



بازار مسکن در تله قیمت‌سازی سازندگان خرد

بازار مسکن در ایران با چالش‌های متعددی مواجه است که از جمله آنها می‌توان به نوسانات قیمتی و تأثیرات ناشی از سازندگان خرد اشاره کرد. در سال‌های اخیر، قیمت‌ها به‌طرز قابل‌توجهی افزایش یافته و این امر باعث شده سازندگان کوچک و محلی به‌عنوان بازیگران اصلی در تعیین قیمت‌ها ظاهر شوند. این سازندگان، با توجه به شرایط اقتصادی و تقاضای بازار، اقدام به قیمت‌گذاری می‌کنند که این موضوع می‌تواند بر ثبات و پایداری بازار تأثیر منفی بگذارد. همچنین، نگاه سرمایه‌ای به بازار مسکن و تمایل به سوداگری، باعث شده این بازار از حالت مصرفی خود فاصله بگیرد و به فضایی برای سرمایه‌گذاری تبدیل شود. در این شرایط، تحلیلگران و کارشناسان بازار مسکن بر لزوم ایجاد ثبات و بازگشت به اصول بنیادین بازار تأکید دارند تا بتوانند این بازار را از تله قیمت‌سازی و نوسانات شدید رهایی بخشد.

به گفته یک کارشناس بازار مسکن درحال حاضر تا حدودی تعیین نرخ در بازار ملک و مسکن توسط سازنده‌های خرد و اصطلاحاً سازنده‌های کوچک‌بازاری انجام می‌شود که این افراد طیف وسیعی را شامل می‌شوند.

■ **بازار مسکن از مصرف به سرمایه‌گذاری چرخید**

منصور غیبی، کارشناس ارشد بازار مسکن در گفت‌وگو با مهر با اشاره به آخرین وضعیت بازار مسکن، گفت: با ورود به سال ۱۴۰۵، طبیعتاً با یک التهاب و شوک قیمتی در حوزه ملک و مسکن مواجه شدیم، اما درحال حاضر شرایط تا حدودی در مسیر تعدیل قرار گرفته و تلاش برای ثبات قیمت‌ها در این بازار شکل گرفته است.

وی افزود: مشکلی که در حوزه اقتصاد مسکن وجود دارد، چسبندگی بالای قیمت‌هاست. زمانی که قیمت‌ها در این حوزه افزایش پیدا می‌کند، بازار نمی‌تواند متناسب با شرایط عادی، خود را تعدیل کرده و به وضعیت نرمال بازگردد؛ همین موضوع باعث می‌شود فضای بازار به سمت رکود و حتی رکودتورمی حرکت کند تا در نهایت این ایستایی دوباره خود را در مراتب بالاتر قیمتی در حوزه مسکن تعریف کند. غیبی بیان کرد: این موضوع، تمام وضعیت فعلی بازار مسکن است. در حوزه خرید و فروش، درحال حاضر با غنا و معاملات مؤثر در نواحی مختلف که از وضعیت آنها اطلاع داریم، مواجه نیستیم؛ طبیعتاً افرادی که نیاز دارند یا شرایط بازار را بر اساس منابع خود تشخیص می‌دهند، اقدام به خرید



یا ۱۰ ساله را در همان منطقه می‌بینم، طبیعی است که بگویم اگر نرخ آپارتمان نوساز ۳۰۰ میلیون تومان است، نهایتاً باید ۳۰ یا ۵۰ میلیون تومان پایین‌تر از آن نرخ خریداری شود؛ به این ترتیب، یک تزریق نرخ کاذب و عددسازی در حوزه مسکن شکل می‌گیرد که می‌تواند بر قیمت‌گذاری سایر واحدهای مسکونی نیز اثر بگذارد.

غیبی تأکید کرد: هر فردی ممکن است وارد حوزه ساخت‌وساز شود؛ برای مثال، فردی که مغازه قصابی خود را جمع کرده، یک کارمند بازنشسته، فردی که ملکی به او ارث رسیده یا شخصی که تصمیم گرفته با دو نفر شریک شود، می‌تواند وارد ساخت‌وساز شود. در چنین شرایطی حتی اگر مهارت، تخصص و آموزش را کنار بگذاریم، نمی‌توان انتظار داشت که سازوکار مشخصی برای فعالیت این افراد وجود داشته باشد.

