روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۶ مهر
۱۳۹۹

Sun.27 Sep 2020
۹ صفر ۱۴۴۲ - سال ششم
شماره ۱۶۳۳-۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

چرا رکوردشکنی عرضه در سامانه نیما نتوانست جلوی افزایش قیمت ارز را بگیرد؟

یک گام تا دلار ۳۰ هزار تومانی

فرصت امروز: قیمت دلار در چند هفته گذشته بار دیگر با افزایش قیمت مواجه شد و روز گذشته در پنجمین روز مهرماه به کانال ۲۹ هزار تومان رسید...

۴

یادداشت

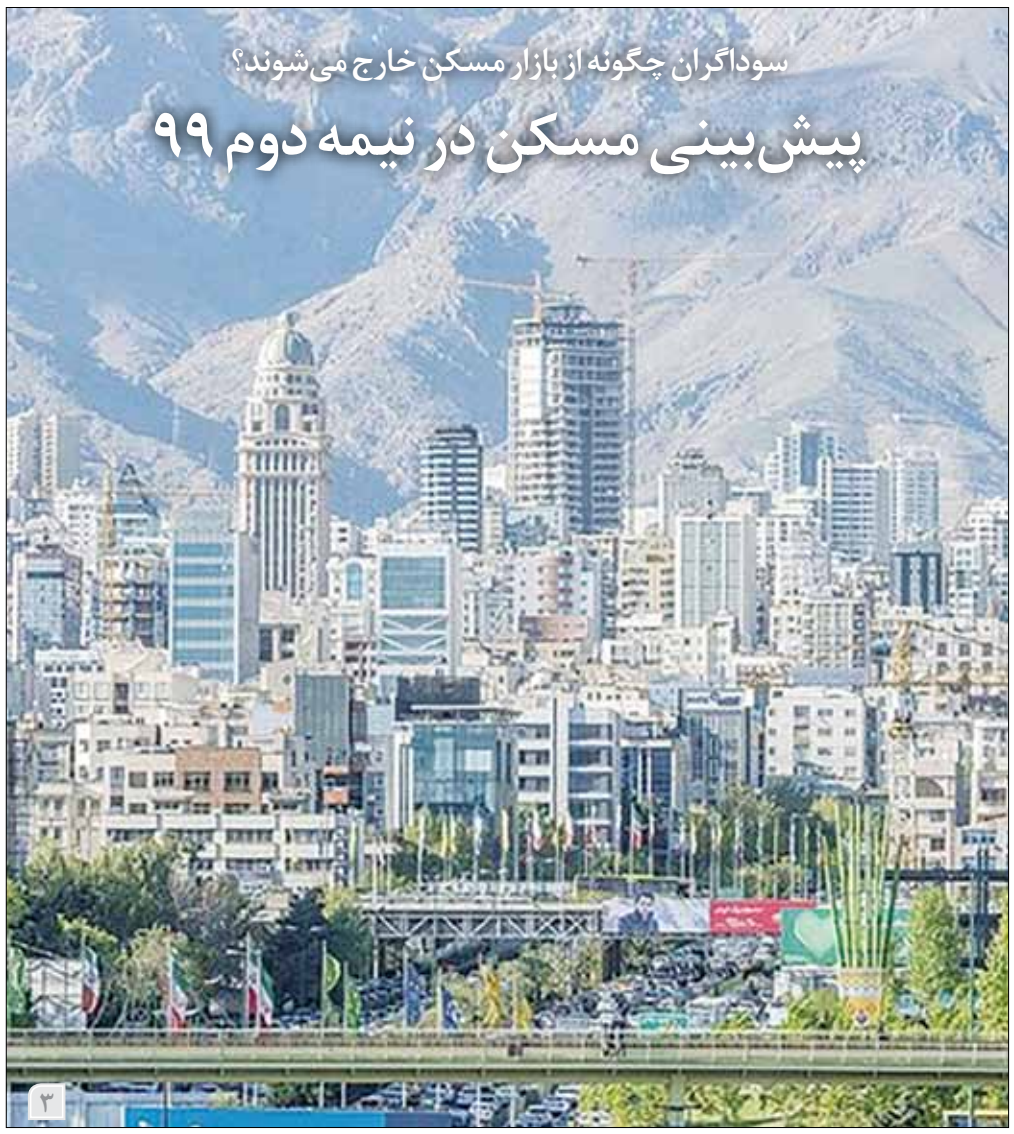
قطب‌بندی خیر و شر درباره همکاری ایران و چین

حسین واله
سفیر اسبق ایران در الجزایر

قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین از زاویه‌های مختلفی قابل بررسی است. درباره علت مناقشه‌ها درباره این قرارداد باید گفت که تنوع خاستگاه این علت‌ها باعث اغتشاش ذهنی در فضای سیاسی کشور شده است. سه علت متضاد را می‌توان تشخیص داد: قطب‌بندی سیاسی داخل کشور، وفاداری به شعارهای نخستین انقلاب اسلامی و دغدغه‌های مربوط به منافع ملی.

قطب‌بندی اپوزیسیون/پوزیسیون در سیاست داخلی طی دور دوم ریاست‌جمهوری روحانی رو به تشدید گذاشته است. شدت گرفتن این قطب‌بندی سبب می‌شود دو طرف آن در موضوع‌های سیاست فارغ از ماهیت موضوع و صرفا براساس موضع قطب مقابل تصمیم بگیرند؛ هر اقدام حکومت از نظر اپوزیسیون غلط است و بالعکس. این وضعیت البته ناشی از کاهش اعتماد اجتماعی است و منشأ عبور از مخالفت به عناد و سپس درگیری و سرکوب می‌شود. ریشه کاهش...

۳



سوداگران چگونه از بازار مسکن خارج می‌شوند؟

پیش‌بینی مسکن در نیمه دوم ۹۹

۳

هزینه کدام دهک‌ها به طور قابل توجهی بالا رفت؟

جغرافیای تورم در شهریورماه

فرصت امروز: طبق اعلام مرکز آمار ایران، نرخ تورم سالانه شهریورماه با افزایش ۲درصدی به ۲۶درصد رسید. این در حالی است که نرخ تورم نقطه‌ای در این ماه برای خانوارهای شهری ۳۴,۵ درصد است که نسبت به ماه قبل ۳,۹ واحد درصد افزایش داشته است. نرخ تورم نقطه‌ای برای خانوارهای روستایی نیز ۳۴,۱ درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۴,۵ واحد درصد افزایش داشته است. در این بین، هرمزگان با نرخ تورم ۳۱,۴ درصدی گران‌ترین و آذربایجان غربی با ثبت تورم ۲۱,۵ درصدی ارزان‌ترین استان‌ها در یک سال منتهی به شهریور ۹۹ بودند. همچنین در شهریورماه امسال، دهک دهم با افزایش ۴۴ درصدی هزینه‌های خود نسبت به پارسال مواجه...

۳

آیا الگوی سوسیالیسم چین می‌تواند به مثابه یک گفتمان توسعه در ایران مطرح باشد؟

مختصات الگوی چینی توسعه

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- تصمیم‌گیری گروهی بهتر با ۶ راهکار ساده
- برای موفقیت چی بخوانیم و چگونه بخوانیم؟
- چگونه برای بازنشستگی آماده شویم؟
- تاثیر کرونا بر صنعت گیم موبایل
- راز موفقیت برندها در شبکه‌های اجتماعی
- بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و بازنشر برنامه‌های لایو

۸ تا ۱۶

راهکار شیائومی برای فروش محصولات خود در روزهای کرونایی

روحانی در جلسه ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا:

ناچاریم نظارت‌ها و مقررات را تشدید کنیم

فرصت امروز: درحالی که موج تازه کرونا، تهران و سراسر ایران را فرا گرفته، رئیس‌جمهور با درخواست از همه مردم برای رعایت دقیق دستورالعمل‌های بهداشتی گفت که اجبارا به زودی مقررات و نظارت‌ها در روند مقابله با بیماری کرونا در تهران تشدید خواهد شد و صدا و سیما و شبکه‌های مجازی و بزرگان و علما باید فرهنگ‌سازی در این عرصه را توسعه دهند. حجت الاسلام و المسلمین حسن روحانی روز شنبه در جلسه ستاد ملی مقابله با ویروس کرونا با بیان اینکه امروز ما وارد ماه هشتم مقابله با کرونا شدیم، گفت: از خدمات همه کادر درمان و مدافعان سلامت و عزیزانی که برای مقابله با کرونا فداکاری و ایثار کردند تشکر می‌کنم، همچنین از مردم بزرگوار ایران به خاطر همکاری و هماهنگی‌شان تشکر می‌کنم و تبریک می‌گویم؛ مردم در عزاداری‌ها هماهنگ بودند، در فرستادن بچه‌ها به مدرسه هماهنگ بودند، در بازار حواس‌شان به پروتکل بهداشت و درمان بوده و همچنین استفاده از ماسک، فاصله اجتماعی، کاهش سفر و تردد را کاملا رعایت می‌کردند.

او ادامه داد: البته ممکن است عده‌ای دستورالعمل‌های بهداشتی را مراعات نکرده باشند، اما همیشه آمار را که بررسی کنیم به جز آمارهایی که موارد مراعات نشده، می‌بینیم ۴۸ تا ۵۳ درصد مراعات کردند. این آمار البته پایین است و دل‌مان می‌خواهد که بالای ۹۰ درصد باشد، اما در عین حال همیشه نیمی از جمعیت و بیش از نیمی از جمعیت همراه بودند و همراهی کردند و از مردم می‌خواهیم این همکاری‌ها را افزایش بدهند تا از این مراحل عبور کنیم.

روحانی با یادآوری اینکه زمانی که کرونا در دی ماه سال گذشته در چین آغاز شد، کمتر کسی فکر می‌کرد این بیماری عالم‌گیر شود، افزود: آن زمان می‌گفتند یک استان دچار مشکل شده که آن هم قرنطینه و اصلاح می‌شود کسی این فکرها را نمی‌کرد، همه اخباری که در دنیا مطرح می‌شد همه درباره ووهان بود اما در همان حین ناگهان این بیماری از مرزها عبور کرد و سرازیر شد. اول که اروپا هنوز مبتلا نشده بود بیشتر این بیماری را توضیح داده و نواقص کشورهای مبتلا را بیان می‌کردند. زمانی که گرم انتقاد گرفتن بودند یک مرتبه دیدند سیل، فرش زیرپای‌شان را برد و این بیماری همه کشورهای‌شان را فرا گرفت و همه نقدها یکباره خاموش شد.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه برخی فکر می‌کردند این بیماری آمده، مدتی هست و بعد می‌رود، تاکید کرد: اما معلوم شد این بیماری از بیماری‌هایی که جزو اجداد این بیماری است خطرناک‌تر است. بعد فکر می‌کردند این بیماری در زمستان است و وقتی هوا گرم شود تمام می‌شود احساس‌شان این بود که این بیماری مانند آنفلوآنزا است اما هوا گرم شد که نه‌تنها اثر نداشت بلکه در گرم‌ترین نقطه کشور این بیماری اوج گرفت. بعد آمدند گفتند ما رسیدیم به داروهایی و فکر می‌کردند با این داروها این مسئله حل می‌شود، تبلیغات کردند که از ما بخرید، اما در عین حال هنوز تا امروز یک درمان قطعی برای این بیماری پیدا نشده است. تصور می‌شد هر جا این بیماری رفت و افراد مبتلا شدند دیگر سراغ مردم آن شهر نمی‌رود خیلی‌ها می‌گفتند ایمنی جمعی ایجاد می‌کند یا تصور می‌شد اگر کسی یک بار دچار این بیماری شد یک سال و دو سال دیگر دچار این بیماری نمی‌شوند، ولی در عمل دیدیم این گونه نیست. او با بیان اینکه تصویب کردیم ستاد استانی بتواند برای خودش مواردی را محدود کند، گفت: مساجد، تالارها، باشگاه‌ها، شهربازی و نماز جمعه و حوزه‌های علمیه و موارد این‌چنینی را به ستاد استانی بسپریم که اگر احساس کردند لازم است اینها برای یک هفته تعطیل شوند، پیشنهاد آن را به ستاد مقابله با کرونا در مرکز می‌دهند تا اگر مقبول واقع شد، انجام شود و کمی از شرایطی که الان در آن قرار گرفتیم، عبور کنیم.

وی افزود: دومین نکته عدم نظارت است. هرچه نظارت را بیشتر کنیم برای اینکه به اهداف‌مان برسیم اهمیت دارد. اقدامات ناکافی مشکلات ما را افزایش می‌دهد. اگر کسی یک بار گرفت و خوب شد نگوید تمام شد. چنین امانی به کسی داده نمی‌شود و باید همچنان مراقبت‌ها را ادامه دهند. باید به مردم اعلام کنیم ناچاریم مقررات و نظارت‌ها را تشدید کنیم. سازمان صدا و سیما، فضای مجازی و علما و بزرگان باید فرهنگ‌سازی را توسعه دهند چراکه راهی جز این نداریم.

