

سرمقاله

دلار اداری
هزینه واقعی

شورای سردبیری

بحث امروز درباره نرخ ارز معمولاً خیلی سریع به یک دوگانه سیاسی فروکاسته می‌شود: آیا بانک مرکزی باید نرخ رسمی را بالا ببرد یا آن را ثابت نگه دارد؟ اما برای اقتصاد واقعی، مسئله پیچیده‌تر است. نرخ اعلام‌شده فقط یکی از اجزای هزینه تجارت است؛ زمان دسترسی به ارز، قابلیت پیش‌بینی تخصیص، فاصله نرخ‌ها و هزینه سرمایه نیز به همان اندازه مهم‌اند.

امروز حواله دلار در مرکز مبادله به بیش از ۱۷۵ هزار تومان رسیده و همزمان اسکناس در شبکه بانکی با نرخ حدود ۲۵۷ هزار تومان عرضه می‌شود. تفاوت کارکرد این بازارها روشن است، اما فعال اقتصادی این اعداد را جدا از یکدیگر نمی‌بیند. آنچه او می‌بیند حرکت عمومی هزینه جایگزینی دارایی و کالا به سمت بالا است.

در این وضعیت، سیاست تثبیت قیمت کالاهای اساسی فقط در صورتی پایدار است که دولت مشخص کند چه کسی هزینه اختلاف را پرداخت خواهد کرد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

واگذاری سایپا در انتظار تصمیم نهایی دولت

رئیس سازمان خصوصی‌سازی گفت: تصمیم نهایی درباره واگذاری یا باقی ماندن شرکت سایپا در اختیار دولت، پس از بررسی در کمیسیون‌های مختلف، در هیئت وزیران اتخاذ می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر، زهره عالی‌پور رئیس سازمان خصوصی‌سازی درباره آخرین وضعیت تعیین تکلیف واگذاری سایپا گفت: در خصوص این...

تثبیت قیمت شش ماهه چقدر دوام می‌آورد؟

کالاهای اساسی پشت خط ارز

فرصت امروز: بازار کالاهای اساسی امروز با یک تناقض مهم روبه‌روست. از یک طرف دولت می‌خواهد قیمت بخشی از اقلام مصرفی خانوار را برای دوره‌ای چندماهه مهار کند؛ از طرف دیگر، نرخ ارزی که بخشی از تجارت و واردات بر مبنای آن انجام می‌شود همچنان رو به افزایش است. امروز نرخ فروش حواله دلار در مرکز مبادله به ۱۷۵ هزار و ۷۵۴ تومان رسید؛ رقمی که فقط نسبت به روز قبل حدود ۵۲۶ تومان افزایش داشت. همزمان گزارش میدانی ایستنا نشان می‌دهد دلار در طرح جدید فروش بانکی به متقاضیان با نرخ حدود ۲۵۷ هزار تومان عرضه می‌شود، در حالی که بازار آزاد امروز در محدوده ۲۶۵ تا ۲۷۰ هزار تومان گزارش شده است. این اعداد برای مدیر یک شرکت مواد غذایی، واردکننده، عمده‌فروش یا فروشگاه زنجیره‌ای فقط خبر بازار ارز نیست. مسئله اصلی این است که وقتی نرخ تأمین دوباره تغییر می‌کند، آیا می‌توان ...

راهبرد عبور از تله تورم؛

ساماندهی شبکه بانکی و حذف رانتهای مالی

مدیریت و کسبوکار

تبلیغات ارگانیک یا تبلیغات پولی؟

معمولاً بازاریاب‌ها حوصله دردرس یا حتی فرآیندهای پیچیده برای تعامل با مخاطب را ندارند. به همین خاطر ضروری است از برخی نکات کلیدی برای بهبود کار استفاده کرد. این مسئله می‌تواند شرایط شما در بازار را به نحو قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. البته لازم نیست همیشه بودجه‌های کلان برای این کار در نظر بگیرید. همین که تبلیغات شما به شیوه‌ای سریع‌تر به دست مخاطب برسد، کافی خواهد بود. پس فکر تأمین سرمایه‌های چند صد هزار دلاری را از سران بیرون کنید.

تبلیغات پولی بیانگر توانایی یک برند برای تأمین سرمایه به منظور تبلیغات و همچنین میزان اهمیت مشتریان است. خوب وقتی یک برند برای تبلیغات کلی هزینه می‌کند، در واقع بخشی از قشیه سودش را به تعامل بهتر با مخاطب اختصاص می‌دهد. این همان مسئله‌ای است که می‌تواند رابطه میان برندها و مشتریان را به طور...

تهدید تولید پایدار؛ مرغداران روزانه ۷۰۰میلیارد تومان زیان می‌کنند

هزار تن مرغ را دارد، در حالی که برآوردهای میدانی پس از اصلاح نظام یارانه‌ها، نشان می‌دهد نیاز واقعی کشور کمتر از ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تن است. بنابراین، برای جلوگیری از هدررفت زیرساخت‌های تولید، صادرات مستمر و پایدار باید به عنوان یک راهبرد کلیدی در دستور کار قرار گیرد.

اسدالله‌نژاد تأکید کرد: سیاست‌های صادراتی نباید تابع تصمیمات لحظه‌ای باشد. دولت باید با رایزنی‌های دیپلماتیک با کشورهای مقصد و تنظیم عوارض صادراتی متناسب، بستری فراهم کند که مرغ ایرانی به صورت رقابتی در بازارهای هدف عرضه شود.

بهره‌وری و نوسازی؛ راهکار بلندمدت

مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی کشور به ضرورت ارتقای بهره‌وری در واحدهای مرغداری اشاره کرد و اظهار کرد: بسیاری از واحدهای تولیدی از استانداردهای لازم برخوردار نیستند. پیشنهاد ما این است که بخشی از درآمدهای حاصل از اصلاح نظام یارانه‌ای در قالب تسهیلات کم‌بهره به تجهیز و نوسازی واحدهای فرسوده اختصاص یابد تا با اصلاح ساختار و سیستم‌های فنی، ضریب تبدیل و هزینه‌های تولید کاهش یابد.

وی همچنین با اشاره به وضعیت نهاده‌های وارداتی در ماه‌های اخیر، گفت: گزارش‌ها حاکی از کیفیت پایین نهاده‌های دامی است که مستقیماً بر بهره‌وری تولید و سلامت گله‌ها تأثیر منفی می‌گذارد.

وی در ادامه با اشاره به اهمیت تولید «مرغ سایز»، گفت: علاوه بر این، باید فرهنگ‌سازی گسترده‌ای برای تولید و مصرف «مرغ سایز» صورت گیرد؛ چرا که ترویج تولید مرغ با وزن استاندارد، ضمن کاهش دوره پرورش

حبیب اسدالله‌نژاد، مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی ایران با اشاره به عدم تعادل میان عرضه و تقاضا در بازار گوشت مرغ کشور گفت: متأسفانه به دلیل ملزاد تولید، مرغداران در حال حاضر قادر به فروش محصولات خود با قیمت تمام‌شده نیستند. در حالی که قیمت تمام‌شده هر کیلوگرم مرغ برای تولیدکنندگان در حدود ۲۵۰ هزار تومان برآورد می‌شود، محصول نهایی در بازار با قیمتی بین ۱۵۰ تا ۱۷۰ هزار تومان عرضه می‌شود. در برخی از استان‌ها این عدد ممکن است به ۱۸۰ هزار تومان برسد.

وی، زیان احتمالی به تولیدکنندگان را سنگین و خارج از توان این صنف دانست و افزود: پیش‌بینی ما نشان می‌دهد که روزانه بین ۶۰۰ تا ۷۰۰ میلیارد تومان زیان به بدنه تولید کشور وارد می‌شود. تداوم این روند می‌تواند منجر به خروج بسیاری از واحدهای تولیدی از چرخه فعالیت و به خطر افتادن امنیت غذایی کشور شود.

خرید حمایتی کارساز است؟

این مسئول صنفی در خصوص اقدامات حمایتی دولت، ضمن انتقاد از نرخ‌های تعیین شده برای خرید تضمینی گفت: اگر چه مصوبه خرید ۳۰ هزار تن مرغ ملزاد (علاوه بر ۷۰ هزار تن ذخیره استراتژیک) در دستور کار قرار گرفته و بخشی از آن نیز جذب شده، اما قیمت‌های اعمالی کارشناسی نیست. قیمت ۳۳۵ هزار تومانی خرید شرکت پشتیبانی امور دام، پس از کسر هزینه‌های مترتب و افت بار، عملاً به عددی حدود ۲۱۰ تا ۲۱۵ هزار تومان می‌رسد که همچنان با قیمت تمام‌شده واقعی تولید فاصله معناداری دارد؛ در نتیجه حمایتی محسوب نمی‌شود.

وی با تأکید بر ظرفیت ملزاد تولید کشور، اظهار کرد: کشور ظرفیت تولید سالانه بیش از ۳ میلیون و ۲۰۰

یک مسئول صنفی با اشاره به وضعیت قیمت گوشت مرغ در بازار، گفت: مرغداران روزانه بین ۶۰۰ تا ۷۰۰میلیارد تومان زیان می‌کنند و تداوم این روند می‌تواند منجر به خروج بسیاری از واحدهای تولیدی شود.

به گزارش خبرنگار مهر، امروز با توجه به شرایط خاص کشور پایداری تولید از هر زمان دیگری بیشتر احساس می‌شود. تیراژ تولید اگر متناسب با نیاز بازار نباشد، چه کمبود داشته باشیم و چه بیش‌بود، خطر جدی برای حمایت از مصرف‌کننده و البته تولید پایدار کشور خواهد بود.

کمتر از یک ماه است که قیمت گوشت مرغ بین کالاهای اساسی، نه تنها افزایش نیافته بلکه روند کاهشی را طی کرده است. کاهش قیمت برای بازار و به ویژه مصرف‌کننده خبر خوبی است اما به شرط اینکه تولید پایدار تضمین شده باشد.

کاهش قیمت گوشت مرغ یا باید ناشی از پایین آمدن هزینه تولید باشد که با توجه به نرخ تورم بعید به نظر می‌رسد یا بهره‌وری در واحدهای تولیدی بالا رفته باشد که این مسئله هم نمی‌تواند نجات‌دهنده باشد زیرا کشور در محاصره دریایی قرار دارد و تجهیز واحدهای تولید به ابزار روزآمد تولید به سختی قابل انجام است. امروز خروج واحدهای کوچک و غیراقتصادی تولید نمی‌تواند خبر خوشی برای اقتصاد باشد، تولیدکنندگانی که در چرخه تورمی ناچار به تعطیل کردن تولید شده‌اند؛ امنیت غذایی امروز به پایداری تولید، حتی واحدهای کوچک، گره خورده چراکه دشمن تحریم‌های جدیدی را برای کشور در حال تدوین و اجرا است. چرا قیمت گوشت مرغ کاهش پیدا کرده و آیا این کاهش پایدار خواهد ماند؟

اگر ارز گران شود ولی قیمت کالا ثابت بماند، مابه‌التفاوت از بین نمی‌رود. ممکن است ابتدا واردکننده آن را ببرد؛ سپس بانک با افزایش تسهیلات؛ یا دولت با یارانه و تخفیف مالیاتی. اگر هیچ‌کدام این بار را تحمل نکنند، نهایتاً کمبود کالا یا افزایش قیمت آن را به مصرف‌کننده منتقل می‌کند.

اقتصاد هزینه را حذف نمی‌کند؛ فقط آن را میان بازیگران جابه‌جا می‌کند. اشتباه دیگر این است که موجودی فعلی بازار را معادل

و هزینه‌های تولید، موجب افزایش ارزش تغذیه‌ای و کاهش ضایعات برای مصرف‌کننده نهایی خواهد شد. دعوت از مردم برای حمایت از تولید ملی با افزایش خرید

اسدالله‌نژاد با اشاره به افت شدید قیمت مرغ در مقایسه با سایر اقلام پروتئینی و ارزش غذایی بالای این محصول، از شهروندان خواست تا در شرایط کنونی با یاری کردن از صنعت طیور کشور، مبادرت به خرید بیشتر گوشت مرغ کنند.

وی یادآور شد: با توجه به اینکه قیمت گوشت مرغ در حال حاضر بسیار پایین‌تر از ارزش واقعی آن و سایر کالاهای پروتئینی است، بهترین فرصت فراهم شده تا خانوارها سهم گوشت سفید را در سبد غذایی خود افزایش دهند. مردم می‌توانند در این ایام در راستای کمک به پایداری تولید، حجم خرید خود را افزایش داده و حتی بخشی از نیاز ماه آینده را خریداری و نگهداری کنند.

هشدار نسبت به جهش آتی قیمت‌ها

وی با تأکید بر اینکه تنظیم بازار بر اساس مکانیسم عرضه و تقاضا صورت می‌گیرد و با سخنرانی و دستورالعمل کنترل نمی‌شود، اظهار کرد: اگر تولیدکننده زیان ببیند و توان مالی خود را برای دوره‌های بعدی تولید از دست بدهد، آثار این زیان سنگین را در ماه‌های آینده در بازار خواهیم دید؛ اثراتی که به صورت جهش ناگهانی قیمت مرغ و گوشت مرغ خود را نشان خواهد داد.

مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گوشتی افزود: برای دستیابی به بازاری با ثبات، قیمت تمام‌شده باید با بهای واقعی تولید، متناسب باشد و عرضه و تقاضا نیز تعادل داشته باشند. در همین راستا، هوشمندسازی تولیدکننده ندارد. ارز ارزان غیرقابل دسترس ممکن است از ارز گران قابل پیش‌بینی برای بنگاه بدتر باشد. اقتصاد ایران در مرحله‌ای قرار گرفته است که کیفیت سیاست ارزی باید بیش از عدد نرخ ارز سنجیده شود. برای بنگاه، بهترین سیاست ارزی سیاستی است که بتوان براساس آن قرارداد بست، موجودی سفارش داد، هزینه را محاسبه کرد و سه ماه بعد با مقررات کاملاً متفاوتی مواجه نشد. برای خانوار نیز نتیجه نهایی نه عدد تابلوی مرکز مبادله، بلکه قیمت کالا در فروشگاه است.

به همین دلیل آزمون سیاست ارزی در ماه‌های پیش‌رو بسیار ساده خواهد بود: آیا افزایش نرخ‌های رسمی با ثبات بیشتر در دسترسی و تداوم تأمین کالا همراه می‌شود یا فقط پایه قیمتی جدیدی برای موج بعدی افزایش هزینه ایجاد می‌کند؟ اگر پاسخ اول باشد، اصلاح نرخ می‌تواند بخشی از حرکت به سمت بازار قابل پیش‌بینی‌تر باشد. اگر پاسخ دوم باشد، مسئله فقط گران‌شدن دلار نیست؛ هزینه بی‌ثباتی دوباره به تولیدکننده و مصرف‌کننده منتقل خواهد شد.



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

خبرنامه

زمستان امسال خاموشی داریم؟

مدیریت شبکه و تأمین سوخت در زمستان امسال اهمیت بیشتری دارد و طبق اعلام رئیس هیات‌مدیره سسندیکای صنعت برق ایران با توجه به تداوم ناترازی گاز و تأثیر آن بر تأمین سوخت نیروگاه‌ها، احتمال خاموشی به دلیل کمبود سوخت وجود دارد. به گزارش ایسنا، محمدهادی قفیه‌زاده – رئیس هیات‌مدیره سسندیکای صنعت برق ایران- درباره کسری تولید برق در زمستان اظهار کرد: به هر صورت، ما همیشه از سال‌های قبل هم در حقیقت وارث یک ناترازی در تولید گاز و مصرف گاز در کشور بودیم، این ناترازی امسال تشدید پیدا کرده، به علت اتفاقاتی که در جنگ اتفاق افتاده و بخشی از ظرفیت تولید گاز کشورمان کم شده است. وی افزود: طبیعتاً این ناترازی در تولید گاز منجر می‌شود به اینکه به مخازن سوخت مایع نیروگاه فشار بیشتری در دوره طولانی‌تری وارد شود و اینکه در حقیقت ما خاموشی در نیروگاه‌ها داشته باشیم به علت کمبود سوخت، می‌تواند یک واقعیت محتمل باشد که باید برای آن چاره‌اندیشی کنیم.

رئیس هیات‌مدیره سسندیکای صنعت برق ایران ادامه داد: باید بتوانیم مدیریت شبکه را امسال به گونه‌ای داشته باشیم که در حقیقت از این کمبود هم شبکه بتواند به خوبی و با موفقیت بیرون بیاید بنابراین احتمال خاموشی وجود دارد.

مرز مسئولیت مالک و آبفا در گرفتگی فاضلاب کجاست؟

مدیرکل دفتر نظارت بر بهره‌برداری فاضلاب با تشریح مرز مسئولیت مشترکان و شرکت‌های آب و فاضلاب در رفع گرفتگی شبکه، گفت: گرفتگی در بخش داخلی ملک بر عهده مشترک است و گرفتگی در بخش شبکه تا نقطه اتصال به شبکه شهری، در حوزه مسئولیت شرکت‌های آب و فاضلاب قرار دارد. سیدمرتضی احتشامی- مدیرکل دفتر نظارت بر بهره‌برداری فاضلاب - در گفت‌وگو با ایسنا، درباره نحوه تشخیص مسئولیت در قبال گرفتگی فاضلاب و اینکه این مشکل مربوط به شبکه داخلی ملک است یا شبکه شهری، اظهار کرد: چنانچه گرفتگی در فاصله سیفون تا مشترک اتفاق بیافتد، مشکل داخلی محسوب می‌شود و درصورتی که گرفتگی بعد از سیفون تا نقطه اتصال به شبکه اتفاق بیافتد، مربوط به شبکه است. رفع گرفتگی سیفون نیز بر عهده شرکت‌های آب و فاضلاب بوده و همچنین مرز مسئولیت مالک و آبفا برای رفع گرفتگی فاضلاب، سیفون فاضلاب تعیین شده است.

حدود ۱۰ هزار کیلومتر از شبکه‌های فاضلاب نیازمند بازسازی مدیرکل دفتر نظارت بر بهره‌برداری فاضلاب درباره آمار سالانه گرفتگی، شکستگی و ریزش در شبکه فاضلاب و مناطق دارای بیشترین موارد، گفت: این آمار در استان‌ها براساس مقدار شبکه اجرا شده، متغیر است، اما در حال حاضر شکستگی و ریزش شبکه با توجه به قدمت شبکه فاضلاب اصفهان بیشتر است.

وی درباره عمر مفید لوله‌های فاضلاب شهری نیز گفت: معمولاً عمر مفید شبکه‌های فاضلاب را ۳۰ سال در نظر می‌گیرند و در حال حاضر حدود ۱۰ هزار کیلومتر از شبکه‌های فاضلاب نیازمند بازسازی یا نوسازی است.

احتشامی درباره میزان و پراکندگی شبکه فرسوده فاضلاب در شهرها و اینکه کدام مناطق بیشترین فرسودگی را دارند، اظهار کرد: شهرهایی مثل اصفهان و تهران که قدمت بالاتری در احداث شبکه‌های فاضلاب دارند، بیشترین میزان فرسودگی شبکه را هم دارند و در حال حاضر شهر اصفهان دارای بیشترین شبکه فرسوده است.

وی در ادامه درباره علت تکرار گرفتگی فاضلاب در برخی مناطق و ارتباط این موضوع با فرسودگی یا ظرفیت شبکه، توضیح داد: گرفتگی در شبکه‌های فاضلاب علل مختلفی می‌تواند داشته باشد؛ از قبیل عدم شیب مناسب، ورود غیرمجاز آب‌های سطحی توسط عوامل شهرداری از طریق آدم‌روها، عدم شست‌وشو و لایروبی شبکه‌های فاضلاب، نفوذ ریشه به داخل شبکه، انشعابات فاضلاب مهاجم، اتصال غیرمجاز شبکه جمع‌آوری آب باران منازل به شبکه جمع‌آوری، شکستگی و یا انسداد شبکه‌های فاضلاب.

هشدار صنعت آب پیش از بارش‌های شدید

سختگوی صنعت آب کشور با اشاره به پیش‌بینی بارش‌های شدید متاثر از پدیده ال‌نینو، نسبت به آب‌گرفتگی معابر شهری در صورت عدم لایروبی به موقع هشدار داد و خواستار اقدام فوری شهرداری‌ها برای آزادسازی مسیرهای عبور آب شد. به گزارش ایسنا، عباسی یبزرگ‌زاده- سختگوی صنعت آب کشور- با اشاره به اطلاع‌رسانی‌های انجام‌شده درباره احتمال وقوع بارش‌های شدید و سیلابی متاثر از ال‌نینو در برخی مناطق کشور، بر ضرورت تسریع در اقدامات پیشگیرانه و آمادگی مدیریت شهری تأکید کرد.

بزرگ‌زاده با بیان اینکه یکی از اقدامات مهم و مؤثر در کاهش آثار احتمالی بارش‌های شدید، آماده‌سازی مسیرهای عبور آب در محدوده‌های شهری است، گفت: ضروری است شهرداری‌های محترم در کوتاه‌ترین زمان ممکن نسبت به لایروبی و آزادسازی مسیرل‌ها، آبراهه‌های شهری و کانال‌های تخلیه آب‌های سطحی اقدام کنند.

وی افزود: با توجه به هشدارها و اطلاع‌رسانی‌های پیشین درباره احتمال وقوع ال‌نینو و بارش‌های شدید و سیلابی، انتظار می‌رود این موضوع مورد توجه جدی مدیریت شهری قرار گیرد تا مسیرهای عبور آب پیش از آغاز بارش‌ها از هرگونه انسداد و مانع پاکسازی شود.

سختگوی صنعت آب کشور ادامه داد: وجود نخاله‌های ساختمانی، زباله و سایر پسماندها در مسیر مسیرل‌ها و آبراهه‌های شهری می‌توانند ظرفیت عبور آب را کاهش دهد و در زمان بارش‌های شدید، زمینه آب‌گرفتگی معابر، خیابان‌ها و مناطق مسکونی را فراهم کند. در شرایط کنونی، پاکسازی و آزادسازی مسیر آبراهه‌ها از جمله اقداماتی است که با اجرای به‌موقع آن می‌توان بخشی از مخاطرات ناشی از بارش‌های شدید را کاهش داد و آمادگی شهرها را برای مدیریت روان آب‌ها افزایش داد.

وی در پایان خواستار توجه و اقدام سریع شهرداری‌ها و دستگاه‌های متولی برای تکمیل اقدامات پیشگیرانه و اطمینان از باز بودن مسیرهای عبور آب در نقاط شهری شد.

تثبیت قیمت شش ماهه چقدر دوام می‌آورد؟

کالاهای اساسی پشت خط ارز



می‌افتد که پول حاصل از فروش بتواند دوباره به موجودی تبدیل شود. این همان چرخه‌ای است که امروز تحت فشار قرار گرفته است: واردات → فروش ریالی → بازایی سرمایه → خرید ارز جدید → واردات بعدی
اگر نرخ ارز در میانه این چرخه سریع‌تر از قیمت فروش حرکت کند، هر دور از چرخه سرمایه بیشتری می‌خواهد. دو نرخ متفاوت، دو نوع فشار متفاوت
بازار امروز یک نکته دیگر نیز دارد. دلار حواله مرکز مبادله در محدوده ۱۷۵ هزار تومان است، اما اسکناس بانکی در طرح جدید حدود ۲۵۷ هزار تومان فروخته می‌شود و نرخ بازار آزاد نیز بالاتر از آن قرار دارد. این نرخ‌ها برای مصارف متفاوت هستند و نباید آنها را مستقیماً معادل یکدیگر دانست، اما فاصله میان آنها برای انتظارات اقتصادی مهم است. وقتی مدیر واردکننده یا تولیدکننده می‌بیند بخش‌های مختلف بازار ارز با قیمت‌های متفاوت و در حال افزایش فعالیت می‌کنند، در تصمیم خرید محتاط‌تر می‌شود.

تأمین‌کننده خارجی ممکن است پیش‌پرداخت بیشتری مطالبه کند. واردکننده ممکن است موجودی بیشتری نگه دارد. عمده‌فروش دوره اعتبار خود را کاهش دهد و خرده‌فروش نیز از ترس افزایش قیمت بعدی، سفارش خود را جلو بیندازد. این رفتارها حتماً نیاز به نقدبینگی را بیشتر می‌کنند. بنابراین حتی پیش از آنکه نرخ جدید ارز به صورت کامل وارد قیمت کالا شود، می‌تواند سرمایه در گردش زنجیره را افزایش دهد. تثبیت قیمت در کدام نقطه می‌شکند؟

سه نقطه برای شکست احتمالی سیاست تثبیت وجود دارد. نخست، افزایش هزینه جایگزینی است. اگر کالا امروز با موجودی قبلی فروخته‌شود اما محموله بعدی گران‌تر وارد شود، قیمت فعلی دوام نمی‌آورد مگر آنکه بخشی از اختلاف هزینه از جای دیگری جبران شود.

دوم، فشار مالیاتی و هزینه‌های جانبی واردات است. فعالان بخش خصوصی امروز پیش‌نهاد کاهش فشار مالیاتی بر کالاهای اساسی را مطرح کرده‌اند؛ از جمله کاهش مؤثرتر مالیات ارزش افزوده برخی اقلام. این پیشنهاد نشان می‌دهد بخشی از بحث دیگر صرفاً نرخ ارز نیست، بلکه مجموع هزینه‌ای است که کالا تا رسیدن به بازار تحمل می‌کند. سوم، زمان است. حتی اگر ارز با نرخ مورد انتظار تخصیص پیدا کند، تأخیر در تخصیص می‌تواند هزینه ایجاد کند. واردکننده‌ای که چند ماه سرمایه‌اش معطل می‌ماند، هزینه مالی دارد. اگر کالا در بندر یا انبار بماند، هزینه انبارداری و دموارژ هم اضافه می‌شود. در نتیجه سیاست تثبیت اگر فقط «قیمت نهایی مصرف‌کننده» را هدف قرار دهد و هزینه‌های میانی زنجیره را نبیند، فشار به نقطه‌ای منتقل می‌شود که دیرتر دیده می‌شود.

فرصت امروز: بازار کالاهای اساسی امروز با یک تناقض مهم روبه‌روست. از یک طرف دولت می‌خواهد قیمت بخشی از اقلام مصرفی خانوار را برای دوره‌ای چندماهه مهار کند؛ از طرف دیگر، نرخ ارزی که بخشی از تجارت و واردات بر مبنای آن انجام می‌شود همچنان رو به افزایش است. امروز نرخ فروش حواله دلار در مرکز مبادله به ۱۷۵ هزار و ۷۵۴ تومان رسید؛ رقمی که فقط نسبت به روز قبل حدود ۵۲۶ تومان افزایش داشت. هزمان گزارش میدانی ایسنا نشان می‌دهد دلار در طرح جدید فروش بانکی به متقاضیان با نرخ حدود ۲۵۷ هزار تومان عرضه می‌شود، در حالی که بازار آزاد امروز در محدوده ۲۶۵ تا ۲۷۰ هزار تومان گزارش شده است.