سخن پایانی

با توجه به وضعیت کنونی بازار مسکن و تأثیرات منفی سازندگان خرد بر تعیین قیمت‌ها، لازم است که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی به دنبال راهکارهای مؤثری برای ساماندهی این بازار باشند. ایجاد قوانین و مقررات مناسب برای کنترل قیمت‌ها و حمایت از مصرف‌کنندگان می‌تواند به تثبیت بازار مسکن کمک کند. همچنین، باید تلاش شود تا نگاه سرمایه‌ای به بازار مسکن کاهش یابد و این بازار دوباره به سمت تأمین نیازهای واقعی مردم حرکت کند. در نهایت، با توجه به پیچیدگی‌های موجود، نیاز به همکاری بین بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی احساس می‌شود تا بتوانیم از بحران‌های فعلی عبور کرده و به یک بازار پایدار و متعادل دست یابیم.

مدیر روابط عمومی ایمپاسکو در یادداشتی تحلیل کرد؛

شکاف طبقاتی جدید: برندگان و بازندگان عصر هوش مصنوعی

هوش مصنوعی در سال گذشته به مهم‌ترین عامل شکل‌دهنده جریان سرمایه در بازارهای جهانی تبدیل شد و اکنون بیش از هر متغیر اقتصادی دیگر، مسیر حرکت سرمایه‌گذاران را تعیین می‌کند؛ موضوعی که برای روابط عمومی سازمان‌ها نیز اهمیت راهبردی دارد، زیرا روایت‌سازی درباره جایگاه کشور و سازمان در این نظم جدید، به یکی از ابزارهای اصلی اعتمادسازی و تصویرسازی تبدیل شده است.

بازارهای سهام، رشد اقتصادی کشورها و حتی جهت‌گیری سرمایه‌گذاری خارجی، همگی به میزان حضور کشورها در زنجیره توسعه هوش مصنوعی وابسته شده‌اند و همین واقعیت، ضرورت اطلاع‌رسانی دقیق، تحلیل محور و آینده‌نگر را برای روابط عمومی‌ها دوجندان کرده است.

امروز شکاف تازه‌ای میان اقتصادهای جهان شکل گرفته؛ شکافی که در آن کشورهای که نتوانسته‌اند در حوزه مدل‌های پایه، تولید تراشه، تجهیزات پردازشی و زیرساخت‌های دیجیتال نقش آفرینی کنند، با سرعت در حال پیشروی‌اند و کشورهایی که از این موج جا مانده‌اند، با کاهش سرمایه‌گذاری و افت عملکرد اقتصادی مواجه شده‌اند.

روابط عمومی‌ها باید این واقعیت را به‌عنوان یک پیام کلیدی در ارتباطات خود برجسته کنند.

پنج کشور آمریکا، چین، تایوان، کره جنوبی و ژاپن اکنون در مرکز توجه سرمایه‌گذاران جهانی قرار دارند. آمریکا و چین به دلیل توسعه مدل‌های پایه هوش مصنوعی، تایوان و کره جنوبی به واسطه قدرت بی‌رقیب در صنعت نیمه‌رساناها و ژاپن به دلیل جهش چشمگیر شرکت‌های فناوری، توانسته‌اند بخش عمده سرمایه جهانی را جذب کنند.

این کشورها سال‌هاست سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی

خود را صرف تحقیق و توسعه می‌کنند و میانگین هزینه‌کرد آنها در این حوزه بیش از سه درصد تولید ناخالص داخلی است؛ رقمی که سه برابر کشورهای عقب‌مانده محسوب می‌شود و نشان می‌دهد چرا شکاف فناوریانه امروز تا این اندازه عمیق شده است. برای روابط عمومی‌ها، برجسته‌سازی این داده‌ها به معنای ارائه تصویری روشن از مسیر آینده اقتصاد جهانی و ضرورت هم‌سویی سازمان‌ها با این روند است.