روحانی تاکید کرد: فعلا از کسی که ماسک نمی‌زند به سادگی عبور نخواهیم کرد. افراد باید به کسی خدمت دهند که ماسک دارد، حالا راننده تاکسی، اتوبوس، مغازه و بانک باشد بنابراین اگر خدمت‌دهنده مراعات نکند به نوعی با او برخورد خواهد شد که قرار شد چارچوب آن مشخص شود. به اندازه کافی ابزار داریم که تشخیص دهیم فرد در خیابان ماسک دارد یا ندارد و می‌توانیم تشخیص دهیم کسی که ماسک نمی‌زند چه کسی است.

رئیس جمهور با تاکید بر اینکه پنجشنبه هفته گذشته از کمیته امنیتی-اجتماعی و کمیته بهداشتی درخواست شده تا پایان این هفته فعلا برای «تهران بزرگ» برنامه ویژه‌ای را آماده کنند، گفت: در این برنامه قرار است از افرادی که ماسک نمی‌زنند به سادگی عبور نکنیم و باید طرحی آماده شود که فردی که در زمان حضور در جامعه ماسک زدن را مراعات نمی‌کند و نیز اینکه چگونه با وی برخورد شود، را مشخص کنیم و همانطور که گفتم به اندازه کافی وسایل و ابزار داریم که تشخیص بدهیم چه کسی در خیابان و پیاده‌رو ماسک ندارد و می‌توانیم شناسایی‌شان کنیم. از این طریق برای افرادی که ماسک زدن را مراعات نمی‌کنند مجازات در نظر بگیریم که قرار شد تا پایان هفته این موضوع بررسی و تکمیل شود و در جلسه کمیته‌های تخصصی در روز پنجشنبه مطرح شود و شنبه بعد در ستاد ملی مقابله با کرونا در این زمینه تصمیم‌گیری خواهیم کرد. به گفته رئیس جمهور، اگر در ستاد ملی کرونا این طرح تصویب شد ابتدا در تهران بزرگ با یک فاصله زمانی ۴ تا ۵ روزه برای آموزش و اطلاع‌رسانی کافی اجرایی و عملیاتی می‌شود و اگر موثر بود آن را برای شهرهای بزرگ دیگر اجرایی و عملیاتی می‌کنیم. او همچنین با اشاره به اینکه آمریکایی‌ها اخیرا اعلام کردند ده‌ها میلیارد دلار به ایران لطمه زدیم، یادآور شد: آنان در طول سال‌های ۹۷، ۹۸ و ۹۹ حداقل ۱۵۰میلیارد دلار به کشور لطمه زدند، با تحریم غلط و غیرقانونی و بیجا و ضدانسانی و عملیات تروریستی، جلوی دارو و درمان و مواد غذایی را گرفتند. آنان آدم‌هایی هستند که هیچ‌وقت ما چنین کسانی را در تاریخ کاخ سفید با این توحش ندیده بودیم. آنان بزرگ‌ترین توحش را از خود نشان دادند.

روحانی تصریح کرد: آقایی که اسمش وزیر خارجه است ولی وزیر جنایات است با افتخار می‌گوید که ما ۷۰میلیارد جلوی منابع ایران را گرفتیم و نگذاشتیم در اختیار ایران قرار گیرد. او به دشمنی با ملت ایران و ضربه به ایران افتخار می‌کند؛ دیدیم که آمدند با افتخار اعلام کردند ما ۵ میلیارد دلاری را که ایران می‌خواست از صندوق بین‌المللی پول بگیرد با مانع‌تراشی جلویش را گرفتیم. واقعاً هم آمریکا مانع شد، در حالی که اگر وام را گرفته بودیم صرف دارو و درمان می‌کردیم.

وی افزود: آنهایی که داخل ساختمان کاخ سفید هستند این همه جنایات علیه ملت ایران روا داشته‌اند و شما هر روز شاهد فشار و مشکلات هستید هرچند که مردم ما ایستادگی و مقاومت کردند و خم به ابرو نیاوردند و در برابر این قلدرها خم نشدند، اما به هر حال آثار سوء سختی و مشکلات وجود دارد. مردم باید در این سال‌ها زندگی خیلی راحت‌تری داشتند و اجناس به مراتب ارزان‌تر می‌شد و باید دلار به قیمت معقولش بود اما تمام این جنایات پای کاخ سفید است. جمهوری اسلامی پای عهدش باقی مانده است و پای همه مقررات ایستاده است.

روحانی ادامه داد: مردم برای کمبود و مشکلات اگر می‌خواهند لعن و نفرین کنند، این لعن و نفرین آدرسش کاخ سفید در واشنگتن است. کسی به مردم آدرس اشتباه ندهد. کسی به خاطر منافع سیاسی و جناحی آدرس غلط ندهد، آدرس درست واشنگتن دی سی کاخ سفید است. پس ما لعن و نفرین و کینه‌مان را با آدرس صحیح و درست بفرستیم آن کسی که جنایتکار است کاخ‌نشین کاخ سفید است، منشأ تمام مشکلات مردم از صهیونیست، ارتجاع و تندروهای آمریکاست، امروز فرمانده این کار در آمریکاست و دارد علیه مردم ایران جنایت می‌کند.

وی با تاکید بر اینکه شکی ندارم دولت امریکا روزی تسلیم خواهد شد و در برابر ملت ایران زانو می‌زند، گفت: شکی ندارم ملت ایران پیروز خواهد بود. همان طور که ملت ما ۴۰ سال پیش حصر آبادان را شکست این حصر را هم می‌شکند. آن حصر را صدام درست کرده بود ما آن را شکست دادیم و این حصر را هم ترامپ درست کرده این را هم ملت ما می‌شکند و ما عبور خواهیم کرد.

رئیس جمهور در بخش پایانی سخنانش با اشاره به عزاداری‌های ماه صفر گفت: در عزاداری ماه صفر همان طور که قبلا تاکید شده است امسال راهپیمایی و سفر به عراق نداریم. به دلیل اینکه مقامات عراقی رسماً اعلام کردند که نمی‌توانیم پذیرای زائران باشیم. راهپیمایی نمادین در شهرها هم نداریم. رهبری با یک بیان خیلی روشن و صریحی گفتند در خانه‌های‌مان عزاداری کنیم. اگر هم در حسینیه‌ها و تکایا باشد باید پروتکل‌های بهداشتی رعایت شوند. بازهم درخواست می‌کنیم که صدا و سیما، فضای مجازی و همه آنهایی که در آن فعال هستند بتوانند کمک کنند و عزاداری ایام اربعین و روزهای پایانی ماه صفر را به خانه‌های مردم ببرند.

وزیر پیشنهادی صمت در پارلمان بخش خصوصی:

به دنبال مدیریت بازار هستیم نه مداخله در آن

فرصت امروز: وزیر پیشنهادی صنعت، معدن و تجارت روز گذشته به اتاق بازرگانی ایران رفت و دیدگاه‌ها و برنامه‌هایش برای اداره این وزارتخانه را در پارلمان بخش خصوصی تشریح کرد. علیرضا رزم‌حسینی در جمع فعالان اقتصادی، مدیریت بازار، کوچک‌سازی و چابک‌سازی، ایجاد انسجام کامل در تعامل وزارت صنعت با نهادها و وزارتخانه‌های مرتبط، مشارکت با بخش خصوصی و بهره‌گیری از نظرات این بخش را به‌عنوان مهم‌ترین برنامه‌های خود در ترکیب جدید وزارتخانه اعلام کرد. او با تأکید بر اینکه شرایط اقتصادی کشور به‌واسطه اعمال تحریم‌ها و شیوع ویروس کرونا در وضعیت سختی قرار دارد، گفت: در این شرایط ضروری است تا همه نهادها و تشکل‌های بخش خصوصی، دولت و همچنین مردم برای حل مشکلات هم‌فکری داشته باشند. وزیر پیشنهادی صمت خطاب به فعالان بخش‌خصوصی با بیان اینکه خود را از جنس شما می‌دانم، ادامه داد: در جلسه‌ای از مقام معظم رهبری درخصوص سخنان پیشین ایشان که فرموده بودند کارآفرینی عبادت است، سؤال پرسیدم که ایشان تأکید کردند، کارآفرینان از عابدین و مجاهدین هستند.»

رزم‌حسینی سپس به برنامه‌های ارائه‌شده به مجلس برای هدایت این وزارتخانه اشاره کرد و گفت: در شرایط فعلی، دو برنامه تقدیم مجلس شده است؛ اولین برنامه وزارت صنعت مبتنی بر اسناد بالادستی و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است که امکان اجرای آن در حال حاضر کمتر است، اما به این معنا نیست که برای تحقق این هدف تلاش نکنیم. برنامه دوم وزارت صنعت مردمی شدن اقتصاد، مبتنی بر اقتصاد مقاومتی است که در این هدف نقش بخش خصوصی بسیار پررنگ است. وی با اشاره به تجربه خود در تدوین کتاب «قوانین و مقررات مزاحم تولید و سرمایه‌گذاری» که با مشارکت تشکل‌های بخش خصوصی صورت گرفته، افزود: در شرایط فعلی که معیشت مردم تحت تأثیر قرار گرفته است، ما به دنبال مدیریت بازار هستیم نه مداخله؛ باید سفره مردم را ارزان‌تر کنیم و در همین راستا، ما به دنبال مدیریت بازار مبتنی بر فراوانی کالاها و قیمت تمام‌شده پایین هستیم که با هم‌اندیشی و مشارکت دولت و تشکل‌های بخش خصوصی محقق خواهد شد. اگر توفیق خدمت‌گزاری در این سنگر را پیدا کنم باید بگویم در شرایط فعلی پذیرش این سمت ریسک بزرگی برای من بود و حتی پرریسک‌تر از حضور در سنگرهای دفاع مقدس است. لذا من برای پذیرش این سمت ایثار و فداکاری کردم و باید با کمک شما فعالان بخش خصوصی و مجلس در مقابل فشار حداکثری تلاش کنیم.

رزم‌حسینی همچنین تأکید کرد که مشکلات درون‌سازمانی که امروز فعالان اقتصادی در حوزه وزارت صنعت درگیر آن هستند، به دلیل عدم ثبات در مدیریت نمایان‌تر شده است. او در همین زمینه بر رفع بوروکراسی اداری با هدف بزرگ‌تر شدن نقش مردم در اقتصاد تأکید کرد. او همچنین حذف امضاهای طلایی در وزارت صنعت، حذف مقررات زائد، کوچک‌سازی و چابک‌سازی وزارت صنعت را با همفکری و مشارکت بخش خصوصی و پشتیبانی مجلس از دیگر اهداف خود برشمرد و گفت: وزارت صنعت بنگاه سیاسی نیست و در طول این مدت محدود از عمر دولت دوازدهم باید متمرکز شویم تا بتوانیم از ظرفیت خالی بنگاه‌ها نهایت استفاده را کرده و با احیای واحدهای تولیدی راکد زمینه جهش تولید را فراهم کنیم. شخصا شاهد بودم که چه تعداد از فعالان اقتصادی به واسطه صدور یک بخشنامه ورشکسته شدند بنابراین نباید تنها به حرف اتکا کنیم. وزیر پیشنهادی صمت با تاکید بر ضرورت شکل‌گیری انسجام کامل بین وزارت صنعت، اقتصاد، کشاورزی و بانک مرکزی گفت: بخش عمده گرانی‌هایی که امروز شاهد آن هستیم به سیاست‌های پولی و بانکی و نحوه هدایت نقدینگی برمی‌گردد که امیدواریم با همکاری کامل با سایر وزرا و رئیس کل بانک مرکزی این مشکل حل شود. در صورتی که توفیق خدمت را داشته باشم، تصمیم‌سازی در وزارت صنعت با خردورزی و مشارکت بخش خصوصی و کمیسیون‌های تخصصی مجلس صورت خواهد گرفت و اطمینان می‌دهم که این اراده را دارم تا تصمیمات شجاعانه را اجرا کنم. همچنین فعالان بخش خصوصی در حضور وزیر پیشنهادی صمت به بیان مهم‌ترین مشکلات حوزه تولید پرداختند و اولویت‌هایی را که این وزارتخانه باید در طول ماه‌های پایانی فعالیت دولت دوازدهم پیگیری کند، تشریح کردند. ابتدا غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران با اشاره به سابقه فعالیت‌های اجرایی رزم‌حسینی گفت: آقای رزم‌حسینی در مقایسه با سایر اعضای کابینه دارای یک مشخصه مهم است. ایشان پیش از این سابقه ۲۰ سال حضور در بخش خصوصی را در کارنامه خود به ثبت رسانده است. بر همین اساس امیدواریم تا فردی که این‌چنین پا بر فرش بخش خصوصی گذاشته، بتواند کمبودهای وزارت صنعت به ویژه در ماه‌های گذشته که بدون وزیر اداره شده است را جبران کند. شافعی سپس به طرح رزم حسینی با عنوان «مثلث توسعه اقتصادی» در استان خراسان اشاره کرد و گفت: اضلاع این طرح را فعالان اقتصادی بخش خصوصی، دولت و ائمه جمعه تشکیل می‌دادند. رئیس اتاق مشهد تاکید کرد که رزم حسینی توانست با این طرح وفاق را ایجاد کند تا هر برنامه و طرحی با پشتیبانی کامل این اعضا انجام شود. از دیگر ابتکارات آقای رزم حسینی، ایجاد نهاد مردمی و سپردن آن به بخش خصوصی است که خوشبختانه ایشان توانستند مدیریت بدیع سازمانی را پیاده کنند که در آن تعامل، گفت‌وگو، نگاه فراجناحی و توجه به منافع ملی در صدر امور بود. به گفته شافعی، رزم حسینی مدیری برنامه‌ریز است. امروز در زمینه هدف و برنامه دچار کمبود در سطح کلان مدیریتی هستیم که امیدواریم با حضور ایشان این کمبود رفع شود؛ به‌خصوص در سالی که نقش‌آفرینی وزارت صنعت بسیار حائز اهمیت است؛ امیدواریم ایشان نیز بتواند با ایجاد تعامل، همدلی و همفکری با فعالان اقتصادی غیردولتی و بخش خصوصی مقداری بر مشکلات فائق آید.

