلوگیری نشده است.

بسیاری از مراجعات مردم به مرکز در مناطق قابل رفع است

وی، در بخش دیگری از صحبت‌های خود که خطاب

به مدیران و مسئولان حوزه تحت مدیریت مطرح شد،

کرج – ایاصلت عابده: شهردار کرج بر ضرورت آذین‌بندی بهار طبیعت و ایجاد فضای معنوی برای فرارسیدن بهار طبیعت و ماه بهار قرآن تأکید کرد و از مدیران شهرداری در روزهای پایانی سال پاسنخوی مراجعات شهروندان پابلشدن. مهرداد کیانی در جلسه شورای برنامه‌ریزی که صبح روز چهارشنبه در سالن جلسات شهرداری برگزار شد به موضوعات مختلفی از جمله فضا سازی شهر در ایام نوروز و ماه مبارک رمضان پرداخت. وی با بیان اینکه برخی المان‌هایی که پیش از این در مناطق استفاده شده مناسب است اما برخی دیگر از مناطق در این خصوص نیاز به رسیدگی دارند، از مدیران خواست آذین‌بندی و اجرای طرح‌های متناسب با این ایام را با همکاری سازمان زیباسازی مورد توجه ویژه قرار دهند.

انجام حفاری پس از آسفالت معابر به طنزی تلخ شباهت دارد

کیانی در بخش دیگری از گفته‌های خود در این جلسه به یکی از مشکلات رایج در شهر پرداخت و گفت: متأسفانه اتفاق عجیبی در شهر رخ می‌دهد که بیشتر شبیه یک طنز تلخ است؛ شهرداری بعد از ۲۰ سال معمیری را آسفالت می‌کند و چند روز بعد دستگانهایی خدمت‌رسان در آن معبر اقدام به حفاری می‌کنند!گفتار او با تصریح بر اینکه دستگانه‌های خدمات‌رسان باید در این زمینه از شهرداری مجوز بگیرند، ادعای آن کرد، مدیران مناطق باید در این خصوص پاسخگو باشند که چرا چنین

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی آذربایجان شرقی اعلام کرد:

بهره مندی بیش از ۲۱ هزار و ۸۰۰ دستگاه خودرو از طرح تبدیل رایگان سی ان جی

فرصت امروز – ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با تأکید بر تدوم اجرای طرح تبدیل رایگان خودروهای عمومی به سوخت سی ان جی، از تبدیل بیش از ۲۱۸۰۰ دستگاه خودروی عمومی به سیستم دوگانه سوخت خبر داد.

ناصر راشدی، ضمن اعلام این خبر و با بیان اهمیت بهره مندی از منابع گاز طبیعی و صنعت سیسی ان جی در رشد و توسعه اقتصادی، اظهار کرد: صرفه جویی در حمل‌های انرژی و کاهش آلاینده‌گی های زیست محیطی را حائز اهمیت عنوان نمود و بر تدوم اجرای طرح تبدیل رایگان سیسی ان جی خودروهای عمومی تأکید کرد.

راشدی همچنین افزود: از آغاز این طرح تا پایان بهمن ماه ۱۴۰۲ بیش از ۲۱۸۰۰ دستگاه خودروی عمومی در استان از فرصت تبدیل رایگان سوخت سی ان جی بهره مند شده اند.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با اشاره



به اینکه هم اکنون تنها تعداد ۱۴۸ خودرو در صف تبدیل رایگان سی ان جی می باشد، اظهار کرد: ۴۸۲ دستگاه تاکسی از طرح تمویض مخزن فرسوده استفاده کرده اند و ۵۹ دستگاه نیز در صف تمویض مخزن قرار دارند.

این مقام مسئول در ادامه تأکید کرد: خودروهای عمومی اهم از وانت و تاکسی که تاکنون موفق به استفاده از این طرح نشده‌اند می توانند با ثبت نام در سایت **gmniopdcir** جهت دوگانه سوخت کردن خودروی خود اقدام کنند. ناصر راشدی اضافه کرد: خودروهای تاکسی معرفی شده از سوی اتحادیه تاکسیرانی می توانند با مراجعه به سایت مذکور نسبت به ثبت نام جهت تمویض رایگان مخزن تاریخ منقضی شده و با فرسوده سی ان جی اقدام کنند. لازم به ذکر است طبق اعلام روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی، ۱۸۰ باب جایگاه عرضه سوخت سی ان جی و ۲۵ کارگاه مجاز تبدیل در سطح استان فعال بوده و آماده ارائه خدمات به شهروندان می باشد.

بررسی عملکرد واحدهای حراست وزارت نفت در سیستان و بلوچستان



حراست و مدیران مجموعه تأکید کرد و از برنامه‌های بازرسی برای رفع نواقص موجود خبر داد. همچنین، معاون حراست کل استان ضمن تمجید از همکاری‌های مطلوب مجموعه حراست وزارت نفت در استان با حراست کل، این تعامل را عاملی مهم در پیشبرد اهداف امنیتی و حفاظتی برشمرد. سید کریم پیحوی، رئیس حراست شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی آرن نیز با اشاره به توانمندی کارکنان حراست منطقه زاهدان، عملکرد آن‌ها را با وجود چالش‌های امنیتی و کمبودهای موجود، مثبت ارزیابی کرد.

در ادامه، محمدرضا بلوچستان و بلوچستان در ستاد منطقه زاهدان برگزار شد، فرآورده‌های نفتی منطقه زاهدان، گزارشی از وضعیت ایسن واحد ارائه و مشکلات نظیر کمبود نیروی انسانی و تجهیزات را به عنوان چالش‌های اساسی مطرح کرد.

