روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۲۲ اسفند ۱۴۰۲

Tue.12 Mar 2024
۱ رمضان ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۴۳۶
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

انتشار اوراق گواهی سپرده خاص ادامه می‌یابد؟

واکنش‌ها به سود ۳۰ درصدی

رئیس پیشین بانک مرکزی در مورد انتشار اوراق گواهی خاص با نرخ سود علی‌الحساب ۳۰ درصدی، می‌گوید: صدور این اوراق، در حدود اختیارات بانک مرکزی است. برخی از مسئولان مطرح کرده‌اند که بانک مرکزی نمی‌بایست به تنهایی این کار را انجام دهد؛ در حالی که بانک مرکزی اختیار دارد و بالاتر از آن، وظیفه دارد در مقاطع زمانی که تشخیص دهد، از این طریق و با نرخ‌های...

۳

ساعت کاری ایرانیان از ۱۶۱ کشور جهان بیشتر است

ساعت ناکوک کار در ایران

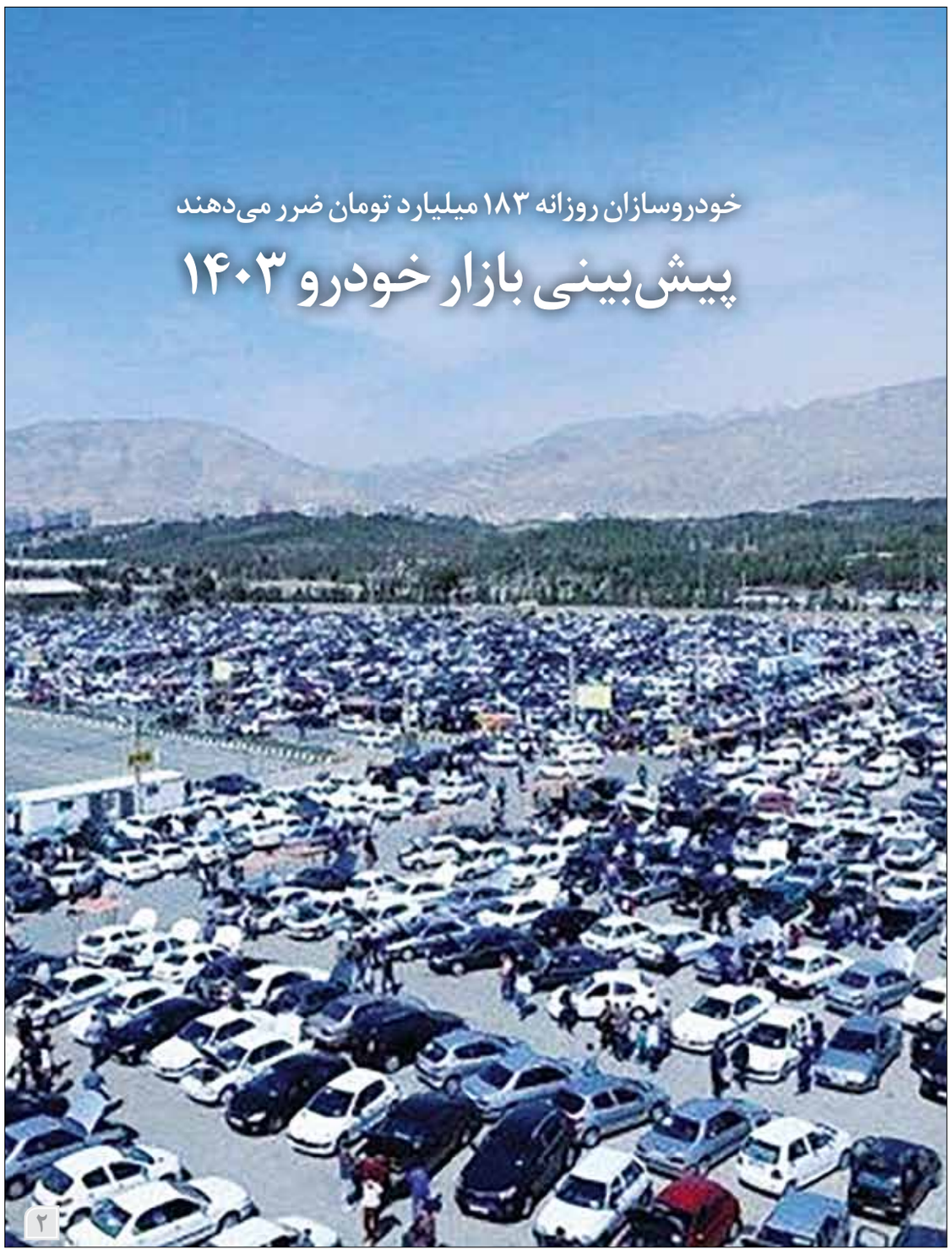
فرصت امروز: آمارهای سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که ساعت کار ایرانیان از ۱۶۱ کشور جهان بیشتر بوده و ایران در رتبه ۲۶ جهان ایستاده است. براساس داده‌های سازمان جهانی کار در سال ۲۰۲۳، ایرانیان در طول هفته به طور متوسط بیشتر از مردم ۱۶۱ کشور جهان مشغول به کار بوده‌اند. در سال گذشته میلادی، هر فرد شاغل در ایران طی یک هفته به طور متوسط ۴۴ ساعت و شش دقیقه مشغول به کار بوده است. بدین ترتیب، ایران از نظر میانگین ساعت کار هفتگی به ازای هر فرد شاغل، رتبه ۲۶ جهان را به خود اختصاص داده است. همچنین در سال گذشته هر ایرانی شاغل به طور میانگین دو ساعت و ۵۴ دقیقه بیشتر از متوسط جهانی کار کرده است. البته در رده‌بندی سازمان جهانی کار، نام کشورهایی همچون کویت، مصر و پاکستان پیش از ایران به چشم می‌خورد. مقایسه آمارها حاکی از آن است که هر ایرانی شاغل تنها ۵۴ دقیقه کمتر از چینی‌ها در طول هفته کار کرده است. همچنین کشورهایی نظیر هنگ‌کنگ، کره‌جنوبی، کانادا، انگلستان و فرانسه در این رتبه‌بندی بعد از ایران قرار گرفته‌اند و به طور متوسط در هفته ساعت کار کمتری داشته‌اند. به نظر می‌رسد میانگین ساعت کاری هفتگی در ایران نسبت به کشورهای دیگر در سطح متوسط قرار دارد. طبق آمارهای رسمی، میانگین ساعت کار واقعی در هفته برای ایران در سال ۲۰۲۳ معادل ۴۴ ساعت و شش دقیقه است. آنطور که سازمان جهانی کار گزارش داده است، کشور بوتان با میانگین ۵۴ ساعت و...

۲

صندوق‌های بازنشستگی چگونه گرفتار تنگنای مالی شدند؟

سازوکار احیای صندوق‌های بازنشستگی

۳



خودروسازان روزانه ۱۸۳ میلیارد تومان ضرر می‌دهند

پیش‌بینی بازار خودرو ۱۴۰۳

۲

یادداشت

نقش نهادهای مدنی در توسعه اقتصادی

مسعود سپهر
جامعه‌شناس سیاسی

همه نام «توماس ادیسون» را به عنوان مخترع لامپ الکتریکی می‌دانند، حتی امروز که دیگر کمتر نشانی از آن لامپ‌ها در زندگی ما وجود دارد، اما مخترع انواع لامپ‌های کم‌مصرف کیست؟ نام «گراهام بل» به عنوان مخترع تلفن برای همه آشناست، اما تلفن‌های همراه و هوشمند توسط چه کسی اختراع شده است؟ واقعیت آن است که تلاش برای حرکت در مسیر پرشتاب توسعه که امروز مسئله اول همه ملت‌های جهان و از جمله ما ایرانیان است، از دوش افراد و قهرمانان و رهبران برداشته شده و بر دوش نهادها و مجموعه‌های انسانی قرار گرفته است. عرصه‌های مختلف از چنان پیچیدگی و وسعتی برخوردار شده که جز با هم‌افزایی عقول انسانی و سازماندهی و هماهنگی گروه‌های بزرگ افراد در قالب نهادها ممکن نیست. نمی‌دانیم سازنده لامپ‌های کم‌مصرف و تلفن‌های هوشمند و هزاران محصول پیچیده کوچک و بزرگ که هر روز از آن بهره می‌بریم، چه کسانی هستند، چون محصول کار و فکر مشترک هماهنگ هزاران انسان در سراسر جهان است. در همه کشورهایی که امر توسعه به هر شکل و شیوه رخ داده حتما محصول...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

تکنیک‌های داستان‌سرایی برای بازاریاب‌ها

بازاریابی بدون استفاده از داستان‌های جذاب مثل بیابانی بی‌آب و علف است که حتی یک نفر هم در آن دوام نمی‌آورد. به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ دست کم یک داستان حیرت‌انگیز برای مشتریان آماده کرده‌اند. به طوری که در همان اولین برخورد هوش از کله هر مشتری می‌پرد. شما را نمی‌دانم، ولی من که وقتی با یک داستان عالی در حوزه بازاریابی رو به رو می‌شوم، دیگر هیچ برندی به چشمم نخواهد آمد. این دقیقا همان نتیجه رویایی است که بازاریاب‌ها را به سوی دنیای خیال‌انگیز داستان‌ها می‌کشاند. اجازه دهید کمی بحث‌مان را با بدبینی جلو ببریم و عینک شکاکیت به چشم بزنیم. اصلا بر فرض که داستان‌های جذاب برای همه مردم دنیا بی‌نهایت مهم هستند؛ چطور باید از آن در عرصه مارکتینگ استفاده کرد؟ از همه مهمتر، یک داستان عالی در حوزه بازاریابی چه ویژگی‌هایی دارد؟ هرچه باشد ما که رمان‌نویس نیستیم. پس قبل از اینکه با داستان‌های...

۸

چگونه بهره‌وری کسب وکارها با هوش مصنوعی مولد تقویت می‌شود؟

آینده صنایع با هوش مصنوعی مولد

فرصت امروز: هفته‌نامه «اکونومیست» در گزارش تازه خود به پدیده هوش مصنوعی مولد و بهره‌وری کسب وکارها پرداخته و با طرح این پرسش که چگونه بهره‌وری کسب وکارها با هوش مصنوعی مولد تقویت می‌شود، می‌گوید: نزدیک به یک سال است که شرکت اوپن‌ای‌آی، چت جی‌پی‌تی۴ را منتشر کرده که خلاقانه‌ترین روبات سخن‌پرداز به شمار می‌رود. ارزش بازار صنعت فناوری آمریکا در آن برهه ۵۰ درصد افزایش یافت و ارزش سهامداران آن به ۶ تریلیون دلار رسید. برخی از شرکت‌های فناوری اکنون رشد درآمد خود را با افزایش قیمت سهام‌شان تطبیق می‌دهند. در ۲۱ فوریه شرکت انویدیا که تراشه‌های مورد استفاده برای الگوهایی مانند چت جی‌پی‌تی۴ را طراحی می‌کند، نتایج سه ماهه چهارم سال را گزارش کرد و ارزش بازار خود را به ۲ تریلیون دلار رساند. هیجان هوش مصنوعی همچنین قیمت سهام سایر غول‌های فناوری نظیر آلفابت (شرکت مادر گوگل)، آمازون و مایکروسافت (که هزینه زیادی برای توسعه این فناوری می‌کند) افزایش داده است.

همزمان فروش نرم‌افزارهای هوش مصنوعی توسط فناوری‌های بزرگ همچنان اندک باقی مانده است. در سال گذشته هوش مصنوعی فقط در حدود یک‌پنجم رشد درآمد آژور (پلتفرم رایانش ابری مایکروسافت) و خدمات مرتبط با آن را در اختیار داشت. در حالی که آلفابت و آمازون میزان فروش مرتبط با هوش مصنوعی خود را فاش نمی‌کنند، تحلیلگران حدس می‌زنند که فروش آنها از مایکروسافت کمتر است. برای حفظ رونق بازار سهام هوش مصنوعی، این شرکت‌ها نهایتا به درآمد جدی و واقعی از فروش خدمات خود نیاز خواهند داشت. کسب‌وکارها، از بانک‌ها و شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری گرفته تا استودیوهای فیلم‌سازی ناچارند که از ابزارهایی مانند چت جی‌پی‌تی در مقیاس بزرگ استفاده کنند. اگرچه شرکت‌ها در اتخاذ هوش مصنوعی مولد محتاط بوده‌اند، اما حتی گام‌های کوچک در این مسیر نشان‌دهنده تغییر در ماهیت کار دفتری است.

رشد بهره‌وری با هوش مصنوعی مولد

پیشرفت‌های تکنولوژیکی گذشته به‌طور قابل‌توجهی، کار دفتری را تغییر داد؛ به طوری که در سال ۱۸۸۸ گسترش ماشین تحریر، برخی کارگران را بیکار کرد و اپراتورها را قادر ساخت تا مکاتبات بیشتری را با کیفیت بهتر نسبت به ده‌ها کارمند خودکار به دست انجام دهند. سپس یک قرن بعد با ظهور کامپیوتر، برخی کارهای اداری سطح پایین حذف شدند و بهره‌وری کارمندان ماهر افزایش یافت. طبق آمارها، در فاصله دهه ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۰، کامپیوتر نقش مهمی در رشد دو برابری تقاضا برای نیروی کار تحصیلکرده داشت. رشد و ظهور دورکاری در چند سال گذشته نیز به واسطه همه‌گیری کرونا، روال روزانه کارمندان اداری را تغییر داده است.

اما آیا هوش مصنوعی مولد می‌تواند تغییرات عمیق مشابهی ایجاد کند؟ از منظر «اکونومیست»، تاریخ نشان می‌دهد که پیشرفت‌های فناوری در بلندمدت بر اقتصاد تاثیر می‌گذارند. یک کارگر متوسط در یک شرکت متوسط به زمان نیاز دارد تا به روش‌های جدید کار عادت کند؛ مثلا دستاوردهای بهره‌وری از رایانه‌های شخصی حداقل یک دهه پس از اینکه به‌طور گسترده در دسترس قرار گرفتند، پدیدار شد. تاکنون هیچ نشانه‌ای از افزایش بهره‌وری در اقتصاد به خاطر هوش مصنوعی وجود نداشته است. براساس نظرسنجی گروه مشاوره بوستون (BCG)، اکثریت مدیران معتقدند که عبور از هیاهوی هوش مصنوعی حداقل دو سال طول می‌کشد. تحقیقات اخیر الیور وایمن نیز نشان می‌دهد که اگرچه پذیرش و استفاده از هوش مصنوعی افزایش یافته، اما هنوز منجر به افزایش سطح بهره‌وری نشده است.

البته جای تعجبی هم ندارد. در حال حاضر اکثر شرکت‌ها از چت جی‌پی‌تی، جمنای گوگل، کوپایلوت مایکروسافت یا سایر ابزارهای مشابه به‌طور سیستماتیک استفاده نمی‌کنند، هرچند کارمندان ممکن است آنها را آزمایش کنند. اداره سرشماری آمریکا در یک نظرسنجی از ده‌ها هزار کسب‌وکار در مورد استفاده از هوش مصنوعی پرسید. در اینجا هر دو نوع هوش مصنوعی مولد جدید و انواع ابزارهای قدیمی‌تر هوش مصنوعی‌هایی که قبل از سال ۲۰۲۳ برای کارهای مختلفی مثل بهبود نتایج جست‌وجوی آنلاین مورد استفاده قرار می‌گرفتند، مدنظر بوده است. در ماه فوریه تنها ۵ درصد از مشاغل آمریکایی، چه کوچک و چه بزرگ گزارش دادند که از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند. ۷ درصد دیگر از شرکت‌ها گفتند که قصد دارند ظرف شش ماه آینده از این فناوری بهره گیرند. این ارقام تفاوت‌های زیادی را بین صنایع نشان می‌دهد؛ ۱۷ درصد از شرکت‌های صنعت اطلاعات (فناوری و رسانه‌ها) از هوش مصنوعی برای توسعه محصولات‌شان استفاده می‌کنند؛ در حالی که ۳ درصد از تولیدکنندگان و ۵ درصد از شرکت‌های مراقبت‌های بهداشتی از این فناوری بهره می‌برند. نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای کوچک‌تر نسبت به مشاغل بزرگ‌تر، تمایل بیشتری به پذیرش این فناوری دارند؛ احتمالا دلیل این امر، بوروکراسی کمتر نهادهای کوچک‌تر برای پذیرش هوش مصنوعی است. در حال حاضر هوش مصنوعی در شرکت‌های بزرگ (با بیش از ۲۵۰ کارمند) که منابع لازم برای ایجاد تیم‌های اختصاصی هوش مصنوعی را در اختیار دارند، رایج‌تر است. نظرسنجی بانک مورگان استنلی از شرکت‌های بزرگ نشان می‌دهد که میزان پروژه‌های آزمایشی هوش مصنوعی در طول سال ۲۰۲۳ از ۹ درصد به ۲۳ درصد افزایش داشته است.

شرکت‌ها در آزمون هوش مصنوعی

شرکت‌های بزرگ در حال حاضر به‌شدت درگیر آزمایش هوش مصنوعی برای تعیین رویکردهای درست و تشخیص خوب و بد این فناوری هستند. داده‌های ایندید (پلتفرم جست‌وجوی شغل) نشان می‌دهد که آنها هزاران متخصص هوش مصنوعی را استخدام می‌کنند. «جیمی دیمون»، مدیرعامل جی‌پی مورگان چیس در سال گذشته گفت که این بانک در بیش از ۳۰۰ مورد در تولید از هوش مصنوعی استفاده کرده است. شرکت مشاوره کپ‌جمنای قصد دارد از هوش مصنوعی کلاد برای توسعه یک کتابخانه غنی با بیش از ۵۰۰ کتاب مورد استفاده و مرتبط با صنعت استفاده کند. شرکت پیشرو بایر (فعال در تولید مواد شیمیایی آلمانی) نیز در بیش از ۷۰۰ مورد از هوش مصنوعی مولد استفاده می‌کند.

طبق اعلام یکی از شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری، این «گسترش موارد استفاده از هوش مصنوعی» را می‌توان به سه گروه اصلی شامل ابزارهایی برای کار شرکت، ابزارهایی برای کارمندان با مهارت‌های پایین تا متوسط و ابزارهایی برای با ارزش‌ترین کارمندان یک شرکت، دسته‌بندی کرد. در این میان، مورد اول رایج‌تر از بقیه است. به گفته «کریستینا مک‌الهران» از دانشگاه تورنتو، بسیاری از شرکت‌ها اقدامات دیجیتالی‌سازی استاندارد را به «برنامه‌های هوش مصنوعی» تغییر نام می‌دهند تا پیچیده‌تر به نظر برسند. مثلا پرستو، ارائه‌دهنده خدمات فناوری به رستوران‌ها، یک دستیار هوش مصنوعی مولد را برای دریافت سفارش‌ها در زمان پیک معرفی کرد. اگرچه ۷۰ درصد از این سفارش‌ها هنوز به کمک انسانی نیاز دارند. شرکت پخش موسیقی اسپاتیفای، یک دی‌جی مبتنی بر هوش مصنوعی معرفی کرده است. این دی‌جی آهنگ انتخاب می‌کند و در حین پخش آنها مانند یک دی‌جی واقعی جملاتی را می‌گوید. از طرفی شرکت تحویل مواد غذایی اینستاکارت، یکی از ابزارهای هوش مصنوعی خود را حذف کرده است؛ زیرا این ابزار پس از دریافت نظرات منفی مشتریان راجع به غذا، از آن غذا تصاویر نامطلوبی تولید می‌کرد. شرکت‌های بزرگ فناوری نیز در حال ادغام پیشرفت‌های هوش مصنوعی در خدمات مشتریان خود هستند. آمازون در حال راه‌اندازی یک دستیار خرید مبتنی بر هوش مصنوعی به نام روفوس است و گوگل هم هوش مصنوعی را در سرویس نقشه خود ادغام کرده است تا این محصول را فراگیرتر و جذاب‌تر کند.

کاربردهای متعدد هوش مصنوعی

ابزارهایی که کارمندان کم‌مهارت را هدف قرار می‌دهند، می‌توانند در کمترین زمان ممکن، مزایایی ایجاد کنند. برنامه‌های کاربردی اصلی مانند برنامه‌های خدمات مشتری، اغلب از فناوری هوش مصنوعی در دسترس استفاده می‌کنند. بسیاری از سوالات مشتریان ساده هستند و حول مجموعه محدودی از موضوعات می‌چرخند و فرآیند آموزش چت‌بات‌ها را ساده می‌کنند. برخی از این ابتکارات ممکن است همین حالا هم نتیجه داده باشند. مثلا امداکس نرم‌افزاری را برای کمک به شرکت‌های مخابراتی در ارائه صورت‌حساب و خدمات مشتری ارائه می‌دهد. به گفته این شرکت، ادغام هوش مصنوعی مولد، زمان رسیدگی به تماس‌های مشتریان را به نصف کاهش داده است. همچنین اسپرینکلر، یک شرکت نرم‌افزاری گزارش می‌دهد که یکی از مشتریان کالاهای لوکس آن اخیرا ۲۵ درصد بهبود در امتیازات خدمات مشتری تجربه کرده است.

کارهای اداری معمولی، آمادگی پذیرش هوش مصنوعی را پیدا کرده‌اند. در میان ۷۰۰ مورد استفاده از هوش مصنوعی در شرکت بایر، کارهای رایج مانند بازیابی داده‌ها از فایل‌های اکسل و تهیه پیش‌نویس اسناد در ورد برجسته شده است. هوش مصنوعی مولد توسط برخی شرکت‌ها برای اهداف جست‌وجوی پیشرفته‌تر نیز استفاده می‌شود. به عنوان مثال، در شرکت خدمات مالی نزدک، به بازرسان جرایم مالی در جمع‌آوری شواهد برای ارزیابی تراکنش‌های بانکی مشکوک کمک می‌کند. به گفته نزدک، این فرآیند که معمولا ۳۰ تا ۶۰ دقیقه طول می‌کشد با کمک هوش مصنوعی مولد فقط سه دقیقه زمان می‌برد.

ارائه ابزارهای هوش مصنوعی به باارزش‌ترین کارمندان یک شرکت که وظایف پیچیده‌ای دارند، تاکنون کمتر رایج بوده اما در حال افزایش است. به عنوان نمونه، وکلا از جمله پذیرندگان اولیه بوده‌اند. آلن‌اند اوری، یک شرکت حقوقی برجسته با هاروی، یک استارت‌آپ هوش مصنوعی، همکاری کرد تا سیستمی را توسعه دهند که وکلا از آن برای کارهای مختلف مانند بررسی دقیق و تجزیه‌وتحلیل قرارداد، استفاده کنند. بانک‌های سرمایه‌گذاری نیز برای خودکارسازی بخش‌هایی از فرآیند تحقیقات خود به هوش مصنوعی روی آورده‌اند. در بانک نیویورک ملون یک سیستم هوش مصنوعی، داده‌ها را یک‌شبه برای تحلیلگران پردازش می‌کند و پیش‌نویسی را در اختیار آنها قرار می‌دهد تا صبح روز بعد تحلیلگران آنها را اصلاح کنند؛ بنابراین گردش کار آنها را ساده می‌کند. به‌طور مشابهی شرکت داروسازی فرانسوی سانوفی از یک اپلیکیشن هوش مصنوعی استفاده می‌کند تا اطلاعات فوری درباره بسیاری از جنبه‌های عملیات شرکت را به مدیران ارائه دهد.

جایگزین در دسترس نیروی انسانی

برخی شرکت‌ها از فناوری هوش مصنوعی برای ساخت راه‌حل‌های نرم‌افزاری استفاده می‌کنند. گیت‌هاب کوپایلوت مایکروسافت، یک ابزار کدنویسی مجهز به هوش مصنوعی، دارای ۱.۳ میلیون مشترک است. آمازون و گوگل هم محصولات رقیبی برای گیت‌هاب کوپایلوت ارائه داده‌اند. ظاهرا اپل هم در حال توسعه ابزاری مشابه است. شرکت فناوری فورتیو گزارش می‌دهد که شرکت‌های تابعه آن شتاب بیش از ۲۰ درصدی را در زمان توسعه نرم‌افزار از طریق استفاده از هوش مصنوعی مولد تجربه کرده‌اند. «کیرانتان دیسای»، مدیر اجرایی شرکت نرم‌افزاری تجاری سرویس نو گفته که گیت‌هاب کوپایلوت افزایش بهره‌وری تک‌رقمی را برای توسعه‌دهندگان شرکتش به همراه دارد. علاوه بر این، استارت‌آپ هندی کانکتیفای با کمک ابزارهای هوش مصنوعی، نسخه‌های ماهانه اپلیکیشن خود را از ۴ به ۷ افزایش داده است. بررسی‌های مایکروسافت نشان می‌دهد تعداد کمی از افرادی که استفاده از کوپایلوت را شروع کرده‌اند، تمایل دارند استفاده از آن را متوقف کنند.

شرکت شبکه اجتماعی پینترست اعلام کرد که به لطف هوش مصنوعی، میزان ارتباط نتایج جست‌وجوی کاربران را ۱۰ درصد بهبود بخشیده است. «بیل ریدی»، مدیرعامل این شرکت گفت که مدل‌های جدید به کار گرفته شده ۱۰۰ برابر بزرگ‌تر از مدل‌هایی هستند که قبلا توسط شرکت استفاده می‌شد. شرکت لوازم آرایشی لورال با پیشرفت‌های خود در بتیک (ابزار داخلی طراحی شده برای ارزیابی و بهبود نتایج تبلیغات) توانسته توجه سرمایه‌گذاران را به خود جلب کند. لورال ادعا می‌کند که آن دسته از برندهای زیرمجموعه این شرکت که از بتیک استفاده می‌کنند، بین ۱۰ تا ۱۵ درصد افزایش بهره‌وری داشته‌اند.

البته از منظر «اکونومیست»، این بدان معنا نیست که این برندها ۱۰ تا ۱۵ درصد کارمندان کمتری نیاز دارند. مانند انقلاب‌های تکنولوژیک قبلی، نگرانی‌ها در مورد بحران شغلی ناشی از هوش مصنوعی بی‌اساس به نظر می‌رسد. در حال حاضر به نظر می‌رسد این فناوری بیش از آنکه مشاغل را حذف کند، فرصت‌های شغلی ایجاد کرده است. یک نظرسنجی که توسط بانک اورکور آی‌اس‌آی در ماه نوامبر منتشر شد، نشان می‌دهد تنها ۱۲ درصد از شرکت‌ها معتقد بودند هوش مصنوعی مولد جایگزین نیروی انسانی شده یا در عرض ۱۲ ماه جایگزین خواهد شد. هرچند برخی از شرکت‌های فناوری ادعا می‌کنند که استخدام یا کاهش کارکنان خود را به دلیل هوش مصنوعی متوقف می‌کنند، اما شواهد اندکی از افزایش اخراج کارکنان در کشورهای ثروتمند وجود دارد.

ظهور موقعیت‌های جدید اداری

هوش مصنوعی مولد اشکال جدیدی از اشتغال اداری را تقویت می‌کند. شرکت‌هایی مانند نستله و کی‌پی‌ام‌جی در حال استخدام مهندسان پرامپت هستند که در استخراج پاسخ‌های ارزشمند از چت‌بات‌های هوش مصنوعی مهارت دارند. مهندسی پرامپت، روشی برای ایجاد فرامین و پرسش‌های مناسب است تا ابزارهای هوش مصنوعی بتوانند خروجی‌ها را مطابق هدف ما تولید کنند. یک شرکت بیمه نیز از مهندسان توضیح‌پذیر برای درک خروجی‌های سیستم هوش مصنوعی استفاده کرده است. در حالی که این پیشرفت‌ها ممکن است فورا در معیارهای بهره‌وری کلی منعکس نشوند، اما اکنون در حال تغییر شکل وظایف کارکنان اداری هستند. برخی از نتایج آشکارا مثبت هستند. هوش مصنوعی شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا داده‌های داخلی، از جمله بررسی عملکرد و سوابق جلسات را دیجیتالی و سازمان‌دهی کنند. پذیرش هوش مصنوعی ممکن است عواقب غیرقابل‌پیش‌بینی داشته باشد. در حالی که ابزارهای کدنویسی هوش مصنوعی به مهندسان نرم‌افزار در انجام وظایف‌شان کمک می‌کنند، گزارش شرکت نرم‌افزاری گیت کلیر، نشان از کاهش کیفیت کار را در سال گذشته دارد. برنامه‌نویسان ممکن است از هوش مصنوعی برای تولید یک پیش‌نویس اولیه استفاده کنند تا آن را مملو از اشکال یا فاقد وضوح بیابند. در نتیجه ممکن است زمان کمتری را صرف نوشتن کد کنند، اما زمان بیشتری را صرف بررسی و ویرایش آن خواهند کرد. در نتیجه مقدار خروجی کار ممکن است افزایش یابد، اما اثربخشی این خروجی کاهش می‌یابد؛ زیرا هوش مصنوعی ایمیل‌ها و یادداشت‌های بیشتری تولید می‌کند.