این اعداد برای مدیر یک شرکت مواد غذایی، واردکننده، عمده‌فروش یا فروشگاه زنجیره‌ای فقط خبر بازار ارز نیست. مسئله اصلی این است که وقتی نرخ تأمین دوباره تغییر می‌کند، آیا می‌توان قیمت کالایی را که مواد اولیه یا محصول نهایی آن با ارز وارد می‌شود برای شش ماه ثابت نگه داشت؟

یکی از اعضای کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی ایران امروز همین مسئله را مطرح کرده است. به گفته او، دوام ثبات قیمت کالاهای اساسی به موجودی انبار محدود نمی‌شود؛ نحوه تأمین ارز واردکنندگان، تأخیر یا عدم تأخیر در تعهدات ارزی دولت و هزینه‌های مالیاتی هم مستقیماً روی قیمت تمام‌شده اثر دارد. او همچنین به برنامه تثبیت قیمت ۱۲ قلم کالای اساسی برای شش ماه آینده اشاره کرده و تحقق آن را مشروط به آن دانسته که مسیر واردات دشوارتر نشود و تعهدات ارزی دولت و بانک مرکزی به‌موقع انجام شود.

مسئله پنهان؛ سرمایه در گردش واردکننده
برای فهم اثر اقتصادی موضوع باید از قیمت فروش فاصله گرفت و به چرخه سرمایه نگاه کرد.

فرض کنید واردکننده‌ای امروز محموله‌ای را وارد می‌کند و کالای خود را با قیمت کنترل‌شده به بازار می‌دهد. اگر هنگام ثبت سفارش بعدی نرخ ارز ۱۰ درصد بالاتر باشد، برای خرید همان مقدار کالا به سرمایه بیشتری نیاز دارد. اگر قیمت فروش اجازه تعدیل نداشته باشد، این شکاف باید از سرمایه خود شرکت با تسهیلات بانکی تأمین شود. در نتیجه تثبیت قیمت می‌تواند روی تابلو موفق به نظر برسد اما در پشت صحنه سرمایه در گردش شرکت را تخلیه کند.

این مشکل زمانی شدیدتر می‌شود که دولت یا بانک مرکزی با تأخیر تعهدات ارزی را تسویه کند. عضو کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی گفته برخی واردکنندگان که در سال‌های گذشته با سازوکارهای ارزی تعیین‌شده کالا وارد کرده‌اند هنوز مطالبات تسویه‌نشده دارند؛ موضوعی که ظرفیت آنها برای تأمین محموله بعدی را محدود می‌کند.

از دید اقتصاد بنگاه، کالا زمانی «تأمین‌شده» محسوب نمی‌شود که فقط یک محموله در انبار وجود داشته باشد. تداوم تأمین زمانی اتفاق

مهار تورم نیازمند اصلاح ساختار بودجه، قطع اضافه برداشت بانک‌های ناتراز و حذف رانت‌های ارزی برای نجات معیشت مردم است. به گزارش خبرنگار مهر، مهر تورم در گرو اصلاح ساختار بودجه، قطع اضافه برداشت بانک‌ها و حذف رانت‌های مالی است.اقتصاد کشور در سال‌های اخیر با چالش مزمن و فرساینده رشد پرشتاب نقدبینگی و جهش‌های مداوم نرخ تورم روبه‌رو بوده است؛ پدیده‌ای که ریشه بنیادین آن در کسری‌های پنهان و آشکار بودجه دولت، تعمیق ناترازی شبکه بانکی و اتلاف منابع ملی در قالب رانت‌های گوناگون قرار دارد. نرخ‌های بالا روی می‌آورند؛ روندی که خود مستقیماً نقدبینگی بدون پشتوانه تولید می‌کند.
جامعه از طریق افت شدید ارزش پول ملی، ضرورت بازنگری در سیاست‌های پولی و مالی را دوچندان کرده است. کارشناسان بر این باورند که بدون توقف موتورهای اصلی خلق پول و ساماندهی رابطه مالی دولت، شبکه بانکی و بانک مرکزی، امکان مهار پایدار تورم و بازگرداندن ثبات به متغیرهای کلان اقتصادی فراهم نخواهد شد.

تله کسری تراز عملیاتی و اتکای مزمن به منابع تورم‌زا

سند بودجه سالانه به عنوان نقشه راه مالی کشور، طی دوره‌های متعددی با شکاف ساختاری میان درآمدهای پایدار و هزینه‌های جاری مواجه بوده است. برآوردهای بیش از حد خوش‌بینانه از منابع حاصل از صادرات نفت و گاز، فروش اوراق و واگذاری دارایی‌های مازاد دولتی، همواره در عمل با عدم تحقق مواجه شده و کسری تراز عملیاتی سنگینی را پدید آورده است. دولت‌ها برای جبران این خلاء مالی، مسیرهای سهل‌الوصول اما به شدت مخربی نظیر استقراض از منابع بانک مرکزی، صندوق توسعه ملی یا انتقال تکالیف مالی به شبکه بانکی را برگزیده‌اند؛ تصمیماتی که به طور مستقیم پایه پولی را منبسط ساخته و حجم نقدبینگی سرگردان را افزایش داده است.
یاسین مرادی تحلیلگر مسائل اقتصاد کلان، معتقد است که بودجه‌ریزی باید از قالب سنتی چانه‌زنی خارج شده و بر اساس ظرفیت واقعی درآمدهای مالیاتی و منابع بانبات طراحی شود. وی تأکید می‌کند که حذف ردیف‌های موازی و پرهزینه ارگان‌های فاقد بهره‌وری اقتصادی و مهار مصارف غیرضروری، پیش‌شرط قطعی جلوگیری از استقراض و قطع ریشه‌های خلق پول پرقدرت در دستگاه اجرایی است.
بحران ناترازی شبکه بانکی و اضافه برداشت‌های بی‌ضابطه
در کنار کسری بودجه، دومین موتور محرک تورم در سال‌های اخیر، ناترازی جاد و شتابان در شبکه بانکی کشور بوده است. انجماد بخش

راهبرد عبور از تله تورم؛ ساماندهی شبکه بانکی و حذف رانت‌های مالی

است. با پیاده‌سازی کامل سامانه‌های جامع مالیاتی و ثبت معاملات تجاری، تمرکز دولت باید به جای تحمیل بار مضاعف بر فعالان رسمی، به سمت شناسایی فعالیت‌های سوداگرانه در بازارهای دارایی، طلا، ارز و مسکن هدایت شود تا از یک سو جلوی فرار مالیاتی دانه‌درشته‌ها گرفته شود و از سوی دیگر انگیزه ورود به فعالیت‌های نامولد کاهش یابد.

ناترازی‌های انباشته در حوزه‌های انرژی و صندوق‌های بانزشتگی
یکی دیگر از ابعاد پرچالش اقتصاد که کسری‌های فرابودجه‌ای سنگینی ایجاد کرده، ناترازی گسترده در بخش انرژی و صندوق‌های بانزشتگی است. هدررفت بالای انرژی به سبب فرسودگی تجهیزات و شدت مصرف نامتعارف، هزینه‌های سرسام‌آوری را برای تأمین سوخت و جبران کسری تراز تولید به بار آورده است.
از طرفی دیگر، صندوق‌های بانزشتستگی به واسطه مدیریت‌های غیرتخصصی و نسبت‌های نامناسب جمعیتی، توان پرداخت مستمری‌ها را از دست داده و بخش قابل توجهی از منابع عمومی دولت را برای تداوم فعالیت خود مصرف می‌کنند؛ امری که سهم طرح‌های زیرساختی و عمرانی کشور را به حداقل رسانده است.

اصلاح شیوه مدیریت شرکت‌های وابسته به این صندوق‌ها، بهره‌گیری از مدیران مستقل و متخصص و اجرای طرح‌های بهینه‌سازی زنجیره انرژی، می‌تواند بخشی از این بار مالی سنگین را از دوش دولت بردارد. این اصلاحات زیربنایی مانع از آن می‌شود که کسری‌های فزاینده بخش‌های تأمین اجتماعی و انرژی مجدداً به صورت فشارهای تورمی به جامعه بازگردد.

ضرورت بسته سیاستی هماهنگ و بازسازی انتظارات عمومی
مهار پایدار تورم در گرو نگاهی جامع، هماهنگ و غیربخشی به ریشه‌های ناترازی است. تلاش برای کنترل قیمت‌ها صرفاً از طریق ابزارهای نظارتی و بدون دست زدن به ریشه‌های پولی و مالی، راهکاری شکست‌خورده است.

ثبات پایدار زمانی حاصل می‌شود که اصلاحات بودجه‌ای و کاهش هزینه‌های غیرضروری دولت، با انضباط سخت‌گیرانه در نظام بانکی، توقف اضافه برداشت‌ها، حذف رانت‌های چنددرخی و توسعه ابزارهای مالی جذاب برای جذب ریال همراه شود. اجرای منسجم چنین برنامه‌ای می‌تواند انتظارات منفی تورمی را خنثی کرده و زمینه‌ساز احیای اعتماد عمومی و بازگشت آرامش به معیشت مردم گردد.



اخبار

افزایش ذخایر سدها فرصت مناسب کاهش برداشت از منابع زیرزمینی است

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان تهران گفت: در صورت تحقق سناریوی افزایش بارش‌ها در سال آبی پیش‌رو و به‌سود ورودی رواناب به مخازن، افزایش ذخیره آب در سدهای تأمین‌کننده آب شرب تهران می‌تواند علاوه بر تقویت پایداری تأمین آب شرب، فرصت مناسبی برای کاهش برداشت از منابع آب زیرزمینی و تقویت برنامه‌های حفاظت از آبخوان‌های استان فراهم کند.

به گزارش ایسنا، یاسر رهبردین با اشاره به اهمیت مدیریت تأمان منابع آب سطحی و زیرزمینی اظهار کرد: تأمین پایدار آب شرب تهران همچنان نخستین و مهم‌ترین اولویت شرکت است و در این مسیر، مخازن سدهای پنجگانه تأمین‌کننده آب شرب تهران نقش اساسی دارند.

وی افزود: چنانچه شرایط اقلیمی و بارش‌های پیش‌رو به گونه‌ای رقم بخورد که شاهد افزایش محسوس ورودی آب به سدها و بهبود وضعیت ذخایر باشیم، این موضوع می‌تواند امکان مدیریت دقیق‌تر منابع و کاهش اتکای تأمین آب به منابع زیرزمینی را فراهم کند.

رهبردین تأکید کرد: هر میزان کاهش برداشت از منابع آب زیرزمینی، یک گام در مسیر حفاظت از آبخوان‌ها، کنترل افت سطح آب و کاهش پیامدهای ناشی از برداشت بی‌رویه از این منابع است.

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان تهران ادامه داد: در چنین شرایطی، موضوع محیط زیست و تأمین نیاز آبی زیست‌محیطی نیز با جدیت بیشتری در دستور کار شرکت قرار خواهد گرفت و تلاش می‌کنیم در چارچوب ظرفیت منابع آبی و ضوابط مربوط، سهم مناسبی برای حفظ پایداری اکوسیستم‌های وابسته به آب در نظر گرفته شود.

وی خاطرنشان کرد: نگاه ما به افزایش احتمالی منابع آب، صرفاً افزایش حجم ذخیره در مخازن نیست؛ بلکه باید این فرصت را به‌بهبود توازن میان منابع آب سطحی و زیرزمینی، کاهش فشار بر آبخوان‌ها، حفاظت از محیط‌زیست و افزایش تاب‌آوری نظام تأمین آب استان تبدیل کنیم.

رهبردین با اشاره به ضرورت مدیریت ریسک در شرایط اقلیمی متغیر گفت: حتی در صورت افزایش بارش‌ها، مدیریت منابع آب باید همچنان بر مبنای احتیاط، برنامه‌ریزی و نگاه بلندمدت انجام شود؛ چرا که بارش بیشتر در یک دوره زمانی، به‌تنهایی به معنای رفع کامل تنش آبی و بازگشت منابع به شرایط پایدار گذشته نیست.

وی تصریح کرد: هدف ما این است که هر میزان بهبود در وضعیت منابع آب، به سرمایه‌ای برای آینده تبدیل شود؛ سرمایه‌ای که هم امنیت آب شرب تهران را تقویت کند، هم به احیای آبخوان‌ها و حفاظت از محیط زیست کمک کند و هم تاب‌آوری استان را در برابر دوره‌های خشکسالی آینده افزایش دهد.

افزایش قیمت بنزین

به نفع خودروسازان آسیایی شد

با عبور میانگین قیمت بنزین در آمریکا از چهار دلار در هر گالن، تقاضای خریداران برای خودروهای هیبریدی افزایش یافته است اما محدود بودن مدل‌های هیبریدی در محصولات خودروسازان بزرگ آمریکایی، بسیاری از مشتریان را به سمت برندهای آسیایی سوق داده است.