زاهدان – حیدری نیا: معاون عملیات سازمان حراست وزارت نفت، به همراه هیاتی از کارشناسان این سازمان و رئیس حراست شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران، به منظور ارزیابی عملکرد واحدهای حراست شرکت‌های تابعه وزارت نفت در سیستان و بلوچستان به زاهدان سفر کردند. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه زاهدان در جلسه‌ای که با حضور رؤسا و کارشناسان حراست شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه زاهدان و چهارها، شرکت گاز استان و همچنین معاون حراست کل استان سیستان و بلوچستان در ستاد منطقه زاهدان برگزار شد، موضوعات مرتبط با عملکرد حراست‌های تابعه بررسی شد. ابوالفضل محمدی معاون عملیات سازمان حراست وزارت نفت، در این نشست، بر لزوم رعایت دستورالعمل‌های ایضی و ایجاد تعامل مؤثر میان

هیأت رئیسه دهمین دوره هیأت مدیره سازمان نظام مهندسی ساختمان استان مرکزی انتخاب شدند

اراک – خبرنگار فرصت امروز: هیأت رئیسه سال اول دهمین دوره هیأت مدیره سازمان به منظور انتخاب اعضای هیأت انتخاب شدند. به گزارش روابط عمومی سازمان نظام مهندسی ساختمان مرکزی، براساس ماده ۱۴ قانون نظام مهندسی و ماده ۷۱ آیین نامه اجرایی نظام مهندسی و کنترل ساختمان، انتخابات هیأت رئیسه سال اول هیأت مدیره سازمان نظام مهندسی ساختمان استان مرکزی در اولین جلسه هیأت مدیره دوره دهم در روز دوشنبه ۱۳ اسفند ماه، با حضور نمایندگان اداره کل راه و شهرسازی، بازرسان سازمان و تمامی اعضای هیأت مدیره سازمان برگزار شد.



به میزبانی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد:

نشست مشترک واحدهای برنامه ریزی نیروی انسانی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت های تابع

اهواز – شبنم قجاوند: پانزدهمین نشست مشترک واحدهای برنامه ریزی نیروی انسانی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت های تابع زیرگوشته به میزبانی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد.

مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در این جلسه طی صحبت‌های بسیار با اشاره به اهمیت نگهداشت نیروی انسانی به عنوان سرمایه اصلی صنعت نفت پرداخت و با عنوان اینکه میانگین ورودی و خروجی نیروی انسانی در این شرکت تراز و برابر نیست اظهار داشت: به دلیل نبود امکانات رفاهی و تفریحی مناسب تعداد متقاضیان انتقال از این شرکت به سایر شرکت ها بسیار زیاد و نگران کننده است. مهندس علیرضا میهنپند افزود: این ناترازی در ورود و خروج نیروی انسانی موجب چالش‌ها و مشکلات فراوانی در حوزه منابع انسانی شده و تبعات و تعارضاتی را با منافع این شرکت به وجود آورده است. وی همچنین بر ضرورت بازنگری ساختار سازمانی این شرکت تأکیدو با اشاره به آمار بالای بیکاری در شهرهای واقع در حوزه عملیاتی این شرکت ، تغییر و اصلاح تعریف «تعریف نیروی بومی» و حذف استان های خارج از این حوزه در آزمون های استخدامی آتی وزارت نفت را خواستار گردید در ادامه جلسه، رضا وناصری مدیرمنابع انسانی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان نیز طی سخنانی ضمن میهمانان این جلسه، ضرورت بازنگری در بازاریابی ساختار نیروی انسانی و لزوم استفاده از فناوری های نظیر هوش مصنوعی جهت مرتفع کردن برخی مشکلات این حوزه را پیشنهاد نمود.



محمدرضا عسکری رئیس تأمین‌تخصصی و برنامه ریزی نیروی انسانی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان نیز طی سخنانی ضمن بیان تعداد سمت های سازمانی موجود به تشریح وضعیت ساختار سازمان نیروهای رسمی قرارداد محنت موفق، ارکان ثالث و همچنین اقدامات صورت گرفته جهت کارکنان مشمول قانون بند «د» و «و» پرداخت. معاون مدیرآموزش و بهبود منابع انسانی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب هم طی سخنانی اظهار داشت: برنامه ریزی نیروی انسانی ارزش و اولویت بسیاری جهت پرورش و ارتقای توانمندی‌ها دارد. سید موسی ههبان نژاد با اشاره به اعلام پیشنهاد به وزارت نفت و شرکت

برگزاری برنامه‌های آموزشی و فرهنگی با هدف ترویج فرهنگ کاشت درخت و افزایش ارتباط مادر و کودک؛

ویژه برنامه سفیران سبز با عنوان "در سایه سار سرو" برگزار شد



سفقال صورت گرفت. پس از این فعالیت‌ها، دانش‌آموزان نهال‌هایی که با همکاری اداره منابع طبیعی در اختیار آنها قرار گرفته بود در آن خاک نشاندند.

بازدید شبانه مدیرکل دفتر اجتماعی استانداری از گرمخانه شهرداری گرگان

است‌خدمات رسانی در تمام طول سال به افراد کارتن خواب داده می‌شود اما هر ساله با شروع فصل سرما و پروند هوا پذیرش افراد بی سرپناه به‌طور ویژه در دستور کار همکاران شهرداری قرار می‌گیرد طی این بازدید آقای بیدبی در حضور در جمع افراد کارتن خواب دقایقی به راه‌گشگو و شنیدن صحبت‌های مددجویان این مرکز اختصاص داد و موسی الرضا معاون معلون محیط زیست و

اخبار

جواد چیردار:

بهره برداری نهایی از مترو نیاز شهر و مطالبه‌های عمومی‌ست



کرج – ایاصلت عابده: رئیس کمیسیون نظارت و حقوقی شورای اسلامی شهر کرج گفت: برای بهره برداری کامل از مترو کرج باید کارسازی سیگنالیگ، اساسنامه ۸۴ سازمانی، دیوی خوارومی و تأمین راهمهای قطار با فوریت و در اولویت قرار گیرد.