نرخ سود بانکی، کار دست برخی از بانک‌ها داد

اتمام‌حجت بانک مرکزی با ۶ بانک متخلف

بانک مرکزی از اتمام حجت با مدیران شش بانک متخلف در زمینه نقض نرخ سود سپرده‌های بانکی مصوب شورای پول و اعتبار خبر داد. معاون نظارت بانک مرکزی پیرو اخطار بانک مرکزی در سوم اسفندماه امسال خطاب به بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی درخصوص لزوم رعایت دقیق نرخ سود سپرده‌های بانکی مطابق مصوبه شورای پول و اعتبار هشدار داد و گفت: با توجه به نتایج بازرسی‌های انجام‌شده در شبکه بانکی کشور، مشخص شد همچنان شش بانک، بیشترین تخلفات را در زمینه رعایت نرخ‌های سود سپرده‌ها داشته‌اند. بر این اساس و وفق مفاد مصوبه شورای پول و اعتبار درخصوص نرخ‌های سود تسهیلات و سود علی‌الحساب انواع سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار، موضوع بخشنامه ۱۰ بهمن‌ماه ۱۴۰۱ مقرر شد که در صورت عدم رعایت نرخ‌های سود ابلاغی، علاوه بر اتخاذ اقدامات نظارتی مقتضی از جمله ارجاع خارج از نوبت و به قید تسریع موضوع به هیأت انتظامی بانک‌ها، صلاحیت حرفه‌ای مدیرعامل و تمامی اعضای هیأت‌مدیره بانک و یا موسسه اعتباری غیربانکی مربوطه در کمیسیون احراز و لغو تاییدیه صلاحیت حرفه‌ای مدیران موسسات اعتباری بانک مرکزی برای اتخاذ تصمیم در خصوص تداوم تصدی سمت مدیریتی آنها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. به گفته «فرشاد محمدپور»، گزارش مدیریت کل نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری بانک مرکزی درخصوص نقض نرخ‌های سود سپرده‌ها در شش بانک، در جلسات کمیسیون احراز و لغو تاییدیه صلاحیت حرفه‌ای مدیران موسسات اعتباری با حضور مدیران عامل و عضو هیأت‌مدیره ذی‌ربط بررسی شد که پس از بحث و بررسی و استماع توضیحات ایشان و تذکر جدی و اتمام حجت با ایشان، تصمیماتی اتخاذ شد. بانک‌های مورد بررسی موظف شدند موارد عدم رعایت نرخ سود و نرخ شکست سپرده‌ها و سایر ضوابط مطروح در بخشنامه ۱۰ بهمن‌ماه ۱۴۰۱ را ظرف دو هفته اصلاح و نتیجه رفع تخلفات مزبور را به همراه مستندات در فاصله زمانی مذکور به بانک مرکزی ارسال کنند. همچنین بانک‌های مورد بررسی موظف شدند اقدامات اصلاحی لازم در خصوص ضوابط انتشار گواهی سپرده سرمایه‌گذاری خاص، موضوع نامه ۱۰ بهمن‌ماه ۱۴۰۲ را طی دو هفته انجام و نتیجه را به همراه مستندات در فاصله زمانی مذکور به بانک مرکزی ارسال کنند. معاون نظارت بانک مرکزی در پایان تاکید کرد: بانک‌های مورد بررسی موظف شدند سازوکار مناسب برای ارتقای نظامات کنترل داخلی به منظور پیشگیری از وقوع تخلفات در بانک‌های مذکور تعبیه نمایند و نتیجه را طی یک ماه آینده از تاریخ این صورتجلسه به بانک مرکزی اعلام کنند. این بانک‌ها همچنین موظف شدند اقدام لازم جهت انجام بازرسی‌های موردنیاز درخصوص رعایت مفاد بخشنامه‌های بانک مرکزی با موضوع رعایت نرخ سود سپرده‌ها را اتخاذ نموده و نتیجه پس از تأیید در هیأت‌مدیره آن بانک‌ها برای بانک مرکزی ارسال شود. در صورت عدم اقدام مؤثر به شرح فوق، درخصوص تمدید صلاحیت حرفه‌ای اعضای هیأت‌مدیره بانک‌های مذکور تصمیم‌گیری خواهد شد.

یادداشت

نقش نهادهای مدنی در توسعه اقتصادی

مسعود سپهر، جامعه‌شناس سیاسی

همه نام «توماس ادیسون» را به عنوان مخترع لامپ الکتریکی می‌دانند، حتی امروز که دیگر کمتر نشانی از آن لامپ‌ها در زندگی ما وجود دارد، اما مخترع انواع لامپ‌های کم‌مصرف کیست؟ نام «گراهام بل» به عنوان مخترع تلفن برای همه آشناست، اما تلفن‌های همراه و هوشمند توسط چه کسی اختراع شده است؟ واقعیت آن است که تلاش برای حرکت در مسیر پرشتاب توسعه که امروز مسئله اول همه ملت‌های جهان و از جمله ما ایرانیان است، از دوش افراد و قهرمانان و رهبران برداشته شده و بر دوش نهادها و مجموعه‌های انسانی قرار گرفته است. عرصه‌های مختلف از چنان پیچیدگی و وسعتی برخوردار شده که جز با هم‌افزایی عقول انسانی و سازماندهی و هماهنگی گروه‌های بزرگ افراد در قالب نهادها ممکن نیست. نمی‌دانیم سازنده لامپ‌های کم‌مصرف و تلفن‌های هوشمند و هزاران محصول پیچیده کوچک و بزرگ که هر روز از آن بهره می‌بریم، چه کسانی هستند، چون محصول کار و فکر مشترک هماهنگ هزاران انسان در سراسر جهان است. در همه کشورهایی که امر توسعه به هر شکل و شیوه رخ داده حتما محصول این هماهنگی و نهادسازی و هم‌افزایی، مجموعه‌های بزرگ انسانی بوده است. این امر در طول تاریخ به دو شیوه آمرانه از بالا یا خودجوش و مدنی از پایین رخ داده است. از کاخ‌ها و معابد و مقبره‌های باشکوه باستانی که بیشتر با ضربه تازیانه بر پیکر بردگان ساخته شد تا توسعه چشمگیر عصر کمونیستی شوروی «استالین» و دوران فاشیستی «هیتلر»، همه نمونه‌های موفق سازماندهی آمرانه است که در مرکز آن، یک فرد نیمه خدا قرار دارد.

اشاره من به تمام شدن دوره امثال «ادیسون» و «گراهام بل» برای توجه به این نکته ظریف است که امروز دوران «فرعون» و «استالین» و «هیتلر» هم به پایان رسیده است؛ زیرا ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فناوری و خلاقیت در دنیای جدید به چنان پیچیدگی و ظرافتی رسیده که هماهنگی مورچه‌وار و از سر اطاعت و تعبد گروه‌های انسانی جوابگو نیست. اگر انگیزه‌های درونی همه اعضای یک تیم نباشد و همه خلاقیت‌ها با هم جمع نشود، محصولی پیچیده مثل یک تلفن همراه هوشمند یا مریخ نورد به دست نمی‌آید. اگر در دنیای پررقابت امروز که بهره‌وری حرف اول را می‌زند، با ترس و شلاق نمی‌توان به نهایت آن رسید. برای بهره‌وری نیاز به نیروی خودجوش و خلاق از جنس عشق است. پایان کمونیسم دقیقا به همین دلیل بود. تا قبل از فروپاشی شوروی، در ادبیات توسعه راه رشد غیرسرمایه‌داری کاملا معقول و مورد توصیه بود، اما امروز هیچ صاحب‌نظری در محدودیت و بن بست نهایی آن تردیدی ندارد. توسعه همه‌جانبه و پایدار جز با مشارکت همه مردم در قالب نهادهای غیراجباری و خودجوش و مستقل مدنی امکان‌پذیر نیست. آدم‌ها باید عاشق باشند تا همه وجود خود را وقف چیزی کنند و عشق با زور نمی‌آید. مهم نیست موضوع عشق چه باشد. می‌تواند مثل یک سرمایه‌دار عاشق پول باشد یا مثل یک دانشمند عاشق علم شود یا هر چیز دیگر، مهم آن است که عاشقان به میل خود دور هم جمع شوند و برای عشق خود در انجام کاری همسو باشند. البته در نظام‌های اقتدارگرا هم عشق به یک فرمانروای فرهمند، همان کارهای کوچک و بزرگی را که در تاریخ به جا مانده است رقم زده، اما مگر بیش از گروهی محدود از ملت می‌شود عاشق فرمانروا بود؟ آن هم در عصری که توسعه فضای مجازی و ارتباطات بت شکن شده و برای همین است که دستاوردهای نظام‌های اقتدارگرا، اگر هم باشد تداوم و پایداری ندارد.

متاسفانه نظام‌های سیاسی متمرکز و اقتدارگرا، هر نهاد مدنی را رقیب بالقوه و تهدیدی برای بقای قدرت خود می‌دانند. جامعه توده‌ای، مقابل جامعه مدنی و خاستگاه سیاسی نظام‌های اقتدارگرا است. در جامعه توده‌ای هر فرد به شکل یک ذره معلق در میان ذره‌ها، هیچ وابستگی ارگانیک براساس علایق و منافع خود با دیگر افراد ندارد. فرد یا ذوب در مرکز قدرت است یا مرعوب آن. به همین دلیل، قدرت حاکم از هیچ چیز به اندازه تشکل افراد در احزاب مستقل، اتحادیه‌ها و سندیکاها، مجامع صنفی هنری، فرهنگی، علمی، دانشجویی و حتی مراکز تولیدی بزرگ بخش خصوصی واقعی و کارآفرین واهمه ندارد، اما تا زمانی که قدرت سیاسی اقتدارگرا نفهمد دیگر دوران توسعه آمرانه از بالا و بدون مشارکت آزادانه و اخلاق همه مردم در قالب نهادهای مدنی سپری شده است، توسعه همه‌جانبه و پایدار امکان ندارد. از همان زمان که لامپ «ادیسون» و تلفن «گراهام بل» جای خود را به لامپ کم‌مصرف و تلفن هوشمند داد، دیگر کمتر خبری از اعتصابات سراسری کارگران برای افزایش دستمزد در کشورهای غربی می‌شنویم. اتحادیه‌های کارگری فهمیده‌اند که افزایش دستمزد در گرو افزایش بهره‌وری و رقابت بیشتر است و برای همین اعتصاب نمی‌کنند. کارفرما هم می‌داند که با زور و فشار، قادر به تولید محصول بهتر و بیشتر نیست و باید به انگیزه‌ها و نیازهای درونی کارگران خود توجه کند. برای آنکه نقش نهادهای مدنی مستقل را در عرصه توسعه اقتصادی بهتر درک کنیم، نمونه‌های زیر قابل تأمل است:

در حوزه فناوری پیشرفته، شرکت‌هایی چون گوگل پیشتاز هستند. هرچند این گونه شرکت‌ها براساس هوش و نبوغ افراد خاصی بنیان یافته‌اند، اما به سرعت تبدیل به نهادهایی بزرگ و مجموعه‌ای از افراد عاشق شده‌اند که شرکت را مثل خانواده خود و حتی فراتر از آن دوست می‌دارند و شرکت هم بیشترین امتیازات و آزادی‌ها و امکانات را در اختیار آنها قرار داده است. در عین حال، دولت آزادی عمل آنها را به رسمیت شناخته و اجازه داده است که هر روز بزرگ‌تر و نیرومندتر شوند. مسیر اصلی توسعه اقتصادی در جهان امروز از درون چنین شرکت‌هایی می‌جوشد.

در حوزه پیشرفت‌های علمی، دانشگاه‌های برتر جهان مثال‌زدنی است. همه آنها مستقل از دولت‌ها و برخوردار از آزادی‌های علمی سیاسی و اقتصادی هستند. این دانشگاه‌ها برای خود هیچ رسالتی جز فراهم ساختن زمینه شکوفایی استعدادها و توانایی‌های خلاقانه و آزادانه استاد و دانشجو در همه زمینه‌ها، قائل نیستند. البته کسی می‌تواند وارد این دانشگاه‌ها شود که حقیقتا عاشق باشد و بر عشق خود استوار بماند، اما در عشق و رسیدن محدودیتی ندارد.

نمونه دیگر، احزاب سیاسی مستقل و متکثر است. مشارکت همه مردم به صورت آزادانه در قالب احزاب سیاسی متفاوت، اجازه نمی‌دهد قدرت غیرپاسخگو و نقدناپذیر و مادام‌العمر و در نتیجه فاسد شود. در همه متون توسعه ثابت شده است که فساد فراگیر، مهمترین مانع توسعه است و احزاب سیاسی در رقابت با یکدیگر، مهمترین منبع جلوگیری از فساد هستند. می‌توان در جامعه توده‌ای، نمایشی از مشارکت سیاسی را به صحنه آورد اما حاصل این نمایش جز وعده‌های توخالی عوام‌پسند و گسترش فساد و رانت در اعماق قدرت نیست.

از این مثال‌ها فراوان است. حاصل کلام آنکه فناوری اطلاعات و ارتباطات و به هم پیوستگی در دنیای ما، شرایطی به وجود آورده است که حتی اگر تا چند سال پیش، رقابت و توسعه با شیوه‌ای متمرکز و آمرانه شدنی بود، امروز از محالات است. دیگر نمی‌توان با تبلیغات انحصاری، همه مردم را مجذوب کرد و نه با سرکوب، مرعوب. رسیدن به نهایت بهره‌وری و بهره‌مندی از همه خلاقیت‌ها و توانایی‌های جامعه، تنها با مشارکت آزاد تک تک آنها در نهادهای خودجوش و مستقل مدنی امکان‌پذیر است و بدون این شرایط همچنان توسعه، ناموزون و ناپایدار و برگشت‌پذیر خواهد بود.

ساعت کاری ایرانیان از ۱۶۱ کشور جهان بیشتر است

ساعت ناکوک کار در ایران

فرصت امروز: آمارهای سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که ساعت کار ایرانیان از ۱۶۱ کشور جهان بیشتر بوده و ایران در رتبه ۲۶ جهان ایستاده است. براساس داده‌های سازمان جهانی کار در سال ۲۰۲۳، ایرانیان در طول هفته به طور متوسط بیشتر از مردم ۱۶۱ کشور جهان مشغول به کار بوده‌اند. در سال گذشته میلادی، هر فرد شاغل در ایران طی یک هفته به طور متوسط ۴۴ ساعت و شش دقیقه مشغول به کار بوده است. بدین ترتیب، ایران از نظر میانگین ساعت کار هفتگی به ازای هر فرد شاغل، رتبه ۲۶ جهان را به خود اختصاص داده است. همچنین در سال گذشته هر ایرانی شاغل به طور میانگین دو ساعت و ۵۴ دقیقه بیشتر از متوسط جهانی کار کرده است. البته در رده‌بندی سازمان جهانی کار، نام کشورهایی همچون کویت، مصر و پاکستان پیش از ایران به چشم می‌خورد. مقایسه آمارها حاکی از آن است که هر ایرانی شاغل تنها ۵۴ دقیقه کمتر از چینی‌ها در طول هفته کار کرده است. همچنین کشورهایی نظیر هنگ‌کنگ، کره‌جنوبی، کانادا، انگلستان و فرانسه در این رتبه‌بندی بعد از ایران قرار گرفته‌اند و به طور متوسط در هفته ساعت کار کمتری داشته‌اند. به نظر می‌رسد میانگین ساعت کاری هفتگی در ایران نسبت به کشورهای دیگر در سطح متوسط قرار دارد. طبق آمارهای رسمی، میانگین ساعت کار واقعی در هفته برای ایران در سال ۲۰۲۳ معادل ۴۴ ساعت و شش دقیقه است. آنطور که سازمان جهانی کار گزارش داده است، کشور بوتان با میانگین ۵۴ ساعت و ۱۸ دقیقه، بالاترین و بیشترین ساعت کاری به ازای هر فرد در سراسر جهان را به خود اختصاص داده است همچنین کشور یمن با متوسط ۲۵ ساعت و ۲۴ دقیقه، کمترین ساعت کار در هفته به ازای هر شخص در جهان را دارد. به نظر می‌رسد نمی‌توان رابطه مستقیمی میان توسعه‌یافتگی و افزایش ساعت کاری پیدا کرد. در کشورهایی که ساعات کاری کمتری دارند، اتفاقا روند توسعه‌یافتگی بیشتر است.

ایران در رتبه ۲۶ جهان ایستاد

با استفاده از داده‌های سازمان جهانی کار (ILO) می‌توان فهمید که هر فرد شاغل به طور متوسط در طول هفته چند ساعت مشغول به کار است. گزارش این نهاد بین‌المللی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۳، هر فرد شاغل در سراسر جهان ۴۱ ساعت و شش دقیقه در هفته کار کرده است. البته این نرخ در کشورهای مختلف، متفاوت است. در این سال همچنین هر ایرانی شاغل به طور متوسط در هفته بیشتر از مردم ۱۶۱ کشور جهان مشغول به کار بوده است. هر ایرانی شاغل به طور متوسط دو ساعت و ۵۴ دقیقه بیشتر از میانگین جهانی کار کرده است. بدین ترتیب، ایران از نظر ساعت کاری در این رده‌بندی، رتبه ۲۶ جهان را از آن خود کرده است. در واقع، ایرانیان بیشتر از مردم ۱۶۱ کشور دیگر جهان مشغول به کار بوده‌اند. مقایسه‌ها نشان می‌دهد هر ایرانی شاغل در هفته فقط به طور متوسط ۵۴ دقیقه کمتر از چینی‌ها کار کرده است. به طور کلی، ساکنان کشور بوتان بیشترین و ساکنان کشور یمن کمترین متوسط ساعات کار هر فرد شاغل در هفته را در سال ۲۰۲۳ به خود اختصاص داده‌اند. پس از بوتان نیز امارات، لسوتو، قطر و لبنان بیشترین ساعت کاری را دارند و به ترتیب در رتبه‌های دوم تا چهارم جای گرفته‌اند.

براساس گزارش سازمان جهانی کار، در سال ۲۰۲۳ هر فرد شاغل در سن کار در جهان به طور متوسط در هفته ۴۱ ساعت و شش دقیقه مشغول به کار بوده است. البته این نرخ در کشورهای مختلف، تفاوت‌هایی با یکدیگر داشته است. به طور کلی، میزان ساعت کار هفتگی مردم ۶۴ کشور در سال گذشته، بیشتر از میانگین جهانی بوده است. بررسی‌ها حاکی از آن است که بیشترین میزان ساعت کار هفتگی به ازای هر نفر، ۵۴ ساعت و ۱۸ دقیقه بوده است. کمترین ساعت کار هفتگی به ازای هر نفر نیز ۲۵ ساعت و ۲۴ دقیقه به ثبت رسیده است. براساس این آمارهای سازمان جهانی کار در سال ۲۰۲۳، هر فرد در کشور بوتان به طور میانگین ۵۴ ساعت و ۱۸ دقیقه مشغول به کار بوده و بدین ترتیب، این کشور کوچک، بالاترین ساعت کاری به ازای هر فرد را در سراسر جهان به خود اختصاص داده است.

رابطه توسعه‌یافتگی و ساعت کاری

هر فرد شاغل در امارات متحده عربی نیز ۵۲ ساعت کار کرده است. این کشور از این حیث، رتبه دوم جهان را به خود اختصاص داده است. همچنین در سایر کشورهای جهان هر فرد کمتر از ۵۰ ساعت در هفته مشغول فعالیت بوده است. کشورهای قطر، لبنان، اردن و پاکستان از دیگر کشورهای منطقه خاورمیانه هستند که در میان ۱۰ کشور برتر از نظر بالاترین ساعت کاری (در هفته به ازای هر فرد) قرار گرفته‌اند. دو کشور سوریه و یمن نیز کمترین ساعت کاری هفتگی را به ازای هر فرد شاغل داشته‌اند. در یمن هر فرد در هفته به طور متوسط ۲۵ ساعت و ۲۴ دقیقه مشغول به کار بوده است. در سوریه نیز این رقم نزدیک به ۲۶ ساعت به ثبت رسیده است، اما هر ایرانی به طور متوسط چند ساعت در هفته مشغول به کار بوده است؟

داده‌های سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که هر فرد شاغل در ایران طی یک هفته به طور متوسط ۴۴ ساعت و شش دقیقه مشغول به کار بوده است. بدین ترتیب، ایران از حیث میانگین ساعت کار هفتگی به ازای هر فرد شاغل، رتبه ۲۶ جهان را به خود اختصاص داده است. همچنین بررسی‌ها حکایت از آن دارد که هر فرد شاغل ایرانی دو ساعت و ۵۴ دقیقه بیشتر از میانگین جهانی کار کرده است. البته در این رده‌بندی، نام کشورهایی چون کویت، مصر و پاکستان پیش از ایران به چشم می‌خورد. مقایسه‌ها حاکی از آن است که هر ایرانی شاغل تنها ۵۴ دقیقه کمتر از چینی‌ها در هفته کار کرده است. همچنین کشورهای هنگ کنگ، کره جنوبی، کانادا، انگلستان و فرانسه از این نظر پس از ایران قرار گرفته‌اند و به طور متوسط در هفته ساعت کار کمتری داشته‌اند. با این حال، به نظر می‌رسد نمی‌توان رابطه مستقیمی میان توسعه‌یافتگی و افزایش ساعت کاری پیدا کرد؛ کما اینکه در کشورهایی که ساعات کاری کمتری دارند، اتفاقا روند توسعه‌یافتگی بیشتر است. تعادل بین کار و زندگی و مدیریت زمان برای جلوگیری از پیامدهای نامطلوب ناشی از عدم رعایت تعادل بین آنها از اهمیت بسزایی برخوردار است. کشورهای مختلف براساس میزان پیشرفت فناوری و درجه توسعه‌یافتگی و همچنین ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی از این حیث با هم تفاوت دارند. ساعات کار طولانی، یکی از مهمترین عواملی است که باعث ایجاد تعارض بین کار و زندگی می‌شود.

اثر بخش خدمات بر بازار کار

از میان بخش‌های اقتصادی در ایران، بخش خدمات بیشترین اشتغال و نیروی کار را دارد. با این حال، سهم شاغلان بخش خدمات با سرعت کمتری نسبت به سهم ارزش افزوده این بخش از کیک اقتصاد رشد می‌کند. ارقام تولید ناخالص داخلی کشور که تا پایان پاییز امسال منتشر شده، نشان می‌دهد سهم بخش خدمات در کیک اقتصاد ایران در حال افزایش است. این موضوع را می‌توان با روند اشتغال این بخش مقایسه کرد و رشد بخش خدمات در اقتصاد ایران را با دو شاخص (سهم ارزش افزوده تولیدشده در بخش خدمات از کل تولید ناخالص داخلی و سهم تعداد شاغلان بخش خدمات از کل شاغلان کشور) مورد بررسی قرار داد. براساس داده‌های آماری مرکز آمار، سهم بخش خدمات از کل تولید ناخالص داخلی کشور در پاییز امسال معادل ۵۴ درصد بوده است. همچنین سهم اشتغال در بخش خدمات از کل اشتغال کشور نیز برابر با ۵۲ درصد بوده است، بنابراین چنانچه دیده می‌شود نسبت سهم ارزش افزوده و سهم اشتغال بخش خدمات به هم نزدیک است. اما اختلاف این دو سهم در سال‌های گذشته چگونه بوده و چه چیزی را نشان می‌دهد؟ بررسی روند از سال ۱۳۸۵ نشان می‌دهد که بخش خدمات در این سال‌ها رشد قابل توجهی داشته است. با این حال، سرعت رشد اشتغال در این بخش، کمی کمتر بوده که این موضوع را می‌توان به علت چسبندگی هزینه‌های نیروی کار دانست.

اما آیا رشد بخش خدمات از جانب درآمد بیشتر بوده یا نیروی شاغل؟ به نظر می‌رسد در ۱۶ سال اخیر، رشد سهم ارزش افزوده بخش خدمات بیش از رشد سهم اشتغال در این بخش بوده؛ به طوری که سهم ارزش افزوده این بخش از ۴۰ درصد به ۵۴ درصد رسیده و ۱۴ واحد درصد رشد کرده است، اما سهم اشتغال این بخش از ۴۵ درصد به ۵۲ درصد رسیده و تنها ۶ واحد درصد بیشتر شده است، بنابراین رشد بخش خدمات از نظر ارزش افزوده، بیشتر از رشد آن از نظر نیروی کار بوده که این موضوع را می‌توان به علت چسبندگی بازار کار دانست؛ چراکه نیروی کار به سرعت میان بخش‌های مختلف جابه‌جا نمی‌شود. با وجود رشد ارزش افزوده و درآمدها در بخش خدمات در طول این سال‌ها، جابه‌جایی نیروی کار به این بخش با سرعت آهسته‌تری صورت گرفته است.

خودروسازان روزانه ۱۸۳ میلیارد تومان ضرر می‌دهند

پیش‌بینی بازار خودرو ۱۴۰۳

این روزها روند پرنوسانی را در بازار خودرو شاهد هستیم و یکی از گلایه‌های همیشگی و مهم خودروسواران همانا بی‌کیفیتی خودروهای داخلی است؛ خودروهایی که حتی در یک ترافیک نیم‌ساعته با مشکلات فنی روبه‌رو می‌شوند. شرایط تولید خودرو، چندی پیش مورد انتقاد وزیر صمت هم قرار گرفت و «عباس علی‌آبادی» با اشاره به «خودروبازی به جای خودروسازی» در ایران گفت که فعالیت ۳۶ خودروساز در کشور خودروسازی نیست، بلکه خودروبازی است. با وجود این انتقادات و علی رغم بازار انحصاری خودروسازان کشور در سالیان اخیر، متاسفانه نه مصرف‌کننده از وضعیت کنونی راضی است و نه تولیدکننده و نه سیاستگذار، اما این شرایط چگونه پدید آمد و راه برون‌رفت از بحران صنعت خودرو چیست؟

در پاسخ به این سوال، «فرهاد احتشام‌زاد» کارشناس صنعت خودرو به «خبرآنلاین» توضیح داد: «متاسفانه وحدت تصمیم‌گیری در این حوزه وجود ندارد. مافیای پنهان، سرمایه‌های ناآشکار، منابع ناآشکار، افراد ذی‌نفوذ و تصمیم‌گیران پنهان، همه کسانی هستند که این صنعت را دچار مشکل کردند. بخش خودرو به خصوص در بخش دولتی یک صنعت بیمار است. آزمایش خون این صنعت بیمار نشان می‌دهد که روزی ۱۸۳ میلیارد تومان (در مجموع ۳۴ هزار میلیارد تومان) ضرر می‌دهد و بنابراین نیاز به رسیدگی اورژانسی دارد.»

او درباره واردات خودروهای کارکرده نیز گفت: «شاید مسئله مشترکی که بین خودروهای کارکرده و خودروهای نو وجود دارد، بحث نیاز به منابع ارزی است که تا زمانی که درباره آنها تصمیم‌گیری نشود، نمی‌توانیم انتظار خاصی چه در رابطه با خودروهای نو و چه برای کارکرده داشته باشیم. پارامترهای کلان زیادی در این موضوع تاثیر دارند. شما می‌دانید که اقتصاد ما سیاست‌زده است و اگر بخواهیم بدون این واقعیت در مورد این موضوع صحبت کنیم، یک مقدار مسیر را اشتباه رفته‌ایم، اما اگر روی مدار فعلی حرکت کنیم و نتوانیم جذب سرمایه خارجی داشته باشیم، به طور طبیعی شرایط در سال آینده سخت‌تر از امسال خواهد شد. پیش‌بینی من از روند بازار خودرو در سال ۱۴۰۳، این است که پیشرفت خودروسازان داخلی ادامه خواهد داشت؛ یعنی الان سهم بازار زیادی داریم که توسط خودروسازان بخش خصوصی گرفته شده است. تنوع زیادی را وارد بازار کردند و بخش خصوصی به خوبی در این حوزه وارد شده؛ در حالی که معضلاتی مثل مکانیزم‌های قیمت‌گذاری دستوری یا تغییر تعرفه‌ها نتوانسته آنها را دچار چالش بزرگی کند.» به گفته این کارشناس بازار خودرو، «به نظر می‌رسد که خودروسازان بخش خصوصی با قدرت بیشتری پیش خواهند رفت. در رابطه با خودروسازان دولتی نیز آنها هم باید بتوانند خصوصی‌سازی شوند؛ البته نه با تعریف خصوصی‌سوزی که بارها در صنایع مختلف دیده‌ایم. در حال حاضر، میزان تقاضا نزدیک به یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه است. به طور طبیعی هر چقدر شکاف بین یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه تقاضای خودرو و میزان تولید کمتر شود، می‌توان انتظار داشته باشیم که بازار به ثبات بیشتر و دلالی کمتری برسد. ولی اگر زیرساخت‌ها (ارتباطات بین‌المللی، تخصیص ارز، تامین مواد اولیه با نرخ‌های رقابتی و...) فراهم نشود، خودروسازان دولتی و قطعه‌سازان نیز توان معجزه نخواهند داشت و نیازمند پشتیبانی هستند که بتوانند تولید را بالا ببرند. ادامه روال فعلی، شکاف بیشتری را به طور قطع میان عرضه و تقاضا به وجود می‌آورد و کماکان باید انتظار قرعه‌کشی و برنده شدن در بخت‌آزمایی خودرو را داشته باشیم.»

«احتشام‌زاد» با بیان اینکه «شاید ریل‌گذاری اولیه در حوزه خودرو، ریل‌گذاری درستی بود، اما آنچه که مسیر را به اشتباه برد، دخالت‌های بی‌جای دولت بود» گفت: «برای اصلاح وضعیت به یک‌سری گام‌های اساسی و تصمیمات بزرگ لازم است که باید در بالاترین رده‌های کشوری گرفته شود و دولت از این صنعت دل بکند. البته این نگرانی وجود دارد که اگر صنعت خودرو را به بخش خصوصی واگذار کنیم، خصوصی‌سوزی‌ای که بارها و بارها در کشورمان و در حوزه‌ها تجربه کرده‌ایم، این بار در مقیاسی بزرگ‌تر اتفاق بیفتد. این در حالی است که برای این صنعت، سرمایه‌گذاری‌های زیادی شده و اگر از بین رود، سرمایه زیادی را از دست خواهیم داد. تمام پارامترهای خونی نشان می‌دهد که خودروسازان روزی ۱۸۳ میلیارد تومان زیان می‌دهند. این عدد نشان می‌دهد که رسیدگی می‌خواهیم و حال مریض ما خیلی بد است. برای درمان، اول از همه باید قبول کنیم که سرمایه‌گذاری زیادی در این حوزه شده و دولت باید از این صنعت دل بکند، اما این دل کندن همراه با نگرانی‌هایی است که این نگرانی‌ها البته بجاست؛ نگرانی از اینکه اگر این صنعت را به بخش خصوصی واگذار کردیم و خصوصی‌سوزی که در کشورمان بارها و بارها در حوزه‌ها و شرکت‌های مختلف اتفاق افتاده، اگر این بار اتفاق بیفتد، در مقیاس خیلی بزرگ‌تر است. برای این صنعت، سرمایه‌گذاری‌های زیادی شده و خیلی پول خرج شده تا به اینجا برسد و اگر این صنعت از بین رود، سرمایه زیادی را از دست خواهیم داد. به همین دلیل دقت خیلی زیادی لازم است تا به سرنوشت آنها دچار نشود.»

