

اقتدار اقتصادی از کجا آغاز می‌شود؟

غلامعلی رموی
کارشناس اقتصادی
اقتصاد ایران بیش از هر زمان دیگری نیازمند بازنگری در منطق حکمرانی اقتصادی است. سال‌ها تجربه سیاست‌گذاری نشان داده است که توسعه پایدار نه با اتکای صرف به منابع طبیعی، نه با گسترش حمایت‌های بی‌ضابطه و نه با تصمیم‌های مقطعی حاصل می‌شود؛ بلکه از مسیر تقویت سرمایه انسانی، انضباط اقتصادی، رقابت‌پذیری و اعتماد به ظرفیت‌های درونی کشور عبور می‌کند. هرگاه سیاست‌گذاری بر پایه توان ملی، شایسته‌سالاری و هدف‌گذاری روشن استوار بوده، دستاوردهای بزرگ و ماندگار شکل گرفته است؛ اما هرچا اقتصاد به رانت، انحصار و توزیع غیردهفمند منابع وابسته‌شده، بهره‌وری کاهش یافته و فرصت‌های توسعه از دست رفته است. کارنامه جمهوری اسلامی در حوزه‌هایی همچون فناوری نانو، صنایع پیشرفته دفاعی، زیست‌فناوری و خدمات پزشکی، گواه روشنی است بر اینکه ایران از کمبود استعداد، دانش و توان فنی رنج نمی‌برد. آنچه این حوزه‌ها را به موفقیت رساند، برخورداری از منابع مالی نامحدود نبود، بلکه تعریف مأموریت‌های مشخص، اعتماد به نتایج‌گان، ارزیابی مستمر عملکرد و تمرکز بر حل مسائل واقعی کشور بود. در این عرصه‌ها، حمایت دولت به معنای اعطای امتیاز دائمی نبود، بلکه ابزاری برای توانمندسازی، انتقال فناوری و دستیابی به خوداتکایی محسوب می‌شد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



۱۷ میلیارد دلار پول قفل شده؛ چه بر سر صندوق نسل‌های آینده آمد؟

غضنفری: از شرکت نفت ۱۷ میلیارد دلار طلب داریم

وی از نهاده‌ها و شرکت‌های دهک‌ها خواست در چارچوب رفتارهای حرفه‌ای و با درک مطالبه عمومی برای توسعه کشور، نسبت به بازپرداخت تعهدات خود اقدام کنند تا زمینه برای تأمین مالی پروژه‌های بعدی فراهم شود.

صندوق توسعه ملی: متولی کالاب‌رگ نیست

رئیس هیئت عامل صندوق توسعه ملی در بخش دیگری از اظهارات خود درباره شایعات مربوط به دخالت این صندوق در طرح‌های کالاب‌رگ (کوپن الکترونیک)، توضیح داد: صندوق توسعه ملی هیچ مسئولیت یا دخالتی در موضوع کالاب‌رگ ندارد. تصمیمات مربوط به چگونگی تخصیص منابع به مردم، زمان‌بندی و مدیریت منابع آن، بر عهده دولت است. وی افزود: ما تنها به عنوان یک نهاد مالی، طبق قوانین و درخواست‌های دولت جمهوری اسلامی ایران با اذن مقام معظم رهبری منابعی را در اختیار قرار می‌دهیم و انتظار داریم این تسهیلات پس از طی دوره تنفس سه ساله، به صندوق بازگردد. بنابراین، صندوق در کیفیت اجرای طرح‌های دولتی نقشی ندارد.

تأمین مالی بازسازی پس از جنگ

غضنفری در خصوص درخواست‌های اخیر برای بازسازی صنایع آسیب‌دیده، از موافقت صندوق با تسهیلات ارزی برای دو بانک خیر داد و گفت: ما با درخواست تأمین مالی برای بازسازی صنایع موافقت کرده‌ایم و مسئولیت بانکی و عملیاتی این پروژه بر عهده بانک‌های شهر و تجارت است.

وی خاطرنشان کرد: پرونده‌های مربوط به این تسهیلات به ارزش ۳۴۰ میلیون دلار در بانک‌ها در حال بررسی است و به محض تکمیل مدارک و طی مراحل فنی در بانک‌های عامل، فرآیند تخصیص منابع انجام خواهد شد.

پرداخت ۴۰ میلیارد دلار در تاریخ صندوق به طرح‌های توسعه

در این نشست همچنین محمدی - معاون سرمایه گذاری و تأمین مالی صندوق توسعه ملی - اظهار کرد: در یک سال اخیر حدود ۳ میلیارد دلار تسهیلات توسط صندوق توسعه

کرده و سرمایه را به سمت فعالیت‌های مولد هدایت می‌کند. در مقابل، یکی از چالش‌های ساختاری اقتصاد ایران، نظام نامتوازن مشوق‌هاست. هنگامی که انرژی، آب، ارز یا سایر منابع کمیاب با قیمت‌هایی غیرواقعی و بدون الزام به ارتقای بهره‌وری توزیع می‌شوند، انگیزه سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین، کاهش مصرف منابع و افزایش کارایی تضعیف می‌شود. نتیجه چنین وضعیتی، افزایش شدت مصرف انرژی، اتلاف سرمایه‌های بین‌نسلی و کاهش توان رقابتی تولیدکنندگان در بازارهای جهانی است. در چنین فضایی، سودآوری بیش از آنکه حاصل نوآوری و ارتقای کیفیت باشد، محصول دسترسی به رانت و امتیازات ویژه خواهد بود.

اصلاح این روند مستلزم بازطراحی نظام انگیزشی اقتصاد است. سیاست‌های حمایتی باید به گونه‌ای تنظیم شوند که بیشترین منفعت نصیب تولیدکنندگانی شود که در مسیر نوآوری، افزایش بهره‌وری، بومی‌سازی فناوری و توسعه بازارهای صادراتی حرکت می‌کنند. در چنین شرایطی، رقابت جایگزین رانت خواهد شد

ملی به متقاضیان پرداخت شده است. ۱۱ طرح در بخش عملیات بلندمدت به مدت ۱۶ میلیارد دلار تأمین مالی شد. روش جدیدی که سرعت کار را بسیار بالا برده ۶۰۰ میلیون دلار و همچنیندر بخش اوراق مابحه ۳۰۰ میلیون دلار پرداخت شده است.

محمدی خاطرنشان کرد: صندوق از ابتدای عملکرد خود تا کنون ۴۰ میلیارد دلار به بیش از ۲۸۰ طرح تسهیلات پرداخت کرده که عمده آن مربوط به بخش نفت و گاز و پتروشیمی بوده و سایر بخش‌ها به ترتیب نیروگاهی، آهن و فولاد، حمل و نقل و نقل، آب شیرین کن وسایر بخشهای اقتصادی در رتبه های بعدی قرار دارند.

وی افزود: در این‌ سالها ۱۲۸ میلیارد دلار از مطالبات صندوق وصول شده که تا قبل از دوره مدیلت فعلی حدود ۲ میلیارد دلار بوده است. در حال حاضر ۸ میلیارد دلار مطالبات سر رسید نشده و ۲۲٫۳ میلیارد دلار سر رسید گذشته داریم. همچنین پیشوایی، مدیرعامل شرکت سام در این نشست با بیان اینکه سال گذشته در خرده‌امه رهبر شهید انقلاب اجازه سرمایه گذاری صندوق در توسعه انرژی را دادند گفت: ما مدل مشارکت غیرمداخله‌ای را برای این طرح ارائه کردیم. این برنامه دو حوزه اصلی دارد که یکی بالادست نفت و گاز و دیگری حوزه تجدیدپذیر است. ۶۴۸ هزار بشکه تولید نفت و گاز و دیگری ۱۵ هزار مگاوات در حوزه انرژی خورشیدی و بادی را در دستور کار داریم.

وی افزود: تا امروز ۱٫۳ میلیارد دلار در ۷۰۰۰ مگاوات و همین میزان نیز در ۸۰۰۰ مگاوات سرمایه‌گذاری در بخش انرژی انجام شده که حاصل این سرمایه‌گذاری تولید ۱۲۷۲ مگاوات برق خورشیدی است. نزدیک به ۴۶۰۰ مگاوات نیز در دست ساخت داریم. پیش بینی ما این است که تا آخر تابستان به ۳۰۰۰ مگاوات برق متصل شده به شبکه برسیم.

میرمحمدصادقی - عضو هیات عامل صندوق توسعه ملی - نیز در این نشست درباره مطالبات صندوق از شرکت ملی نفت گفت: صندوق توسعه ملی ۱۷ میلیارد دلار مطالبات از شرکت

اقتدار اقتصادی از کجا آغاز می‌شود؟

و سرمایه‌گذاری در فناوری و سرمایه انسانی، توجیه اقتصادی بیشتری پیدا می‌کند. در کنار اصلاح نظام مشوق، رفع انحصارهای غیرضروری نیز ضرورتی انکارناپذیر است. اقتصاد زمانی پویا خواهد بود که فرصت حضور برای همه فعالان توانمند فراهم باشد. گسترش ساختارهای شبه‌دولتی و انحصارهای چندلایه، فضای رقابت را محدود کرده و انگیزه کارآفرینی را کاهش داده است. بخش خصوصی واقعی زمانی می‌تواند نقش تاریخی خود را ایفا کند که در فضایی برابر، شفاف و رقابتی فعالیت کند و موفقیت آن وابسته به خلاقیت، نوآوری و بهره‌وری باشد، نه میزان دسترسی به امتیازات ویژه. از سوی دیگر، سرمایه‌گذاری بلندمدت بدون ثبات اقتصادی امکان‌پذیر نیست. نوسانات شدید متغیرهای کلان، تغییرات بی‌درب‌ی مقررات و تصمیم‌های کوتاه‌مدت، افق برنامه‌ریزی فعالان اقتصادی را محدود می‌کند و منابع را از فعالیت‌های مولد به سمت معاملات کوتاه‌مدت و غیرمولد سوق می‌دهد. سرمایه‌گذار زمانی وارد پروژه‌های زیرساختی و فناورانه می‌شود که نسبت

ملی نفت دارد. جلسات مختلفی با حضور شرکت ملی نفت، صندوق، بانک عامل و کارگزاری برگزار کردیم که مبالغ وصولی اقساط مشخص شد اما به مرحله اجرا که می‌رسید پرداخت نمی‌شد. این مطالبات هم‌ینطور انباشت شد و دستگاههای نظارتی به ما ایراد می‌گرفتند که چرا اقدام خاصی در این زمینه صورت نمی‌گیرید.

وی با بیان اینکه بانک‌ها اقدامات حقوقی برای وصول این مطالبات انجام دادند گفت: یکی از بانک‌ها با مدیریت جدید کار‌ها را سر‌بعتر انجام داد که رسانه‌ای شد. کاری که ما انجام دادیم همراهی با دولت و شرکت ملی نفت بود. بر اساس شرایط شرکت ملی نفت نیز پرداخت‌ها را جدول بندی کردیم. هرچه می‌گذشت سود به آن تعلق می‌گرفت. متأسفانه جلسات هیات انما در اسفند سال گذشته به دلیل شرایط کشور تشکیل نشد. اما به نظر می‌رسد که انشاء‌الله در آینده نزدیک این مطالبات را با همراهی شرکت ملی نفت حل کرد.

آمادگی صندوق برای جبران خسارات جنگ

در ادامه این نشست، علیرضا صالح - عضو هیئت عامل صندوق توسعه ملی - از آمادگی این صندوق برای تأمین مالی پروژه‌های بازسازی خسارت‌های ناشی از حملات دشمن در جریان جنگ ۴۰ روزه خبر داد و گفت: پروژه‌های مربوط به بازسازی فازهای آسیب‌دیده پارس جنوبی، پس از پذیرش از سوی بانک‌ها، می‌توانند خارج از نوبت در صندوق توسعه ملی بررسی و تأمین مالی شوند.