به گزارش ایسنا، هیوندای اعلام کرد فروش خودروهای هیبریدی این خودروساز کره‌ای در سه‌ماهه سوم سال جاری ۳۹ درصد افزایش یافته و فروش مدل‌های هیبریدی کیا بیش از دو برابر شده و ۱۵۲ درصد رشد کرده است. خودروسازان ژاپنی نیز در این دوره، افزایش قابل‌توجهی در فروش هیبریدی‌ها ثبت کردند، به‌طوری‌که فروش تویوتا ۲۹ درصد و فروش هوندا ۲۱ درصد افزایش یافت.

افزایش قیمت بنزین از زمان آغاز تجاوز آمریکا و رژیم صهیونیستی به ایران در اواخر فوریه (۹ اسفند)، خریداران آمریکایی را به سمت خودروهای کم‌مصرف‌تر مانند خودروهای هیبریدی سوق داده است. اما برخلاف خودروسازان ژاپنی و کره‌ای، بیشتر شرکت‌های آمریکایی مدل‌های هیبریدی محدودی در بازار دارند.

با این حال، فروش خودروهای تمام‌برقی طی یک سال گذشته به‌شدت کاهش یافته است. خودروهای برقی نسبت به خودروهای بنزینی گران‌تر هستند و پس از پایان اعتبار مالیاتی ۷۵۰۰ دلاری خرید خودروهای برقی در سپتامبر سال گذشته، این اختلاف قیمت بیشتر شده است.

ایوان دورری، مدیر بخش تحلیل‌های سایت خرید خودرو «ادموندز» (Edmunds)، گفت: خودروهای هیبریدی می‌توانند نیاز بسیاری از مصرف‌کنندگان را با راحتی بیشتر و هزینه پایین‌تر نسبت به خودروهای برقی برآورده کنند.

افزایش فروش خودروهای هیبریدی، خودروسازان کره‌ای را برای نخستین بار در تاریخ، تا آستانه پیشی گرفتن از فورد در بازار آمریکا پیش برده است.

هیوندای و کیا در سه‌ماهه سوم در مجموع ۵۰۶ هزار و ۲۰۰ دستگاه خودرو فروختند که نسبت به مدت مشابه سال میلادی گذشته، ۵۰۴ درصد افزایش داشت. در مقابل، فروش فورد، سومین خودروساز بزرگ آمریکا از نظر حجم فروش، با ۶۶ درصد کاهش، به ۵۰۹ هزار و ۷۶۴ دستگاه خودرو رسید.

فورد در سال ۲۰۰۷ جایگاه دومین خودروساز بزرگ آمریکا را به تویوتا واگذار کرد که بخشی از روند چند دهه‌ای تغییر گرایش مصرف‌کنندگان آمریکایی از سه خودروساز بزرگ آمریکایی شامل فورد، جنرال موتورز و استلانتیس به سمت برندهای آسیایی بوده است.

خودروسازان آسیایی نخستین بار در جریان شوک قیمت نفت ۵۰ سال پیش، حضور خود را در بازار آمریکا به‌طور چشمگیری گسترش دادند و افزایش اخیر قیمت بنزین نیز به نفع آنها تمام شده است.

طبق گزارش شرکت خدمات صنعت خودروی «کاکس اتوموتیو» (Cox Automotive)، خودروسازان آسیایی در سه‌ماهه جاری بیش از نیمی از کل خودروهای نو را به فروش رساندند و سهم شرکت‌های آمریکایی به پایین‌ترین حد خود رسید.

خودروسازان بزرگ آمریکایی طی چند دهه گذشته، تولید بسیاری از سدان‌های کم‌مصرف و خودروهای کوچک‌تر را متوقف کرده‌اند و به سمت تولید شاسی‌بلندها و پیکاپ‌تراک‌های بزرگ‌تر که حاشیه سود بالاتری دارند، حرکت کرده‌اند. پیش از آغاز تجاوز نظامی آمریکا و رژیم صهیونیستی به ایران، خریداران آمریکایی نیز مشکل چندانی با خرید خودروهای بزرگ و پرمصرف نداشتند. بر اساس گزارش شبکه سی‌ان‌ان، فورد و جنرال موتورز هر دو قصد دارند در سال‌های آینده، مدل‌های هیبریدی بیشتری عرضه کنند، اما تغییر مسیر تولید زمان‌بر است.



ناوگان کاهش می‌یابد، در حالی که اقساط و هزینه‌های ثابت باقی است. چهارم، صادرکنندگانی که قراردادهای تحویل دقیق دارند. تأخیر ممکن است علاوه بر هزینه حمل به جریمه قراردادی یا از دست‌دادن مشتری منجر شود.

برندگان احتمالی چه کسانی هستند؟

به بحران لجستیکی مسیر جایگزین می‌سازد.

اپراتورهای مسیرهای ریلی، کریدورهای قفقاز، حمل ترکیبی دریایی – زمینی و شرکت‌هایی که بتوانند بار را از مرزهای دیگر عبور دهند ممکن است تقاضای بیشتری دریافت کنند.

اما این فرصت برای اقتصاد ایران الزاماً خبر خوبی نیست؛ زیرا بخشی از آن ناشی از انتقال بار از مسیر فعلی است.

فرصت مطلوب زمانی ایجاد می‌شود که شرکت‌های لجستیکی ایرانی بتوانند مسیر جایگزین داخل شبکه ایران طراحی کنند، نه اینکه کالا به طور کامل از جغرافیای ایران خارج شود.

سه سناریوی پیش‌رو

سناریوی اول، افزایش فوری ظرفیت پردازش و هماهنگی دو طرف است. در این صورت صف می‌تواند طی چند روز یا چند هفته کاهش پیدا کند و اثر بلندمدت محدود بماند.

سناریوی دوم، صف کاهش می‌یابد اما زمان عبور همچنان غیرقابل پیش‌بینی می‌ماند. این سناریو برای کسب‌وکار حتی از صف ثابت هم آزاردهنده است؛ زیرا برنامه‌ریزی موجودی و قرارداد را دشوار می‌کند.

سناریوی سوم، گلوگاه ماندگار می‌شود و صاحبان بار به‌تدریج مسیرهای جایگزین می‌سازند. این حالت بیشترین هزینه استراتژیک را دارد.

برای تشخیص سناریو فقط یک شاخص لازم است: میانگین واقعی زمان عبور کامیون از لحظه ورود به صف تا خروج از مرز.

تعداد جلسات، سامانه‌ها و وعده‌ها اهمیت ثانویه دارند.

تصمیم عملی

شرکت‌هایی که از مسیر ترکیه استفاده می‌کنند باید از امروز Border Delay را به شکل یک هزینه مستقل در قیمت‌گذاری خود وارد کنند.

به جای اینکه بگویند «کرایه حمل ۳۰۰۰ دلار است»، باید محاسبه کنند:

کرایه + هزینه هشت روز توقف + هزینه مالی ارزش محموله + ریسک دیرکرد + هزینه موجودی ایمنی.

گام دوم این است که برای کالاهای حیاتی حداقل یک مسیر جایگزین آماده شود؛ حتی اگر کمی گران‌تر باشد.

گام سوم، بازنگری قراردادهای تحویل است. شرکتی که زمان عبور مرزی را کنترل نمی‌کند نباید بدون حاشیه اطمینان تعهد تحویل قطعی بدهد.

و در نهایت، برای مواد اولیه‌ای که توقفشان خط تولید را می‌خواهند، موجودی ایمنی باید براساس زمان مرزی واقعی محاسبه شود، نه زمان حمل روی نقشه.

صف ۲۲ کیلومتری امروز یک تصویر ترافیکی نیست. این صف، سرمایه در گردش بنگاه‌هایی است که روی اسفالت متوقف شده است.

نگه دارد. یعنی میلیاردها تومان سرمایه فقط برای جبران بی‌ثباتی لجستیک در انبار قفل می‌شود.

در اینجا یک ناکارآمدی مرزی تبدیل به نیاز بیشتر به سرمایه در گردش می‌شود.

مسئله تازه نیست؛ ظرفیت دو طرف نامتقارن است

گزارش مردادماه تسنیم نشان می‌داد در مقطعی روزانه حدود ۳۰۰ کامیون ایرانی از مرز خارج می‌شدند در حالی که حدود ۶۰۰ کامیون از سمت ترکیه وارد می‌شدند؛ خود گزارش نتیجه گرفته بود که اختلاف ظرفیت پذیرش و پردازش دو طرف مرز و هماهنگی ناکافی یکی از عوامل اصلی طولانی‌شدن صف است.

گزارش تازه امروز نیز اتهام کم‌کاری و ضعف هماهنگی را مطرح کرده است، اما باید این بخش را یک ادعای فعال تجاری دانست، نه نتیجه یک گزارش رسمی مستقل. آنچه با اطمینان بیشتری می‌توان گفت این است که صف طولانی امروز ادامه همان گلوگاهی است که دست‌کم طی ماه‌های گذشته چندین بار گزارش شده است.

این تمایز مهم است؛ زیرا برای حل مشکل باید بدانییم مسئله نیروی انسانی است، فرایند گمرکی است، محدودیت پذیرش طرف ترکیه است یا ترکیبی از همه این عوامل.

اما برای بنگاه نتیجه یکسان است: زمان تحویل غیرقابل پیش‌بینی شده است. خطر بزرگ‌تر؛ تغییر مسیر تجارت

یکی از هشدارهای گزارش امروز این است که برخی ناوگان‌ها و خطوط حمل به دنبال مسیرهای جایگزین رفته‌اند و مسیرهایی از گرجستان، آذربایجان و حوزه خزر را انتخاب می‌کنند. این ادعا نیز از سوی رئیس خانه اقتصاد و تجارت ایران و ترکیه مطرح شده است.

اگر چنین تغییری موقت باشد، مشکل محدود است.

اما اگر صاحبان کالا به یک مسیر جایگزین عادت کنند و شبکه حمل، انبار، قرارداد و بیمه خود را براساس آن تنظیم کنند، بازگرداندن بار به مسیر ایران دشوارتر خواهد شد.

ایمن همان خطری است که در کسب‌وکار به آن Customer Switching Cost می‌گوییم؛ زمانی که مشتری برای مسیر جدید سرمایه‌گذاری کرد، دیگر فقط با کاهش چند دلاری کرایه برنمی‌گردد.

برای ایران نیز هر مسیر ترازیتی که از کشور خارج شود فقط از دست‌رفتن کرایه نیست؛ سوخت، تعمیرات، انبارداری، بیمه، خدمات

راننده، عوارض و درآمد کسب‌وکارهای مرزی نیز همراه آن از بین می‌روند. چه کسب‌وکارهایی بیشترین آسیب را می‌بینند؟

نخست، صادرکنندگان محصولات فسادپذیر. برای میوه، سبزی، لبنیات و محصولات غذایی زمان بخشی از کیفیت کالا است.

دوم، صنایع وابسته به قطعات یا مواد اولیه‌ای که از مسیر ترکیه و اروپا می‌آیند. ممکن است ارزش یک قطعه بسیار کوچک باشد اما نبود آن خط تولید را متوقف کند.

سوم، شرکت‌های حمل‌ونقل. کامیونی که هشت یا بیست روز در صف است نمی‌تواند سروسوی دوم خود را انجام دهد. در نتیجه درآمد ماهانه

فرصت امروز: یک مرز زمینی زمانی مزیت اقتصادی است که کالا از آن عبور کند؛ نه اینکه کامیون برای روزها در صف بماند. امروز رئیس خانه اقتصاد و تجارت ایران و ترکیه از شکل‌گیری صفی حدود ۲۲ کیلومتری در مسیر ورودی بازرگان خبر داده و گفته بیش از هزار کامیون منتظر عبور هستند. طبق همین گزارش، برخی کامیون‌ها بیش از هشت روز در انتظار ورود به مرز مانده‌اند.

این اتفاق یک حادثه کوتاه‌مدت به نظر نمی‌رسد. گزارش‌های ماه‌های گذشته نیز از معطلی‌های طولانی حکایت داشتند؛ تسنیم در مردادماه گزارش کرده بود برخی رانندگان برای خروج از بازرگان تا ۲۰ روز منتظر می‌مانند و آمار اعلامی آن زمان نشان می‌داد روزانه حدود ۳۰۰ کامیون ایرانی خارج می‌شوند، در حالی که تقریباً ۶۰۰ کامیون از سمت ترکیه وارد ایران می‌شوند.

برای یک صادرکننده، این دیگر مسئله حمل‌ونقل نیست. مرز به بخشی از قیمت تمام‌شده کالا تبدیل شده است.

یک کامیون متوقف، یک انبار متحرک گران

زمانی که کامیون حرکت نمی‌کند، هزینه متوقف نمی‌شود.

راننده باید دست‌مزد بگیرد. کامیون هزینه مالی یا قسط دارد. سوخت و خدمات جانبی مصرف می‌شود. سرمایه صاحب کالا در محموله بلوکه است. اگر کالا فسادپذیر باشد، هر روز انتظار از عمر اقتصادی محصول کم می‌کند.

اگر محموله ماده اولیه باشد، کارخانه مقصد نیز ممکن است به دلیل نرسیدن کالا با کاهش تولید مواجه شود.

در گزارش امروز گفته شده بخشی از بارهای پشت مرز شامل مواد اولیه، قطعات و کالاهای خوراکی است؛ رئیس خانه اقتصاد و تجارت ایران و ترکیه همچنین هشدار داده توقف‌های طولانی می‌تواند باعث دیرکرد، هزینه‌های اضافی و در کالاهای فسادپذیر حتی کاهش قابلیت مصرف شود.

بنابراین هزینه صف را فقط نباید با کرایه کامیون محاسبه کرد.