این کارشناس صنعت خودرو با تاکید بر انجام اصلاحات در بالاترین رده‌های کشوری افزود: «گام‌های اساسی و تصمیمات بزرگی لازم است که این تصمیمات در بالاترین رده‌های کشوری باید گرفته شود. اگر آقای وزیر می‌گویند که احساس ما این است که باید این کار را کنیم، نظر شخصی‌شان است، چون ایشان بخشی از قدرت را در اختیار دارد و خود به تنهایی تصمیم‌گیرنده نیستند. ایشان اگر تصمیم‌گیرنده بودند، حداقل می‌توانستند درباره قانونی که مجلس مصوب کرده و در اختیار دولت گذاشته و مسئولیت آن را خاصا به وزارت صمت داده، تصمیم می‌گرفتند؛ چراکه این تصمیم منجر به این می‌شد که دولت به درآمدی که در بودجه در نظر گرفته بود، برسد. دولت ۳۲ هزار میلیارد تومان درآمد دولت از محل مالیات واردات خودرو تعیین کرده بود پس یک نهاد به تنهایی تصمیم‌گیرنده نیست. اینکه گزارش‌های تفریغ بودجه، سال به سال چه استفاده‌ای از آنها می‌شود، خود یک موضوع است. ما می‌بینیم گزارش‌ها با برنامه‌هایی که داده می‌شود، متفاوت است. بودجه ۱۴۰۲ انحراف بسیاری دارد و حالا در بودجه ۱۴۰۳ می‌آییم بر همان اساس و با شدت بیشتر این انحراف را می‌بینیم و فقط شدت خطاها بالا می‌رود. تا زمانی که نخواهیم واقعیت را قبول کنیم که مشکل کجاست، مشکل را نشناخته‌ایم و حالا می‌خواهیم حل کنیم، به طور طبیعی نمی‌شود انتظار بهبود داشته باشیم.»

صندوق‌های بازنشستگی چگونه گرفتار تنگنای مالی شدند؟

سازوکار احیای صندوق‌های بازنشستگی

فرصت امروز: موضوع صندوق‌های بازنشستگی به یکی از چالش‌های مهم حوزه سیاستگذاری عمومی در ایران بدل شده است. چند ماه پیش، یک مقام مسئول در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، اظهارنظر تکان‌دهنده‌ای داشت و گفت: «کشور یونان ۱۰۰ جزیره فروخت تا بتواند مطالبات بازنشستگانش را بدهد، ما هم به زودی به این وضعیت دچار می‌شویم. ۳۰۰ هزار شهید دادیم که یک وجب خاک از دست ندهیم، اما ممکن است به جایی برسیم که مجبور شویم کیش، قشم و خوزستان را بفروشیم تا بتوانیم حقوق بازنشستگان را بدهیم. حتی اگر ۳ میلیون بشکه نفت را بدون تحریم بفروشیم و پولش را کامل بگیریم باز هم نمی‌توانیم بحران بازنشستگان را حل کنیم. باید در پنج ماه ۸۵ هزار میلیارد کار عمرانی می‌کردیم ولی فقط ۱۳ هزار میلیارد اجرایی شده، یعنی ۲۰ درصد.» سخنان مدیرکل بیمه‌های اجتماعی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی اگرچه تلخ بود و او بلافاصله پس از انتشار آن گفت که فیلم گفت‌وگویش تقطیع شده است، اما «سجاد پادام» در ادامه مجددا اعلام کرد: «بالغ بر ۱۳۰ کشور از تجربه یونان عبرت گرفتند و اصلاحات را در نظام بازنشستگی آغاز کردند. ما فقط هشدار دادیم تا آینه عبرت دیگران نشویم والا جان ما بذل وجب به وجب خاک ایران عزیز است.»

به نظر می‌رسد زنگ خطری که سال‌ها قبل از سوی صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه به صدا درآمده و توجهی بدان نشده بود، حالا بلندتر از قبل شنیده می‌شود؛ تا جایی که وضعیت صندوق‌های بازنشستگی کاملا بحرانی شده و می‌رود که این بحران به یک ابربحران بدل شود. متاسفانه مراکز دانشگاهی ایران نه با ماهیت و محتوای مسئله آشنایی دارند و نه صندوق‌های بازنشستگی را به‌عنوان یک مسئله مهم ملی مورد توجه قرار داده‌اند. این موضوع متأسفانه برای مراکز دانشگاهی ما تقریبا ناشناخته است و شناخت این مراکز آموزشی و پژوهشی، چه در حوزه اقتصاد و علوم سیاسی و چه در حوزه‌های مالی، بیشتر از عموم مردم نیست. شوربختانه ادامه وضعیت بحرانی صندوق‌ها به جایی رسیده که دولتمردان به فکر افزایش سن بازنشستگی افتاده‌اند، اما چالش مهم نظام بازنشستگی کشور، به مدیریت دولتی و ناکارآمد صندوق‌های بازنشستگی برمی‌گردد.

غفلت جامعه از مسئله بازنشستگی

در نشست «صندوق‌های تامین اجتماعی و بازنشستگی در ایران»، «احمد میدری» عضو هیأت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز و «محمدحسین شریف‌زادگان» عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی، نسبت به وضعیت مخاطره‌آمیز صندوق‌ها و غفلت جامعه و روشنفکران از مسئله بازنشستگی هشدار دادند. در ابتدای این نشست، «محمدحسین شریف‌زادگان» گریزی به وضعیت صندوق‌ها زد و گفت: «۱۷ صندوق بیمه اجتماعی در ایران داریم که بزرگ‌ترینش تأمین اجتماعی است با حدود ۵۳ درصد پوششی که برای کل جمعیت ایران می‌دهد و این عظمت بسیار زیادی دارد. پوشش صندوق کشوری نیز ۷ درصد، صندوق روستایی ۰.۷ درصد، نیروهای مسلح ۰.۷ درصد و سایر صندوق‌ها هم ۲ درصد است.»

به گفته استاد دانشگاه شهید بهشتی، «سازمان‌های تأمین اجتماعی و مؤسسات بیمه‌های اجتماعی چند شاخص خیلی مهم دارند و یکی این است که باید پایدار باشند و منابع و مصارف و انواع و اقسام چیزهایی است که پایداری‌شان را مشخص می‌کند. یک ضریب دارد که ضریب وابستگی است؛ یعنی چند نفر بیمه‌گذار هست که بیمه می‌پردازند و چند نفر مستمری می‌گیرند که این رقم در سال ۱۳۸۴ حدود ۷.۵ نفر بوده؛ یعنی ۷.۵ نفر پول بیمه می‌دادند و یک نفر برداشت می‌کرد و الان این نسبت به ۴.۲ درصد برای تأمین اجتماعی رسیده و به ۴ درصد برای کل ایران رسیده است. شرایط اقتصادی ایران به نحوی شده که صندوق‌ها با مشکلات بزرگی مواجه شدند و دلایل گوناگونی وجود دارد که صندوق‌ها در حالت غیرمتعادل قرار گرفتند؛ مثلا صندوق تأمین اجتماعی هر ماه چندین هزار میلیارد تومان کسری دارد برای اینکه بتواند خودش را اداره کند و صندوق‌های دیگر هم همینطورند و اگر دولت به آنها کمک نکند حتی قادر به اداره خودشان هم نیستند؛ مثلا کمک دولت از بودجه رفاهی؛ چون یک بودجه رفاهی در بودجه سالانه هست. در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۵.۲ درصد از کل بودجه رفاهی را به اینها دادند و همینطور افزایش یافته و در سال ۱۴۰۱ به حدود ۷۲ درصد رسیده و بعضی از صندوق‌ها مثل صندوق کشوری بالای ۸۰ درصد از منابعی که مصرف می‌کند از طریق کمک دولت است و این نشان می‌دهد که همه صندوق‌ها در معرض چالش‌های بسیار بزرگی قرار گرفته‌اند و اعداد بزرگی در این صندوق‌ها گردش می‌کند و اگر مشکلی برای این صندوق‌ها به خصوص صندوق تأمین اجتماعی ایجاد شود و نتواند مشکلات خود را حل و فصل کند، دولت‌ها هم قادر به حل و فصل آن نیستند؛ مخصوصا دولت‌هایی که بودجه‌های عمومی‌شان ناشی از کسری بودجه‌های خیلی بالایی است.»

درجه پایداری صندوق‌های بازنشستگی

او با بیان اینکه «سازمان تأمین اجتماعی، ۵۳ درصد از جمعیت کشور را پوشش می‌دهد»، توضیح داد: «یعنی کشور با مسئله عام امنیت انسانی مواجه است و اهمیتش به خاطر این است و به همین علت در کشور ۱۳ چالش را برشمردند که از موانع توسعه اقتصادی ایران است و هفت چالش از این ۱۳ چالش، ابرچالش است که یکی چالش صندوق‌های بیمه‌ای است. دو چالش بزرگ‌تر که بر این ۱۳ چالش مسلطند، یکی سیاست خارجی معطوف به توسعه ملی و دیگری نحوه حکمرانی کشور است که باید کارآمدی خود را نشان دهد برای اینکه بتواند توسعه را پیش ببرد. اینها موانع توسعه ایران است؛ یعنی مشکلات صندوق‌های تأمین اجتماعی در این چارچوب تعریف شده و توضیح داده شده است. نسبت پشتیبانی در تأمین اجتماعی در حال حاضر ۴.۴ درصد است و در سال ۱۳۸۴ این رقم ۷.۵ درصد بود. یکی از دلایل پایداری صندوق‌ها این است که گفتند ضریب و نسبت پشتیبانی نباید از ۳ درصد کمتر شود و در اروپا سال‌هاست که زیر ۳ درصد است، اما مشکل بزرگی ایجاد نمی‌شود؛ چون بیمه‌های اجتماعی در اروپا در یک چارچوب رفاه اجتماعی و نظریه اجتماعی تعریف شده و دولت‌ها موظف به اجرای آنها هستند. این روند در ایران اما برعکس است و گاهی اوقات دست‌اندازی‌های بسیار زیادی از طریق دولت‌ها صورت می‌پذیرد.»

«شریف‌زادگان» سپس به شاخص‌های مهم اجتماعی اشاره کرد و گفت: «در دنیا چند شاخص هست که یکی مسئله توالد است؛ یعنی تعداد توالدی که انجام می‌پذیرد به چه میزان است یا چند بچه طی سال به دنیا می‌آید. دیگری مسئله امید به زندگی است که در ایران امید به زندگی به شدت افزایش پیدا کرده؛ در سال ۱۳۵۶ میزان امید به زندگی نزدیک به ۵۳ سال بوده و الان بالای ۷۰ سال است که دلیل عمده‌اش، مسئله بهداشت و درمان و مسئله تغذیه است که نقش بهداشت از همه مهمتر است. از طرف دیگر، رشد جمعیت کم شده و همچنین مسئله رشد اقتصادی و سابقه پیری و جوانی صندوق هست. در همه جای دنیا، سن بازنشستگی را کم می‌کنند و چالش‌های اجتماعی زیادی برای این قضیه دارند؛ مثلا در فرانسه سن بانشستگی را تا ۶۴ سال رساندند. در ایران از سال ۱۳۳۰ سن بازنشستگی را کم کردند و سال به سال هم آن را کم می‌کنند. چیزی به نام سخت و زیان‌آور هم در ایران داریم؛ یعنی کسی که شرایط کاری‌اش سخت و زیان‌آور است؛ مثلا کسی که در معدن کار می‌کند یا پرستارانی که در بیمارستان‌های روانی کار می‌کنند.»

بازی دو سر باخت دولت و مردم

«احمد میدری» نیز در این نشست، وضعیت صندوق‌های بازنشستگی را یک شکست و بازی باخت - باخت توصیف کرد و گفت: «تأمین اجتماعی یکجور امنیت اجتماعی است. در شرایطی که جامعه فاقد یک نظام تأمین اجتماعی خوب باشد، سلامت اجتماعی و اقتصادی‌اش به خطر می‌افتد؛ چون همه افراد با سالمندی و ریسک‌های مختلف در طول زمان روبه‌رو هستند و اگر نقصی در سیستم تأمین اجتماعی باشد یک خطر اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است؛ مخصوصا در جوامع امروز که خانواده‌ها کوچک شدند و شبکه‌های تأمین اجتماعی غیررسمی خیلی تضعیف شده، این سیستم رسمی کارکردهای بسیار مهمی دارد. این بخش کوچکی از اصلاحات است، ولی به دلیل اهمیتی که بحث تأمین اجتماعی دارد باید از هر حرکتی استقبال کنیم تا اصلاحات گسترده شروع شود. اصلاح صندوق‌ها کار مثبتی است، اما رویکرد بقیه این است که چون دیگر کارها انجام نمی‌شود این هم انجام نشود. تحول و اصلاح بزرگ این است که چگونه جامعه با این مسئله فعال‌تر برخورد کند؟! دولت به دلیل کسری بودجه دست به این اصلاحات زده؛ ولی اینکه چه باید کرد مغفول است و معمولا دولت‌ها به آن سمت نمی‌روند.» «میدری» با اشاره به اینکه «هر دولتی بر سر کار بیاید با این قواعد نمی‌تواند تأمین اجتماعی را برای مردم به شیوه خوب ارائه کند»، افزود: «از ۲۴ میلیون شاغل حدود ۱۷ میلیون عضو یکی از صندوق‌های بازنشستگی هستند که عمدتا سازمان تأمین اجتماعی است که یک پیشرفت خوب نسبت به سایر کشورهاست؛ ولی ۵ تا ۶ میلیون نفر عضو نیستند که اسمش را فقر بیمه‌های اجتماعی می‌گذارم؛ کسانی که به نظام بازنشستگی دسترسی ندارند و به محض اینکه اگر آسیب ببینند یا دچار معلولیت شوند نمی‌توانند از حداقل درآمد بهره‌مند شوند و اگر سالمند شوند به فقر سالمندی دچار می‌شوند.»

انتشار اوراق گواهی سپرده خاص ادامه می‌یابد؟

واکنش‌ها به سود ۳۰ درصدی

رئیس پیشین بانک مرکزی در مورد انتشار اوراق گواهی خاص با نرخ سود علی‌الحساب ۳۰ درصدی، می‌گوید: صدور این اوراق، در حدود اختیارات بانک مرکزی است. برخی از مسئولان مطرح کرده‌اند که بانک مرکزی نمی‌بایست به تنهایی این کار را انجام دهد؛ در حالی که بانک مرکزی اختیار دارد و بالاتر از آن، وظیفه دارد در مقاطع زمانی که تشخیص دهد، از این طریق و با نرخ‌های مختلف، در بازار پول حضور یابد و نوعی تعادل در بازار ایجاد کند. بنابراین اقدام بانک مرکزی کاملا قانونی است. «طهماسب مظاهری» با تاکید بر اینکه سود سپرده‌های بانکی و تورم باید با هم متناسب باشند، به «ایسنا» توضیح می‌دهد: شنیده شد برخی این اقدام را موقتی دانسته‌اند، اما این نوع حضور و مراقبت در بازار، وظیفه همیشگی و دائمی بانک مرکزی است که در هر مقطع و به مقداری که ارزیابی کارشناسی بانک تعیین کند، این سیاست را اجرا کند. برخی اظهارنظرها و تحلیل‌ها در این خصوص، با دیدگاه و از موضع «اقتصاد خُرد و بنگاه‌داری» مطرح شده و زیانده شدن صورت‌های مالی یک یا چند بنگاه را مطرح کرده‌اند، اما باید توجه داشت اقدامی که بانک مرکزی انجام داده است از جنس سیاست‌های در حوزه «اقتصاد کلان» است و باید با مبانی و قواعد اقتصاد کلان، تحلیل و ارزیابی شود و بر این مبنا باید تداوم و تکرار آن در آینده یا اصلاح آن تصمیم‌گیری شود.

«مظاهری» با بیان اینکه اقتصاد کلان حکم می‌کند سود سپرده‌های بانکی و تورم باید با هم و در یک مجموعه سیاستگذاری شوند، می‌افزاید: تورم بالفعل و انتظارات تورمی، باید نسبت معقول و متناسبی با سود بانکی داشته باشد. اگر این تناسب تامین و رعایت شود، مستقل از اینکه تورم چه میزانی است و دلایل ایجاد تورم چیست، گردش مالی و پولی در نظام اقتصادی کشور به شکلی معقول و متناسب با سایر متغیرها صورت می‌گیرد. یکی از گزینه‌های اصلی مردم برای مدیریت دارایی‌های خود، سپرده‌گذاری در بانک خواهد بود. اگر فاصله بین سود سپرده‌های بانکی و تورم موجود در کشور بسیار زیاد شود، بی‌انضباطی در گردش مالی و پولی کشور رخ خواهد داد و خسارت‌های بزرگی را شاهد خواهیم شد. به گفته وی، امروز که تورم ۴۵ درصد یا بیشتر است و سود بانکی حدود ۲۳ درصد است، کسانی که دارایی خود را در بانک سپرده گذاری می‌کنند، در انتهای سال مشاهده می‌کنند که بخشی از دارایی‌ها و قدرت خرید خود را از دست داده‌اند.

رئیس کل اسبق بانک مرکزی با اشاره به اینکه علاقه‌مندی به حفظ ارزش دارایی و سرمایه، یک انگیزه طبیعی و فطری انسان است، اضافه می‌کند: فرد اگر مشاهده کند با سپرده‌گذاری در بانک، بخش بزرگی از دارایی خود را از دست خواهد داد، به فکر استفاده از روش‌های دیگر خواهد افتاد و روش‌های جایگزین برای هر فرد یا سازمان، متناسب با ذوق و سلیقه و دانش و تجربه وی انتخاب می‌شود. این امری است که برای جامعه خسارت‌زا و فسادانگیز است. اقدامی که بانک مرکزی به عنوان یک اقدام در مقیاس کوچک انجام داد، نشان داد که اگر مسیر نرخ سود سپرده‌های بانکی با نرخ تورم متناسب شود، به کاهش انحرافات در بازار کمک خواهد کرد. در وضعیت تورم حدود ۴۵ درصد، سود سپرده بانکی ۳۰ درصد با معافیت از مالیات و بدون ریسک، گزینه مناسب برای مردم خواهد بود و بانک مرکزی، نرخ صحیحی را انتخاب کرده است. با بهره‌گیری از این تجربه کوچک به نظر می‌رسد که می‌توان برای اصلاح سود سپرده‌های بانکی تصمیم‌گیری کرد. با اصلاح نرخ سود بانکی، بخشی از تقاضای ارز و به تبع آن بخشی از نوسان نرخ ارز که برای حفظ ارزش دارایی افراد است، از بازار خارج می‌شود و بازار ارز تا حدودی آرام‌تر خواهد شد.

او در پایان به مسئولان بانک مرکزی توصیه می‌کند که این سیاست را ادامه دهند و می‌گوید: به بانک مرکزی به خاطر این شجاعتی که داشت تبریک می‌گویم و توصیه می‌کنم این کار را برای کل سپرده‌های بانکی دنبال کند. به اعضای شورای پول و اعتبار هم تا زمانی که شورا با ترکیب فعلی فعالیت دارند، توصیه می‌شود تصمیمی بگیرند که برای اقتصاد کل کشور مفید باشد و کمک کنند این شجاعت و اقدام درستی که بانک مرکزی انجام داده، ترویج شود تا سال آینده بتوانیم در یک اقتصاد سالم‌تری زندگی کنیم.

همچنین «کامران ندری عضو هیأت علمی دانشگاه امام صادق (ع)، عرضه اوراق سپرده ۳۰ درصدی را در کنترل نرخ ارز موثر دانسته و می‌گوید: عرضه اوراق سپرده، افسار نرخ ارز را کشید و توانست به صورت مقطعی در کنترل نرخ ارز اثرگذار باشد، با این حال باید بانک‌های سالم و شفاف بتوانند نرخ بهره را خودشان مشخص کنند؛ در این صورت بخشی از سرمایه‌گذاری‌ها به سمت سپرده‌های بانکی حرکت می‌کند. «ندری» با بیان اینکه عوامل مختلفی می‌تواند در ارزش پول‌های ملی و همچنین بهای ارز اثرگذار باشد، ادامه می‌دهد: به طور کلی، سیاستگذاری‌های غلط در ابعاد مختلف اثر خود را در ارزش پول در برابر ارزهای خارجی در بلندمدت نشان می‌دهد. حال ممکن است در مقاطعی بانک‌های مرکزی بخشی از ذخایر خود را به بازار تزریق کرده تا بتوانند به صورت مقطعی نرخ ارز را مهار و تثبیت کنند. این اقدامات جنبه موقت داشته و در شرایطی که شوک اقتصادی وارد شود و همچنین با توجه به وجود شرایط تورمی، وقتی نگرانی‌ها نسبت به آینده افزایش یابد، بی‌شک بازار نسبت به تحولات و شوک‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهد در این صورت شاهد افزایش نرخ ارز و بهای ارزهای خارجی هستیم.

او با تاکید بر اینکه نگرانی‌های سیاسی و بین‌المللی باعث افزایش تقاضا در بازار ارز شد، می‌افزاید: انتخابات اخیر مجلس و همچنین نتایج انتخابات حزبی و مقدماتی در ایالت‌های آمریکا یکی از عواملی بود که بازار با توجه به نگرانی‌های سیاسی - اقتصادی نسبت به آن واکنش نشان داد و مجددا نرخ ارز افزایش پیدا کرد؛ به بیان دیگر، نتایج انتخابات درون حزبی آمریکا و همچنین در کنار آن مسئله برگزاری انتخابات مجلس در هفته‌های گذشته، نگرانی‌هایی را نسبت به جهش نرخ ارز در آینده ایجاد کرد و متعاقب آن تقاضا برای ارز بالا رفته که موجب افزایش نرخ ارز در هفته اخیر شد. با این وجود، عرضه اوراق ۳۰ درصدی به صورت مقطعی جلوی افزایش نرخ ارز را گرفت.

اخبار

با وجود کاهش قیمت طلا در بازار تهران

قیمت سکه بالا رفت

قیمت سکه در معاملات روز گذشته با رشد حدودا ۲۰۰ هزار تومانی به میانه کانال ۳۶ میلیون تومان رسید. در جریان دادوستدهای روز دوشنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی از سوی اتحادیه طلا و جواهر تهران، هر قطعه سکه طرح جدید با ۲۰۰ هزار تومان افزایش نسبت به روز گذشته به ۳۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید، اما قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار تهران کاهش داشت. بدین ترتیب، قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در حالی دیروز به رقم ۳۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید که قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با حدود ۱۰۰ هزار تومان افزایش به رقم ۳۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید. همچنین قیمت نیم سکه با افزایش ۴۰۰ هزار تومانی نسبت به روز قبل با رقم ۲۰ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان معامله شد اما قیمت ربع سکه با ۵۰ هزار تومان کاهش به ۱۳ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید. بهای سکه گرمی نیز با ۱۰۰ هزار تومان افزایش نسبت به رو یکشنبه، ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران در معاملات روز دوشنبه با رقم ۳ میلیون و ۱۰۲ هزار و ۷۰۰ تومان به فروش رسید که نسبت به روز قبل بالغ بر ۳ هزار و ۴۰۰ کاهش را نشان می‌دهد. قیمت جهانی هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز با افت یک دلاری به ۲۱۷۷ دلار رسید.

اختلاف نظرها درباره رقم سبد معیشت ادامه دارد

شکاف ۵ میلیونی کارگران و کارفرمایان

نماینده کارگران در شورای عالی کار با اشاره به اختلاف نظر گروه کارفرمایی و کارگری درخصوص استخراج رقم سبد معیشت خانوار کارگری، از برگزاری جلسه کمیته مزد پیش از نشست شورای عالی کار به منظور نزدیک کردن دیدگاه‌ها خبر داد. «محسن باقری» درباره جلسه روز دوشنبه شورای عالی کار به «ایسنا» گفت: نشست دستمزد با حضور سه وزیر کار، اقتصاد و صمت و نمایندگان گروه کارگری و کارفرمایی برگزار می‌شود ولی قبل از آن یک جلسه کمیته مزد با حضور شرکای اجتماعی تشکیل می‌شود تا به جمع‌بندی در خصوص رقم هزینه‌های سبد معیشت برسیم. او در پاسخ به این پرسش که در جلسه قبلی درخصوص رقم سبد معیشت کارگران به چه عددی رسیدید؟ گفت: ابتدا روی کلیات سبد توافق شد که قیمت‌های مرکز آمار و سبد انستیتو تغذیه ملاک عمل قرار بگیرد ولی بعدش روی اعداد و ارقام توافق نشد. وقتی اعداد و ارقام را مبنای محاسبه سبد دهک چهارم قرار دادیم، به عدد ۱۸ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان رسیدیم در حالی که عددی که گروه کارفرمایی استخراج کرده بود ۱۴ میلیون تومان بود؛ یعنی یک اختلاف و فاصله ۵ میلیون تومانی میان عدد ما و گروه کارفرمایی در بحث رقم سبد معیشت است در صورتی که ما براساس همان قیمت‌های مرکز آمار و انستیتو تغذیه به این عدد دست یافتیم و چیزی کمتر یا بیشتر استخراج نشد. از یک طرف اعلام و توافق می‌شود که مبنای سبد معیشت، ارقام و اعداد مرکز آمار باشد و روی تخته آن را می‌نویسند ولی از طرف دیگر آمارهای مرکز آمار را قبول نمی‌کنند، درنتیجه عددها متفاوت می‌شود. نماینده کارگران در شورای عالی کار ادامه داد: طبق توافقی که گروه کارفرمایی کرده بود، ملاک عمل باید آمار و ارقام مرکز آمار و انستیتو تغذیه باشد ولی در محاسبه عدد ظاهرا اینگونه نبوده بنابراین اینکه در راستای ارزان سازی سبد از هر ابزاری استفاده شود، مورد قبول گروه کارگری نیست. «باقری» درباره محاسبه میزان کالری‌ها در سبد معیشت و گزارش وزارت بهداشت نیز گفت: اگر عدد میزان کالری‌ها را هم بپذیریم، باز عددی که استخراج می‌شود زیر ۱۸ میلیون تومان نمی‌رود و با هر روشی که محاسبه کردیم حتی گزارش وزارت بهداشت و سبد غذایی ارائه شده، باز هم عدد بالای ۱۸ میلیون تومان درمی‌آید. قرار بود این جلسه آخرین نشست کمیته مزد باشد ولی به دلیل اختلاف رقم سبد معیشت مقرر شد تا عصر دوشنبه و پیش از جلسه شورای عالی کار یک جلسه دیگر برای کمیته مزد داشته باشیم و دیدگاه‌ها به هم نزدیک شود. البته اگر با همین روش مجدد بیایند باز هم توافق نمی‌شود چون آنها عدد واقعی را نمی‌پذیرند و همین مسئله محل اختلاف و چالش درخصوص رقم سبد معیشت است.

آگهی مناقصه عمومی (یک مرحله ای)

شرکت توزیع نیروی برق استان یزد

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۶۸۱۷۷۵

شرکت توزیع نیروی برق استان یزد

شرکت توزیع نیروی برق استان یزد در نظر دارد اجرای پروژه مشروحه ذیل را از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید لذا متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند از تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۱ لغایت ۱۴۰۲/۱۲/۲۶ از طریق سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir نسبت به دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند و پیشنهادات خود را با توجه به مندرجات دفترچه مناقصه ظرف مهلت مقرر در جدول زیر در سامانه ستاد ایران بارگذاری نمایند و ضمنا پاکت الف مناقصه را به دبیرخانه این شرکت تحویل نمایند. ضمناً به پیشنهادهای تحویل داده شده بعد از انقضاء مدت و بارگذاری نشده در سامانه ، ترتیب اثر داده نخواهد شد . کارفرما نسبت به رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است .

شماره فراخوان مناقصه در سامانه ستاد : ۲۰۰۲۰۰۵۰۶۶۰۰۰۱۵۷

ردیف	شماره مناقصه	شرح مناقصه	تضمین شرکت در مناقصه (ریال)	نوع ضمانتنامه	زمان تحویل پاکتها	زمان بازگشائی پاکتها
۱	۱۴۰۲/۲۱۸	انجام فعالیت های اصلاح و بهینه سازی (تعدیل بار شهری) در حوزه عمل مدیریت توزیع برق امور سه ۱۴۰۲	۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱- ضمانت نامه بانکی ۲-فیش واریز وجه نقد ۳-مطالبات	ساعت ۱۵ مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۵	ساعت ۱۰:۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۸

۱- مدت اجرا : چهار ماه
۲- هزینه درج آگهی مناقصه و کسورات قانونی به عهده برنده مناقصه می باشد .
۳- به پیشنهادات مشروط، مبهم، مخدوش و فاقد سپرده و پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر ارسال گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد .
داوطلبان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن : ۳۶۲۴۸۹۸۹-۰۳۵ امور تدارکات و ۳۶۲۴۳۱۱۱ امور مهندسی و نظارت تماس حاصل نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۱۲/۲۱ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۱۲/۲۲

شرکت توزیع نیروی برق استان یزد

۲۹۲

آگهی مناقصه عمومی – یک مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی شماره ۱۰۱-۱۴۰۲/۱

بشماره ثبت سامانه تدارکات دولت «ستاد» : ۲۰۰۲۰۰۱۲۲۴۰۰۰۱۰۸

نوبت اول

شناسه آگهی ۱۶۸۱۹۸۵

شرکت برق منطقه ای مازندران و گلستان

شرکت برق منطقه ای مازندران در نظر دارد نصب ، تست و راه اندازی ۸۸ مگاوار بانک خازنی در ایستگاه های فوق توزیع برابر شرایط ذیل و بشرح مشخصات و اطلاعات مندرج در اسناد مناقصه به مناقصه گر واجد شرایط واگذار نماید.لازم به ذکر است کلیه فرآیندهای برگزاری مناقصه ازدریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد و همچنین گشایش پاکات ، مطابق فرآیند تعریف شده در بستر سامانه تدارکات الکترونیک دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

الزامات مورد نیاز	۱- ارائه گواهی حداقل رتبه ۵ رشته نیرو از سازمان برنامه و بودجه الزامی میباشد. ۲- ارائه گواهی تایید صلاحیت ایمنی از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
مبلغ ضمانتنامه (شرکت در فرآیند ارجاع کار)	۱،۵۱۰،۶۴۴،۸۷۴ ریال معادل یک میلیارد و پانصد و ده میلیون و ششصد و چهل و چهار هزار و هشتصد و هفتاد و چهار ریال»
نوع ضمانتنامه (شرکت در فرآیند ارجاع کار)	تضمین های معتبر (شامل فیش واریزی(وجه نقد) ،ضمانتنامه بانکی،...) مطابق آیین نامه تضامین دولتی مصوبه هیأت وزیران بشماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲ و اصلاحیه های بعدی آن (مندرج در اسناد مناقصه).
محل دریافت و ارسال اسناد:	سامانه «تدارکات الکترونیک دولت (ستاد)» به آدرس www.setadiran.ir
زمان دریافت اسناد:	از ساعت ۹:۰۰ روز چهار شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۳ الی ساعت ۱۹:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۷
مهلت ارسال پیشنهاد	تا ساعت ۱۵:۳۵ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۹.
زمان گشایش پاکات:	ساعت ۰۸:۳۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۱.
قیمت پایه مناقصه:	۳۰،۲۱۲،۸۹۷،۴۷۷ ریال معادل سی میلیارد و دویست و دوازده میلیون و هشتصد و نود و هفت هزار و چهارصد و هفتاد و هفت ریال تمام»

به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایران که مغایر با آیین نامه مذکورباشد، ترتیب اثر داده نخواهد شد.
همچنین به پیشنهادهای فاقد امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر در اسناد واصل شوند مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج میباشد.
مراتب در سایت معاملات توانیر به آدرس https://wamp.tavanir.org.ir/tender/main صرفا جهت اطلاع رسانی درج گردیده است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۲/۲۲ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۲/۲۶

روابط عمومی شرکت برق منطقه ای مازندران و گلستان

۳۹۸

شناسه ۱۶۸۲۵۰۸

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات — سازمان فناوری اطلاعات ایران

«فراخوان شناسایی شرکتهای توانمند در زمینه سامانه چت آنلاین»

سازمان فناوری اطلاعات ایران در نظر دارد شرکت‌های دارای نرم‌افزار «چت آنلاین جهت پشتیبانی برخط سایت‌های سازمان» که دارای گواهی‌نامه افتا می‌باشند را شناسایی نماید. لذا خواهشمند است شرکت‌های توانمند در این خصوص مدارک و مستندات خود را به آدرس ایمیل fava@ito.gov.ir ارسال نمایند. در ضمن شماره تلفن ۸۸۱۱۵۷۹۸ پاسخگوی سوالات تلفنی در این خصوص می‌باشند.