تبریک

حجت‌الاسلام دکتر سید اسماعیل حسینی مقدم

انتصاب به جا و شایسته جنابعالی به عنوان مسئول نمایندگی ولی فقیه در سازمان دامپزشکی کشور که بیانگر تعهد، کارآمدی، لیاقت و شایستگی‌های برجسته آن برادر گرامی در صحنه‌های خدمت صادقانه به نظام و میهن اسلامی است تبریک عرض نموده، موفقیت و سربلندی شما را از درگاه خداوندمان مسئلت دارم.

سرپرست روزنامه سراسری فرصت امروز در استان قم

دریچه

انقلاب کمونیستی چین چطور شروع شد؟

گنجشک‌کُشان مائو

بسیاری، مائو را پدر خلق چین می‌دانند و از او چهره‌ای تاریخی می‌سازند. برخی‌ها هم اعتقاد دارند مائو تسه تونگ چیزی جز یک دیکتاتور خشن قسی‌القلب نبود. او در دوره پادشاهی سلسله منچو متولد شد. چین در آن دوره اوضاع اسفناکی را تجربه می‌کرد و فساد تمام ارکان مملکت را دربر گرفته و فشل ساخته بود.

مائو با مطالعه اندیشه مارکس و انگلس در صدد نهادینه کردن آن در جامعه بحران زده چین بود. به دوستانش گفته بود زندگی پرمخاطره‌ای در پیش دارد و بایستی آماده مبارزه شود. هر روز صبح مدتی در کوهستان به راهپیمایی اشتغال داشت و خودش را برای تحمل هرگونه سختی و ناراحتی حاضر و حتی در زمستان‌ها با آب سرد استحمام می‌کرد و بدین ترتیب برای رهبری و ریاست بر جماعت آماده می‌شد.

سال ۱۹۴۹ لحظه موعود بود؛ در این سال مائو، جمهوری خلق چین را با شکست دادن نیروهای چیانگ کای شک بنیان گذاشت. مائو پیش از پایه‌گذاری جمهوری خلق پیش‌تر با بسیج ۱۰۰هزار نفر اقدام به راهپیمایی طولانی کرد. با قدرت‌گیری حزب ملی‌گرا، به تدریج حزب کمونیست و چپ‌گرا از ساختار سیاسی حذف و به انزوا دچار شد. رقابت دو حزب باعث شکل‌گیری جنگ داخلی شد و یکی از وقایع مهم آن دوره را رقم زد؛ واقعه‌ای که به «راهپیمایی طولانی» معروف شد. مائو این راهپیمایی را در نیمه دهه ۳۰ میلادی رهبری کرد. به گفته برخی راهپیمایی طولانی از مائو اسطوره ساخت. حدود ۱۰۰هزار نفر سفری طولانی را آغاز کردند. از کوه‌های بلند و دشت‌های پست گذر کردند و با پای پیاده حدود ۱۲هزار و ۵۰۰کیلومتر را در طول یک سال راهپیمایی کردند تا به استان «شان شی» در بخش شمالی چین برسند. از آن جمع حدود ۳۰ هزار نفر توانستند به مقصد برسند. راهپیمایی خواب حکام را آشفته کرد و درواقع مائو آن سال سنگ بنای ارتش سرخ را بنیان گذاشت. او در نطقی گفته بود که راه ارتش سرخ تنها راه آزادی است. مائو در دوران زمامداری‌اش اقدام به اجرای دو طرح مهم و تاریخ‌ساز کرد. ابتدا در سال ۱۹۵۸ با هدف تغییر سریع اقتصاد و صنعتی کردن چین، طرح «جهش بزرگ به پیش» را مطرح کرد؛ شعاری پرطمطراق که براساس آن همه زمین‌های کشاورزی چین مصادره و به ۲۶ هزار واحد اشتراکی تقسیم شدند.

در آن سال‌ها که اروپای شرقی در اختیار کمونیست بود، مائو اکثر محصولات زراعی چین را در مقابل دریافت کمک‌های نظامی و سیاسی به آنجا صادر می‌کرد. او همچنین برای کسب وجهه ضداستعماری مواد غذایی و پول به نهضت‌های کمونیستی در آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین فرستاد. اجرای این طرح که چهار سال طول کشید، قشر فرودست را با چالشی دهشتناک رو به رو ساخت که یک سر آن مرگ بود. حدود ۳۸ میلیون نفر بر اثر قحطی و کمبود مواد غذایی جان خود را از دست دادند.

مائو در سال ۱۹۵۸ در دفاع از طرحش خطاب به کنگره حزب کمونیست گفت: «شما نباید از مرگ انسان‌ها در نتیجه خط مشی حزبی بیمی به خود راه دهید، بلکه باید به آن خوشامد بگویید.» جانگ چنگ و جان هالیدی در کتاب جنجالی «مائو» نوشته‌اند که مائو از سال ۱۹۲۰ تا ۱۹۷۶ جان ۷۰میلیون چینی را گرفت. این تعداد از مجموع قتل‌هایی که توسط هیتلر و استالین با هم انجام شده، فراتر است. تنها در جنبشی که مائو زیر نام «جهش بزرگ به پیش» به راه انداخت، ۳۸ میلیون نفر در قحطی چهارساله ۱۹۵۸ تا ۱۹۶۱ مردند که بالاترین میزان تلفات انسانی در یک حرکت بود، اما نکته آن است که این ۷۰ میلیون نفر در دوران صلح کشته شدند و چین با جایی در جنگ نبود.

در این شرایط بود که مائو در سال ۱۹۵۸ برای بهبود تولیدات کشاورزی ابتکارهای انقلابی موش‌کشی، پشه و مگس‌کشی و گنجشک‌کشی را اجرا کرد. در این طرح آفت‌کُشی همه چینی‌های ۵ سال به بالا حضور داشتند و به همین دلیل هم بیش از همه در خاطره‌ها مانده است. یوچی‌پن کوئان، نویسنده آلمانی چینی‌تبار در زندگینامه‌اش در مورد گنجشک‌کشان می‌نویسد: «مردم هیچ کاری نداشتند جز اینکه با قابلمه و سنج و هر چیز ممکن دیگری که بتوان با آن سروصدا ایجاد کرد، به خیابان‌ها بیایند. در میدان‌ها این سو و آن سو می‌دویدند تا گنجشک‌ها را بترسانند. تمام روز آنقدر سروصدا کردند تا پرنده‌ها هیچ جا نمی‌توانستند بنشینند و در نهایت (از خستگی) می‌مردند و بر زمین می‌افتادند. در آن روز میلیون‌ها پرنده کشته شد و همه ما به این کار افتخار می‌کردیم.» به این ترتیب چینی‌ها بیش از ۲میلیارد پرنده را کشتند و خیلی زود به دلیل نبود گنجشک‌ها که حشرات را می‌خوردند دچار بلای حشرات شدند و کمی بعد مجبور شدند از شوروی گنجشک وارد کنند.

انقلاب فرهنگی پرولتری نیز دومین اقدام بزرگ و جنجال‌برانگیز مائو در چین بود. مائو که توانایی شگرفی در بسیج کردن توده‌ها داشت و اول بار در دهه ۳۰ میلادی به واسطه راهپیمایی طولانی آن را نشان داده بود؛ بار دیگر در سال ۱۹۶۶ با هدف بسیج کردن مردم برای محو ساختن «مسیر سرمایه‌داری» از ذهن برخی و برقراری «انقلاب فرهنگی پرولتری» برنامه‌ای ارائه داد. انقلاب فرهنگی چین بزرگ‌ترین و اساسی‌ترین کشمکش قدرت در حزب کمونیست چین بود و به رهبری همسر مائو «جیانگ چین» برپا شد. هدف اصلی و غایی انقلاب فرهنگی مبارزه با چهار الگوی کهنه و قدیمی عادات، رسوم، فرهنگ و اندیشه قدیم حاکم بر چین بود.

طی این برنامه دانشگاه‌ها تعطیل شد و راه زمانی بر نیروهای تازه نفس و طرفدار مائو باز شد که نفس آنان که در دایره و حلقه یاران مائو نمی‌گنجیدند، به شماره افتاد. شماری از ابنیه فرهنگی تخریب شد و معلمان، استادان دانشگاه و روشنفکران زندانی شدند، چنانچه برخی‌ها در جهنمی که یاران مائو برایشان مهیا کرده بودند، چاره‌ای جز خودکشی نیافتند. همینطور بسیاری از رهبران حزب کمونیست که رقیبی برای مائو محسوب می‌شدند و به سیاست‌های مائو انتقاد داشتند، تصفیه شدند.

مرگ استالین در سال ۱۹۵۳ موقعیت مائو به عنوان رهبر کمونیست‌ها را برجسته‌تر کرد چراکه شوروی تحت رهبری خروشچف قرار گرفت و وی با استالین موافق نبود و تجدیدنظرهایی در حزب کمونیست و سیاست‌های مسکو اعلا کرد. سیاست‌های خروشچف، شوروی را به الگوی همزیستی مسالمت‌آمیز سوق می‌داد و چینی‌ها این سیاست را غیرانقلابی و مماشات‌طلبانه می‌دانستند. اختلافات چین و شوروی از اواسط دهه ۵۰ و به واقع پس از مرگ استالین شروع شد و در اوایل دهه ۶۰ میلادی به قطع رابطه انجامید. افکار مائو نیز مرزهای چین را درنوردید و بسیاری را در نقاط مختلف جهان ازجمله در ایران درگیر کرد.

آیا الگوی سوسیالیسم چین می‌تواند به مثابه یک گفتمان توسعه در ایران مطرح باشد؟

مختصات الگوی چینی توسعه

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

اژدهای زرد پس از درخشش دوران باستان حالا یک بار دیگر در ابتدای هزاره سوم میلادی، دوره جدیدی از شکوفایی را تجربه می‌کند. پکن حالا در معادلات سیاسی و مناسبات اقتصادی جهان به یک قطب مهم تبدیل شده و توانسته نظام تک‌قطبی جهان و رهبری غرب را به چالش بکشد. بی‌خود نیست که ایالات متحده در دوره ریاست‌جمهوری دونالد ترامپ این‌همه از قدرت چین واهمه دارد و چند دهه پس از پایان جنگ سرد و فروپاشی شوروی، جنگ سرد دیگری را با پکن در پیش گرفته است.

در میانه قرن بیستم، مائو تسه تونگ، رهبر انقلاب کمونیستی چین با جمله معروف «من به روش خودم مبارزه می‌کنم» بذری را در سرزمین اژدهای زرد کاشت که حالا این بذر در عرصه سیاست و اقتصاد جهانی به درختی پهناور بدل شده است. الگوی سوسیالیسم چینی حالا به عنوان بدیل نظام سرمایه‌داری، کاپیتالیسم غربی را به مبارزه طلبیده و در مسیر توسعه از کشورهای سرمایه‌داری پیشی گرفته است. هرچند این الگوی توسعه به خودکامگی سیاسی در چین منجر شده و برخلاف دیگر الگوهای توسعه از حداقلی از دموکراسی برخوردار نبوده، اما همین ویژگی، چین را به نمونه‌ای جالب و جذاب برای پژوهشگران توسعه تبدیل کرده است.