فرمول واقعی‌تر این است:

هزینه توقف کامیون + خواب سرمایه + تأخیر تولید + احتمال فساد کالا + جریمه تأخیر قرارداد + از دست‌رفتن اعتماد مشتری

برای برخی کالاها رقم نهایی می‌تواند چند برابر هزینه حمل باشد.

چرا گلوگاه مرزی از تعرفه مهم‌تر می‌شود؟

فرض کنید صادرکننده ایرانی محصولی را پنج درصد ارزان‌تر از رقیب خارجی عرضه می‌کند.

اگر محموله او ده روز دیرتر برسد، مشتری خارجی ممکن است حاضر باشد همان کالا را پنج یا حتی ده درصد گران‌تر از تأمین‌کننده دیگری بخرد اما زمان تحویل مشخصی داشته باشد.

در تجارت B2B، قابلیت پیش‌بینی خودش بخشی از قیمت است.

همین موضوع درباره مواد اولیه وارداتی نیز صدق می‌کند. مدیر کارخانه فقط قیمت خرید را مقایسه نمی‌کند؛ باید بداند چه زمانی قطعه به خط تولید می‌رسد.

اگر مرز نامطمئن باشد، شرکت مجبور می‌شود موجودی ایمنی بیشتری

رئیس سازمان خصوصی‌سازی گفت: تصمیم نهایی درباره واگذاری یا

باقی ماندن شرکت سایپا در اختیار دولت، پس از بررسی در کمیسیون‌های مختلف، در هیئت وزیران اتخاذ می‌شود.

به گزارش خبرگزاری مهر، زهره عالی‌پور رئیس سازمان خصوصی‌سازی درباره آخرین وضعیت تعیین تکلیف واگذاری سایپا گفت: در خصوص این موضوع، اختلاف‌نظرهایی وجود دارد و برخی نمایندگان درباره اینکه آیا سایپا باید همچنان در اختیار دولت باقی بماند یا واگذار شود، دیدگاه‌های

واگذاری سایپا در انتظار تصمیم نهایی دولت

متفاوتی دارند.

وی در مصاحبه با سیما افزود: در بخش خصوصی تقریباً اتفاق نظر وجود دارد که شرایط سایپا به گونه‌ای است که باید هرچه سریع‌تر سرمایه‌گذاری جدید به این شرکت تزریق شود و مدل بازسازی آن نیز در سریع‌ترین زمان ممکن تعیین تکلیف شود. اما این موضوع در دولت مطرح شده و درباره آن اختلاف‌نظرهایی وجود دارد. ما نیز در دیدار با نمایندگان، توضیحاتی درباره موضوع واگذاری سایپا ارائه کرده‌ایم.

**کشورهای رکورددار افزایش قیمت مسکن در اروپا**

قیمت مسکن در بیشتر کشورهای اروپا همچنان در حال افزایش بوده و در بسیاری از کشورها، رشد قیمت‌ها از نرخ تورم فراتر رفته، به‌طوری‌که در سه‌ماهه دوم ۲۰۲۶، رشد سالانه قیمت مسکن از ۰٫۶ درصد در آلمان تا ۱۶٫۵ درصد در پرتغال متغیر بوده است.

به گزارش ایسنا، بر اساس داده‌های یورواستات، قیمت مسکن در اتحادیه اروپا در سه‌ماهه دوم ۲۰۲۶ نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۴٫۷ درصد افزایش یافت و از نرخ تورم ۳٫۲ درصدی در این دوره، پیشی گرفت. در میان ۲۹ کشور اروپایی، ۹ کشور افزایش دو رقمی قیمت مسکن را ثبت کردند.

پرتغال با رشد سالانه ۱۶٫۵ درصدی، بیشترین افزایش قیمت مسکن را در سه‌ماهه دوم ۲۰۲۶ در میان ۲۹ کشور تحت بررسی ثبت کرد. بلغارستان نیز با رشد ۱۵٫۵ درصدی، در جایگاه بعدی قرار گرفت.

میک کالمت، کارشناس بازار مسکن در شرکت «گلوبال پراپرتی گاید» (Global Property Guide) گفت: تقاضای مسکن در پرتغال به‌ویژه در لیسبون، پورتو و مناطق ساحلی پرتغدار، همچنان از عرضه پیشی گرفته است. محدودیت ساخت‌وسازهای جدید، سرمایه‌گذاری خارجی، تقاضای مرتبط با گردشگری و کمبود مستمر مسکن از عوامل افزایش قیمت‌ها در پرتغال بوده‌اند.

کالمت افزود: در بلغارستان نیز افزایش درآمد خانوارها، رشد دستمزدها، شرایط نسبتاً مناسب دریافت وام مسکن و تقاضای بالا برای خرید ملک به‌عنوان سرمایه‌گذاری، از عوامل حمایت‌کننده از رشد قیمت‌ها بوده‌اند.

پس از پرتغال و بلغارستان، لیتوانی با ۱۴٫۳ درصد، اسلوواکی با ۱۳٫۶ درصد، کرواسی با ۱۲٫۷ درصد، اسپانیا و رومانی هر کدام با ۱۲٫۱ درصد، لتونی با ۱۱٫۴ درصد و مجارستان با ۱۰٫۲ درصد، بیشترین رشد قیمت مسکن را ثبت کردند.

قیمت مسکن در دانمارک ۹٫۴ درصد، اسلونی ۹٫۱ درصد و جمهوری چک ۸٫۶ درصد افزایش یافت. همچنین قیمت‌ها در قبرس ۷٫۹ درصد، مالت ۶٫۹ درصد، لهستان ۶٫۳ درصد، ایرلند ۶ درصد، استونی ۵٫۸ درصد، اتریش ۵٫۱ درصد و سوئد ۴٫۸ درصد افزایش داشت.

کاهش قیمت مسکن در سه کشور

فنلاند با کاهش ۲٫۷ درصدی، لوکزامبورگ با افت ۲٫۲ درصدی و فرانسه با کاهش ۰٫۸ درصدی، کشورهایی بودند که قیمت مسکن در آنها نسبت به سال گذشته کاهش یافت. کالمت کاهش رشد اقتصادی، ضعف اعتماد مصرف‌کنندگان و آثار ادامه‌دار افزایش نرخ بهره را از عوامل کاهش قیمت مسکن در فنلاند دانست.

وی درباره فرانسه نیز گفت: محدود شدن توان خرید، تقاضای نسبتاً ضعیف برای مسکن و آثار نرخ‌های بالای وام مسکن در گذشته، بر قیمت‌ها فشار نزولی وارد کرده است. نااطمینانی اقتصادی نیز باعث شده است برخی خریداران احتمالی، خرید مسکن را به تعویق بیندازند.

در میان چهار اقتصاد بزرگ اتحادیه اروپا، اسپانیا با رشد ۱۲٫۱ درصدی بیشترین افزایش را داشت، در حالی که قیمت مسکن در ایتالیا چهار درصد افزایش یافت. قیمت مسکن در آلمان فقط ۰٫۶ درصد افزایش یافت و در فرانسه ۰٫۸ درصد کاهش داشت. کارستن برزسکی و فرانزیسکا بیل، تحلیلگران بانک «آی‌ان‌جی» (ING) اعلام کردند: افزایش دوباره نرخ وام مسکن در آلمان، کاهش توان خرید و افت تقاضا برای دریافت وام، بر بازار مسکن این کشور تاثیر گذاشته است.

تفاوت بازارهای مسکن اروپا

کالمت گفت: تفاوت در میزان رشد قیمت مسکن در کشورهای اروپایی عمدتاً بازتاب کمبود مسکن، رشد درآمد‌ها، شرایط دریافت وام مسکن و روندهای جمعیتی در هر کشور است. بازار مسکن اساساً ماهیتی محلی دارد، حتی اگر کشورهای اروپایی شرایط اقتصادی و پولی مشابهی داشته باشند.

کشورهایی که با تقاضای بالا و ساخت‌وساز محدود مواجه هستند، معمولاً افزایش سریع‌تر قیمت مسکن را تجربه می‌کنند. در مقابل، در کشورهای که رشد اقتصادی ضعیف‌تر، تقاضای خانوار کمتر یا حساسیت بیشتری نسبت به هزینه وام‌گیری دارند، رشد قیمت‌ها کندتر بوده یا قیمت مسکن کاهش یافته است.

رشد واقعی قیمت مسکن همچنان قابل توجه است

در ۶ کشور نیز قیمت واقعی مسکن کاهش یافت که بیشترین افت مربوط به لوکزامبورگ با ۶٫۴ درصد بود. قیمت واقعی مسکن در فرانسه ۳٫۲ درصد و در آلمان ۲ درصد کاهش یافت. کالمت سه عامل اصلی موثر بر قیمت مسکن در یک سال گذشته را کمبود مستمر مسکن، رشد درآمد خانوارها و تغییر شرایط وام‌های مسکن عنوان و اظهار کرد: در بسیاری از کشورهای اروپایی، ساخت‌وساز مسکونی توانسته همگام با تقاضا افزایش یابد.

چشم‌انداز قیمت مسکن اروپا

کالمت پیش‌بینی کرد کمبود مسکن و تداوم تقاضا در بسیاری از بازارهای اروپایی همچنان از افزایش قیمت‌ها حمایت کند، اما سرعت رشد در کشورهای مختلف، متفاوت خواهد بود و تکرار افزایش‌های دو رقمی در یک سال دیگر قطعی نیست. نرخ بهره، مهم‌ترین عامل نامطمئن در چشم‌انداز بازار مسکن است. بانک مرکزی اروپا در سپتامبر ۲۰۲۶ در واکنش به افزایش دوباره فشارهای تورمی، نرخ بهره را افزایش داد. بر اساس گزارش یورونیوز، وی افزود: افزایش هزینه وام مسکن در کنار کاهش قدرت خرید ناشی از افزایش قیمت انرژی، می‌تواند تقاضا برای مسکن را کاهش دهد.



است.

۲. ورود با شماره تلفن همراه و رمز یک‌بارمصرف؛ در این روش، مشتری می‌تواند با استفاده از شماره تلفن همراه ثبت‌شده در سامانه و دریافت رمز یک‌بارمصرف، بدون نیاز به حفظ یا وارد کردن کلمه عبور، وارد سامانه شود. رمز یک‌بارمصرف نیز در همان لحظه از طریق پیامک برای مشتری ارسال خواهد شد.

۳. ورود به «پرداخت سریع» بدون نیاز به نام کاربری یا شماره تلفن همراه؛ در صورتی که نام کاربری یا شماره تلفن همراه ثبت‌شده در سامانه در دسترس مشتری نباشد، امکان استفاده از گزینه «ورود به پرداخت سریع» فراهم شده است. مشتری با وارد کردن صرفاً شماره سرویس می‌تواند به خدماتی مانند تمدید سرویس و خرید شارژ دسترسی پیدا کند.

مهم‌ترین قابلیت‌های سامانه جدید مشتریان فیبر نوری

بهرامی تصریح کرد: سامانه نوین و هوشمند مشتریان فیبر نوری شرکت مخابرات ایران، مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و امکانات را در اختیار کاربران قرار می‌دهد که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از: ارائه پنل اختصاصی برای مشتریان خانگی با محیطی ساده، روان و کاربرپسند؛ ارائه پنل اختصاصی مشتریان تجاری متناسب با نیازها و الزامات کسب‌وکارها؛ هوشمندسازی فرایندهای ارائه خدمات و حرکت به سمت خدمات دیجیتال؛ دسترسی سریع و آسان به اطلاعات و خدمات مورد نیاز؛ طراحی ساده، مدرن و کاربرمحور با هدف کاهش پیچیدگی فرایندها؛ ایجاد قابلیت توسعه و افزودن خدمات جدید متناسب با نیازهای آینده؛ فراهم کردن بستر مناسب برای ارائه خدمات هوشمند و شخصی‌سازی‌شده؛ افزایش شفافیت و سهولت در فرایند دریافت و مدیریت خدمات.

گامی در مسیر هوشمندسازی شبکه خانگی

وی یکی از رویکردهای نوین مورد توجه در این سامانه، فراهم کردن زمینه حرکت از FTTH (Fiber To The Home) به سمت

FTTR (Fiber To The Room) عنوان کرد و گفت: رویکردی

که با توسعه فیبر نوری در داخل ساختمان و رساندن ارتباط فیبر تا اتاق‌ها، می‌تواند تجربه‌ای باکیفیت‌تر، پایدارتر و یکنواخت‌تر را برای کاربران فراهم کند.

معاون فناوری اطلاعات در ادامه اظهار کرد: در معماری FTTH، فیبر نوری عمدتاً تا محل ورود به ساختمان یا واحد مشترک توسعه می‌یابد و توزیع ارتباط در فضای داخلی معمولاً از طریق فناوری‌هایی مانند Wi-Fi انجام می‌شود. در مقابل، در معماری FTTR، فیبر نوری تا نقاط مختلف داخل ساختمان و اتاق‌ها توسعه پیدا می‌کند که می‌تواند به بهبود پوشش شبکه، افزایش پایداری ارتباط، کاهش نقاط کور، ارتقای کیفیت دسترسی و ایجاد تجربه‌ای یکنواخت‌تر برای کاربر در بخش‌های مختلف ساختمان منجر شود.

وی با بیان اینکه حرکت به سمت FTTR، علاوه بر ارتقای تجربه مشتری، زمینه را برای ارائه خدمات جدید و هوشمند در محیط‌های خانگی و کسب‌وکارها فراهم می‌کند گفت: این حرکت گامی در مسیر آماده‌سازی زیرساخت‌های ارتباطی برای پاسخ‌گویی به نیازهای روزافزون دیجیتال و خدمات آینده به شمار می‌رود.