صالح با اشاره به نقش رسانه‌ها در انعکاس اقدامات صندوق توسعه ملی اظهار کرد: یکی از کارهایی که در دستور کار صندوق قرار گرفت، کمک به بازسازی خسارت‌هایی بود که دشمن به کشور تحمیل کرده است و برای اینکه صندوق نیز از این موضوع عقب نماند، هیئت عامل صندوق به ریاست آقای دکتر غریب، تصمیماتی را در این زمینه اتخاذ کرد. بر اساس این تصمیم، پروژه‌هایی که مربوط به بازسازی هستند، در صورتی که بانک‌ها آنها را پذیرش کنند، صندوق توسعه ملی آمادگی دارد نسبت به تأمین مالی آنها اقدام کند.

به ثبات سیاست‌ها، پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد و امنیت سرمایه اطمینان داشته باشد. بنابراین، انضباط اقتصادی تنها به معنای کنترل هزینه‌های دولت نیست؛ بلکه ایجاد محیطی باثبات و قابل پیش‌بینی برای تصمیم‌گیری اقتصادی را نیز در بر می‌گیرد. اصلاحات اقتصادی البته محدود به حوزه اقتصاد باقی نمی‌ماند. هنگامی که نظام بودجه‌ریزی بر پایه عملکرد استوار شود، پاسخگویی مدیران افزایش می‌یابد. زمانی که ثبات در سیاست‌های اقتصادی برقرار باشد، قانون‌گذاری نیز از شتاب‌زدگی فاصله می‌گیرد و شفافیت حقوقی تقویت می‌شود. همچنین هنگامی که پیام‌های اقتصادی رفتارهای مسئولانه، بهره‌وری و آینده‌نگری را تشویق کنند، فرهنگ عمومی نیز به تدریج در مسیر مصرف بهینه، سرمایه‌گذاری مولد و حفظ منابع ملی تغییر خواهد کرد. امروز بیش از هر زمان دیگری، اقتصاد ایران به یک تغییر پارادایم نیاز دارد؛ تغییری که محور آن اعتماد به ظرفیت‌های ملی، انضباط در سیاست‌گذاری و اصلاح ساختار انگیزه‌ها باشد. تجربه موفق کشور در حوزه‌های علمی و فناوری ثابت کرده است

نزولی شدن رشد سالانه مصرف برق در کشور

وزیر نیرو، با اشاره به رشد فزاینده استخراج غیرمجاز رمزارز، از افزایش پاداش گزارش هر ماینر غیرمجاز به ۳ میلیون تومان خبر داد و گفت: برای اولین بار روند رشد سالانه مصرف برق در کشور نزولی شد و امیدواریم این روند با همراهی رسانه‌ها و همدلی مردم ادامه پیدا کند.

به گزارش ایسنا، مراسم گرامیداشت روز خبرنگار با حضور عباس علی‌آبادی، وزیر نیرو...

کسری دولت، صورت حساب مردم

فرصت امروز: کسری بودجه در ظاهر یک مفهوم حسابداری است. دولت برای یک سال مقدار مشخصی درآمد و هزینه پیش‌بینی می‌کند و اگر درآمدها کمتر از هزینه‌ها باشد، با کسری روبه‌رو می‌شود. این تعریف ساده ممکن است چنین تصور ایجاد کند که کسری بودجه مسئله‌ای میان سازمان برنامه، وزارت اقتصاد و بانک مرکزی است و ارتباط مستقیمی با زندگی روزمره خانوار ندارد. اما واقعیت کاملاً متفاوت است. کسری بودجه می‌تواند از سفره خانوار تا قیمت مسکن، نرخ ارز، هزینه تولید و ارزش پس‌انداز مردم اثر بگذارد. اگر روش تأمین این کسری به افزایش پایه پولی و نقدینگی منجر شود، هزینه آن به شکل تورم میان میلیون‌ها نفر توزیع خواهد شد. به همین دلیل است که اقتصاددانان از مفهوم «مالیات تورمی» استفاده می‌کنند...

۱۵۵ هزار خودرو در چهار ماه فروخته شد

افت ۳۴ درصدی فروش خودروسازان

مدیریت و کسبوکار

از خوب به عالی در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

بازاریابی با محتوای بصری حال و هوای خاص خودش را دارد. در دنیایی که اغلب مردم دائم‌ا عجله دارند، سرمایه‌گذاری بر روی محتوای دیداری ایده جذابی محسوب می‌شود. احتمالاً شما هم این جمله معروف که یک عکس به اندازه هزاران کلمه معنا در خودش دارد، شنیده‌اید. خب در این صورت خیلی خوب ایده پشت محتوای بصری را درک خواهید کرد. این در حالی است که توسعه فناوری و به طور مشخص افزایش سرعت اینترنت به کمک تولیدکنندگان محتوا آمده است. اینکه ویدئو و عکس جذابیت زیادی برای مخاطب دارد، به تنهایی رمز موفقیت یک برند محسوب نمی‌شود. خب اگر شما نتوانید محتوایی جذاب پیش روی مخاطب قرار دهید، آن وقت فرصت محتوا دیگر اهمیتی نخواهد داشت. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از فرصت مناسب است. به طوری که شما فرصت خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در این میان داشته باشید. البته...

عضو هیئت عامل صندوق توسعه ملی ادامه داد: در همین راستا، دو بانک برای تأمین مالی دو فاز از پارس جنوبی که مورد حمله دشمن قرار گرفته بودند، اعلام آمادگی کرده‌اند.

صالح با بیان اینکه صندوق توسعه ملی تلاش می‌کند فرآیند تأمین مالی این پروژه‌ها در مسیر طولانی قرار نگیرد، گفت: برای هر دو بانک، در سقف اعتباراتی که در هیئت عامل برای آنها در نظر گرفته شده، این آمادگی را اعلام کرده‌ایم که پروژه‌هایی را که پذیرش می‌کنند، در سقف اعتبارات و تسهیلات کوتاه‌مدت با قرارداد کوتاه‌مدت برای صندوق ارسال کنند.

وی درباره برآورد اولیه هزینه بازسازی یکی از این پروژه‌ها اظهار کرد: برآورد اولیه‌ای که بانک تجارت انجام داده، بین ۳۰۰ تا ۳۴۵ میلیون دلار است که البته باید پروژه را بررسی و نتیجه را برای صندوق ارسال کند.

کمک به بازسازی آسیب‌های پارس جنوبی در کوتاه‌ترین زمان

عضو هیئت عامل صندوق توسعه ملی تأکید کرد: ما به بانک‌ها قول داده‌ایم اگر پروژه‌ها به‌صورت کامل، دقیق و با مبلغ درست به صندوق ارائه شوند، حداکثر ظرف دو هفته نسبت به بررسی و اعلام نتیجه آنها اقدام کنیم.

صالح خاطرنشان کرد: برای تسریع در روند بررسی، جلسات کمیته کارشناسی خارج از نوبت برگزار خواهد شد و جلسات هیئت عامل نیز حتی اگر در روز تعطیل باشد، تشکیل می‌شود تا در اولین فرصت، مسدودی اعتبار پروژه‌ها به بانک مرکزی اعلام شود. وی افزود: در حال حاضر امیدواریم بانک تجارت و بانک شهر هر زمان پروژه کامل را به دکتر محمدی، معاون بانک و تأمین مالی صندوق، ارائه دهند، صندوق بتواند ظرف ۴۸ ساعت تمامی مراحل مربوط به بررسی و نهایی‌سازی آن را انجام دهد و نامه مسدودی اعتبار را به بانک مرکزی اعلام کند. صالح در پایان گفت: هدف صندوق توسعه ملی این است که با کوتاه کردن فرآیندهای اداری، تأمین مالی پروژه‌های بازسازی را در سریع‌ترین زمان ممکن انجام دهد تا روند بازسازی فازهای آسیب‌دیده پارس جنوبی با سرعت بیشتری دنبال شود.

که هرگاه هدف‌گذاری روشن، مدیریت کارآمد و اعتماد به سرمایه انسانی در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند، محدودیت‌ها به فرصت تبدیل شده‌اند. اقتصاد نیز از این قاعده مستثنا نیست. اگر حمایت‌های اقتصادی از حالت دائمی و رانتی خارج شده و به حمایت‌های هوشمند، زمان‌دار و مبتنی بر عملکرد تبدیل شوند، اگر انحصارها جای خود را به رقابت بدهند، اگر ثبات اقتصادی مبنای تصمیم‌گیری قرار گیرد و اگر بخش خصوصی واقعی میدان‌دار تولید و نوآوری شود، اقتصاد ایران می‌تواند با تکیه بر سرمایه انسانی، منابع غنی و ظرفیت‌های گسترده داخلی، مسیر رشد پایدار را با شتاب بیشتری طی کند. اقتدار اقتصادی، پیش از آنکه محصول افزایش درآمد‌ها باشد، نتیجه کیفیت حکمرانی است. خودباوری ملی زمانی به ثمر می‌نشیند که با انضباط اقتصادی، شفافیت، رقابت و بهره‌وری همراه شود. آینده اقتصاد ایران نه در گسترش رانت، بلکه در آزادسازی ظرفیت‌های ملی، اعتماد به مردم و استقرار حکمرانی هوشمند اقتصادی رقم خواهد خورد.

رسانه‌ها جلوه‌های ایثار کارکنان صنعت نفت را منعکس کردند

وزیر نفت ضمن قدردانی از مجاهدت اصحاب رسانه در روزهای سخت جنگ و تحریم، نقش آنان را در انعکاس مقاومت ملت ایران و ایثار کارکنان صنعت نفت در تداوم تولید و تأمین انرژی کشور برجسته دانست و تأکید کرد: رسانه‌ها جلوه‌های این تلاش و خدمت‌رسانی را به جامعه منعکس کردند. به گزارش ایسنا، در متن پیام تبریک محسن پاک‌نژاد به مناسبت روز خبرنگار آمده است: «امسال روز خبرنگار در شرایطی گرمای داشته می‌شود که ملت ایران در جنگ تحمیلی رمضان وهم‌زمان با تحریم‌های ظالمانه مقاومت و وحدت خود را درخشان‌تر از پیش به نمایش گذاشتند. شهادت قائد امت، رهبر شهید انقلاب اسلامی و جمعی از فرماندهان، دانشمندان و دولتمردان، دافی بزرگ بر دل‌ها نهاد، اما عزم ملی را استوارتر ساخت. در این روزهای سخت، اصحاب رسانه با انعکاس رخ ملت، ثبت شکوه مقاومت و افشای جنایات دشمن، اجازه ندادند حقیقت در ایران عزیز پنهان بماند و این نقش، جلوهٔ مسئولیت حرفه‌ای و تعهد ملی آنان بود که جهانیان را نسبت به آن اتفاقات مهم در کشورمان آگاه ساخت. کارکنان صنعت نفت نیز تحت زعامت رهبر معظم انقلاب اسلامی و رهنمودهای رییس جمهور دلسوزمان با وجود جنگ، تحریم و محاصره در دریا و خشکی، شبانه‌روز برای تداوم تولید و تأمین انرژی کشور جان‌فشانی کرده و خدمت‌رسانی به مردم را هرگز متوقف نکردند و این حجم از ایثار و همراهی به لطف هنر بیان شما فعالان حوزه رسانه با وجود محدودیت‌ها به دلیل شرایط خاص کشور تشریح و منعکس شد.

اینجانب ضمن گرامیداشت یاد شهدای والا مقام، به‌ویژه شهدای رسانه، روز خبرنگار را به شما فرهیختگان صمیمانه تبریک عرض نموده و از مجاهدت هایتان قدردانی می‌کنم.»