در کنار این گروه، برخی کشورها مانند مکزیک، تایلند، ویتنام، مالزی و سنگاپور نیز به صورت غیرمستقیم از رونق هوش مصنوعی بهره‌مند شده‌اند. این کشورها با حضور در زنجیره تأمین تجهیزات الکترونیکی، مدارها، سرورها و همچنین تبدیل شدن به مراکز مهم استقرار داده، توانسته‌اند بخشی از رشد جهانی را به خود اختصاص دهند.

روابط عمومی‌ها می‌توانند این نمونه‌ها را برای نشان دادن فرصت‌های میان‌مدت و امکان ورود به حلقه‌های میانی زنجیره هوش مصنوعی مورد استفاده قرار دهند. اما در نقطه مقابل، بخش بزرگی از اروپا، (به‌جز هلند) و کشورهایی مانند بریتانیا، اندونزی، هند و فیلیپین در میان بازندگان این روند قرار گرفته‌اند؛ اقتصادهایی که نه سهمی در تولید فناوری‌های پیشرفته دارند و نه زیرساخت‌های لازم برای ورود به این رقابت را فراهم کرده‌اند. این بخش از تحلیل، برای روابط عمومی‌ها اهمیت دارد زیرا نشان می‌دهد عقب‌ماندگی فناوریانه چگونه می‌تواند به عقب‌ماندگی روایی و تصویری نیز تبدیل شود.

بازارهای سهام نیز این واقعیت را تأیید می‌کنند. در آمریکا، شرکت‌های مرتبط با هوش مصنوعی اکنون بیش از ۴۰ درصد ارزش کل بازار سهام را تشکیل می‌دهند و بیش از ۸۰ درصد بازدهی سال جاری را رقم زده‌اند.



■ سرمایه‌گذاری هدفمند
■ زیرساخت فیزیکی و دیجیتالی

روابط عمومی‌ها باید این سه محور را به ستون‌های اصلی پیام‌سازی خود تبدیل کنند، زیرا هر سازمانی که بتواند جایگاه خود را در این سه حوزه تقویت کند، در روایت آینده اقتصاد جهانی نیز جایگاه معتبرتری خواهد داشت.

در مجموع، اقتصاد جهانی وارد دوره‌ای شده که در آن هوش مصنوعی مهم‌ترین معیار ارزیابی کشورها و سازمان‌هاست. این تمرکز شدید ممکن است در آینده از شدت هیجانش کاسته شود، اما انقلاب فناوری ادامه خواهد داشت و تا زمانی که سرمایه‌گذاران هوش مصنوعی را پایه نظم اقتصادی آینده بدانند، جایگاه کشورها و سازمان‌ها نیز بر اساس توان فناوریانه آنها تعیین خواهد شد. روابط عمومی‌ها باید این واقعیت را در مرکز استراتژی ارتباطی خود قرار دهند و روایت‌هایی بسازند که سازمان را همسو با آینده، نوآور و آماده حضور در اقتصاد بر پایه تکنولوژی‌های نوین نشان دهد.

مهدی نجفی، مدیر روابط عمومی ایمپاسکو

پیگیری جدی فولاد سنگان برای رفع موانع استخراج و حل مشکل کمبود سنگ آهن

بر پایداری زنجیره فولاد کشور اثرگذار باشد. وی ادامه داد: رفع این چالش‌ها نیازمند تصمیمات مقطعی نیست، بلکه باید با نگاه راهبردی، فرآیندهای تأمین، تسهیل مقررات، توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، حمایت از نوسازی ماشین‌آلات، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین استخراج و هوشمندسازی معادن در دستور کار قرار گیرد.

رسولیان همچنین اظهار داشت: نرخ بهره‌وری در بخش معدن، با سرمایه‌گذاری در فناوری، کاهش موانع اداری و تقویت مشارکت بخش خصوصی تقویت خواهد شد. رسولیان با تأکید بر نقش‌آفرینی بخش خصوصی در عبور از محدودیت‌های موجود اظهار کرد: بخش خصوصی از ظرفیت، انعطاف‌پذیری و توانمندی لازم برای شناسایی مسیرهای جدید تأمین و رفع گلوگاه‌های عملیاتی برخوردار است. با اعتماد به این ظرفیت و تسهیل فضای کسب‌وکار، می‌توان بخش قابل توجهی از مشکلات موجود را در کوتاه‌ترین زمان برطرف کرد و از ایجاد وقفه در تولید جلوگیری نمود.

نیازهای عملیاتی معادن نیز متناسب با این جایگاه راهبردی اصلاح شود. معادن سنگان تنها متعلق به یک استان نیستند، بلکه بخشی از سرمایه ملی و پشتوانه تولید فولاد کشور محسوب می‌شوند.

مدیرعامل فولاد سنگان با اشاره به نتایج اکتشافات انجام‌شده در منطقه سنگان گفت: برخلاف برخی پهنه‌های معدنی کشور که با محدودیت ذخایر مواجه هستند، در سنگان با توسعه فعالیت‌های اکتشافی، بخشی از ذخایر غنی و عمیق‌تر منطقه شناسایی شده که این موضوع افق روشنی برای تأمین پایدار خوراک صنعت فولاد ترسیم کرده است. از این‌رو، توسعه اکتشافات، تسریع در سرمایه‌گذاری، نوسازی تجهیزات و رفع موانع اجرایی استخراج باید به عنوان یک اولویت ملی دنبال شود.

مدیرعامل فولاد سنگان با اشاره به مهم‌ترین چالش‌های بخش معدن تصریح کرد: امروز شرکت‌های صنعتی و معدنی علاوه بر ناترازی انرژی، محدودیت‌های حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای، افزایش هزینه‌های تولید، با چالش‌هایی در فرآیند استخراج و تأمین الزامات عملیاتی نیز مواجه هستند. استمرار این شرایط می‌تواند بر ظرفیت تولید معادن و در نهایت

در شرایطی که تأمین سنگ آهن مورد نیاز کارخانه‌ها به یک چالش تبدیل شده است با پیگیری‌ها و تلاش‌های فولاد سنگان جلسه هماهنگی با مسئولین وزارتخانه‌ها و مدیران عامل شرکت‌های صنعتی و معدنی، به میزبانی استاندار خراسان رضوی برگزار شد.

علی رسولیان، مدیرعامل شرکت فولاد سنگان، در نشست با حضور غلامحسین مظفری، استاندار خراسان رضوی، با تأکید بر نقش راهبردی منطقه سنگان در امنیت زنجیره تأمین فولاد کشور، اظهار کرد: نگاه ملی به ظرفیت‌های معدنی خراسان رضوی باید متناسب با جایگاه واقعی این استان در اقتصاد معدن و فولاد بازتعریف شود.

وی گفت: امروز بخش قابل توجهی از ذخایر سنگ‌آهن کشور در منطقه سنگان قرار گرفته و آینده توسعه صنعت فولاد ایران بیش از هر زمان دیگری به استمرار فعالیت و توسعه این پهنه معدنی وابسته است. رسولیان افزود: اگر قرار است خراسان رضوی به عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های تأمین مواد اولیه زنجیره فولاد کشور ایفای نقش کند، لازم است سیاست‌های حمایتی، تصمیمات اجرایی و فرآیندهای تأمین



وی در پایان خاطرنشان کرد: بخش معدن، نقطه آغاز زنجیره ارزش فولاد است و هرگونه اختلال در فرآیند استخراج، تأمین مواد اولیه و عملیات معدنی، آثار آن در تمامی حلقه‌های این زنجیره نمایان خواهد شد. از این‌رو، حمایت هدفمند از معادن، رفع موانع تولید، توسعه زیرساخت‌ها و اتخاذ تصمیمات متناسب با اهمیت راهبردی منطقه سنگان، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای تحقق اهداف برنامه هفتم توسعه، افزایش تاب‌آوری صنعت فولاد و تقویت امنیت اقتصادی کشور است.