وی افزود: سامانه جدید مشتریان فیبر نوری شرکت مخابرات ایران با نگاه به آینده و با هدف ایجاد تجربه‌ای متفاوت و هوشمند برای مشتریان طراحی شده است؛ به‌گونه‌ای که فناوری در خدمت ساده‌تر شدن فرآیندها قرار گیرد و مشتریان بتوانند با کمترین پیچیدگی، بیشترین بهره را از خدمات ارتباطی دریافت کنند.

بهرامی به راه‌اندازی این سامانه به عنوان گامی مهم در مسیر "تحول دیجیتال شرکت مخابرات ایران"، اشاره کرد و گفت: توسعه خدمات مبتنی بر فیبر نوری و گذار از ارائه خدمات سنتنی به سمت خدمات نوین هوشمند و یکپارچه؛ رویکردی است که با محوریت مشتری، زمینه ارتقای کیفیت خدمات و بهبود تجربه کاربران در استفاده از سرویس‌های فیبر نوری را فراهم می‌کند.

خوراک‌های داخلی کم‌ارزش‌تر، از طریق فرآوری و مکمل‌سازی است. وی افزود: این محصولات می‌توانند بخشی از نهاده‌های وارداتی را جایگزین کرده و در نتیجه هزینه خوراک در واحدهای دامپروری را کاهش دهند و در حال حاضر نیز چند شرکت در کشور وارد عرصه تولید این محصولات شده‌اند.

کوتاه‌شدن مسیر انتقال دانش از مزرعه تا دامدار

رئیس مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور یکی از گلوگاه‌های سنتی انتقال دانش را فاصله میان تولید یافته‌های پژوهشی و رسیدن آن به دامدار و کشاورز دانست و گفت: با رویکرد مسئله‌محوری، تلاش شده است مسائل مستقیماً از دامدار و مزرعه شناسایی و راهکار آن در مؤسسه تحقیقاتی ارائه شود؛ موضوعی که مسیر انتقال دانش تولیدشده به عرصه را کوتاه‌تر کرده است. وی استفاده از ظرفیت «محقق‌مروجان ارشد» و «محققان معین» را از دیگر ابزارهای تسریع انتقال دانش عنوان کرد و افزود: با استفاده از این ظرفیت و همکاری همکاران بخش تحقیقات علوم دامی در استان‌ها، تلاش می‌شود یافته‌های جدید در کوتاه‌ترین زمان در اختیار دامداران و کشاورزان قرار گیرد.

رئیس مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور درباره خروجی اجلاس برای تبدیل دستاوردهای پژوهشی به برنامه‌های اجرایی بخش تولید گفت: یکی از اهداف اجلاس، یافتن راهکارهایی برای تسریع در انتقال دستاوردهای مؤسسات تحقیقاتی سازمان تات به کشاورزان و دامداران است.

تا ۱۵ درصد کنجاله کاملینا به جای سویا در خوراک دام و طیور فراهم شده است. همچنین با استفاده از پسماندهای کشاورزی، ضایعات و پسماندهای کشتارگاهی و سایر نهاده‌های تولید داخل، ظرفیت جایگزینی بیش از ۳۵ میلیون تن ذرت ایجاد شده است.

تعیین ارزش غذایی منابع خوراکی تولید داخل

رئیس مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور، تدوین جداول احتیاجات غذایی و تعیین ارزش مواد خوراکی مورد استفاده در تغذیه دام و طیور کشور را از دیگر اقدامات مهم این مؤسسه عنوان کرد و گفت: در گذشته ارزش غذایی مواد خوراکی و جیره‌نویسی دام و طیور عمدتاً بر اساس جداول خارجی انجام می‌شد، در حالی که ارزش غذایی مواد خوراکی تولیدشده در داخل کشور لزوماً با مقادیر درج‌شده در این جداول یکسان نبود.

وی افزود: در این طرح، ارزش غذایی مواد خوراکی تولید داخل، از جمله ضایعات و پسماندهای کشاورزی، ضایعات کشتارگاهی و نهاده‌های دامی تولیدشده در کشور، تعیین شده و اطلاعات حاصل برای استفاده در جیره غذایی دام‌ها و طیور مختلف مورد توجه قرار گرفته است. خمیس‌آبادی اظهار کرد: استفاده از این اطلاعات می‌تواند به افزایش بهره‌وری از نهاده‌های دامی در تغذیه دام و طیور کمک کند. خمیس‌آبادی با اشاره به هزینه بالای نهاده‌های دامی گفت: یکی دیگر از دستاوردهای مهم مؤسسه، تولید خوراک کامل، بلوک‌های کامل و خوراک TMR از ضایعات و پسماندهای کشاورزی و سایر

معاون فناوری اطلاعات شرکت مخابرات ایران گفت: سامانه نوین و هوشمند مشتریان فیبر نوری این شرکت با هدف ارتقای کیفیت خدمات، بهبود تجربه مشتریان و توسعه خدمات دیجیتال راه‌اندازی شد.

به گزارش ایسنا، بهرامی اظهار کرد: سامانه نوین مشتریان فیبر نوری با هدف ارائه خدماتی سریع، ساده، یکپارچه و مشتری‌محور راه‌اندازی شده و از طریق نشانی myftth.tci.ir در دسترس مشتریان قرار دارد. این سامانه با رویکرد مشتری‌محوری و در راستای هوشمندسازی فرایندهای ارائه خدمات، با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و چارچوب‌های استاندارد طراحی و پیاده‌سازی شده است تا مشتریان بتوانند خدمات مورد نیاز خود را در بستر مدرن، مطمئن و کاربرپسند دریافت و مدیریت کنند.

معاون فناوری اطلاعات شرکت مخابرات با اشاره به اینکه یکی از مهم‌ترین رویکردهای طراحی این سامانه، "سادگی و سهولت استفاده" است افزود: رابط کاربری سامانه به‌گونه‌ای طراحی شده است که کاربران بتوانند بدون مواجهه با فرایندهای پیچیده و با حداقل مراحل، به خدمات و اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی داشته باشند. بر این اساس، فرآیند دریافت و مدیریت خدمات برای مشتریان، سریع، شفاف و روان خواهد بود.

سه روش برای ورود مشتریان به سامانه جدید

وی با بیان اینکه سه روش برای ورود مشتریان به سامانه جدید فیبرنوری دارد گفت: به‌منظور تسهیل دسترسی کاربران و ایجاد تجربه‌ای منطقف‌بعد ازثبت نشانی www.myftth.tci.ir سه روش مختلف برای ورود به سامانه پیش‌بینی شده است:

۱. ورود با نام کاربری و کلمه عبور اختصاصی؛ مشتریان می‌توانند با استفاده از نام کاربری و کلمه عبور اختصاصی خود وارد سامانه شوند. اطلاعات ورود از طریق پیامک برای مشتری ارسال می‌شود و دریافت این اطلاعات از امور مشترکین و دفاتر خدمات ارتباطی نیز امکان‌پذیر

رئیس مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور از فراهم شدن ظرفیت جایگزینی بیش از ۳۵ میلیون تن ذرت با استفاده از منابع خوراکی داخلی و امکان جایگزینی تا ۱۵ درصد کنجاله کاملینا خبر داد.

به گزارش خبرگزاری مهر، حسن خمیس‌آبادی، رئیس مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور با اشاره به رویکرد این سازمان در حرکت به سمت پژوهش‌های مسئله‌محور، گفت: در این رویکرد، مسئله باید از مزرعه شناسایی شود، برای آن راهکار پژوهشی ارائه شود و پس از رسیدن به فناوری، نتیجه در اختیار بهره‌بردار و کشاورز قرار گیرد. وی افزود: برگزاری اجلاس سراسری رؤسای مؤسسات و مراکز تحقیقاتی، فرصت مناسبی برای تبادل اطلاعات، ارائه دستاوردها و آشنایی مدیران با اقدامات انجام‌شده در مراکز و مؤسسات مختلف است. رئیس مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور با اشاره به تکالیف تعیین‌شده برای این مؤسسه در برنامه هفتم توسعه و ضرورت کاهش وابستگی به نهاده‌های وارداتی اظهار کرد: یکی از راهبردهای مؤسسه، کاهش وابستگی به واردات نهاده‌های دامی و افزایش بهره‌وری از نهاده‌هاست.

وی ادامه داد: استفاده از علفه‌های کم‌آب‌بر و همچنین منابع خوراکی داخلی با ارزش غذایی پایین‌تر، از طریق فرآوری و مکمل‌سازی در دستور کار قرار گرفته است تا بتوان از این منابع به‌عنوان جایگزین بخشی از نهاده‌هایی مانند ذرت و سویا استفاده کرد.

خمیس‌آبادی گفت: در یکی از اقدامات انجام‌شده، امکان جایگزینی

شخصی سازی تجربه مشتری در صنعت خرده فروشی آنلاین

نویسنده: علی آل علی

فکر کنید وارد سایت فروشگاه آنلاینی می شوید که انگار از همان لحظه اول شما را می شناسد. دقیقا محصولاتی را که دوست دارید، پیشنهاد می دهد. رنگ ها و طرح هایی که می پسندید به طور خودکار جلوی چشم تان ظاهر می شوند و حتی تخفیف هایی که شاید برای تان جذاب باشند، مخصوص شما ارائه می شوند؛ تجربه ای که مثل ورق زدن یک مجله نیست، بلکه بیشتر شبیه به مکالمه ای با یک دوست است. این دقیقا همان اتفاقی است که شخصی سازی در خرده فروشی های آنلاین به ارمان می آورد. در دنیای دیجیتال که هر لحظه اش رقابتی نفسگیر است، برندها باید جلب توجه و ایجاد ارتباط عمیق با مشتریان خود، نیازمند ارائه تجربه های بی نظیری هستند که مخصوص هر مشتری باشد.

شخصی سازی تجربه مشتریان در خرده فروشی های آنلاین نه تنها برای بهبود تجربه کاربری، بلکه برای افزایش فروش، وفاداری مشتریان و ایجاد ارتباطات عمیق تر و معنادارتر با آنها نیز ضروری است. ما در این مقاله، با بررسی دقیق این روند و تکنیک هایی که برندهای موفق به کار می گیرند، به بررسی اهمیت و نحوه شخصی سازی تجربه مشتری در فضای تجارت الکترونیک می پردازیم.

چرا شخصی سازی مهم است؟

یک صحنه تاثیر را در نظر بگیرید که هر کسی در آن نقش خاص خودش را ایفا می کند. بدون تردید هر کسی که در این میان تیق زده یا نقشش را به درستی ایفا نکند، زحمات دیگران را نیز هدر خواهد داد. در این میان اغلب اوقات مسئولیت اصلی شکست یک نمایش برعهده کارگردان آن است. به طوری که خیلی ها عامل اصلی شکست یک نمایش را کارگردانی ضعیف می دانند. این مسئله درباره دنیای کسب و کار نیز مصداق دارد. درست به همین خاطر شما باید همیشه خودتان را برای تعاملی اساسی و نفسگیر با مخاطب هدف آماده نگه دارید. اگر نتوانید مطالبه ای دقیق بر روی الگوی رفتار آنها داشته یا مطابق میل شان رفتار کنید، کلاه تان پس معرکه خواهد بود.

شخصی سازی در تجربه مشتریان نه تنها یک ابزار کارآمد برای افزایش فروش است، بلکه به برندها اجازه می دهد تا ارتباط عمیق تر و معنادارتری با مشتریان خود برقرار کنند. در این بخش، چهار دلیل اصلی که چرا شخصی سازی تجربه مشتری اهمیت دارد را بررسی می کنیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا درک عمیق تری از ماجرا به دست آورده و اوضاع را هرچه بهتر مدیریت نمایید.

افزایش وفاداری مشتریان

زمانی که مشتری حس می کند برند به نیازها و خواسته های او اهمیت می دهد، احتمال اینکه به آن برند وفادار بماند بیشتر می شود؛ تجربه ای که برای هر فرد منحصر به فرد باشد، می تواند مشتریان را به یک برند متعهد کند و در نهایت باعث افزایش نرخ تکرار خرید و وفاداری شود. این موضوع به ویژه در دنیای آنلاین که رقابت بسیار بالاست، اهمیت ویژه ای دارد. برندهایی که به خوبی از شخصی سازی بهره می برند، می توانند یک رابطه طولانی مدت و سودآور با مشتریان خود ایجاد کنند. وفاداری مشتریان به خرده فروشی تان بدین مناسبت که دیگر لازم نیست هزینه های گزافی برای تعامل با مخاطب پرداخت کنید. این مسئله می تواند شرایط تان در تعامل با مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه ای بهبود بخشد. خب وقتی مشتریان وفادار زیادی داشته باشید، حاشیه سودتان تا حد زیادی تضمین شده خواهد بود. این مسئله ای است که می تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک شایانی نماید؛ چراکه هرچه تعداد مشتریان وفادار شما بیشتر باشد، مشتریان بیشتری به سوی برنداتان خواهند آمد.