م.الف ۴۸۶۴

آگهی مناقصه

شرکت ملی نفت ایران — شرکت ملی حفاری ایران «سهامی خاص»

نوبت اول — شناسه: ۱۶۸۲۳۹۶

مشخصات مناقصه:

نام مناقصه گزار	شرح مناقصه	شماره فراخوان	مبلغ برآورد (ریال ارز)	مبلغ تضمین
شرکت ملی حفاری ایران	تأمین نیروی انسانی در بخش خدمات فنی،اداری و پشتیبانی شرکت ملی حفاری ایران	۲۰۰۲۰۹۳۹۸۵۰۰۱۳۹۹	۴۰۵،۴۷۵،۰۰۰،۰۰۰ ریال	۲۴،۹۱۹،۰۰۰،۰۰۰ ریال

روش ارزیابی : حداقل امتیاز مربوط به معیارهای موجود در استعلام های ارزیابی کیفی که توسط متقاضیان شرکت در مناقصه تکمیل می شود انجام می گردد.(حداقل امتیاز ۵۰)

تاریخ شروع دریافت : توزیع اسناد از یک روز پس از چاپ آگهی نوبت اول آغاز شده و تا شروع پس از آن ادامه خواهد داشت .
تاریخ شروع : از ۱۴۰۲/۱۲/۲۳ لغایت ۱۴۰۲/۱۲/۲۷
محل دریافت : سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir — تحویل اسناد : از ۱۴۰۲/۱۲/۲۸ لغایت ۱۴۰۳/۰۱/۱۴
آخرین مهلت : ۱۴ روز پس از آخرین روز دریافت اسناد

انواع تضامین قابل قبول : ضمانتنامه بانکی و یا ضمانتنامه های صادره از سوی موسسات اعتباری غیر بانکی دارای مجوز فعالیت از بانک مرکزی اصل فیش واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان تمرکز وجوه سپرده شرکت ملی حفاری ایران (شماره شبا IR۳۵۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶) و سایر تضمین های معتبر در آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۵۰۶۵۹ ت / ۱۲۳۴۰۲ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ مورد قبول و پذیرش می باشد — مدت اعتبار پیشنهاد/ تضمین: ۹۰ روز (برای یک بار در سقف مدت اعتبار اولیه قابل تمدید باشد)

تذکر : تحویل اسناد به شرکت: کلیه پیشنهادات در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir بارگزاری گردد و اصل ضمانت نامه به آدرس اهواز - بلوار پاسداران بالاتر از میدان فرودگاه –شرکت ملی حفاری ایران –ساختمان پایگاه عملیاتی –طبقه اول پارت B –اتاق ۱۰۷ - دبیرخانه کمیسیون مناقصات- شماره تماس ۳۲۱۲۸۵۲۲ -۳۲۱۲۸۵۸۰ -۰۶۱ تحویل گردد.

• کانال‌های اطلاع‌رسانی شرکت ملی حفاری ایران www.nidc.ir http://sapp.ir/nidc_pr — فرصت امروز

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۱۲/۲۲ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۲/۲۳

شرکت ملی حفاری ایران – اداره قراردادها

۳۹۹

خبرنامه

تورم چین در ماه فوریه افزایش پیدا کرد

ثبت اولین شکست اقتصادی چین

چین اولین تورم خود در ماه فوریه را پس از تحمل چهار ماه متوالی کاهش تورم مشاهده کرد. شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) این کشور نسبت به سال قبل ۰.۷ درصد افزایش یافت که نشان‌دهنده تغییری است که عمدتا به هزینه‌های مربوط به جشن‌های سال نو چینی نسبت داده می‌شود. این افزایش به اقتصاد چین که با کاهش اعتماد مصرف‌کننده دست و پنجه نرم می‌کند، مهلت می‌دهد. زیچون هوانگ، اقتصاددان چین در کپیتال اکونومیکس اظهار کرد: تورم شاخص قیمت مصرف‌کننده در ماه گذشته برای اولین بار از ماه سپتامبر به دلیل عوامل موقتی مانند نوسانات قیمت غذا و گردشگری در حوالی سال نو چینی مثبت شد اما ظرفیت مازاد مستمر احتمالا به سرکوب تورم ادامه خواهد داد و ما انتظار داریم که میانگین تورم شاخص قیمت مصرف‌کننده در سال ۲۰۲۴ تنها ۰.۵ درصد باشد که هنوز بسیار پایین‌تر از موارد قبل از همه‌گیری است.

اداره ملی آمار چین (NBS) گزارش کرد که افزایش شاخص قیمت مصرف‌کننده ناشی از قیمت‌های بالاتر برای کالاهای ضروری مانند گوشت و سبزیجات تازه همچنین افزایش سفر در طول جشن‌های سال نو چینی است. با این حال، قیمت در کارخانه به کاهش خود ادامه داد و شاخص قیمت تولیدکننده (PPI) در ماه فوریه نسبت به سال قبل ۲.۷ درصد کاهش داشت که از کاهش ۲.۵ درصدی پیش‌بینی شده در نظرسنجی رویترز فراتر رفته است. قیمت تولیدکننده بیش از یک سال و نیم در مسیر نزولی است. خطر مداوم رکود ناشی از تقاضای ضعیف همچنان نگرانی مهم برای رشد اقتصادی کلی چین است. چین به دلیل بحران عمیق بدهی در میان توسعه‌دهندگان املاک، با رشد کند، به ویژه در بخش املاک و مستغلات خود دست و پنجه نرم می‌کند. این بحران احساسات خرید مسکن را کاهش داده و بخش اصلی اقتصاد چین را تضعیف کرده است. به گزارش «سیتی»، با وجود این چالش‌ها، چین هدف بلندپروازانه رشد اقتصادی حدود ۵ درصد را برای سال جاری میلادی تعیین کرده است، با این حال، دستیابی به این هدف مستلزم عبور از موانع مختلف اقتصادی ازجمله کاهش رشد بازار املاک و کاهش اعتماد سرمایه‌گذاران است.

شوک اقتصادی پاکستان برای جهان

حجم تجارت بین‌المللی پاکستان به‌طور قابل‌توجهی کمتر از پتانسیل خود باقی مانده است که ارقام سال مالی منتهی به ۳۰ ژوئن ۲۰۲۳ بر آن تاکید دارد. به گزارش «ایسنا»، تجارت جهانی پاکستان در این مدت، ۸۲.۰۶ میلیارد دلار بوده است که مجموعاً واردات آن ۵۵.۳۰ میلیارد دلار و صادراتش ۲۷.۷۳ میلیارد دلار بود. این کاهش قابل‌توجهی را نسبت به سال قبل نشان می‌دهد که کل تجارت ۱۱۲ میلیارد دلار، صادرات ۳۱.۸ میلیارد دلار و واردات ۸۰.۲ میلیارد دلار بود. محدودیت‌های وارداتی در این دوره بر صادرات نیز تأثیر منفی گذاشت که به دلیل در دسترس نبودن نهاده‌های وارداتی و سایر عوامل مؤثر بود. علی‌رغم موقعیت راهبردی پاکستان در اقتصاد جهانی، رتبه پاکستان به عنوان واردکننده (۴۶) و صادرکننده (۶۱) در بین ۱۳۸ کشور، نشان‌دهنده پتانسیل‌های بکر آن است. به طرز شگفت‌آوری، این کشور از نظر تراز تجاری در جایگاه ۱۳۲ جهان قرار دارد. در حالی که پاکستان قراردادهای دوجانبه و چندجانبه متعددی از جمله قراردادهای تجارت آزاد و امتیازی را با هدف تقویت تجارت منعقد کرده است، اما برای بهره‌برداری کامل از فرصت‌های ارائه شده توسط این ترتیبات تلاش کرده است. یکی از این سازمان‌ها که هدف آن بهره‌برداری از پتانسیل تجاری کشورهای اسلامی است، سازمان همکاری اقتصادی دی ۸ (گروه هشت کشور اسلامی در حال توسعه) است. کشورهای دی ۸ متشکل از پاکستان، بنگلادش، اندونزی، ترکیه، ایران، مالزی، مصر و نیجریه، مجموعاً دارای تولید ناخالص داخلی ۴.۹۲ تریلیون دلاری هستند که تقریباً ۱۴ درصد از حجم تجارت جهانی و ۵۰ درصد از حجم تجارت بین اعضای سازمان همکاری اسلامی را تشکیل می‌دهد. پاکستان علی‌رغم ترکیب امیدوارکننده خود، به طور کامل از فرصت‌های ارائه شده دی ۸ از جمله توافقنامه تجارت ترجیحی گروه PTA-D8 که اخیراً اجرا شده است، با هدف ارتقای تجارت بین کشورهای عضو، استفاده نکرده است. نیاز فوری به افزایش حجم تجارت دوجانبه پاکستان با کشورهای دی ۸، به ویژه بهبود تدریجی سهم آن وجود دارد. تجارت پاکستان با ایران اهمیت زیادی دارد. پاکستان در سال ۲۰۲۲، کالاهایی به ارزش ۱۴۴۸ میلیون دلار از ایران وارد کرده است، در حالی که صادرات پاکستان به اندازه ۸۴۳ میلیون دلار بوده است. اخیراً یک برنامه راهبردی پنج ساله بین دو کشور منعقد شده است تا به هدف تجاری ۵ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۲۸ دست یابد.

تجارت دوجانبه پاکستان با ترکیه در گذشته تا حدودی ثابت مانده است و در سال ۲۰۲۲ به ۸۲۲ میلیون دلار رسیده است و صادرات پاکستان به ترکیه به ۳۴۵ میلیون دلار رسیده است. صادرات پاکستان در سال ۲۰۲۱ به ترکیه ۸۵۸ میلیون دلار ارزش داشت که تراز تجاری بیشتر به نفع ترکیه بود.

پیش‌بینی می‌شود که با اجرایی شدن اخیر موافقت‌نامه تجارت کالا بین پاکستان و ترکیه در سال ۲۰۲۳، تجارت رشد کند. به همین ترتیب، صادرات پاکستان به مالزی در سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۳۰۰ میلیون دلار و واردات ۹۶۱ میلیون دلار در مقایسه با صادرات ۳۷۵ میلیون دلاری و واردات از مالزی به ارزش ۱۰۶۰ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ بوده است. در سال‌های اخیر، تجارت دوجانبه پاکستان و بنگلادش با نرخ متوسط ۵درصد رشد اسمی داشته است. با این حال، صادرات پاکستان به بنگلادش شاهد کاهش بوده است و از ۹۵۳ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ به ۷۰۵ میلیون دلار در سال ۲۰۲۳ رسیده است. به طور معمول، صادرات پاکستان به بنگلادش شامل منسوجات، محصولات معدنی و محصولات شیمیایی است، در حالی که واردات از بنگلادش عمدتاً شامل جوت، سایر الیاف نساجی، تنباکوی خام و کشتی‌های قراضه است. متأسفانه، کمیسیون مشترک اقتصادی پاکستان و بنگلادش (JEC) همچنان غیرفعال است و مانع رشد تجارت دوجانبه می‌شود. پاکستان قبلاً خود را به عنوان تامین‌کننده کلیدی ماشین‌آلات و تجهیزات صنایع قند و سیمان بنگلادش معرفی کرده بود. قابل ذکر است که مشارکت پاکستان در راه‌اندازی دو کارخانه قند موفقیت‌آمیز بود و این کارخانه‌ها با ظرفیت‌های بالا کار می‌کردند و از رقبای منطقه‌ای بهتر عمل می‌کردند. با این حال، تغییر سیاست‌های بعدی پاکستان به از دست دادن سهم بازار در بخش ماشین‌آلات کارخانه بنگلادش، علی‌رغم چالش‌های مداوم صنعت قند و شکر بنگلادش منجر شد. اقتصاد بنگلادش برای اشتغال و حمایت از کشاورزی به شدت به صنعت قند و شکر وابسته است. ۱۵ کارخانه قند وجود دارد که همگی در بخش دولتی هستند. وضعیت فعلی صنعت قند و شکر بنگلادش فرصتی را برای پاکستان فراهم می‌کند تا دوباره وارد بازار شود و برنامه‌هایی برای خصوصی‌سازی، واگذاری و نوسازی در دست اجراست. علاوه بر این، رشد پیش‌بینی‌شده بازار شکر بنگلادش که انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۷ به ۲.۲۹ میلیارد دلار برسد، چشم‌انداز قابل‌توجهی را برای صادرات ماشین‌آلات قند و شکر پاکستان ارائه می‌دهد. به طور مشابه، پاکستان همچنین یک کارخانه آسیاب و بسته‌بندی سیمان با ظرفیت ۶۵ تن در ساعت در بنگلادش به نام کارخانه سیمان مونگلا تاسیس کرده است. مشارکت پاکستان در ایجاد کارخانه سیمان مونگلا در بنگلادش، پتانسیل آن را در صنعت سیمان برجسته می‌کند. اندونزی همچنین فرصت‌هایی را برای کالاهای پاکستان، به ویژه در بخش صنعت قند و شکر ارائه می‌دهد. علی‌رغم موفقیت قبلی در نصب کارخانه قند سوبانگ در دهه ۱۹۸۰، عدم پیگیری پاکستان در تامین سفارشات اضافی، تعامل این کشور با بازار اندونزی را محدود کرده است. با این حال، با عضویت پاکستان در دی ۸، راهی برای احیای همکاری‌های صنعتی با اندونزی وجود دارد که با توافق‌نامه درمان ترجیحی پاکستان و اندونزی تسهیل می‌شود. در حالی که پاکستان پتانسیل بسیار زیادی در تجارت بین‌المللی، به ویژه با بنگلادش و اندونزی دارد، تحقق این پتانسیل مستلزم تعامل فعال با شرکای دوجانبه و چندجانبه، استفاده مؤثر از توافق‌های موجود و تمرکز راهبردی بر بخش‌های کلیدی مانند ماشین‌آلات کارخانه، تراکتور، قطعات خودرو، کالاهای ورزشی، تجهیزات پزشکی، داروسازی، برنج، میوه‌ها و سبزیجات، سیمان و انواع محصولات است. براساس گزارش دنیوز، پاکستان از طریق تلاش‌های هماهنگ و استفاده از پلتفرم‌هایی مانند دی ۸ می‌تواند ردپای تجارت جهانی خود را افزایش دهد و سهم قابل‌توجهی در اقتصاد جهانی داشته باشد.

تشدید نوسان بازار سهام با راه‌اندازی معاملات فرابورس

خودرویی‌های بورس حرکت کردند

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات روز گذشته و در شرایطی که مشکلات سامانه معاملات فرابورس پس از دو روز اختلال مرتفع شده بود، بیش از هزار واحد افزایش یافت و به سطح ۲ میلیون و ۱۶۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۹۳۹ واحدی در تراز ۷۳۷ هزار و ۸۶۱ واحدی ایستاد. با وجود آنکه معاملات بازار فرابورس ایران به حالت معمول خود بازگشت، اما شاخص‌های فرابورسی ریزش داشتند؛ به طوری که شاخص کل فرابورس با ۵۳ واحد ریزش در سطح ۲۵ هزار و ۱۰ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس با ۳۳۳ واحد ریزش در سطح ۱۳۴ هزار و ۵۷۳ واحدی قرار گرفت. روند خروج حقیقی‌ها نیز ادامه یافت و ۱۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد.

نماگر اصلی بورس در حالی با بیش از هزار و ۳۵۰ واحد افزایش به کار خود در معاملات روز گذشته پایان داد که در نیمه دوم معاملات دوشنبه، اوضاع برای گروه خودرویی خوب شد و ایران خودرو به صف خرید نشست، اما شاخص کل تغییر خاصی را به خود ندید. در جریان معاملات این روز، ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران به رقم ۷ هزار و ۴۹۷ همت رسید و ارزش معاملات نیز رقم ۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان را به خود دید. گروه خودرویی با صف‌نشینی ایران خودرو، وضعیت خوبی را به چشم دید تا نتیجه کنفرانس‌های خبری در این نماد و تغییر مدیرعامل سایپا در همگروهی این نماد به خوبی در تابلوی معاملاتی دیده شود. ارزش معاملاتی ایران خودرو به همراه همگروه‌های خود، رقم قابل توجهی را تجربه کرد و ارزش معاملاتی این گروه به اعداد بالاتر از ۸۷۶ میلیارد تومان رسید؛ در حالی که ارزش معاملاتی گروه فلزات اساسی به عنوان دومین گروه برتر بازار به نزدیک ۳۵۱ میلیارد تومان رسید که با خودرویی‌ها فاصله زیادی دارد.

نوسان بازار سهام تشدید شد

روز گذشته بازار سهام شاهد نوسانات متعدد شاخص‌های سهامی بود، اما در انتهای معاملات، شاخص‌ها در ترازی نزدیک به سطح ابتدای روز بسته شدند. در جریان معاملات روز دوشنبه ۲۱ اسفندماه ۱۴۰۲، شاخص کل بورس تهران با هزار و ۳۵۰ واحد کاهش نسبت به روز کاری قبل به سطح ۲ میلیون و ۱۶۱ هزار و ۵۷۵ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با افت ۹۳۹ واحدی در تراز ۷۳۷ هزار و ۸۶۱ واحدی ایستاد. هرچند معاملات بازار فرابورس ایران پس از اختلال در دو روز ابتدای هفته بالاخره دیروز به حالت معمول خود بازگشت اما شاخص‌های فرابورسی در این روز ریزش را تجربه کردند؛ چنانکه شاخص کل فرابورس با ۵۳.۳۵ واحد ریزش به رقم ۲۵ هزار و ۱۰ واحد رسید و شاخص هم‌وزن این بازار نیز با ۳۳۳ واحد کاهش، سطح ۱۳۴ هزار و ۵۷۳ واحد را نشان داد. همچون روزهای قبل، خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار باز هم منفی شد و بالغ بر ۱۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد وآفر بیشترین خروج پول حقیقی را به ارزش ۱۰ میلیارد تومان دات و نمادهای خزامیا، بتهران، شگستر و شاراک در رتبه‌های بعدی بیشترین خروج پول حقیقی ایستادند. بیشترین ورود پول حقیقی نیز به نمادهای خودرو، وتجارت، وبملت، خگستر و فن‌افزار تعلق داشت.

نمادهای فولاد، میدکو و پارسان از جمله نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. در سوی دیگر نمادهای خودرو، فملی، شپنا و شتران از جمله نمادهای سبزی بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد خگستر بیشترین تراکنش را داشت و خساپا و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۷۲ هزار و ۵۲ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۱۶۰ هزار و ۶۶ میلیارد تومان بود که ۹۳ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۰۵ درصدی به نسبت روز قبل به رقم ۶ هزار و ۱۴۸ میلیارد تومان رسید. در پایان معاملات دوشنبه، ۴۲ نماد صف خرید داشتند و ۷۹ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افزایش نسبت به روز کاری قبل به ۳۶۶ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با افزایش قابل توجهی به ۲۱۶ میلیارد تومان رسید.

حرکت خودرویی‌های بورس تهران

شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز دوشنبه با رشد ۱۳۵۰ واحدی کار را تمام کرد؛ هرچند که در نیمه دوم بازار، اوضاع برای گروه خودرویی خوب پیش رفت و ایران خودرو به صف خرید نشست اما شاخص کل تغییر خاصی را به خود ندید. در معاملات روز دوشنبه، ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران به رقم ۷ هزار و ۴۹۷ همتی رسید و ارزش معاملات نیز رقم ۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان را به خود دید. گروه خودرویی با صف نشینی ایران خودرو اوضاع خوبی را به چشم دید تا نتیجه کنفرانس‌های خبری در این نماد و تغییر مدیرعامل سایپا در همگروهی این نماد به خوبی در تابلوی معاملاتی دیده شود. ارزش معاملاتی ایران خودرو به همراه همگروه‌های خود رقم قابل توجهی را داشت و ارزش معاملاتی این گروه در این روز به اعداد بالاتر از ۸۷۶ میلیارد تومان رسید؛ در حالی که ارزش معاملاتی گروه فلزات اساسی (که در رتبه دوم قرار گرفت) به رقمی نزدیک به ۳۵۱ میلیارد تومان رسید که با خودرویی‌ها فاصله زیادی دارد.

تحلیل تکنیکالی شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران نشان می‌دهد هرچند شاخص کل بورس در جریان معاملات روز گذشته با رشد ۱۳۵۰ واحدی به کار خود پایان داد و به سطح ۲ میلیون و ۱۶۱ هزار واحد رسید، اما این اعداد و ارقام به داد اهالی بازار سرمایه نخواهد رسید. به نظر می‌رسد حداقل عایدی برای این گروه از سرمایه‌گذاران این موضوع است که زیان بیشتری را نبینند. شاخص کل هم‌وزن نیز دیروز عملا تغییر خاصی را به چشم خود ندید. شاخص کل در این چند روزه و پس از رشد جهشی هفته گذشته از منظر تکنیکالی کمی بالاتر از میانگین‌های ۵۵ روزه و ۲۰۰ خود (که به عنوان سطوح مقاومتی در نظر گرفته شدند) قرار گرفت که این موضوع می‌توانست سیگنال خوبی برای بازار سرمایه باشد اما ظاهرا بازار تمایلی به دیدن اعداد بالاتر ندارد.

در بازارهای مالی چه خبر است؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد پیشنهاد ابتدایی هیأت واگذاری برای سهام ۸۰ درصدی باشگاه پرسپولیس (به ترتیب ۵۱ درصد برای تأمین اجتماعی، ۱۹ درصد برای صندوق بیمه روستاییان و عشایری و ۱۰ درصد برای صندوق بازنشستگی) هنوز نهایی نشده و درصد نهایی مالکان در جلسه آینده هیأت واگذاری نهایی خواهد شد. هنوز مشخص نیست که آیا شستا و وزارت کار برای پرسپولیس ردیف بودجه تعیین خواهند کرد یا این باشگاه همچون دوره وزارت ورزش از تخصیص کمک مالک خود ممنوعیت خواهد داشت؟ همچنین سازمان تامین اجتماعی در ابتدایی این هفته پرداخت حقوق بازنشستگان را آغاز کرد و این در حالی بود که سازمان تامین اجتماعی مبلغ یک میلیون تومان را از حقوق اسفندماه برخی از بازنشستگان کسر کرده بود و همین امر موجب گلایه و اعتراض بازنشستگان شده بود. رئیس کانون عالی کارگران بازنشسته اعلام کرد: قرار بوده ۵۲ درصد سهام پتروشیمی امیرکبیر به بازنشستگان این سازمان واگذار شود و گفته شده بود مستمری‌بگیرانی که به خرید این سهام تمایلی ندارند، می‌توانند با ارسال پیامک انصراف دهند. ظاهرا در واریز حقوق برخی بازنشستگان مبلغی برای خرید سهام کسر شده و آنها از دلیل این کسری اطلاعی نداشتند. حالا مدیرعامل سازمان تامین اجتماعی دستور داده مبلغ کسر شده فوری به حساب بازنشستگان واریز شود.

همچنین یک فعال بورسی از موافقت ریاست سازمان بورس و اوراق بهادار با اعطای فرصت زمانی یک ساله تا تاریخ ۳۰ اسفندماه ۱۴۰۳ به دارندگان گواهینامه‌های حرفه‌ای بازار سرمایه، جهت احراز شرایط تمدید مدارک خود خبر داد. «مهرداد عاصی» با اشاره به طی شدن مراحل نهایی تدوین دستورالعمل آموزش و گواهینامه‌های حرفه‌ای، بر آغاز فرآیند تمدید گواهینامه‌های حرفه‌ای با شیوه جدید در سال آتی تأکید کرد. از سوی دیگر، سخنگوی کمیسیون اجتماعی مجلس گفت: مصوبه کاهش ساعت اداری شامل کسانی است که از قانون ۴۴ ساعت کار در هفته و ۱۷۶ ساعت در ماه استفاده می‌کنند؛ در واقع کارگران نیز شامل آن هستند. طبق این مصوبه همه دستگاه‌های اجرایی به استثنای بخش عملیاتی مراکز و واحدهای خدمات‌رسان مثل بهزیستی، بانک‌ها، بیمارستان‌ها، مراکز بهداشتی و درمانی، اماکن ورزشی و واحدهای نظامی و انتظامی و امنیتی موظفند ساعات کار خود را در پنج روز هفته تنظیم نمایند.

بانک‌های مرکزی به پیروزی در مهار تورم نزدیک شدند

اعداد و ارقام اقتصادی در هفته سوم اسفند

افزایش بی‌سابقه بدهی ملی و بدهی اعتباری در آمریکا، افزایش سطح اشتغال‌زایی در چین، بهبود دور از انتظار رشد اقتصادی برزیل و تداوم افزایش تورم ترکیه از مهمترین حوادث و اخبار اقتصادی در روزهای گذشته بوده‌اند. در هفته‌ای که گذشت، اعداد و ارقام متعددی درباره اقتصاد، تجارت و کسب‌وکار از سوی رسانه‌ها، نهادهای اقتصادی بین‌المللی و مراکز تحقیقاتی منتشر شد که در گزارش حاضر، مروری بر آنها خواهیم داشت:

بدهی ۱۰۰۰ میلیارد دلاری آمریکا

براساس گزارش اخیر شرکت TransUnion، میزان بدهی کارت‌های اعتباری در آمریکا طی سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۳ به یک معیار جدید رسیده است، به‌طوری‌که مجموع بدهی‌ها روی کارت‌های اعتباری برای اولین بار از مرز ۱۰۰۰ میلیارد دلار عبور کرده است. در این گزارش آمده که بدهی‌ها در تمامی حوزه‌های وامی نسبت به سال قبل ۱۳ درصد افزایش یافته است که در رأس آن وام‌های ساب پرایم (وام‌هایی که باسابقه ضعیف اعتباری یا بدون سابقه اعتباری داده می‌شوند) قرار دارند که با رشد ۳۲ درصدی به ۱۰۵ میلیارد دلار رسیده‌اند. حتی با افزایش نرخ بهره، میانگین بدهی به ۶ هزار و ۳۶۰ دلار افزایش یافته است. فدرال رزرو از سال ۲۰۲۲ تاکنون ۱۱ بار نرخ بهره را افزایش داده است تا نرخ تورم را به ۲ درصد برساند. اکنون‌که تورم تا حدودی تعدیل شده است، فدرال رزرو افزایش نرخ بهره را کند کرده است، اما سیاست پولی محدودکننده آن نرخ بهره کارت‌های اعتباری را به ۲۷ درصد رسانده است. داده‌های جدید اقتصادی به سیاستگذاران مالی جهان اطمینان بیشتری می‌دهد که احتمالا می‌توانند تا تابستان بر تورم غلبه کرده و دوباره نرخ بهره را در جهان کاهش دهند؛ این یعنی بانک‌های مرکزی به پیروزی در مهار تورم نزدیک شده‌اند.

۱۲ میلیون شغل جدید در چین

لیو جی‌یی، سخنگوی دومین نشست چهاردهمین کمیته ملی مشورتی سیاسی خلق چین اعلام کرد که در سال گذشته درمجموع ۱۲.۴۴ میلیون شغل جدید در مناطق شهری چین ایجاد شده است. این نرخ بالای تولید شغل به گفته لیو، مدیون تلاش‌های دولت‌ها در همه سطوح اقتصادی و تخصیص بودجه‌های مختلف بوده است. او با توجه به مشکلات دریافتن شغل و استخدام کارگران گفت که تمامی دولت‌های منطقه‌ای در چین و صندوق‌های مختلف مالی با تخصیص بیش از ۳۰۰ میلیارد یوان برابر ۴۱.۷ میلیارد دلار به ایجاد اشتغال کمک کرده‌اند ارائه کردند. به گفته وی، این اقدامات هدفمند از اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و جوانان و همچنین اشتغال افرادی که در مناطق شهری و روستایی با مشکل مواجه هستند، حمایت می‌کند.