در حالی که اغلب تئوری‌های توسعه، حداقلی از دموکراسی و توسعه سیاسی را لازم می‌شمارند و توسعه سیاسی را ویژگی لازم امر توسعه اقتصادی می‌دانند، اما چین در سایه خودکامگی سیاسی حزب کمونیست توانست به دستاوردهای شگرفی در عرصه اقتصاد دست یابد و به قدرت دوم حال حاضر اقتصاد جهانی تبدیل شود، هرچند که بسیاری از ناظران سیاسی و پژوهشگران اقتصادی دور نمی‌دانند زمانی را که چین از آمریکا سبقت گرفته و در قامت قدرت نخست اقتصادی جهان بایستد.

نکته شگفت‌انگیز برای پژوهشگران اقتصادی و آن دسته از اقتصاددانانی که در زمینه گفتمان توسعه کار می‌کنند، این است که چینی‌ها چگونه توانستند سبک جدیدی از توسعه را تجربه کرده و به موردی استثنایی در قاعده توسعه اقتصادی جهان تبدیل شوند؟ آنها چگونه در غیاب حداقلی از دموکراسی سیاسی و برخلاف نمونه‌های جهانی توسعه نظیر آمریکا، اروپا، ژاپن، هند، مالزی و کره جنوبی، به توسعه اقتصادی منهای توسعه سیاسی رسیدند؟ اساسا مختصات الگوی چینی توسعه چیست و آیا کشورهای درحال توسعه می‌توانند از آموزه‌های سوسیالیسم چینی در مسیر توسعه بهره ببرند؟ آیا الگوی توسعه چینی با توجه به استبدادزدگی تاریخی ایران می‌تواند در کشورمان نیز به معرض آزمون درآید و به مثابه یک گفتمان توسعه مطرح باشد؟

اینها سوالاتی است که کمال اطهاری، استاد دانشگاه و پژوهشگر اقتصاد توسعه چندی پیش در درسگفتارهای موسسه «پرسش»، گریزی به آنها زد و کوشید ویژگی‌ها و مختصات الگوی چینی توسعه را برشمارد. خلاصه‌ای از گفته‌های او در این درسگفتار را در ادامه می‌خوانید.

گفتمان توسعه ایرانی و الگوی سوسیالیسم چینی

چین به راستی مدل خاصی از توسعه را به جهان معرفی کرده است: میانگین رشد سالانه تولید ناخالص داخلی واقعی چین از ۱۹۷۹ تا ۲۰۱۶ حدود ۹٫۶ درصد بود. چین توانسته در هر هشت سال اندازه اقتصاد خود را دو برابر کند. در این مدت ۸۰۰ میلیون چینی از زیر خط فقر به در آمده‌اند. داده‌های صندوق بین‌المللی پول و مجمع اقتصاد جهانی نشان می‌دهد که (برمبنای برابری قدرت خرید) چین در سال ۲۰۱۴ از آمریکا به‌عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد جهان پیشی گرفته است. برمبنای برابری قدرت خرید، سهم چین از تولید جهانی از ۲٫۳ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۱۸٫۳ درصد در سال ۲۰۱۶ افزون شده و هم‌زمان سهم آمریکا در تولید جهانی از ۲۴٫۳ درصد به ۱۵٫۳ درصد کاهش یافته است. صعود اقتصاد چین چشمگیر بوده است، چراکه در سال ۱۹۸۰ تولید این کشور (برمبنای برابری قدرت خرید) تنها یک‌دهم آمریکا بود و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۲ اقتصاد چین ۴۶٫۶ درصد بزرگ‌تر از اقتصاد آمریکا شود. این اعداد و ارقام گویای آن است که به الگوی توسعه چینی، نه به‌عنوان الگویی که باید از آن گرته‌برداری کرد، بلکه باید به اصولی که چین در مسیر خود به کار گرفته، توجه شود، اما این برخورد نباید به صورت ایدئولوژیک باشد، آموختن این اصول برای کشورهای جهان سوم مهم است. ورود من به ارزیابی الگوی توسعه چینی نه از منظر گرته‌برداری و نه از منظر برخورد ایدئولوژیک است؛ به نظر می‌رسد چند اصل مهم در این الگوی توسعه وجود دارد که باید به آن پرداخت.

نخست اینکه چین برخلاف فرآیند انباشتی که کشورهای مرکزی سرمایه‌داری انجام دادند و این انباشت سرمایه اولیه را با استعمار، نفوذ و فروش اسلحه پیش برده‌اند، رفتار کرده است. چین از ابتدا یک هدف اساسی در نظر گرفته که بسیاری در ایران به آن توجه نکردند؛ در حقیقت چین Equal Exchange یا مبادله برابر را مدنظر قرار داد؛ یعنی کاری که قبلا ژاپن و کره جنوبی کرده بودند. در نظریه‌های وابستگی «گوندر فرانک» عنوان می‌شد برای اینکه بتوانیم جلوی توسعه‌نیافتگی را بگیریم باید از راهبرد جایگزینی واردات پیروی کنیم و رابطه با کشورهای مرکزی و امپریالیسم را به حداقل برسانیم، به این ترتیب می‌توانیم مازاد اقتصادی لازم را برای توسعه به دست آوریم. در ایران هنوز عده‌ای به این مسئله معتقدند و ناشی از کم‌دانشی در حوزه توسعه و غفلت از برخوردهای ایدئولوژیک است؛ بهتر است که بگوییم اسیر برخوردهای ایدئولوژیک وابسته بودن هستند. طرفداران این نظریه بعد از مدتی فهمیدند که این کار اشتباه است چون همواره مجبور می‌شوند که برای دستیابی به تکنولوژی نوین از کشورهای مرکزی واردات داشته باشند و چون بهره‌وری آنها بالا است، مازاد اقتصادی را در اثر مبادله نابرابر خارج می‌کنند. حتی اگر تراز بازرگانی آنها مثبت باشد در اثر مبادله نابرابر، این مازاد خارج می‌شود. به این معنا که شما کالایی را صادر می‌کنید که ۱۰ ساعت کار صرف آن شده است و کالایی را وارد می‌کنید که یک ساعت کار برای آن صرف شده است، به این ترتیب، مازاد اقتصادی شما خارج می‌شود، حتی اگر تراز مثبتی داشته باشید. من حتی در مطالعات اخیر که سعی کرده‌اند رابطه با چین را نقد کنند، دیده‌ام که این موضوع مهم را نادیده گرفتند و معنای مبادله نابرابر را متوجه نشدند. خود واضعان نظریه جایگزینی واردات، این نظریه را نقد کرده و کنار گذاشتند، اما در ایران هنوز کنار گذاشته نشده است. جایگزین این راهبرد، پشتیبانی از صادرات است. اساس تشویق صادرات این است که ما باید از ابتدا بتوانیم کالا صادر کنیم، کالایی که بهره‌وری آن کمتر از بهره‌وری کشورهای مرکزی نباشد؛ به این ترتیب ما باید مازاد اقتصادی لازم را از صادرات به دست آوریم، صادراتی که از لحاظ فناوری هم‌پای آن کشورها باشد. این نکته از لحاظ اقتصاد توسعه بسیار درست است و نظریه‌پردازانی مثل «امانوئل والرشتاین» هم این نکته را تایید می‌کند و می‌گوید: اگر شما در نظام کنونی سرمایه‌داری به طرف خودکفایی انزواطلبانه بروید، نئوفئودالیسم را ترویج می‌کنید. این هم نکته دیگری است که بسیاری از اقتصاددانان در ایران کمتر به آن توجه می‌کنند. چینی‌ها از همان دوره اصلاحات خود، یعنی سال ۱۹۷۹ درست بودن این راهبرد را تشخیص دادند؛ یعنی همان زمان که ایران به سمت انزوا رفت، آنها راهبرد پشتیبانی از صادرات را برگزیدند تا مازاد اقتصادی لازم را از توسعه به دست آورند. به این ترتیب مثل کره جنوبی، مناطق آزاد را تأسیس کردند.

درس‌هایی که باید از سوسیالیسم بازار بیاموزید

توسعه باید موزون باشد، توسعه کشورهای مرکزی ناموزون بود؛ یعنی با استثمار و ۱۴ ساعت کار و بیشتر انباشت اولیه سرمایه خود را انجام دادند؛ اما کشور در حال توسعه از همان ابتدا باید بیمه بگذارد، برای داشتن این ساماندهی‌ها، از ابتدا دانشگاه‌هایش باید دولتی باشد، در کشورهای مرکزی مدت‌ها طول کشید تا این مراحل پیموده شود. به ویژه اینکه این توسعه را در رقابت با خارج قرار داده است، این انتظام‌بخشی حتما باید صورت بگیرد؛ در حقیقت چین زور و مدیریت واحد را هم از اقتصاد خارج کرد و آن را به دولت انتظام‌بخش تبدیل کرد. الگوی چین دولت‌گرایی جدید است. الگوی آن را هم از ژاپن و کره جنوبی گرفته است. اتفاقا توصیه بانک جهانی هم به اروپای شرقی این بود که از اینها الگو بگیرید به جای آنکه یک منطقه بازار آزاد ایجاد کنید؛ توصیه‌ای که هیچ‌وقت به گوش راست مبتذل در ایران نرسید.

برخی می‌گویند چین توانست مناقشه ایدئولوژی کمونیستی را با اقتصاد لیبرالیستی آشتی بدهد، اما این گفته کمی ذهن را منحرف می‌کند. موضوع این است که سوسیالیسم دولتی که در شوروی رایج بود و چین هم از آن به نوعی اقتباس می‌کرد به شیوه شوروی نبود. اگر سوسیالیسم را تقلیل اقتصادی دهید به اینکه اگر مالکیت ابزار تولید را عمومی کنید، می‌توانید یک اقتصاد پیشرو را ایجاد کنید، ساده کردن صورت مسئله بوده است. زحمات زیادی که آن ملت کشید و فداکاری‌هایی که کرد و در نتیجه آن فروپاشی شوروی، جای هیچ شکی باقی نگذاشته است که این تفسیر از سوسیالیسم نادرست است. یک فرآیند بسیار طولانی وجود دارد برای اینکه شما بتوانید از نیروهای بازار به گونه‌ای استفاده کنید که به یک جامعه فراوانی برسید که مدیریت اجتماعی بر آن حاکم باشد. این تفسیری است که گرامشی هم به نوعی به آن پرداخته است. سوسیالیسم از نظر گرامشی به این معنا است که شما بتوانید مدیریت اجتماعی را هرچه می‌گذرد بر اقتصاد و بر سیاست حاکم کنید که یک فرآیند بسیار طولانی است. چینی‌ها این نکته را دریافتند و شانس این را داشتند که ببینند یک ابرقدرت در اوج قدرت فرو پاشیده است و این هوشمندی را هم داشتند که از تاریخ درس بگیرند. کسانی که این نکته را متوجه نمی‌شوند، چه راست مبتذل، چه چپ سنتی، دچار یک ساده‌انگاری بزرگ هستند و سوسیالیسم را به مسائل اکونومیستی تقلیل می‌دهند و سوسیالیسم را مدیریت اجتماعی و حضور جامعه و تفوق جامعه مدنی بر قدرت اقتصادی و سیاسی نمی‌بینند. چینی‌ها افق خود را هم این در نظر گرفتند که احتمالا ۱۰۰ سال دیگر به مرحله فراوانی برسند و اصلاً دچار توهم نیستند. شوروی دچار توهم شد و حاکمیت «لئونید برژنف» در دهه ۷۰ گفت ما وارد کمونیسم شدیم. حاکمیت کشورهای سوسیالیستی می‌دانند که یک جامعه به این سادگی پیشرفت نمی‌کند، اما عده‌ای این اشتباه تاریخی حزب کمونیستی شوروی را به کل سوسیالیسم نسبت می‌دهند و عجیب است که خیلی‌ها در چپ سنتی به ساده‌انگاری هم همین تعریف بسیار ابتدایی را از سوسیالیسم می‌گیرند که شما امشب ابزار تولید را عمومی می‌کنید و از فردا هم شروع به پیشرفت می‌کنید. این ساده‌انگاری در اذهان هم رایج است و زمانی که این برداشت بیان شود که ما آمیزه‌ای از لیبرالیسم با کمونیسم داریم، کمونیسم یعنی حاکمیت دولتی و لیبرالیسم هم یعنی اقتصاد آزاد؛ در واقع یک بحث ایدئولوژیک ساده‌انگارانه جایگزین یک بحث توسعه‌ای می‌شود. من در این مدت سعی کردم این ساده‌انگاری را از اذهان کسانی که به توسعه فکر می‌کنند پاک کنم. توسعه یک فرآیند بسیار طولانی است که در آن تلاش این است که از قواعد بازار به همراه انتظام‌بخشی دولتی استفاده شود؛ کاری که کشورهای سرمایه‌داری هم به خصوص در اروپا به شیوه‌های مختلف می‌کنند. کشورهای جهان سوم هم باید شیوه خاص خود را پیدا کنند همان‌طورکه چینی‌ها این شیوه را پیدا کردند و با یک و نیم میلیارد جمعیت، انتظام‌بخشی دولتی در آن بالا است.