توضیح شرکت آب و فاضلاب درباره قبوض آب در تابستان

افزایش رقم قبض برخی مشترکان در ماه‌های اخیر لزوماً به معنای افزایش نرخ آب‌بها نیست و می‌تواند ناشی از افزایش میزان مصرف، قرار گرفتن در پله‌های بالاتر مصرف و یا عوامل فنی مرتبط با نحوه نصب و استفاده از تجهیزات باشد. به گزارش ایسنا، در پی طرح برخی پرسش‌ها و مطالبات منتشرشده در رسانه‌ها فضای مجازی درباره افزایش رقم قبوض آب در تابستان امسال، روابط عمومی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور اعلام کرد: در ابتدای سال جاری، همانند سال‌های گذشته، نرخ آب‌بها و تعرفه‌های مربوطه اعلام و ابلاغ شده است و هیچ افزایش قیمت دیگری خارج از چارچوب تعرفه‌های مصوب در طول سال اعمال نشده است. بنابراین افزایش رقم قبض برخی مشترکان در ماه‌های اخیر لزوماً به معنای افزایش نرخ آب‌بها نیست و می‌تواند ناشی از افزایش میزان مصرف، قرار گرفتن در پله‌های بالاتر مصرف و یا عوامل فنی مرتبط با نحوه نصب و استفاده از تجهیزات باشد.

یکی از موارد قابل توجه، استفاده نادرست از پمپ و مخزن ذخیره آب است. در برخی موارد، مشترکان پمپ را به‌صورت مستقیم به کنتور آب متصل می‌کنند. این شیوه نصب می‌تواند موجب ایجاد مکش و ورود هوا به شبکه داخلی و در نتیجه ثبت نادرست حجم آب عبوری از کنتور شود. از این رو ضروری است پمپ آب پس از مخزن ذخیره و مطابق ضوابط فنی نصب شود و از اتصال مستقیم پمپ به کنتور خودداری شود.

از سوی دیگر، بررسی الگوی مصرف نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از مشترکان، به‌ویژه در ماه‌های گرم سال، بیش از الگوی استاندارد تعیین‌شده، آب مصرف می‌کنند و در گروه‌های پرمصرف و بدمصرف قرار می‌گیرند. بدیهی است افزایش میزان مصرف، به‌ویژه عبور از الگوی متعارف، مستقیماً بر رقم نهایی قبض اثرگذار خواهد بود.

آب‌بهای مشترکان به‌صورت پلکانی محاسبه می‌شود؛ به این معنا که با افزایش مصرف و ورود به پله‌های بالاتر، نرخ آب‌بهای بخش‌های مازاد مصرف نیز افزایش می‌یابد. بنابراین در صورت رعایت‌نشدن الگوی مصرف، افزایش میزان مصرف به‌طور طبیعی موجب افزایش رقم قبض خواهد شد. روابط عمومی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور تأکید می‌کند که کنترل و مدیریت مصرف آب، علاوه بر کمک به پایداری تأمین آب در شرایط کنونی، می‌تواند نقش مستقیمی در کاهش هزینه قبض مشترکان داشته باشد.

مشترکان در صورت مشاهده افزایش غیرمتعارف در رقم قبض خود می‌توانند موضوع را از طریق شرکت‌های آب و فاضلاب و سامانه‌های ارتباطی ۱۲۲ پیگیری کنند تا موارد احتمالی از نظر میزان مصرف و وضعیت کنتور بررسی شود.

گندم ایرانی در اغلب شاخص‌های کیفی نمره مطلوب گرفت

گزارش تحلیلی کیفیت گندم تولید داخل با بررسی حدود ۲۰۰ نمونه آزمایشگاهی نشان می‌دهد گندم ایرانی در اغلب شاخص‌های کمی و کیفی از وضعیت مطلوبی برخوردار است؛ با این حال، معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی محدودیت دسترسی به ژنوم‌ها و ارقام جدید را از موانع ارتقای بیشتر کیفیت گلوتن گندم عنوان کرد.

به گزارش ایسنا، بر اساس اعلام وزارت جهاد کشاورزی، مجید آنجنفی در جلسه شورای معاونین و مدیران وزارت جهاد کشاورزی که روز شنبه، ۱۷ مردادماه برگزار شد، توضیح داد: گزارش تحلیلی کیفیت گندم، مطابق دستور پیشین معاونت، به‌صورت مکتوب ارائه شده و جدول نهایی این گزارش مبنای ارزیابی امروز قرار گرفته است.

او با بیان اینکه حدود ۲۰۰ نمونه آزمایشگاهی که در مراکز استاندارد و شرکت بازرگانی دولتی ایران بررسی شده است، گفت: کیفیت گندم تولیدی کشور در اغلب شاخص‌های کمی و کیفی در وضعیت مطلوب قرار دارد. وزن هزار دانه در محدوده دانه‌های متوسط، وزن هکتولیت در سطح «بسیار خوب» و میزان پروتئین در مرز «متوسط تا قوی» قرار گرفته است. گلوتن مرطوب در محدوده «خوب تا خیلی خوب» ارزیابی شده و ارتفاع رسوب نیز «بسیار قوی» گزارش شده است.

معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی درباره کیفیت گلوتن گندم توضیح داد که محدودیت در مبادله ژن پلاسم با مؤسسات تحقیقاتی بین‌المللی، مانع ارتقای بیشتر کیفیت گلوتن شده، و برای رفع این نقص، کشور نیازمند دسترسی به ژنوم‌ها و ارقام جدید گندم است. وی با اشاره به آغاز سال زراعی جدید، از روستای سازمان‌های جهاد کشاورزی استان‌ها خواست کمیته‌های فنی بدر و کود را با جدیت بیشتری فعال کنند. تذکر نهاده‌ها برای سال دوم متوالی از مردادماه آغاز شده و در حوزه توزیع نهاده‌ها مشکلی وجود ندارد. آنجنفی از «تحول در نظام قیمت‌گذاری و ساماندهی پارانه‌ها» به‌عنوان یکی از عوامل اثرگذار بر بهبود کیفیت و تنوع تولید یاد کرد و گفت: این تغییرات، به‌ویژه در حوزه دانه‌های روغنی، چشم‌انداز مثبتی ایجاد کرده است.

کسری دولت، صورت‌حساب مردم

فرصت امروز: کسری بودجه در ظاهر یک مفهوم حسابداری است. دولت برای یک سال مقدار مشخصی درآمد و هزینه پیش‌بینی می‌کند و اگر درآمدها کمتر از هزینه‌ها باشد، با کسری روبه‌رو می‌شود. این تعریف ساده ممکن است چنین تصور ایجاد کند که کسری بودجه مسئله‌ای میان سازمان برنامه، وزارت اقتصاد و بانک مرکزی است و ارتباط مستقیمی با زندگی روزمره خانوار ندارد. اما واقعیت کاملاً متفاوت است.

کسری بودجه می‌تواند از سفره خانوار تا قیمت مسکن، نرخ ارز، هزینه تولید و ارزش پس‌انداز مردم اثر بگذارد. اگر روش تأمین این کسری به افزایش پایه پولی و نقدینگی منجر شود، هزینه آن به شکل تورم میان میلیون‌ها نفر توزیع خواهد شد.

به همین دلیل است که اقتصاددانان از مفهوم «مالیات تورمی» استفاده می‌کنند.

دولت برای دریافت مالیات معمولی باید نرخ و پایه مالیاتی را تعیین کند و از مردم و بنگاه‌ها پول بگیرد. اما تورم بدون ارسال قبض مالیاتی، بخشی از قدرت خرید پول مردم را کاهش می‌دهد.

اگر فردی ۱۰۰ میلیون تومان پس‌انداز نقدی داشته باشد و سطح عمومی قیمت‌ها در یک سال ۳۰ درصد افزایش پیدا کند، عدد حساب بانکی او ممکن است همچنان ۱۰۰ میلیون تومان باشد، اما مقدار کالایی که می‌تواند با آن بخرد به شکل محسوسی کاهش یافته است.

این کاهش قدرت خرید، هزینه‌ای واقعی است.

بنابراین کسری بودجه فقط عددی در جداول مالی دولت نیست. اگر به شیوه نامناسب تأمین شود، صورت‌حساب آن در نهایت به مردم خواهد رسید.

کسری بودجه چگونه به تورم می‌رسد؟

برای فهم این فرآیند باید مسیر انتقال کسری را دنبال کرد.

دولت هزینه‌های مختلفی دارد؛ حقوق کارکنان، بازنشستگی، یارانه، پروژه‌های عمرانی، سلامت، آموزش، دفاع و ده‌ها ردیف دیگر. در مقابل، درآمدهایی از مالیات، فروش نفت، واگذاری دارایی و سایر منابع دریافت می‌کند.

اگر درآمدها واقعی کمتر از هزینه باشد، دولت باید فاصله را از جایی تأمین کند.

یکی از راه‌ها انتشار اوراق بدهی است. در این روش دولت از بازار پول قرض می‌گیرد و متعهد می‌شود در آینده اصل و سود آن را پرداخت کند. اگر بازار ظرفیت کافی داشته باشد، این روش می‌تواند نسبت به تأمین مستقیم پولی کم‌تورم‌تر باشد.

اما بدهی نیز رایگان نیست. هر اوراقی که امروز منتشر می‌شود، برای بودجه سال‌های بعد تعهد ایجاد می‌کند. اگر بدهی سریع‌تر از درآمد دولت رشد کند، بخش بزرگ‌تری از بودجه آینده باید صرف پرداخت سود و اصل بدهی شود.

روش دیگر استفاده از شبکه بانکی است.

ممکن است دولت مستقیماً از بانک مرکزی استقراض کند، اما بانک‌ها منابع مورد نیاز دولت یا شرکت‌های دولتی را تأمین کنند و سپس برای جبران کمبود نقدینگی به بانک مرکزی وابسته شوند.

در این حالت، مسیر طولانی‌تر شده اما نتیجه می‌تواند مشابه باشد: افزایش پایه پولی و رشد نقدینگی.

شرکت‌های دولتی نیز بخشی از این زنجیره‌اند. اگر یک شرکت زیان‌ده برای ادامه فعالیت از بانک تسهیلات بگیرد و توان بازپرداخت نداشته باشد، بخشی از ناترازی آن به نظام بانکی منتقل می‌شود.

به همین دلیل، رابطه کسری بودجه، ناترازی بانک‌ها و تورم بسیار پیچیده‌تر از چاپ مستقیم اسکناس است.

امروزه پول عمدتاً به شکل سیره بانکی ایجاد می‌شود. بنابراین برای کنترل تورم فقط نباید به حساب دولت نزد بانک مرکزی نگاه کرد؛ کیفیت ترازنامه بانک‌ها و نحوه تأمین مالی دولت نیز اهمیت دارد.

مالیات تورمی؛ مالیاتی که فقرا بیشتر احساس می‌کنند

تورم برای همه افراد جامعه یکسان نیست.

خانواری که بخش عمده درآمد خود را صرف خوراک، اجاره و حمل‌ونقل می‌کند، افزایش قیمت این اقلام را بسیار سریع‌تر احساس می‌کند. در مقابل، فردی که بخش بزرگی از دارایی خود را در مسکن، سهام، طلا یا ارز نگهداری کرده ممکن است بخشی از اثر تورم را از طریق افزایش قیمت دارایی جبران کند.

این تفاوت باعث می‌شود مالیات تورمی در عمل اثر توزیعی نامتوازنی داشته باشد.

حقوق‌بگیران نیز معمولاً با تأخیر در برابر تورم واکنش نشان می‌دهند. قیمت کالا ممکن است در طول سال چند بار افزایش پیدا کند، اما حقوق کارمند یا

کارگر معمولاً سالی یک بار اصلاح می‌شود.

اگر تورم از رشد دستمزد بیشتر باشد، درآمد واقعی کاهش پیدا می‌کند.