رشد ۶ درصدی اقتصاد هند

سرویس سرمایه‌گذاری مودیز پیش‌بینی خود از تولید ناخالص داخلی هند را به دنبال شتاب قوی مشاهده‌شده در اقتصاد جنوب آسیا در سه ماهه اخیر افزایش داد. این آژانس رتبه‌بندی انتظار دارد شتاب رشد اقتصادی این منطقه تا سال ۲۰۲۴ ادامه داشته باشد. مودیز می‌گوید که اقتصاد هند عملکرد خوبی داشته و داده‌های قوی‌تر از حد انتظار در سال ۲۰۲۳ باعث شده است که برآورد رشد سال ۲۰۲۴ خود را از ۶.۱ درصد به ۶.۸۸ درصد برساند. به گفته این گروه، هند در افق پیش‌بینی این موسسه احتمالا سریع‌ترین رشد را در میان اقتصادهای گروه ۲۰ خواهد داشت. اقتصاد هند در سه ماه پایانی سال ۲۰۲۳ با سریع‌ترین سرعت در یک سال و نیم گذشته رشد کرد که منجر به قوی‌تر شدن فعالیت‌های تولیدی و ساخت‌وساز شد و رشد اقتصادی زیادی را به همراه داشت.

افت ۱۱ درصدی تولید آلمان

داده‌های منتشرشده در روز پنجشنبه حاکی از کاهش ۱۱.۳ درصدی تقاضا برای سفارش‌های کارخانه‌ای در ژانویه نسبت به ماه قبل است. این وضعیت بدتر از چیزی است که اقتصاددان در نظرسنجی بلومبرگ پیش‌بینی کرده بودند. مرکز آمار آلمان اعلام کرد که این کاهش به دلیل کاهش سفارش‌های عمده بود که پس از نمایش قوی در ماه دسامبر، به سطح عادی خود بازگشته است. به گفته مرکز آمار آلمان، قرائت سه ماهه داده‌های اقتصادی با میزان نوسان کمتر، افزایشی ۲.۳ درصدی نسبت به دوره قبل را نشان می‌دهد. این داده‌ها یک روز پس از آن منتشر می‌شود که اعداد قوی صادرات آلمان در ابتدای سال ۲۰۲۴ نشان داد که ضعف صنعتی این کشور ممکن است روبه کاهش گذاشته باشد. رکود طولانی‌مدت در بخش تولید بزرگ آلمان بر کل اقتصاد که ممکن است اکنون در رکود به سر می‌برد، فشار می‌آورد.

وام ۳۵۰ میلیون دلاری کاستاریکا

بانک جهانی وام ۳۵۰ میلیون دلاری برای تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی و آب‌وهوا و مقاوم‌سازی در برابر بلایای طبیعی در کاستاریکا را تصویب کرد. این برنامه برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حیاتی برای کنترل سیل و تثبیت شیب و همچنین بازسازی پل‌ها و جاده‌های آسیب‌دیده در اثر بلایای آب‌وهوایی است. نوگی آکوستا، وزیر دارایی این کشور با نقل‌قول از بیانیه بانک جهانی گفت که کاستاریکا در معرض رویدادهای شدید آب‌وهوایی و مخاطرات طبیعی است و این پروژه با استراتژی کشور برای کاهش خطرات و افزایش سازگاری با تغییرات اقلیمی هم‌راستا است و از اولویت دولت برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و خدمات برای محافظت از مردمی که در آسیب‌پذیرترین مناطق زندگی می‌کنند، حمایت می‌کند.

رشد ۲.۹ درصدی اقتصاد برزیل

به گفته مؤسسه آمار دولتی برزیل، اقتصاد این کشور در سال گذشته ۲.۹ درصد رشد کرده است که این میزان رشد بسیار بالاتر از انتظارات در سال اول ریاست جمهوری لولا داسیلوا، رئیس‌جمهور برزیل بوده است. نرخ اعلام‌شده توسط مرکز آمار برزیل بسیاری از اقتصاددانان را تحت تأثیر قرار داد، زیرا پیش‌بینی کلی آنها در اوایل سال گذشته تنها ۰.۸ درصد رشد در سال ۲۰۲۳ بود. اقتصاد برزیل در سال ۲۰۲۲ رشد ۳ درصدی داشت که بخشی از آن به دلیل برنامه‌های مخارج دولتی بود که توسط رئیس‌جمهور وقت ژایر بولسونارو در بحبوحه نامزدی ناموفق وی برای انتخاب مجدد به اجرا درآمد. آژانس رتبه‌بندی اعتباری «آستین ریتینگ» اعلام کرد که براساس اعداد اولیه تولید ناخالص داخلی برزیل، اقتصاد این کشور اکنون نهمین اقتصاد بزرگ جهان است. به گفته این آژانس، رسیدن به تولید ناخالص داخلی ۲.۱۷ هزار میلیارد دلاری در سال گذشته، این کشور آمریکای جنوبی را از کانادا و روسیه جلوتر انداخته است.

بار بدهی در اقتصاد آمریکا

بار بدهی آمریکا در ماه‌های اخیر با سرعت بیشتری در حال افزایش است و تقریباً هر ۱۰۰ روز ۱۰۰۰ میلیارد دلار افزایش می‌یابد. براساس داده‌های وزارت خزانه‌داری آمریکا، بدهی این کشور از ۴ ژانویه به بعد به‌طور دائم به ۳۴ هزار میلیارد دلار رسیده است. بدهی آمریکا، که مقدار پولی است که دولت فدرال برای پوشش هزینه‌های عملیاتی وام می‌گیرد، از هفته گذشته نزدیک به ۳۴.۴ هزار میلیارد دلار رسیده است. مایکل هارتنت، استراتژیست سرمایه‌گذاری بانک آمریکا معتقد است که الگوی ۱۰۰ روزه با حرکت از ۳۴ هزار میلیارد دلار به ۳۵ هزار میلیارد دلار دست‌نخورده باقی خواهد ماند. بر همین اساس سرویس سرمایه‌گذاران مودیز چشم‌انداز رتبه‌بندی خود را در مورد دولت آمریکا در ماه نوامبر به دلیل افزایش خطرات قدرت مالی این کشور از ثابت به منفی کاهش داد.

تورم سالانه ۶۷ درصدی ترکیه

مرکز آمار ترکیه روز دوشنبه اعلام کرد که تورم سالانه قیمت مصرف‌کننده ترکیه در ماه فوریه به ۶۷.۷ درصد افزایش یافت که بالاتر از حد انتظارات بود. ترکیه نرخ تورم سالانه دومین ماه سال جاری خود را ۶۷.۷ درصد و بالاتر از حد انتظار اعلام کرد. تحلیلگران در نظرسنجی رویترز پیش‌بینی کرده بودند که تورم سالانه در ماه فوریه به ۶۵.۷ درصد برسد. نرخ تورم سال‌به‌سال قیمت‌های مصرف‌کننده مواد غذایی و نوشیدنی در فوریه ۷۱.۱۲ درصد افزایش یافت و رشد ماهانه شگفت‌انگیز ۸.۲۵ درصدی را ثبت کرد. نرخ تغییر ماهانه تورم این کشور از ژانویه تا فوریه ۴.۵۳ درصد اعلام شده است. افزایش فراتر از حد انتظار نرخ تورم ترکیه این نگرانی را تشدید می‌کند که بانک مرکزی ترکیه که ماه گذشته اعلام کرده بود چرخه دردناک هشت ماهه افزایش نرخ بهره به پایان رسیده است، ممکن است مجبور به بازگشت به حالت انقباض شود. برخی از تحلیلگران پیش‌بینی کرده‌اند تورم ترکیه تا پایان سال جاری به حدود ۳۵ درصد کاهش یابد. به گزارش کاپیتال اکونومیکس، آخرین ارقام نشان می‌دهد که فشارهای تورمی در اقتصاد ترکیه همچنان بسیار قوی است و نشان می‌دهد که روند کاهش تورم در ابتدای سال جاری با پسرفت مواجه شده است.

درآمد نفتی ۱۰ میلیاردی روسیه

براساس داده‌های وزارت دارایی روسیه، این کشور در ماه فوریه ۹۴۵ میلیارد روبل یا ۱۱۰.۴ میلیارد دلار درآمد نفت و گاز به دست آورد. این در مقایسه تقریبا دو برابر رقم ۵۲۱.۲ میلیارد روبل درآمد در فوریه ۲۰۲۳ است. براساس گزارش بلومبرگ، این بدان معناست که برداشت این غول انرژی از نفت و گاز بیش از ۸۰ درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافته است. به‌طور خاص، عوارض بر نفت خام و فرآورده‌های نفتی در مدت مشابه بیش از دو برابر شد. این جهش درآمدی در شرایطی رخ داده است که این کشور به دلیل حمله به اوکراین همچنان با تحریم‌های گسترده غرب، که اکنون در سومین سال خود قرار دارد، مواجه است. درآمد اضافی روسیه در ماه فوریه از مالیات‌های بالاتر برای تولیدکنندگان داخلی نفت حاصل شده است. روسیه قبلاً مکانیسمی داشت که به آن اجازه می‌داد با نرخ بالاتری از تولیدکنندگان نفت مالیات بگیرد، اما از آن استفاده نمی‌کرد. بلومبرگ روز جمعه با استناد به نامه‌ای از خدمات مالیاتی فدرال روسیه گزارش داد روسیه از ماه فوریه شروع به دریافت این مالیات کرده است.

مروری بر روش‌های بازاریابی بهینه در جدیدترین پلتفرم اجتماعی دنیا

ایده‌های بازاریابی در تیک تاک

ترجمه: علی آل‌علی

تیک تـاک با اختلاف یکی از مهمترین نوآوری‌هـا در دنیای دیجیتال محسوب می‌شود. بسـیاری از مردم در طول سـال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی را فقط با اینسـتاگرام یا در بهترین حالت توییتر می‌شناختند. با این حال تیک تاک تحول بسـیار بزرگی در این فضا ایجاد کرده اسـت. این امر برای بسـیاری از مردم به معنای دسترسـی به انبوهی از محتوای ویدئویی جذاب و هیجان‌انگیز است. استراتژی اصلی تیک تاک نیز در این میان ترکیب فرمت ویدئو با متن بوده است. به این ترتیب کاربران فرصت بسـیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و بسیاری از اینفلوئنسـرها نیز درست به همین دلیل شـروع به فعالیت در تیک تاک کرده‌اند.

امروزه تیک تاک برای تمام کاربران یک پلتفرم بی‌نهایت مهم محسوب می‌شود. این امر به کاربران فرصت دسترسی به محتوای مورد علاقه‌شان را داده و بازاریاب‌ها را نیز با دامنه وسیعی از کاربران علاقه‌مند آشنا می‌سازد. درسـت به همین دلیل اگر شـما به دنبال تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در دنیای دیجیتال هسـتید، تیک تاک یکی از بهترین گزینه‌ها برای این کار خواهد بود.

یکی از مهمترین پلتفرم‌های امروزی تیک تاک است. با این حال بسیاری از برندها بـرای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در این فضا مشکلات زیادی دارند. نکته مهم اینکه بسیاری از برندها راه و روش منحصر به فرد بازاریابی در این فضا را به خوبی یاد نگرفته‌اند. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شده و توانایی‌شان در این فضا را به طور چشـمگیری کاهش می‌دهد. اگر شما به دنبال موفقیت در فضای تیک تاک هستید، باید پیش از هر نکته‌ای اقدام به تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف با ایده‌های کاربردی نمایید. این ایده‌ها لزوما با بازاریابی در اینسـتاگرام یا دیگر شـبکه‌های اجتماعی هماهنگی ندارد. درست به همین دلیل ما در ادامه فهرستی از ایده‌های کاربردی در این میان را مورد بررسـی قرار می‌دهیم. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. دسـت کم اینکه با استفاده از روش‌های مطمئن این مقاله دیگر نیازی به آزمون و خطای طولانی نخواهید داشت.

نمایش پشت صحنه کسب و کار

فرمت ویدئو یکی از بهترین گونه‌ها برای نمایش پشـت صحنه کسب و کار اسـت. امروزه بسـیاری از مردم مایل به آگاهی از روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از سـوی برندها هستند. این امر می‌تواند فعالیت‌های بازاریابی یا حتی تولید محصولات و شـیوه ارائه خدمات را شـامل شـود. نکته مهـم در این میان تلاش برای تاثیرگـذاری بهینه بر روی مخاطب هدف به شـیوه‌ای حرفه‌ای و تاثیرگذار است. این امر می‌تواند شانس شما بـرای بازاریابی بلندمدت بدون نیاز به صرفـه هزینه‌های کلان را به طور چشمگیری کاهش دهد.

وقتی شما پشت صحنه کسب و کارتان را به مشتریان نشان می‌دهید، حس و حال شخصی‌تری با آنها خواهید داشت. این امر اغلب اوقات برای بسیاری از برندها امر جذاب و هیجان‌انگیزی محسوب می‌شود. نکته مهم اینکه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان به طور مداوم نیازمند اسـتفاده از تبلیغات درون برنامه‌ای در پلتفرم‌های مختلف هستند. شما با نمایش پشت صحنه کسب و کار به مخاطب هدف نه تنها رابطه‌ای عمیق‌تـر با آنها ایجاد می‌کنید، بلکه در عمـل توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی آنها نیز بیشتر می‌شود. یادتان باشد کاهش هزینه‌های بازاریابـی و تبلیغات در دنیـای امروز نه یک امر لوکـس، بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای برندهای مختلف اسـت. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک نماید.

فرآیندهای خلاقانه در تولید ویدئو

تیک تاک مثل هر پلتفرم دیگری برای نوآوری و ایجاد تمایز به کاربران امکانات متفاوتی داده است. بر این اساس شما امکان دسترسی به فیلترهای بی‌نهایت متنوع و همچنین تاثیرگذاری بر روی دیگر کاربران با استفاده از موزیک متن برای ویدئوی‌تان را خواهید داشت. این امر در بسیاری از مواقع فرصت شـما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور تصاعدی افزایـش می‌دهد. امروزه کاربران در تیک تاک از ویدئوهای کلیشـه‌ای یا همراه با ترندهای قدیمی خسـته شده‌اند. بنابراین شما باید ایده‌های تازه و بهتـری پیش روی آنها قرار دهید. این امر می‌تواند فرصت‌های پیش رو شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری افزایش داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز بهینه‌سازی نماید.

یادتان باشد شما همیشـه بودجه‌های بازاریابی کلان ندارید. درست به همیـن دلیل اگر به دنبـال تاثیرگذاری حرفه‌ای بـر روی مخاطب هدف هستید، می‌توانید شـانس‌تان را به طور چشمگیری در این میان امتحان نماییـد. تنهـا نکته مهم اسـتفاده از توصیه‌های حرفـه‌ای و تلاش برای همکاری با افرادی اسـت که دست کم ماهیت کلی تیک تاک را به خوبی درک می‌کننـد، در غیر این صورت همکاری شـما یا فعالیت‌تان در تیک تاک با مشکلات بسیار زیادی رو به رو می‌شود.

الگودهی به دیگران

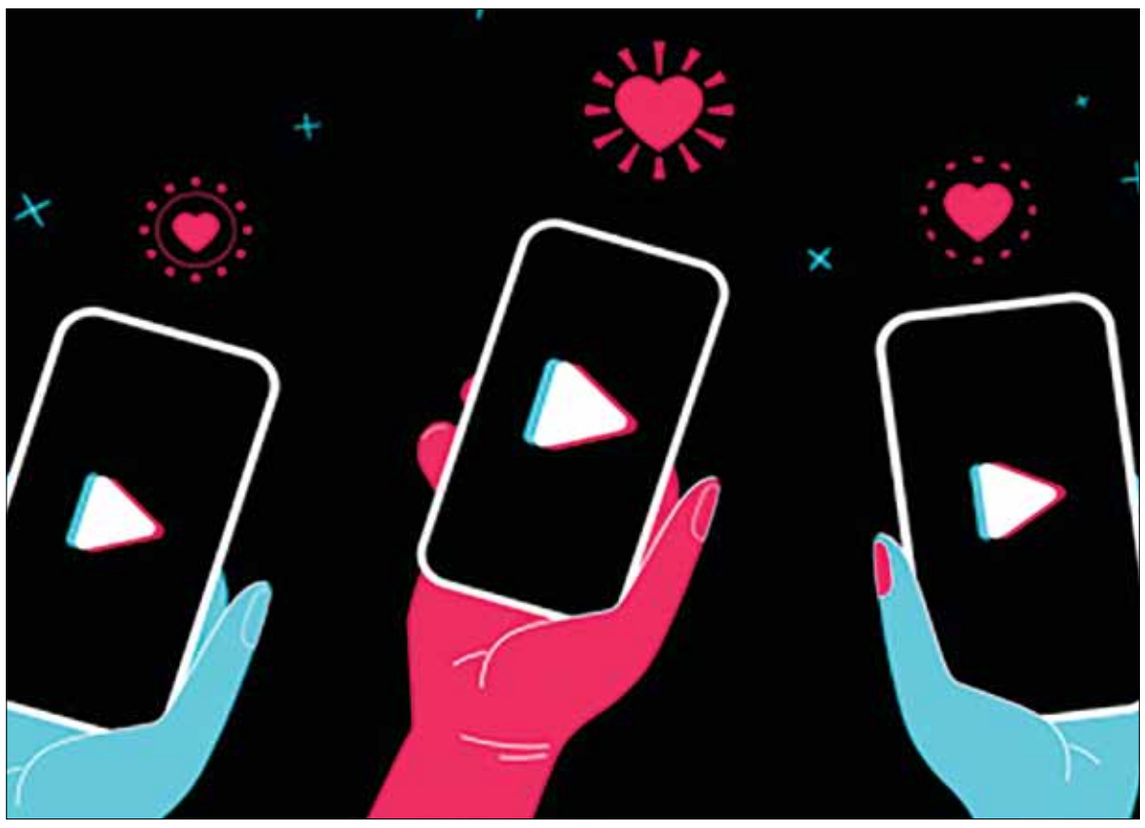
تقویت روحیه و الگودهی به دیگران همیشه ایده خوبی برای تولید محتوا محسوب می‌شود. در این میان نیز بین برندها و کاربران عادی هیچ تفاوتی وجود ندارد. نکته مهم برای بسیاری از برندها توانایی‌شان برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف اسـت. این امـر می‌تواند جایگاه برندها را به طور چشـمگیری توسـعه داده و توانایی‌تان را نیز به شدت تحت تاثیر قرار دهد. یادتان باشد برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید همیشه روحیه‌شان را تقویت کنید. امروزه انتظارات مشتریان از برندها به طور تصاعدی در حال افزایش اسـت. درسـت به همین دلیل شما اگر به دنبال رقابت مناسـب در بازار هستید، باید همیشه نیم نگاهی به وضعیت مشتریان و نحوه تعامل‌شـان با برندتان داشته باشید، در غیر این صورت شرایط‌تان در بازار به شدت دشوار و پیچیده خواهد بود.

اسـتفاده از توصیه‌هـای روانشـناختی یا حتی همـکاری با چهره‌های محبوب در میان کاربران می‌تواند برای شـما نکته مهمی محسوب شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شـرایط شما را به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. یادتان باشد در این میان بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف راه را به طور کامل اشـتباه می‌روند. شما باید در روحیه‌دهی به مخاطب هدف همیشه در تلاش برای استفاده از همدردی با آنها و نمایش درک عمیق‌تان از شرایط‌شان باشید، در غیر این صورت شرایط‌تان به طور مداوم در بازار و هنگام تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدتر خواهد شد. این امر می‌تواند برای شـما دردسـرهای زیادی به همراه داشته و شرایط‌تان را نیز به طور چشمگیری تغییر دهد.

استفاده از پرسش و پاسخ

پرسـش و پاسـخ با مشـتریان یا کاربران در تیک تاک همیشه ایده‌ای جذاب محسـوب می‌شود. این امر به دلیل ماهیت ویدئو محور این پلتفرم جذابیت زیادی دارد. نکته مهم در این راستا تمایل برندها یا حتی کاربران برای پرسـش و پاسخ در قالب ویدئوهای لایو است. تیک تاک به خوبی از این امر مطلع بوده و این امکان را پیش روی برندها قرار داده است. درست به همین دلیل بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط‌شـان به طور مداوم دشوار شده و حتی فرصت‌های تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز از دست می‌دهند. شما باید همیشه با فناوری‌ها و امکانات تازه در شـبکه‌های اجتماعی نهایت هماهنگی را داشته باشید. سرویس لایو نیز در این میان چنین وضعیتی دارد. اگر شما خیلی زود یاد نگیرید چطور با مخاطب هدف تعامل پیدا کنید، شانس‌تان در این راستا به طور چشمگیری کاهش پیدا می‌کند.

درست همانطور که در دیگر شبکه‌های اجتماعی بسیار کوتاه و مختصر بـه مخاطب هدف‌تـان در لایو ارتباط برقرار می‌کنیـد، در تیک تاک نیز امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شـیوه‌ای حرفه‌ای و مناسب وجود دارد. این امر می‌تواند به شما فرصت‌های بسیار خوبی برای بازاریابی حتی تاثیرگذاری بر روی کاربران بدهد. نکته مهم بعدی اینکه شما باید از مدت‌ها قبل برای برگزاری لایوتان به مخاطب هدف اطلاع بدهید، در غیر این صورت شـاید کمتر کسـی از برگزاری مراسم یا لایو شما مطلع شود. نتیجه این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسـیار مناسب بر روی مخاطب هدف بهینه‌سازی شرایط‌تان باشد.



یکی از بهترین نکات درباره پرسـش و پاسخ با مشتریان امکان آشنایی هرچه بهتر مشتریان با برند شماست. این امر به برند شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس شما را نیز در این میان به طور چشمگیری توسعه خواهد داد. یادتان باشد امروزه برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شما لازم نیست همیشه ایده‌های دست اول داشـته باشـید. همین که شرایط مشـتریان را درک کرده و در لایوها به سوالات آنها بپردازید، به اندازه کافی تاثیرگذار خواهد بود.

طرح سوال از مخاطب هدف

کاربران در شـبکه‌های اجتماعی همیشـه تمایل بالایی برای مشارکت دارنـد. ایـن امر در رابطه با تیک تاک به دلیل سـهولت تهیه و بارگذاری محتوا بیشـتر نیز هسـت. درسـت به همین دلیل برندهایی که به دنبال تاثیرگـذاری بـر روی مخاطب هدف به شـیوه‌ای حرفـه‌ای در این میان هسـتند، باید همیشه تعامل با مخاطب هدف را در یاد داشته باشند. این امر البته بدون ایده‌ای مناسب و جذاب امکان‌پذیر نخواهد بود.

توصیه ما در این مقاله بـرای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف اسـتفاده از شـیوه‌های تعاملی درون برنامه‌ای است. به عبارت بهتر، شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از آنها سـوالاتی را پرسـیده و بخواهید در جواب از ویدئوهای کوتاه در تیک تاک اسـتفاده کنند. این امر تاثیرگذاری بسیار بیشتری بر روی کاربران در مقایسه با دیگر شیوه‌ها دارد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای هستید، می‌توانید تمام امکانات تیک تاک را در کنار خودتان داشته باشید.

اگر کاربران ویدئوهای شـما را به طور دقیق دنبال کرده و در پاسـخ به چالش سوال‌تان اقدام به باگذاری ویدئو کردند، شما می‌توانید به ساده‌ترین شـکل ممکن اقدام به بازنشـر آن ویدئوها کنید. یادتان باشـد اگر تعداد درخواسـت‌های بسـیار زیاد است، می‌توانید به سـاده‌ترین شکل ممکن فقط محتواهای مناسـب و تاثیرگذار را در دسـتور کار قرار دهید. این امر دردسرهای بازنشر تمام محتواها را نیز به همراه نداشته و شما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

بسیاری از اوقات کاربران پس از اینکه یک تعامل کوتاه به برندی دارند، فکر خرید از آن برند به سرشـان می‌زند. این امر می‌تواند جذابیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشـته باشد. پس همیشه پیش از اینکه به فکر فروش صرف از طریق بازاریابی در تیک تاک باشید، اندکی آشنایی را نیز در کانون توجه‌تان قرار دهید. اینطوری فرصت بسیار بهتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما خواهد بود.

به اشتراک‌گذاری دانش و مهارت

کمتر کسـی در دنیای تمام مهارت‌های مورد نیاز برای انجام یک کار را دارد. ایـن امر می‌تواند برای بسـیاری از برندها به مثابه یک فرصت عالی به منظور تعامل با مخاطب هدف باشـد. بی‌شـک برندها در حوزه کاری خودشـان تخصص بالایی دارند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای هستید، می‌توانید از ویدئوهای تیک تاک برای آموزش یک نکته یا مهارتی جذاب اسـتفاده کنید. یادتان باشـد نکته شما باید در چارچوب فعالیت برندتان باشد، در غیر این صورت شـاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و شـانس‌تان نیز در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کند.

یکی از برندهای موفق در زمینه به اشـتراک‌گذاری دانش یا مهارت در تیـک تاک پیـچ اند لیلی (Peach & Lilly) اسـت. این برند کره‌ای در زمینه تولید لوازم آرایشـی فعالیت دارد. نکتـه جالب اینکه تیم بازاریابی این برند در تیک تاک به طور مداوم توصیه‌هایی برای فعالیت برند برندها عرضه می‌کند. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی برندهای همکاری این شرکت داشته باشد. همچنین در مورد روش‌های مراقبت از پوست نیز نکات بسیار دقیق و به روزی در اکانت رسمی این برند در تیک تاک پیدا می‌شود. درست به همین دلیل شما می‌توانید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از چنین شـیوه‌ها و روش‌هایی به خوبی اسـتفاده نمایید. این امر در بلندمدت شما را نه تنها یک برند موفق در زمینه فروش محصولات، بلکه یکی از منابع اصلی کسب اطلاعات برای مشتریان خواهد کرد. این نکته اهمیت بسیار زیادی داشته و شانس شما در بازار را نیز به طور مداوم توسعه می‌دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شـیوه‌های حرفه‌ای و به روز سـود ببرید.

انتشار ولاگ

ولاگ‌ها گونه‌ای جدید از محتوای ویدئویی در دنیای بازاریابی محسوب می‌شـود. بسـیاری از کاربران به طور عادی بخش‌هایی از زندگی‌شان در شبکه‌های اجتماعی را به اشتراک می‌گذارند. در این میان شما می‌توانید برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف به طور مداوم از ولاگ استفاده کنید. ولاگ به گونه‌ای از محتوای ویدئویی اشـاره دارد که در سـاعاتی از روز همراه با یک شـخصیت اصلی ویدئویی ضبط می‌گردد. این شخصیت اصلی می‌تواند یکی از کارمندان برند شـما یا حتی مدیران ارشد شرکت باشد. در هر صورت در ولاگ مخاطب هدف تجربه همراهی چند ساعته با یک مخاطب مشخص در برند مورد علاقه‌اش را به دست می‌آورد. این امر می‌تواند ارزش بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و موقعیت یک برند را نیز به طور مشخص تقویت نماید. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف‌تان باید همیشه از این شیوه تولید محتوا به بهترین شکل ممکن سود ببرید.

بسـیاری از برندها برای تهیـه ولاگ ایده خاصی ندارند. یادتان باشـد اگر محتوای شـما بدون هیچ ایده خاصی در دسترس کاربران قرار گیرد، شانس‌تان در بازار به طور تصاعدی کاهش پیدا می‌کند. درست به همین دلیل باید همیشه به دنبال تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف برای بهینه‌سازی شرایط‌تان باشـید. این امر وضعیت شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری توسعه می‌دهد.

استفاده از داستان‌سرایی

داسـتان‌های جذاب برای همه مردم در سراسـر دنیـا جذابیت خاص خـودش را دارد. در ایـن میان نیز فرمت محتوا اهمیت چندانی نداشـته و به شـما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فرصت بسـیار خوبی خواهد داد. یکی از نکات جذاب برای داستان‌سرایی در تیک تاک بارگذاری سریالی ویدئوهاست. شما می‌توانید داستان مورد نظرتان را به طور جزئی و در مراحل متعدد به دست کاربران برسانید. این امر مخاطب هدف را به طور مداوم برای مشاهده بقیه داستان برندتان ترغیب خواهد کرد. شما به این ترتیب فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای خواهید داشت.

یادتان باشد شما برای داستان‌سرایی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به یک تجربه واقعی ندارید. می‌توانید داستان‌تان را به طور غیرواقعی و حتی در دنیایی خیالی روایت کنید. با این حال باید تکلیف‌تان را نسبت به این نکته خیلی زود مشخص سازید، در غیر این صورت مخاطب هدف نسبت به فعالیت شما احساس گیجی خواهد کرد.

اهمیت به‌روز بودن

به روز بودن یکی از نکات بسیار مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز اسـت. مشتریان دیگر به برندهای قدیمی که مدت زمان زیـادی از جریان نوآوری به دور بوده‌اند، توجهی نشـان نمی‌دهند. درسـت به همین دلیل بازاریابی در تیک تاک برای برند شـما باید نوعی نمایش به روز بودن کسـب و کارتان باشد، در غیر این صورت شرایط‌تان بـرای تاثیرگـذاری بـر روی مخاطب هـدف به طور مداوم با مشـکلات گسـترده‌ای رو به رو خواهد شـد. این امر می‌تواند در بلندمدت برند شما را به یک کسـب و کار حاشـیه در بازار بدل کـرده که هیچ‌کس مایل به همکاری با آن نیست.

گاهی اوقات پست‌های ساده یا حتی یادآوری یک مناسبت به مخاطب هدف می‌تواند ایده بسـیار خوبی باشـد. این امر شـما را در کانون توجه مخاطب هدف قرار داده و شـانس‌تان در این میان را نیز به خوبی تقویت می‌کند. نکته مهم دیگر اینکه شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم به دنبال پیش‌بینی سلیقه‌شـان باشـید. این امر نقش مهمی در استقبال کاربران از ویدئوهای برند شما در دنیای تیک تاک دارد.

از آنجایی که ماهیت ویدئوهای تیک تاک بسـیار کوتاه است، شما باید همیشـه وضعیت خودتان را براساس این ویژگی ویدئوها پیش ببرید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین رفته و دیگر شانسـی در این میان پیش روی‌تان قرار نگیرد. این امر می‌تواند شما را با وضعیت بسیار دشواری مواجه کرده و حتی ادامه فعالیت در تیک تاک را نیز غیرممکن سازد.