جواد چیردار در کمیسیون تلفیق با موضوع بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ شهرداری کرج اظهار کرد: شورای ششم در سال اول برای تکمیل دو ایستگاه ۴۵متری گلشهر و ایست الله طالقانی از اندوار شورا و مدیریت شهری سلب به تدبیر کار گروهی اقدام مؤثری نمود و حاصل آن راه اندازی بخش مرکزی متروی درون شهری شد.

چیردار ادعان کرد: در ادامه ، ساخت و راه‌اندازی کامل و صفر تا صد ایستگاه‌ها،ریل گذاری و بخش پایانی خط ۲ از قطار شهری ایامه ایستگاه ایت الله طالقانی تا ایستگاه شهید سلطانی در این دوره از شورا سازمان و مدیریت شهرداری محقق گردید. وی یادآور شد: بدون تردید بهره‌برداری قطار شهری از ایستگاه خوارزمی در حصارک تا ایستگاه نهایی در شهید سلطانی به طول ۱۴ کیلومتر در مجاورت ایستگاه کرج‌فردیس از متروی تهران مطالبات واقعی مردم، راه حل اساسی کاهش ترافیک خیابان شهید بهشتی و بهره وری بهینه حمل و نقل عمومی در کلان شهر کرج است که آن‌شانه در ادامه راه اندازی‌ها و در فاز نهایی محقق و کام شهروندان را شیرین خواهد شد.

رئیس اداره بهداشتی و حمل و نقل جاده‌ای شهرستان فراهان خبر داد:

ارتقاء ایمنی راه‌های شهرستان فراهان در آستانه سفرهای نوروزی



راه‌های پیش از شروع سفرهای نوروزی خبر داد. مهدی فراهانی رئیس اداره راهداری و حمل و نقل جاده‌ای شهرستان فراهان با اشاره به نزدیک شدن به ایام نوروز و شروع سفرهای نوروزی گفت: راهداران شهرستان همزمان با اجرای طرح راهداری زمستانی مشغول افزایش سطح ایمنی راه‌ها هستند. وی افزود: نصب سه دستگاه چراغ چشمک زن سولار و برقی در تقاطع های همسطح، رفع چاله‌های رویه آسفالتی با استفاده از ۱۰ تن آسفالت سرد کیسه‌ای، نصب بیش از ۱۰۰ عدد انواع تابلوهای ایمنی و علام هشداردهنده، نصب تابلوهای اطلاعاتی و شنسوتی تابلوها از مهم‌ترین اقداماتی است که به گفته وی در حال حاضر توسط راهداران شهرستان فراهان در دست اقدام است. فراهانی بیان داشت: ارتقاء منظر راه‌ها، ساماندهی و آشکارسازی پاسگاه پلیس راه آهنگران، تکمیل پل های مدیریت بحران در محدوده سه راهی آهنگران و رفع نقاط پرنگاهی از دیگر اقداماتی است که فراهانی به اجرای آن‌ها اشاره کرد و گفت: امیدواریم با همکاری تمامی دستگاه‌های خدمات رسان اسان شاهد کمترین سوانح رانندگی در جاده‌های شهرستان فراهان باشیم.

تحقق تولید روزانه یک میلیون بشکه نفت در شرکت نفت و گاز کارون



کارون از افزایش ۱۱ درصدی تولید نفت این شرکت در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال گذشته خبر داد و اعلام کرد که میزان تولید روزانه نفت در شرکت کارون به یک میلیون بشکه رسیده است. مهندس حسن شهرپوی در تشریح خبر فوق اظهار داشت: به لطف خدا تولید روزانه نفت شرکت کارون به یک میلیون بشکه رسیده و همچنین تولید گاز خشک ۱۲ درصد و تولید گاز مایع ۲۵ درصد افزایش یافته که این رشد حاصل تلاش مستمر کارکنان و حمایت‌های مدیرعامل مدیریت‌های ذی‌بسط شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب بوده است. وی با اشاره به اقدامات توسعه‌ای و تعمیراتی انجام‌شده در سال ۱۴۰۳ تأکید کرد: افزایش تولید نفت و گاز در شرکت کارون، نتیجه اجرای برنامه‌های ترمیمی، تعمیر، و توسعه‌ای در چاه‌ها بوده و این شرکت موفق شده است ۱۲۵ درصد از تعهدات تولیدی خود را محقق کند. مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون در ادامه به افزایش ۶۰ هزار بشکه‌ای تولید نفت در نیمه دوم سال جاری اشاره کرد و افزود: این افزایش تولید از طریق اجرای پروژه‌های کلیدی از جمله راه‌اندازی فاز دوم واحد نمک‌زدایی متمرکز اهواز، اجرای اصلاحیه اتصال مقسم مشترک F به E در واحد بهره‌برداری منصوری، تولید ۱۶ حلقه چاه تعبیه، تاج شش حلقه فاز تولیدی بدون نیاز به دکل تعمیراتی، تعمیرات اساسی ۲۲ مولد سرچاهی، راه‌اندازی ۱۶ حلقه چاه معمولی، اتصال ۱۲ اینچ آب‌تیمور به خطوط ۱۰ و ۱۲ اینچ آزادگان در شیرگاه عین ۲ و نصب تلمبه ESP روی چهار حلقه چاه گیلمگستانی محقق شده است. مدیرعامل شرکت نفت و گاز کارون در پایان ضمن تقدیر از تلاش‌های بی‌وقفه کارکنان عملیاتی، فنی و پشتیبانی، از همکاری و حمایت‌های مدیرعامل و مدیریت‌های ستادی شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب، به‌ویژه مهندس پیرامون، در تحقق اهداف تولیدی این شرکت قدردانی کرد.

تعرفه عوارض و بهای خدمات شهرداری کرج برای سال ۱۴۰۴ تصویب شد



کرج و ایلام مصوبه به شهرداری کرج، شهروندان محترم به منظور مشاهده جزئیات دفترچه می‌توانند به سایت **Karaj.ir** مراجعه نمایند. معاون مالی اقتصادی شهرداری کرج در انتها از زحمات اعضای شورای اسلامی شهر کرج، مجموعه مدیریتین شهرداری، مناطق و سازمانهای وابسته و بالاحض اداره کل تشخیص و وصول درآمد که در مراحل تهیه و تصویب لایحه تعرفه عوارض همکاری و توجه ویژه‌ای داشتند قدردانی کرد.