پیامدهای توسعه اقتصادی منهای توسعه سیاسی

مسئله بعدی تشکیل مجتمع‌های کارآفرینی است که الگوی این را هم ژاپنی‌ها از آلمانی‌ها گرفتند که البته لنین هم برای رسیدن به سوسیالیسم به این اصل توجه داشت و بعدا استالین آن را کنار گذاشت؛ در واقع اقتباس از تراست‌های آلمان برای صنعتی شدن بود. ژاپنی‌ها این الگو را گرفتند که در ابتدا زایباتسو بودند و الان تبدیل شدند به کی رتسو. همان‌طورکه گفتم، لنین قصد داشت که از تراست‌های آلمان الگو بگیرد؛ یعنی در ذهن یک تئوریسین بزرگی مثل لنین هم این نبود که دارد نئولیبرالیسم را با کمونیسم می‌آمیزد. این مسئله برمی‌گردد به اینکه شما سازمان تولید را چگونه می‌بینید. کره‌ای‌ها هم این الگو را می‌گیرند و آن را منطبق با کار خود به چیبول یا چیبل تبدیل می‌کنند. این الگو در چین با عنوان کوایژیتان به کار گرفته می‌شود که به معنای گروه فعالیت‌آفرین است و اینها را به جای بنگاه‌های کوتوله و پراکنده صنعتی با کار خود منطبق می‌کنند. بانک راهبری اصلی این مجتمع‌ها را برعهده دارد که یک گروه مشاوره استراتژیک و مجتمع‌های صنعتی و خدماتی با آن هم‌پیوند هستند و اینها با هم رقابت می‌کنند؛ در واقع، رقابت ناقص چون رقابت کامل در کشور جهان سوم نمی‌تواند برگزار شود چون هنوز نهادهای آن شکل نگرفته است. این الگو از کوتوله بودن پیشگیری می‌کند و می‌تواند برود خارج و انتظام می‌دهد. این انتظام را بانک در رقابت می‌دهد، نه دولت مرکزی و این یکی از معانی مدیریت یکپارچه است. یک معنای دیگر آن هم همان بنگاه‌های رقابتی شهری/روستایی است. به طور کلی اینها تجارب اصلی است که من از چین برداشت کردم و امیدوار هستم که به جای این بحث‌های ایدئولوژیک و خام چه درخصوص اقتصاد ایران، چه درخصوص روابط با کشورهای دیگر، به این اصول توجه شود.

درنهایت اینکه این میزان از توسعه اقتصادی چین بدون آسیب و پی‌آیندهای منفی نبوده است که ازدیاد چشم‌گیر نابرابری اجتماعی، آسیب‌های شدید زیست‌محیطی و نبود آزادی‌های سیاسی از زمره بارزترین آنها هستند، اما با درگرفتن اینکه این میزان رشد در کشورهای مرکزیِ سرمایه‌داری (که جمعیت چین بیش از مجموع آنها است) به چه شدتی با استثمار، استعمار، سرکوب و جنگ‌افروزی همراه بوده، اگر بتوان پی‌آیندهای منفی پیش‌گفته را به حداقل ممکن رساند، که اکنون در دستور کار چین است، شاید بتوان گفت مدل نهادیِ توسعه چینی کم‌آسیب‌ترین و سریع‌ترین مسیر توسعه را در تاریخ بشر به دست داده است.

هزینه کدام دهک‌ها به طور قابل توجهی بالا رفت؟

جغرافیای تورم در شهریورماه

فرصت امروز: طبق اعلام مرکز آمار ایران، نرخ تورم سالانه شهریورماه با افزایش ۲درصدی به ۲۶درصد رسید. این در حالی است که نرخ تورم نقطه‌ای در این ماه برای خانوارهای شهری ۳۴,۵ درصد است که نسبت به ماه قبل ۳,۹ واحد درصد افزایش داشته است. نرخ تورم نقطه‌ای برای خانوارهای روستایی نیز ۳۴,۱ درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۴,۵ واحد درصد افزایش داشته است. در این بین، هرمزگان با نرخ تورم ۳۱,۴ درصدی گران‌ترین و آذربایجان غربی با ثبت تورم ۲۱,۵ درصدی ارزان‌ترین استان‌ها در یک سال منتهی به شهریور ۹۹ بودند.

همچنین در شهریورماه امسال، دهک دهم با افزایش ۴۴ درصدی هزینه‌های خود نسبت به پارسال مواجه شده است. بررسی وضعیت تورم بین ۱۰ دهک مختلف هزینه‌ای نشان می‌دهد که نرخ تورم ۱۲ ماهه منتهی به شهریورماه بین ۲۳,۴ درصد تا ۲۹,۹ درصد در دهک اول تا دهم نوسان داشته است که بیانگر فاصله ۶,۵ درصدی تورم بین دهک‌ها است. بر این اساس، فاصله ۶,۵ درصدی تورم بین دهک‌ها نسبت به ماه قبل که ۵,۴ درصد گزارش شده بود، ۱,۱ درصد افزایش داشته است.

اما وضعیت تورم نقطه به نقطه که نشان‌دهنده تغییر هزینه خانوارها نسبت به ماه مشابه سال قبل است نشان می‌دهد که بین ۳۱,۱ درصد تا ۴۴,۶ درصد از دهک اول تا دهم نوسان دارد و فاصله تورمی در این شاخص بین دهک‌ها به بیش از ۱۳درصد می‌رسد. به عبارتی، هزینه‌های دهک دهم که کم درآمدترین دهک درآمدی به شمار می‌رود نسبت به پارسال ۴۴,۶ درصد و هزینه دهک اول ۳۱,۱ درصد افزایش داشته است؛ در بین سایر دهک‌ها نیز هزینه دهک دوم ۳۱,۷ درصد، دهک سوم ۳۱,۹ درصد، دهک چهارم ۳۲ درصد، دهک پنجم ۳۲,۲ درصد، دهک ششم ۳۲,۷ درصد، دهک هفتم ۳۴,۲ درصد، دهک هشتم ۳۵,۴ درصد و دهک نهم ۳۸,۵ درصد نسبت به شهریور پارسال افزایش یافته است.

آیا ابرتورم در کمین اقتصاد ایران است؟

در این زمینه، محمدقلی یوسفی استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی با اشاره به اینکه وضعیت اقتصادی به گونه‌ای است که مردم برای تامین حداقل‌های زندگی خود در مضیقه فراوانی قرار دارند، به فرارو گفت: با توجه به فشار تورمی سنگینی که طی دو سال اخیر بر پیکره اقتصاد کشور وارد شده، این مسئله تبعات بسیار جبران‌ناپذیری را به دنبال داشته، به طوری که در این سال‌ها قدرت خرید مردم به یک سوم کاهش پیدا کرده و روز به روز نیز سفره‌های آنها کوچک‌تر شده است.

او با تاکید بر اینکه عملا دولت برای برون‌رفت از این وضعیت برنامه‌ای ندارد، ادامه داد: ما طی این سه دهه اخیر هیچ موقع به دنبال یافتن راهکارهای ریشه‌ای و اصولی نبوده‌ایم، بلکه مدام به دنبال حل کردن معضلات روزمره بودیم، حال چنین وضعیتی نتیجه‌اش نیز این می‌شود، که برای حل مشکل گرانی تخم مرغ معاون اول رئیس جمهور باید جلسه بگذارد و آن را مورد بررسی قرار دهید، ما یک شبه به اینجا نرسیده‌ایم، مدام سیاست‌های اشتباه تکرار شده که در نهایت باعث به وجود آمدن چنین وضعیتی شده است.

یوسفی، ناکارآمدی و سوءمدیریت را در گرانی‌های زنجیره‌ای اخیر بسیار موثر دانست و افزود: ما از اول انقلاب در تحریم هستیم و همیشه حتی در زمان برجام نیز این گرانی‌ها ادامه داشته است. این دادگاه‌های اخیری که در مسائل اقتصادی برگزار شد، از جمله پرونده‌هایی که در مورد سوءاستفاده‌های ارزی، خود گواه این مدعا است که یک زنجیره باطل به صورت مکرر تکرار می‌شود.

چه دلایلی در افزایش تورم دخیل هستند؟

همچنین وحید شقاقی شهری کارشناس اقتصادی با اشاره به افزایش تورم در شهریورماه، گفت: در گذشته تنها گفته می‌شد، تورم ناشی از سیاست‌های پولی است، این حرف نیز در گذشته کارکرد داشت، اما امروز دیگر چنین چیزی مصداق ندارد، این درحالی است که امروز عوامل موثر بر تورم، برهم کنش و اثرگذاری دارند، از سویی الان دیگر سیاست‌های پولی صرفا مسبب تورم نیستند. در حال حاضر مسائل سیاست خارجی و روابط بین‌الملل تاثیر بسزایی بر روی وضعیت اقتصادی دارد، اگر کشوری به مانند کشور ما در منازعه با کشورهای دیگر باشد، به طور قطع تورم در اقتصاد وجود خواهد داشت و باعث افزایش قیمت‌ها در بازارهای مختلف می‌شود، بنابراین اگر می‌خواهیم تورم نرمالی داشته باشیم، باید روابط معقولی با کشورهای جهان ایجاد کرد.

شقاقی سیاست‌های موثر بر بخش واقعی اقتصاد را دیگر عامل موثر را در افزایش تورم دانست و گفت: در این زمینه بی‌انضباطی مالی دولت نقش بسزایی در افزایش تورم داشته، دولت با توجه به اینکه با کسری شدید بودجه روبه‌رو است، بازهم در بخش بودجه ریخت و پاش‌های بسیاری دارد و با این وضعیت بازهم تورم زیادی ایجاد خواهد شد.

به گفته وی، افزایش نقدینگی به عنوان یکی از سیاست‌های اصلی پولی باعث افزایش تورم شده، آخرین آماری که در زمینه رشد نقدینگی وجود دارد، مربوط به خردادماه است که ۳۱ درصد بوده، درحالی که میانگین رشد نقدینگی سالیانه طی چهار دهه اخیر بین ۲۳ تا ۲۵ درصد بوده که خود این میانگین سالیانه بسیار بالا است، اما نکته مهم این است که به نظر می‌رسد در حال حاضر سرعت رشد نقدینگی بسیار افزایش یافته با توجه به وضعیتی که الان در اقتصاد کشور حکمفرما است.

او افزایش نرخ ارز و ناترازی ارزی را از دیگر عوامل زمینه‌ساز افزایش تورم قلمداد کرد و گفت: با توجه به اینکه افزایش نرخ ارز به عنوان یک متغیر حیاتی در اقتصاد ایران شمرده می‌شود، رشد آن تبعات بسیار جبران‌ناپذیری را به دنبال دارد، مثال مملوس آن افزایش هزینه تولید کالا در کشور است که باعث می‌شود طرف عرضه نیز با کاهش روبه‌رو شود، همچنین ناترازی ارزی در بحث تجارت خارجی و صادرات و واردات به افزایش تورم دامن می‌زند، بنابراین تا زمانی که این عوامل مورد کنترل قرار نگیرند، تورم همچنان به طور افسارگسیخته بالا خواهد رفت. رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه خوارزمی با اشاره به اینکه ایران گرفتار ابرتورم نخواهد شد، یادآور شد: اینکه این روزها شرایط اقتصادی ایران مدام با ونزوئلا مقایسه می‌شود، به اعتقاد بنده صحیح نیست، ونزوئلا به دلیل بدهی‌های زیادی خارجی که داشت، گرفتار این ابرتورم شد، در حال حاضر تورم این کشور حدود ۱۴ هزار درصد است، این درحالی است که درست است که میزان تورم در ایران بسیار بالا بوده، اما، چون میزان بدهی خارجی کشورمان کم است، چنین آینده‌ای را نمی‌توان برای ایران متصور بود.

این اقتصاددان با اشاره به اینکه میزان بدهی خارجی ایران در حال حاضر بین ۹ تا ۱۰ میلیارد دلار است، تصریح کرد: سررسید این بدهی‌ها نیز سالیانه نهایتا ۲میلیارد دلار است که با توجه به حجم اقتصاد ایران کم است و نمی‌تواند تورم بسیار بالایی را رقم بزند، این در حالی است تا زمانی که اقتصاد ایران اصلاحات اساسی را در خود انجام ندهد، با این تورم مزمن و ساختاری همراه خواهد بود، در این رابطه چشم‌انداز مثبتی نیز در حال حاضر نمی‌توانیم متصور باشیم، چراکه هیچ گام اصلاحی برداشته نمی‌شود.

دلایل نهادی و ساختاری افزایش تورم در ایران

شقاقی با تاکید بر اینکه اقتصاد ایران روزهای بسیار سختی را پشت سر می‌گذراند، گفت: متاسفانه چالش‌ها و معضلات فراوانی که طی سال‌های گذشته در اقتصاد ایران بر روی هم تلنبار شده، این روزها اثرات بسیار سوء خود را نمایان می‌سازد، بنابراین اگر از همین امروز به فکر آینده نباشیم دوباره این وضعیت در ماه‌ها و سال آینده شاید با وضعیت بدتری تکرار شود، بنابراین دولت، مجلس و سایر نهادهای تاثیرگذار باید، با همکاری یکدیگر اقداماتی را انجام دهند تا وضعیت اقتصادی سروسامانی بگیرد، در غیر این صورت اوضاع فعلی به همین منوال سپری خواهد شد.

این کارشناس مسائل اقتصادی افزود: بخشی از تورم در اقتصاد ایران به دلایل نهادی و ساختاری است، به مانند نمونه کسری بودجه دولت طی دوره‌های مختلف وجود داشته و نمی‌توان یک شبه یا عرض یک سال این کسری بودجه را برطرف کرد، این مورد نیاز به همکاری متقابل دولت و مجلس دارد، این موضوع یکی از همین اقدامات اصلاحی است که باید از سال‌ها پیش انجام می‌گرفت، مسئله بی‌انضباطی مالی دولت باعث ایجاد کسری بودجه می‌شود و تا موقعی که این بی‌انضباطی وجود داشته باشد، نمی‌توان انتظار کنترل تورم را داشت.

سوداگران چگونه از بازار مسکن خارج می‌شوند؟

پیش‌بینی مسکن در نیمه دوم ۹۹

کارشناسان اقتصاد مسکن اعتقاد دارند اگرچه در ماه‌های پایانی سال گذشته و نیمه نخست امسال خریداران واقعی و مصرف‌کننده، قدرت خرید مسکن نداشتند و تنها سوداگران وارد آن می‌شدند، اما در نیمه دوم امسال، حتی سوداگران نیز از بازار مسکن خارج و رکود سنگینی بر آن حاکم می‌شود.

به گزارش خبرآنلاین، بازارهای کشور در نیمه اول ۹۹ تقریبا هر روز را متفاوت نسبت به گذشته تجربه کردند؛ از بازار ارز و طلا و سکه گرفته تا بازار مسکن و خودرو. این در شرایطی است که تقریبا در اواخر سال ۹۸، زمانی که با کارشناسان اقتصادی صحبت می‌شد، اکثریت از بازاری آرام در نیمه اول امسال سخن می‌گفتند.

گزارش‌ها نشان می‌دهد که نیمه اول امسال مسیر بازار مسکن کاملا به سود سفته‌بازان و دلالان بازار پیش رفت؛ تا جایی که متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در تهران از متری ۱۵ میلیون تومان در پایان اسفند ۹۸ به متری ۲۳ میلیون تومان در پایان مردادماه ۹۹ افزایش یافت. این یعنی افزایشی در حدود ۵۳.۳درصد. در کنار بازار خرید و فروش مسکن، بازار اجاره نیز با رشد قیمت‌ها مواجه بوده است. اگرچه روایت قیمت‌ها در بازار با آنچه که آمارهای رسمی اعلام می‌کنند، کاملا متفاوت و ارقام بسیار بالاتر است، اما گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد که شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران در مردادماه سال ۹۹ رشدی معادل ۲۷.۴درصد نسبت به ماه مشابه سال گذشته را تجربه کرده است.

سوال این است که چرا قیمت مسکن بالا رفت؟ چندی پیش وزیر راه و شهرسازی در اظهارنظری، نقدینگی سرگردان را عامل اصلی بی‌ثباتی بازار مسکن دانست و گفت: حجم نقدینگی لجام‌گسیخته موجود در کشور این بلا را بر سر بازار مسکن آورده است.

محمد اسلامی با اشاره به دلایل رکود بازار مسکن در چند هفته اخیر، توضیح داد: تحولات پرالتهابی که امروز بازار مسکن با آن رو به رو است، صرفا به فعل و انفعالات این بازار مرتبط نمی‌شود، بلکه حجم نقدینگی لجام‌گسیخته موجود در کشور این بلا را بر سر بازار مسکن آورده است.

او ادامه داد: کافی است سوداگران احساس کنند یک بازار از بازدهی خارج شده است، سریعا نقدینگی‌ها را از بازاری خارج و به بازاری دیگر منتقل می‌کنند. به طور مثال زمانی که قیمت مسکن در منطقه‌ای از تهران، پایین‌تر از حد «مقایسه‌ای» باشد، سودجویان بلافاصله نقدینگی را به آن منطقه سرازیر می‌کنند یا به قولی به آنجا هجوم می‌برند و بعد از مدتی این نقدینگی را به جای دیگری انتقال می‌دهند، این اتفاق به دلیل حجم زیاد پول سرگردان در بازار رخ می‌دهد و هدف ایجاد تلاطم در یک بازار است، بنابراین زمانی به بازار مسکن و زمانی هم به بازارهای دیگر همچون طلا، سکه، خودور و... هجوم می‌برند.

وزیر راه و شهرسازی راهکار حل مشکل فوق و ساماندهی نقدینگی‌های سرگردان در جامعه را اعمال سیاست و برنامه‌های کاربردی از سوی دولت دانست و گفت: دولت باید بتواند نقدینگی را کنترل و با جمع کردن آن از سطح جامعه، این پول‌ها را به سمت تولید هدایت کند.

در این شرایط، برخی کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند که قیمت مسکن در ماه‌های پایانی سال افت خواهد کرد. تحلیلگران اقتصادی معتقدند تفاوتی که بازار مسکن در نیمه نخست امسال با نیمه دوم آن دارد، در این است که اگرچه در ماه‌های پایانی سال گذشته و نیمه نخست امسال خریداران واقعی و مصرف‌کننده، قدرت خرید مسکن نداشتند و تنها سوداگران وارد آن می‌شدند، اما در نیمه دوم امسال، حتی سوداگران نیز از بازار مسکن خارج و رکود سنگینی بر آن حاکم می‌شود. به باور آنها، سرمایه‌های مردم که مسکن را به عنوان کالای مصرفی تلقی می‌کنند، در حدی نیست که بتوانند ملک موردنظر خود را خریداری کنند؛ درنتیجه رکود این بازار در ماه‌های پایانی سال جاری افزایش می‌یابد.

نرگس رزبان، کارشناس بازار مسکن، دو دسته عوامل اثرگذار بر روند بازار مسکن طی شش ماهه دوم سال ۹۹ را اعلام کرد و گفت: عواملی همچون کاهش قدرت خرید خانوار به‌واسطه افزایش بیش از حد قیمت و اشباع قیمتی در بازار مسکن، کاهش قدرت پوشش‌دهی تسهیلات خرید مسکن، رشد قابل‌توجه قیمت در ماه‌های گذشته، اجرای برنامه‌های تولید مسکن در قالب طرح اقدام ملی مسکن و تحویل مسکن مهر، احتمال کاهش تحریم‌ها و ثبات نرخ ارز از جمله عواملی است که می‌تواند زمینه ثبات قیمت مسکن در ماه‌های آتی از سال جاری را رقم بزند.

به گفته رزبان، افزایش نرخ ارز و بروز نوسانات ارزی جدید، کاهش عرضه مسکن در مقایسه با نیاز، بالابودن نرخ تورم عمومی و افزایش هزینه‌های ساخت و احتمال افزایش نقدینگی به دلیل احتمال استقراض دولت از بانک مرکزی برای جبران کسری بودجه ناشی از کاهش درآمدهای نفتی و... از جمله عوامل مهمی است که احتمال افزایش مجدد قیمت ملک در ماه‌های آتی از سال جاری را فراهم خواهد کرد. او با تاکید آنکه ریتم تحولات در بازار مسکن به برآیند نیروهای اثرگذار بر قیمت مسکن بستگی دارد، گفت: تا زمانی که نقدینگی تولید شده نتواند جذب تولید شود، فعالیت‌های سوداگرانه در بازار مسکن، ارز، خودرو، طلا و... ادامه یافته و منجر به افزایش قیمت در این بازارها می‌شود. با توجه به تحولات اخیر به‌نظر می‌رسد هرچه به ماه‌های انتهایی سال نزدیک شویم، از شیب افزایش قیمت در بازار مسکن کاسته شود.

یادداشت

قطب‌بندی خیر و شر درباره همکاری ایران و چین

حسین واله
سفیر اسبق ایران در الجزایر

قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین از زاویه‌های مختلفی قابل بررسی است. درباره علت مناقشه‌ها درباره این قرارداد باید گفت که تنوع خاستگاه این علت‌ها باعث اغتشاش ذهنی در فضای سیاسی کشور شده است. سه علت متضاد را می‌توان تشخیص داد: قطب‌بندی سیاسی داخل کشور، وفاداری به شعارهای نخستین انقلاب اسلامی و دغدغه‌های مربوط به منافع ملی.

قطب‌بندی اپوزیسیون/پوزیسیون در سیاست داخلی طی دور دوم ریاست‌جمهوری روحانی رو به تشدید گذاشته است. شدت گرفتن این قطب‌بندی سبب می‌شود دو طرف آن در موضوع‌های سیاست فارغ از ماهیت موضوع و صرفا براساس موضع قطب مقابل تصمیم بگیرند؛ هر اقدام حکومت از نظر اپوزیسیون غلط است و بالعکس. این وضعیت البته ناشی از کاهش اعتماد اجتماعی است و منشأ عبور از مخالفت به عناد و سپس درگیری و سرکوب می‌شود. ریشه کاهش اعتماد اجتماعی نیز فقدان سیاست‌ورزی حزبی و انحصار فعالیت سیاسی مؤثر در قالب رقابت جناحی است.

از سوی دیگر، یکی از هدف اساسی در انقلاب اسلامی، نفی سلطه خارجی بود که در تعبیر شعار آزادی و استقلال و راهبرد نه شرقی نه غربی تجسد می‌یافت. یک علت مناقشه بر سر قرارداد همکاری ایران و چین برداشت‌های متفاوت از تاثیر آن در تامین هدف پیش‌گفته است. کسانی که آمریکا را تنها ابرقدرت موجود می‌دانند و با استناد به پیشینه رفتار آن با ایران، منشأ همه گرفتاری‌های کشور را در مداخلات آمریکا می‌جویند، تصور می‌کنند هر قدرت رقیب آمریکا نیرویی بالقوه سودمند برای آرمان استقلال است. آنها با اوج‌گیری درگیری‌های آمریکا با چین، در همکاری تهران با پکن منفذی برای رهایی از فشار واشنگتن می‌بینند. از این منظر طرفداران این قرارداد آن را حرکتی راهبردی در یک نبرد سرنوشت می‌بینند. در مقابل، کسانی که استقلال کشور را در نفی سلطه همه نیروهای خارجی می‌شناسند و همکاری نزدیک با قدرت‌های خارجی را جاده صاف‌کن سلطه آنان می‌دانند، چین را نیز به اندازه آمریکا یا از جهاتی بدتر از آمریکا استثمارگر و مستکبر توصیف می‌کنند و از این منظر با عدول از سلطه آمریکا به سلطه چین (و به همین دلیل روسیه) مبارزه می‌کنند. این طیف مخالف همکاری ایران و چین‌اند زیرا کارکرد آن را نه رهایی از سلطه بلکه جایگزینی سلطه‌ای با سلطه‌ای بدتر می‌دانند.

عامل سوم مناقشه بر سر قرارداد همکاری ۲۵ ساله ایران و چین اختلاف دیدگاه نسبت به نحوه تامین منافع ملی ایران در قرن حاضر است. نگاهی که هنوز راهبردهای سیاست خارجی را در چارچوب ساختار جنگ سردی مناسبات بین‌المللی تحلیل و اتخاذ می‌کند، برای تامین منافع ملی کشور نگاه به شرق را توصیه می‌کند. چین و روسیه دو پاره قطب شرقی هستند که خطرشان برای ایران کمتر از منافع‌شان و نیز از خطر قطب یکپارچه غربی است. در مقابل، نگاهی که جنگ سرد ایداولوژیک را پایان یافته و بلاموضوع می‌داند، توسعه مناسبات همه جانبه و توازن وابستگی متقابل را شرط نه فقط توسعه پایدار بلکه حتی حراست از امنیت ملی کشور می‌داند و تنها راه ایفای نقش در باشگاه قدرت جهانی و ممانعت از تبدیل رقابت‌های طبیعی به عناد و سوءاستفاده نیروهای شیطانی از آن زمینه‌های رقابت می‌شمارد. در این نگاه، روابط با چین هر قدر گسترش و عمق یابد نه‌تنها بد نیست بلکه ضروری و مفید است اما تلقی جایگزین شدن روابط و همکاری فعال با سایر کشورهای جهان با آن، موهوم و خطرناک است. چین تنها در صورتی و به اندازه‌ای وارد همکاری فعال با ایران خواهد شد که نیازش اقتضا کند و این نیاز تا حد زیادی بستگی به بازی ایران با دیگر قدرت‌های جهان دارد. اگر ایران در خواب خرگوشی جنگ سرد ایدئولوژیک، رویای سپرسازی از پکن در برابر شمشیر واشنگتن را مبنای راهبرد خویش در سیاست خارجی قرار دهد، باید از همین الان مطمئن باشد که وجه‌المصالحه‌ای ناچیز در دعوای غول‌ها خواهد بود. در این زاویه از مناقشه، اختلاف‌نظر نه بر سر همکاری گسترده با چین بلکه بر سر «انحصار» همکاری گسترده خارجی در همکاری با پکن است. نگاهی که نقش آمریکا را قدری محدودتر می‌بیند و برای بازیگران دیگر در عرصه جهانی نیز نقش مؤثر قائل است و نیز ریشه‌های داخلی مشکلات ایران را مهم‌تر از مداخله نیروی خارجی ارزیابی می‌کند، در یک سوی این مناقشه معتقد است براساس منطق قدرت، باید نخست اهداف هر یک از قدرت‌ها را در نظر گرفت آنگاه کوشید تا از تصادم «منافع» آنان و نه «مواضع» آنان به سود منافع ملی بهره گرفت. با التفات به اهداف طبیعی چین در حوزه اقتصاد و سیاست، به روابط و همکاری با این کشور باید به منزله جزئی از یک الگوی کلان نگریست که امکان تحولی مثبت در وضعیت ایران را دربر دارد و نه به منزله اکسیر شفابخشی که منعزل از راهبرد ایران در سایر مواضع می‌تواند عمل کند. ریشه عمده این اختلاف‌نظر در این مسئله است که آیا رهیافت ثابت به منافع ملی در شرایط جهانی متفاوت ممکن است یا باید برای هر شرایطی رهیافت متناسب آن را برگزید. ماهیت روابط ایران و چین برای تصمیم‌گیری درباره آن مهم‌تر از مناقشات جاری و عمدتا مغشوش پیرامون آن است. پیشینه این روابط در جهان پیشامدرن را باید یکسره کنار گذاشت تا از آغشته شدن به احساسات اجتناب شود. چین جدید و ایران جدید بر پایه چه اصولی به روابط و همکاری نیاز دارند؟ چقدر از این نیاز متوازن است؟

همکاری ۲۵ ساله ایران و چین هنوز قراردادی رسمی نیست و در افق، چشم‌اندازی برای تحقق حداکثری آن مشاهده نمی‌شود لذا مجادلات بر سر پیامدهای آن بیشتر جنگ با سایه‌ها است، اما اگر به رتبه قراردادی الزام‌آور ارتقا یابد و اگر از سوی ایران محدود به چین نماند بلکه حلقه نخست از زنجیره قراردادهای مشابهی با قدرت‌های صنعتی موفق باشد، آنگاه از طریق جذب سرمایه و تکنولوژی قادر خواهد بود که حاشیه امن ایران را گسترش داده و سدی در برابر تبدیل رقابت‌های منطقه‌ای به عداوت و قطب‌بندی سیاسی خصمانه نو بشود. این همه البته نیازمند تجدیدنظر در پارادایم جنگ سرد ایدئولوژیک برای فهم مناسبات جهانی و نیز تغییر سمت و سوی منافع گروه‌های بانفوذ در ساختار قدرت در ایران و بهره‌گیری از مفاصل قدرت افکار عمومی در کشورهای صنعتی است. احتمال بالای موفقیت ایران در بازی بین‌المللی مشارکت و سهم‌خواهی به جای انزوا و تلافی‌جویی را از همین جنجال کم‌نظیر در خارج کشور بر سر قرارداد فرضی همکاری می‌توان دریافت؛ اگر حجم ایران وزن سنگینی به جهت‌گیری آن نمی‌داد، هیچ‌کس به چنین فرض بی‌پایه و اساسی وقعی نمی‌نهاد.

بانک نامه

موسسه چینی «زد ین» اعلام کرد

تهران یکصد و دومین قطب مالی جهان

نیویورک جایگاه خود را به عنوان اصلی‌ترین قطب مالی جهان حفظ کرد. به گزارش ایسنا، بیست و هشتمین گزارش سالانه رتبه‌بندی شهرهای مهم مالی جهان توسط موسسه چینی «زد ین» صورت گرفت که بر این اساس شهر نیویورک جایگاه خود را در صدر جدول حفظ کرد. این رتبه‌بندی بر اساس شاخص‌های مختلفی نظیر ثبات سیاسی، محیط سیاست‌گذاری، میزان در دسترس بودن نیروی کار ماهر، کیفیت زندگی، زیرساخت‌های شهری، میزان دسترسی به سرمایه، نقدینگی بازارها و نقش نظام بانکی صورت گرفته که براساس آن یک امتیاز بین صفر تا ۱۰۰۰ به هر شهر تخصیص می‌یابد. بر این اساس، برترین شهرها شامل نیویورک با شاخص مرکز مالی ۷۷۰، لندن با شاخص مرکز مالی ۷۶۶، شانگهای با شاخص مرکز مالی ۷۴۸، توکیو با شاخص مرکز مالی ۷۴۷، با هنگ کنگ شاخص مرکز مالی ۷۴۳، سنگاپور با شاخص مرکز مالی ۷۴۲، پکن با شاخص مرکز مالی ۷۴۱، سن فرانسیسکو با شاخص مرکز مالی ۷۳۸، شنژن چین با شاخص مرکز مالی ۷۳۲ و زوریخ با شاخص مرکز مالی ۷۲۴ است. همچنین تهران در رتبه‌بندی امسال با ۵۲۸ امتیاز بالاتر از شهرهایی چون سنت‌پترزبورگ، ریاض و ووهان و پایین‌تر از شهرهایی چون بوداپست و آتن در رده صد و دوم ایستاده است. رتبه امسال تهران نسبت به سال قبل هفت رتبه کاهش داشته است. در این رتبه‌بندی شهرهای لس آنجلس نیز در رده یازدهم، فرانکفورت شانزدهم، دوبی هفدهم، پاریس هجدهم، ونکوور بیست و چهارم، کوالالامپور چهل و یکم، دوحه پنجاه و ششم، مسکو شصت و دوم، استانبول شصت و چهارم و باکو نود و هشتم قرار گرفته‌اند.

بانک مرکزی ابلاغ کرد

اعلام نرخ جدید سپرده قانونی بانک‌ها و موسسات اعتباری

بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای نرخ جدید و تغییرات نحوه محاسبه سپرده قانونی بانک‌ها و موسسات اعتباری را اعلام کرد.

به گزارش بانک مرکزی، هیأت عامل این بانک با توجه به مصوبه پیشین شورای پول و اعتبار مبنی بر تفویض اختیار تعیین نسبت سپرده قانونی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در دامنه ۱۰ تا ۱۳درصد به رئیس کل بانک مرکزی و با هدف کنترل رشد نقدینگی و تورم و در عین حال تداوم اجرای برنامه‌های حمایتی به دلیل شرایط خاص اقتصادی ناشی از شیوع بیماری کرونا و همچنین با توجه به گذشت بیش از پنج ماه از آغاز اجرای برنامه‌های حمایتی مذکور، نسبت سپرده قانونی بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی از روز شنبه (۲۲ شهریورماه) به ارقام قبل از زمان اجرای مصوبه ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا در این خصوص باز می‌گردد.

در این بخشنامه آمده است: معادل یک سوم تسهیلات اعطایی بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی (موضوع مصوبات ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا)، از محل سپرده قانونی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی، حسب عملکرد در اعطای تسهیلات موردنظر ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا در اختیار آنها قرار خواهد گرفت. مبالغ کسرشده از محل سپرده قانونی بابت اعطای تسهیلات مذکور پس از دو سال با بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی عامل تسویه می‌شود. در ادامه تاکید شده است: پس از بازگشت نسبت سپرده قانونی به ارقام قبل، مابه‌التفاوت سپرده قانونی جدید بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی از سوی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی مذکور نزد بانک مرکزی تودیع می‌گردد. در صورتی که بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی قادر به تسویه یک‌باره مابه‌التفاوت سپرده قانونی مذکور در تاریخ ۸ مهر ۹۹ نباشد، بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی می‌تواند طی سه قسط مساوی ماهانه در تاریخ‌های ۳۰ مهر، ۳۰ آبان و ۳۰ آذر ۹۹ و با نرخ یک ده‌هزارم درصد به عنوان سود متعلقه، نسبت به تودیع مبالغ مذکور نزد بانک مرکزی اقدام کند. در پایان تاکید شده است: در صورت عدم واریز مبالغ مزبور به صورت ماهانه، این مبلغ توسط اداره حسابداری کل و بودجه بانک مرکزی از حساب بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی مربوط برداشت می‌شود.

جهانگیری در بازدید از استان هرمزگان:

تصمیم لازم برای ترخیص سریع کالا اتخاذ می‌شود

معاون اول رئیس جمهور گفت حجم قابل توجهی از کالاهای صنعتی و بعضاً کالاهای اساسی در بنادر مانده است که تصمیمات لازم برای سرعت بخشی به روند ترخیص کالا و تخلیه بنادر اتخاذ خواهد شد. معاون اول رئیس جمهور صبح شنبه به منظور افتتاح و بازدید از چند طرح و پروژه مهم در حوزه صنعت و بهداشت و درمان وارد استان هرمزگان شد و در فرودگاه بندرعباس از سوی استاندار و مدیران ارشد استان مورد استقبال قرار گرفت. جهانگیری در این سفر یک روزه قرار است فاز دوم فولادسازی شرکت فولاد کاوه جنوب کیش و بیمارستان فوق تخصصی زنان و زایمان شریعتی بندرعباس را افتتاح کند. معاون اول رئیس جمهور همچنین قرار است از مجموعه بندر و گمرک شهید رجایی بندرعباس بازدید و سپس جلسه‌ای نیز درخصوص مسائل گمرکی برگزار کند. حضور در جلسه ستاد اقتصاد مقاومتی استان هرمزگان و تبیین برنامه‌های دولت برای تحقق جهش تولید از دیگر برنامه‌های معاون اول رئیس جمهور در سفر به این استان است. وزرای راه و شهرسازی، جهاد کشاورزی، سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت، رئیس کل بانک مرکزی، رئیس بنیاد مستضعفان در این سفر همراه معاون اول رئیس جمهور هستند. معاون اول رئیس جمهور همچنین در بدو ورود به فرودگاه بندرعباس در گفت‌وگو با خبرنگاران استان هرمزگان را از استان‌های پراهمیت و استراتژیک کشور و با مردمانی عزیز، بزرگوار و زحمتکش برشمرد و گفت: این استان نقش بسیار مهمی در بخش‌های مختلف به خصوص اقتصاد کشور ایفا می‌کند.

وی با بیان اینکه بندرعباس از اصلی‌ترین کانون‌های توسعه کشور در زمینه‌های مختلف است، خاطرنشان کرد: بندرعباس از رشد قابل توجهی در بخش صنعت برخوردار بوده و طرح‌های متعدد و مهمی در استان هرمزگان در دست اقدام است و جاسک به عنوان یکی از کانون‌های مهم اقتصادی کشور در حوزه نفت، پتروشیمی و صنایع دیگر تبدیل خواهد شد.

چرا رکوردشکنی عرضه در سامانه نیما نتوانست جلوی افزایش قیمت ارز را بگیرد؟

یک گام تا دلار ۳۰ هزار تومانی

فرصت امروز: قیمت دلار در چند هفته گذشته بار دیگر با افزایش قیمت مواجه شد و روز گذشته در پنجمین روز مهرماه به کانال ۲۹ هزار تومان رسید تا زمزمه‌های دلار ۳۰ تومانی بیش از پیش به گوش برسد. قیمت دلار دیروز با ۴۵۰ تومان افزایش به کانال ۲۹ هزار و ۱۰۰ تومان رسید و این درحالی بود که دلار در پنجشنبه گذشته ۲۸ هزار و ۶۰۰ تومان قیمت خورده بود. رشد قابل توجه قیمت دلار در بازار آزاد در شرایطی است که صرافی ملی روز گذشته، نرخ دلار در صرافی‌های بانکی را برای خرید از مردم ۲۸ هزار و ۴۵۰ تومان و برای فروش ۲۸ هزار و ۵۵۰ تومان اعلام کرد و به این ترتیب فاصله دلار صرافی و بازار به کمتر از یک هزار تومان رسید.