ایجاد حس انسانی از برند

ایجـاد یک حس انسـانی از برند در میان مخاطـب هدف نکته مهم دیگری اسـت که شما باید به طور مداوم در ذهن داشته باشید. این امر می‌تواند به شـما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شـرایط‌تان را نیز متحول سـازد. در دنیایی که بسـیاری از برندها مثل یک شـرکت خشـک و بی‌روح رفتار می‌کنند، شما باید همیشـه پتانسیل لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در قالب یک برند دوست‌داشـتنی و خودمانی را داشـته باشید. این امر می‌تواند برای شـما جذابیت‌های بسـیار زیاد به همراه داشته و اعتماد مشتریان را نیـز به بهترین شـکل ممکـن جلب کند. در این صورت شـما دیگر مسیر دشـواری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا بهینه‌سازی شرایط‌تان در بازار نخواهید داشت.

معرفی همیشگی برند

بسیاری از کسب و کارها در دنیای تیک تاک برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شـرایط بسیار دشـواری دارند. این امر می‌تواند برای برندها موقعیت بهینه‌ای به همراه داشته و توانایی‌تان را نیز تغییر دهـد، چراکـه در میان برندهایی کـه به طور مداوم اشـتباه می‌کنند، ایده‌های بازاریابی درست شما بسیار تاثیرگذار خواهد بود. توصیه ما در ایـن میان معرفی مداوم برندتان به مخاطب هدف در تیک تاک اسـت. برخـی از برندها پس از اینکه یک بار در ابتدای فعالیت‌شـان برند خود را بـه مخاطب هـدف معرفی کردند، دیگر تمایلی برای این کار نشـان نمی‌دهند. این امر می‌تواند برای کسـانی که به تازگی با برند شما آشنا شـده‌اند، دردسـرهای زیادی به همراه داشته باشـد. درست به همین خاطر در صورتی که شما خیلی راحت و بدون دغدغه هرچند وقت یک بار برندتان را از نو برای مشـتریان توصیف کنید، شـانس تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی آنها پیدا می‌کنید.

یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان شرایط ویژه و دشـواری دارند. این امر می‌تواند موقعیت برندها را به طور چشـمگیری تغییر دهد. درست به همین خاطر شما در صورت فعالیت متمایز با رقبا شـانس بسیار بهتری برای تاثیرگذاری بر روی آنها پیدا می‌کنید. این امر می‌تواند با یک ایده سـاده مثل معرفی برند به طور مداوم برای مشـتریان صورت گیرد. یادتان باشـد برندهـا در طول زمان تغییرات زیادی را تجربه می‌کنند. درسـت بـه همین خاطر گاهی اوقات شـما باید تغییرات برندتان را به ساده‌ترین شکل ممکن به نظر مشتریان برسـانید. در این صورت بازهم در بازار شانسی برای فعالیت و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. وگرنه خیلی زود مشتریان بری رفع نیازهای متنوع‌شان به سراغ دیگر برندها رفته و شما فرصت‌تان را به طور چشمگیری از دست خواهید داد.

امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دنبال فعالیت در تیک تاک هستند. این امر شاید برای برند شما نیز اتفاق افتاده باشد. اگر شما به تازگی سراغ تیک تاک آمده‌اید یا هنوز موفقیتی در این فضا نداشته‌اید، نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای کسب موفقیت بیشتر کمک خواهد کرد.

منبع: shopify.com

آگهی آراء هیات حل اختلاف موضوع ماده یک قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون یاد شده اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در هیات مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شیروان رسیدگی و تایید قرار گرفته جهت اطلاع در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه آگهی های ثبتی (کثیر الانتشار و محلی) بشرح ذیل آگهی می گردد.

۱-برابرکلاسه۰۰۱-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۵۰۴۳ آقای حسین صداقت مایوانفرزند محمدرضا در ششدانگ یکباب منزل به مساحت۱۳۹/۱۹ متر مربع قسمتی از پلاک ۳۵۲و۳۵۳ فرعی از۲اصلی مزرعه حصار واقع درقطعه۴ شیروان بخش۵ قوچان از تمامی مالکیت مشاعی محمدرضاصداقت مایوان وسیدرضانوروزی ازسند ۵۶۹۶۷- ۱۳۹۰/۰۹/۱۲

۲-برابرکلاسه۳۶۷-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۵۴۶۶ آقای محمود حیدری فرزندحیدر در ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی به مساحت۴۸۸۶۷ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۱۲ فرعی از۷اصلی واقع درناحیه۵شیروان موسوم به اراضی قولانلو بخش۵ قوچان مع الواسطه خریداری از صفدرحیدری

۳ – برابرکلاسه۲۷۰-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۵۷۳۲ خانم مریم خانمحمدی فرزند براتعلی در ششدانگ یکقطعه زمین زراعی به مساحت ۴۴۷۳/۲۳متر مربع قسمتی از پلاک ۱اصلی سه یک آب واقع در قطعه ۴شیروان بخش۵ قوچان ازمحل مالکیت مشاعی محمدمحمدی

۴-برابرکلاسه۲۶۸-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۵۷۱۱ خانم مریم خانمحمدی فرزند براتعلی در ششدانگ یکقطعه زمین زراعی به مساحت۱۴۰۹۶/۶۳متر مربع قسمتی از پلاک ۱اصلی سه یک آب واقع درقطعه ۴شیروان بخش۵ قوچان ازمحل مالکیت محمدمحمدی

۵-برابرکلاسه۲۶۷-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۵۷۰۷ خانم مریم خانمحمدی فرزند براتعلی در ششدانگ یکقطعه زمین زراعی به مساحت۵۴۱۰/۳۷متر مربع مفروز ومجزاشده از پلاک ۱اصلی سه یک آب واقع درقطعه ۴شیروان بخش۵ قوچان ازمحل مالکیت‌محمدمحمدی

به این وسیله به فروشندگان و مالکین مشاعی و اشخاص ذینفع در آرای اعلام شده ابلاغ می گردد چنانچه اعتراضی دارند باید از انتشار آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهند. در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه ننماید اداره ثبت مبادرت به صدور سند خواهد نمود .ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۲/۱۲/۰۷
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۱۲/۲۲

علی‌محمودی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شیروان

آگهی فقدان سند مالکیت

نسبت به ۲۰۰ سهم مشاع از سی هزار سهم ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۳۰۰۰۰ متر مربع بپلاک ۵۴۱۱ فرعی از یک اصلی واقع در تاکستان بخش هشت قزوین ذیل دفتر ۳۸۲ صفحه ۱۱۷۲ بنام آقای حمداله رحمانی سند مالکیت بشماره مسلسل ۰۵۱۱۱۳۹ صادر و تسلیم گردیده است سپس نامبرده با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند مالکیت به علت جابجایی منزل مفقود گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است علیهذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اعلام می دارد چنانچه نسبت به ملک مذکور حق و ادعایی دارد یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز می تواند با ارائه مدارک و یا اصل سند مالکیت اعتراض خود را به این اداره تسلیم نماید در غیر اینصورت پس از گذشت مهلت مقرر مطابق مقررات ثبت به صدور سند مالکیت المثنی و تسلیم آن به مالک اقدام می گردد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک تاکستان – مسعود رحمانی

۴۰۲

آگهی فقدان سند مالکیت

نسبت به ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۱۰۰۰۰ متر مربع بپلاک ۳۸۰۳ فرعی از یک اصلی واقع در تاکستان بخش هشت قزوین ذیل دفتر ۲۲ صفحه ۲۶۱ سند مالکیت بنام آقای حمداله رحمانی بشماره مسلسل ۲۸۲۸۹۳ صادر و تسلیم گردیده است سپس نامبرده با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند مالکیت به علت جابجایی منزل مفقود گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است علیهذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اعلام دارد تا چنانچه هر کس نسبت به ملک مذکور حق و ادعایی دارد یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز می تواند با ارائه مدارک و یا اصل سند مالکیت اعتراض خود را به این اداره تسلیم نماید در غیر اینصورت پس از گذشت مهلت مقرر مطابق مقررات ثبت به صدور سند مالکیت المثنی و تسلیم آن به مالک اقدام می گردد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک تاکستان – مسعود رحمانی

۴۰۱

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری سیستم چانگان تیپ AT-CS۳۵ مدل ۱۳۹۶ برنگ سفید شماره موتور JL۴۷۸QEEHC۹AN۰۸۷۵۶۵ شماره شاسی NAS۹۲۱۲۰۰H۵۷۰۴۴۸۰ شماره انتظامی ۴۶ – ۶۴۹ و ۶۹ بنام مهناز دهستانی کد ملی ۱۶۳۹۸۳۰۶۸۵ مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد.

خلخال

۴۰۰

مفقودی مدارک دانشگاهی [نوبت سوم]

مدرک فارغ التحصیلی هدی قربانی لیلستانی فرزند محمد به شماره شناسنامه ۱۷۶۴۳ صادره از کرج در مقطع کارشناسی حقوق واحد دانشگاهی شهر قدس به شماره ۱۴۶۱۱۵۰ مفقود گردیده و فاقد اعتبار می باشد از یابنده تقاضا میشود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد واحد شهر قدس به نشانی شهر قدس بلوار کلهر ارسال نماید.

(شهر قدس)

اعلام مفقودی

برگ‌سبز،برگ کمپانی خودروپیکان‌وانت به‌شماره‌موتور ۱۱۴۹۰۱۱۱۱۲۶ و شماره شاسی NAAA۴۶AA۴CG۳۲۳۲۴۰ و شماره انتظامی ایران۲۱-۱۵۳ق۳۵ متعلق به آقای احد عبدلی به شماره ملی ۳۷۸۱۷۵۵۷۰۳ مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

اعلام مفقودی (نوبت دوم)

مدرک کارشناسی اینجانب هادی عباسی فرزند عباسعلی به شماره شناسنامه ۱۷۹۷۷ صادره از شهر ری درمقطع کارشناسی ناپیوسته رشته مکانیک طراحی جامدات صادره از واحد دانشگاهی تهران جنوب مفقود گردیده است وفاقد اعتبار می باشد ازیابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحدتهران جنوب به نشانی تهران – خیابان کریم خان زند – خیابان ایرانشهر شمالی – نبش آذر شهر – پلاک ۲۰۹ ویا کدپستی ۱۵۸۴۷۱۵۴۱۴ ارسال نماید .

۷ گام کسب احترام در محیط‌های کاری

به قلم: ژاکلین ویتمور
نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک یکی از مهمترین نیازهای هر فردی، جلب احترام دیگران می‌باشد که باعث خواهد شد تا محیط کار، به مکانی دلخواه تبدیل شود. با این حال برای کسب اطمینان لازم است تا کاملا شایسته آن باشید. درواقع نمی‌توان انتظار داشت که افراد به صورت طبیعی این اقدام را انجام دهند. تحت این شرایط سوال اصلی این است که چه اقداماتی را برای رسیدن به این خواسته باید انجام داد که در ادامه هفت مورد اصلی، بررسی خواهد شد. نکته‌ای که در این بخش باید مورد توجه قرار دهید این است که راهکارهایی که قصد بررسی آنها را داریم، تنها برای محیط‌های کاری کاربرد ندارد و می‌تواند با رعایت آن در هر شرایط و موقعیتی، احترام افراد را برانگیزید.

۱-مودب باشید

نخستین نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که رفتار محترمانه‌ای را با افراد مختلف داشته باشید. این اقدام باعث خواهد شد تا آنها نیز به رفتاری مشابه سوق پیدا کنند. درواقع شما باید به افراد اهمیت بدهید تا آنها نیز رفتار مشابه شما را تکرار کنند. برای این امر که چنین موردی، به عادت اخلاقی شما تبدیل شود لازم است تا آن را برای تمامی افراد مورد استفاده قرار دهید. در این زمینه به جایگاه و موقعیت آنها توجه نداشته باشید. یکی از رفتارهای رایج افراد مودب این است که حتی در برابر کوچک‌ترین اقدامات دیگران به خوبی قدردانی می‌کنند. درواقع با یک جست و جوی ساده می‌توانید نسبت به اقداماتی که در این بخش باید انجام دهید، به آگاهی لازم برسید.

۲-رفتار محترمانه از خود نشان دهید

در رابطه با مورد قبل، تمامی اقدامات تنها به صورت زبانی است. درواقع جملات شما مودب بودن را نمایش خواهد داد. با این حال این مورد کاملا به رفتار شما وابسته است. در این رابطه شما لازم است تا در رفتار نیز درک بالایی را داشته باشید. آداب اجتماعی را رعایت نمایید. برای مثال قطع نکردن صحبت دیگران و حفظ حریم شخصی، دو مورد رایج محسوب می‌شود. به صورت خلاصه، شما باید رفتاری را از خود نشان دهید که دوست دارید افراد دیگر نیز مشابه آن را در قبال شما داشته باشند.

۳-شنونده خوبی باشید

این امر که برای صحبت‌های افراد ارزش قائل شوید و مدام آن را قطع نکنید از اقداماتی است که باعث خواهد شد تا احترام‌ها نسبت به شما افزایش پیدا کند. نکته‌ای که در این بخش باید توجه نمایید این است که شما باید رازداری خود را تقویت کنید و قضاوت را هم کنار بگذارید. درواقع این اقدام شما، اهمیت دادن به طرف مقابل است و باعث خواهد شد تا ضمن احترام بیشتر، به فردی محبوب نیز تبدیل شوید.

۴-به افراد کمک کنید

این اقدام باعث خواهد شد تا شما به فردی مفید در شرکت تبدیل شوید که قادر است در حد توان خود به دیگران کمک کند. درواقع درک کردن همکاران، از جمله مهمترین اقدامات است که حتی تاثیر آن از تمامی اقدامات قبل نیز بیشتر می‌باشد. به همین خاطر این روحیه را در خود تقویت کنید که در صورت بروز مشکل برای یک نفر، حاضر به کمک‌رسانی باشید. بدون شک این اقدام شما نیز پنهان نخواهد ماند و با تکرار آن از سوی افرادی که به آنها کمک کرده‌اید، همراه خواهد بود.

۵-مسئولیت‌ها را برعهده بگیرید

یکی از عادت‌های رایج و در عین حال کاملا اشتباه بسیاری افراد این است که تصور می‌کنند با عدم قبول مسئولیت‌ها، مشکلات کمتری در محیط کاری خود خواهند داشت. این امر در حالی است که با چنین سیاستی، در مدت زمان کوتاه به فردی منفور در شرکت تبدیل خواهید شد. در کنار این مسئله نکته دیگری که باید توجه داشته باشید این است که قبول کردن اشتباهات نیز در این بخش قرار می‌گیرد و لازم است تا عذرخواهی کردن را نشانه ضعف ندانید.

۶-خشم خود را کنترل کنید

در بسیاری از شرایط ممکن است افراد خشمگین شوند. با این حال این امر نباید زمینه بروز آن و بی‌احترامی را به همراه داشته باشد. درواقع هر فردی باید تکنیک‌هایی برای خود داشته باشد تا بتواند سریعا آرامش را به دست آورد. در این رابطه تنفس عمیق ۲۰ ثانیه‌ای، یک راهکار رایج محسوب می‌شود. در این رابطه فراموش نکنید که در حین ناراحتی و خشم، ذهن کمترین میزان عملکرد را دارد و ممکن است اقدامی را انجام دهید که ابدا مناسب نخواهد بود. در اکثر موارد افراد با بررسی مجدد اوضاع، متوجه این امر می‌شوند که دلیل خاصی برای عصبانیت وجود نداشته است. در این زمینه شما باید نسبت به خشم همکارتان نیز صبور باشید و واکنش متقابل از خود نشان ندهید.

۷-از تغییر استقبال نمایید

بدون شک هیچ فردی نمی‌تواند ادعا کند که در بهترین وضعیت از نظر اخلاقی، رفتاری و کاری قرار دارد. درواقع انتقادپذیر بودن و وجود پتانسیل تغییر، یک مسله بسیار مهم است که باعث خواهد شد تا در کنار کسب احترام، به کارمندی بهتر نیز تبدیل شوید. در این رابطه فراموش نکنید که در هر سنی می‌توان تغییر کرد و این مسئله حتی برای بهبود زندگی شخصی شما نیز بسیار مهم خواهد بود. درواقع شما باید این باور را در خود شکل دهید که در برخی از شرایط نیاز به تغییر وجود دارد.

منبع: entrepreneur.com

شهردار رباط کریم؛

بهره برداری از ۶ پروژه شاخص ورزشی و خدماتی شهرداری رباط کریم

شهردار رباط کریم گفت: طبق وعده ای که به مردم شریف رباط کریم دادیم تا هر ماه شاهد افتتاح و بهره‌برداری از پروژه‌های عمرانی و زیربنایی در شهر باشیم، با کلنگ زنی و افتتاح از ۶ پروژه شاخص ورزشی شهرداری به وعده خود عمل کردیم.

رضا موسی زاده: مراسم آیین افتتاح و کلنگ زنی ۶ پروژه شاخص ورزشی شهرداری رباط کریم و یک پروژه خدماتی، با حضور مسئولان استانی و شهرستانی برگزار شد. حمیدرضا اله یاری شهردار رباط کریم در این مراسم، ضمن تاکید بر رویکرد مدیریت شهری رباط کریم در ارتقا سرانه‌های ورزشی اظهار کرد: مهم‌ترین قول ما به شهروندان کار و تلاش شبانه‌روزی و بی‌وقفه است و در این راستا وقفه و توقف در مسیر اجرای پروژه‌های عمرانی مورد قبول نیست و ان شاءالله با روحیه شکل گرفته در تمام سطوح شهرداری شاهد پیشرفت و توسعه کهن‌شهر رباط کریم خواهیم بود. وی افزود: امروز ۶ پروژه شاخص ورزشی شامل مجموعه ورزشی چندمنظوره سردار شهید حاج قاسم سلیمانی، زمین چمن مصنوعی بوستان گل نرگس، زمین چمن مصنوعی بوستان معلم و زمین چمن مصنوعی شهدای محله داودیه افتتاح شد. شهردار رباط کریم بیان کرد: در ادامه افتتاحیه های، پروژه جایگاه سوخت دومنظوره میدان آزادگان با مشارکت بخش خصوصی و حضور مسئولان کلنگ زنی شد. اله یاری تصریح کرد: مجموع اعتبار این پروژه‌ها که افتتاح و کلنگ زنی شد، مبلغی معادل ۷۸۰ میلیارد ریال برآورد شده است. شهردار رباط کریم در این مراسم ضمن تشکر از تلاش و زحمات دست‌اندرکاران پروژه‌ها، بر تداوم روند تکمیل و بهره‌برداری از اقدامات عمرانی و زیربنایی تاکید کرد و گفت: قول ما به شهروندان شریف رباط کریم این بود که از اسفندماه، هر ماه شاهد افتتاح و بهره‌برداری از پروژه‌های عمرانی و همچنین کلنگ‌زنی پروژه‌های جدید باشند که به حمدالله در مسیر تحقق این مهم در حال حرکت هستیم و امروز این وعده با افتتاح پروژه های ورزشی و خدماتی در شهر رباط کریم محقق شد. وی همچنین از تلاش و زحمات دست‌اندرکاران پروژه‌ها، بر تداوم روند تکمیل و بهره‌برداری از اقدامات عمرانی و زیربنایی قدردانی کرد و افزود: پروژه‌هایی که امروز شاهد افتتاح آنها بودیم، جزو پروژه‌های بود که در ابتدای دی‌ماه با حضور مسئولان استانی و شهرستانی کلنگ‌زنی شد و پس از انجام مقدمات و تجهیز کارگاه، عملیات اجرایی آن‌ها آغاز و با تلاش و جدیت همکاران ما در شهرداری و پیمانکاران آماده بهره‌برداری شد. اله یاری با اشاره به اقدامات شهرداری رباط کریم عنوان کرد: پروژه بازگشایی و احداث معبری جدید برای تحقق اتصال محله کیکاور به ازادراه تهران-ساوه که از ابتدای بهمن‌ماه به همت معاونت فنی و عمرانی شهرداری به منظور تسهیل در دسترسی شهروندان و خروج از بن‌بست این محله آغاز شده بود، در نیمه اسفندماه با پایان عملیات روکش مکانیزه آسفالت، آماده بهره‌مندی شهروندان از این محور قرار گرفت.

وی گفت: پروژه بازگشایی، تعریض و بهسازی خیابان ۲۵ متری بازارک، که به عنوان یکی از مطالبات شهروندان منطقه در حوزه دسترسی ترافیکی است که حدفاصل خیابان امامزاده محمدتقی(ع) تا بلوار ادینه را متصل می‌کند، ابتدای بهمن‌ماه و پس از انجام مقدمات و تملکات اراضی مربوطه توسط شهرداری، کلنگ‌زنی و عملیات اجرایی آن آغاز شد و آخرین مراحل اجرایی، عملیات آسفالت مکانیزه این خیابان به همت معاونت فنی و عمرانی شهرداری رباط‌کریم آغاز شده است و طی روزهای آینده به منظور تسهیل در دسترسی شهروندان و روان‌سازی ترافیکی در اختیار عموم قرار خواهد گرفت. شهردار رباط کریم اظهار کرد: پروژه‌های ترافیکی و بازگشایی‌های جدید در شبکه معابر، طی ۴ ماه اخیر در نقاط مختلف شهر تعریف و عملیاتی شده است و با توجه به پیش‌بینی‌های لازم در سال آینده نیز این روند با سرعت و وسعت بیش از پیش ادامه خواهد داشت. الهیاری با اشاره به برخی اقدامات شهرداری رباط‌کریم در حوزه رفع و کاهش نقاط حادثه‌خیز ترافیکی، گفت: ماحصل این اقدامات این بود که شهرداری رباط‌کریم حائز رتبه اول کشوری در حوزه رفع نقاط حادثه‌خیز ترافیکی شد و بنابر اعلام پلیس راهور کاهش ۶۳ درصدی تصادفات منجر به فوت را در این نقاط شاهد بودیم.

وی، در خصوص بازگشایی سینما فرهنگ رباط کریم نیز گفت: موضوع سینما یکی از مطالبات به حق و درخواست‌های اولیه‌ای بود که از سوی شهروندان و اهالی فرهنگ و هنر مطرح شد و ما نیز در این خصوص قول دادیم و بر قولمان هستیم و در این راستا ان شاءالله بزودی در فروردین ۱۴۰۳ سینما فرهنگ رباط کریم بازگشایی خواهد شد. شهردار رباط کریم ادامه داد: این سالن با مدرن‌ترین تجهیزات و شیوه بروز و همچنین برای اجرای نمایش و همایش‌های مختلف فروردین ۱۴۰۳ قابل بهره‌برداری خواهد شد و سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ و هنر و تقویت همه‌جانبه زیرساخت‌های آن، از مهم‌ترین موضوعاتی است که در دستور کار شهرداری رباط‌کریم قرار دارد وی در ادامه گفت: در هفته جاری در محله چندین پروژه شامل یک زمین چمن مصنوعی، پاتوق محله‌ای افتتاح خواهد شد و کلنگ احداث بوستانی جدید در این محله به زمین خواهد خورد و همچنین عملیات آسفالت معابر در دستور کار قرار خواهد گرفت و به حمدلله در شورای اسلامی و شهرداری رباط‌کریم اشتیاق بالایی برای بهره‌برداری پروژه‌ها به منظور شادی دل‌ها و جلب رضایت شهروندان وجود دارد.الهیاری در پایان مراسم خاطرنشان کرد: با تعامل و همراهی تمامی همکاران در مجموعه شهرداری، اعضای شورای اسلامی شهر و مسئولان عالی شهرستان، ان شاءالله در سال آینده نیز اقدامات عمرانی و توسعه‌ای با همتی بیشتر در تمام نقاط شهر رباط‌کریم عملیاتی خواهد شد.

گفتنی است، مراسم آیین افتتاح و کلنگ زنی پروژه های شاخص ورزشی، عمرانی و خدماتی شهرداری رباط کریم با حضور هادی رحمتی مدیر کل امور شهری و شوراهای استانداری تهران، حجت الاسلام والمسلمین حسن ترابی امام جمعه رباط کریم، امید احمدی فرماندار شهرستان رباط کریم، حمیدرضا اله یاری شهردار رباط کریم، اعضای شورای اسلامی شهر، رئیس دادگستری و دادستان شهرستان رباط کریم، فرماندهان سپاه، نظامی، انتظامی، راهور، مدیران و دیگر مسئولان و خانواده معزز شهدا و مردم شریف رباط کریم برگزار شد.

فرماندار رباط کریم:
عملکرد شهردار رباط کریم در راستای عمران، آبادانی، آراستگی شهر و نشاط شهروندی قابل تقدیر است

فرماندار رباط‌کریم گفت: مردم در نظام مقدس جایگاه بالایی دارند و ما در شهرستان رباط‌کریم خدمت به شهروندان را بر اساس نیاز و خواسته آنها پیگری می کنیم. امید احمدی در آیین افتتاح پروژهای عمرانی شهرداری رباط‌کریم گفت: دولت سیزدهم به دنبال رفع محرومیت ها در شهر ها است وهیچ موقع دنبال آغاز پروژه‌های نمایشی نبوده و هدف مسئولان شهرستان هم با اتحاد و همدلی در راستای اجرای عدالت و تقسیم ظرفیت ها و امکانات بر اساس محله محور است تا همه مردم طعم خدمت را بچشند. وی افزود: افتتاح پروژهای عمرانی شهرستان مربوط به روزهای خاص نیست و امروز در رباط‌کریم ما شاهد افتتاح چندین پروژه عمرانی با اعتبار بالغ بر ۷۸۰ میلیارد ریال هستیم و در نخستین گام این افتتاحیه ها، اقدامات موثر شهرداری رباط کریم در راستای عمران، آبادانی، آراستگی شهر و نشاط شهروندی قابل تقدیر است. احمدی بادآور شد: همزمان با افتتاح ها در شهرستان، مجموعه زمین‌های والیبال، اسکیت و سوله های چند منظوره احداث خواهد شد تا تنوع امکانات و ورزش‌های مختلف برای ورزشکاران و علاقمندان در شهر رباط‌کریم گسترش یابد. وی ادامه داد: رویکرد شهردار برای شهر محله محور و شهروند محور است و اقدامات شهرداری در شهر رباط کریم بر اساس خواسته ها و مطالبات مردم پیش می رود.

فرماندار رباط‌کریم ادامه داد: مدیریت فعلی شهرداری رباط‌کریم همواره در خدمت رسانی و توسعه شهر موفق عمل می کند و تدبیر و سیاستگذاری خوب شهردار رباط‌کریم باعث امید افرینی و رضایت در شهروندان شده است.

امام جمعه شهرستان رباط کریم:
شهردار رباط کریم مدیری موفق، با برنامه، سخت کوش و با روحیه جهادی است

حجت‌الاسلام والمسلمین ترابی امام جمعه شهرستان رباط کریم در مراسم افتتاح وکلنگ زنی پروژه‌های عمرانی‌ورزشی شهرداری رباط کریم با تقدیر از حضور حماسی مردم دیار کریمان در انتخابات مجلس گفت: مردم بصیر رباط کریم با حضور ۵۱درصدی در انتخابات در استان تهران نمونه بودند. وی افتتاح پروژه‌های عمرانی ورزشی شهرداری رباط کریم را تداوم بخش شیرینی حضور مردم در انتخابات تعبیر کرد و افزود: خدا را بخاطر داشتن مدیران دلسوز، سختکوش و پرکار شاکریم. امام جمعه رباط کریم در ادامه با بیان اینکه رباط‌کریم تاکنون شهرداری چون دکتر اله‌یاری نداشته، اظهار داشت: اله یاری مدیری است با برنامه و توانمند که ثمرات انتخاب ایشان توسط شورای اسلامی امروز دیده می شود. حجت‌الاسلام والمسلمین ترابی امام جمعه شهرستان رباط کریم در ادامه اله یاری را شهرداری موفق، مدیر با برنامه، سخت کوش و با روحیه جهادی دانست و گفت: در این مدت کوتاه در گوشه گوشه شهر شاهد خدمات عمرانی شهرداری هستیم که باید از ایشان و تیم مجرب و قوی و همچنین همکارانشان تشکر کنیم. حجت الاسلام والمسلمین ترابی در پایان به توزیع عادلانه امکانات در مناطق مختلف شهر به خصوص مناطق کمتربرخوردار پرداخت و ضمن تمجید از همکاری کمیته انطباق فرمانداری و اعضای شورای اسلامی شهر در پیشبرد برنامه ها، از زحمات و تلاش های معاونین، مدیران واحدها، کارکنان و کارگران شهرداری نیز تقدیر و تشکر نمود.

تقدیر رئیس جمهور از صنعت آب و برق خوزستان

اهواز – شـــبنم قجاوند: رئیس جمهور با تقدیر از صنعت آب و برق خوزستان، گفت: تمامی این اقدامات با هدف تامین رفاه و افزایش سطح بهره مندی مردم انجام می شود.

آیت‌الله سید ابراهیم رئیســـی در آیین بهره برداری از طرح‌های صنعت آب و برق خوزستان (۳۲ پروژه شرکت برق منطقه‌ای خوزســـتان) در محل گیت بوستان اهواز بیان کرد: ظرفیت های خدادادی بسیاری در کشور وجود دارد که باید از این ظرفیت ها به خوبی استفاده شود.

وی بر شناسایی و بکارگیری این ظرفیت‌ها در جهت تامین رفاه مردم و همچنین تشخیص اولویت‌ها به عنوان ســه رکن اصلی در کشور تاکید کرد و گفت: مدیریت و بهره وری آب، برق، سوخت و همچنین استفاده بهینه از این منابع همواره مورد تاکید است.

رییس جمهور با تاکید بر اینکه بهره وری و اســـتفاده حداکثری از ظرفیت های موجود باید اولویت دســـتگاه های اجرایی کشور باشد، اظهار کرد: نحوه مدیریت و بهره گیری از نیروی انســـانی، تجهیزات و منابع دستگاه های اجرایی کشور نیز باید بازنگری شود.

آیت‌الله رئیسی همچنین ضمن تقدیر از مجریان ۲۸ طرح در حوزه آب و برق خوزســـتان، گفت: تمامی این اقدامات با هدف تامین رفاه و افزایش سطح بهره مندی مردم انجام می شود.