برای مثال، اگر حقوق فردی ۲۰ درصد افزایش یابد اما هزینه زندگی ۳۰ درصد بالا برود، او روی کاغذ درآمد بیشتری دارد اما در عمل فقیرتر شده است.

بازنشستگان، مستمری‌بگیران و افرادی که درآمد ثابت دارند بیش از دیگران با این مشکل روبه‌رو هستند.

تورم همچنین پس‌انداز نقدی را جریمه می‌کند. خانواده‌ای که سال‌ها برای خرید خانه یا تأمین هزینه تحصیل فرزند پول پس‌انداز کرده، ممکن است در یک دوره تورمی بخش بزرگی از قدرت خرید پس‌انداز خود را از دست بدهد.



به همین دلیل، تورم فقط افزایش قیمت نیست؛ انتقال ثروت نیز هست. ثروت از کسانی که دارایی نقدی و درآمد ثابت دارند به سمت کسانی منتقل می‌شود که دارایی‌هایی در اختیار دارند که قیمت آنها همراه تورم افزایش پیدا می‌کند یا بدهی‌هایی دارند که ارزش واقعی آنها کاهش می‌یابد.

این یکی از دلایلی است که تورم مزمن می‌تواند نابرابری را تشدید کند.

رابطه کسری بودجه و تورم یک‌طرفه نیست.

کسری می‌تواند تورم ایجاد کند، اما تورم نیز قادر است کسری کسری جدیدی بسازد.

فرض کنیم دولت برای پرداخت حقوق کارکنان در بودجه مبلغ مشخصی تعیین کرده است. اگر قیمت‌ها به‌شدت افزایش پیدا کند، کارکنان برای حفظ قدرت خرید خواستار افزایش حقوق خواهند شد.

هزینه اجرای پروژه‌های عمرانی نیز بالا می‌رود. پروژه‌ای که در ابتدای سال هزار میلیارد تومان برآورد شده ممکن است چند ماه بعد به منابع بیشتری نیاز داشته باشد.

هزینه خرید دارو، تجهیزات، مواد غذایی و سایر کالاهای مورد نیاز دستگاه‌های دولتی نیز افزایش پیدا می‌کند.

بنابراین هزینه‌های دولت با تورم رشد می‌کند.

در سمت درآمد نیز شرایط همیشه به همان اندازه بهبود پیدا نمی‌کند. بخشی از درآمد مالیاتی ممکن است با تأخیر وصول شود و ارزش واقعی آن کاهش یابد. رکود ناشی از تورم نیز می‌تواند سود شرکت‌ها و پایه مالیاتی را تحت فشار قرار دهد.

نتیجه، چرخه‌ای خطرناک است:

کسری بودجه فشار پولی ایجاد می‌کند، فشار پولی تورم را افزایش می‌دهد، تورم هزینه دولت را بالا می‌برد و افزایش هزینه‌ها دوباره کسری ایجاد می‌کند.

شکستن این چرخه یکی از دشوارترین وظایف سیاست اقتصادی است.

آیا می‌توان کسری را بدون فشار تورمی تأمین کرد؟

تقریباً همه دولت‌های جهان در برخی سال‌ها کسری بودجه دارند. بنابراین وجود کسری به خودی خود نشانه بحران نیست.

تفاوت اصلی در اندازه کسری، دلیل ایجاد آن و روش تأمین مالی است.

اگر دولت برای اجرای یک پروژه زیرساختی مولد اوراق منتشر کند و پروژه

در آینده رشد اقتصادی و درآمد ایجاد کند، بدهی می‌تواند قابل مدیریت باشد. اما اگر دولت برای پرداخت هزینه‌های جاری دائمی قرض بگیرد، بدون آنکه درآمد آینده افزایش پیدا کند، بدهی هر سال بزرگ‌تر خواهد شد.

نخستین راه اصلاح، واقعی کردن بودجه است.

درآمد نفت، مالیات و واگذاری دارایی نباید بیش از حد خوش‌بینانه پیش‌بینی شود. بودجه‌ای که از روز اول با درآمدهای غیرقابل تحقق بسته

شود، عملاً کسری را از ابتدا در خود پنهان کرده است.

راه دوم، کنترل رشد هزینه‌های دائمی است.

هر تصمیمی که یک تعهد مستمر برای دولت ایجاد می‌کند باید منبع مالی پایدار داشته باشد. ایجاد مزایا، استخدام گسترده یا طرح حمایتی بدون مشخص کردن منبع، ممکن است در سال نخست قابل تأمین باشد اما در سال‌های بعد به کسری ساختاری تبدیل شود.

راه سوم، اصلاح شرکت‌های دولتی است.

بخش بزرگی از اقتصاد در اختیار شرکت‌هایی است که بودجه بسیار بزرگی دارند. اگر شرکت دولتی زیان‌ده باشد و زیان آن از بانک یا بودجه جبران شود، در نهایت هزینه به اقتصاد منتقل خواهد شد.

شفافیت صورت‌های مالی و تعیین تکلیف شرکت‌های مزمن زیان‌ده یکی از مهم‌ترین اصلاحات مالی است.

راه چهارم، اصلاح پارانه‌ها با ملاحظه آثار اجتماعی است.

اقتصاد ایران حجم بزرگی از پارانه‌های آشکار و پنهان دارد. بخشی از این حمایت‌ها به دلیل ساختار مصرف، بیشتر به گروه‌های پردرآمد می‌رسد.

اصلاح پارانه‌ها می‌تواند منابع بودجه را آزاد کند، اما اگر بدون حمایت مستقیم از دهک‌های پایین انجام شود، فشار معیشتی شدیدی ایجاد خواهد کرد.

بنابراین اصلاح باید تدریجی، شفاف و همراه با جبران هدفمند باشد.

مردم باید بدانند هزینه تصمیم‌ها چقدر است

یکی از مشکلات سیاست مالی، فاصله میان تصمیم اقتصادی و هزینه آن برای جامعه است.

وقتی دولت یک طرح جدید اعلام می‌کند، معمولاً درباره تعداد مشمولان و مزایای آن صحبت می‌شود، اما کمتر گفته می‌شود این برنامه در سال چه مقدار هزینه دارد و منابع آن دقیقاً از کجا تأمین خواهد شد.

همین مسئله درباره افزایش حقوق، یارانه، پروژه‌های عمرانی و تسهیلات تکلیفی نیز وجود دارد.

در حالی که هیچ هزینه دولتی رایگان نیست.

دولت برای هر ریال هزینه باید یا مالیات دریافت کند، نفت بفروشد، دارایی واگذرا کند، بدهی ایجاد کند یا از مسیری به منابع پولی دسترسی پیدا کند.

هرکدام از این گزینه‌ها هزینه‌ای دارد.

شفافیت بودجه باید به جایی برسد که شهروند بتواند رابطه میان یک سیاست و منبع تأمین آن را ببیند.

اگر قرار است طرحی چندصد هزار میلیارد تومان هزینه داشته باشد، دولت باید هم‌زمان اعلام کند این مبلغ از کدام ردیف درآمدی تأمین می‌شود.

این شفافیت حتی کیفیت تصمیم‌گیری سیاسی را نیز افزایش می‌دهد. زمانی که هزینه واقعی یک وعده مشخص باشد، تصویب تعهدات بدون منبع دشوارتر خواهد شد.

در نهایت، کنترل تورم فقط وظیفه بانک مرکزی نیست.

بانک مرکزی می‌تواند نرخ سود را تغییر دهد، رشد ترازنامه بانک‌ها را محدود کند و سیاست پولی انقباضی اجرا کند. اما اگر بودجه دولت دائماً کسری بزرگ ایجاد کند، سیاست پولی تحت فشار خواهد بود.

مهار پایدار تورم نیازمند هماهنگی سیاست پولی و مالی است.

دولت باید انقباض بودجه‌ای داشته باشد و بانک مرکزی نیز اجازه ندهد ناترازی دولت و بانک‌ها به رشد بی‌ضابطه پول تبدیل شود.

کسری بودجه ممکن است در جدول‌های چندصفحه‌ای بودجه پنهان شود، اما اثر آن در نهایت کاملاً قابل مشاهده است: در قیمت مواد غذایی، اجاره

خانه، نرخ ارز و ارزش حقوق ماهانه.

به همین دلیل، شاید بهتر باشد هنگام بحث درباره کسری بودجه از یک سؤال ساده شروع کنیم: چه کسی هزینه آن را پرداخت خواهد کرد؟

اگر منبع پایدار وجود نداشته باشد و کسری به رشد پول منتهی شود، پاسخ روشن است. قبضی صادر نمی‌شود و مبلغی مستقیماً از حساب مردم برداشت نمی‌شود؛ اما هر بار که با همان حقوق می‌توانند کالای کمتری بخرند، بخشی از صورت‌حساب پرداخت شده است.

کسری دولت، دیر یا زود به صورت‌حساب مردم تبدیل می‌شود.

۱۵۵ هزار خودرو در چهار ماه فروخته شد

افت ۳۴ درصدی فروش خودروسازان

سال گذشته به ۲۸ هزار و ۷۵۷ دستگاه در مدت مشابه امسال کاهش یافته و حدود ۳۲ درصد افت کرده است.

فروش دنا نیز از ۲۴ هزار و ۵۲۹ دستگاه در چهار ماه نخست سال ۱۴۰۴ به ۱۶ هزار و ۶۵۹ دستگاه در مدت مشابه امسال رسیده و کاهش حدود ۳۲ درصدی را ثبت کرده است.

فروش تارا نیز از ۲۳ هزار و ۷۶۳ دستگاه در چهار ماه نخست سال گذشته به ۱۷ هزار و ۸۰۵ دستگاه در مدت مشابه امسال کاهش یافته که افتی نزدیک به ۲۵ درصد را نشان می‌دهد.

در مقابل، فروش رانا از ۲ هزار و ۸۰۱ دستگاه در مدت مشابه سال گذشته به ۴ هزار و ۴۸۰ دستگاه در چهار ماه نخست امسال افزایش یافته است. فروش هایما نیز از ۴ هزار و ۷۹۸ دستگاه به ۲ هزار و ۴۴۰ دستگاه کاهش یافته است.

افت ۴۴ درصدی فروش سایپا

سایپا در چهار ماه نخست امسال ۳۵ هزار و ۵۵۹ دستگاه خودرو در بازار داخلی فروخته است؛ در حالی که فروش این شرکت در مدت مشابه سال گذشته ۶۳ هزار و ۴۰ درصدی بود که کاهش حدود ۴۹ درصدی را نشان می‌دهد.

فروش شاهین نیز از ۱۰ هزار و ۲۷۱ دستگاه در چهار ماه نخست سال گذشته به ۷ هزار و ۱۷۵ دستگاه در مدت مشابه امسال کاهش یافته و حدود ۳۰ درصد افت کرده است.

فروش وانت ۱۵۱ نیز از ۸ هزار و ۲۰۹ دستگاه در چهار ماه نخست سال ۱۴۰۴ به ۷ هزار و ۲۱۷ دستگاه در مدت مشابه امسال رسیده که

اخبار

رشد ۱۱۲ هزار واحدی شاخص کل بورس؛ فتح قله ۵.۵ میلیون واحدی

بازار سرمایه امروز شنبه ۱۷ مرداد با رشد ۱۱۲ هزار واحدی شاخص کل همراه بود و توانست با قدرت از کانال ۵.۵ میلیون واحد عبور کند.
به گزارش خبرنگار مهر به نقل از بورس اوراق بهادار تهران، بازار سرمایه در معاملات امروز شنبه ۱۷ مردامه ۱۴۰۵، روندی صعودی را تجربه کرد و شاخص‌های اصلی بازار با جهشی قابل‌توجه به کار خود پایان دادند.
بر اساس داده‌های معاملاتی، شاخص کل بورس با صعود ۱۱۲ هزار و ۴۳۸ واحدی، در نهایت در سطح ۵ میلیون و ۵۲۰ هزار و ۳۴۰ واحد ایستاد. شاخص کل هموزن نیز با ثبت رشد ۳۹ هزار و ۳۵ واحدی، به عدد یک میلیون و ۵۷۳ هزار و ۵۹۶ واحد رسید.
در این روز معاملاتی، فعالان بازار ۴۱۵ هزار و ۴۴۵ نوبت معامله را به ثبت رساندند که ارزش این معاملات بالغ بر ۳۳۰ هزار و ۶۵۴ میلیارد ریال و حجم آن برابر با ۵۸ میلیارد و ۹۷۵ میلیون سهم گزارش شده است. همچنین ارزش کل بازار سرمایه در پایان معاملات امروز به بیش از ۱۵۸ هزار تریلیون ریال رسید.