کشف طلای قاچاق به ارزش بیش از ۱۴ میلیارد ریال



ارومیه – رضا عباسی: گروه فراچا- فرمانده مرزبانی استان آذربایجان غربی از کشف طلای قاچاق به ارزش بیش از چهارده میلیارد ریال توسط مرزبانان این استان خبر داد.

سردار " محمد احمدی " در تشریح این خبر اظهار داشت: در راستای جلوگیری از ورود کالای قاچاق به داخل کشور عوامل پست کنترل مستقر در پایانه مرزی رازی به یک دستگاه خودرو که از مبادی ورودی گمرک مرزی وارد خاک کشورمان گردیده مشکوک بود که رعبات کلیه جوارب احتیاطی و تأمینین خودرو متوقف و مورد بررسی قرار گرفت. وی افزود: مرزبانان در بازرسی دقیق از خودرو توقیفی از صندوق عقب خودرو مقدار ۲۲۵ گرم طلا که بصورت ماهرانه جاساز شده بود کشف و ضبط کردند. سردار " احمدی " ضمن اشاره به دستگیری یک نفر و توقیف یک دستگاه خودرو در این رابطه تصریح کرد: با نظر کارشناسان ارزش طلاهای کشف شده ۱۴ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال برآورد شده است.

نظارت مستقیم رئیس دانشگاه علوم پزشکی گلستان

بر آزمون استخدامی بیمارستان علوی مراوه تپه

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: دکتر محسن ابراهیمی، رئیس دانشگاه علوم پزشکی گلستان، از فرایند برگزاری آزمون جذب و بکارگیری نیروی قرارداد کار معین برای بیمارستان علوی مراوه تپه بازدید کرد.این آزمون که با هدف تأمین نیروی انسانی متخصص و کارآمد برای ارائه خدمات بهتر به مردم منطقه برگزار می‌شود، از روز دوشنبه ۱۳ اسفند ماه آغاز و تا روز چهارشنبه ۱۵ اسفند ماه ۱۴۰۳ به مدت ۳ روز در قالب آزمون عمومی و تخصصی ادامه خواهد داشت.در این آزمون، ۱۵۰ نفر در رشته‌های مختلف از جمله پرستاری، مامایی، هوشبری، اتاق عمل، روتشناسی، آزمایشگاه، بهداشت محیط، پروتنشناسی، تجهیزات پزشکی، کارشناس امور مالی، کارشناس خرید، طراحی و تحلیل نرم‌افزار به رقابت می‌پردازند.در ابراهیمی در حاشیه این بازدید، ضمن قدردانی از تلاش‌های دست‌اندرکاران برگزاری آزمون، بر اهمیت جذب نیروهای متخصص و متعهد برای ارتقای سطح خدمات درمانی در بیمارستان علوی مراوه تپه تأکید کرد و افزود: «با جذب نیروهای جدید، امیدواریم بتوانیم برای ارتقای سطح کیفیت خدمات بهداشتی و درمانی در منطقه کوشش کنیم. دکتر تیرانی رئیس ستاد عملیات توسعه مدیریت و منابع دانشگاه، دکتر رضائی نژاد مدیر توسعه سازمان و تحول اداری و دکتر حسین لیوایی مدیر منابع انسانی دانشگاه نیز حضور داشتند و از نزدیک در جریان روند برگزاری آزمون شرکت کردند.شایان ذکر است که نتایج این آزمون پس از بررسی و ارزیابی‌های لازم، از طریق دانشگاه علوم پزشکی گلستان اعلام خواهد شد.

مدیرکل دامپزشکی مازندران:

طرح نظارت های بهداشتی دامپزشکی در مازندران تشدید شد

ساری – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل دامپزشکی مازندران از آغاز اجرای طرح تشدید کنترل و تشدید نظارت‌های بهداشتی و شرعی دامپزشکی ویژه نوروز با ۶۲ اکبیک خبر داد. حجهزه آقایور کلفطی گفت: در این طرح نظارتی ۶۲ اکبیک به مدت یک ماه از کلیه مراکز، تولید، نگهداری و توزیع فرآورده‌های خام دامی بازدید می‌کنند. وی گفت: طرح کنترل و تشدید نظارت‌های بهداشتی دامپزشکی بر مراکز تولید، نگهداری و عرضه فرآورده‌های خام دامی در ایام نوروز ۱۴۰۳ و ماه مبارک رمضان با ۲ اکبیک نظارتی و ۳۷ اکبیک بازرسی شهرستانی و ۱۶ اکبیک نظارت شرعی به صورت روزانه در اجرای این طرح شرکت می‌کنند که ۱۴ نفر به عنوان بازرس و ناظر بهداشتی و ۲۶ نفر به عنوان ناظر شرعی به مردم عزیز استان خدمت می‌رسانند. وی افزود: طرح تشدید بازرسی و بازرس رمضان برجس دستورالعمل سازمان دامپزشکی کشور و با توجه به تقارن ایام نوروز و ماه مبارک رمضان از ۱۱ اسفند ۱۴۰۳ لغایت ۱۱ فروردین ۱۴۰۴ در دو نوبت و از ۸ ساعت الی ۱۴ و ۱۴ الی ۲۰ ادامه دارد.

مدیرکل دامپزشکی مازندران با اشاره به اینکه سلامت مردم و تأمین غذای سالم از خطوط قرمز و وظیفه اصلی سازمانی ماست تأکید کرد: در اجرای بازرسی اداره کل و شهرستانی با دقت نظر و حساسیت بالا کار خود را انجام می‌دهند و با کوچک‌ترین اقدام خلافی که مغایر با قانون و دستورالعمل‌های سازمانی باشد برخورد خواهند کرد. وی تصریح کرد: در این طرح باید کلیه مراکز، تولید، نگهداری و توزیع فرآورده‌های خام دامی سرخانه‌های مربوطه، کشتار گداه‌های دام و طیور، رستوران‌ها هتل‌ها مجتمع‌های تفریحی داخل شهری و بین‌راهی آلچپق نارن و کلیه مراکز که به‌منوعی با فرآورده‌های خام دامی خدمات به مسافران نوروزی می‌دهند و خودروهای ویژه حمل فرآورده‌های خام دامی مورد بازرسی مشترک قرار گیرند.

کشف بیش از ۱۰ میلیارد ریال مواد غذایی تاریخ گذشته در شهرستان تفت

یزد – سیدمحمد جواد عرفان‌فر؛ دادستان عمومی و انقلاب شهرستان تفت از کشف یک انبار مواد غذایی تاریخ گذشته به ارزش بیش از ۱۰ میلیارد ریال در این شهرستان خبر داد. سید جمال الدین طباطبائی گفت: در این انبار مواد غذایی تاریخ گذشته با قیمت پایین خریداری و سپس از اصلاح و پخت در کارخانه ها در بازار به فروش می‌رسیده است. وی در لزوم نظارت جدی دستگاه های متولی بر سلامت و امنیت غذایی در جامعه تأکید کرد و افزود: در این رابطه ۲ متهم تحت تعقیب قرار گرفته اند. دادستان عمومی و انقلاب شهرستان تفت در پایان از رصد اطلاعاتی سربرازان گمنام امام زمان (عج) و اقدام به موقع پلیس امنیت شهرستان در این پرونده تقدیر کرد.

داستان بازاریابی تلفنی؛ از دوران طلایی تا سقوط آزاد



نویسنده: علی آل علی

اغلب مردم دنیا تجربه دریافت تماس‌های تلفنی از سوی برندهای بزرگ و کوچک را داشته‌اند. تماس‌هایی که با هدف جلب نظر مخاطب به خرید محصول صورت گرفته و گاهی هم حساسی سودآور از آب درمی‌آمد. البته برخی از مردم حساسی با این تماس‌ها مشکل داشتند. به طوری که خیلی وقت‌ها کار به شکایت هم می‌کشید. با برقرار کنند، هیچ وقت مشکل جدی پیش روی‌شان قرار نمی‌گرفت.

بازاریابی تلفنی به عنوان روشی سنتی در حوزه بازاریابی به فرآیندی گفته می‌شود که در آن شرکت‌ها از طریق تماس‌های تلفنی مستقیم با مشتریان محصولات یا خدمات خود را معرفی کرده و سعی در ایجاد ارتباط مستقیم و فوری با مخاطبان دارند. این روش در زمان‌هایی که دسترسی به فناوری‌های نوین محدود بود، یکی از ارکان اصلی تبلیغات و فروش محسوب می‌شد و به شرکت‌ها کمک می‌کرد تا از طریق تماس‌های مستقیم، پیام‌های خود را به گوش مشتریان برسانند.

در دوران طلایی بازاریابی تلفنی، تماس‌های تلفنی به عنوان پل ارتباطی موثر میان کسب و کارها و مشتریان عمل می‌کرد و بسیاری از برندها با استفاده از استراتژی‌های دقیق تماس تلفنی فروش خود را به طرز چشمگیری افزایش می‌دادند. آن زمان، با توجه به محدودیت‌های فناوری‌ها، این روش به عنوان یک ابزار نوآورانه و کارآمد در جذب مشتریان و ایجاد ارتباط شخصی تلقی می‌شد که توانست جایگاه ویژه‌ای در استراتژی‌های تبلیغاتی شرکت‌ها پیدا کند اما در سال‌های اخیر، با ظهور فناوری‌های دیجیتال و تغییر در رفتار مصرف‌کنندگان، بازاریابی تلفنی به تدریج با کاهش محبوبیت مواجه شده است. این روند نزولی ناشی از چندین عامل متقابل است که در ادامه به بررسی دلایل اصلی افول این روش پرداخته می‌شود؛ از ظهور فناوری‌های نوین تا افزایش حساسیت مشتریان نسبت به تماس‌های ناخواسته و محدودیت‌های قانونی که همگی نقش مهمی در تغییر الگوهای ارتباطی ایفا کرده‌اند.

ما در این مقاله قصد داریم نگاهی به داستان بازاریابی تلفنی بیندازیم. البته در این میان تمرکز اصلی‌مان بر روی دلایل افول این الگو در طول سال‌های اخیر خواهد بود. اگر شما هم دوست دارید داستان سقوط آزاد این الگو را بشنوید، بد نیست در ادامه با ما همراه شوید.

افول بازاریابی تلفنی: داستانی دراماتیک ظهور فناوری‌های دیجیتال و تغییر در الگوهای ارتباطی
شاید خیال کنید بازاریابی تلفنی به خاطر اینکه حسابی

روی اعصاب و روان مخاطب بود، از دنیای مارکتینگ حذف شد.
خب در این صورت باید بگوییم کمی در اشتباه هستید. این الگو نه تنها جذابیت‌های خاص خودش را داشت، بلکه در بسیاری از مواقع فرصت مناسبی برای مشتریان در زمینه آشنایی با برندهای کمتر شناخته شده بود. بنابراین دلیل اصلی را باید در جای دیگری جست‌وجو کرد.

اولین دلیل مهم برای افول بازاریابی تلفنی ظهور فناوری‌های دیجیتال و تغییرات بنیادین در الگوهای ارتباطی است. با گسترش اینترنت و ابزارهای ارتباطی نوین مخاطبان به سرعت از روش‌های قدیمی جدا شده و به استفاده از کانال‌های دیجیتال مانند ایمیل، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های هوشمند روی آورده‌اند. این تغییر الگو نه تنها بر نحوه دریافت پیام‌های تبلیغاتی تأثیر گذاشته، بلکه انتظارات مشتریان را نسبت به نحوه تعامل با برندها دگرگون کرده است.