وی بـــا بیان اینکـــه امیدواریم این طـــرح ها همراه با گشـــایش در زندگی مردم خوب و شهید داده خوزستان باشد افزود: آغاز کار دولت سیزدهم همراه با چالش هایی بود و علاوه بر این نیز اســـتان خوزستان در بخش آب و فاضلاب با مشکلات جدی روبه رو بود.

رییس جمهور با بیان اینکه امروز خوزستان به کارگاه عظیم عمرانی تبدیل شـــده اســـت، گفت: برنامه ریزی گســـترده ای برای کاهش تنش های آبی در خوزستان انجام شده اســـت که با تلاش جهادی این هدف گذاری محقق خواهد شد.

آیت‌الله رئیسی با تاکید بر اینکه هرگونه القای ناامیدی باید دور گذاشـــته شود افزود: مقام معظم رهبری منشاء امید در کشـــور هستند و همه باید با امید به آینده و کار مجاهدانه تلاش کنیم تا گره های کشور باز شود.

وی با تاکید بر اینکه هدف دولت سیزدهم بهره برداری واقعی از طرح ها اســـت ادامه داد: برخی طرح ها که در گذشته به بهره برداری رسیده اند به سرمایه گذاری مجدد نیاز دارند تا به بهره برداری واقعی برسد.

رئیس جمهور با بیان اینکه مسوولان باید تلاش کنند در قضاوت مردم قبول و سربلند باشند تاکید کرد: آنچه اهمیت دارد موفقیت نظام جمهوری اســـلامی است نه اینکه طرح ها در کدام دولت به ثمر رسیده است.

آیت الله رییســـی با بیان اینکه بخشی از نیاز کشور بر اثر نزولات آســـمانی اخیر برطرف شده است ادامه داد: با مهار آب ها به ویژه آب های مرزی می توان کاری کرد که سطح داشته های آبی کشور بیشتر از منابع کنونی باشد.

وی مدیریت آب، برق و ســـوخت را ضرورتی اجتناب ناپذیر دانست و گفت: مدیریت تولید نباید مسوولان را از مدیریت مصرف غافل کند و باید برنامه ریزی‌ها به گونه ای باشد که الگوهای مصرف در کشور نهادینه شود.

رییس دولت سیزدهم افزود: اگر الگوی مصرف حامل های ســـوخت، انرژی و آب در کشور وجود نداشته باشد افزایش تولید حامل های انرژی به تنهایی فایده ای ندارد.

بر اساس این گزارش، در آیین بهره برداری از طرح‌های صنعت آب و برق خوزســـتان ۳۲ پروژه زیرســـاختی و توسعه‌ای شـــرکت برق منطقه‌ای خوزســـتان با ارزش سرمایه‌گذاری ۳۳ هزار و ۸۳۷ میلیارد ریال افتتاح شد.

جهت ارایه خدمات به مسافران در ایام تعطیلات عید؛

تیم‌های راهداری نوروزی در آذربایجان شرقی آماده شدند

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان‌شرقی گفت: تیم‌های راهداری با استقرار در جاده‌های استان آماده ارایه خدمات به مسافران در ایام تعطیلات نوروزی هستند.

اورجعلی علیزاده در رزمایش نوروزی ترافیکی ۱۴۰۳ اســـتان، با اعلام این خبر افزود: در این ایام یک هزار و ۲۰۰ نیرو با بیش از ۸۰۰ دســـتگاه خودرو در قالب تیم های راهداری برای ارایه خدمات به مسافران در جاده های استان مستقر می شوند. وی با بیان اینکه ۷۲ پایگاه و راهدارخانه در جاده های استان برای اسکان اضطراری مسافران نوروزی تجهیز شده است، اظهار کرد: گشت های راهداری نیز با حضور در ۱۳۰ نقطه حادثه آفرین استان اقدامات لازم را برای پیشگیری از بروز حادثه در این نقاط و آشکارسازی آن ها انجام خواهند داد. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان‌شرقی با اشاره به اینکه تعطیلات عید نوروز امسال با ماه مبارک رمضان مقارن شده است، گفت: پیش بینی می شود اغلب سفرهای نوروزی در استان بعد از افطار و اوایل شب انجام

شود بنابراین احتمال بروز ترافیک در این ساعت در جاده ها زیاد است.

علیزاده، ادامه داد: با توجه به تداوم شرایط آب و هوایی زمستانی در سطح استان و وجود برف در گردنه های برفگیر مانند صائین و پیام، ماموریت راهداران در قالب عملیات راهداری زمستانی برای ارایه خدمات به مردم و مسافران تا ۱۵ فروردین سال آینده ادامه خواهد داشت. وی با اشاره به اینکه سرعت رانندگی در این استان نسبت به میانگین کشوری بالا است، یادآور شد: با وجود کاهش تعداد تصادفات جاده ای در ســـطح استان، به علت بالا بودن شدت تصادفات رانندگی، تعداد مرگ و میرهای ناشی از این تصادفات بیشتر است.

علیزاده، با تاکید بر ضرورت کاهش ســـرعت رانندگی در جاده های استان، افزود: امید است رانندگان در ایام تعطیلات نوروزی با رعایت سرعت مطمئنه و قوانین رانندگی از بروز تصادفات جاده ای پیشـــگیری کنند و سفری امن و خاطره انگیز برای خود و خانواده فراهم کنند.

لازم به ذکر اســـت، رزمایش نوروزی ترافیکی ۱۴۰۳ آذربایجان شـــرقی از روز یکشـــنبه ۲۰ اسفند تا ۱۵ فروردین سال آینده در جاده های استان اجرا می شود..

رییس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری یزد خبر داد:

تدارک اجرای ۱۰۶ برنامه بمناسبت فرارسیدن بهار قرآن و طبیعت

یزد– سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ رییس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری یزد ازتدارک اجرای ۱۰۶ برنامه بمناسبت فرارسیدن بهار قرآن و طبیعت تحت عنوان « شاد راه نور» در یزد خبر داد.

" مصطفی زارع زاده " در جمع خبرنگاران با اشاره به تقارن بهار قرآن با بهار طبیعت افزود : ۳۰۰ نفر عوامل اجرایی برنامه‌های «شاد راه نور» هستند که از این تعداد ۱۷۴ هنرمند در موزه زنده فعالیت خواهند داشت.

رییس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری یزد با بیان اینکه با توجه به ماه مبارک رمضان عمده برنامه‌ها در ساعات پس از افطار برگزار خواهد شد خاطر نشان کرد : امسال برخی برنامه‌ها را برای اولین بار در کنار برگزاری با کیفیت‌تر برنامه‌های ســـالهای گذشته ودرخور شأن مردم و میهمانان شهر میراث جهانی یزد خواهیم داشت.

زارع زاده بـــا بیان اینکه این برنامه‌ها بعد از نماز مغرب و عشـــاء به صورت متمرکز در بلوار بســـیج از مدرســـه ملاصدرا تا کتابخانه مرکزی در مســـیر گردشگری " شـــاد راه نور" برپا می‌شود به تشریح عناوین برنامه ها و بعضا توضیح مختصری از نحوه وچگونگی اجرای آنها بشرح ذیل پرداخت :

برگزاری مراســـم روزانه قرآن خوانی‌های مجلســـی، اقامه نماز جماعت در مسجد لرد آسیاب و برگزاری افطاری ساده به کمک خیرین

تدارک ۴۴ اجرای پاتوقی ســـرود در سطح شهر یزد طی این ایام خبر داد و گفت: البته از پارک‌های ســـطح شهر نیز غافل نشـــده‌ایم به طوری که در هشت پارک منتخب شهر شامل پارک‌های بزرگ شهر، آزادشهر، حسن آباد، کوهستان، آزادگان، شاه ابوالقاسم، غدیر و ملل،

پذیرایـــی از مردم در قالـــب برپایی موکب‌ها، برپایـــی غرفه‌های کودک و بازی‌های کودکانه و ایستگاه‌های شهروندی، برگزاری جشنواره نان با محوریت

معرفی نان‌های سنتی یزد

برپایی ایستگاه سلامت با توجه به نرخ بالای برخی بیماری‌ها و بی اطلاعی بسیاری از افراد مبتلا و ارائه مشاوره‌های پزشکی .

معرفی مشاغل و صنایع دستی، قالی بافی و برنامه‌های زورخانه‌ای، معرفی غذاهای ســـنتی یزد، حافظ خوانی و قصه خوانی، مراســـم نمادین عروســـی یزدی‌ها.

راه اندازی موزه زنده بجهت معرفی سبک و شیوه زندگی، مفاخر و مشاغل قدیمی مردم این خطه با حضور ۱۷۴ هنرمند

اجرای برنامه خشت‌زنی با عنوان «خشت و خاطره» و ساخت المان .

اجرای چاووشـــی خوانی ســـنتی و راه اندازی بخش کودک روزنامه‌فروش، مکتب‌خانـــه، حمام قدیمی، آژان‌ها، زندگی روزمـــره یزدیها، بازی‌های بومی، محلی و شخصیت‌های معروف قدیم .

برگزاری جشـــن روزه اولی‌ها در چهارم فروردین ماه و نیز جشن میلاد امام حسن مجتبی(ع) در حســـینیه بزرگ امیرچخماق، برگزاری آیین «دوست دوست علی» .

برنامه یزدگردی در قالب ۱۰۴ شیفت کاری ، برگزاری برنامه‌های گردشگری در قالب معرفی یزد به عنوان «یزد، شهر زندگی و بندگی»، گردشگری نجوم با نصب بالون نجوم در مسجد لرد کیوان و نیز گردشگری روزه اولی های دختر که تاکنون ۲۵۰ نفر ثبت نام کردند که به همراه خانواده خود از اماکن تاریخی و گردشگری بازدید می کنند.

اجرای برنامه های ورزشی در قالب ۶۰ ابربازی، بازیهای رومیزی ، برگزاری جنگ‌های شبانه،انتشار محتواهای فرهنگی تولید شده توسط سازمان فرهنگی شهرداری در مسیر شادراه اعلامی .

به گفته رئیس سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد یکی از علل انتخاب محل بر گزاری را جلوگیری از بروز ترافیک و ازدحام برنامه‌ها در بافت تاریخی دانست و از دیگر اهداف اتخاذ این تصمیم را معرفی مسیرهای جدید گردشـــگری یزد که به زودی کتابی درخصوص آن منتشر خواهد شد اعلام و افزود : در همین راستا مسیر گردشگری ازمیدان امیرچخماق تا محله تاریخی لرد آســـیاب تعریف شده و در این رابطه نیز یکسری بهسازی‌های محلات در مسیر را توسط متولیان نیز شاهد خواهیم بود .

زارع زاده در پایان با اشـــاره به اینکه برنامه های یاد شده از ۲۸ اسفندماه تا هفتم فروردین ماه اجرا می شـــوند اظهار کرد: البته یکسری از برنامه‌ها مانند جشنواره سفره هفت سین در ۲۵ اسفندماه برگزار می شود که اکنون ۵۵ نفر در این جشنواره ثبت‌نام کردند.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان همدان خبر داد:

آماده‌باش ۱۹۰ اکیپ عملیاتی برای تأمین برق انتخابات در استان همدان

همدان – شـــهناز محمدی: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان همـــدان گفت: در روز انتخابات ۶۰۰ نفر نیروی اجرایی و پیمانکاری در قالب ۱۹۰ اکیپ عملیاتی با ۲۲۰ دستگاه خودرو سبک و سنگین مسئولیت تأمین برق مطمئن و پایدار را برعهده دارند.

علی سهرابی بیدار با اشاره به اقدامات انجام شده و آمادگی این شرکت برای برگزاری انتخابات مجلس شورای اسلامی و خبرگان رهبری اظهار کرد: در این راستا در شـــرکت توزیع نیروی برق استان همدان کمیته‌ای با عنوان کمیته راهبری و تأمین برق مطمئن برای شعب اخذ رأی تشکیل و تاکنون سه جلسه تشکیل شده است.

وی با بیان اینکه مانور آماده بکاری ژنراتورهای برق اضطراری مراکز حساس مرتبط با انتخابات نیز طی بهمن ماه انجام شـــد، گفت: انجام هماهنگی‌های لازم بـــرای تأمین ژنراتور برق اضطراری بـــرای ادارات برق مراکز بخش‌ها در ســـطح استان نیز از دیگر اقدامات بوده است. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق اســـتان همدان عنوان کرد: توسط همکاران واحدهای اجرایی نیز بازدید

از شـــبکه‌های توزیع برق شـــامل خطوط و پســـت‌های تغذیه کننده و لوازم اندازه‌گیری شعب اخذ رأی صورت گرفته و تعمیرات مورد نیاز انجام شده است.

وی با اشاره به سرویس روشنایی معابر منتهی به شعب اخذ رأی و مناطق حساس افزود: همچنین تمام واحدهای اجرایی سناریوی تأمین برق مطمئن در شهرستان مربوطه خود را تهیه کرده‌اند و نیروها در آماده‌باش کامل هستند. ســـهرابی بیدار تصریح کرد: در روز انتخابات نیـــز ۵۴۵ نفر نیروی اجرایی و پیمانکاری و ۵۵ نفر نیروی پشـــتیبان در قالب ۱۹۰ اکیپ عملیاتی با ۲۲۰ دستگاه خودرو سبک و سنگین مسئولیت تأمین برق مطمئن و پایدار را برعهده دارند. وی یادآور شـــد: پیمانکاران خط گرم نیز برای رفع مشکلات احتمالی بدون اعمال خاموشی در روز انتخابات آمادگی کامل دارند تا در صورت پیش آمدن مشکل احتمالی سریع نسبت به رفع آن اقدام کنند. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان همدان گفت: این شرکت تمهیدات لازم را برای تأمین برق مطمئن و پایدار در شعب اخذ رأی و فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای برگزاری انتخاباتی پرشور در استان اندیشیده است. وی همچنین با اشاره به شرایط جوی و هوای سرد استان تا پایان هفته خاطرنشان کرد: از شهروندان نیز خواهشمند هستیم با مدیریت مصرف برق و رعایت الگوی مصرف ما را در تأمین انرژی و برق مطمئن و پایدار یاری دهند.

همزمان با روز درختکاری و با کاشت ۵۰ اصله درخت تداوم یافت؛

اقدامات موثر شرکت گاز آذربایجان شرقی در حفظ محیط زیست

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: همزمان با روز درختکاری و با حضور اعضای هیئت مدیره شرکت گاز استان آذربایجان شرقی ۵۰ اصله درخت در اداره گاز منطقه ۴ تبریز کاشته شد. مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شـــرقی با اشاره به عملکرد این شرکت در حوزه حفظ محیط زیست و منابع طبیعی، اظهار کرد: مدیریت آلاینده های هوا، مدیریت کربن، توســـعه فضای سبز، مدیریت سبز، مدیریت پســـاب و مدیریت پسماندها سرفصل اقدامات شرکت گاز استان در حوزه حفظ محیط زیست در سال جاری بوده است.

نادر کمالی، در خصوص توسعه فضای سبز در استان خاطرنشان کرد: کاشت ۵۰ اصله درخت در منطقه ۴ تبریز، ایجاد سیستم آبیاری قطره ای در ایستگاه CGS اهر، تحویل مخازن آب به ادارات کلوانق، مهربان، اهر، هشترود، کلیبر، باسمنج، نگهداری فضای ســـبز ایستگاههای پنج گانه تبریز به تعداد ۱۵۰۰ درخت و ارزیابی توسعه فضای سبز در شهرستان های استان از جمله اقدامات اجرایی سال جاری در این حوزه بوده است. مدیرعامل شرکت گاز آذربایجان شرقی، اضافه کرد: اقدامات موثر این شرکت در حفظ محیط زیست، منجر به اخذ رتبه برتر محیط زیســـت گازهای استانی در ارزیابی HSE ستاد شرکت ملی گاز ایران در ســـال ۱۴۰۲، ثبت اختراع ماده زئولیت در پروژه پژوهشی جهت جذب ماده مرکاپتان برای اولین بار در کشـــور و کســـب امتیاز کامل مدیریت سبز در بین دستگاه های اجرایی استان شده است.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز اعلام کرد؛

اجرای بیش از ۱۳۸ میلیارد تومان پروژه نیرو رسانی در برق تبریز

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز گفت: طی ســـال ۱۴۰۲ بیش از ۹۳۰ پروژه نیرو رسانی با اعتبار ۱۳۸ میلیارد تومان در مناطق تحت پوشش این شرکت اجرا شده است.

عباس حسامی با بیان اینکه برق تبریز افتخار خدمات رسانی به بیش از یک میلیون مشترک را دارد، اظهار کرد: این شرکت دارای ۱۰ هزار کیلومتر شبکه هوایی و زمینی فشـــار ضعیف و ۲۰ کیلوولت و ۸ هزار دستگاه پست و حدود ۲۱۰ هزار چراغ روشنایی است.

وی افزود: بیش از ۹۰ درصد مشـــترکین این شرکت با ۳۴ درصد مصرف انرژی، مشترکین مسکونی و تجاری هستند و بخشی دیگر با حدود ۱۱ هزار مشترک و ۳۴ درصد مصرف انرژی را مشترکین صنعتی تشکیل می‌دهند که بیش از ۹۰ درصد آنها نیز صنایع بخش خصوصی هستند.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز با بیان اینکه در راستای توسعه خدمات و جلب رضایت مشترکان شرکت، طی سال های اخیر اقدامات بسیاری انجام شده است، گفت: تا نیمه نخست اسفندماه سال جاری، ۹۳۰ پروژه نیرو رسانی با اعتبار ۱۳۸ میلیارد تومان در مناطق تحت پوشش برق تبریز با تلاش همکاران اجرا شده است.

حســـامی ادامه داد: بخش وســـیعی از پروژه های نیرو رسانی با ۷۵۹ مورد و اعتبـــار ۱۰۹ میلیارد تومان مربوط به شهرســـتان تبریز بوده و ۹۸ پروژه با اعتبار ۱۰ میلیارد تومان و ۷۳ پروژه با ۱۹ میلیارد تومان به ترتیب مربوط به شهرستان های اسکو و آذرشهر است.

خروج گندم از گلستان فرصت ها را از بین می برد

گرگان– خبرنگار فرصت امروز: امیر یوســـفی رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی گرگان در نشست هم اندیشی با فعالان اقتصادی کارخانجات آرد بیان کرد: یکی از اهداف اتاق بازرگانی این اســـت که پل ارتباطی بین بخش خصوصی و قوه های مجریه ، مقننه و قضاییه می باشد تا بتوان مسائل و مشکلات را در اســـرع وقت اطلاع رسانی کند. وی افزود: صنعت آرد در استان جزو برترین صنایع کشـــور است و به عنوان تامین کننده امنیت غذایی کشور جایگاه ویژه ای دارد. یوسفی گفت:گندم در استان تولید می شود و تبدیل آن به آرد در استان دیگر صورت می گیرد این موضوع باعث شده خیلی از فرصت ها را در داخل استان از دست دهیم. رئیس اتاق بازرگانی گرگان بیان کرد:بحث چند نرخی بودن قیمت آرد مشکلاتی را ایجاد کرده در صورتی که آرد حرف اول را در سبد غذایی کشور می زند. وی گفت:دستگاه های نظارتی باید وظایف خودشان را انجام دهند و لیکن در حین نظارت به مشکلات بخش خصوصی هم توجه شود.

اخبار

پخش برنامه " ماه مهربانی " در ماه مبارک رمضان از شبکه یزد

یزد– سید محمد جواد هرفان‌فر ؛ مدیر نمایندگی ستاد دیه استان یزد از تهیه و تولید و پخش برنامه تلوزیونی ماه مهربانی ویژه برنامه افطار برای نهمین سال متوالی از شبکه یزد خبر داد.

سید مســـعود عظیمی مدیر نمایندگی ستاد دیه استان با اعلام این خبر گفت : برنامه ماه مهربانی ویژه برنامه لحظات افطار در ماه مبارک رمضان هر شب یک ســـاعت قبل از اذان مغرب به صورت زنده بر روی آنتن شبکه یزد خواهد رفت و تهیه کنندگی و اجرای این برنامه به عهده مجری توانمند استان و کشور ، عباس گلرسان خواهد بود . این مقام مسئول در ادامه افزود : این برنامه با ساختاری متفاوت برای نهمین سال متوالی به همت صدا و سیمای مرکز یزد و ستاد مردمی دیه استان با همکاری گروه صنعتی الکتروکویر یزد با محوریت اصلی کمک به آزادی مددجویان نیازمند جرائم غیر عمد و فرهنگ سازی جهت جلوگیری از ورود افراد به زندان تولید به روی آنتن خواهد رفت. عظیمی ضمن تقدیر و تشکر از مدیر کل صدا و سیمای مرکز استان یزد به دلیل حمایت از این برنامه تلویزیونی برای نهمین سال متوالی و پخش این برنامه به صورت زنده لحظاتی قبل از افطار گفت : شعر تیتراژ این برنامه کاری از شاعر مطرح و توانمند استانی ، خانم عالیه محرابی است که این اثر با آهنگ سازی : حسین افروز ، تنظیم : آرش ناصر المعمار و با صدای مجتبی زارع و با توجه به مقارن شدن ماه مبارک رمضان و ایام نوروز این اثر در قالب کاری شاد تهیه گردیده و کارگردانی این برنامه نیز بر عهده دکتر محسن عباسی و محمد جواد دهقان خواهد بود. مدیر نمایندگی ستاد دیه استان یزد با اشاره به اینکه این برنامه سال گذشته طبق ارزیابی ها یکی از موفق ترین برنامه های سیمای مراکز صدا و سیمای کشور بوده است تصریح کرد: تهیه و ساخت کلیه آیتم های این برنامه با حمایت ستاد دیه استان ساخته شده و از جمله آیتم های این برنامه را میتوان به ساخت کلیپ هایی در راستای فرهنگ سازی و جلوگیری از ورود افراد به زندان ، پرونده خوانی که در خصوص جرائم غیر عمد و نحوه بدهکاری های افراد ، حرف دل ، مناجات خوانی و شعر خوانی رمضان و مشارکت مشاغل در آزادی زندانیان جرائم غیر عمد اشاره کرد . عظیمی در ادامه گفت : در تلاش هستیم تا با همت خیرین و نیکوکاران و مردم شریف دارالعباده بتوانیم در این ماه مبارک با پخش این برنامه تلویزیونی و پویش "سهم من صد" تعداد زیادی از محکومین جرائم غیر عمد مالی را از زندانهای استان آزاد و به آغوش خانواده بازگردانیم. این مقام مسئول در ادامه گفت: بنرهایی جهت نصب در استان با محوریت پویش سهم من صد طراحی گردیده است که با مشارکت سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد چاپ و در مکان های پر تردد شهر نصب خواهد گردید. وی با تاکید بر مهمترین هدف ستاد دیه استان یزد در خصوص پیشگیری از ورود مددجویان جرائم غیر عمد به زندان گفت : تلاش مجموعه ستاد دیه فرهنگ سازی و اعتماد سازی در بین مردم است تا جایی که مردم با خیال آسوده به مددجویان جرائم غیر عمد مالی کمک کنند . عظیمی در پایان گفت : روابط عمومی ستاد دیه استان یزد با تلفن ۰۳۵۳۶۲۹۸۲۰۰ پاسخگوی سئوالات مردم در خصوص کمک به آزادی زندانیان جرائم غیر عمد خواهد بود .

مدیر امور مالی و ذیحساب شرکت برق منطقه‌ای خوزستان منصوب شد

اهواز – شبنم قجاوند: با حکم مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان یعقوب دانشی به عنوان مدیر امور مالی و ذیحساب این شرکت منصوب و معارفه شد. در نشستی که با حضور علی اسدی مدیرعامل و مدیران این شرکت، امید احمدی نماینده وزیر مدیرکل امور اقتصاد و دارایی خوزســـتان و ســـید طاهر موسوی راد معاون نظارت مالی و رئیس خزانه معین خوزســـتان برگزار شد، یعقوب دانشی به عنوان مدیر امور مالی و ذیحساب منصوب و از تلاش‌های چندین ساله علی امینی در این مسئولیت قدردانی به عمل آمد و وی به عنوان مشاور مدیرعامل در امور مالی منصوب شد.

از جمله وظایف مدیر امور مالی و ذیحساب شرکت برق منطقه‌ای خوزستان می‌توان به انجام وظایف و اختیارات به عنوان ذیحســـاب وزارت اقتصاد و امور دارائی بر اســـاس قوانین و مقررات مالی و ذیحسابی، نظارت بر حسن اجرای دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها، آیین‌نامه‌های مالی، و سیستم متحدالشکل حسابداری وزارت نیرو و استانداردهای مالی، تعیین و پیشنهاد اهداف اصلی و اساسی مدیریت مالی در چارچوب رسالت شرکت، تهیه صورت‌های مالی میان دوره‌ای و سالیانه جهت ارسال به مدیریت شرکت و مراجع ذیصلاح و همچنین تهیه تراز ماهیانه حساب‌ها و دفاتر قانونی و تنظیم و پیشنهاد بودجه مدیریت مالی و نظارت و تایید درخواست وجوه از خزانه و تنظیم و اجرای تسهیم نقدینگی شرکت در چارچوب بودجه نقدی، اشاره کرد.

در همین رابطه سید رحمت‌الله اکرمی خزانه‌دار کل کشور نیز در حکمی انجام امور ذیحسابی شرکت سهامی برق منطقه‌ای خوزستان را به یعقوب دانشی محول کرده است. بر اساس این گزارش، یعقوب دانشی پیش از این مدیر دفتر مدیریت استراتژیک و بهره‌وری بوده و رئیس اداره رسیدگی به حساب‌ها در امور مالی را نیز در کارنامه دارد. وی همچنین فرمانده پایگاه مقاومت بسیج شرکت برق منطقه‌ای خوزستان است.

معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه جهت مهار التهاب در بازار ورق گرم توصیه کرد:

همه تولیدکنندگان ورق گرم ملزم به عرضه در بورس کالا شوند

اصفهان – لیلا قاسمی: ، در روزهای اخیر، علی‌رغم عرضه حداکثری محصولات فولاد مبارکه در بورس کالا، التهاب زیادی در بازار آزاد محصولات فولادی مشاهده می‌شود که این التهاب ضمن آنکه از انتظارات تورمی فعالان بازار ناشی می‌شـــود، حاصل تأخیر در اتخاذ تصمیمات حیاتی توسط ســـازمان‌ها و نهادهای مرتبط با موضوع است. رضا حیدری، معاون فروش و بازاریابی فولاد مبارکه، در گفت‌وگو با خبرنگار فولاد، تداوم و ثبات در عرضه‌های هفتگی و ماهانه فولاد مبارکه در بورس کالا را علی‌رغم محدودیت‌های انرژی در ســـال جاری قابل‌توجه دانســـت. وی در این زمینه گفت: از تکالیـــف محوله به فولاد مبارکه، رعایت کف عرضه در بورس کالا در کنار تأمین ورق پروژه‌های انتقال آب بوده اســـت که این مهم حاصل تلاش و برنامه‌ریزی برای اســـتفاده از ظرفیت‌های موجود در فولاد مبارکه بوده است. معاون فروش و بازاریابی شـــرکت فولاد مبارکه از شکاف ایجادشده بین قیمت کشف‌شده در بورس کالا و قیمت همان محصولات در بازار آزاد اظهار نگرانی کرد و این موضوع را باعث ایجاد فضای ســـوداگری دانســـت. وی در این خصوص گفت: از چند ماه قبل، شـــرکت فولاد مبارکه با پیش‌بینی این موضوع راهکارهایی برای مدیریت بازار به سازمان‌ها و نهادهای متولی ارائه کرده بود که اجرایی نشد، ولی بازهم علی‌رغم تأخیر در اجرای این راهکارها، بر اجرای فوری آن‌ها تأکید می‌کنیم. وی ضریب بهره‌برداری پایین برخی واحدهای تولید ورق گرم را در این شـــرایط ملتهب، تعجب‌آور و زیان‌بار برشمرد و عدم ایجاد تکلیف برای واحدهای تولیدی به عرضه محصولات در بورس کالا را عامل دیگری در التهاب بازار دانســـت. رضا حیدری با اعلام آمادگی فولاد مبارکه برای واردات هدفمند ورق گرم به کشور گفت: گزارش‌های منتشرشده برای واردات ده‌ماهه مقاطع فولادی از رشـــد چشـــمگیر واردات در سال جاری خبر می‌دهد. انتظار این بود که این واردات به کنترل قیمت‌ها در بازار کمک کند که در عمل این اتفاق نیفتاده اســـت؛ بنابراین درخواست فولاد مبارکه این است که پس از این، در ثبت ســـفارش‌ها دقت بیشـــتری به محل مصرف این محصولات وارداتی شود. در حال حاضر با توجه به تنش‌های آبی موجود در کشـــور اولویت برای واردات ورق‌های موردنیاز پروژه‌های انتقال آب است که به این شیوه، هم اجرای پروژه‌های انتقال آب ســـرعت گیرد و هم فشار بر خطوط تولید فولاد مبارکه کاهش و تولید برای عرضه به سایر مصرف‌کنندگان افزایش می‌یابد.

توزیع تجهیزات آموزشی به ارزش ۲۴۰ میلیارد ریال در مدارس همدان

همدان– مجید ملکیان: مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان همدان گفت: ۲۴۰ میلیارد ریال تجهیزات در ســـالجاری برای مدارس و هنرستانهای اســـتان خریداری و بین آنها توزیع شده است. حمید شیرازیانی اظهار کرد: امروز طی مراســـمی ۶ میلیارد ریال از تجهیزات مدارس همزمان با سراســـر کشور در هنرستان های همدان توزیع شد. وی ادامه داد: در توسعه و تجهیز مدارس همه نواحی در نظر گرفته شده و به صورت عادلانه نسبت به توزیع تجهیزات اقدام شـــده است. این مقام مســـئول گفت: تجهیزات آموزشی و هنرستانی خریداری شـــده شامل تجهیزات تخصصی مطابق با ســـرفصل های دروس از جمله چرخ خیاطی است. مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان همدان با اشـــاره به اقدامات استان در حوزه تهیه و توزیع تجهیزات آموزشی و هنرستانی گفت: در سالجاری تعداد ۱۰۰ دستگاه چرخ خیاطی صنعتی راســـته دوز و ســـردوز به ارزش ۱۷ میلیارد ریال تهیه و در بین هنرســـتان‌های هدف توزیع شد. شیرازیانی یادآور شد: همچنین تجهیزات تخصصی مطابق با سرفصل های دروس مصوب مدارس به ارزش ۴۱ میلیارد ریال خریداری و توزیع شد. وی ادامه داد: سه باب هنرستان با تمامی امکانات و تجهیزات به ارزش ۱۶ میلیارد ریال در هفته دولت تحویل ادارات آموزش و پرورش شده است. مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان همدان اظهار کرد: همچنین ۳۵ باب هنرســـتان تجهیزات خاص به ارزش ۱۷ میلیارد ریال دریافت کردند و در مجموع در سالجاری ۸۸ میلیارد ریال تجهیزات هنرســـتانی تهیه و توزیع شده است. شیرازیانی یادآور شد: مبلغ ۱۵۱ میلیارد ریال خرید و تحویل تجهیزات آموزشی در سال ۱۴۰۲ انجام شده است.