توسعه خورشیدی‌ها با وجود یک مانع جدی / تجهیزات تأمین می‌شود؟

در حالی ظرفیت نیروگاه‌های تجدیدپذیر کشور طی کمتر از دو سال رشد قابل‌توجهی داشته و برنامه افزایش آن تا ۱۲ هزار مگاوات تا پایان سال دنبال می‌شود، تأمین تجهیزات همچنان به‌عنوان مهم‌ترین چالش توسعه نیروگاه‌های خورشیدی مطرح است؛ چالشی که رفع آن می‌تواند سرعت اجرای پروژه‌ها را افزایش دهد.

به گزارش ایسنا، با توجه به محدودیت منابع انرژی فسیلی و ضرورت کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر به یکی از محورهای اصلی سیاست‌گذاری انرژی در کشور تبدیل شده است. ایران با برخورداری از ظرفیت‌های قابل توجه در حوزه انرژی خورشیدی و بادی، می‌تواند از این منابع برای تأمین پایدار برق، کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی و حفاظت از محیط زیست بهره‌برداری کند.

برآوردها نشان می‌دهد هر یک مگاوات نیروگاه خورشیدی می‌تواند سالانه حدود ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ مگاوات ساعت برق تولید کند و از انتشار صدها تن دی‌اکسید کربن جلوگیری کند.

در حال حاضر حدود ۴ تا ۵ درصد برق مورد نیاز کشور از طریق منابع تجدیدپذیر تأمین می‌شود و برنامه‌ریزی‌ها بر افزایش این سهم به بیش از ۱۰ درصد تا پایان دولت چهاردهم متمرکز است. در همین راستا، تأمین منابع مالی مورد نیاز طرح‌های توسعه‌ای از طریق حمایت‌های دولتی و ظرفیت‌های صندوق توسعه ملی در دستور کار قرار گرفته است.

طبق گفته محسن طرزلطب، معاون وزیر نیرو، ظرفیت نیروگاه‌های تجدیدپذیر کشور در کمتر از دو سال از یک‌هزار و ۲۲۵ مگاوات به حدود پنج‌هزار و ۵۰۰ مگاوات رسیده و برنامه‌ریزی شده است تا پایان سال این ظرفیت به ۱۲ هزار مگاوات افزایش یابد.

با این حال، افزایش ظرفیت نیروگاه‌های تجدیدپذیر در کشور در کنار رشد قابل توجه، همچنان با موانعی همراه است. در این میان، موضوع تأمین زمین که پیش‌تر یکی از چالش‌های توسعه نیروگاه‌های خورشیدی محسوب می‌شد، با انجام مطالعات گسترده برای شناسایی ساختگاه‌های مناسب تا حد زیادی برطرف شده است و اکنون تأمین تجهیزات در صدر موانع قرار گرفته است.
آن‌طور که مجری طرح نیازهای خورشیدی سساتیا اعلام کرده، محدودیت‌های موجود در تأمین تجهیزات مهم‌ترین چالش فعلی توسعه نیروگاه‌های خورشیدی است. این در حالی است که اجرای پروژه‌ها با اتکا به توان پیمانکاران داخلی بومی‌سازی شده و از این منظر مانعی برای اجرای طرح‌ها وجود ندارد.
بر همین اساس، در صورت تأمین به‌موقع تجهیزات مورد نیاز، ظرفیت اجرای پروژه‌های نیروگاهی در کشور فراهم است و می‌توان انتظار داشت روند احداث نیروگاه‌های خورشیدی با سرعت بیشتری ادامه پیدا کند.

در کنار تجهیزات، تأمین مالی نیز از جمله موضوعاتی است که می‌تواند بر سرعت اجرای برنامه‌های توسعه تجدیدپذیرها اثرگذار باشد اگرچه با توجه به شرایط سختی که کشور در دوره اخیر و شرایط جنگی پشت سر گذاشته است، انتظارات در حوزه هزینه مالی این مناسب با این شرایط باشد. با این حال، قرار گرفتن انرژی‌های تجدیدپذیر در میان اولویت‌های اصلی، می‌تواند زمینه عبور از این چالش را فراهم کند.

در مجموع، روند افزایش ظرفیت نیروگاه‌های تجدیدپذیر نشان می‌دهد توسعه این بخش در مسیر شتاب گرفتن قرار گرفته است، با این حال، تدویم این روند و تحقق اهداف تعیین‌شده، علاوه بر ظرفیت اجرایی و توان داخلی، به تأمین به‌موقع تجهیزات و تداوم حمایت‌های مالی نیاز دارد. رفع این موانع می‌تواند سرعت احداث نیروگاه‌های خورشیدی را افزایش داده و زمینه دستیابی به سهم بالاتر انرژی‌های تجدیدپذیر در سبد برق کشور را فراهم کند.

پنج ماه تاخیر در پرداخت حق‌العمل جایگاه‌های سوخت

رئیس صنف جایگاه‌های سوخت کشور گفت: با وجود گذشت بیش از ۵ ماه سازمان برنامه و بودجه با تاخیر در اقدام جهت تصویب حق‌العمل ۱۴۰۵ جایگاه‌های سوخت، موجب زیاندهای این بنگاه‌های اقتصادی شده است. به گزارش خبرگزاری مهر، اسدالله قلیزاده رئیس صنف جایگاه های سوخت کشور اظهار کرد: صنف جایگاه های سوخت مانند رویه هر ساله، مدارک و مستندات لازم را به سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان ارسال و جلسات منظمی را شرکت کرده است و مقرر بوده سریعاً درصد کارشناسی تعیین شده در جلسه کارگروه به تصویب هیات وزیران برسد ولی سازمان برنامه و بودجه مدام جلسات را تجدید میکند و اخباری داریم که تلاشیایی برای کاهش درصد تعیین شده کارشناسی و تغییرات یک شبه در حال انجام است و این تاخیر و تغییرهای احتمالی پشت درهای بسته، موجب اعتراضات گسترده جایگاههای سوخت شده است وی افزود: جایگاه های سوخت و کارکنانشان پیوسته تمام تلاش خود را برای خدمت رسانی شبانه روزی انجام میدهند و رشادتها و شجاعتهای ایشان در ایام جنگهای اخیر بر کسی پوشیده نیست، به طوری که کوچکترین وقفه ای حتی در زمان جنگ در توزیع سوخت رخ نداد و مورد تقدیر مردم و مقامات کشور قرار گرفتند، حال منصفانه نیست ایشان در مشکلات مالی رها شوند در حالیکه هرروز طرح های جدیدتری در حوزه توزیع سوخت در حال اجراست و شرایط را برای جایگاه ها سخت تر کرده است. هم اکنون حدود ۵ ماه است که هزینه های جایگاه ها به روز شده ولی حق باقی ایشان تغییرى نکرده است و زیاندهی و مشکلات مالی گریبان این صنف را گرفته و هرروز یاس و دلسردی بیشتری دارند و این وضعیت برای یک بنگاه اقتصادی خدماتی قابل ادامه دادن نیست. قلیزاده افزود: اینکه ما انتظار داریم سازمان برنامه و بودجه به موقع وظایف خود را انجام دهد و کارشناسی انجام شده را بدون دخل و تصرف بکطره پذیرد نه ایراد شرعى دارد نه ایراد قانونی و اینکه کماکان برای حق قانونی خود خواهش و تمنا و اعتراض کنیم زبینهه کشور ما نیست.

۱۷ میلیارد دلار پول قفل‌شده؛ چه بر سر صندوق نسل‌های آینده آمد؟

و بازپرداخت به هر شکل مدیریت خواهد شد، انگیزه برای رعایت سختگیرانه تعهدات مالی کاهش پیدا می‌کند.

به همین دلیل، سرمایه‌گذاری صندوق در پروژه‌های دولتی باید حتی سختگیرانه‌تر از سرمایه‌گذاری عادی باشد.

پیش از پرداخت منابع باید جریان نقدی پروژه، زمان بهره‌برداری، درآمد ارزی و سازوکار بازپرداخت مشخص باشد.

برای مثال اگر یک میدان نفتی با منابع صندوق توسعه پیدا می‌کند، می‌توان از ابتدا تعیین کرد درصد مشخصی از درآمد صادراتی همان میدان مستقیماً به حساب صندوق واریز شود.

در این مدل، بازپرداخت وابسته به تصمیم سالانه بودجه یا وضعیت نقدینگی شرکت نخواهد بود.

این مسئله برای صنعت نفت اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا پروژه نفتی اصولاً باید درآمد ارزی ایجاد کند. اگر پروژه‌ای که با تسهیلات ارزی اجرا شده به تولید و صادرات رسیده است، منطقی است بخشی از همان درآمد ارزی برای بازپرداخت سرمایه استفاده شود.

شفافیت قرارداده‌ها نیز ضروری است. افکار عمومی لازم نیست به جزئیات تجاری محرمانه دسترسی داشته باشد، اما باید بداند منابع صندوق در چه بخش‌هایی سرمایه‌گذاری شده، میزان بازده چقدر است و چه مقدار از مطالبات در موعد مقرر وصول شده است.

صندوق توسعه ملی متعلق به یک وزارتخانه یا دولت نیست. منابع آن ماهیت بین‌نسلی دارد و به همین دلیل سطح پاسخگویی درباره آن نیز باید بالاتر باشد.

صندوق نسل‌های آینده چگونه حفظ می‌شود؟

مسئله اصلی صندوق توسعه ملی فقط وصول ۱۷ میلیارد دلار نیست. پرسش بزرگ‌تر این است که چه ساختاری باید ایجاد شود تا چنین حجم بزرگی از مطالبات دوباره شکل نگیرد.

نخستین اصل، استقلال تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری است.

اگر تصمیم تخصیص منابع براساس ضرورت‌های کوتاه‌مدت دولت گرفته شود، صندوق به‌تدریج از مأموریت اصلی خود فاصله خواهد گرفت. پروژه باید براساس بازده، ریسک و توان بازپرداخت ارزیابی شود، نه صرفاً اهمیت سیاسی یا نیاز دستگاه مقتضی.

اصل دوم، تنوع سرمایه‌گذاری است.

تمرکز بیش از حد منابع در یک صنعت یا چند پروژه بزرگ ریسک صندوق را افزایش می‌دهد. حتی اگر صنعت نفت از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران باشد، صندوق باید سبدی متنوع از دارایی‌ها داشته باشد.

اصل سوم، اندازه‌گیری بازده واقعی است.

موفقیت صندوق نباید فقط با مقدار تسهیلات پرداخت‌شده سنجیده شود. پرداخت ۴۰ میلیارد دلار تسهیلات به خودی خود موفقیت نیست. باید دید این منابع چه میزان بازگشته، چه بازدهی ایجاد کرده و چه دارایی‌هایی در مقابل آنها شکل گرفته است.

شاخص درست برای یک صندوق ثروت ملی، افزایش ارزش واقعی دارایی‌های آن در طول زمان است.

اصل چهارم، انتشار گزارش منظم درباره مطالبات است. مطالبات جاری، سررسیدگذشته، وصول‌شده و تجدیدساختارشده باید به شکل دوره‌ای اعلام شوند. این شفافیت نه‌تنها اعتماد عمومی را افزایش می‌دهد، بلکه انضباط وام‌گیرندگان را نیز بیشتر می‌کند.

و سرانجام، برداشت از صندوق باید استئنا باشد، نه قاعده.

هر بار که بودجه با کمبود منابع روبه‌رو می‌شود، استفاده از منابع صندوق ممکن است ساده‌ترین گزینه به نظر برسد. اما این همان مسیری است که فلسفه صندوق برای جلوگیری از آن شکل گرفته است.

ایران نفت می‌فروشد و در مقابل، دارایی زیرزمینی خود را کاهش می‌دهد. اگر پول حاصل از آن مصرف شود، ثروت کشور کاهش یافته است. تنها زمانی می‌توان گفت نفت به توسعه تبدیل شده که در مقابل آن یک دارایی مولد و پایدار ایجاد شود.

مطالبات ۱۷ میلیارد دلاری امروز باید از همین زاویه دیده شود.

این رقم فقط یک بدهی نیست؛ آزمونی برای مدل حکمرانی صندوق توسعه ملی است.

اگر منابع همراه با بازده مناسب بازگردند و دوباره سرمایه‌گذاری شوند، صندوق می‌تواند مأموریت خود را ادامه دهد. اما اگر مطالبات بزرگ به بدهی‌های بلندمدت و دائمی تبدیل شوند، صندوق به‌تدریج قدرت اصلی خود یعنی تولید سرمایه از سرمایه را از دست خواهد داد.

نسل‌های آینده نمی‌توانند نفتی را که امروز استخراج شده دوباره بفروشند. سهم آنها از این ثروت، دارایی‌ای است که ما با درآمد نفت امروز برای فردا باقی می‌گذاریم.

به همین دلیل، شاید مهم‌ترین پرسش درباره ۱۷ میلیارد دلار این نباشد که «چه زمانی وصول می‌شود؟»، پرسش اصلی این است که چگونه اطمینان پیدا کنیم پول نفت، پس از یک‌بار خرج‌شدن، دوباره به سرمایه ملی بازمی‌گردد؟

مفهوم «هزینه فرصت» را در نظر گرفت.

فرض کنیم ۱۷ میلیارد دلار منابع در اختیار صندوق قرار داشت و می‌توانست با متوسط بازده سالانه فقط پنج درصد سرمایه‌گذاری شود. چنین سرمایه‌ای بالقوه قادر بود سالانه حدود ۸۵۰ میلیون دلار بازده ایجاد کند.

با بازده هشت درصدی، این رقم به حدود ۱.۲۶ میلیارد دلار در سال می‌رسید.

این محاسبه ساده نشان می‌دهد تأخیر در وصول مطالبات فقط بازگشت اصل پول را عقب نمی‌اندازد؛ درآمدی را که آن پول می‌توانست در این مدت ایجاد کند نیز از بین می‌برد.

اگر این وضعیت چند سال ادامه پیدا کند، هزینه فرصت به چند میلیارد



دلار خواهد رسید.

۱۷ میلیارد دلار همچنین می‌تواند ابعاد بسیار بزرگی از سرمایه‌گذاری را تأمین کند. بخشی از آن می‌تواند صرف نیروگاه‌های تجدیدپذیر، توسعه میداین مشترک نفت و گاز، صنایع صادراتی، زیرساخت حمل‌ونقل، پروژه‌های معدنی یا شرکت‌های بزرگ خصوصی شود.

البته صندوق نباید همه این پروژه‌ها را مستقیماً اجرا کند. مأموریت اصلی آن باید تأمین مالی و سرمایه‌گذاری حرفه‌ای باشد.

اما نکته مهم این است که هر دلار بازنگشته، یک دلار کمتر برای فرصت سرمایه‌گذاری بعدی است.

از همین منظر، نرخ وصول مطالبات یکی از مهم‌ترین شاخص‌های عملکرد صندوق است.

اعلام وصول ۱۲.۸ میلیارد دلار نشان می‌دهد فرآیند بازگشت منابع جریان دارد، اما در کنار آن باید اطلاعات بیشتری نیز منتشر شود: چه میزان از مطالبات سررسید گذشته است؟ متوسط زمان تأخیر چقدر است؟ بازده واقعی تسهیلات پس از محاسبه تورم دلاری چه میزان بوده و چه بخشی از بدهی‌ها نیازمند تجدید ساختار شده‌اند؟

بدون این اطلاعات نمی‌توان ارزیابی دقیقی از کیفیت دارایی‌های صندوق داشت.

وقتی دولت به صندوق بدهکار می‌شود

بخش حساس ماجرا آنجاست که بدهکار یا ضامن بدهی، نهادی متعلق به دولت باشد.

در رابطه میان یک بانک خصوصی و یک شرکت خصوصی، قواعد نسبتاً روشن است. اگر بدهکار اقساط خود را پرداخت نکند، بانک می‌تواند وثیقه را اجرا کند، جریمه دریافت کند یا از مسیر قضایی طلب خود را پیگیری کند.

اما رابطه میان دو نهاد عمومی پیچیده‌تر است.

اگر شرکت دولتی بدهی خود را پرداخت نکند، صندوق تا چه اندازه می‌تواند همان ابزارها را به کار گیرد؟ آیا می‌تواند دارایی شرکت را تملک کند؟ آیا دولت اجازه خواهد داد یک پروژه ملی به دلیل بدهی متوقف شود؟

همین مسئله ممکن است «ریسک اخلاقی» ایجاد کند.

وقتی وام‌گیرنده تصور کند در نهایت دولت پشت پرپروژه قرار دارد

فرصت امروز: صندوق توسعه ملی با یک ایده نسبتاً ساده اما مهم ایجاد شد: بخشی از درآمد حاصل از فروش نفت و گاز، به جای آنکه صرف هزینه‌های جاری شود، کنار گذاشته شود تا به سرمایه‌ای برای توسعه کشور و نسل‌های آینده تبدیل شود. به بیان ساده، قرار بود بخشی از ثروت زیرزمینی ایران به دارایی مولد روی زمین تبدیل شود.

اما تازه‌ترین آمارهای منتشرشده درباره مطالبات صندوق، پرسشی جدی درباره تحقق همین مأموریت ایجاد کرده است.

براساس اعلام معاون سرمایه‌گذاری و تأمین مالی صندوق توسعه ملی، این صندوق تاکنون حدود ۴۰ میلیارد دلار تسهیلات ارزی پرداخت کرده و ۱۲.۸ میلیارد دلار از مطالبات خود را وصول کرده است. در مقابل، بیش از ۱۷ میلیارد دلار از مطالبات مربوط به طرح‌هایی است که با تضمین شرکت ملی نفت ایران تأمین مالی شده‌اند.

عدد ۱۷ میلیارد دلار به اندازه‌ای بزرگ است که نمی‌توان آن را فقط یک موضوع حسابداری میان دو نهاد دولتی دانست. این پول بخشی از منابع صندوقی است که فلسفه وجودی آن حفظ و افزایش ثروت ملی بوده است.

مسئله اصلی حتی این نیست که بدهکار چه نهادی است. پرسش مهم‌تر این است که وقتی میلیارد‌ها دلار از منابع صندوق برای سال‌ها در قالب مطالبات باقی می‌ماند، چه میزان از توان سرمایه‌گذاری مجدد آن از بین می‌رود؟

در اقتصاد، پولی که بازنمی‌گردد فقط یک طلب ثبت‌شده در ترازنامه نیست؛ یک فرصت از‌دست‌رفته نیز هست.

اگر منابع صندوق در زمان مقرر بازپرداخت شوند، می‌توانند دوباره وارد پروژه‌های جدید شوند، برای تولید درآمد ایجاد کنند و پس از بازگشت مجدد، بار دیگر سرمایه‌گذاری شوند. همین گردش سرمایه است که می‌تواند یک صندوق ثروت ملی را در طول چند دهه بزرگ‌تر کند.

اما زمانی که منابع برای سال‌های طولانی در مطالبات قفل می‌شوند، این چرخه متوقف خواهد شد.

صندوق توسعه، بانک ارزان پروژه‌ها نیست

یکی از مهم‌ترین سوءبرداشت‌ها درباره صندوق توسعه ملی این است که منابع آن نوعی ذخیره مالی در دسترس دولت و شرکت‌های بزرگ دولتی است که هر زمان منابع بودجه کافی نبود، می‌توان از آن استفاده کرد.

فلسفه صندوق دقیقاً عکس این نگاه است.

درآمد نفت متعلق به یک سال یا یک دولت نیست. نفت و گاز دارایی‌هایی هستند که با استخراج و فروش کاهش پیدا می‌کنند. اگر درآمد حاصل از فروش آنها صرف حقوق، یارانه یا هزینه جاری شود، یک دارایی بین‌نسلی مصرف شده است.

ایده صندوق‌های ثروت ملی در جهان برای جلوگیری از همین اتفاق شکل گرفته است.

کشورهای دارای منابع طبیعی تلاش می‌کنند بخشی از درآمد حاصل از فروش این منابع را به سهام، اوراق، پروژه‌های زیرساختی و سایر دارایی‌های درآمدزا تبدیل کنند. در نتیجه حتی زمانی که نفت تمام شود یا اهمیت اقتصادی آن کاهش پیدا کند، ثروت ایجادشده از آن باقی می‌ماند.

در ایران نیز صندوق توسعه ملی با چنین منطقی ایجاد شد. منابع باید عمده‌تا در اختیار بخش خصوصی و پروژه‌های اقتصادی قرار می‌گرفت تا به سرمایه مولد تبدیل شود.

اما در طول سال‌ها، فشارهای مالی و نیازهای سرمایه‌گذاری بخش‌های بزرگ اقتصاد، به‌خصوص نفت و انرژی، باعث شده صندوق نقش‌های دیگری نیز برعهده بگیرد.

سرمایه‌گذاری در نفت فی‌نفسه تصمیم اشتباهی نیست. صنعت نفت برای افزایش تولید به سرمایه‌های بسیار بزرگ نیاز دارد و توسعه یک میدان نفتی یا گازی می‌تواند میلیارد‌ها دلار هزینه داشته باشد.

اگر پروژه سودآور باشد و منابع صندوق همراه با بازده مناسب بازگردد، حتی می‌تواند نمونه‌ای منطقی از سرمایه‌گذاری باشد.

مشکل از جایی آغاز می‌شود که مرز میان «سرمایه‌گذاری» و «تأمین کسری منابع» از بین برود.

صندوق نباید به محلی تبدیل شود که پروژه‌ای از آن پول دریافت کند و بازپرداخت آن سال‌ها به تعویق بیفتد. زیرا در این حالت، ماهیت صندوق از سرمایه‌گذار به تأمین‌کننده منابع بلندمدت تغییر می‌کند.

تفاوت این دو بسیار مهم است.

سرمایه‌گذار انتظار دارد اصل سرمایه همراه با بازده مشخص بازگردد. اما تأمین‌کننده بودجه ممکن است پول را برای انجام پروژه‌ای پرداخت کند بدون آنکه بازگشت سریع آن در اولویت باشد.

صندوق توسعه ملی باید در دسته نخست باقی بماند.

۱۷ میلیارد دلار چه فرصت‌هایی می‌توانست ایجاد کند؟

برای درک اهمیت مطالبات صندوق باید از رقم اسمی فاصله گرفت و

نزولی شدن رشد سالانه مصرف برق در کشور

وی ادامه داد: همچنین تحقق بسیاری از اهداف ارزنده دیگر نیز، تنها با مسئله‌شناسی، دقت نظر و حضور به موقع شما تحقق‌پذیر بود؛ بنابراین خدمات ارزشمند اصحاب رسانه، باید مورد تقدیر و تشکر قرار بگیرد. با همکاری و همدلی و اطلاع‌رسانی، مردم متوجه شده‌اند که برق کالایی گران‌بها و آب کالایی گران‌قیمت است. البته در شرایط فعلی با توجه به هزینه بالا آب و برق ارزان در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد. وزیر نیرو در این مراسم با تأکید بر استفاده از تمام ظرفیت وزارت نیرو برای رسیدگی به مشکلات صنعت آب و برق، گفت: رشد مصرف دولتی بدهی خود را پرداخت نکند، صندوق تا چه اندازه می‌شود. همچنان در برخی رسانه‌ها برای شهرهایی مانند تهران کولر گازی تبلیغ می‌شود، در صورتی که در کشورهای اروپایی خرید لوازم سرمایشی هزینه بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت. با تمام اینها، امسال برای اولین بار مصرف برق نزولی شد.

علی‌آبادی با اشاره به وضعیت منابع آبی کشور افزود: برای مصرف آب و برق مشکلی وجود ندارد، اما با توجه به سختی به دست آمدن آن و محدودیت منابع، در حال حاضر ۱۵۰ میلیارد مترمکعب بدهی به سفره‌های زیرزمینی داریم. با این حال، در تهران ۱۵ درصد معادل یک سد صرفه‌جویی شده است و امیدواریم این روند ادامه پیدا کند، چراکه هنوز مناطق بسیاری از کشور مانند استان مرکزی، قم و تهران که جمعیت بالایی دارند، بارش نرمال نداشتند.

وزیر نیرو، با اشاره به رشد فزاینده استخراج غیرمجاز رمزارز، از افزایش پاداش گزارش هر ماینر غیرمجاز به ۳ میلیون تومان خبر داد و گفت: برای اولین بار روند رشد سالانه مصرف برق در کشور نزولی شد و امیدواریم این روند با همراهی رسانه‌ها و همدلی مردم ادامه پیدا کند. به گزارش ایسنا، مراسم گرامیداشت روز خبرنگار با حضور عباس علی‌آبادی، وزیر نیرو، معاونین، مدیران ارشد صنعت آب و برق و جمعی از اصحاب رسانه در محل وزارت نیرو برگزار شد.

وزیر نیرو در ابتدای این نشست، خطاب به خبرنگاران و اصحاب رسانه اعلام کرد: روز خبرنگار، روز کسانی است که در راه حقیقت قلم می‌زنند و همین قلم‌فرسایی آنان کلید گشایش بسیاری از گره‌ها است. در شرایط متعددی، وزارت نیرو با همت و درایت شما به اهداف خود در مسیر خدمت به کشور دست یافت و این دستاوردها بدون توانمندی شما در اقعان افکار عمومی محقق نمی‌شد، بنابراین از تمامی تلاش‌های شما قدردان هستیم.

او با اشاره به برخی از موفقیت‌های حاصل شده با همکاری اصحاب رسانه، اظهار کرد: در روزهای اخیر، نیازمند افزایش صرفه‌جویی در مصرف برق به منظور تأمین پایدار برق جنوب کشور بودیم تا هم‌وطنان جنوبی ما روزهای آسنان‌تری را سپری کنند. اگر اطلاع‌رسانی‌های بی‌دریغ شما خبرنگاران و روزنامه‌نگاران نبود، صرفه‌جویی ۲ هزار مگاواتی ممکن نمی‌شد.

تکنیک‌های تولید محتوای بصری بهتر

از خوب به عالی در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

گاهی اوقات شما باید با عدد و رقم سر و کار داشته باشید، اینکه ویدئوهای شما کیفیت ۷۲۰ داشته باشند یا فول اچ دی، کاملاً کلیدی است.
خب این روزها بسیاری از کاربران از اینترنت‌های بی‌نهایت سریع استفاده می‌کنند. این یعنی شما باید نسبت به کیفیت محتوای‌تان نیز حساس باشید.
وقتی یک ویدئو حتی کیفیت ۴۸۰ پیکسل هم ندارد، نباید انتظار واکنش‌های حیرتانگیز از سوی مخاطب را داشته باشیم.

بی‌شک کاهش هزینه‌ها همیشه امکان‌پذیر است، اما برخی تجهیزات مثل دوربین خوب با توانایی ویرایش محتوا شوخی‌بردار نیست. اگر خودتان

این مهارت و امکانات را ندارید، باید هر طور شده فراهم‌شان کنید، وگرنه هر چقدر هم ایده بازاریابی‌تان درجه یک باشد، بازهم در نهایت شانسی برای تعامل با مخاطب هدف به طور درست نخواهید داشت.
از این بدتر، اصلا ممکن است مخاطب نگاهی به محتوای‌تان نندازد!

توجه به مسئله کپی‌رایت

کپی‌رایت یکی از مهم‌ترین مسائلی است که بازاریاب‌ها در شبکه‌های اجتماعی با آن رو به رو هستند. به طوری که اگر یک لحظه حواس‌تان نباشد، ممکن است زحمات چندین روزتان به باد برود.
ماجرای این قرار است که اغلب تولیدکنندگان محتوا ایده یا محتوای تولیدی‌شان را تحت پوشش قانون کپی‌رایت قرار می‌دهند. این یعنی اگر محتوای بازاریابی شما شباهت زیادی به محتوای اصلی داشته باشد، مجرم شناخته می‌شوید.
استفاده از لوگو یا شعارهای متعلق به دیگر برندها نیز می‌تواند برای‌تان دردسرهای زیادی به همراه داشته باشد. به همین خاطر باید بی‌نهایت با احتیاط با این مسئله رو به رو شوید. وگرنه اوضاع‌تان خیلی زود به هم خواهد ریخت.
شاید گاهی برخی از برندها حوصله پیگیری حقوقی ماجرا را نداشته باشند، اما نمی‌توانید خیلی روی تبلیی دیگران حساب کنید. چه بسا یکپو برندی پیدا شود که تا انتها ماجرا را پیگیری کند. آن وقت دیگر نمی‌توانید از زیر مسئولیت‌تان شانه خالی کنید.

معمولاً قوانین کپی‌رایت در هر کشوری شرایط خاص خودش را دارد. با این حساب بد نیست قبل از اینکه شروع به تولید محتوا کنید، نسبت به این مسئله مطمئن شوید. اینطوری دردسرهای کمتری به هنگام تولید و انتشار محتوا خواهید داشت.
به علاوه، خود شبکه‌های اجتماعی نیز قوانین اصلی و اساسی در این رابطه را مشخص می‌کنند. بنابراین بد نیست نگاهی به بخش قوانین کپی‌رایت در این پلتفرها داشته باشید.

استفاده از ابزارهای رایگان

بازاریاب‌ها فکر می‌کنند همیشه باید پول زیادی برای تولید و ویرایش محتوا پرداخت کنند.
خب این امر تا همین چند سال قبل کاملاً درست بود، اما حالا به لطف هوش مصنوعی انواع ابزارهای رایگان دم‌دستان‌تان قرار دارد. به طوری که می‌توانید فکری برای کاهش هزینه‌های بازاریابی کنید.
این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا کارتان را به ساده‌ترین شکل ممکن پیش ببرید و اصلا هم نگران چیزی نباشید.

تنها کاری که باید برای موفقیت در این بخش انجام دهید، کمی جست‌وجو در گوگل است. نگران نباشید، لازم نیست کلیدواژه‌های عجیبی را سرچ کنید. در عوض انواع ابزارهای رایگان و پولی دم‌دستان‌تان خواهد بود.
بهتر است در ابتدای راه از ابزارهای رایگان برای ویرایش محتوا سود ببرید. اینطوری ورودتان به عرصه بازاریابی و تلاش برای بهبود کیفیت محتوا با هزینه کمتری همراه خواهد شد.
بعدا می‌توانید وضعیت را به سود خودتان تغییر دهید. پس نگران چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خود تغییر دهید.

سخن پایانی

بهبود کیفیت محتوای بصری کار غیرممکنی نیست، ما در این مقاله سعی کردیم به شما نشان دهیم‌ها چطور با کمترین هزینه امکان موفقیت در این ماموریت مهم وجود دارد. شما الان با انواع روش‌های بهبود کیفیت نهایی محتوای بصری آشنا هستید. البته ما در بخش مهمی از کارمان سعی کردیم انواع محتوای بصری را نیز به شما معرفی کنیم. این مسئله به شما در ادامه راه‌تان برای استفاده متنوع از فرمت‌های بصری کمک می‌کند.
یادتان باشد، خلاقیت و نوآوری در دنیای بازاریابی هیچ وقت به مرحله پایانی نمی‌رسد. به همین خاطر باید تمام تلاش‌تان برای موفیت در این زمینه را انجام دهید. بد نیست بدون اتلاف وقت کارتان را با استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله شروع کنید. ما هم خیلی زود با دست پر دوباره مهمان‌تان خواهیم بود.
مثل همیشه اگر سوال یا مشکلی در زمینه اجرای ایده‌های این مقاله دارید، کافی است با ما در ارتباط باشید. کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده تعامل با شما هستند

منابع:

https://blog.hootsuite.com/epic-guide-creating-social-media-visals
https://thriveagency.com/news-tips-for-creating--v/https://www.linkedin.com/pulse/how-create-stunning-visual-content-social-media-schlickart-s8adc

مخاطب هدف قرار دهید، آن وقت به خوبی تاثیرگذاری تامنیل را درک خواهید کرد.

بد نیست گاهی اوقات سراغ طراحی تصویری گرافیکی به عنوان تامنیل بروید. این امر به شما کمک می‌کند تا ترکیبی از کل ویدئو را پیش روی مخاطب‌تان قرار دهید. اینطوری کارتان برای ترغیب آنها به مشاهده تمام ویدئو ساده‌تر خواهد شد. البته اگر تامنیل هم برای ویدئوی‌تان انتخاب نکنید، تمام پلتفرم‌های اجتماعی به طور خودکار این کار را انجام خواهند داد. با این حال وضعیت نهایی تعریف زیادی نخواهد داشت. این دقیقاً همان مسئله‌ای است که در ادامه راه می‌تواند شرایطتان را به نحو غیرقابل‌انکاری دشوار سازد.

ترکیب ایده برندهای بزرگ در این میان همیشه راهکار خوبی خواهد بود. شما این طوری به ساده‌ترین شکل ممکن و بدون صرف هزینه تامنیل‌های جذاب‌تری خواهید داشت.

تعریف دامنه رنگ برای برند

برندهای بزرگ دنیا در محتوای بصری‌شان از رنگ‌ها به طور تصادفی استفاده نمی‌کنند. در عوض ترکیب رنگ‌ها بیاگر هویت آن کسب و کارست. اغلب اوقات این ترکیب برگرفته از رنگ‌های اصلی در لوگو



برندهاست. به طوری که مخاطب با مشاهده کمپین فوراً یاد برند موردنظر می‌افتد.
خب این امر اثرگذاری بسیار زیادی در دنیای بازاریابی دارد. با این حال اگر لوگوی شما تکرنگ باشد، آن وقت دیگر نمی‌توانید به این سادگی دامنه رنگ‌تان را تعریف کنید.
نکته کلیدی در این میان تعریف دقیق دامنه رنگ و استفاده مداوم از آن در فرآیند بازاریابی است. به طوری که مخاطب در طول زمان به مشاهده ایسن طیف رنگی عادت کند. نتیجه امر اینکه کمپین شما بدون نمایش لوگو و اسم برندتان نیز از سویی مخاطب به خوبی شناخته خواهد شد.
این مسئله‌ای است که می‌تواند جذابیت زیادی برای برندتان داشته باشد. فراموش نکنید، برندهای بزرگ دنیا به این سادگی جایگاه‌شان را به دست نیاورده‌اند. اگر دوست دارید در شبکه‌های اجتماعی شانس‌ی برای رقابت با آنها داشته باشید، باید کمی عملکردتان را حرفه‌ای‌تر دنبال کنید. این مسئله‌ای است که می‌تواند شرایطتان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد و گرنه با تولید شانسی محتوای بصری هیچ وقت پیشرفتی نخواهید کرد.

ترکیب عکس و متن

کیشن‌نویسی یکی از مهارت‌های اساسی در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای اینکه اثرگذاری محتوای‌شان را چند برابر کنند، از انواع کیشن کوتاه و بلند سود می‌برند. نکته کلیدی اینکه بدون کیشن انگار محتوای بصری شما شناسنامه ندارد. به همین خاطر صرف نظر از نوع محتوای بصری، باید همیشه کیشن را به آن اضافه کرد.

کیشن‌نویسی به دو صورت انجام می‌شود. در حالت اول شما ابتدا محتوای بصری را بارگذاری کرده و سپس متن را در چارچوب مشخصی قرار می‌دهید. با این حال در حالتی دیگر شما از همان ابتدا محتوای بصری را با متن ترکیب می‌کنید. مثلاً برخی از برندها برای ویدئوهای بازاریابی‌شان یک توضیح مقدمه طور در ابتدای ویدئو قرار می‌دهند. این توضیح در قالب متن بوده و ماجرای اصلی کمپین را نشان می‌دهد.

قبول دارم کاربران در شبکه‌های اجتماعی دیگر انگیزه‌ای برای مطالعه متن ندارند. با این حال چنین نکته‌ای بیشتر مربوط به مقالات طولانی و تخصصی است که به طور عمومی در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود. اگر شما کیشن های کوتاه را مدنظر قرار دهید، کارتان همچنان جذابیت‌های خاص خودش را خواهد داشت.

فراموش نکنید، کیشن شما باید اطلاعات مفید را در سریع‌ترین شکل ممکن تحویل مخاطب دهد. پس سعی نکنید مثل رمان نویس‌های بزرگ دنیا متن‌تان را طولانی و همراه با انواع آرایه‌های ادبی کنید. در عوض به سریع‌ترین شکل ممکن کارتان را تمام کرده و اجازه دهید مخاطب از محتوای ویدئو لذت ببرد.

تهیه محتوای باکیفیت

کیفیت محتوا فقط محدود به ایده‌ای که بازاریاب‌ها در سر دارند نیست.

و متن تولید می‌شود، هستید؟
خب در این صورت میم برای‌تان جذابیت زیادی دارد. میم در واقع نه ویدئو به معنای دقیق کلمه و نه حتی عکس است. در عوض مثل این است که یک نفر از سکنس یک فیلم اسکرین شات گرفته و متنی به آن اضافه کرده باشد. اگرچه کاربرد میم بیشتر در زمینه کمدی و سرگرمی است، اما برخی از برندها از آن برای معرفی خود به مخاطب یا حتی شوخی با کاربران استفاده می‌کنند.
یادتان باشد، شوخی با مخاطب هدف همیشه کار ساده‌ای نیست.
خب همیشه احتمال اینکه مخاطب از شوخی‌تان استقبال نکند، وجود دارد. به علاوه، اگر نتوانید اختلاف‌تان با مخاطب هدف بر سر نوع شوخی را مشخص کنید، احتمالاً باید خودتان را برای برخورد‌های فاجعه بار بعدی آماده سازید. این یعنی مخاطب نه تنها از شوخی‌تان استقبال نمی‌کند، بلکه واکنش منفی نیز نسبت به آن نشان می‌دهد.

ما در روزنامه فرصت امروز شوخی با مخاطب هدف را مثل بندبازی می‌دانیم. اگر بلد باشید چطور این کار را انجام دهید، همه تحسین‌تان خواهند کرد. با این حال اگر حواس‌تان پرت شده یا از روی بند سقوط کنید، در نهایت مخاطب با گوجه قرنگی شما را بدرقه خواهد کرد. آن وقت باید به فکر راه چاره‌ای برای بازیابی اعتبار از دست رفته‌تان باشید. این

نویسنده: علی آل علی

بازاریابی با محتوای بصری حال و هوای خاص خودش را دارد. در دنیایی که اغلب مردم دائماً عجله دارند، سرمایه‌گذاری بر روی محتوای دیداری ایده جذابی محسوب می‌شود. احتمالاً شما هم این جمله معروف که یک عکس به اندازه هزاران کلمه معنا در خودش دارد، شنیده‌اید.
خب در این صورت خیلی خوب ایده پشت محتوای بصری را درک خواهید کرد. این در حالی است که توسعه فناوری و به طور مشخص افزایش سرعت اینترنت به کمک تولیدکنندگان محتوا آمده است.

اینکه ویدئو و عکس جذابیت زیادی برای مخاطب دارد، به تنهایی رمز موفقیت یک برند محسوب نمی‌شود.
خب اگر شما نتوانید محتوایی جذاب پیش روی مخاطب قرار دهید، آن وقت فرمت محتوا دیگر اهمیتی نخواهد داشت. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از فرمت مناسب است.
به طوری که شما فرصت خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در این میان داشته باشید. البته این امر به راحتی امکان‌پذیر نیست.
خب ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که پر از کلیشه‌های رایج درباره بازاریابی است. بنابراین باید کمی خلاقیت به خرج داد. مسئله دیگری که در این میان وجود دارد، ریسک‌های مربوط به شنا برخلاف جهت رودخانه است. اصلاً به همین خاطر خیلی از بازاریاب‌ها به نتایج ضد و نقیض با استفاده از کلیشه‌ها ارضی هستند.

ما در روزنامه فرصت امروز اصلاً میانه خوبی با پیروی از کلیشه‌ها نداریم. به همین خاطر همیشه سعی کرده‌ایم شما را با تکنیک‌های درست و حسابایی به سوی خلاقیت بیشتر هدایت کنیم. اینجا ماجرا دقیقاً همین شکلی است. شما قرار است در ادامه با برخی از مهم‌ترین نکات در رابطه با بازاریابی با حس و حالی تازه آشنا شوید. به طور مشخص، هدف ما بررسی برخی از ایده‌های طلایی برای تولید محتوای بصری بهتر در شبکه‌های اجتماعی است.
دعید کم کم برویم سر اصل ماجرا.

بی‌شک اهمیت شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره جای چون و چرا

ندارد. به همین خاطر بازاریاب‌ها باید دائماً حواس‌شان را نسبت به استفاده از درست از پلتفرم‌های اجتماعی جمع کنند، وگرنه اصلاً تعاملی با مخاطب شکل نمی‌گیرد.
شما در ادامه با برخی از تکنیک‌های کاربردی برای تولید محتوای بصری بهتر در شبکه‌های اجتماعی آشنا خواهید شد.
خب اجازه دهید کم کم برویم سر اصل ماجرا.

وقی صحبت از محتوای بصری می‌شود، اغلب بازاریاب‌ها به فیلم و عکس

فکر می‌کنند. این در حالی است که دنیای بازاریابی تنوع زیادی دارد. ما در این بخش سعی می‌کنیم خیلی خلاصه و جمع و جوع انواع محتوای بصری را به اتفاق شما مرور کنیم. این امر به شما درک بهتری از شرایط بازار و نحوه بازاریابی مناسب خواهد داد.
خب با ما همراه باشید تا برخی از نکات کلیدی در این میان را به اتفاق یکدیگر مرور کنیم.

تصاویر

اولین و مهم‌ترین نوع فرمت بصری شامل انواع عکس است. از زمانی که دوربین‌های عکاسی اختراع شد، اغلب مردم برای ثبت تصاویر هیجان زیادی داشتند. البته این امر در دنیای معاصر به خاطر عرضه گوشی‌های هوشمند است. دوربین‌های حیرتانگیز معنادر شده است. به طوری که دیگر خیلی از مردم حال و حوصله استفاده از دوربین‌های تخصصی را ندارند.
انتشار عکس در کنار محتوای متنی یکی از رایج‌ترین شیوه‌های تولید محتوا محسوب می‌شود. پلتفرم‌هایی مثل فیس‌بوک، ایکس و اینستاگرام به طور قابل ملاحظه‌ای در طول یک دهه اخیر این مدل تولید محتوا از سوی برندها را تقویت کرده‌اند. البته در طول سال‌های اخیر ظهور پلتفرم‌هایی مثل تیک تاک یا کلاب هاوس این بحث را به چالش کشیده است.
محتوای عکس‌ها شامل سؤزه‌های انسانی و طبیعی است. البته گاهی اوقات در قالب عکاسی تبلیغاتی بر روی محصولات تجاری نیز تمرکز می‌شود. نکته مهم اینکه برای عکاسی باید از قبل سؤزه دلخواه را انتخاب کرد، در غیر این صورت به طور شانس‌ی هیچ نتیجه مطلوبی به بار نمی‌آید.

ویدئو

ویدئو محبوب‌ترین فرمت دنیا محسوب می‌شود. بسیاری از مردم به جای اینکه متن یا حتی فایل صوتی را مورد توجه قرار دهند، یک راست سراغ ویدئوهای رنگارنگ می‌روند.
خب این امر از زمانی که نسل اول تلویزیون‌ها رونمایی شد، طبیعی بود. تماشای ویدئو برای انسان بی‌نهایت ساده است؛ چراکه در این فرآیند مغز انسان در دسرهای زیادی برای پردازش اطلاعات ندارد.

توسعه اینترنت پرسرعت در سراسر دنیا در کنار توسعه پلتفرم‌هایی مثل یوتیوب بر روی سلیقه مردم در رابطه با استقبال از ویدئو تاثیر بسیار زیادی داشته است. امروزه بسیاری از مردم وقت‌شان در طول روز را بیشتر از همه در یوتیوب صرف می‌کنند.
در سایر پلتفرم‌ها مثل اینستاگرام هم محتوای ویدئویی طرفدارهای بیشتری دارد. اصلاً تیک تاک در طول چند سال اخیر با تاکید بر روی همین مسئله شهرت زیادی کسب کرده است.

ویدئوهای کوتاه معمولاً بازخورد بهتری در مقایسه با نمونه‌های طولانی به دست می‌آورد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز استفاده از ویدئوی کوتاه را ایده‌ای بی‌دردس‌تر می‌دانیم. بی‌شک طراحی درست ویدئوهای طولانی نیز امر جذابی به نظر می‌رسد، اما باید ریسک‌های احتمالی آن را نیز مدنظر قرار دهید. این امر می‌تواند برای شما، به ویژه در ابتدای راه، چالش بزرگی محسوب شود.

اینفوگرافی

اینفوگرافی یکی دیگر از فرمت‌های جذاب در دنیا محسوب می‌شود. درست به همین خاطر اگر به دنبال اثرگذاری بر روی مخاطب یا انتقال اطلاعات فراوان در کسری از ثانیه هستید، اینفوگرافی گزینه مطلوب‌تان خواهد بود.
از نظر فنی، اینفوگرافی در واقع ترکیبی از عکس و متن است. به طوری که اطلاعات تخصصی به ساده‌ترین شکل ممکن با جلوه‌های بصری زیبا به مخاطب منتقل شود. این طوری شانس‌تان برای تعامل بهتر با مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند.

خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها برای آموزش مفاهیم تخصصی به مخاطب دچار مشکل می‌شوند. در چنین شرایطی استفاده از محتوای بصری در قالب اینفوگرافی ایده بی‌نهایت جذابی خواهد بود. البته شما نمی‌توانید دائماً روی این گزینه تاکید کنید؛ چراکه مشاهده مداوم اینفوگرافی پس از مدتی انگیزه مخاطب را به شدت کاهش می‌دهد. بنابراین باید فرکانس مناسبی برای طراحی چنین محتوایی مد نظر قرار دهید، وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

میم

میم ویژگی اصلی شبکه‌های اجتماعی است. آیا شما هم طرفدار محتواهای خنده‌داری که با الهام از یک سکناس سینمایی در قالب عکس