افزایش فروش و سودآوری

شخصی سازی محصولات و پیشنهادات باعث می شود مشتریان با گزینه هایی روبه رو شوند که به نیازها و سلاقی آنها نزدیک تر است. این روش به برندها کمک می کند تا با هدف گیری دقیق تر، شانس خریدهای موفق و بالاتری را به دست آورند. به عنوان مثال، وقتی یک فروشگاه آنلاین مانند آمازون محصولات مرتبط با سابقه خرید یا مرور قبلی مشتری را به او پیشنهاد می دهد، احتمال اینکه مشتری از این پیشنهادات استفاده کند، به شدت افزایش می یابد. این نوع از شخصی سازی نه تنها باعث افزایش فروش می شود، بلکه باعث کاهش هزینه های بازاریابی نیز می شود، زیرا تبلیغات به صورت هدفمندتر و اثربخش تر انجام می شود. یادتان باشد، اگر شخصی سازی را در دستور کار قرار ندهید، فرصت بسیار خوبی به رقبای پیشی گرفتن از خود داده اید. درست به همین خاطر در دنیای امروز شخصی سازی نه یک گزینه، بلکه ضرورتی اساسی است.

افزایش رضایت مشتریان

رضایت مشتریان یکی از مهمترین معیارها برای موفقیت یک برند است. شخصی سازی تجربه خرید باعث می شود مشتریان حس کنند که برند به نیازهای آنها اهمیت می دهد و برای راحتی و رضایت آنها تلاش می کند. این احساس باعث افزایش رضایت کلی مشتریان می شود و در نهایت به تبلیغات مثبت میان مشتریان منجر خواهد شد. وقتی مشتریان تجربه ای مثبت و شخصی سازی شده داشته باشند، احتمال بیشتری دارد که آن تجربه را با دیگران به اشتراک بگذارند و برند را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند.

اگر دوست دارید هزینه های کمتری برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف پرداخت کنید، بد نیست از همین امروز به فکر شخصی سازی باشید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا فرایند ساده تری از نظر تعامل با مخاطب هدف را در پیش بگیرید. خب وقتی هزینه های تان کاهش پیدا کند، حاشیه سودتان نیز بیشتر می شود.

بهبود تجربه کاربری

یکی دیگر از مزایای مهم شخصی سازی، بهبود تجربه کاربری (UX) است. شخصی سازی باعث می شود که مشتری به راحتی به محصولات و خدمات موردنظر خود دسترسی پیدا کند و نیازی به جستجوی طولانی مدت نداشته باشد. به عنوان مثال، یک وب سایت فروشگاهي که محصولات مرتبط با علاقه مندی های مشتری را در صفحه اصلی نمایش می دهد، باعث می شود که مشتری سریع تر به هدف خود برسد و از تجربه خرید لذت بیشتری ببرد. امروزه دنیای آنلاین نه تنها کار مخاطب را راه می اندازد، بلکه جلوه های بصری زیبایی نیز پیش روی او قرار می دهد. به همین خاطر شما باید علاوه بر شخصی سازی محتوا، به فکر جلوه های بصری نیز باشید. این همان مسئله ای است که ماجرای بهبود تجربه کاربری را وارد فاز تازهای می کند.

اگر بتوانید سربلند از این مرحله بیرون بیایید، شانس تان

کمبین های جذاب در شبکه های اجتماعی با حال و هوای ایمیل سازگار نیست. درست به همین خاطر شما باید شرایط ویژه ای را مد نظر قرار دهید. این امر می تواند اوضاع را به سودتان تغییر دهد.

پشتیبانی شخصی سازی شده

برندها می توانند از خدمات پس از فروش شخصی سازی شده نیز برای بهبود تجربه مشتری استفاده کنند. به عنوان مثال، ارائه پشتیبانی اختصاصی یا پیگیری های پس از خرید می تواند احساس اهمیت و ارزشمندی بیشتری به مشتریان بدهد. این نوع از خدمات باعث می شود که مشتریان حس کنند برند به نیازها و خواسته های شان توجه دارد و به آنها اهمیت می دهد. اگر شما بتوانید در این مسیر از انواع ربات های هوشمند یا حتی هوش مصنوعی استفاده کنید، کارتان بی نهایت ساده تر می شود. این مسئله ای است که باید به طور اساسی



مورد توجه شما و کسب و کارتان قرار گیرد. وگرنه اصلا بعید نیست کارتان به جاهای باریک بکشد. خب عامل انسانی همیشه خطاهای خاص خودش را دارد. به همین خاطر بد نیست گاهی اوقات بیشتر بر روی هوش مصنوعی حساب کنید. اینطوری ضرب ضرایب خطای تان نیز به طور قابل ملاحظه ای کاهش پیدا خواهد کرد.

شخصی سازی پیام های بازاریابی

شخصی سازی پیام های تبلیغاتی و بازاریابی براساس نیازهای خاص هر مشتری اهمیت زیادی دارد. به جای ارسال پیام های یکسان به تمامی مشتریان، فروشگاه های آنلاین می توانند ایمیل ها یا پیامک هایی با محتوای کاملا سفارشی شده ارسال کنند. این پیام ها ممکن است شامل تخفیف های اختصاصی، اطلاع رسانی از محصولات جدید مرتبط با خریدهای قبلی، یا پیشنهادات زمان دار باشد. به این شکل، مشتری احساس می کند که برند دقیقا نیازهای او را درک کرده و به آنها پاسخ می دهد.

یادتان باشد، شما به عنوان یک بازاریاب باید همیشه نسبت به پیام هایی که تحویل مخاطب می دهید، حساسیت به خرج دهید. این مسئله می تواند اوضاع شما در بازار را به طور قابل ملاحظه ای تغییر دهد. به همین خاطر بد نیست قبل از اینکه پیامی را برای آنها ارسال کنید، کمی روی آن بیشتر فکر کرده یا حتی از نظرات همکاران تان بیشتر بهره را ببرید.

شخصی سازی صفحه اصلی سایت

یکی از کاربردهای جذاب شخمی سازی، طراحی صفحات وب سایت براساس علاقه مندی های هر کاربر است. وقتی مشتری وارد سایت می شود، می توان صفحات را به گونه ای تنظیم کرد که محصولات، خدمات یا پیشنهادات مرتبط با او نمایش داده شوند. به طور مثال، اگر مشتریان علاقه مند به یک دسته بندی خاص باشند، در بازدید بعدی آنها، محصولات مرتبط در همان دسته در صدر نمایش قرار می گیرد. این امر باعث می شود مشتری احساس کند که وقتش در سایت هدر نمی رود و سریع تر به محصولات مورد نظرش دسترسی پیدا می کند.

یک ایده ساده در این میان شخصی سازی صفحه اصلی سایت برای هر کاربر است. این امر براساس الگوریتمی ساده صورت می گیرد. بدین معنا که براساس سابقه جستجوی وی کاربران یک نوع صفحه خاص برای شان نمایش داده می شود. اینطوری میزان اثرگذاری تان بر روی مخاطب به طور حیرت انگیزی افزایش خواهد یافت.

شخصی سازی سبد خرید

برخی فروشگاه ها از شخصی سازی حسی در مراحل

پایانی خرید مانند یادآوری سبد خرید و پیگیری های پس از خرید استفاده می کنند. به عنوان مثال، اگر مشتری محصولی را به سبد خرید اضافه کرده ولی خرید را نهایی نکرده باشند، فروشگاه می تواند با ارسال یادآورهای شخصی سازی شده (مثل تخفیف ویژه) او را تشویق به نهایی کردن خرید کند. همچنین، پس از خرید می توان پیشنهادهای درباره محصولات مکمل به مشتری ارائه داد که تجربه خرید را شخصی تر کند. شاید این راهکار کمی عجیب به نظر برسد، اما راستش را بخواهید، اثرگذاری بسیار خوبی در زمینه نهایی سازی سفارشات دارد. به طوری که دیگر لازم نیست خیلی به خودتان زحمت داده یا شرایط را به طور عجیبی پیگیری کنید. این مسئله می تواند برای تان شرایط بسیار بهتری به همراه آورده و کار را نیز ساده تر نماید.

چالش های شخصی سازی

تمام خواهد شد. یک ایده مناسب در این میان قرار دادن خودتان به جای مخاطب هدف است. اگر میزان شخصی سازی شما را اذیت می کند، باید فورا فکری به حال آن کنید وگرنه عمر برنداتن بی نهایت کوتاه خواهد شد.

پایه سازی فناوری های پیچیده

شخصی سازی داده محور نیازمند زیرساخت های پیچیده است. پایه سازی تکنولوژی های مرتبط با هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی و داده های بزرگ هزینه بر و زمانبر است. بسیاری از کسب و کارهای کوچک ممکن است توان مالی و فنی لازم برای اجرای صحیح این فناوری ها را نداشته باشند. علاوه بر آن، مدیریت این داده ها نیز نیازمند تیم های متخصص و پشتیبانی مستمر است. بنابراین، به روزرسانی مداوم سیستم ها و استفاده بهینه از داده ها به یکی از چالش های اصلی خرده فروشی های آنلاین تبدیل شده است.

اگر شما تازه کارتان را راه اندازی کرده اید، شاید شخصی سازی در پیوند با چنین فناوری هایی برای تان حسایی گران تمام شود. این مسئله می تواند اوضاع را برای کسب و کارتان به طور قابل ملاحظه ای سخت سازد. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع را به طور اساسی تغییر دهید، کمی هم که شده به فکر استفاده از کمک دیگران باشید. حتی گاهی اوقات بد نیست کمی برای اجرای کار منتظر توسعه کسب و کارتان بمانید.

انتظارات بالای مشتریان

مشتریان امروزی به شدت انتظار دارند که تجربه خریدشان بهینه و شخصی سازی شده باشد، اما همین انتظارات می تواند به چالش های بزرگ تبدیل شود. وقتی تجربه خرید کمتر از حد انتظار مشتریان باشد (مثلا پیشنهاد های نامرتبط یا شخصی سازی ناکارآمد)، ممکن است مشتریان برند را ترک کرده و به سمت رقبای بروند. برندها باید دائما به بهبود استراتژی های شخصی سازی خود فکر کنند و دائما داده ها و الگوریتم های خود را به روزرسانی کنند تا با تغییرات سلیقه و رفتار مشتریان همگام بمانند.

اگر شما رقبای بسیار بزرگی در زمینه شخصی سازی داشته باشید، احتمالا مسیر سختی در جلب نظر مخاطب پیش رو خواهید داشت. این مسئله می تواند شرایط تان را به طور قابل ملاحظه ای سخت و دشوار نماید. به همین خاطر ضروری است فعالیت تان را طوری پیش ببرید که دیگر جای هیچ حرف و حدیثی در این رابطه باقی نماند. در این نظر ما را بخواهید، بهتر است قبل از شروع به کارتان در این رابطه تحلیل درست و حسابی از وضعیت رقبای به دست بیاورید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا اوضاع را هرچه بهتر مدیریت کرده و امکان رقابت بهتر با دیگران را پیدا کنید.

فراموش نکنید، مدیریت انتظارات مشتریان کاری نیست که یک شبه صورت گیرد، به همین خاطر باید خودتان را برای یک فرآیند بلندمدت آماده بسازید. این مسئله می تواند شرایط تان در بازار را به طور اساسی تغییر دهد. به همین خاطر ضروری است آمادگی لازم را داشته باشید.

چالش های فرهنگی و اجتماعی

نیازها و ترجیحات مشتریان از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. یک استراتژی شخصی سازی که در یک کشور موفقیت آمیز باشد، ممکن است در کشور دیگر کارایی نداشته باشد. بنابراین، برندهای جهانی باید دقت کنند که شخصی سازی را به طور متناسب با فرهنگ و عادات هر بازار اجرا کنند. این چالش به خصوص برای برندهایی که در چندین کشور فعالیت می کنند، اهمیت دارد و نیازمند تحلیل های فرهنگی عمیق تری است.

مناسفانه خیلی از کارآفرینان نسبت به تفاوت های فرهنگی توجه لازم را نشان نمی دهند. این امر گاهی اوقات موجب بروز مشکلات اساسی می شود. مثلا در کشوری که همه چیز ایده آل به نظر می رسد، ممکن است برای تان کار خیلی ساده باشد. با این حال همین ارزش های ایده آل در یک کشور اصلا بعید نیست در کشور یا فرهنگی دیگر ضارزش باشد. بنابراین باید خودتان را برای یک فرآیند طولانی آماده نگه دارید.

سخن پایانی

خرده فروشی های آنلاین به دلیل پشت سر گذاشتن بعد فاصله و مشکلات مربوط به مرزها یا چالش هایی رو به رو هستند که کسب و کارهای سنتی حتی فکرش را هم نمی کردند. درست به همین خاطر شخصی سازی یکی از تجربه های مهم در دنیای خرده فروش محسوب می شود. شاید شخصی سازی یک ترند جذاب در دنیای کسب و کار باشد، اما به هیچ وجه فرآیند ساده ای نیست. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز این مسئله را در ارتباط با خرده فروشی ها به طور اساسی بررسی کردیم. شما الان آمادگی لازم برای بررسی مسائل مربوط به شخصی سازی تجربه مشتریان در خرده فروشی تان را دارید. یادتان باشد، مسائل مورد بحث در این مقاله صرفا شروعی برای کارتان محسوب می شود. بنابراین نباید خودتان را به این سطح محدود سازید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله نقشی هرچند کوچک در آشنایی بهترتان با شخصی سازی تجربه مشتری در رابطه با خرده فروشی های آنلاین داشته باشد. مثل همیشه اگر سوالی در این رابطه داشتید، کارشناس های ما آمادگی راهنمایی شما را دارند.