اعمال قانون ۹۷۸۹ مورد تخلف مدیریت دفع ضایعات ساختمانی در اصفهان

اصفهان – فایزه مرادیان: مدیرکل پیشگیری و رفع تخلفات شهری شهرداری اصفهان با اشاره به اقدامات این اداره کل در بخش کنترل دفع ضایعات ساختمانی در سطح شهر همچون تعطیلی کارگاه‌های ایجادکننده سد معبر و پیشگیری از تخلیه مصالح و نخاله در معابر عمومی گفت: در این زمینه ۸۹۹۳ اخطار صادر و ۷۹۶ کارگاه ساختمانی متخلف نیز تعطیل شده است. روح‌الله ابوطالبی اظهار کرد: طی ۱۱ ماه سال جاری برای رفع و پیشگیری از تخلف سد معبر، ۲۳ هزار و ۱۳۰ تذکر و ۷۵۳۵ اخطار صادر و تخلف ۲۳ هزار و ۳۹۴ متصدی صنفی رفع شده است. وی افزود: ۵۷۸۶ اخطاریه با موضوع جلوگیری از نصب تابلوهای غیرمجاز در ۱۱ ماه سال جاری صادر و ۲۴۴۳ مورد نیز رفع تخلف شده است. وی با بیان اینکه طی ۱۱ ماه سال جاری، در بخش کنترل ساختمان در راستای جلوگیری از ادامه فعالیت و تعطیلی کارگاه‌های ساختمانی متخلف یا بدون مجوز و پروانه از ۲۴۹ مورد احداث زمین بایر جلوگیری شـــده است، افزود: در این مدت از افزایش طبقات ۸۵۳ ساختمان، تعمیرات داخلی غیرمجاز ۳۵۹۰ ساختمان، تبدیل وضعیت ۷۵۷ ساختمان و فعالیت ۱۴ هزار و ۵۳۶ کارگاه ساختمانی متخلف نیز جلوگیری شده است. مدیرکل پیشگیری و رفع تخلفات شهری شهرداری اصفهان تصریح کرد: طی ۱۱ ماه سال جاری، در راستای اجرای ماده ۱۱۰ قانون شـــهرداری‌ها، ۱۱۶۴ رأی در این کلان‌شـــهر اجرا شده است. او با اشاره به اقدامات مدیریت پیشگیری و رفع تخلفات شهری در بخش کنترل دفع ضایعات ساختمانی در سطح شهر همچون تعطیلی کارگاه‌های ایجادکننده سد معبر و پیشگیری از تخلیه مصالح و نخاله در معابر عمومی اظهار کرد: در این زمینه ۸۹۹۳ اخطار صادر و ۷۹۶ کارگاه ساختمانی متخلف نیز تعطیل شده است.

آمادگی شهرداری گرگان جهت مدیریت حوادث احتمالی چهارشنبه سوری

گرگان– خبرنگار فرصت امروز: معاون محیط زیست و خدمات شهری از برنامه ریزی و آماده باش کامل شهرداری گرگان جهت رفع مخاطرات احتمالی مراسم چهارشنبه سوری خبر داد و در این خصوص اظهار داشت:جلسه هماهنگی و هم اندیشی در خصوص پیشگیری از حوادث احتمالی چهارشنبه آخر سال با حضور دستگاه‌های مرتبط خدمات رسان و واحدهای عملیاتی شهرداری در محل دفتر معاونت محیط زیست و خدمات شهری برگزار گردید.وی ادامه داد: با توجه به تجربیات سنوات گذشته تمهیدات لازم جهت آمادگی در برابر حوادث احتمالی به کلیه واحدهای عملیاتی ابلاغ شـــد.وی افزود: سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی با هدف آموزش و ارتقاء سطح ایمنی شهروندان و دانش آموزان با شعار گرگان ، شهر ایمن ،راه اندازی اتوبوس ایمنی و نشاط وپویش نه به چهارشنبه سوزی خطرناک را در راستای شعار کشوری "چهارشنبه سوری ایمن در کنار خانواده" اقدام نموده اســـت و تلاش شده از نقش پررنگ خانواده جهت مدیریت ایام پایانی سال بهره لازم برده شود.سالاری همچنین گفت:کلیه همکاران عملیاتی اعم از نواحی خدمات شهری و پیمانکاران خدمات شهری و فضای سبز از ساعت ۱۸ مورخ ۲۲ اسفند تا ساعت ۱ بامداد روز چهارشنبه در آماده باش کامل خواهند بود.در این جلسه نمایندگان ، انتظامی، پلیس راهور، هلال احمر و اورژانس و مرکز بهداشت نیز از آماده باش دستگاه‌های متبوع خود خبر دادند.گفتنی است، ۱۲ تانکرهای آبرسان در مکان های از پیش تعیین شده مستقر می شوند تا خدمات رسانی در کوتاه ترین زمان صورت پذیرد.

تقدیر شهردار گرگان از غساله های زحمتکش امامزاده عبدالله (ع)

گرگان– خبرنگار فرصت امروز: طی مراســـمی با حضور سیدمحمدرضا سیدالنگی شهردار، حجت الاسلام عموزاد مدیر آرامستان امامزاده عبدالله (ع) و سکینه مسگر مدیر روابط عمومی شهرداری گرگان از خانم ها «بنین ملک» و «حلیمه کاووسی» دو بانوی غساله که به تازگی به درجه بازنشستگی نائل آمدند تقدیر شد.مهندس سیدالنگی در مراسم تقدیر گفت: جهادگران غسال یکی از سخت‌ترین وظایف را در روزهای پرالتهاب شیوع کرونا بر عهده داشتند و تن بی‌جان متوفیان ناشی از بیماری کرونا را غسل و تدفین می‌کردند.وی ادامه داد: در روزهایی که نزدیک ترین افراد به متوفی جرأت نزدیک شدن به قبر عزیزش را ندارد، این عزیزان بی ادعا قهرمانان گمنامی هستند که حتی برخی نزدیکانشان هم از فداکاری‌هایشان بی‌خبرند ولی در صف مقدم مبارزه با کرونا، بار سنگینی را از دوش جامعه می‌کاهند.حجت الاسلام عموزاد نیز گفت: این جهادگران در گرمای شدید و هوای نامساعد، صادقانه و بدون کوچک‌ترین چشمداشتی این امر خیر را انجام دادند که باید قدردان این عزیزان باشیم.

یک داستان خوب چه بخش‌هایی دارد؟

تکنیک‌های داستان‌سرایی برای بازاریاب‌ها

نویسنده: علی آل‌علی

بازاریابی بدون استفاده از داستان‌های جذاب مثل بیابانی بی‌آب و علف است که حتی یک نفر هم در آن دوام نمی‌آورد. به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ دست کم یک داستان حیرت‌انگیز برای مشتریان آماده کرده‌اند. به طوری که در همان اولین برخورد هوش از کله هر مشتری می‌پرد. شما را نمی‌دانم، ولی من که وقتی با یک داستان عالی در حوزه بازاریابی رو به رو می‌شوم، دیگر هیچ برندی به چشمم نخواهد آمد. این دقیقا همان نتیجه رویایی است که بازاریاب‌ها را به سوی دنیای خیال‌انگیز داستان‌ها می‌کشاند.

اجازه دهید کمی بحث‌مان را با بدبینی جلو ببریم و عینک شکاکیت به چشم بزنیم. اصلا بر فرض که داستان‌های جذاب برای همه مردم دنیا بی‌نهایت مهم هستند؛ چطور باید از آن در عرصه مارکتینگ استفاده کرد؟ از همه مهمتر، یک داستان عالی در حوزه بازاریابی چه ویژگی‌هایی دارد؟ هرچه باشد ما که رمان‌نویس نیستیم. پس قبل از اینکه با داستان‌های من‌درآوردی حسابی حوصله مشتریان را سر ببریم، باید یک دستورالعمل اساسی پیدا کنیم.

چالش بالا احتمالا برای هر بازاریابی آشناست. درست به همین خاطر ما در این مقاله سراغ تکنیک‌هایی برای داستان‌سرایی رفته‌ایم که کاملا به درد بازاریاب‌ها بخورد. اگر تا حالا بارها و بارها این سوال که «یک داستان خوب برای بازاریابی چه ویژگی‌هایی دارد؟» در سرتان رژه رفته، حالا دیگر وقت پیدا کردن یک جواب اساسی برای آن است. ما در ادامه علاوه بر اینکه تکنیک‌های حرفه‌ای برای داستان‌سرایی را مرور می‌کنیم، به سوال بالا هم جواب خواهیم داد. خب اگر آماده هستید، ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

داستان‌سرایی در مارکتینگ: تعریفی برای شروع کار

قبل از اینکه سراغ اصل مطلب برویم، بد نیست بحث‌مان را با یک نکته مهم شروع کنیم: اصلا داستان‌سرایی در بازاریابی چیست؟

شاید فکر کنید ترکیب داستان‌سرایی با مارکتینگ نیاز به ساعت‌ها توضیح و تفسیر داشته باشد. خب در این صورت استراتژی ما حسابی غافلگیرتان خواهد کرد؛ چراکه ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با پیچیده کردن مسائل نداریم. بر این اساس داستان‌سرایی در بازاریابی به فرآیند بیان پیام‌های موردنظر یک برند در قالب ترکیبی از فکت‌ها و روایت‌های خیالی گفته می‌شود. البته منظور ما از روایت‌های خیالی هیچ ربطی به فیلم‌های علمی- تخیلی ندارد. در عوض همه چیز در ارتباط با دعوت از مشتریان برای کمی رویاپردازی جریان دارد. ماجرا جالب شد، نه؟

یکی از ساده‌ترین مثال‌ها درباره داستان‌سرایی مربوط به برند نایک است. این برند در همه داستان‌هایی که جلوی مشتریانش قرار می‌دهد، یک پیام اساسی دارد: بهانه‌ها را کنار گذاشته و ورزش کنید. حالا این پیام کلیدی با ترکیبی از سرگذشت ورزشکاران بزرگ ترکیب می‌شود. نتیجه کار هم کاملا مشخص است و نیازی به تعریف ندارد.

اجزای یک داستان بازاریابی

بعد از اینکه یک تعریف ساده درباره ترکیب داستان‌سرایی و بازاریابی پیدا کردیم، نوبتی هم باشد باید سری به اجزای یک داستان مناسب بزنیم. بعضی‌ها فکر می‌کنند همین که یک داستان معمولی را سرهم کنند، دیگر مشتریان باید همه جوره هوای‌شان را داشته باشند. امیدوارم شما اینطور فکر نکنید؛ چراکه نتیجه این کار چیزی به غیر از شکست نخواهد بود. پس با ما همراه باشید تا اجزای یک داستان استاندارد را با هم مرور کنیم:

• منحصر به فرد بودن: داستانی که شما برای مشتریان آماده می‌کنید، نباید قبلا جایی شنیده شده باشد. به زبان خودمانی، کپی‌برداری از روی بقیه برندها مطلقا ممنوع است؛ چراکه مشتریان خیلی زود متوجه تقلب‌تان شده و اصلا روی خوش به کارتان نشان نخواهند داد. در عوض سعی کنید کمی از ارزش‌های برند و همینطور خلاقیت خودتان بهره بگیرید.

• ادامه‌دار بودن: داستان‌ها نباید یکهو تمام شوند. چه بسا مشتریان استقبال خوبی از داستان‌تان کردند و نیاز به قسمت‌های بعدی برای داستان پیدا کردید. آن وقت اگر به خوبی کارتان را جلو نبرید، خیلی زود با مشکل رو به رو خواهید شد.

• ارزشمندی: آیا داستان شما برای مشتریان ارزش دارد؟ وقتی درباره ارزش یک داستان برای مشتریان حرف می‌زنیم، مزیت نهایی یا همان سودی که دستگیر مشتری می‌شود را مد نظر داریم. پس اگر داستان‌تان هیچ سودی برای مشتریان ندارد، باید کاملا بی‌خیالش شوید.

• جزییات فراوان: داستان‌هایی که یک خط مستقیم و قابل پیش‌بینی دارند، هیچ وقت برای مشتریان جذاب نخواهند بود. یادتان باشد شما باید طوری مشتریان را جذب کنید که حتی یک لحظه هم فکر کنار گذاشتن برندتان را نکنند. پس چه بهتر که این کار را با جزییات تمام انجام دهید. خب هرچه جزییات یک داستان بیشتر باشد، پیش‌بینی‌اش هم سخت‌تر می‌شود، مگر نه؟

• اندازه داستان: آیا شما دنبال یک داستان کوتاه هستید یا قصد دارید مشتریان را کل سال با قسمت‌های مختلف داستان سرگرم کنید؟ جواب این سوال نقش مهمی در روند داستان‌تان خواهد داشت. توصیه ما در روزنامه فرصت امروز خداحافظی با داستان‌های یک قسمتی است. در عین حال اگر داستان‌تان خیلی طولانی شود، عملا سیر داستان از دست همه در خواهد رفت. پس همیشه تعادل را رعایت کنید.

• قابل ارزیابی بودن: داستان‌هایی که هیچ متر و معیاری به مخاطب برای ارزیابی اوضاع نمی‌دهند، همیشه خطرناک هستند. چه بسا بازاریاب‌هایی که کارشان را با دقت تمام انجام می‌دهند، فقط به خاطر اینکه دلیل و مدرک کافی تحویل مخاطب ندادند کارشان به شکست بکشد. پس از همان اول کار حواس‌تان را کاملا جمع کنید تا بعدا با مشکلات فراوان رو به رو نشوید.

• محتوای آموزشی: داستان‌ها فقط نباید باعث سرگرمی مخاطب شود. اگر قرار بود مردم با داستان‌های حوزه بازاریابی سرگرم شوند، بی‌شک سریال‌های تلویزیونی گزینه‌های جذاب‌تری بودند. نکته مهم در این میان اهمیت یاد دادن نکات کلیدی به مشتریان است. مثلا اگر در حوزه تولید لباس فعالیت دارید، تکنیک‌هایی برای نگهداری بهتر از لباس‌ها همیشه داستان‌تان را جذاب خواهد کرد.

• سازماندهی درست: داستان‌ها باید یک مقدمه، ماجرای اصلی و پایان‌بندی درست داشته باشند. وگرنه هیچ وقت در یادها نخواهند ماند. خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها این ترکیب طلایی را رعایت نمی‌کنند. دقیقا به همین خاطر هم داستان‌شان با شکست‌های زیادی رو به رو می‌شود. پس اگر دوست دارید کارتان کمی متفاوت به نظر برسد، دستی به سر و گوش ترتیب ماجراها بکشید. اینطوری حداقل مخاطب با مطالعه داستان‌تان گیج نخواهد شد!

چرا برندها سراغ داستان می‌روند: واکاوی یک نکته کلیدی!

تا اینجای کار ما با ویژگی‌های یک داستان استاندارد آشنا شدیم و قبل از آن تعریفی خودمانی هم به دست آوردیم. حالا وقت آن است که به سوالی قدیمی جواب دهیم: اصلا چرا برندها سراغ داستان‌های بازاریابی می‌روند؟

بی‌شک یک بازاریاب پرحرف می‌تواند تا صبح درباره مزایای داستان‌سرایی حرف بزند اما وقت شما برای ما خیلی باارزش‌تر از این حرف‌هاست. به همین خاطر ما بحث‌مان را در دو نکته خلاصه می‌کنیم.

نکته اول مربوط به توانایی خارق‌العاده ذهن انسان در یادآوری سریع داستان هاست. شاید شما درس‌های دوره کنکورتان را فورا فراموش کنید اما داستان‌های شکسپیر، حتی بعد از ۲۰ سال، بازهم مثل روز اول در ذهن‌تان باقی خواهد ماند. چنین نکته‌ای درباره ماجراهای خوش دوران کودکی یا جوانی هم مصداق دارد. البته این ویژگی شامل حال داستان‌های به درد نخور نمی‌شود. پس الکی دل‌تان را صابون نزنید و در عوض به فکر طراحی داستانی استاندارد باشید!

نکته دومی که مهمتر به نظر می‌رسد، توانایی داستان‌ها برای ترغیب مردم به سوی اقداماتی خاص است. بی‌شک اگر شما صبح تا شب از مشتریان بخواهید سری به فروشگاه‌تان بزنند، کمتر کسی روی خوش به درخواست‌تان نشان خواهد داد. حالا کافی است داستانی جذاب درباره برندتان بسازید و آن را در شبکه‌های اجتماعی پروموت کنید و آن وقت خیلی زود سر و کله یک عالمه مشتری کنجکاو پیدا خواهد شد. به طوری که حتی فرصت سر خاراندن هم نداشته باشید.

اگر فکر می‌کنید ادعای ما درباره مزایای داستان‌سرایی در عرصه بازاریابی خیلی عجیب است، کافی است آستین‌ها را بالا زده و وارد گود شوید. البته اینجا خبری از کشتی گرفتن با دیگران نیست. بلکه باید به یک سوال ساده جواب دهید: چند تا از داستان‌هایی که قبلا خوانده‌اید، هنوز مثل روز اول در ذهن‌تان هست؟ فکر می‌کنم خیلی زود با جواب این سوال حیرت‌زده شوید؛ چراکه داستان‌ها به همین راحتی از ذهن آدم پاک نمی‌شود؛ به ویژه داستان‌های خوب!

تکنیک‌های داستان‌سرایی برای بازاریاب‌ها

امیدوارم تا اینجای کار خیلی حوصله‌تان سر نرفته باشد؛ چراکه حالا نوبت اصل ماجراست. خب انتظار ندارید که ما همین طور یکهو شما را در دل جنگل داستان‌سرایی رها کنیم؟ حالا هر آنچه لازم بوده برای آشنایی با داستان‌سرایی در دنیای بازاریابی را یاد گرفته‌اید. فقط مانده چند تا تکنیک کلیدی تا دیگر مو لای درز کارتان نرود. خب اجازه دهید بدون هیچ اتلاف وقتی بحث‌مان را شروع کنیم.

شناخت مخاطب هدف

قبل از اینکه داستان برندتان را روی دایره ریخته و از آن برای بازاریابی استفاده کنید، باید به ویژگی مخاطب‌تان توجه کنید. مثلا اگر شما یک برند تولید اکسسوری و پوشاک لوکس هستید، احتمالا مشتریانی که اول از همه سراغ قیمت می‌روند، مخاطب‌تان نخواهند بود. به علاوه، باید میانگین سنی و سلیقه مشتریان وفادارتان را هم مدنظر داشته باشید. فقط در این صورت داستانی جذاب و احتمالا تاثیرگذار برای مشتریان مشابه طراحی خواهید کرد.

اشتباهی که خیلی از بازاریاب‌ها به سادگی مرتکب آن می‌شوند، اشتباه گرفتن مخاطب‌ها با هم است. مثلا اگر از روی دست اپل کپی‌برداری کنید، احتمالا مشتریان دلخواه این برند پایه و اساس طراحی داستان‌تان خواهند بود. حالا اگر حوزه کاری‌تان چیزی به غیر از حوزه گوشی‌های هوشمند باشد، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها آنقدر سرگرم کپی‌برداری از روی دست برندهای بزرگ هستند که اصلا به اصل ماجرا توجه نمی‌کنند. پس به جای اینکه همین طور بی‌مقدمه سراغ تجربه برندهای بزرگ بروید، کمی هم درباره مشتریان‌تان فکر کنید. قول می‌دهم داستان نهایی‌تان با این دست فرمان بی‌نهایت جذاب‌تر شود.

استفاده از احساسات

داستانی که مخاطب را از نظر احساسی درگیر نکند، احتمالا نصفه و نیمه رها خواهد شد؛ چراکه کمتر کسی در دنیا حوصله داستان‌های معمولی را دارد. البته شما نباید فقط روی یک احساس سرمایه‌گذاری کنید؛ چراکه داستان‌ها هم مثل زندگی آدم‌ها فراز و فرود زیادی دارند. پس سعی کنید کارتان مجموعه‌ای از احساسات مختلف باشد. اینطوری دامنه وسیع‌تری از مردم به داستان‌تان جذب می‌شوند.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم احساسات مختلف واکنش‌های متفاوتی در بین مشتریان برمی‌انگیزد. با این حال وقتی سراغ خشم می‌روید، باید حواس‌تان حسابی جمع باشد؛ چراکه بازی با آتش عواقب خاص خودش را دارد. باور کنید یا نه، عصبانی کردن مشتریان اصلا ایده جالبی نیست. بنابراین اگر داستان‌تان را با تم خشم طراحی می‌کنید، باید حواس‌تان باشد یکهو مشتریان را از همه چیز عصبانی نکنید؛ چراکه در این صورت نه داستان‌تان در امان خواهد بود، نه کمپین بازاریابی‌تان!

فرمول طلایی ما برای شما استفاده از احساساتی مثل شادی، غم و همدردی است. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر شده و احتمالا داستان بهتری هم خواهید داشت. به علاوه، کمی مطالعه رمان‌های گوناگون در طول روز هم ایده بدی نخواهد بود. اشتباه نکنید، کار شما اصلا شباهتی به نویسنده‌های بزرگ ندارد اما بد نیست دنبال سرنخ‌های جذاب در داستان‌های مختلف بگردید. حداقل با چنین کاری علاوه بر یک تفریح جذاب، ایده‌های مفت و مجانی هم به پست‌تان خواهد خورد.

یادتان باشد استفاده از احساسات در داستان برند نباید زیادی از حد باشد. وگرنه معجونی بی‌نهایت شور در اختیار مخاطب قرار می‌دهید که حتی دوستداران دنیای ادبیات را هم ناامید می‌کند.

توصیف دقیق موقعیت‌ها

نویسنده‌های بزرگ مهارت خیره‌کننده‌ای برای توصیف جزییات دارند. انگار که همه چیز در داستان آنها دست به دست هم می‌دهد تا بهترین صحنه‌های ممکن خلق شوند. این وسط هم خواننده بابت مطالعه جزییات حسابی سر ذوق می‌آید. قبول دارم چنین کاری اصلا راحت نیست، اما شما باید تا جای ممکن سعی‌تان را بکنید. یکی از بهترین تکنیک‌ها برای توصیف دقیق موقعیت‌ها شامل استفاده از مثال‌های دم دستی است. پس به جای اینکه داستانی خشک پیش روی مخاطب قرار دهید، با انواع مثال‌ها کار را راحت کنید. اینطوری دیگر خبری از اعتراض‌های پشت سر هم مشتریان نخواهد بود.

یادتان باشد استفاده از مثال‌های متنوع نباید هرگز تکراری شود. همانطور که بهترین غذای دنیا هم با نمک اضافی حسابی بدمزه می‌شود، داستان‌های پر از مثال‌های پشت سر هم نیز چنگی به دل نخواهد زد. پس سعی کنید در کارتان زیاده‌روی نکنید.

تکنیک بعدی که باید به خوبی رعایت کنید، مربوط به استفاده از تصاویر و ویدئوها در فرآیند داستان‌سرایی است. بی‌شک حالا دیگر مثل چندین دهه قبل نیست که مردم با یک داستان معمولی جذب برندتان شوند. در عوض باید نهایت استفاده از محتوای بصری را بکنید؛ چراکه چنین محتوایی کمک شایانی به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان می‌کند. به علاوه، با این دست فرمان دیگر لازم نیست خودتان را برای ترسیم موقعیت‌های مختلف به دردسر بیندازید.

استفاده از تکنولوژی‌های تازه نکته‌ای است که هر بازاریابی باید مد نظر داشته باشد. وگرنه خیلی زود داستان‌تان جذابیتش را از دست داده و دیگر نمی‌توانید موقعیت‌تان در بازار را تثبیت کنید. از آنجایی که تولید محتوای ویدئویی یکی از راحت‌ترین کارها برای هر بازاریابی محسوب می‌شود، شما باید در این زمینه کمی دست بجنبانید. خب هرچه باشد داستانی که در قالب فرمت ویدئو بیان شود، جذابیت خیلی بیشتری خواهد داشت، مگر نه؟

دعوت مخاطب به عمل

هدف نهایی هر فعالیتی در دنیای کسب و کار کسب سودهای بالاست. پس اگر فکر کرده‌اید داستان برندتان باید فقط جنبه سرگرم‌کننده داشته باشد، سخت دراشتباهید. هرچه باشد نویسنده‌های بزرگ هم انتظار فروش بالایی برای هر داستان‌شان دارند. پس طبیعی است که بازاریاب‌ها هم حواس‌شان به اوضاع مالی داستان باشد. فرمول ما برای این مسئله استفاده از دعوت به عمل (Call to Action) برای کسب و کارتان است. وقتی یک داستان بازاریابی این بخش را داشته باشد، مشتریان با شنیدنش وسوسه خواهند شد. حالا فرقی ندارد دعوت موردنظر برای خرید محصولات باشد یا کارهای دیگر، در هر صورت مشاهده نتیجه بخشی کار حسابی همه را سر ذوق خواهد آورد.

یادتان باشد مشتریان همینطور الکی در بازار دست به خرید یا حتی اقدامات کوچک نمی‌زنند. به همین خاطر باید قبل از هر کاری مزایای پیشنهادتان را مرور کنید. آیا واقعا پیشنهاد شما به درد مشتریان می‌خورد؟ این سوالی است که خیلی از بازاریاب‌ها هیچ جوابی برای آن ندارند. دقیقا به همین خاطر کمپین‌شان کمتر روی موفقیت را خواهد دید.

اجازه دهید بحث‌مان را با یک مثال کلیدی جلو ببریم. فرض کنید شما یک برند تولید لوازم‌التحریر دارید. در این صورت برای ترغیب مشتریان به خرید باید مزایای محصولات‌تان در مقایسه با غول‌هایی مثل استدلر را به روشنی بیان کنید. به علاوه، اگر فرآیند خرید برای مشتریان خیلی سخت باشد، کمتر کسی به پیشنهادتان گوش خواهد داد. پس به جای اینکه الکی کار را سخت کنید، همه چیز را به ساده‌ترین شکل ممکن جلو ببرید. وگرنه خیلی زود اوضاع‌تان در بازار به هم ریخته و دیگر نمی‌توانید اوضاع را مدیریت کنید. معمولا برندهای تازه کار که داستان‌های جذابی برای مشتریان طراحی می‌کنند، وقتی نوبت به ساده‌سازی فرآیند خرید می‌رسد، همه چیز را فراموش خواهند کرد. انگار که انرژی بازاریاب‌ها سر داستان‌سرایی تمام شده و دیگر به کارهای جانبی نمی‌رسند. امیدوارم دست کم شما چنین عادتی نداشته باشید؛ چراکه مشتریان بدون امکانات ساده برای خرید محصولات هیچ وقت به آن روی خوش نشان نخواهند داد. درست به همین خاطر اگر حواس‌تان را جمع نکنید، خیلی زود حاصل تمام تلاش‌تان بر باد می‌رود.

جلب مشارکت مشتریان

چه کسی گفته داستان یک برند باید روند یکسانی داشته باشد؟ خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها فکر می‌کنند همیشه باید ایده‌های خودشان را تحویل مشتریان دهند. نکته جالب اینکه گاهی اوقات مشتریان ایده‌های بی‌نهایت بهتری برای شما خواهند داشت. پس اگر دوست دارید کارتان را بهتر از هر زمان دیگری دنبال کنید، باید کمی میدان عمل مشتریان را وسیع‌تر در نظر بگیرید. ماجرا سخت شد، نه؟

وقتی درباره مشارکت مشتریان در فرآیند داستان‌سرایی حرف می‌زنیم، ایده عجیبی مد نظرمان نیست. همین که مشتریان امکان به اشتراک گذاشتن نظرات و پیشنهادشان با بازاریاب‌ها را داشته باشد، به اندازه کافی قانع‌کننده خواهد بود. پس به جای اینکه کارتان را بی‌خودی سخت کنید، کمی حواس‌تان را به دور و بر دهید. قول می‌دهم بعضی از ایده‌های مشتریان طوری شگفت‌زده‌تان کند که حتی فکرش را هم نمی‌کردید.

یادتان باشد کمک گرفتن از دیگران هیچ وقت ایده بدی نیست. خیلی از بازاریاب‌ها در طول زمان خودشان را در بن بست‌های مختلف پیدا می‌کنند. به طوری که حتی بهترین داستان‌های‌شان را هم نیمه‌کاره رها کرده و دنبال کارهای تازه می‌روند. در چنین شرایطی استفاده از کمک دیگران شاید عجیب یا حتی غیرمنطقی به نظر برسد اما میانبر بی‌نهایت سریعی برای رسیدن به موفقیت محسوب خواهد شد. پس منتظر چه هستید؟ از این به بعد وقتی دنبال داستان‌سرایی در حوزه بازاریابی بودید، کمی هم به نظرات بقیه گوش دهید.

بی‌شک داستان‌سرایی برای هر بازاریابی یک چالش مهم محسوب می‌شود. با این حال شما نباید خودتان را دست‌کم گرفته یا با استرس زیادی کار را سخت کنید. فقط کافی است تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله را به خوبی دنبال کرده تا کارتان روی روال بیفتد؛ همین و بس.

منابع:

https://www.entrepreneur.com/growing-powerful-brand-storytelling--۶/a-business ۴۴۶۰۳۵/tips-for-marketers

https://www.productmarketingalliance.com/the-what-why-and-how-of-/storytelling

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

سه‌شنبه | ۲۲ اسفند ۱۴۰۲ | شماره ۲۴۳۶ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: ریحان

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR