

ریشه‌های تاریخی جنگ ۱۲ روزه

مسعود سپهر
استاد علوم سیاسی
دانشگاه آزاد شیراز

بیش از ۱۰۰ سال پیش، با استیلای غرب بر خاورمیانه در نتیجه شکست امپراتوری عثمانی در جنگ جهانی اول، ایده خاورمیانه جدید رقم زده شد. فرانسه و انگلستان در قرارداد ساینس - پیکو، آن امپراتوری را تکه تکه کردند و با اعلامیه بالفور، نهال یک بحران همیشگی برای کنترل و دستکاری دائمی آن را در منطقه کاشتند. ایران نیز که با انقلاب مشروطیت به عنوان اولین انقلاب مدرن شرق، در صورت رها شدن از توطئه های استعماری، مانند ژاپن می‌توانست به سرعت تبدیل به یک قدرت بزرگ و رقیب در خاورمیانه گردد، همچون توطئه قتل امیرکبیر، مشمول عنایات استعماری قرار گرفت و در قراردادهای ۱۹۰۷ و ۱۹۱۴ بین روس و انگلیس به مناطق نفوذ تقسیم شد و عملاً تجزیه و نابودی ایران نیز کلید خورد. این پروژه با وقوع انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ روسیه ناتمام ماند. با خروج روس‌ها از ایران و اتمام جنگ جهانی اول، انگلستان سعی کرد با قرارداد ۱۹۱۹، کنترل کامل ایران را در دست گیرد اما شیر فروتن امپراتوری که تازه از جنگ جهانی اول رها شده بود و در مستعمرات وسیع خود، به ویژه هند، گرفتاری فراوان داشت، قادر به همز این تقمه گلوگیر نبود و بنابراین به حفظ استقلال و یکپارچگی ایران تحت حکومت رضاخان، رضایت داد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

از سرعت رشد تورم اجاره کاسته شد

بازار مسکن در مسیر آرامش؟

هر چند تابستان، فصل جابه‌جایی‌هاست و اغلب مستاجران در شهرهای کوچک و بزرگ با معضل رشد اجاره‌بها مواجه هستند، اما گزارش جدید مرکز آمار ایران از کاهش تورم سالانه و نقطه به نقطه در بازار اجاره حکایت دارد. براساس داده‌های آماری، تورم نقطه به نقطه در بازار اجاره مسکن که از ابتدای امسال روند نزولی به خود گرفته بود، در مردادماه باز هم کاهش یافت و به پایین‌ترین...

۲

حجم نقدینگی از مرز ۱۱ هزار هزار میلیارد تومان گذشت

آلارم پولی از بهار ۱۴۰۴

فرصت امروز: بانک مرکزی، میزان نقدینگی در پایان خردادماه امسال را ۱۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان اعلام کرد که از رشد ۳۲ درصدی نسبت به خرداد سال گذشته حکایت دارد و بیانگر استقرار دولت از بانک مرکزی است. در گزیده آمارهای اقتصادی تا پایان خردادماه ۱۴۰۴ که بانک مرکزی با تاخیر زیاد منتشر کرد، حجم نقدینگی یکی از موارد اعلامی است و آنطور که سیاستگذار پولی گزارش داده، میزان نقدینگی در پایان خردادماه ۱۴۰۴ به رقم ۱۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به پایان سال ۱۴۰۳، رشد ۸٫۸ درصدی و نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشد ۳۲٫۴ درصدی داشته است. براساس داده‌های بانک مرکزی، حجم نقدینگی در خردادماه با عبور از رقم ۱۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان، بیشترین مقدار ۲۶ ماه اخیر را به ثبت رسانده و رشد نقطه‌ای ۳۲٫۴ درصد را تجربه کرده است که بالاتر از هدف‌گذاری بانک مرکزی (۲۵درصد با حاشیه خطای ۲درصد بالا و پایین)...

۲

بهترین اقدام حمایتی از نظر اکثر کسب‌وکارها، معافیت یا تخفیف مالیاتی است

۱۰ تصویر از کسب‌وکارهای جنگ‌زده

۴

مدیریت و کسب‌وکار

چرا بعضی برندها بهتر در ذهن می‌مانند؟

فرض کنید در یک خیابان شلوغ قدم می‌زنید. از کنار چند مغازه رد می‌شوید که همه شان کفش ورزشی می‌فروشند. قیمت‌ها تقریباً مشابه‌اند. ظاهر اجناس هم تفاوت زیادی ندارند، اما به محض اینکه چشم تان به یک کفش با نشان تیک مانند برند نایکی می‌افتد، مکث می‌کنید. چرا؟ چون آن تیک ساده فقط یک لوگو نیست. مجموعه‌ای از خاطرات، احساسات، اطمینان و حتی رویاهای پشت آن پنهان شده است. به همین دلیل است که بعضی نام‌ها در ذهن می‌مانند و بعضی دیگر حتی با تبلیغات زیاد، فراموش می‌شوند. در دنیای پر از صدا و تصویر امروز برند چیزی فراتر از نام، لوگو یا بسته بندی است. برند همان حس‌ی است که در دل مخاطب شکل می‌گیرد. ترکیبی از تصویر ذهنی، تجربه، احساس و اعتماد. برای درک بهتر این مفهوم، بیا بید سفری داشته باشیم به دنیای برندها؛ جایی که نام‌ها به خاطر تبدیل...

۸

افزایش قیمت کالاهای اساسی در نیمه تابستان بررسی شد

سرآمدان تورم خوراکی



ریشه‌های تاریخی جنگ ۱۲ روزه

دیگر مسیر توسعه ایران متوقف شد. انقلاب با به صحنه آوردن ملت و آن‌همه شور و ازخودگذشتگی، بهترین فرصت برای توسعه پایدار و همه‌جانبه ایران بود که از دست رفت و البته نقش بیگانگان در این امر چون گذشته تعیین‌کننده بود. با پایان جنگ و شروع دوران سازندگی، این امید ایجاد شد که بار دیگر ایران به مسیر توسعه بازگردد و تبدیل به قدرتی منطقه‌ای و جهانی شود و همین زنگ خطر را برای غرب به صدا درآورد. در این دوره طرح نقشه خاورمیانه جدید مطرح شد و ایران اولین کشوری بود که حتی با قوه قهریه می‌بایست دچار فروپاشی و تجزیه گردد. به یاد داریم که در آستانه دوم خرداد ۱۳۷۶، اروپاییان سفرای خود را از ایران خارج کرده بودند و به بهانه‌های حقوق بشری و افشاگری‌های هسته‌ای، پازل بهانه‌های خود را برای حمله به ایران تکمیل می‌کردند. جنش دوم خرداد و حضور حماسی مردم و گشوده شدن راه اصلاحات، این خطر را موقتاً از ایران دور کرد و آمریکا و غرب به سراغ عراق و افغانستان و لیبی و مصر و سوریه و... رفتند. در این مقطع نیز همچون

اقتصاد جهانی در آستانه ۲ دگرگونی بزرگ

مهارنکردن بحران اقلیم می‌تواند دستاوردهای بهره‌وری ناشی از فناوری را خشتی کرده یا حتی معکوس کند. گزارش PWC برای تصویرسازی عدم‌قطعیت‌های پیش‌رو، سه سناریوی محتمل را برای اقتصاد جهانی در افق ۲۰۳۵ ترسیم کرده است. این سناریوها که براساس فرضیات متفاوت درباره میزان موفقیت هوش مصنوعی در ارتقای بهره‌وری و شدت پیامدهای اقلیمی بنا شده‌اند، عبارتند از: * تحول اعتمادمحور: در این سناریو، پذیرش گسترده و مسئولانه فناوری‌های پیشرفته (از جمله هوش مصنوعی) موجب ارتقای چشمگیر بهره‌وری، ایجاد مشاغل جدید و پشتیبانی از راهکارهای پایدار می‌شود. شکل‌گیری استانداردهای مشترک و همکاری‌های جهانی، اعتماد به فناوری را تقویت کرده و رشد اقتصادی حاصله فراتر از پیش‌بینی‌های معمول خواهد بود. مزایای اقتصادی هوش مصنوعی به‌مراتب بیشتر از هزینه‌های کربن‌زدایی است و علی‌رغم خسارات فیزیکی اقلیم، نرخ رشد بالاتر از سناریوی مبنا رقم می‌خورد.

* گذار پرتنش: در این وضعیت، منافع ناشی از هوش مصنوعی به دلیل عدم اعتماد کافی و پیشرفت پراکنده فناوری، محدودتر باقی می‌ماند. همزمان، تلاش‌های اقلیمی به کندی پیش می‌رود و دستاورد چشمگیری در کاهش خسارات آب‌وهوایی حاصل نمی‌شود. نتیجه آن است که هرچه هوش مصنوعی به اقتصاد سود می‌رساند، تا حد زیادی توسط هزینه‌های ناشی از تغییرات اقلیمی خنثی می‌شود و نرخ رشد کلی تنها در حد روند فعلی (سناریوی ادامه وضعیت موجود) باقی می‌ماند. گذار به انرژی پاک نیز آهسته‌تر رخ می‌دهد و در کوتاه‌مدت دارایی‌های کمتری کنار گذاشته می‌شوند، هرچند در بلندمدت ریسک اقلیمی بیشتری انباشته خواهد شد.

* اوقات پرتلاطم: این سناریو، تصویری از جهانی است که در آن منافع ملی و محلی بر همکاری‌های فراگیر غلبه

در جنگ جهانی دوم، دچار وقفه شد و ایده استراتژیک غرب که ایران نباید تبدیل به قدرت بزرگ و توسعه‌یافته منطقه شود، بار دیگر عملی گردید. خوشبختانه در این مقطع نیز یکپارچگی ملی ایرانیان از هر قوم، اجازه تجزیه ایران را نداد، اما خسارات فراوان به جامعه و زیرساخت‌ها، حداقل به مدت ۲۰ سال، روند رشد و توسعه‌ای ایران را متوقف کرد.

در دهه ۴۰ شمسی با شروع اصلاحات جدید و حضور مدیران دانا و لایق در مدیریت برنام‌ریزی و اقتصادی کشور، بار دیگر شاهد رشد و توسعه شتابان ایران، به میزانی بالاتر از دیگر کشورها بودیم. این یک دهه طلایی، دیگر بار امکان تبدیل ایران به یک قدرت رقیب جهانی را فراهم ساخت اما این بار هم با حماقت‌ها و خودخواهی‌های محمدزاشاه در آوردن یکباره درآمد‌های فراوان نفتی به اقتصاد، جاه‌طلبی‌های نظامی و سیاسی و از همه مهمتر، سرکوب مردم و جامعه مدنی و خفقان و استبداد شخصی او، انقلاب ۵۷ رقم زده شد. پس از انقلاب به دلیل فقدان پروژه مشخص توسعه، بی‌تجربگی مدیران و شعارزدگی و در آخر با شروع جنگ تحمیلی، بار

مطالعات تطبیقی توسعه، نشان داده است که شرط لازم و کافی برای شروع فرآیند توسعه پایدار یک کشور و خروج از مدار عقب ماندگی، وجود هم‌زمان یک دولت مقتدر و دارای پروژه مشخص توسعه و تیم هماهنگ مدیران توسعه‌خواه در یک دوره کم و بیش طولانی است که البته بایستی این مدیران مشارکت‌جو و دور از فساد و قانونمدار باشند. ظهور رضاخان در واقع، می‌توانست فرصتی دیگر پس از قتل امیرکبیر و انقلاب مشروطیت برای شروع توسعه پایدار ایران باشد. اما متأسفانه رضاشاه دیکتاتور نتوانست تیم مدیران توسعه‌خواه همراه خود را حفظ کند و اکثر آنان چون داور و فروغی و مصدق و تیمورتاش و حکمت و... را به نوعی حذف کرد و البته خود به دلیل مال‌دوستی و استبداد رأی و عدم پایبندی به قانون، فساد را گسترش داد. به هر حال، رضاشاه به دلایل فوق، نتوانست توسعه ایران را علی‌رغم قدم‌های بزرگ اولیه به نقطه بازگشت‌ناپذیر برساند، اما راه توسعه با گسترش آموزش و زیرساخت‌ها و نهادهای قضایی و دیوانسالاری و تا حدودی ملت‌سازی گشوده شد. این مسیر با حمله متفقین به ایران

مهسا رجایی‌نژاد، پژوهشگر اقتصادی

جهان در آستانه دو تحول عظیم اقتصادی قرار گرفته است؛ تحولاتی که معمولاً هر ۱۰۰ سال یک‌بار رخ می‌دهند. گزارش «راهنمای رهبران برای ارزش در حرکت» منتشر شده توسط موسسه PWC، نشان می‌دهد که ترکیب رشد شتابان هوش مصنوعی و فشارهای فزاینده ناشی از بحران اقلیمی، موجب بازنگری بنیادین در مدل‌های رشد اقتصادی و کسب‌وکار خواهد شد. این گزارش با رویکردی تحلیلی، نقش تحول‌آفرین هوش مصنوعی، هزینه‌های اقتصادی بحران اقلیمی، بازاریابی صنایع سنتی و شکل‌گیری دامنه‌های جدید رشد را بررسی کرده و سه سناریوی آینده ممکن را ترسیم می‌کند.

هوش مصنوعی به عنوان موتور جدید بهره‌وری اقتصادی می‌تواند ابعادی کم‌سابقه به رشد جهانی بدهد. براساس تحلیل اقتصاددانان PWC، در صورت تحقق کامل پتانسیل‌های هوش مصنوعی، تولید ناخالص داخلی جهان تا سال ۲۰۳۵ می‌تواند نزدیک به ۱۵ درصد بزرگ‌تر از سطح مورد انتظار فعلی باشد. چنین افزایشی معادل بیش از یک واحد درصد رشد مضاعف در هر سال بوده و قابل قیاس با جهش‌های بهره‌وری دوران انقلاب صنعتی است. البته دستیابی به این «سهیم بهره‌وری» هوش مصنوعی، مستلزم بازطراحی اساسی فرآیندها و وظایف سازمانی است؛ امری که تنها در صورت عملکرد قابل‌اطمینان فناوری‌های هوش مصنوعی و اعتماد عمیق به آنها امکان‌پذیر است. سناریوهای خوش‌بینانه یادشده درحالی است که در صورت کندی پذیرش تکنولوژی یا عدم خلق مشاغل جدید ممکن است سهم رشد هوش مصنوعی به مراتب کمتر محقق شود. گسترش هوش مصنوعی، نیازمند انرژی قابل توجهی است. هر چند بررسی PWC نشان می‌دهد افزایش مصرف برق مراکز داده می‌تواند در بلندمدت از طریق بهینه‌سازی‌های مصرف انرژی توسط خود هوش مصنوعی جبران شود، اما

در این امر به صورت ناخوشسته با هم اتحاد ناگسستنی دارند. تنهایی استراتژیک ما از این واقعیت سرچشمه می‌گیرد. در سال‌های اخیر علی‌رغم همه فرصت‌سوزی‌ها و دل‌سرد ساختن بخش بزرگی از ملت و برپاد دادن سرمایه‌ها، باز هم این ملت بزرگ توانست به تنهایی و بدون گرفتن هیچ سلاح و امکانی از دیگران، در مقابل دو قدرت اتمی جهانی بایستد و با وجود حمل خسارات سنگین، به دشمنان زهر چشمی نشان دهد که بفهمند ایران ملتی بزرگ است که قابل حذف و تجزیه و تسلیم نیست. البته این به معنای برداشته شدن گزینه فروپاشی و تجزیه ایران از روی میز انتخاب قدرت‌های جهانی نیست. برای خروج از این تهدید، ملت ایران باید یکپارچه و متحد این نیت بیگانگان را بشناسد و بداند هرگاه بتوانند ایران را ایرانستان می‌کنند. بدانیم ضربه، از ناحیه وثوق‌الدوله‌ها و رضاخان‌ها به ما می‌خورد. بزرگ‌ترین دشمن ما، نفوذی‌ها و چاپلوسان هستند. جنگ ۱۲ روزه علی‌رغم خسارات تاسف‌آور و وحشتناک خود برای ما فرصتی فراهم آورد که دوستان واقعی و دوستان نادان و دشمنان را در صفوف ملت بشناسیم.

منابع کمپاب (مانند مواد اولیه حیاتی در صنایع باتری یا نیمه‌رسانا) وضعیت بهتری خواهند داشت.