با ورود فناوری‌های نوین بسیاری از شرکت‌ها سرمایه‌های خود را از سیستم‌های سنتی بازاریابی تلفنی به سوی دیجیتال مارکتینگ معطوف نموده‌اند. این تغییر رویکرد نه تنها هزینه‌های عملیاتی را کاهش داده، بلکه امکان دسترسی به داده های دقیق‌تر و تحلیل‌های عمیق‌تری از رفتار مشتریان را نیز فراهم آورده است. در نتیجه، تکنولوژی دیجیتال به عنوان روشی مدرن و کارآمد برای ایجاد ارتباط و جذب مشتری، جایگزین بازاریابی تلفنی شده و این موضوع موجبات کاهش اثربخشی تماس‌های تلفنی را فراهم آورده است.

امروزه مصرف‌کنندگان انتظار دارند که ارتباطات با برندها شخصی‌سازی شده و در قالب کانال‌های دیجیتال ارائه شود؛ روشی که امکان تعامل سریع و پاسخگویی فوری را دربر دارد. این امر باعث شده تا بازاریابی تلفنی به عنوان روشی یک بعدی و غیرتعاملی تلقی شود و در مقایسه با تجربه‌های دیجیتال، جذابیت خود را از دست بدهد. تغییر الگوی مصرف و انتقال تمرکز به سمت کانال‌های دیجیتال، به طور مستقیم بر کاهش علاقه و اثربخشی بازاریابی تلفنی تأثیر گذاشته است. بی‌شک در این میان ظهور فناوری‌های دیجیتال باعث شده تا سیستم‌های ارتباطی نوین بتوانند اطلاعات دقیق‌تری از رفتار مشتریان ارائه دهند و براساس آن، پیام‌های تبلیغاتی هدفمندتری طراحی کنند. این تغییر نگرش و استفاده از ابزارهای مدرن، نقطه عطفی در تحول بازاریابی بوده و به تدریج بازاریابی تلفنی را به عنوان روشی قدیمی و ناکارآمد برجسته ساخته است.

نارضایتی از تماس‌های ناخواسته: حریم خصوصی در اولویت

یکی دیگر از عوامل مهم در افول بازاریابی تلفنی افزایش حساسیت مشتریان نسبت به حریم خصوصی و نارضایتی از دریافت تماس‌های ناخواسته است. امروزه در دورانی که اطلاعات شخصی به ارزش بالایی دست یافته‌اند، مشتریان نسبت به هرگونه تماس غیرمنتظره یا مزاحم واکنش منفی نشان می‌دهند. این موضوع باعث شده تا بسیاری از افراد تمایل خود را به دریافت تماس‌های تبلیغاتی تلفنی از دست داده و به استفاده از روش‌های ارتباطی دلخواه خود روی آورند.

در گذشته تماس‌های تلفنی به عنوان ابزاری کلیدی برای ایجاد ارتباط مستقیم با مشتریان مورد استقبال قرار می‌گرفت، اما با گذشت زمان و افزایش تعداد تماس‌های ناخواسته، این روش به تدریج با دید منفی مخاطبان مواجه شده است. بسیاری از مصرف‌کنندگان تجربه‌های ناخوشایندی از دریافت تماس‌های مکرر داشته‌اند که باعث شده تا به برندها و شرکت‌هایی که از این روش استفاده می‌کنند، بی‌اعتمادی داشته باشند. این وضعیت نه تنها باعث کاهش اثربخشی بازاریابی تلفنی شده، بلکه به اعتبار برندها نیز آسیب وارد نموده است.

با پیشرفت فناوری ابزارهایی مانند نرم‌افزارهای مسدودسازی تماس و فهرست های سیاه برای بلاک کردن مخاطب در دسترس قرار گرفته که امکان جلوگیری از تماس‌های ناخواسته را به آنها می‌دهد. این امر نشانگر تغییر نگرش و ایجاد فضای امن‌تر برای ارتباطات شخصی، تلفنی جذب کند.

بسیار آن است که افراد در عصر حاضر به حفظ حریم خصوصی خود اهمیت ویژه‌ای قائل هستند. به همین دلیل، شرکت‌هایی که به بازاریابی تلفنی متکی بوده‌اند، دیگر نمی‌توانند به سادگی مخاطبان را از طریق تماس‌های افزایش حساسیت نسبت به حریم خصوصی و نارضایتی از تماس‌های مزاحم، از عواملی است که موجب کاهش ارتباط موثر بازاریابی تلفنی با مشتریان شده است. این تغییر نگرش و ایجاد فضای امن‌تر برای ارتباطات شخصی، بر آن استوار است که شرکت‌ها باید برای حفظ اعتماد مشتریان به راهکارهای نوین و متناسب با نیازهای روز روی آورند.

مقررات سختگیرانه و محدودیت‌های قانونی:

چالش‌های بزرگ

یکی از عوامل تعیین‌کننده در افول بازاریابی تلفنی تحلیل مقررات قانونی سختگیرانه و محدودیت‌های متعدد توسط سازمان‌های نظارتی و دولتی است. در سال‌های اخیر، با افزایش نگرانی‌های مرتبط با حریم خصوصی و مصرف‌کننده، قوانین جدیدی برای محدود کردن تماس‌های تبلیغاتی تلفنی تدوین شده است که این امر به شدت بر روی روش‌های بازاریابی سنتی تأثیر گذاشته است. مقرراتی نظیر ضرورت تهیه شماره تماس‌ها به شیوه قانونی و همراه با رضایت کاربران مشکلات زیادی برای بازاریابی تلفنی به همراه داشته است. این یعنی دیگر امکان خرید شماره‌های تلفنی به صورت عمده وجود ندارد. در عوض کسب و کارها باید کمی سختی را تحمل کرده و از طریق تعامل رو در رو شماره‌های تماس را گیر بیاورند.

اجرای قوانین سختگیرانه در حوزه بازاریابی تلفنی، شرکت‌ها را ملزم به تغییر روش‌های خود کرده و بسیاری از کسب و کارها برای جلوگیری از جریمه‌های سنگین و مشکلات قانونی، ترجیح می‌دهند از روش‌های دیجیتال و سایر کانال‌های تبلیغاتی بهره ببرند. این محدودیت‌ها نه تنها هزینه‌های عملیاتی را افزایش داده، بلکه فرآیند ارتباط مستقیم با مشتریان را نیز پیچیده ساخته‌اند. در نتیجه، بازاریابی تلفنی که زمانی روشی ساده و مؤثر به شمار می‌آمد، اکنون به عنوان روشی محدود و مخاطره‌آمیز شناخته می‌شود.

همچنین قوانین جدید به گونه‌ای تدوین شده‌اند که نیازمند اخذ مجوزها و پیروی از مقررات دقیق برای هر تماس تبلیغاتی باشند؛ امری که باعث افزایش بار اداری و زمانبری در انجام فعالیت‌های بازاریابی شده است. شرکت‌ها با مواجهه با این پیچیدگی‌ها، ترجیح می‌دهند منابع خود را در جهت استفاده از روش‌های نوین و انعطاف‌پذیرتر متمرکز کنند تا از بروز مشکلات قانونی جلوگیری نمایند. این تغییر رویکرد، بازاریابی تلفنی را به عنوان یک ابزار قدیمی و ناکارآمد نشان داده و موجب کاهش کاربرد

آن شده است. در نهایت، اعمال محدودیت‌های قانونی و نظارتی، سهم بسزایی در کاهش اثربخشی بازاریابی تلفنی داشته و شرکت‌ها را وادار به تجدیدنظر در استراتژی‌های تبلیغاتی خود نموده است. این تحولات قانونی به عنوان یکی از عوامل کلیدی در افول این روش شناخته شده و نشان‌دهنده اهمیت هماهنگی با تغییرات قانونی و نیاز به استفاده از روش‌های به روز در دنیای امروز است.

تغییر در الگوهای ارتباطی نسل جدید: ظهور نسل زد

در دنیای امروز تغییرات اساسی در نحوه ارتباط و تعامل افراد به ویژه نسل جوان تأثیر مستقیم بر اثربخشی روش‌های سنتی بازاریابی داشته است. نسل جدید که با فناوری‌های نوین بزرگ شده‌اند، انتظار دارند ارتباطات‌شان شخصی‌سازی شده و در قالب کانال‌های دیجیتال ارائه شود. این تغییر نگرش، بازاریابی تلفنی را به عنوان یک روش یک بعدی و غیرتعاملی به چالش کشیده است. با رشد نسل دیجیتال الگوهای ارتباطی به سمت پیام‌رسان‌های متنی، ایمیل‌ها و شبکه‌های اجتماعی سوق پیدا کرده است. جوانانی که در عصر اینترنت رشد یافته‌اند، ترجیح می‌دهند پیام‌ها و تبلیغات خود را از طریق کانال‌هایی دریافت کنند که امکان پاسخگویی سریع و تعاملی را فراهم می‌کنند. این موضوع باعث شده تا تماس‌های تلفنی که به صورت یک طرفه صورت می‌گیرد، دیگر جذابیت لازم را در میان مخاطبان جدید به دست نیاورد.

تغییر در الگوهای ارتباطی نسل جدید همچون تغییر در ذائقه‌های فرهنگی و فناوری، تأثیر مستقیمی بر روی اثربخشی بازاریابی تلفنی داشته است. همانطور که یک سسمفونی به سازهای نوین نیاز دارد، ارتباطات در عصر حاضر نیز به هماهنگی میان ابزارهای دیجیتال و پیام‌های شخصی‌سازی‌شده نیازمند است. در این میان، روش‌های تلفنی که هنوز به شیوه‌های قدیمی خود متکی هستند، کمتر قادر به پاسخگویی به نیازهای یک نسل پویا و تغییرپذیر می‌شوند.

با توجه به تغییرات فرآیند در عادات مصرف‌کنندگان، بسیاری از شرکت‌ها به جای سرمایه‌گذاری در روش‌های سنتی، منابع خود را به سمت کانال‌های دیجیتال و تعاملی سوق داده‌اند. این تغییر رویکرد نه تنها هزینه‌های عملیاتی را کاهش داده، بلکه امکان جذب مخاطبان هدفمندتر را نیز فراهم آورده است. در نتیجه، تماس‌های تلفنی به عنوان یک روش ارتباطی کمتر مورد توجه قرار گرفته و اثربخشی آن در بازار به شدت کاهش یافته است.

تغییر الگوهای ارتباطی نسل جدید نشان می‌دهد که موفقیت در بازار امروزی مستلزم انعطاف و پذیرش فناوری‌های نوین است. برندها و شرکت‌هایی که نتوانند خود را با این تغییرات هماهنگ کنند، به سختی خواهند توانست ارتباط مؤثری با مخاطبان جوان برقرار نمایند و این امر به نوبه خود، سهم بازاریابی تلفنی را به شدت تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

کاهش بازگشت سرمایه: هزینه‌های بی‌بازگشت

یکی از عوامل کلیدی در افول بازاریابی تلفنی، افزایش هزینه‌های عملیاتی مرتبط با این روش است. هزینه‌های مرتبط با تجهیزات، استخدام نیروهای متخصص و مدیریت سیستم‌های تماس تلفنی در کنار هزینه‌های اجرایی روزمره، امروزه به گونه ای افزایش یافته‌اند که بازگشت سرمایه در این حوزه به شدت تأثیر قرار گرفته است. در نتیجه شرکت‌ها به دنبال راهکارهای اقتصادی‌تر و کارآمدتر برای جذب مشتری هستند. با افزایش هزینه‌های اجرایی بسیاری از شرکت‌ها متوجه شده‌اند که نسبت به سودآوری، بازگشت سرمایه ای بازاریابی تلفنی به مراتب کمتر از روش‌های نوین دیجیتال است. این تفاوت در هزینه و بازدهی باعث شده تا سرمایه‌گذاری در کانال‌های دیجیتال که امکان هدف‌گیری دقیق‌تر و اندازه‌گیری نتایج را فراهم می‌کنند، اولویت بیشتری پیدا کند. از این منظر، روش‌های سنتی بازاریابی تلفنی به عنوان ابزاری پراسترس و پرهزینه شناخته می‌شوند.