منابع:

https://thegood.com/insights/the-inconvenient-truth-about-personalization
https://gettalkative.com/info/examples-of-personalization-in-online-retail

اخبار

دهمین دوره مسابقات قرآن، نهج البلاغه، نماز و اذان وزارت نفت در مسجدسلیمان آغاز شد

اهواز - شنبم قجاند- این دوره از مسابقات در رشته‌های مختلف قرآن کریم، نهج‌البلاغه، نماز و اذان برگزار می‌شود و شرکت‌کنندگان در بخش‌های مختلف با یکدیگر به رقابت می‌پردازند.



این افتتاحیه دهمین دوره مسابقات قرآن، نهج‌البلاغه، نماز و اذان وزارت نفت، ویژه کارکنان و خانواده‌های کارکنان، صبح امروز با حضور شرکت‌کنندگانی از خانواده کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در سالن اجتماعات باشگاه مرکزی این شرکت برگزار شد. این مراسم با حضور مهندس شهرام ذوالفقاری، مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان، و حجت‌الاسلام موسوی، امام جمعه مسجدسلیمان و موسوی مسئول دارالقرآن شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب، برگزار شد. این دوره از مسابقات در رشته‌های مختلف قرآن کریم، نهج‌البلاغه، نماز و اذان برگزار می‌شود و شرکت‌کنندگان در بخش‌های مختلف با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. بر اساس این گزارش، نفرت برتر این مرحله به مرحله بعدی مسابقات که در تهران برگزار خواهد شد، راه خواهند یافت.

طنین آسمانی قرآنی در منطقه آذربایجان شرقی؛

برگزاری مسابقات سراسری قرآن کریم، اذان و نهج البلاغه شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران

فرصت امروز - ماهان فلاح: مرحله مقدماتی بیست و نهمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم، اذان و نهج البلاغه شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران با حضور مدیریتی، مسئولین، کارکنان و خانواده های قرآنی منطقه آذربایجان شرقی در ستاد این منطقه برگزار شد.



به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی، ناصر راشدی مدیر منطقه در آیین افتتاحیه مرحله مقدماتی بیست و نهمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم، اذان و نهج البلاغه شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران که با حضور کارکنان و خانواده های قرآنی برگزار شد با بیان اهمیت آموزه های قرآنی و نهج البلاغه در رشد و تعالی جامعه و تقویت اخلاق و معنویت در فضای خانواده گفت: مانوس بودن با آیات کلام الله توفیق بزرگی است که رستگاری دنیوی و اخروی را در پی دارد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در ادامه افزود: این دوره از مسابقات با حضور ۱۱۵ نفر از کارکنان، خانواده های قرآنی اعم از همسران و فرزندان در گروه‌های ۸ گانه و در دو سطح کتبی و آوایی با ارزیابی و نظارت داوران مجرب این حوزه در ستاد منطقه برگزار شد. رشته های کتبی ۶۳ نفر شرکت کننده و رشته های آوایی و شفاهی ۵۲ نفر شرکت کننده داشت.

تمرکز شرکت گاز گلستان بر پرورش مدیران توانمندساز و تیم‌ساز

ارتقای سطح توانمندی‌های مدیریتی؛ برگزاری دوره آموزشی «اصول سرپرستی» برای مدیران شرکت گاز استان گلستان-دوره آموزشی «اصول سرپرستی نوین» با هدف ارتقای مهارت‌های مدیریتی و توسعه رویکردهای نوین سرپرستی برای مدیران و سرپرستان در مرکز آموزش شرکت گاز استان گلستان برگزار شد.به گزارش روابط عمومی گاز گلستان ،در این دوره، موضوعاتی همچون خودآگاهی مدیریتی، شناخت و انگیزه کارکنان، تشخیص عوامل افت عملکرد، تیم‌سازی، گفت‌وگوهای دشوار، تفویض اختیار و توانمندسازی کارکنان، تصمیم‌گیری در شرایط فشار و ایجاد فرهنگ بیان صریح مسائل و خطاها به‌صورت کاربردی و مبتنی بر موقعیت‌های واقعی محیط کار مورد بررسی قرار گرفت.تمرکز اصلی این دوره بر گذار از الگوی «مدیر حل‌کننده همه مسائل» به سمت مدیری است که بتواند تیمی توانمند، مسئولیت‌پذیر و قابل اتکا ایجاد وهدایت کند.

درخشش ورزشی گاز گلستان در پنجمین المپیاد کارمندان بسیجی

تیم‌های ورزشی شرکت گاز استان گلستان با نمایش توانمندی و روحیه جوانمردانه خود، موفق به کسب افتخارات ارزشمندی درپنجمین المپیاد ورزشی کارمندان بسیجی استان شدند. این مسابقات که در قالب یادواره «جام شهدای کارمند» و با هدف بزرگداشت یاد و خاطره شهدا برگزار گردید، محل رقابت‌های پرشور میان ادارات و کارمندان استان بود.به گزارش روابط عمومی شرکت گازاستان گلستان، در جریان رقابت‌های رشته والیبال، تیم این شرکت با ارائه بازی‌هایی درخور تحسین و با پشتکار بالا، توانست با غلبه بر تیم آب و فاضلاب استان، مقام سوم این مسابقات را از آن خود کند.همچنین در رشته فوتسال، تیم شرکت گاز گلستان با تکیه بر اصول اخلاق ورزشی و برخورد حرفه‌ای در میدان بازی، مورد توجه هیئت برگزارکننده قرار گرفت و موفق شد تندیس و «جام اخلاق» این دوره از مسابقات را دریافت نماید. در مراسم اختتامیه، این تندیس افتخارآفرین به جناب آقای مهندس نرسی، مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان، اهدا شد.همچنین ازعلی مکتبی سرپرست تیم والیبال گاز گلستان نیز به پاس تلاش‌های بی‌دریغ جهت کسب مقام سوم، با اهدای جام قهرمانی و جواد خادم بعنوان یکی از اعضای برگزار کننده این دوره از مسابقات با اهدای لوح سپای ، تقدیربه عمل آمد.شایان ذکر است در این جریان ورزشی، همکار گرامی شرکت، جناب آقای اباصلت فراتی نیز با ایفای نقش به عنوان داور در دیدارهای فوتسال، مشارکت فعال خود را در این رویداد نشان داد.این المپیاد ورزشی که توسط کارگروه ادارات و کارمندان «اجلاس ۴۰۰۰ شهید استان» برنامه‌ریزی شده بود، با هدف تقویت پیوندهای برادری، نشاط سازمانی و گرمیادداشت یاد ایثارگران برگزار گردید.روابط عمومی و امور ورزشی شرکت گاز استان گلستان، ضمن تبریک به تمامی همکاران و اعضای تیم‌ها، از تلاش‌های بی‌وقفه ورزشکاران جهت کسب این افتخارات و ارتقای نام شرکت، قدردانی می‌نماید.



دکتر نواده اباذر آرای اکثریت را کسب کرد؛

رئیس انجمن تخصصی صنایع همگن فولاد و مقاطع فولادی آذربایجان شرقی انتخاب شد



فرصت امروز - ماهان فلاح: در نخستین جلسه هیئت‌مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن فولاد و مقاطع فولادی آذربایجان شرقی، دکتر نواده اباذر به عنوان رئیس این انجمن انتخاب شد.

پس از برگزاری مجمع عمومی تأسیس انجمن تخصصی صنایع همگن فولاد و مقاطع فولادی آذربایجان شرقی در محل سالن جلسات ساختمان اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان، نخستین جلسه هیئت‌مدیره این انجمن برگزار و مسئولیت اعضای هیئت‌رئیسه مشخص شد. بر اساس تصمیم اعضای هیئت‌مدیره، دکتر نواده اباذر، مدیر ارشد اجرایی گروه صنعتی پارس ساختار، به عنوان رئیس انجمن انتخاب شد. همچنین فرهاد نیک‌نفس به عنوان نایب‌رئیس، غلامرضا سروی به عنوان خزانه‌دار و یعقوب دلال‌قدیم به عنوان دبیر این انجمن انتخاب شدند.

در انتخابات مجمع عمومی تأسیس انجمن نیز دکتر نواده اباذر، یعقوب دلال‌قدیم، مهدی زیرک، غلامرضا سروی و فرهاد نیک‌نفس به عنوان اعضای هیئت‌مدیره انتخاب شده بودند. همچنین شهرام فکرانه به عنوان بازرس انجمن انتخاب شد.

شهردار کرج تاکید کرد؛ توسعه فضاهای شهری برای سالمندان و افراد دارای محدودیت‌های جسمی



کرج - اباصلت عابد: شهردار کرج بر ضرورت توجه به نیازهای گروه‌های مختلف اجتماعی به ویژه سالمندان و افراد دارای محدودیت‌های جسمی و فراهم‌کردن امکان بهره‌مندی عادلانه همه شهروندان از فضاها، امکانات و خدمات شهری تأکید کرد.

مهرداد کیانی ضمن گرامیداشت مناسبت های ۷ و ۸ مهر ماه روز جهانی ناشنوایان و روز جهانی سالمندان، بر ضرورت توجه به نیازهای گروه‌های مختلف اجتماعی و فراهم‌کردن امکان بهره‌مندی عادلانه همه شهروندان از فضاها، امکانات و خدمات شهری تأکید کرد.

این مسئول، با اشاره به مناسبت روز جهانی ناشنوایان و روز جهانی سالمندان، اظهار کرد: شهر متعلق به همه شهروندان است و محیط شهری باید به گونه‌ای طراحی و مدیریت شود که همه افراد، فارغ از شرایط جسمی و سنی بتوانند به شکل عادلانه از امکانات و ظرفیت‌های شهر استفاده کنند.

وی افزود: افرادی که به هر دلیل با محدودیت جسمی یا حسی مواجه هستند، اگرچه ممکن است در بخشی از توانایی‌های جسمی خود با محدودیت رو به رو باشند اما بدون تردید از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های ارزشمند دیگری برخوردارند و جامعه باید زمینه حضور و بهره‌مندی برابر آنان را از امکانات شهری فراهم کند.

شهردار کرج با تأکید بر ضرورت مناسب‌سازی و دسترسی‌پذیری فضاهای شهری تصریح کرد: پارک‌ها، بوستان‌ها، پیاده‌روها، معابر، ساختمان‌ها و ناوگان حمل‌ونقل عمومی باید به نحوی طراحی و تجهیز شوند که همه شهروندان، از جمله افراد دارای محدودیت‌های جسمی و حسی، بتوانند به صورت عادلانه و بدون مانع از ظرفیت‌های شهر استفاده کنند.

کیانی ادامه داد: مدیریت شهری کرج آمادگی دارد در حوزه حمل‌ونقل عمومی، دسترسی‌های شهری و همچنین ایجاد فضاهای مناسب برای حضور و تعامل افراد دارای محدودیت‌های جسمی، اقدامات بیشتری را در دستور کار قرار دهد تا این شهروندان بتوانند با آرامش، امنیت و استقلال

در شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون محقق شد؛

ایمن‌سازی کامل و تعمیرات اساسی ایستگاه تقویت فشار گاز آسماری یک

صیانت از خطوط انتقال، تعویض بخش‌های فرسوده لوله‌کشی در دستور کار قرار گرفت؛ بر این اساس، بیش از ۱۶۵ متر لوله‌گذاری در سازه‌های گلوگاهی ۰٫۴، ۰٫۸، ۱٫۰، ۱٫۶، ۲۰ و ۳۰ اینچ، به همراه نزدیک به ۲۰۰ متر از خطوط در سازه‌های یک اینچ و پایین‌تر به‌طور کامل نوسازی و ایمن‌سازی شد.

اجرای به‌موقع این حجم از عملیات نوسازی و بازرسی فنی در ایستگاه آسماری یک، نقشی محوری در ارتقای تاب‌آوری تاسیسات، حفظ الزامات زیست‌محیطی و پایداری فرآیند جمع‌آوری و تقویت فشار گاز در این حوزه عملیاتی ایفا می‌کند.



حضور معاون نظارت بر عملیات بهره‌برداری حوزه انجام شد؛

برگزاری دوره آموزشی تاسیسات گاز مایع در منطقه آذربایجان شرقی



این دوره آموزشی اظهار داشت: اجرای آموزش های تخصصی علاوه بر ارتقای سطح دانش فنی کارشناسان و

مسئولین مربوطه ، نقش مؤثری در هماهنگی و یکپارچگی عملکرد مناطق و شرکت‌های موزع گاز مایع داشته و می‌تواند زمینه‌ساز کاهش حوادث احتمالی و افزایش رضایت‌مندی مشتریان در سراسر کشور باشد.

بنا به این گزارش، در دوره آموزشی مذکور برای ۵۰ نفر از مسئولین و کارشناسان مناطق یاد شده طی سه روز متوالی در خصوص مجموعه مقررات، دستورالعمل‌ها و اطلاعیه‌های توزیع گازمایع، عملیات انبارها، تبادلات مالی، نحوه کار با سامانه درخواست فرآورده‌های نفتی (سدف) و الزامات ایمنی تاسیسات گازمایع مطالب ارزشمندی ارائه و مورد بحث قرار گرفت.

شایان ذکر است، دبیری، معاون نظارت بر عملیات بهره‌برداری حوزه ۱ شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران و هیئت همراه و شرکت کنندگان در دوره آموزشی گازمایع در بازدید از تأسیسات انبارنفت شهدای پخش تبریز از نزدیک با فرآیند تأمین و توزیع این فراورده و الزامات آن آشنا شدند.