برداشتن موانع تحول نیز حیاتی است. چالش‌هایی نظیر مقاومت درونی در برابر تغییر، شکاف مهارتی نیروی کار، ناکارآمدی‌های تصمیم‌گیری یا ناهماهنگی سیاست‌های دولتی می‌توانند سرعت دگرگونی را کند کنند. رهبران پیشرو با تبدیل این موانع به عوامل توانمندساز - از طریق جذب قابلیت‌های جدید، مشارکت‌های راهبردی، تطبیق راهبردهای مالیاتی و مقرراتی با شرایط نوین و توانمندسازی سرمایه‌های انسانی - مسیر را برای نوآوری هموار می‌کنند. نکته مهم آن است که عملکرد امروز شرکت‌ها، پایه‌گذار موقعیت فردای آنهاست؛ شرکت‌هایی که اکنون در پذیرش نکتته مهم آن است که عملکرد امروز شرکت‌ها، پایه‌گذار تحول دیجیتال و پایداری تعلل کنند، در سال‌های آینده از رقبا عقب‌تر خواهند ماند. در مقابل، بنگاه‌هایی که جسورانه در نوآوری و تغییر سرمایه‌گذاری کنند، نه تنها خود را برای هر سه سناریوی ممکن آماده می‌سازند بلکه به شکل‌دهی آینده‌ای مطلوب‌تر کمک خواهند کرد.

دهه پیش رو، مقطعی سرنوشت‌ساز برای اقتصاد جهانی و کسب‌وکارها است. گزارش «ارزش در حرکت» تصریح می‌کند که رهبران با تفکر و اقدام متفاوت می‌توانند ضمن بهره‌گیری از فرصت‌های تحول دیجیتال و گذار انرژی، آینده بهتری برای خود و جهان رقم بزنند. در نهایت، برندگان حقیقی آنهایی خواهند بود که عدم‌قطعیت را نه تهدید، بلکه انگیزه‌ای برای خلاقیت و نوآوری بدانند. رهبران امروز این قدرت را دارند که گفه ترازو را به سمت سناریوهای امیدبخش‌تر سنگین کنند - سناریویی که در آن رشد اقتصادی همراه با پایداری محیط‌زیست محقق می‌شود و نسل‌های کنونی و آینده از ثمرات آن بهره‌مند خواهند شد. چنین چشم‌اندازی هرچند بلندپروازانه، اما با سرمایه‌گذاری شفافیت و پایداری سرمایه‌گذاری می‌کنند، جدی برای تحول، دست‌یافتنی خواهد بود.

کرده، فناوری به‌طور مخرب و ناهماهنگ توسعه می‌یابد و تلاش‌های پایدارتری متوقف می‌شوند. بی‌ثباتی‌های ژئوپلیتیک و تنش‌های تجاری، اعتماد به فناوری و مزایای اقتصادی آن را تضعیف می‌کند؛ سرعت ایجاد مشاغل جدید از اتوماسیون عقب می‌ماند و اشتغال آسیب می‌بیند؛ بی‌توجهی به پایداری اقلیم هزینه‌های بلندمدت را تشدید می‌کند. در این فضای آشفته، رشد اقتصادی ممکن است به زیر روند مبنا سقوط کند و نااطمینانی‌ها بر فضای کسب‌وکار سایه بیفکند.

البته این سناریوها پیش‌بینی قطعی آینده نیستند، بلکه بیانگر طیفی از آینده‌های ممکن براساس ترکیب‌های متفاوتی از بهره‌وری فناوری و هزینه‌های اقلیمی هستند. به واقع، آنچه در نهایت رخ خواهد داد تا حد زیادی به تصمیمات رهبران کسب‌وکار و سیاستگذاران در سال‌های آتی وابسته است؛ تصمیماتی که می‌توانند مسیر جهان را به سوی تحولی مبتنی بر همکاری و اعتماد سوق دهند یا آن را درگیر گذارهای پرتنش و دوران پرتلاطم کنند. پیام محوری گزارش PWC، آن است که صرف‌نظر از اینکه کدام سناریو محقق شود، شرکت‌ها باید از هم‌اکنون خود را برای آینده‌ای متحول آماده کنند. نوآوری در مدل کسب‌وکار، ابتدا عملیاتی و مدل انرژی نخستین گام در این مسیر است. به بیان دیگر، کسب‌وکارها باید شیوه خلق ارزش خود را متحول کرده، عملیات‌شان را چابک و داده‌محور سازند و رویکرد خود نسبت به انرژی (از بهره‌وری گرفته تا منابع تأمین آن) را بازبینی کنند. گام بعدی، تسلط بر منابع جدید مزیت رقابتی است - شرکت‌ها باید به طرق نوین در زمینه فناوری، اعتماد و مدیریت زنجیره تأمین رقابت کنند تا از رقبا پیشی بگیرند. برای مثال، شرکت‌هایی که زودتر در استقرار پلتفرم‌های دیجیتال، هوش مصنوعی و استانداردهای شفافیت و پایداری سرمایه‌گذاری می‌کنند، اعتماد مشتریان و سهامداران را جلب کرده و در تأمین

نگاه

گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران نشان می‌دهد

رشد منفی دومین اقتصاد استانی

استان خوزستان علی‌رغم اینکه دومین اقتصاد بزرگ ایران محسوب می‌شود، دچار نرخ رشد اقتصادی منفی است. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در تحلیل سلاختار اقتصادی استان خوزستان براساس آمارهای رسمی، نشان می‌دهد که دومین اقتصاد بزرگ کشور با نرخ رشد اقتصادی منفی مواجه است. بازوی پژوهشی بخش خصوصی در گزارش «تحلیل ساختار اقتصادی استان خوزستان» می‌نویسد: استان خوزستان در بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ به طور متوسط با سهم ۱۹٫۲ درصدی از تولید ناخالص داخلی کشور، به عنوان دومین اقتصاد بزرگ کشور شناخته می‌شود و از نظر درآمد سرانه نیز جایگاه دوم در میان استان‌های کشور را به خود اختصاص می‌دهد. از طرفی، بررسی سهم بخش‌های مختلف اقتصادی از تولید ناخالص داخلی استان خوزستان در سال ۱۳۹۸ نشان می‌دهد که بخش «استخراج نفت خام، گاز طبیعی و خدمات پشتیبانی معادن» با سهم ۶۶ درصدی، بیشترین نقش را در تولید ناخالص داخلی این استان ایفا کرده است. به طور کلی، چهار بخش اقتصادی مشتمل بر بخش‌های «استخراج نفت خام، گاز طبیعی و خدمات پشتیبانی معادن»، «ساختمان»، «تولید مواد شیمیایی و فرآورده‌های شیمیایی» و «کشاورزی، ماهیگیری و جنگلداری»، در مجموع بالغ بر ۸۰ درصد از ستانده کل استان را تشکیل می‌دهند. بنابراین این بخش‌ها، نقش و جایگاه مهم و قابل توجهی در اقتصاد و اشتغال این استان ایفا می‌کنند.

این گزارش، استان خوزستان را یکی از غنی‌ترین استان‌های کشور معرفی می‌کند و می‌گوید که دستیابی به رشد و توسعه پایدار، نیازمند برنامه‌ریزی مناسب در استفاده از این منابع است. بنابراین، لازم است با برنامه‌ریزی صحیح، بخش‌های اقتصادی که نقش مؤثری در تسریع توسعه استان دارند، شناسایی شده و سرمایه‌گذاری در آنها صورت گیرد تا رشد اقتصادی استان را افزایش دهد. در واقع با توجه به روند کاهشی رشد اقتصادی کشور و همچنین نرخ رشد اقتصادی منفی استان خوزستان به ویژه در سال‌های اخیر، ضروری است سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی صورت پذیرد که بتواند بیشترین تأثیر را بر رشد اقتصادی کشور و نیز استان داشته باشد. علاوه بر این، بخش‌های اقتصادی از طریق اثرات سرسریزی و بازخوردی افزایش تولید خود، می‌توانند موجب رشد اقتصادی در سایر مناطق شوند. بررسی نتایج حاصل از مطالعه حاضر، حاکی از آن است که:

براساس روش سنجش پیوندهای پسین و پیشین، بخش‌های «تولید فرآورده‌های لاستیکی و پلاستیکی»، «سایر صنایع»، «سایر فعالیت‌های کشاورزی» و «اطلاعات و ارتباطات و فعالیت‌های مالی و بیمه» به‌عنوان بخش‌های کلیدی استان معرفی شده‌اند که بخش‌های مذکور فعال‌ترین بخش‌ها در عرضه و تقاضای کالاهای واسطه‌ای خود به‌از سایر بخش‌های اقتصادی در سطح استان هستند. توجه ویژه به این بخش‌ها و تکمیل فرآیند زنجیره تولیدات آنها در استان، می‌تواند منجر به ایجاد شکوفایی در اقتصاد استان شود. بررسی بخش‌های اقتصادی اولویت‌دار و پیشروی استان، نشان می‌دهد که به ترتیب حذف کامل بخش‌های «استخراج نفت خام، گاز طبیعی و خدمات پشتیبانی معادن»، «تولید کک، فرآورده‌های حاصل از پالایش نفت»، «ساختمان» و «هودا شیمیایی و فرآورده‌های شیمیایی» بیشترین درصد کاهش در ستانده کل اقتصاد را به همراه دارد. بنابراین این بخش‌ها، بااهمیت‌ترین بخش‌های اقتصادی استان محسوب می‌شوند. همچنین نتایج بررسی اثرات بازخوردی و سرسریزی –که ویژه الگوی دو منطقه‌ای است– نشان می‌دهد که بخش‌های «تولید کک، فرآورده‌های حاصل از پالایش نفت»، «سایر صنایع» و «تولید محصولات غذایی و انواع آشامیدنی‌ها» بیشترین ارزش سرسریزی استان خوزستان به سایر اقتصاد ملی را دارند. این بدان معناست که تقاضای این بخش‌ها در استان خوزستان منجر به خلق ارزش‌افزوده بیشتری در سایر اقتصاد ملی می‌شود. در مورد اثرات بازخوردی، بخش‌های «استخراج نفت خام، گاز طبیعی و خدمات پشتیبانی معادن»، «حمل‌ونقل و انبارداری و پست» و همچنین «عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و تعمیر کالاها» دارای بیشترین آثار بازخوردی هستند.

در گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران و در ارائه توصیه‌های سیاستی برای سیاست‌گذاران، سه دیدگاه مختلف وجود دارد:

الف) توجه به بخش‌ها و ظرفیت‌ها و منابع دست‌نخورده مناطق: بخش‌های «تولید فرآورده‌های لاستیکی و پلاستیکی»، «سایر فعالیت‌های کشاورزی»، «سایر صنایع» و «اطلاعات و ارتباطات و فعالیت‌های مالی و بیمه» که به‌عنوان بخش‌های کلیدی معرفی شده‌اند و ارتباط آن با آثار سرریز و بازخورد مناطق، بیانگر آن است که این منابع و پتانسیل‌های بالقوه می‌تواند به‌عنوان اولویت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق مورد توجه قرار گیرد تا با تمرکز بر توسعه آنها، علاوه بر ایجاد فرصت‌های اشتغال برای ساکنان استان، زنجیره تولید در پس و پیش این بخش‌های کلیدی را نیز توسعه دهد. در نتیجه، این رشد اقتصادی مطابق با آثار سرسریزی، تنها محدود به استان خوزستان نمی‌شود، بلکه منجر به ایجاد ارزش‌افزوده بیشتر در سایر اقتصاد ملی نیز خواهد شد.

ب) توسعه مناطق کوچک‌تر مقدمه‌ای برای توسعه مناطق بزرگ‌تر: اگر هدف اصلی، توسعه مناطق کوچک‌تر و کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای باشد، لازم است اثرات سرسریزی معیار هدایت منابع در راستای تحقق سیاست‌های تعادل فضایی کشور قرار گیرد. بر این اساس ملاک، بخش‌هایی هستند که آثار سرسریزی بالاتری از استان خوزستان به سایر اقتصاد ملی دارند. در این صورت باید بخش‌های «تولید کک، فرآورده‌های حاصل از پالایش نفت»، «تولید فرآورده‌های لاستیکی و پلاستیکی» و «سایر صنایع»، مورد توجه قرار گیرند. ج) توسعه مناطق بزرگ‌تر زمینه‌ساز توسعه مناطق کوچک‌تر: دسته دیگری از نظریه‌ها، کل پهنه جغرافیایی را به‌عنوان یک واحد سرزمین در نظر می‌گیرد و بر نقش تجمع‌های مکانی بزرگ مقیاس در تحرک و توسعه سطح ملی تأکید دارد. بنابراین، در این دسته از سیاست‌های توسعه منطقه‌ای، تأکید بر رشد بخش‌هایی از اقتصاد است که بیشترین آثار سرسریزی از سایر اقتصاد ملی به استان خوزستان دارند یعنی بخش‌های «تولید و توزیع گاز طبیعی»، «عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و تعمیر کالاها» و «تولید کک، فرآورده‌های حاصل از پالایش نفت» در استان خوزستان.

گفتنی است استان خوزستان در جنوب غربی ایران قرار گرفته است. این استان با جمعیتی برابر با ۴ میلیون و ۷۱۰ هزار نفر (براساس سرشماری سال ۱۳۹۵) پنجمین استان پرجمعیت ایران را تشکیل می‌دهد. در سال ۱۴۰۳، مرکز استان خوزستان از شهر شوشتر به اهواز منتقل شد و این شهر تا به امروز، مرکز این استان است. خوزستان در همسایگی خلیج فارس و اروندرود قرار دارد. این استان در جایگاهی راهبردی و ترانزیتی قرار دارد و پس از استان تهران، دارای بالاترین میزان تولید ناخالص در میان استان‌های ایران است. از نظر تاریخی، خوزستان یکی از قدیمی‌ترین مناطق قابل سکونت در فلات ایران است که پیشینه زندگی انسان در آن به ۲۷۰۰ سال پیش از میلاد مسیح و شکل‌گیری تمدن ایلام در هزاره سوم پیش از میلاد بازمی‌گردد. خوزستان از شمال با استان لرستان، از شمال غرب با استان ایلام، از شمال شرق و شرق با استان چهارمحال و بختیاری، از جنوب‌شرقی با استان کهگیلویه و بویراحمد، از جنوب با استان یوشهر و خلیج فارس و از غرب با کشور عراق همسایه است. استان خوزستان هم‌اکنون دارای ۱۸ نماینده در مجلس شورای اسلامی و ۶ نماینده در مجلس خبرگان رهبری است. شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب، شرکت ملی حفاری ایران، شرکت فولاد خوزستان، شرکت نورد و لوله اهواز و شرکت نفت و گاز اروندان در استان خوزستان مستقر هستند.

حجم نقدینگی از مرز ۱۱ هزار هزار میلیارد تومان گذشت

آلارم پولی از بهار ۱۴۰۴



خارج کرده که آثار آن در سه‌ماه ابتدایی سال جاری نیز استمرار یافته است. همچنین استفاده دولت از تنخواه‌گردان خزانه براساس قانون بودجه سال ۱۴۰۴ نیز سهم معناداری (معادل ۲٫۷ درصد) در رشد نقدینگی فصل بهار امسال داشته است. به نظر می‌رسد حدود یک‌سوم از نقدینگی خلق‌شده در فصل بهار ۱۴۰۴، ناشی از استفاده دولت از تنخواه‌گردان خزانه بوده است.

براساس آمارهای بانک مرکزی، پایه پولی در خردادماه امسال به رقم ۱۴۴۴ هزار میلیارد تومان رسید. بر همین اساس، رشد ۱۲ ماهه پایه پولی در خردادماه ۱۴۰۴ به رقم ۲۹٫۶ درصد رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته (خردادماه ۱۴۰۳ با رقم ۲۳٫۴ درصد) به میزان ۶٫۲ واحد درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین پایه پولی در خردادماه امسال نسبت به پایان سال گذشته، رشد ۶٫۳ درصدی را ثبت کرده است. در سه‌ماه منتهی به خردادماه، خالص بدهی بخش دولتی به بانک مرکزی، سهم ۱۸٫۵ واحد درصدی در رشد پایه پولی داشته که عمده‌تا به‌دلیل کاهش سپرده‌های دولت نزد بانک مرکزی بوده است. خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی نیز سهمی معادل ۱۲٫۵ واحد درصد در رشد سه‌ماهه پایه پولی داشته است. از دیگر عامل فزاینده رشد پایه پولی در پایان خردادماه امسال نسبت به پایان سال گذشته، خالص سایر اقلام بانک مرکزی با سهم ۷٫۶ واحد درصدی بوده است. تنها عامل کاهنده رشد پایه پولی در پایان خردادماه، مطالبات بانک مرکزی از بانک‌ها با سهم منفی ۳۲٫۳ واحد درصد بوده است.

متغیرهای تورم‌ساز در بهاری که گذشت

آنطور که آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد، رشد نقطه به نقطه نقدینگی در پایان فصل بهار سال جاری، روندی صعودی را سپری کرده و با ثبت رقم ۳۲٫۴ درصد، بالاترین میزان ۲۶ ماه اخیر را به ثبت رسانده است. داده‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد که پایه پولی نیز در اردیبهشت ماه با ثبت نرخ رشد ۳۰٫۱ درصد به سقف ۱۶ ماهه خود رسیده و همچنین رشد نقطه به نقطه پول با ثبت رقم ۳۷٫۷ درصد در فروردین ماه، بالاترین رقم ۱۸ ماهه اخیر را ثبت کرده است. رشد شبه‌پول نیز در خردادماه با ثبت رشد ۳۳٫۵ درصدی، بالاترین میزان ۳۷ ماه اخیر را نشان می‌دهد. در مجموع، این آمارها نشان می‌دهد که روند رشد نقدینگی از میزان هدف‌گذاری بانک مرکزی (۲۵ درصد با حاشیه خطای ۲ درصد بالا و پایین) فراتر رفته است. هرچند برخی حاشیه خطای ۵٫۶ واحد درصد افزایش یافته است. به نظر می‌رسد ریسک جنگ ۱۲ روزه اندکی در رشد نقدینگی خردادماه نقش داشته و عوامل کلان پولی در سال ۱۴۰۳ (مانند انتشار مازاد اوراق بدهی دولت و خرید بخش قابل‌توجهی از آن توسط بانک‌ها، آزادسازی سپرده قانونی به‌منظور پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و فرزندآوری، افزایش ذخایر طلای بانک مرکزی به ریال و اجرای بخشی از ماده ۴۶ قانون رفع موانع تولید)، رشد نقدینگی را از مسیر هدف‌گذاری‌شده بانک مرکزی

فرصت امروز: بانک مرکزی، میزان نقدینگی در پایان خردادماه امسال را ۱۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان اعلام کرد که از رشد ۳۲ درصدی نسبت به خرداد سال گذشته حکایت دارد و بیانگر استقرار دولت از بانک مرکزی است. در گزیده آمارهای اقتصادی تا پایان خردادماه ۱۴۰۴ که بانک مرکزی با تاخیر زیاد منتشر کرد، حجم نقدینگی یکی از موارد اعلامی است و آنطور که سیاستگذار پولی گزارش داده، میزان نقدینگی در پایان خردادماه ۱۴۰۴ به رقم ۱۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به پایان سال ۱۴۰۳، رشد ۸٫۸ درصدی و نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشد ۳۲٫۴ درصدی داشته است. براساس داده‌های بانک مرکزی، حجم نقدینگی در خردادماه با عبور از رقم ۱۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان، بیشترین مقدار ۲۶ ماه اخیر را به ثبت رسانده و رشد نقطه‌ای ۳۲٫۴ درصد را تجربه کرده است که بالاتر از هدف‌گذاری بانک مرکزی (۲۵ درصد) با حاشیه خطای ۲درصد بالا و پایین است. البته گفته می‌شود که هدف‌گذاری بانک مرکزی به ۳۰ درصد تغییر کرده که در این صورت هم آمارهای رشد نقدینگی در خردادماه، بالاتر از هدف‌گذاری جدید بانک مرکزی است.

اقتصاد بدون رشد نقدینگی، معنایی ندارد و وجود این پدیده در اقتصاد ایران نیز امری غیرقابل انکار و طبیعی است اما موضوع مهم، کمیت و کیفیت نقدینگی است. مقدار نقدینگی نباید آنقدر بالا باشد که نتوان ارتباطی منطقی بین آن و شاخص‌های کلان اقتصای همچون «نرخ رشد اقتصادی» برقرار کرد. دولت‌ها همواره سعی می‌کنند رشد نقدینگی را کنترل و آن را به مسیر درست هدایت کنند. هر دولتی که بتواند رشد نقدینگی را مهار کرده و آن را با روندی قابل قبول به سمت تولید هدایت کند، می‌تواند پیامدهای مثبتی از نظر رشد اقتصادی، افزایش اشتغال و کاهش تورم را رقم بزند. اما عدم کنترل و هدایت نقدینگی به مثابه آلارم پولی، رشد لجام گسیخته تورم را به دنبال دارد.

رشد نقدینگی در قله ۱۱۴۰۴ ایستاد

بانک مرکزی، آمارهای پولی و بانکی فروردین تا خرداد ۱۴۰۴ را منتشر کرد. براساس داده‌های جدید بانک مرکزی، حجم نقدینگی در خردادماه ۱۴۰۴ به رقم ۱۱۰۵۸ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به پایان سال ۱۴۰۳، رشد ۸٫۸ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین رشد ۱۲ ماهه نقدینگی در خردادماه به ۳۲٫۴ درصد رسید که نسبت به مدت مشابه سال گذشته (خردادماه ۱۴۰۳ با رقم ۲۶٫۸ درصد) به میزان ۵٫۶ واحد درصد افزایش یافته است. به نظر می‌رسد ریسک جنگ ۱۲ روزه اندکی در رشد نقدینگی خردادماه نقش داشته و عوامل کلان پولی در سال ۱۴۰۳ (مانند انتشار مازاد اوراق بدهی دولت و خرید بخش قابل‌توجهی از آن توسط بانک‌ها، آزادسازی سپرده قانونی به‌منظور پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و فرزندآوری، افزایش ذخایر طلای بانک مرکزی به ریال و اجرای بخشی از ماده ۴۶ قانون رفع موانع تولید)، رشد نقدینگی را از مسیر هدف‌گذاری‌شده بانک مرکزی

هرچند تابستان، فصل جابه‌جایی‌هاست و اغلب مستاجران در شهرهای کوچک و بزرگ با مضل رشد اجاره‌ها مواجه هستند، اما گزارش جدید مرکز آمار ایران از کاهش تورم سالانه و نقطه به نقطه در بازار اجاره حکایت دارد. براساس داده‌های آماری، تورم نقطه به نقطه در بازار اجاره مسکن که از ابتدای امسال روند نزولی به خود گرفته بود، در مردادماه باز هم کاهش یافت و به پایین‌ترین سطح ۳۵ ماه اخیر رسید. بازار مسکن در سال‌های اخیر، یکی از پر تنش‌ترین دوره‌های خود را پشت سر گذاشته است. خانوارهای کم‌درآمد، به ویژه در شهرهای بزرگ و کلانشهرها، بخش قابل توجهی از درآمد خود را صرف پرداخت هزینه اجاره می‌کنند و افزایش سریع اجاره‌ها باعث شده تا فشار اقتصادی بر قشر اجاره‌نشین به حداکثر خود برسد. در این شرایط، هر گونه تغییر در شاخص‌های تورم اجاره می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای برای اقتصاد کلان و سطح رفاه اجتماعی داشته باشد.

آخرین گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که در مردادماه ۱۴۰۴، روند رشد اجاره‌ها نسبت به سال گذشته کند و آهسته شده است. این موضوع هم برای مستاجران و هم برای سیاستگذاران اهمیت دارد، زیرا می‌تواند نشانه‌ای از تعدیل فشار مالی و بهبود وضعیت در این بخش از بازار مسکن باشد. کاهش تورم اجاره در شرایط رخ داده است که اجاره‌ها همواره یکی از مولفه‌های پرنوسان سبد هزینه خانوارها است و پیش‌بینی روند آن برای برنامه‌ریزی مالی خانوارها، ضروری و حیاتی است. براساس این گزارش، تورم نقطه به نقطه اجاره مسکن که میزان تغییر اجاره یک ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل را می‌سنجد، در مردادماه ۱۴۰۴ به رقم ۳۴٫۶ درصد رسید. این شاخص در مردادماه ۱۴۰۳ برابر با ۴۳ درصد بود، یعنی تورم اجاره در مردادماه امسال نسبت به مرداد سال گذشته، بیش از ۸ واحد درصد کاهش یافته و کمترین میزان رشد اجاره‌ها در یک ماه نسبت به ماه مشابه طی دست‌کم سه سال اخیر محسوب می‌شود. این شاخص اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا بیشترین فراداده‌های اجاره یک‌ساله هستند و تغییرات سالانه اجاره، تاثیر مستقیمی بر توان مالی خانوارها دارد. کاهش ۸ واحد

از سرعت رشد تورم اجاره کاسته شد

بازار مسکن در مسیر آرامش؟

درصدی تورم نقطه به نقطه، نشان می‌دهد که فشار مالی بر مستاجران از محل سرعت بالای رشد اجاره‌ها در مقایسه با سال گذشته کاهش یافته و خانوارها اگرچه هنوز هم با معضلات بسیاری در این بخش رو به رو هستند، اما امکان مدیریت بهتری بر بودجه خود پیدا کرده‌اند. همچنین تورم ماهانه اجاره مسکن در مردادماه امسال حدود ۲٫۴ درصد بود که اندکی نسبت به ماه‌های گذشته افزایش یافته، اما نسبت به مرداد سال گذشته (۳٫۲ درصد) کاهش داشته است. حتی در اوج فصل جابه‌جایی‌ها و نقل و انتقالات تابستانی، افزایش اجاره‌ها آرام‌تر از سال قبل بوده و تورم ماهانه اجاره نسبت به تورم ماهانه عمومی (۲٫۵ درصد) پایین‌تر است. این امر نشان می‌دهد که بازار اجاره در مسیر تعدیل تورمی قرار گرفته و تمایل موجرها به رشدهای شدید اجاره‌ها کاهش یافته است. تابستان سال گذشته تورم نقطه به نقطه شاخص مسکن همواره بالاتر از ۴۰ درصد بود که این تب تورمی ۴۰ درصدی در تابستان امسال فروکش کرده است. همچنین تورم سالانه اجاره مسکن نیز در مردادماه به ۳۷٫۷ درصد کاهش یافت، در حالی که در مردادماه سال گذشته این شاخص ۴۱٫۴ درصد بود. این کاهش نزدیک به چهار واحد درصدی، کمترین سطح تورم سالانه اجاره طی دو سال اخیر محسوب می‌شود و نشانه‌ای از آرامش نسبی در بازار و تعدیل انتظارات تورمی موجران، تلقی می‌شود. جاماندگی تورم اجاره از تورم عمومی در مردادماه امسال را می‌توان به عنوان نشانه دیگری از تعدیل تورم بازار اجاره مسکن، تلقی کرد. تورم نقطه به نقطه اجاره مسکن در مردادماه امسال براساس داده‌های آماری مرکز آمار ایران، ۳۴٫۶ درصد حدود ۷٫۸ واحد درصد کمتر از تورم نقطه به نقطه شاخص کل قیمت مصرف‌کننده (۴۲٫۴ درصد) است. این فاصله، نشان می‌دهد که بخش مسکن نسبت به سایر کالاها و خدمات با سرعت کندتری در حال افزایش قیمت است. کاهش سرعت رشد اجاره‌ها در صورت بهبود درآمد سرانه خانوارها، فشار مالی بر خانوارها را کاهش می‌دهد و امکان افزایش پس‌انداز و مصرف سایر کالاها و خدمات را فراهم می‌کند. این وضعیت می‌تواند تقاضای غیرضروری برای اجاره‌های

ارزی همراه بوده و همین امر باعث شده تا «تورم‌زایی نقدینگی» رشد پیدا کند. این در حالی است که رشد ملایم نقدینگی در یک شرایط ایده‌آل می‌تواند به رشد تولید کمک کند. اگر رشد پیوسته نقدینگی در اقتصادی سالم و برکنار از تبعات تحریمی اتفاق بیفتد، به جای آنکه مسیر را برای سوداگری در بازارهای طلا، ارز، مسکن و خودرو هموار کند، به رونق تولید و اشتغال‌زایی می‌انجامد. در اقتصاد ایران اما تجربه سال‌ها مواجهه با رشد نقدینگی، کارکردهای دیگری پیدا کرده است؛ از افزایش نرخ تورم و افزایش سفته‌بازی گرفته تا رشد بدهی بانک‌ها و دولت به بانک مرکزی و استقرار، شاخصی که در دهه ۹۰ هر روز رکوردی تازه از خود به جای گذاشت و هر ۳۶۵ روزی که از این دهه گذشت، به طور میانگین بین ۲۰ تا ۳۰ درصد بر حجم نقدینگی افزوده شد. براساس آمارهای بانک مرکزی، نقدینگی در این ۱۰ سالی که گذشت، ۱۱ برابر رشد را تجربه کرد و از ۳۲۷ هزار میلیارد تومان در دی ماه ۱۳۹۰ به بیش از ۳۷۰۰ هزار میلیارد تومان در خردادماه ۱۴۰۰ رسید.

بانک‌ها در خردادماه چقدر وام داده‌اند؟

همچنین در گزارش بانک مرکزی، مانده کل تسهیلات اعطایی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در پایان خردادماه امسال ۱۰۰۳ هزار همت اعلام شده است که نسبت به اسفندماه ۱۴۰۳، رشد ۱۹٫۵ درصدی را نشان می‌دهد. از این رقم، ۲٫۸ هزار همت آن تسهیلات قرض‌الحسنه و ۳٫۷ هزار همت تسهیلات مرابحه و بقیه سایر انواع عقود اسلامی بوده است. به گفته اقتصاددانان، عامل مهم و اساسی اثرگذار بر رشد سطح عمومی قیمت‌ها همانا رشد نقدینگی در سطوح بالا است. به همین دلیل است که کنترل رشد نقدینگی برای مهار تورم، امری ضروری و حیاتی است. نقدینگی از ترکیب پول و شبه‌پول تشکیل شده است که در صورت رشد سریع، قدرت خرید جامعه را افزایش داده و فشار تورمی ایجاد می‌کند. اگرچه نقدینگی در کوتاه‌مدت می‌تواند به رونق فعالیت‌های اقتصادی کمک کند، اما در صورت فقدان ظرفیت تولیدی کافی، تنها به افزایش قیمت‌ها منجر می‌شود. از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان می‌دهد که رشد پایه پولی نیز اثر واضحی بر افزایش تورم دارد. در واقع، افزایش بی‌رویه پایه پولی، چه از طریق استقرار دولت از بانک مرکزی و چه از طریق خلق پول توسط نظام بانکی کشور، منجر به افزایش توان وام‌دهی بانک‌ها و در نتیجه رشد بیشتر نقدینگی می‌شود. این رشد به صورت مستقیم و غیرمستقیم می‌تواند منجر به افزایش سطح عمومی قیمت‌ها در جامعه منجر شود. نتایج پژوهش صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که در بلندمدت، عرضه پول، نرخ اسمی ارز و کسری بودجه تاثیر مثبت و معناداری بر تورم دارند؛ درحالی‌که صادرات نفت، تاثیر منفی دارد. طبق برآوردهای کارشناسی، افزایش یک‌درصدی در پایه پولی، تورم را به اندازه ۰٫۵ درصد در بلندمدت افزایش می‌دهد.

کوتاه‌مدت و معاملات پرنوسان را کاهش دهد و از التهاب در این بخش از بازار استیجاریان نیز موثر واقع شود. از سوی دیگر، فاصله تورم اجاره از تورم عمومی، امکان مدیریت بهتر سیاست‌های اقتصادی را برای دولت فراهم می‌کند. از طرفی، کاهش رشد اجاره به کاهش فشار بر خانوارهای کم‌درآمد در سطح جامعه کمک می‌کند، به‌ویژه در شهرهای بزرگ و حومه آنها که افزایش اجاره‌ها فشار شدیدی بر زندگی خانوارها وارد می‌کند. کاهش تورم اجاره می‌تواند اثر مستقیمی بر رفاه خانوارها داشته باشد. کاهش فشار مالی ناشی از رشد هزینه اجاره‌نشینی باعث می‌شود خانواده‌ها بتوانند منابع خود را برای بهبود کیفیت زندگی، آموزش، سلامت و سایر نیازهای ضروری اختصاص دهند. ثبات نسبی اجاره‌ها همچنین احتمال مهاجرت معکوس، فشارهای جمعیتی در حومه کلانشهرها و بحران‌های احتمالی اجتماعی را کاهش می‌دهد. این وضعیت، فرصت مناسبی برای سیاستگذاران فراهم می‌کند تا با تمرکز بر ایجاد زیرساخت‌های شهری و توسعه مسکن حمایتی، بازار را پایدارتر کنند و از افزایش غیرمنطقی اجاره در سال‌های آینده جلوگیری شود. در مجموع می‌توان گفت که نزول تورم اجاره مسکن در ماه‌های اخیر می‌تواند نشانه‌ای مثبت و امیدوارکننده برای این بخش پرتالهاب اقتصاد خانوارها باشد. این اتفاق در صورت تداوم در ماه‌های بعد می‌تواند بازار اجاره مسکن را در مرحله‌ای از تعدیل قرار دهد. کاهش ۸ واحد درصدی تورم نقطه به نقطه، تورم ماهانه کمتر از سال گذشته و تورم سالانه در پایین‌ترین سطح دو سال اخیر، همگی در صورت تداوم و به شرط بهبود شاخصه‌های اقتصاد کلان و مخصوصا بهبود وضعیت درآمد سرانه خانوارها، می‌تواند نشانه کاهش فشار مالی بر مستاجران در آینده قلمداد شود. با این حال، استمرار این روند نیازمند اقدامات هماهنگ سیاستگذاران و اعمال سیاست‌های موثر حمایتی مستمر در این بخش است. افزایش عرضه مسکن در مناطق پر تقاضا، مدیریت انتظارات موجران، تقویت زیرساخت‌های شهری و توجه ویژه به مستاجران کم‌درآمد، برای پایدار نگه داشتن کاهش تورم اجاره، ضروری است.

اخبار

ادامه روند صعودی بورس در روز گذشته

بورس سبزپوش ماند

شاخص کل بورس تهران پس از آنکه روز یکشنبه ۳۴ هزار واحد رشد کرد و کانال ۲.۴ میلیون را پس گرفت، روز سه‌شنبه هم ۴۷ هزار واحد افزایش یافت و به ارتفاع ۲ میلیون و ۴۷۷ هزار واحد رسید. در پایان معاملات روز سه‌شنبه، شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران ۴۷ هزار و ۱۱ واحد رشد کرد و به رقم ۲میلیون و ۴۷۷ هزار و ۱۶۱ واحد رسید. شاخص هم‌وزن هم ۸۵۴۷ واحد افزایش داشت و در عدد ۷۶۵ هزار و ۴۲۱ واحد ایستاد. تعداد سهام مثبت بورس ۳۰۰ عدد و سهام منفی ۴۳ عدد بود. تعداد خریداران به ۲۶ هزار نفر رسید. به طور کلی بازار ۱.۹۳ درصد افزایش داشت. همچنین ۱۷۱ هزار فقره معامله به ارزش حدود ۸۲۳۷ میلیارد تومان در بازار سهام انجام شد. چفراس، فملی و فولاد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند. از نمادهای پرتراکنش نیز می‌توان به خودرو، دارو و وبملت اشاره کرد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس ایران ۱۸۵ واحد افزایش را تجربه کرد و به ۲۳ هزار و ۱۹۰ واحد رسید. تعداد معاملات فرابورس ۱۳۸ هزار فقره و ارزش آن ۴۷ هزار میلیارد تومان بود. آریا و آریان بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص فرابورس داشتند و فجهان اثر منفی ایجاد کرد. فزر، رویا و نان نیز از نمادهای پرتراکنش فرابورس بودند. به گفته کارشناسان، هرچند بازار سرمایه به لحاظ بنیادی شرایط مطلوبی دارد، اما متغیرهای سیاسی، کمبود نقدینگی، عدم اعتماد سهامداران و فعالیت نوسان‌گیری تاکنون باعث شده تا بازار نتواند انطور که باید و شاید رشد کند.

سخنگوی مرکز مبادله ارز و طلا توضیح داد

تفاوت‌های حراج و پیش‌فروش سکه

سخنگوی مرکز مبادله ایران با اشاره به تفاوت‌های دو روش «حراج» و «پیش‌فروش» سکه، توضیح داد: متقاضیان دریافت فوری سکه می‌توانند در حراج شرکت کنند، درحالی که پیش‌فروش با قیمت پایین‌تر، مناسب افرادی است که می‌توانند چند ماه برای تحویل سکه منتظر بمانند. «صفر بالسنی» با بیان اینکه مرکز مبادله ایران به عنوان پست‌تر رسمی عرضه و فروش سکه طلای بانک مرکزی، تاکنون با بکارگیری دو روش «حراج» و «پیش‌فروش» امکان خرید سکه طلا را برای متقاضیان فراهم کرده است، گفت: آگاهی از تفاوت این دو روش به تصمیم‌گیری هرچه بهتر متقاضیان کمک شایانی خواهد کرد. اگرچه هر دو روش با هدف توزیع عادلانه و شفاف سکه طلا طراحی شده‌اند، اما در جزئیات، شرایط و زمان‌بندی با یکدیگر تفاوت‌های بنیادینی دارند. او با تاکید بر اینکه مهمترین تفاوت روش «حراج» و «پیش‌فروش» برگزار شده در سامانه معاملاتی سکه طلای مرکز مبادله ایران «زمان تحویل» است، توضیح داد: برندگان حراج از هفت روز کاری پس از تخصیص، امکان تحویل سکه طلای خریداری‌شده خود را دارند اما در پیش‌فروش، تحویل معمولاً مدت‌دار است. تاکنون ۸۴ جلسه حراج سکه طلا در مرکز مبادله ایران برگزار شده است و متقاضیان از ۷ تا ۲۱ روز کاری پس از زمان تخصیص، نتوانسته‌اند سکه‌های طلای خریداری‌شده را از شعب انتخابی بانک عامل (بانک ملی ایران) دریافت کنند. سخنگوی مرکز مبادله درخصوص زمان تحویل طرح پیش‌فروش، افزود: تاکنون سه مرحله از طرح پیش‌فروش سکه طلای بانک مرکزی در بهمن و اسفندماه سال گذشته در مرکز مبادله ایران برگزار شد و با استقبال چشمگیر متقاضیان، سکه‌های طلا با سررسیدهای اردیبهشت تا آبان ۱۴۰۴، پیش‌فروش شده است. سکه‌های طلای پیش‌فروش شده با سررسیدهای اردیبهشت، خرداد و تیرماه سال جاری به متقاضیان تحویل و سکه‌های پیش‌فروش شده با سررسید مردادماه در حال تحویل به متقاضیان است. پیش‌خرداران تحویل با موعد شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۴ نیز می‌توانند با مراجعه در زمان مقرر به شعب منتخب بانک عامل (ملی ایران) سکه‌های خود را دریافت کنند. «بالسنی»، دومین تفاوت اساسی بین حراج و پیش‌فروش سکه طلا را «قیمت» معرفی کرد و گفت: در حراج سکه طلا، قیمت نهایی توسط خود متقاضیان، پیشنهاد می‌شود. این در حالی است که در طرح پیش‌فروش قیمت ثابت و مقطوع از جانب بانک مرکزی تعیین خواهد شد؛ قیمت سکه پیش‌فروش شده بسته به زمان تحویل متفاوت است و هرچه زمان تحویل سکه طولانی‌تر می‌شود، به طور طبیعی قیمت فروش نیز پایین‌تر می‌آید. ماهیت پیش‌فروش سکه طلا، تعهد تحویل در آینده است. در این روش، متقاضی همین امروز، مبلغ سکه را براساس قیمت مصوب ثابت و مقطوع، پرداخت اما سکه خود را در تاریخی مشخص در آینده (معمولاً چند ماه بعد) دریافت می‌کند. می‌توان گفت که روش «حراج» برای متقاضیان مناسب است که قصد خرید و دریافت فوری سکه را دارند؛ همچنین، روش «پیش‌فروش» نیز برای افرادی مناسب است که حاضرند تا با پرداخت مبلغ مناسب‌تر نسبت به حراج، سکه خریداری‌شده را با بازه زمانی طولانی‌تر دریافت کنند. سخنگوی مرکز مبادله، حجم سفارش را سومین نقطه تمایز بین حراج و پیش‌فروش سکه معرفی کرد و افزود: براساس آخرین آگهی حراج سکه طلای مرکز مبادله ایران، حداکثر حجم سفارش و خرید برای هر متقاضی مجموعاً پنج قطعه سکه در هر جلسه است. به نحوی که می‌توان پنج قطعه ربع سکه یا پنج قطعه نیم سکه یا پنج قطعه تمام سکه و یا ترکیبی از هر سه شامل تمام سکه، نیم سکه و ربع سکه باشد که جمع هر سه با هم نباید بیش از پنج قطعه باشد. علاوه بر این، سقف مجاز خرید مجموع انواع قطعات سکه طلای حراج مرکز مبادله به ازای هر یک ملی در یک دوره ۳۶۵ روزه منتهی به روز برگزاری حراج، برابر با ۲۰ قطعه سکه است. این در حالی است که طبق آخرین اطلاع‌رسانی بانک مرکزی، حداکثر تعداد ثبت سفارش پیش‌فروش سکه طلا برای هر یک از سکه ۳ قالب ۱۵ عدد در یک قطعه تمام، ۵ قطعه نیم و ۷ قطعه ربع سکه اعلام شده است. سخنگوی مرکز مبادله ایران با بیان اینکه حراج و پیش‌فروش سکه دارای اشتراکاتی نیز هستند، گفت: طبق آگهی‌های قبلی حراج و پیش‌فروش سکه طلا، کلیه اشخاص حقیقی با تابعیت ایرانی بالای ۱۸ سال تمام شمسی می‌توانند در این دو طرح، شرکت کنند. همچنین، متقاضیان برای شرکت در هر دو طرح، باید از طریق سامانه معاملات طلای مرکز مبادله ایران به نشانی MARKET.ICE.IR اقدام کنند. تحویل سکه طلا برای حراج سکه و پیش‌فروش، نیز در زمان اعلام شده و از طریق شعب انتخابی بانک ملی امکان‌پذیر است. متقاضی در زمان ثبت نام در سامانه معاملات طلا، شعبه بانک ملی موردنظر خود را انتخاب می‌کند و در زمان تحویل باید به همان شعبه مراجعه کند.

افزایش قیمت کالاهای اساسی در نیمه تابستان بررسی شد

سرآمدان تورم خوراکی



فرصت امروز: براساس داده‌های مرکز آمار ایران، نرخ تورم نقطه به

نقطه در مردادماه امسال، روندی صعودی داشته و با رشد ۱,۲ واحد درصدی نسبت به ماه قبل (تیرماه) به ۴۲,۴ درصد رسیده است که

بالترین سطح تورم از خردادماه ۱۴۰۲ بدین سو محسوب می‌شود. نرخ تورم نقطه‌ای، نشانگر میزان تغییرات سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به مدت مشابه سال گذشته است. رصد آمارهای تورمی نشان می‌دهد که روند صعودی تورم نقطه‌ای از پاییز سال گذشته آغاز شده و طی ۹ ماه گذشته از سطح ۳۱,۴ درصد به ۴۲,۴ درصد رسیده است. نرخ تورم ماهانه نیز ۲,۹ واحد درصد اعلام شده است؛ یعنی سطح عمومی قیمت‌ها در مردادماه نسبت به تیرماه ۲,۹ درصد افزایش داشته است. این درحالی است که میزان تورم ماهانه در تیرماه ۳,۵ درصد بوده است. اگرچه روند صعودی نرخ تورم در مردادماه امسال همچنان ادامه داشته اما به نظر می‌رسد از شدت رشد آن کاسته شده است که احتمالاً به دلیل عبور نسبی اقتصاد کشور از تبعات جنگ و فروکش کردن التهاب ۱۲ روزه بوده است. با این حال، به دلیل تداوم ریسک‌های سیاسی، از جمله احتمال فعال‌سازی مکانیسم ماشه و بازگشت تحریم‌های سازمان ملل، فشارهای تورمی همچنان پابرجا است. با توجه به افزایش سطح تنش‌های سیاسی و رشد نرخ ارز در روزهای اخیر به نظر نمی‌رسد که چشم‌انداز مثبتی برای کاهش نرخ تورم در ماه‌های آینده وجود داشته باشد. بار سنگین گرانی‌ها بر دوش خانوارهای کم‌درآمد ادامه دارد.

تورم خوراکی همچنان در مسیر صعود

از میان اقلام خوراکی مورد بررسی مرکز آمار ایران در مردادماه امسال، ۲۴ قلم خوراکی، تورم نقطه‌ای بیش از ۵۰ درصد را تجربه کرده‌اند. تورم نقطه به نقطه اقلام خوراکی به بالاترین مقدار دو سال گذشته رسیده و تورم سالانه خوراکی‌ها نیز رکورد یک ساله را تجربه کرده است. از آنجایی که اقلام خوراکی، وزن و اهمیت بیشتری در سبد خانوارهای آسیب‌پذیر دارند، افزایش تورم خوراکی‌ها فشار بیشتری به خانوارهای فقیرتر وارد کرده و منجر به بدترشدن وضعیت معیشت محروم‌ترین اقشار جامعه می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تورم اقلام خوراکی به صورت ماهانه کاهش یافته و از ۵,۱ درصد در تیرماه به ۳,۹ درصد در مرداد رسیده است. با این‌وجود، تورم نقطه به نقطه خوراکی‌ها افزایش شدیدی را تجربه کرده و از ۴۷,۳ درصد به ۵۱,۴ درصد رسیده که بالاترین مقدار در بیش از ۲ سال اخیر محسوب می‌شود. در نهایت، تورم سالانه خوراکی‌ها در ماه گذشته معادل ۳۶,۸ درصد برآورد شده است که در مقایسه با رقم ۳۴,۵ درصد در تیرماه، افزایش اندکی را نشان می‌دهد. همچنین این شاخص به بیشترین مقدار یک سال اخیر رسیده است.

تورم اقلام غیرخوراکی و خدمات در مردادماه امسال ۲,۳ درصد برآورد شده که نسبت به تیرماه به اندازه ۰,۳ واحد درصد پایین‌تر آمده است. از طرف دیگر، تورم نقطه به نقطه غیرخوراکی‌ها و خدمات در تیرماه ۳۸,۱ درصد محاسبه شده که این شاخص در مردادماه به

مناقشه ارزی وزارت اقتصاد و بانک مرکزی ادامه دارد

ارز تک‌نرخ‌ی وزیر یا چندنرخ‌ی رئیس‌کل؟

چراکه ایجاد فاصله در نرخ‌ها بسترساز رانت است. او در روز دوشنبه هم مجدداً تک نرخی شدن ارز را به صلاح اقتصاد کشور ندانست و گفت که افزایش نرخ ارز، تورم شدید را به کالاهای و خدمات منتقل می‌کند. اگرچه رئیس کل بانک مرکزی با صراحت در رابطه به موضوع تک نرخی شدن ارز با عدم آن اشاره نکرد، اما با تاکید بر ادامه تخصیص ارز ترجیحی با نرخ ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان و تثبیت نرخ ارز تجاری با نرخ ۷۰ هزار تومان، تاکید کرد که بانک مرکزی هیچ برنامه‌ای برای افزایش نرخ ارز ۷۰ هزار تومانی ندارد و معتقدم نمی‌توانیم با افزایش نرخ ارز ترجیحی ۲۸.۵۰۰ تومانی و ۷۰ هزار تومانی مرکز مبادله، تورم را به کالاهای و خدمات منتقل کنیم زیرا تجربه گذشته نشان می‌دهد اگر این کار انجام شود تورم شدیدی به کالاهای منتقل می‌شود. به گفته وی، ارز توافق ۷۰ هزار تومانی را افزایش نخواهیم داد؛ چراکه شرایط کنونی که در بازار غیررسمی به وجود آمده، کاملاً تابع موضوعات انتظاراتی است و با کاهش انتظارات تورمی، این نرخ هم کاهش خواهد یافت.

در آیین میان، نظرات کارشناسان نیز متفاوت است، برخی مدافع موضوع تک نرخی شدن ارز هستند و اعتقاد دارند که چند نرخی بودن ارز حتی با اصول اولیه اقتصادی علم اقتصاد مخوانی ندارد و از تجربه تک نرخی بودن ارز در دهه ۷۰ و ۸۰ شمسی در کشور به عنوان تجربه مثبت تک نرخی بودن ارز یاد می‌کنند و بیش از هر چیز بر فسادناپذیری ارز تک نرخی و جلوگیری از قاچاق و رانت به عنوان مهمترین مزیت‌های تک نرخی بودن ارز اشاره می‌کنند، اما برخی دیگر شرایط دهه ۷۰ و ۸۰ را با شرایط امروز اقتصاد کشور، مشابه نمی‌دانند و معتقدند که امروز واقعیت‌های اقتصادی کشور حتی با سال‌های اخیر نیز شباهت ندارد و نباید آن را با دهه‌های قبل مقایسه کرد.

همچنین مخالفان تک نرخی شدن ارز یا به عبارتی مدافعان ارز چند نرخی اعتقاد دارند که در شرایطی که اقتصاد کشور با چالش‌های بزرگی و اثرگذاری مثل تحریم و تورم شدید روبه‌رو است و بیش از

هر چیزی پیامدهای منفی برای معیشت مردم به همراه دارد، تک نرخی شدن ارز باعث تشدید تورم می‌شود و ممکن است به تورم افسار گسیخته منتهی شود و نسبت به این موضوع هشدارهای زیادی مطرح می‌کنند. با این حال، موضوعی که باید در یا زود تکلیف نهایی آن روشن شود، چشم‌انداز پیش روی نرخ ارز برای اقتصاد کشور است. به طوری که فعالان اقتصادی با یک نرخ پیش‌بینی‌پذیر و مورد اعتماد روبه‌رو باشند؛ چراکه اگر هر چند وقت یک بار، سیاست اقتصادی با تغییر و تحول روبه‌رو شود اثرات نوسانی خود را در بازار و اقتصاد کشور طی کوتاه ترین زمان نشان خواهد داد. امروز بیش از هر زمانی کشور نیازمند هم‌اندیشی نخبگان سیاسی-اقتصادی در این رابطه است و اگر قرار است تحولی در سیاست پولی کشور رخ دهد باید از نظران همه متخصصان این موضوع استفاده شود. علاوه بر این دولتمردان و مدیران اقتصادی کشور، برای یک بار هم که شده باید به صورت جدی این موضوع را تعیین تکلیف کرده تا هر چند وقت یک بار مسائلی که به انتظارات تورمی دامن می‌زند و بر وضعیت بازار و اقتصاد اثر گذار است یک باره مطرح و دوباره پس از مدتی مسکوت نمانند.

پاسخ به این موضوع که تک نرخی شدن و یا چند نرخی بودن ارز برای اقتصاد و وضعیت اقتصادی کشور و در شرایط فعلی چه مزیت‌هایی دارد و کدام یک متناسب با وضعیت امروز اقتصاد ایران است و برای ایجاد اصلاحات ساختاری در اقتصاد کدام سیاست مطلوب‌تر است را باید از نخبگان این حوزه دریافت کرد. اما تجربه حداقل یک سال گذشته نشان داده که طرح شدن و دوباره پس از مدتی مسکوت ماندن برخی موضوعات مانند تک نرخی شدن و یا چند نرخی بودن ارز، ممکن است به انتظارات تورمی دامن بزند و جامعه و اقتصاد کشور به ویژه قیمت‌ها را دستخوش تغییر و نوسان کند، بنابراین لازم است با همکاری نهادهای دولتی و هم‌اندیشی با نخبگان، آسیب‌شناسی‌های لازم در این باره صورت بگیرد.

خبرنامه

ساعت کاری کارمندان از شنبه تغییر می کند؟

با توجه به اینکه مصوبه ساعت کاری ادارات دولتی (۶ صبح تا ۱۳) تا پایان هفته جاری برقرار است و از روز شنبه (۱۵ شهریور) باید تغییر کند، ممکن است در جلسه روز چهارشنبه هیأت دولت درخصوص آن تصمیم‌گیری و مجدد تا اول مهر تمدید شود؛ وگرنه در غیر این صورت، ساعت کاری دستگاه‌های دولتی طبق مصوبه قبلی اعمال خواهد شد که برای دستگاه‌های مختلف متغیر است.
ساعت کاری ادارات براساس مصوبه هیأت دولت در راستای صرفه‌جویی در مصرف انرژی از ۱۵ خرداد تغییر کرد و طبق آن تا ۱۵ شهریور، ساعت کاری کارمندان دولتی ۶ صبح تا ۱۳ اعلام شد.
حال با توجه به اینکه در آستانه ۱۵ شهریور (شنبه) قرار داریم باید درخصوص ساعت کاری تصمیم‌گیری شود. طبق آنچه رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور چند روز پیش به «ایسنا» اعلام کرد، از ۱۵ شهریور به بعد ساعت کاری ادارات دولتی به مصوبه اداری قبلی یعنی مصوبه سال ۱۴۰۱ برمی‌گردد.
به گفته «علاالدین رفیع‌زاده»، اگر تصمیم جدیدی اتخاذ نشود، ساعت کاری از ۱۵ شهریور با روال قبل و طبق مصوبه سال ۱۴۰۱ خواهد بود.
گفته می‌شود با توجه به اینکه جلسه چهارشنبه هیأت دولت برگزار می‌شود، ممکن است در این خصوص تصمیم‌گیری شود و ساعت کاری فعلی برای مدت باقی مانده شهریورماه تمدید شود و تا اول مهرماه ساعت کاری ۶ صبح تا ۱۳ مجدداً برقرار باشد، اما اگر در هفته جاری و در جلسه هیأت دولت در این خصوص تصمیم جدیدی اتخاذ نشود، طبق مصوبه فعلی، ساعت کاری ادارات دولتی از روز شنبه (۱۵ شهریور) طبق مصوبه ۲۸ اسفند ۱۴۰۱ خواهد بود.
طبق مصوبه ۱۴۰۱ بخش‌ها و ادارات، ساعت کاری مشخصی را دارند؛ همچنین ساعت کاری شناور هم در آن درج شده است.
تصویب‌نامه ۱۳/۱۲/۲۸ درخصوص تعیین ساعات آغاز به کار ادارات و مشاغل مختلف وزارت کشور که قرار است از ۱۵ شهریور برقرار شود، بدین شرح است:

❖ ساعت آغاز به کار واحدهای نظامی، انتظامی و امنیتی ۶:۳۰

❖ ساعت آغاز به کار واحدهای صنعتی ۷ صبح

❖ ساعت آغاز به کار واحدهای ستادی (دستگاه‌های اجرایی ملی)

مستقر در شهر تهران شناور از ۷ تا ۹ صبح

❖ ساعت آغاز به کار واحدهای استانی ۷ صبح

❖ ساعت آغاز به کار مدارس مقطع متوسطه ۷:۳۰ صبح، مقطع

ابتدایی ۸ صبح.
مدارس باید به نحوی برنامه‌ریزی نمایند که از نیم ساعت قبل نسبت به پذیرش دانش‌آموزان اقدام و در فرصت مذکور برنامه‌های فرهنگی، تربیتی و ورزشی اجرا شود.

❖ ساعت آغاز به کار بانک‌ها ۷:۳۰ صبح و حضور کارمندان بانک‌ها نیم ساعت زودتر (ساعت ۷:۰۰ صبح)

❖ ساعت آغاز به کار مراکز آموزش عالی و پژوهشی و بخش‌های آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (اعم از دانشگاه‌ها و بیمارستان‌ها) ۸:۰۰ صبح

❖ ساعت آغاز به کار اصناف و بازاریان ۹:۳۰ صبح.
تبصره ـ در راستای حمایت از خانواده و کاهش دغدغه والدینی که هر دو در دستگاه‌های اجرایی شاغل هستند و دارای فرزند در مقاطع پیش‌دبستان و دبستان هستند، دستگاه‌های اجرایی در تعامل با یکدیگر مکلفند با شناور شدن ساعت شروع به کار یکی از والدین موافقت نمایند.
کارکنان زن سرپرست خانوار دارای شرایط بالا نیز مشمول این حکم هستند.

❖ ساعت آغاز به کار ادارات (به استثنای واحدهای عملیاتی خدمت‌رسان آموزشی، بهداشتی و ...) در تمامی استان‌ها در ماه مبارک رمضان به صورت شناور، از ساعت ۷ تا ۹ صبح بوده و این ساعت در روزهای بعد از شب‌های قدر ۹ صبح است.

همچنین با توجه به تنوع اقلیمی کشور و فصول بسیار سرد و بسیار گرم سال، ساعت آغاز به کار دستگاه‌های اجرایی موضوع این مصوب نام به یک ساعت تأخیر یا تعیین آن در ساعات مندرج در جدول توضیح بند (۱) این تصویب‌نامه قابل تعیین است.
هماهنگی و اطلاع‌رسانی در این خصوص با استانداران خواهد بود.
براساس این مصوبه، به منظور مدیریت بهینه مصرف انرژی، ساعات آغاز به کار و خاتمه تمامی دستگاه‌های اجرایی (موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری) و بانک‌ها، شهرداری‌ها و سایر نهادهای عمومی از پانزدهم خردادماه تا پانزدهم شهریورماه هر سال، از ساعت ۶ تا ۱۳ است.
لذا تمامی دستگاه‌های اجرایی مکلفند از یک ساعت قبل از خاتمه کار و در مناطق گرمسیری همزمان با خاتمه کار، دستگاه‌های سرمایشی را خاموش نمایند.
دستگاه‌های مشمول برای رعایت ساعات کاری هفتگی کارکنان، موظفند باقیمانده ساعات را به صورت دور کاری تعریف کنند.
همچنین تعداد روزهای کاری و ساعات پایان کار ادارات و مشاغل مختلف با رعایت قوانین و مقررات مربوط، تعیین می‌شود.
در مواردی که مطابق این تصویب‌نامه ساعت آغاز به کار ادارات شناور است، لازم است رؤسای ادارات ستادی و استانی به گونه‌ای برنامه‌ریزی و نظارت کنند که ساعات کار شناور، هیچ خدشه‌ای در نحوه پاسخگویی و ارائه خدمات ایجاد ننماید.

رئیس سازمان امور مالیاتی خبر داد

مالیات ۷۰ درصد اصناف و بازاریان صفر شد

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور با اعلام اینکه مالیات اصناف، مشاغل و بازاریان، حدود ۶درصد از کل درآمدهای مالیاتی است، گفت مالیات بیش از ۷۰ درصد صاحبان مشاغل، اصناف و بازاریان صفر تعیین و به آنها از طریق پیامک اطلاع‌رسانی شده است.
«سیدمحمدمدادی سبحانپان، معاون وزیر امور اقتصادی و دارایی در صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی نوشت: با عنایت به سیاست دولت برای کمک به اقشار ضعیف‌تر و در راستای تحقق عدالت مالیاتی، اقدامات مهمی از سوی نظام مالیاتی برای مودیان برداشته شد که به شرح زیر است:

۱. معافیت مالیاتی حقوق‌بگیران و اصناف و مشاغل، به دو برابر سال قبل افزایش یافته است.
۲. مالیات ۱۰۰ درصد اصناف و مشاغل و بازاریان، به صورت سیستمی، مبتنی بر داده و بدون مداخله انسانی تعیین و مالیات ۹۵ درصد آنها بدون رسیدگی و ممیزی قطعی می‌شود.
۳. مالیات حدود ۹.۳ میلیون نفر یعنی بیش از ۷۰ درصد صاحبان مشاغل، اصناف و بازاریان، صفر تعیین و به آنها از طریق پیامک اطلاع‌رسانی شده است.
این دسته از مودیان نیاز به هیچ اقدامی از جمله مراجعه به ادارات مالیاتی یا کافی‌تخ‌تها ندارند.
۴. مالیات حدود ۹۵ درصد از اصناف، مشاغل و بازاریان کمتر از ۳۰ میلیون تومان برای عملکرد یک ساله ۱۴۰۳ است تعیین شده است.
۵. حدود نیمی از مالیاتی که از حوزه اصناف، مشاغل و بازاریان دریافت می‌شود، صرفاً از یک درصد از پردرآمدترین آنها وصول می‌گردد.
این یعنی تمرکز مالیات ستانی بر دانه‌درشت‌هاست.
۶. در حال حاضر مالیات اصناف، مشاغل و بازاریان، حدود ۶درصد از کل درآمدهای مالیاتی است.
۷. صاحبان مشاغل و اصناف می‌توانند محل مصرف مالیات خود را در هنگام پرداخت مالیات تعیین نمایند.

بهترین اقدام حمایتی از نظر اکثر کسبوکارها، معافیت یا تخفیف مالیاتی است

۱۰ تصویر از کسبوکارهای جنگ‌زده



شد؛ به‌طوری که ۹۰ درصد کسبوکارها دچار «افت تولید» یا «توقف تولید» شدند.
از این میان، بیش از نیمی از شرکت‌ها یعنی ۵۲ درصد از آنها تقریباً در ۱۲ روز جنگ، یعنی برای بیش از ۹ روز، فعالیت تولیدی خود را به طور کامل متوقف کردند.
همچنین ۵۵ درصد از کسبوکارها اعلام کرده‌اند که حجم تولید و خدمات سازمان‌شان در این بازه زمانی بیش از ۵۰ درصد کاهش یافته است.

افت تقاضای مشتریان؛ عامل کاهش درآمد

مهم‌ترین عامل کاهشش درآمد کسبوکارها در روزهای ابتدایی جنگ، «کاهش تقاضای مشتریان» بود؛ به طوری که ۶۶ درصد از کسبوکارهای شرکت‌کننده در این نظرسنجی، کاهش تقاضای مشتریان را مهم‌ترین عامل کاهش درآمد خود اعلام کردند.
این موضوع نشان‌دهنده تأثیر سریع و مستقیم ناطلمیانی‌های اقتصادی و روانی جامعه بر رفتار خرید و مصرف است.
علاوه بر این، ۵۷ درصد از کسبوکارهای شرکت‌کننده در این نظرسنجی، «اختلال در زیرساخت اینترنت» را به عنوان عامل افت درآمد خود معرفی کردند.

اختلال تأمین مواد اولیه برای اکثر کسبوکارها

۷۳ درصد کسبوکارها در دوره جنگ با «اختلال در تأمین مواد اولیه» مواجه شدند. نکته قابل توجه این است که این مشکل فقط محدود به شرکت‌های وابسته به واردات نبوده است بلکه بیش از نیمی از شرکت‌هایی که مواد اولیه خود را از داخل کشور تأمین می‌کرده‌اند نیز دچار اختلال در تأمین شده‌اند.
با این حال، شرکت‌هایی که وابستگی بیشتری به واردات داشته‌اند، بیشترین فشار را تجربه کردند به طوری که ۸۲ درصد از بنگاه‌هایی که بیش از نیمی از مواد اولیه خود را از خارج تأمین می‌کردند، با اختلال جدی روبه‌رو شدند.

افت تولید ۷۴ درصد شرکت‌ها پس از جنگ

براساس یافته‌های نظرسنجی اتاق تهران، پس از توقف جنگ، سطح تولید بیشتر کسبوکارها کاهش پیدا کرد؛ به طوری که ۷۴ درصد شرکت‌ها اعلام کردند تولیدشان نسبت به پیش از جنگ افت کرده است.
همچنین نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که بازگشت به وضعیت عادی برای کسبوکارهای کوچک و متوسط دشوارتر بوده؛ زیرا ۶۰ از کسبوکارهای کوچک و متوسط همچنان با کاهش ظرفیت تولیدی بیش از ۲۰ درصد نسبت به پیش از شروع جنگ مواجه هستند.
در دوره پساجنگ، بخش دارویی و بهداشتی (۶۰ درصد) و فناوری اطلاعات (۴۲ درصد) توانسته‌اند سریع‌تر به شرایط عادی بازگردند، اما در مقابل، ۷۰ درصد بخش تولیدی هنوز توانسته است به شرایط پیش از جنگ بازگردد.

کمبود نقدینگی؛ مانع احیای کسبوکارها

«نقدینگی و منابع مالی»، مهم‌ترین مانع کسبوکارها برای احیای پس از جنگ است و ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان با کمبود نقدینگی و منابع مالی برای احیای پس از جنگ مواجه بوده‌اند.
۴۰ درصد کسبوکارها نیز دسترسی به ارز را دغدغه خود برای بازگشت به شرایط عادی اعلام کرده‌اند.
همچنین ۳۶ درصد کسبوکارها «بهاام و عدم

۶۰ درصد کشاورزان ۵۰ سال به بالا هستند

فعالیت ۴.۲ میلیون کشاورز در ایران

ما سطح سواد پایین‌تر از دیپلم دارند، ممکن است سرشماری کشاورزی هوشمند با مشکل روبه‌رو شود.
او با بیان اینکه ۷۰ درصد از کاهش مصرف آب در بخش گیاهان زینتی است، ادامه داد: تعداد گلخانه‌ها در کشور نسبت به سال ۱۳۹۲ به شدت افزایش پیدا کرده که در زمینه کاهش مصرف آب اتفاق خوبی است اما وقتی به جزئیات آن نگاه می‌کنیم بیش از ۷۰ درصدش مربوط به گیاهان زینتی است که هیچ اثری در تغذیه و امنیت غذایی کشور ندارد؛ بنابراین زمان آن رسیده که سیاست‌های متفاوتی را در پیش بگیریم.
آمارهای ما نشان می‌دهد که استان‌های یزد، کرمان و تهران بیشترین سهم کشت آبی را در کشور دارند اما استان‌های فارس، بوشهر و کردستان هستند که از نظر آبیاری تحت فشار رتبه گرفتند.
هندوانه به عنوان یکی از محصولات آبربر رتبه ۱۴ را کل مناطق کشور دارد و سوال این است که آیا این رتبه مناسب است یا خیر؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد که گندم همچنان مسلط بر سبد امنیت غذایی کشور و ستون فقرات امنیت غذایی محسوب می‌شود اما زمین‌های ما دیگر نباید بیش از این رشد کنند و بهتر است که تمرکزمان روی حفظ و افزایش عملکرد باشد.
اکنون آمار دام سبک و سنگین به تفکیک استان مشخص شده که این داده امکان سیاستگذاری را برای دستگاه ذی ربط فراهم می‌کند.

حیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون ۱۳ ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۴۸۳۸/۳۰۰۴۸۳۸ و ۱۴۰۶/۳۱۶۱۰۳۰۰۴۸۳۸ و ۵۱۵۵ و ۵۸۳۸ و ۵۸۳۸ و ۵۸۳۸ مورخه ۱۹/ ۰۵/ ۱۴۰۴ موضوع پرونده کالسه شماره ۳۸۹۰۰۰۳۸۹۱۶۱۰۳۰۰ مورخه ۱۹/ ۰۵/ ۱۴۰۳۱۱۵۴۱۶۱۰۳۰۰ ۲۹۵ حیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنگاور تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای فریبرز قلمی سرداری به شناسنامه شماره ۱۳۴۷ کدملی ۳۲۵۸۲۱۶۱۱۴۱ صادره کرمانشاه فرزند عزت اله منبری به صدور سند مالکیت در شناسنگ کش باب مغازه به مساحت ۲۶.۱۰۰ و ۳۶/ ۳۶ و ۳۷/ ۳۰ و ۲۴/ ۲۴ و ۲۶/ ۴۶ و ۲۴/ ۴۸ متر مربع، و شناسنگ یکپاک گازاز به مساحت ۳۳۸.۸۸ متر مربع در قسمتی از پلاک ثبتی ۲۷ اصلی بخش ۹ واقع گنگاور میاند ولایت ناحیه کارگاهی تأیید و خریداری از مالک رسمی آقای حسن نادری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار آگهی این به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدوایی است در صورت اعتراضی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. طاهر تیما – رئیس ثبت اسناد و املاک تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/ ۰۶/ ۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/ ۰۶/ ۲۹	
---	--

ضرورت پیوستن خوزستان به شبکه شهرهای خلاق فرهنگ و هنر

جلسه به چند تن از اساتید صنایع خلاق و هوش مصنوعی افزود: در این جلسه ابراز امیدواری کردیم که سطح ارتباط حوزه فرهنگ، هنر و رسانه استان خوزستان که ذیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به مردم شریف در استان خوزستان ارائه خدمت دارند، با میزان و سطح تعاملات و ارتباطات ما با صنایع خلاق و هوش مصنوعی به عبارتی تعریف شود و به یک افق روشن در این بخش دست بیابیم.

براتی با تاکید بر تاثیرات مثبت شبکه شهرهای خلاق فرهنگ و هنر اظهار داشت: ما می‌بایست مناسبات خود را از این اتفاق خوب و موسعی که در حوزه فرهنگ و هنر برای استان و مخصوصا کلان شهر اهواز وجود دارد مدنظرمان باشد و از این ظرفیت برای توسعه فرهنگی و هنری استان خوزستان بهره ببریم. وی در پایان یادآور شد: خوزستان یک استان پر ظرفیت از منظر فرهنگی است و این ظرفیت ایجاب می‌کند تا نسبت به این مقوله بی‌تفاوت نباشیم. لذا موضوع شبکه شهرهای خلاق فرهنگ و هنر، اینس جرقه را در ذهن بنده ایجاد کرد که در این حوزه افق جدیدی را در تقویم فرهنگی هنری اداره کل طراحی و تعریف نماییم.



یادآور شد: تمرکززدایی در امور فرهنگی و هنری، تقویت ظرفیت‌های مردمی در فرهنگ و تبادل تجربه‌ها و دانش بومی در میان شهرهای مختلف، توسعه اقتصاد فرهنگ و هنر، کمک به بهبود کسب‌وکارهای فرهنگی و هنری و صنایع خلاق از اهداف دیگر این طرح هستند.

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در ادامه با اشاره به برگزاری

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با اشاره به ظرفیت «شبکه شهرهای خلاق فرهنگ و هنر» که مشتمل بر گروه‌های هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، ادبیات، موسیقی، مد و لباس، رسانه و مطبوعات، هنرهای صناعی و سنتی و سینما است، از هنرمندان خوزستانی خواست که برای بهره‌گیری خوزستان از ظرفیت این شبکه، ایده پردازی کنند و راهکار ارائه دهند.

حسین براتی در حاشیه نمایشگاه هفته دولت که در محل برگزاری نمایشگاه‌های دائمی خوزستان برپاست به خبرنگار روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان گفت: هدف از شکل‌گیری و اجرای شبکه شهرهای خلاق فرهنگ و هنر، در وهله نخست، کمک به برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار، مشارکتی و مبتنی بر رویکرد آمایشی در شهرها و مناطق فرهنگی، و در گام بعدی، کشف جذب و پرورش فعالیت‌ها و حمایت از پیشنهادهای نو، خلاقانه، اثربخش و پایدار بومی است.

وی با اشاره به ضرورت ساماندهی و بهره‌گیری از امکانات و ظرفیت‌های فرهنگی و هنری در سطح محلی و بومی و مبتنی بر فرهنگ ایرانی-اسلامی

فروغ شعله های گاز در دو روستای کوهستانی گورد و زکابر شهرستان رودبار



روزی همه کارکنان و پیمانکاران شرکت گاز و همکاری مطلوب ادارات رودبار و نماینده مردم این شهرستان میسر شد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در پایان با بیان اینکه عملیات گازرسانی به ۲۶ صنعت در ۸ شهرستان استان گیلان و ۳ روستا در دو شهرستان گیلان در هفته دولت

رشت – زهرا رضازاده: در آخرین روز از هفته دولت ۱۴۰۴، آئین افتتاح گازرسانی به ۲ روستای صعب العبور شهرستان رودبار با حضور مدیرعامل شرکت گاز گیلان، مدیر مهندسی و اجرای طرح های این شرکت، فرماندار شهرستان رودبار و جمعی از مدیران استانی و شهرستانی در روستای گورد برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز گیلان، در جریان این مراسم مسعود برداران نصیری، مدیرعامل شرکت گاز گیلان ضمن گرامیداشت یاد و خاطره شهیدان رجایی و باهنر گفت: برای گازرسانی به ۲ روستای گورد و زکابر شهرستان رودبار در مجموع ۸میلیارد و ۶۴۵ میلیون ریال هزینه شده است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان اینکه خوشه یارودبار دارای ۲۵۵ خانوار می باشد، اظهار کرد: با برخورداری خانوارهای دو روستای گورد و زکابر از نعمت گاز طبیعی، میزان بهره مندی گاز روستایی شهرستان رودبار به ۱/۹۹ درصد رسیده است. برداران نصیری با اشاره به مسیر بسیار صعب العبور و دشوار دسترسی به این روستاها تصریح کرد: گازرسانی در زمان تعیین شده به این مناطق با تلاش شبانه

افتتاح و به بهره برداری رسید، اذعان کرد: بی تردید گازرسانی گسترده به اقصی نقاط گیلان، بستر رفاه و آبادانی مردم شریف این استان را فراهم آورده است. در این مراسم مدیر مهندسی شرکت گاز گیلان ضمن ارائه گزارشی از روند اجرای پروژه های گازرسانی استان گیلان به صورت ویژه در خصوص شیوه اجرای این پروژه ها در شهرستان رودبار گزارشات تکمیلی را مطرح نمود. در ادامه پورحضررت فرماندار شهرستان رودبار ضمن تشکر از تلاش های مدیران شرکت گاز استان گیلان و کارکنان اداره گاز شهرستان رودبار ، تلاش های این شرکت را در راستای ارائه خدمات ارزنده بمنظور پایداری جریان گاز بسیار حائز اهمیت و ارزشمند برشمرد و برخورداری این مناطق صعب العبور از گرمای گاز را از برکات نظام جمهوری اسلامی ایران دانست. در هفته دولت سالجاری همزمان با افتتاح پروژه های گازرسانی روستایی در شهرستان رودبار ، طی گازرسانی به ۷ صنعت این شهرستان، این صنایع نیز با اعتبار هزینه شده بالغ بر ۴۶میلیارد و ۶۰۰میلیون ریال از نعمت گاز بهره مند شدند.

وجود رهبری بصیر و اتحاد ملت ایران سپری محکم در مقابله با فشارهای دشمنان است

ویژگی خاصی است که ایران را استوار نگاه داشته است. این مقام قضایی در بخش دیگری از سخنان خود به برنامه‌های دادگستری اشاره کرد و گفت: حدود ۲۰ درصد برنامه‌های دادگستری، ابلاغی از سوی مرکز است و ۳۰ درصد برنامه‌ها بومی‌محور بوده و براساس صلاحدید مسئول قضایی شهرستان تعریف و اجرا می‌شود. وی خطاب به مسئولان قضایی شهرستان خاتم تاکید کرد: لازم است ضمن اهتمام به اجرای برنامه‌های ابلاغی و ارائه گزارش به مرکز، در حوزه برنامه‌های بومی نیز با استفاده از ظرفیت‌های تنگبان، مسئولان و عموم مردم، اقدامی مؤثری برداشته شود. شایان ذکر است در پایان این مراسم از زحمات محمد فیاض فر تقدیر و رضا رضایی به عنوان دادستان جدید شهرستان خاتم معرفی شد.



یزد تصریح کرد: وجود رهبری بصیر و ملتی فهیم و همیشه در صحنه، دو

یزد – سید محمد جواد عرفان فر: دادستان مرکز استان یزد با اشاره به سخنان مقام معظم رهبری، هدف آمریکا را تسلیم ملت ایران خواند که هرگز محقق نخواهد شد. مهدی حسن پور در آیین تکریم و معارفه دادستان جدید شهرستان خاتم با اشاره به سخنان اخیر مقام معظم رهبری، اظهار داشت: هدف نهایی دولت آمریکا تسلیم شدن ملت ایران است که قطعا هیچ‌گاه به این هدف نخواهد رسید. وی اقدامات آمریکا را شیطانی و در قالب گام‌های کوچک دانست و افزود: آخرین گام آمریکا حمله نظامی به ایران بود که علیرغم تمام برنامه ریزی‌ها در نهایت ناکام ماند. حسن پور اظهار داشت: اگرچه امروز شاهد اجرای مکانیسم ماشه توسط دولت‌های خبیث اروپایی هستیم، اما این اقدام نیز در برابر اراده پولادین ملت ایران راه به جایی نخواهد برد. دادستان عمومی و انقلاب مرکز استان

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

وحدت و همدلی، کلید خدمت‌رسانی بهتر در حوزه فرهنگ است



نیز تمام سعی خود را به کار می‌گیریم تا با وحدت و همدلی در حوزه

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با بیان اینکه وحدت و همدلی، کلید خدمت‌رسانی بهتر در حوزه فرهنگ است گفت: تکمیل پروژه‌های نیمه‌تمام فرهنگی خوزستان در دستور کار است. حسین براتی در حاشیه نمایشگاه هفته دولت با تقدیر از فعالان عرصه خبر و اطلاع‌رسانی استان، این ایام را که با هفته دولت مقارن شده است، تبریک گفت. وی با اشاره به دستاوردهای ارائه شده در این نمایشگاه اظهار کرد: همه دستگاههای اجرایی تلاش کرده‌اند تا خدمات و دستاوردهای یک ساله خود را در قالب‌های مختلف به نمایش بگذارند و به نحو شایسته‌ای به اطلاع مردم شریف خوزستان برسانند.

مدیر کل ارشاد خوزستان در ادامه، با تاکید بر توصیه مقام معظم رهبری مبنی بر وحدت، همدلی و انسجام ملی برای خدمت‌رسانی بهتر افزود: ما

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای استان مطروح کرد:

۱۵ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری دولت چهاردهم در صنعت برق مازندران

صورت گرفته است، همچنین نخستین واحد کلاس F با ظرفیت ۲۲۰ مگاوات در نیروگاه محمودآباد نصب می‌شود.

مدیرعامل برق منطقه‌ای مازندران و گلستان ادامه داد: برای جریان ناترازی انرژی علاوه بر نیروگاههای حرارتی، توسعه نیروگاههای خورشیدی در دستور کار است. در هفته دولت کلنگ‌زنی نیروگاه ۶۰ مگاواتی هزیردشت انجام می‌شود و در سایت کباسر نیز ظرفیت ۲۵۰۰ مگاوات نیروگاه خورشیدی پیش‌بینی شده است.

وی به طرح‌های انتقال اشاره کرد و گفت: خط ۴۰۰ کیلوولت سمنان به ساری و خط ۴۰۰ کیلوولت قزوین به تنکابن در دست اقدام است که ارزش هر یک حدود ۶ هزار میلیارد تومان برآورد شده است. با احداث این خطوط،

تبادل انرژی بین استان‌ها تقویت خواهد شد. طی پنج سال آینده ۵ هزار مگاوات نیروگاه موسوی تاکامی تصویب کرد: در حوزه شبکه انتقال و فوق‌توزیع نیز جدید در استان نصب خواهد شد و در حوزه شبکه انتقال و فوق‌توزیع نیز حدود ۲ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری انجام می‌شود.

برگزاری جلسه پیگیری و نظارت بر عملکرد دستگاه‌های مسئول در سامانه «پنجره واحد مدیریت زمین»

گردید. همچنین بر اهمیت همکاری و هم‌افزایی دستگاه‌های ذی‌ربط برای افزایش سرعت و دقت در تحقق اهداف سامانه تاکید شد. مدیرکل منابع طبیعی استان با اشاره به اهمیت سامانه پنجره واحد در مدیریت زمین و منابع طبیعی اظهار داشت: «با بهره‌گیری از ظرفیت‌های این سامانه می‌توان فرایند تخصیص و بهره‌برداری از زمین را به‌صورت شفاف و کارآمد مدیریت کرد.» در پایان جلسه مقرر گردید کارگروه‌های تخصصی ضمن انجام دستور عملکرد دستگاه‌ها، گزارش‌های دوره‌ای از پیشرفت اقدامات را ارائه نمایند.



ایلام – خبرنگار فرصت امروز: جلسه‌ای در راستای اجرای مصوبات ابلاغی و پیگیری عملکرد دستگاه‌های مسئول در سامانه پنجره واحد مدیریت زمین با حضور امیرحسین آذرمنش معاون اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل، مدیرکل منابع طبیعی استان، معاون حفاظت، کارشناسان و نمایندگان دستگاه‌های مرتبط برگزار شد. در این نشست، گزارش جامعی از روند اجرای برنامه‌های مصوب ارائه و مهم‌ترین اقدامات انجام‌شده در زمینه تسهیل فرایندها، هماهنگی میان دستگاه‌ها و رفع موانع اجرایی بررسی



اخبار

تمامی شبکه های فرسوده برق در شهرستان آوج نوسازی و بهسازی شده است

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: مدیر برق شهرستان آوج گفت: با اختصاص ۲۵ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان و افتتاح ۱۲ پروژه در هفته دولت تمامی شبکه‌های فرسوده در شهرستان آوج نوسازی و بهسازی شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین؛ مرتضی رضایی مدیر برق شهرستان آوج در حاشیه کلنگ زنی ساخت نیروگاه شش مگاواتی خورشیدی در اراضی اکبرلر با تشریح مهمترین اقدامات انجام شده برای نوسازی شبکه برق در این شهرستان اظهارداشت: در این شهرستان با پوششش دو شهر آوج و آبگرم و ۹۷ روستا بیش از ۲۴ هزار مشترک خانگی، صنعتی، کشاورزی و خدماتی و صغنی داریم و با تلاش شبانه روزی برای تامین برق مورد نیاز مردم اقدام کرده ایم. رضایی بیان کرد: در شرکت توزیع نیروی برق شهرستان آوج با داشتن ۸ فیذر به ظرفیت ۱۷ مگاوات، یک پست فوق توزیع ۶۳ کیلوولتی، بیش از ۷۰۰ کیلو متر شبکه فشار متوسط و ۳۴۰ کیلو متر شبکه فشار ضعیف، با اقدامات جهادی برای نوسازی شبکه فرسوده اقدام کردیم تا خاموشی های غیر مترقبه و ضعف ولتاژ برطرف شود . مدیر برق شهرستان آوج یادآورشد: در سال جاری بیش از ۵۲ کیلو متر شبکه فرسوده برق در این شهرستان نوسازی و به شبکه خوندگهدار تبدیل شده است.

تامین برق ۱۰۰ واحد نهضت ملی مسکن

این مدیر اظهار داشت: در راستای خدمت رسانی به شهروندان شبکه برق ۱۰۰ واحد مسکونی نهضت ملی در این شهرستان با اختصاص ۴ میلیارد تومان تامین شد. رضایی افزود: در اختصاص ۲۵ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان اعتبار و اجرای ۱۲ پروژه برای اصلاح و نوسازی شبکه برق آوج در دو شهر و همه ۹۷ رستای این شهرستان اقدام شده است. با افتتاح آنها در هفته دولت امروز دیگر هیچ شبکه فرسوده نداریم. این مسئول گفت: اقدامات نوسازی شبکه در قالب پروژه های شهری و روستایی، روشنایی معابر، بهسازی و نیرو رسانی، احداث و توسعه، جابجایی شبکه، رفع ضعف ولتاژ، کاهش تلفات و مسکن ملی صورت گرفته است.

آغاز ساخت اولین نیروگاه خورشیدی در آوج

این مدیر با اشاره به ناترازی انرژی و ضرورت راه اندازی نیروگاههای تجدیدپذیر بیان کرد: با توجه به تداوم خشکسالی، کاهش بارندگی و افزایش مصرف برق در این شهرستان هم با ناترازی انرژی روبرو هستیم که برای حل این مشکل با شناسایی چند «ساخنگاه» برای احداث نیروگاه خورشیدی اقدام شده است. وی اضافه کرد: در آخرین روز هفته دولت کلنگ ساخت اولین نیروگاه خورشیدی به ظرفیت شش مگاوات با حضور معاون استاندار و مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان و فرماندار آوج در اراضی اکبرلر در روستای اکبرلر به زمین زده شد. رضایی یادآورشد: این نیروگاه در دو بلوک ۳ مگاواتی با ۲۰۰ میلیارد تومان اعتبار در مدت دوماه ساخته خواهد شد. وی گفت: همچنین با شناسایی زمین قرار است یک نیروگاه خورشیدی شش مگاواتی در روستای حسن آباد و یک نیروگاه به ظرفیت یک مگاوات در روستای لک با صورت مشارکتی با کمیته امداد برای مددجویان تحت پوشش وارد فاز عملیاتی شود. مدیر برق شهرستان آوج در ادامه بیان کرد: در صورت ساخت شش نیروگاه دیگر بر روی فیدرهای موجود همه نیازهای شهرستان به انرژی برطرف شده و دیگر خاموشی نخواهیم داشت که امیدواریم زمین دو ساخنگاه تا پایان سال مشخص و واگذار شود. رضایی اظهارداشت: با توجه به موقعیت جغرافیایی و پراکندگی ۹۷ روستای آن خوشبختانه توانستیم تمامی شبکه های فرسوده را بازسازی و نوسازی کنیم و دیگر هیچ شبکه فرسوده در شهرستان آوج نداریم که اقدام ارزشمندی است. وی تصریح کرد: با نوسازی شبکه شاهد کاهش خاموشی های بی برنامه، رفع ضعف ولتاژ، کاهش سرفت تجهیزات شبکه برق، جلوگیری از آسیب رساندن به وسایل برقی مشترکین به واسطه خاموشی های ناشی از ناترازی و فرسودگی و پایداری شبکه هستیم. رضایی گفت: توسعه شبکه برای تمامی متقاضیان برق شهری و روستایی در سال گذشته به پایان رسیده و به روز هستیم. مدیر برق آوج از همکاری فرماندار شهرستان و مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق در نوسازی شبکه قدردانی و اظهار امیدواری کرد با اقدامات انجام شده زمینه جلب رضایت مشترکین فراهم شود.

با حضور معاون استاندار قزوین:

کلنگ‌زنی اولین نیروگاه خورشیدی در شهرستان آوج

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی استانداری قزوین ، در ادامه هفته دولت آیین کلنگ‌زنی اولین نیروگاه خورشیدی شهرستان آوج با ظرفیت ۶ مگاوات و سرمایه‌گذاری ۲۰۰ میلیارد تومانی، در اراضی(اکبرلر) روستای احمدآباد برگزار شد. همچنین ۱۲ پروژه برق رسانی در قالب توسعه و احداث نیرو رسانی اصلاح و بهسازی روشنایی معابر، کاهش تلفات، جابجایی شبکه، رفع ضعف ولتاژ و مسکن ملی با هزینه بالغ بر ۲۵ میلیارد و سیصد میلیون تومان در شهرهای آوج، آبگرم و ۹۷ روستای شهرستان آوج با حضور محمد میرزایی معاون توسعه و سرپرست معاونت هماهنگی امور اقتصادی استانداری قزوین، فتح‌خانی فرماندار آوج، عباسپور نماینده مردم بوئین‌زهرا و آوج در مجلس شورای اسلامی، فرخ‌زاد مدیر کل سرمایه‌گذاری و اشتغال استانداری و اینانلو مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان و تعدادی دیگر از مسئولان به بهره‌برداری رسید.



پیام تقدیر رئیس دانشگاه علوم پزشکی البرز در پی کسب رتبه دوم کشوری در زایمان طبیعی بی درد

کرج – اباصلت عابد: موفقیت‌های بزرگ، حاصل اندیشه‌های متعهد، تلاش‌های مداوم و همدلی‌های بی‌وقفه است. با کمال افتخار و مسرت، به استحضار می‌رسد که دانشگاه علوم پزشکی البرز در پایش کشوری برنامه ترویج زایمان طبیعی و تغییرات شاخص اپیدمیولوژیک زایمان طبیعی در سال ۱۴۰۳ وزارت بهداشت، موفق به کسب رتبه دوم در زایمان طبیعی بی‌درد اپیدورال گردیده است؛ دستاوردی ارزنده و قابل تقدیر در راستای اجرای برنامه های جوانی جمعیت و ترویج زایمان طبیعی که برگ زرینی بر دفتر افتخارات این دانشگاه می‌افزاید و نشانگر یوبایی، مسئولیت‌پذیری و تلاش بی‌دریغ مجموعه‌ای از فرهیختگان و متخصصان حوزه سلامت است. بی‌تردید، این موفقیت مروهن خدمات ارزنده و نقش‌آفرینی اثربخش خانواده سلامت در دانشگاه همکاران ارجمند در معاونت درمان، اداره امامایی و گروه بیهوشی ، بیمارستان های دوستدار مادر و کودک ، متخصصان و پزشکان متعهد زنان و زایمان است؛ بزرگوارانی که با تعهد، تخصص و اخلاق حرفه‌ای، مسیر ارتقای کیفیت خدمات مادر و نوزاد و تحقق سیاست‌های کلان سلامت‌محور کشور را هموار ساختند. اینجانب ضمن تبریک صمیمانه به تمامی دست‌اندرکاران این حوزه، از تلاش‌های بی‌وقفه و همت والای شما بزرگواران صمیمانه تقدیر و تشکر می‌نمایم. یقین دارم با حفظ این روحیه تیمی و استمرار حرکت در مسیر تعالی، آینده‌ای روشن‌تر و پربارتر در خدمت‌رسانی به مادران باردار و ارتقاء سطح سلامت جامعه در انتظار خواهد بود.



دانشجوی مرکز تخصصی اهل سنت گلستان:

هفته وحدت: فرصتی برای تقویت همبستگی و اتحاد ملی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: آخوند قلی پاشی بیان کرد: هفته وحدت فرصتی ارزشمند برای تاکید بر اصول ایمان و اخوت است که می‌تواند همبستگی و یکپارچگی مردم جمهوری اسلامی ایران را بیش از پیش تقویت کندبه گزارش روابط عمومی مرکز اسلامی گلستان، آخوند عبدالیاسط قلی پاشی، امام جماعت و مبلغ ترقیبی، به مناسبت هفته وحدت در گفتگو با خبرنگار ما، این ایام را فرصتی مغتنم برای تجدید پیمان بر اصول ایمان و اخوت دانست و تاکید کرد: هفته وحدت، فرصتی است تا با تأسی بر اصول ایمان و اخوت، در کنار یکدیگر برای یکپارچگی و وحدت مردم جمهوری اسلامی ایران را جشن بگیریم‌وی، جمهوری اسلامی ایران را نمادی از همبستگی و یکپارچگی خواد که فراتر از هرگونه تفاوت، مردم را به زیر یک پرچم و ارزش‌های مشترک دعوت می‌کند.رابط فرهنگی و آموزشی مدرسه علمیه و مرکز اسلامی گلستان، با استناد به آیه ۵۹ سوره نساء «وَ اطِيعُوا اللَّهَ وَ اطِيعُوا الرَّسُولَ» گفت: اطاعت از خدا و پیامبر(ص) اساس وحدت و همدلی است.آخوند قلی پاشی، همچنین گفت: باید با پیروی از راه و سیره پیامبر اکرم(ص) که فرمودند: «المؤمنون عند شترکم کائنةً بالمِشاط» (تنهایی در وحدت)، به همه اقتدار جامعه احترام بگذاریم و در کنار یکدیگر، برای ساختن آینده‌ای بهتر گام برداریم‌وی در ادامه افزود: در این هفته با تاکید بر ارزش‌های انسانی و دینی باید به تقویت پیوندها و همبستگی اجتماعی توجه کنیم و دعای کنیم که نعمت وحدت را در جامعه خود پایدار و مستدام کنیم و با همدیاری یکدیگر، در مسیر پیشرفت و توسعه کشور، گام برداریم. پاشی برای همه هموطنان آرزوی موفقیت و سربلندی کرد و اظهار داشت که امید است در سایه وحدت، به سوی آینده‌ای روشن و نورانی پیش برویم.

هفته وحدت در ترکمن صحرا؛ نمادی از همبستگی اهل سنت و تشیع است

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: آخوند دبیری، گفت: هفته وحدت در ترکمن صحرا به عنوان یک مناسبت مذهبی و فرهنگی مهم، زمینه‌ساز تقویت اتحاد و همدلی میان اقوام و مذاهب در این منطقه است.به گزارش روابط عمومی مرکز اسلامی گلستان، آخوند محمد دبیری به مناسبت آغاز ماه ربیع الاول و هفته وحدت به خبرنگار ما گفت: هفته وحدت هر ساله در ایام سالروز میلاد پیامبر اکرم (ص) از ۱۲ ربیع‌الاول آغاز شده و تا ۱۷ ربیع‌الاول، ادامه دارد و در این ایام، مردم ترکمن صحرا با برگزاری مراسم مولودی‌خوانی در مساجد، محلی‌ها و حتی منازل، فضای معنوی خاصی را خلق می‌کنند. مدارس علوم دینی اهل سنت افزود: اهالی اهل سنت و شیعه این منطقه با برپایی آیین‌های مشترک همچون جشن‌ها، جنگ شادی، مسابقات فرهنگی و هنری و حضور پرشور در مراسم مولودی‌خوانی، وحدت و یکدلی خود را به نمایش می‌گذارند و حضور متقابل شیعیان در مراسم اهل سنت و بالعکس، نماد همبستگی عمیق مذهبی و اجتماعی میان این دو گروه است.آخوند دبیری، همچنین به نقش مهم زنان اهل سنت در برگزاری این مناسبت اشاره کرد و گفت: زنان با پخت و توزیع غذاهای لذیذ، محبت و همدلی را در جامعه گسترش می‌دهند. این سنت‌ها نه تنها بعد مذهبی بلکه ایجاد اجتماعی و فرهنگی مهمی دارد که فضای صمیمی و دوستانه‌ای بین اقشار مختلف جامعه ایجاد می‌کند‌وی، خاطرنشان کرد: هفته وحدت در ترکمن صحرا الگویی ارزشمند برای سایر مناطق کشور است و به عنوان نمادی عملی و فرهنگی از احترام مشترک به پیامبر اسلام (ص) و اهل بیت (ع)، نقش مهمی در تقویت همبستگی ملی و مذهبی در این منطقه ایفا می‌کند.

چرا بعضی برندها بهتر در ذهن می مانند؟

نویسنده: علی آل علی

فرض کنید در یک خیابان شلوغ قدم می زنید. از کنار چند مغازه رد می شوید که همه شان کفش ورزشی می فروشند. قیمت ها تقریبا مشابه اند. ظاهر اجناس هم تفاوت زیادی ندارند، اما به محض اینکه چشم تان به یک کفش با نشان تیسک مانند برند نایکی می افتد، مکث می کنید. چرا؟ چون آن تیک ساده فقط یک لوگو نیست. مجموعه ای از خاطرات، احساسات، اطمینان و حتی رویاها پشت آن پنهان شده است. به همین دلیل است که بعضی نام ها در ذهن می مانند و بعضی دیگر حتی با تبلیغات زیاد، فراموش می شوند. در دنیای پر از صدا و تصویر امروز برند چیزی فراتر از نام، لوگو یا بسته بندی است. برند همان حسی است که در دل مخاطب شکل می گیرد. ترکیبی از تصویر ذهنی، تجربه، احساس و اعتماد. برای درک بهتر این مفهوم، بیایید سفری داشته باشیم به دنیای برندها؛ جایی که نام ها به خاطره تبدیل می شوند و خاطره ها به وفاداری.
خب اجازه دهید کمی بیشتر وارد جزئیات شویم.

برند دقیقا چیست؟

شاید ساده ترین تعریف برند این باشد: برداشتی که مردم از شما دارند. برخلاف تصور خیلی ها، برند تنها همان چیزی نیست که روی کارت ویزیت یا تابلو فروشگاه نوشته شده. بلکه آن چیزی است که مخاطب در ذهنش از شما می سازد. این تصویر ذهنی می تواند روشن، دلچسب و مثبت باشد یا مبهم، نجسب و منفی و دقیقا همین تصویر است که بر تصمیم های خرید اثر می گذارد. درست مثل انسان ها، برندها هم شخصیت دارند. برخی از آنها جسور و پرنرژئ اند، مثل ردبول. بعضی ها شیک و باشکوهند، مثل رولکس. بعضی ها مهربان و صمیمی اند، مثل دیزنی. این شخصیت، از مجموعه ای از رفتارها، پیام ها، طراحی ها و حتی سکوت های برند شکل می گیرد. مخاطب براساس این مجموعه، تصمیم می گیرد که آیا به شما نزدیک شود یا نه.

برندها چگونه جای خود را در دل ها باز می کنند؟

بگذارید با یک مثال ساده شروع کنیم. تصور کنید دو نفر وارد یک جمع دوستانه می شوند. نفر اول خودش را معرفی می کند، لیخند می زند، داستانی جالب تعریف می کند و رفتاری گرم دارد. نفر دوم هم خود را معرفی می کند، اما لحنش خشک است، نگاهش خنی و صحبت هایش بی روح. حالا تصور کنید این دو نفر، هر هفته در این جمع حضور پیدا کنند. کدام یک بیشتر در ذهن می ماند؟ کدام یک احتمالا دوست جدید پیدا می کند؟ برندها هم همین طور هستند.

نام هایی که در ذهن ما جا خوش می کنند، آنهایی هستند که با ما حرف زده اند. آنهایی که احساسی را در ما بیدار کرده اند. شاید لبخندی، شوقی یا حتی حس نوستالژی کافی باشد تا یک برند خاص به نظر برسد.

نویسنده: علی آل علی

روابط عمومی شاید یکی از بدفهمیده شده ترین و در عین حال قدرتمندترین رشته ها در دنیای کسب و کار باشد. بسیاری از مدیران آن را با تبلیغات اشتباه می گیرند؛ یک شیپور بزرگ برای فریاد زدن نام برندشان از هر نقطه ممکن. آن ها انتظار دارند که با ارسال یک بیانیه خبر، تمام رسانه های معتبر برای پوشش دادن داستان شان صف بکشند، اما وقتی با دیواری از سکوت و بی توجهی از سوی روزنامه نگاران مواجه می شوند، به سرعت ناامید شده و این رشته را ناکارآمد و بیهوده می خوانند. این دقیقا مانند کسی است که یک چکش در دست می گیرد، تلاش می کند با آن یک پیچ را سفت کند و در نهایت به این نتیجه می رسد که چکش ابزاری بی مصرف است.

مشکل از چکش نیست؛ مشکل در درک نکردن تفاوت بنیادین میان چکش و پیچ گوشتی است. تبلیغات، هنر خریدن توجه است. شما فضایی را می خرید و پیام خود را در آن به نمایش می گذارید، اما روابط عمومی هنر

آنها به مرور بخشی از زندگی ما شده اند. از فنجان قهوه ای که صبح زود می نوشیم گرفته تا گوشی ای که هر روز در دست مان است. برندها با تکرار هوشمندانه و حس آفرینی مداوم، از یک نام ساده به یک تجربه تبدیل می شوند.

ما در ادامه سراغ بررسی برخی از نکات کلیدی می

رسد. همان وقتی که از خدمات راضی هستیم. یا زمانی که برند، اشتباهی را می پذیرد و برای جبران آن تلاش می کند. همه اینها باعث می شود ما نه تنها مشتری باشیم، بلکه طرفدار شویم و وقتی مشتری به طرفدار تبدیل شود، شما دیگر فقط فروش نمی کنید، رابطه می سازید.

بودن را منتقل می کند. این ارزش ها چیزی فراتر از ویژگی های محصول هستند؛ آنها پیام هایی احساسی اند که به قلب مصرف کننده می رسند.

تکراری بدون خستگی

شاید فکر کنید برندهایی که دائم تبلیغ می کنند، بیشتر در ذهن می مانند، اما واقعیت کمی پیچیده تر



است. بله، تکرار مهم است اما تکرار خلاقانه. اگر پیامی را هزار بار با یک لحن و تصویر تکرار کنید، مخاطب دیگر آن را نمی بیند. برندهایی که در ذهن می مانند، آنهایی هستند که پیام خود را بارها تکرار کرده اند، اما هر بار به شکلی تازه، جذاب و متناسب با زمان.

مثلا کوکاکولا سال ها است شعار شادی می دهد، اما هر بار با تصاویری جدید، داستان هایی متفاوت و زبان هایی متناسب با نسل های مختلف. این هوشمندی در تکرار، رمز ماندگاری است. چون مخاطب حس نمی کند در حال شنیدن تکرار ملال آور است، بلکه با پیامی آشنا روبه‌روست که با شکل و شمابلی تازه وارد شده.

حس تعلق؛ وقتی برند بخشی از ما می شود تا حالا به این فکر کرده اید که چرا بعضی ها درباره

رویم که برندها را از هم متمایز می کند. پس با ما همراه باشید تا برخی نکات کلیدی در این رابطه را مرور کنیم.
اعتماد؛ سرمایه ای که یک شبه ساخته نمی شود
یکی از دلایل ماندگاری بعضی برندها، اعتماد است. اعتماد مثل پل است؛ زمان می برد تا ساخته شود، اما در یک لحظه می تواند فرو بریزد. برندهایی که وعده می دهند و به آن وفا می کنند، در دل مخاطبان جایگاه پیدا می کنند. آنها به قول خود پایبندند. اگر گفته اند محصول شان ضدآب است، واقعا زیر باران هم کار می کند. اگر مدعی اند پشتیبانی ۲۴ ساعته دارند، تلفن شان همیشه پاسخگوست.

این اعتماد از تجربه های کوچک شکل می گیرد. همان لحظه ای که محصول سر وقت به دست مان می رودیم که برندها از مز هم متمایز می کنند. پس با ما همراه باشید تا برخی نکات کلیدی در این رابطه را مرور کنیم.
اعتماد؛ سرمایه ای که یک شبه ساخته نمی شود
یکی از دلایل ماندگاری بعضی برندها، اعتماد است. اعتماد مثل پل است؛ زمان می برد تا ساخته شود، اما در یک لحظه می تواند فرو بریزد. برندهایی که وعده می دهند و به آن وفا می کنند، در دل مخاطبان جایگاه پیدا می کنند. آنها به قول خود پایبندند. اگر گفته اند محصول شان ضدآب است، واقعا زیر باران هم کار می کند. اگر مدعی اند پشتیبانی ۲۴ ساعته دارند، تلفن شان همیشه پاسخگوست.
این اعتماد از تجربه های کوچک شکل می گیرد. همان لحظه ای که محصول سر وقت به دست مان می

چرا بیشتر کمپین‌های روابط عمومی با شکست روبه‌رو می‌شوند؟

شعبه جدید افتتاح کردیم»، «مدیرعامل ما می خواهد در فلان مجله مصاحبه کند». تمام اینها از منظر کسب و کار شما ممکن است بسیار مهم باشند، اما برای یک روزنامه نگار یا مخاطب بیرونی، کوچک ترین اهمیتی ندارند. خبرنگار هر روز با صدها ایمیل مشابه روبه‌رو می شود. سوالی که او از خود می پرسد این نیست که «این خبر چقدر برای این شرکت مهم است؟»، بلکه این است که «این خبر چقدر برای مخاطبان من جالب، مفید یا جدید است؟». این تغییر زاویه دید اولین و مهمترین قدم برای موفقیت در روابط عمومی است. شما باید از نقش یک فروشنده که تلاش می کند محصولش را به دیگران بفروشد، به نقش یک مشاور یا یک «منبع خبری تبدیل شوید که خبرنگار کمک می کند تا یک داستان جذاب برای مخاطبانش پیدا کند. تا زمانی که این شیفت ذهنی از «من چه می خواهم بگویم؟» به «مخاطب چه می خواهد بشنود؟» رخ ندهد، تمام تلاش های شما بیهوده خواهد بود.

اشتباهات تاکتیکی: چگونه بهترین داستان ها هرگز شنیده نمی شوند؟
با در نظر گرفتن این اصل بنیادین اکنون می توانیم به اشتباهات مشخصی بپردازیم که حتی بهترین داستان ها را نیز در نطفه خفه می کنند. اشتباه اول: شلیک با چشم بسته این اشتباه زمانی رخ می دهد که شما یک بیانیه خبری را به صورت فله ای برای فهرستی طولانی و نامرتبط از خبرنگاران ارسال می کنید. این کار، معادل دیجیتال اسپم است و سریع ترین راه برای قرار گرفتن در لیست سیاه یک رسانه. یک خبرنگار حوزه فناوری، علاقه ای به شنیدن اخبار یک رستوران جدید ندارد و یک خبرنگار حوزه مد به انتصاب مدیر جدید در یک شرکت نرم افزاری اهمیت نمی دهد.

راه حل درست تحقیقات دقیق و هدف گیری هوشمندانه است. قبل از ارسال هر ایمیلی، باید برای آن خبرنگار خاص وقت بگذارید. چند مقاله اخیر او را بخوانید. بفهمید به چه موضوعاتی علاقه دارد و چه سبکی از نوشتن را دنبال می کند. ایمیل شما باید شخصی سازی شده باشد. در آن به یکی از مقالات اخیرش اشاره کنید و به طور واضح توضیح دهید که چرا فکر می کنید داستانی که شما دارید، با حوزه کاری و علاقه مخاطبان او همخوانی دارد.

فرستادن ۱۰ ایمیل دقیق و کاملا شخصی سازی شده، هزاران بار موثرتر از ارسال یک ایمیل یکسان برای هزار نفر است. این رویکرد به خبرنگار نشان می دهد که شما برای کار او احترام قائلید و یک حرفه ای واقعی هستید.

اشتباه دوم: آوردن یک داستان بی رفق به میدان نبرد «ما محصول جدیدمان را عرضه کردیم». این یک واقعیت است، نه یک خبر. برای آنکه داستان شما شایسته پوشش خبری باشد، به یک قلاب خبری نیاز دارد؛ یک عنصر جذاب غیرمنتظره یا تاثیرگذار که آن را از صدها اطلاعیه دیگر متمایز کند. این قلاب می تواند یک داده آماری شگفت انگیز باشد، مثلا: «محصول جدید ما مصرف انرژی را ۵۰ درصد کاهش می دهد.» یا می تواند یک زاویه دید انسانی و احساسی داشته باشد، مثلا: «داستان مادری که با استفاده از اپلیکیشن ما، توانست با فرزند بیمار خود در آن سوی دنیا ارتباط برقرار کند.» یا حتی می تواند یک عنصر تضاد و چالش باشد، مثلا: «استارت‌آپ ما چگونه می خواهد مدل کسب و کار سنتی یک صنعت ۱۰۰ ساله را به چالش بکشد؟»

همچنین داستان شما باید با دارایی های بصری قوی پشتیبانی شود. یک بیانیه خبری متنی، به تنهایی کافی نیست. شما باید مجموعه ای از عکس های باکیفیت، ویدئوهای کوتاه، اینفوگرافیک های گویا و برگه های اطلاعاتی دقیق را آماده داشته باشید تا کار خبرنگار را تا حد ممکن آسان کنید. به یاد داشته باشید، شما در رقابت برای جلب توجه هستید و یک داستان بی رفق، در همان ثانیه اول بازنده خواهد بود. اشتباه سوم: بی احترامی به قوانین نانوشته بازی دنیای رسانه، ریتم و قوانین خاص خود را دارد. نادیده گرفتن این قوانین، نشانه ای از غیرحرفه ای بودن شماست و می تواند تمام درها را به روی تان ببندد. زمان بندی یکی از این قوانین است. ارسال یک بیانیه خبری درباره بستنی در اولین روز زمستان یا تلاش برای پوشش خبری یک رویداد درست در روزی که یک انتخابات بزرگ در حال برگزاری است، معمولا به شکست منجر می شود. باید تقویم های محتوایی و رویدادهای مهم را بشناسید و کمپین خود را در زمان مناسب اجرا کنید.

یکی دیگر از قوانین نانوشته، نحوه پیگیری است. درست است که پیگیری مودبانه بخشی از فرآیند است، اما مرز باریکی میان پیگیری و مزاحمت وجود دارد. یک ایمیل پیگیری کوتاه پس از چند روز کاملا قابل قبول است، اما تماس های تلفنی مکرر یا ارسال چندین ایمیل در روز، تنها خبرنگار را عصبانی کرده و شانس شما را برای همیشه از بین می برد. احترام به زمان و فضای کاری خبرنگار، کلید ساختن یک رابطه بلندمدت است.

فراتر از کمپین: روابط عمومی به مثابه یک مارائن
شاید بزرگ‌ترین درسی که می توان در روابط عمومی

برند محبوب شان با تعصب حرف می زنند؟ چرا برخی طرفداران برند خاصی از گوشی، حاضر نیستند هیچ برند دیگری را امتحان کنند؟ پاسخ در حس تعلق نهفته است. برندهایی که فراتر از محصول، یک اجتماع می سازند، بیشتر در ذهن می مانند. چون مردم دوست دارند بخشی از چیزی بزرگ تر از خودشان باشند. برندهایی که حس ما شدن ایجاد می کنند، موفق ترند. آنها با ایجاد باشگاه مشتریان، کمپین های مشارکتی یا حتی محتوایی که سبک زندگی خاصی را تبلیغ می کند، مخاطب را درگیر می کنند. این درگیری صرفا ذهنی نیست؛ احساسی است. برندهایی که احساسات را درگیر می کنند، فراموش نمی شوند.

برند یک تجربه است!

همه چیزهایی که گفتیم، از نام و لوگو گرفته تا تبلیغات و تجربه مشتری، در نهایت به یک چیز ختم می شوند: تجربه ای که مخاطب با برند دارد. این تجربه می تواند یک خرید خوب، تماس محترمانه، پیام شخصی سازی شده یا حتی یک داستان زیبا در شبکه های اجتماعی باشد. برندهایی که روی جزئیات تجربه تمرکز دارند، برنده اند.

برند فقط آن چیزی نیست که شما درباره اش می گویند؛ آن چیزی است که دیگران درباره شما می گویند. وقتی اسم برندان برده می شود، آیا مردم لبخند می زنند؟ اعتماد می کنند؟ احساس خوبی پیدا می کنند؟ اگر پاسخ مثبت باشد، یعنی برندان جا افتاده. اگر نه، هنوز کار دارید.

سخن پایانی

در دنیایی که هر روز هزاران پیام تبلیغاتی به گوش مردم می رسد، تنها کسانی به یاد می مانند که با دل حرف می زنند، نه فقط با زبان. برندهایی که ارتباط می سازند، اعتماد می آفرینند، تجربه خلق می کنند و احساس به جا می گذارند. برند، یک قرارداد نیست؛ یک رابطه است. رابطه ای بین شما و مخاطبی که هر روز حق انتخاب دارد.

اگر می خواهید برندان ماندگار شود، از طراحی شروع نکنید، از درک مخاطب شروع کنید. از ایجاد حس، از ساختن تجربه، از وفای به وعده. بگذارید مخاطب نه فقط شما را بشناسد، بلکه دوست تان داشته باشد. آن وقت خواهید دید که چطور نام تان، از روی تابلو، به دل ها منتقل می شود و همان جا می ماند.

منابع:

https://www.forbes.com/councils/forb-۱۰۹/۰۵/۲۰۲۲/escommunicationscouncil-four-ways-to-build-a-memorable-brand-۷https://www.frontify.com/en/guide-major-benefits-of-a-strong-brand

آموخت، این است که این رشته یک بازی بلندمدت است. هدف شما نباید تنها کسب یک تیتَر خبری برای فردا باشد. هدف شما باید ساختن روابط پایدار و مبتنی بر اعتماد با خبرنگاران کلیدی در حوزه کاری تان باشد. این یعنی شما نباید فقط زمانی که به آنها نیاز دارید، با آنها تماس بگیرید. گاهی یک مقاله عالی از آنها را در شبکه های اجتماعی خود به اشتراک بگذارید و تحسین شان کنید. اگر به داده یا اطلاعاتی دسترسی دارید که فکر می کنید ممکن است برای داستان بعدی شان مفید باشد، آن را بدون هیچ چشم‌داشتی در اختیارشان قرار دهید. تلاش کنید خود را به عنوان یک منبع معتبر و قابل اتکا در صنعت خود به آنها معرفی نمایید. وقتی خبرنگار بداند که شما یک متخصص قابل اعتماد هستید، دفعه بعدی که در حال کار بر روی یک داستان مرتبط باشید، این خود اوست که برای دریافت نظر کارشناسی با شما تماس خواهد گرفت. این نقطه، اوج موفقیت در روابط عمومی است؛ نقطه ای که در آن شما از یک درخواست‌کننده، به یک شرک مورد اعتماد تبدیل شده اید.

سخن پایانی

یک کمپین روابط عمومی موفق، حاصل به کارگیری ابزار درست، در زمان درست و با تکنیک درست است. این نیازمند صبر، تحقیق، همدلی و یک نگاه استراتژیک بلندمدت است. این فرآیند شما را مجبور می کند که از دنیای خودمحور کسب و کارتان قدمی به بیرون بردارید و از خود بپرسید: «داستان ما چگونه می تواند به جهان اطرافش ارزشی اضافه کند؟»

شرکت هایی که این هنر ظریف را می آموزند، به چیزی فراتر از چند تیتَر خبری دست پیدا می کنند. آنها به تدریج آجرهای اعتبار خود را یکی پس از دیگری روی هم می چینند و قلعه ای از اعتماد عمومی را بنا می کنند که هیچ کمپین تبلیغاتی گران قیمتی قادر به ساختن آن نیست. آنها از جایگاه یک فروشنده پر سر و صدا، به جایگاه یک مشاور معتبر و یک صدای شنیدنی در صنعت خود ارتقا پیدا می کنند و این پایدارترین مزیت رقابتی است که یک برند می تواند برای خود بسازد.

منابع:

https://www.agilitypr.com/pr-news/common--۸/content-media-relations-mistakes-to-avoid-in-a-pr-campaign--and-what-to-do-insteadhttps://www.forbes.com/sites/forbesagecommon-pr--۱۵/۱۲/۰۴/۲۰۲۱/ncycouncil-mistakes-and-how-to-avoid-them