افزایش هزینه‌ها علاوه بر ایجاد فشار اقتصادی بر سازمان‌ها، به کاهش انگیزه مدیران برای استفاده از بازاریابی تلفنی نیز منجر شده است. وقتی هزینه‌های عملیاتی بالا با بازدهی پایین همراه شوند، مدیران با دقت بیشتری استراتژی‌های تبلیغاتی خود را بازنگری می‌کنند

و به دنبال راهکارهایی می‌گردند که هم از نظر اقتصادی مقرون به صرفه باشند و هم بتوانند پاسخگویی بهتری از مخاطبان دریافت کنند. این تغییر نگرش موجب شده تا تماس‌های تلفنی به تدریج از الگوهای اصلی بازاریابی کنار گذاشته شوند.

در این میان رقابت شدید در بازار و افزایش انتظارات مصرف‌کنندگان از تجربه‌های ارتباطی شخصی‌سازی‌شده، نقش مهمی در انتخاب کانال‌های بازاریابی داشته‌اند. به عبارت دیگر، در محیطی که هر رyal سرمایه‌گذاری باید اثربخشی بالایی داشته باشد، هزینه‌های بالای بازاریابی تلفنی به عنوان یک نقطه ضعف شناخته می‌شوند. این موضوع باعث شده تا بسیاری از شرکت‌ها استراتژی‌های خود را به سمت کانال‌هایی تغییر دهند که علاوه بر کاهش هزینه، بازخورد سریع و دقیقی نیز ارائه دهند. افزایش هزینه‌های مرتبط با بازاریابی تلفنی در کنار کاهش بازگشت سرمایه، به عنوان یکی از عوامل کلیدی در کاهش محبوبیت این روش مطرح می‌شود. شرکت‌ها با توجه به نیاز به بهره‌وری بالا در بودجه‌های تبلیغاتی، ترجیح می‌دهند از روش‌هایی استفاده کنند که هم از نظر اقتصادی مقرون به صرفه باشند و هم بتوانند به سرعت نتایج قابل اندازه‌گیری ارائه دهند.

تجربه منفی مشتریان: مشت آخر بر بازاریابی

تلفنی

یکی از دلایل مهم دیگر در افول بازاریابی تلفنی تجربه‌های منفی و ناخوشایندی است که بسیاری از مشتریان از دریافت تماس‌های تبلیغاتی تلفنی داشته‌اند. در طول سال‌ها تعداد تماس‌های ناخواسته و مزاحم باعث شده است که احساس نارضایتی و بی‌اعتمادی نسبت به این روش در بین مخاطبان افزایش یابد. تجربه های تکراری از تماس‌های غیرمرتقبه، زمینه را برای ایجاد تصویر منفی از برندها فراهم ساخته است.

مشتریان امروز به حفظ حریم خصوصی و کنترل بر روی زمان و اطلاعات خود اهمیت ویژه‌ای قائل هستند. هنگامی که تماس‌های تبلیغاتی به صورت مکرر و بدون هماهنگی صورت می‌گیرد، این امر نه تنها به عنوان یک اختلال در برنامه روزانه افراد تلقی می‌شود، بلکه تأثیر منفی بر تصویر برند نیز خواهد گذاشت. افراد احساس می‌کنند که ارزش زمانی آنها به حاشیه رانده شده و این تجربه منجر به کاهش اعتماد و علاقه آنها به برند می‌گردد.

برخی از تحقیقات نشان داده‌اند که تماس‌های تبلیغاتی تکراری می‌توانند باعث افزایش استرس و احساس خستگی در میان مشتریان شوند. این وضعیت مشابهی است که وقتی یک ناوختن آهنگ در یک محیط عمومی بیش از حد تکرار شود، از جذابیت آن کاسته و نهایتاً باعث انزجار مخاطب می‌شود. در این میان، تجربه منفی مشتریان نسبت به تماس‌های تلفنی به سرعت در میان شبکه‌های اجتماعی و گفت‌وگوهای شفاهی منتشر شده و تأثیر آن بر شهرت برندها بیش از پیش احساس می‌شود.

از سوی دیگر، بسیاری از مشتریان ترجیح می‌دهند تبلیغات و پیام‌های بازاریابی را در زمانی دریافت کنند که خودشان انتخاب کرده‌اند. در حالی که تماس‌های تلفنی به طور ناگهانی و بدون هماهنگی قبلی صورت می‌گیرند، این امر موجب ایجاد احساس تجاوز به فضای شخصی و نارضایتی عمیق می‌شود. به همین دلیل، تجربه منفی از تماس‌های تبلیغاتی به عنوان یکی از عوامل اصلی کاهش اثربخشی این روش در دنیای بازاریابی مطرح می‌شود. تجربه منفی مشتریان از تماس‌های تبلیغاتی تلفنی نه تنها بر تصمیم خرید آنها تأثیر منفی می‌گذارد، بلکه می‌تواند تصویر کلی برندها را نیز تحت‌الشعاع قرار دهد. شرکت‌هایی که نتوانند راهکارهایی برای بهبود تجربه مشتری ارائه دهند، در بلندمدت با کاهش وفاداری و افزایش اعتراضات مواجه خواهند شد و این موضوع نقش مهمی در افول بازاریابی تلفنی ایفا می‌کند.

منابع:

https://www.avidlyagency.com/blog/stop-cold-calling-the-main-disadvantage-https://neodove.com/telemarketing-advantage-and-disadvantage