در این بین، عملکرد بانک مرکزی نتوانسته از موج جدید افزایش قیمت ارز جلوگیری کند. عبدالناصر همتی نیز در واکنش به افزایش قیمت دلار در یک هفته گذشته از جوسازی سیاسی آمریکا سخن گفته است. به گفته رئیس‌کل بانک مرکزی، جو سیاسی و تبلیغاتی ناشی از اقدام آمریکا در اعلام عملیاتی شدن مکانیزم ماشه فضای لازم را برای جهش قیمت ارز در هفته‌های اخیر به‌وجود آورده است. همچنین به گفته همتی، بی‌تعادلی در عرضه و تقاضای حواله تجاری به دلیل همه‌گیری کرونا و تعلل بعضی صادرکنندگان برای عرضه ارز و تداوم روند تقاضا در ماه‌های گذشته نیز از جمله دلایلی بوده که به گرانی دلار دامن زده است. قرار است بانک مرکزی برای کاهش قیمت دلار تعادل در بازار حواله تجاری را دنبال کند. خبر مهم دیگری که شاید در کاهش قیمت دلار اثرگذار باشد، دسترسی بانک مرکزی به منابع ارزی خارج از کشور و استفاده از آن برای تقویت بازار ثانویه است. همتی پیشتر گفته بود که رایزنی‌ها در آستانه ثمردهی است و با افزایش میزان صادرات نفت و بهبود روند بازگشت ارز حاصل از صادرات، بازار به آرامش می‌رسد.

همتی: کالاهای اساسی ۲۴ساعته ترخیص می‌شود

رئیس‌کل بانک مرکزی روز گذشته از تصمیم مهم برای ترخیص کالاها از گمرکات خبر داد و گفت: درخصوص کالاهای اساسی و مواد اولیه و قطعات کارخانجات مشکلی نخواهیم داشت و تمام کالاهای گمرکات را می‌توانیم ترخیص کنیم.

عبدالناصر همتی از تعیین تکلیف کالاهای دپوشده در گمرک خبر داد و گفت: امروز (شنبه) با معاون اول رئیس جمهوری برای بازدید از گمرکات شهید رجایی آمدیم و قطعاً اطلاعات سایر بنادر از جمله بندر امام و شهید بهشتی را نیز در اختیار داریم.

او با بیان اینکه هدف اصلی ما تعیین تکلیف کالاهای دپوشده در گمرک است، افزود: دو سه نوع کالا در گمرکات داریم که شامل کالای اساسی و مواد اولیه و قطعات خط تولید و سایر کالاهاست؛ آنچه برای کشور مهم است کالاهای اساسی و مواداولیه کارخانجات است که برای تولید بسیار اهمیت دارد.

رئیس‌کل بانک مرکزی ادامه داد: امروز تصمیمات خوب و مهمی گرفتیم؛ بانک مرکزی آمادگی خود را برای ترخیص کالاهای اساسی و مواد اولیه کارخانجات اعلام کرد البته از چند روز قبل نیز برنامه‌ریزی جدی انجام دادیم که کالاهایی که در گمرکات هستند ترخیص شوند و کارخانجات دچار مشکل نشوند بنابراین تصمیم این شد که واردکنندگان کالاهایی که الان در گمرک هستند (شامل مواد اولیه و قطعات خط تولید) اگر ثبت‌سفارش‌های‌شان را به بانک مرکزی اعلام کنند، بانک مرکزی ظرف ۲۴ ساعت تخصیص را انجام می‌دهد و می‌توانند کالاها را از گمرک خارج کنند.

همتی همچنین به تصمیم مهم بانک مرکزی درباره ترخیص کالاهای اساسی اشاره کرد و گفت: در مورد کالاهای اساسی نیز اعلام کردیم اگر هنوز واردکنندگان کالاهایی که با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد شده‌اند، مشکل تامین ارز دارند به بانک مرکزی مراجعه کنند و براساس روش تعهدی این تعهد را به آنها می‌دهیم که ظرف ۳ ماه آینده ارزشان را تامین کنیم چون تامین و انتقال ارز زمان می‌برد، ولی با این روش واردکنندگان کالاهای اساسی نیز می‌توانند کالای خود را ترخیص کنند.

به گفته رئیس‌کل بانک مرکزی، با تصمیماتی که گرفته شد و بانک مرکزی نیز فرآیند اجرایی آنها را به طور جدی از این هفته شروع خواهد کرد، در خصوص کالاهای اساسی و مواداولیه و قطعات کارخانجات مشکلی نخواهیم داشت و تمام کالاهای گمرکات را می‌توانیم ترخیص کنیم.

۲ دلیل افزایش قیمت ارز در چند هفته گذشته

در همین حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد، اجرای مصوبه واردات یک میلیارد دلار کالا بدون انتقال ارز و کاهش تخصیص ارز دولتی برای واردات کالا و انتقال تقاضای ارز برای این کالاها به سامانه نیما، دو دلیل تعیین‌کننده در افزایش قیمت ارز در هفته‌های اخیر بوده است. به گزارش فارس، با وجود افزایش عرضه ارز حاصل از صادرات و خرید ارز برای واردات در سامانه نیما، نرخ ارز در بازار افزایش یافته است. پیگیری از بخش‌های مختلف نشان می‌دهد، یکی از دلایل اصلی این اتفاق، کاهش عرضه کل ارز در بازار ارز کشور است. در واقع بخشی از ارز موردنیاز برای واردات که در گذشته با نرخ ۴۲۰۰ تومان و توسط بانک مرکزی تامین می‌شد، به دلیل کاهش درآمدهای ارزی دولت دیگر با نرخ ۴۲۰۰ تومان تامین نمی‌شود.

به عبارت دیگر، دولت و بانک مرکزی تامین ارز بخشی از کالاهای مشمول دریافت ارز ۴۲۰۰ تومان را به بازار ثانویه یا همان نیما منتقل کرده است. بنابراین باوجود افزایش بیش از ۹۸درصدی عرضه ارز حاصل از صادرات در نیما در شهریورماه نسبت به مردادماه، باز هم نرخ ارز روند افزایش را در بازار آزاد داشته است. یعنی صادرات غیرنفتی افزایش یافته، اما صادرات نفتی کمتر از نیازها بوده و همین مسئله عرضه کل ارز را کاهش داده است.

همچنین یکی دیگر از دلایل افزایش نرخ ارز در هفته‌های اخیر، مجوز واردات بدون انتقال ارز برای یک میلیارد دلار کالای دپوشده در گمرکات کشور بوده است. این اقدام موجب افزایش فشار بر منابع ارزی و ایجاد تقاضای یک میلیارد دلاری در مدتی کوتاه شد. فشارهای زیادی در درون دولت برای تصویب اجازه واردات بدون انتقال ارز وجود داشت و گفته می‌شود، بعضی فعالان تجاری که در سال‌های اخیر وارد دولت شده و سمت‌های مهمی را در اختیار گرفته‌اند، نقش زیادی در تصویب این بخشنامه داشته‌اند.

بانک مرکزی در ماه‌های اخیر بارها با واردات بدون انتقال ارز مخالفت و اعلام کرده این اقدام موجب افزایش نرخ ارز می‌شود، اما گروه ذی‌نفعان مختلف در دولت در نهایت نظرشان را بر کرسی نشاندند و نتیجه همان چیزی شد که پیش‌بینی شده بود. یکی از اقداماتی که متولی بازار ارز در ماه‌های اخیر به دنبال آن بوده آزادسازی برخی منابع ارزی بلوکه شده کشور در خارج از کشور بوده است، اما این اقدامات فقط اثر کوتاه‌مدت دارد چراکه در صورت نبود برنامه مشخص تخصیص ارز، آزاد شدن منابع اثر مناسبی بر کاهش نرخ ارز نخواهد داشت.

اولویت‌بندی واردات کشور برای مدیریت مصارف ارزی از وظایف وزارت صنعت، معدن و تجارت است، اما متاسفانه در سال‌های اخیر و بعد از پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومان، رقابت‌های شدیدی برای افزودن برخی کالاها در لیست تامین ارز وجود داشته و باعث شده اولویت‌بندی تامین ارز مخدوش شود. علاوه بر این وزارت صمت مدت‌هاست که بدون وزیر اداره می‌شود و طبعا امکان گرفتن تصمیمات جدی در وزارتخانه بدون وزیر وجود ندارد.

نوید جهش عرضه ارز و کاهش قیمت‌ها از ماه‌های آینده

از خبرهای مثبت و قابل تأمل برای بازار ارز در روزهای اخیر، خبر افزایش قابل توجه صادرات نفت و فرآورده‌های نفتی است که نشان می‌دهد صادرات نفت و میعانات گازی ایران که زمانی تا حد ۲۶۰ هزار بشکه در روز کاهش یافته بود، به حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه در روز رسیده است. معمولا تسویه معاملات نفتی بسته به نوع محموله‌ها در بازه‌های زمانی یک تا سه ماهه انجام می‌شود که در این صورت ارزهای حاصل از صادرات نفتی در ماه‌های آینده برای اقتصاد ایران قابل استفاده خواهد بود بنابراین در صورت مدیریت مصارف ارزی و ادامه فرآیند صادرات نفت و میعانات گازی در سطح یک میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه، می‌توان انتظار داشت در ماه‌های آینده عرضه ارز در اقتصاد ایران افزایش قابل توجهی داشته باشد و بهای ارز کاهش قابل توجهی داشته باشد.

با هدف پاسخگویی به نیازهای واقعی بازار ارز انجام شد

عرضه ۳۰۰ میلیون درهم به بازار ارز در نخستین روز هفته

بازارساز با هدف پاسخگویی به نیازهای واقعی بازار و در راستای اظهارات اخیر رئیس کل بانک مرکزی مبنی بر اقدامات تدریجی این بانک برای تعمیق بازار ثانویه، روز شنبه ۳۰۰ میلیون درهم به صورت حواله در بازار ثانویه عرضه کرد.

به گزارش ایرنا، همزمان با افزایش فعالیت دلالان و سفته‌بازان، در روزها و هفته‌های اخیر، عرضه ارز توسط بازارساز رو به فزونی گذاشته به طوری که به گفته کارشناسان، نیاز واقعی بازار به ارز، تامین شده و کمبودی در این بخش وجود ندارد. بر این اساس، در اولین روز هفته جاری ۳۰۰ میلیون حواله درهم توسط بازارساز در بازار ثانویه عرضه شده است که نشان‌دهنده پاسخگویی کامل به نیاز متقاضیان و اشباع بازار است.

اقتصاد کشور در حالی سال ۱۳۹۹ را آغاز کرد که بعد از دو سال مقاومت در برابر جنگ اقتصادی آمریکا علیه ایران، توانسته بود پایداری نسبی را بر شاخص‌های اصلی اقتصاد کشور حاکم سازد، اما بروز بحران کرونا، تعادل حاکم بر تجارت و بازرگانی کشور را بر هم زد، این فرصت را برای دشمنان کشور از یک سو و فرصت‌طلبان اقتصادی از سوی دیگر فراهم آورد تا فشار بیشتری را بر اقتصاد کشور وارد کنند.

اما ارکان اقتصادی کشور همچنان به مقاومت خود ادامه می‌دهند و در این راستا عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی روز جمعه در گفت وگو با ایرنا در این خصوص تاکید کرد: بانک مرکزی تمام تلاش خود را برای ایجاد تعادل در بازار حواله تجاری و کنترل نرخ آن به کار خواهد بست. ثبت ۴۵۰ میلیون یورو معاملات در سامانه نیما طی هفته آخر شهریور که رکورد انجام معاملات هفتگی در این سامانه را شکست، نشاندهنده حمایت جدی بانک مرکزی برای تامین ارز موردنیاز واردکنندگان و صادرکنندگان کشور است.

به گفته کارشناسان، افزایش سرعت بازگشت ارزهای حاصل از صادرات به بازارهای داخلی مهمترین دلیل ثبت این رکورد می‌تواند باشد. مسئله‌ای که بانک مرکزی با حمایت دولت طی سه ماه گذشته به صورت مجدانه در پی برخورد با صادرکنندگان متخلف بوده است که از آخرین اقدامات در این زمینه ارجاع سومین لیست از صادرکنندگان متخلف، از ابتدای مردادماه تاکنون به قوه قضائیه برای طی کردن تشریفات مخصوص حقوقی برخورد با این متخلفان است.

همچنین سیاست جدید بانک مرکزی مبنی بر جواز فروش ارز به پتروشیمی‌ها، فولادی‌ها و معدنی‌ها به صرافی‌های مجاز، نیز تاثیر بسزایی در مقابله با تلاش سفته‌بازان و نوسان‌گیران برای تقویت انتظارات تورمی داشته است.

با وجود تمام این اقدامات اما نباید از یاد برد که در موازات این تلاش‌های دولت ایران برای کنترل بازار، دولت ترامپ در آمریکا طی هفته‌های اخیر با انجام تبلیغات سنگین رسانه‌ای و سیاسی پیرامون مسئله عملیاتی شدن مکانیسم ماشه، تمام تلاش خود را برای به زانو درآوردن اقتصاد کشور انجام داده است.

طبق نظر کارشناسان حوزه بانکی و ارزی در هفته گذشته و پس از ناکامی آمریکا در همراه‌سازی سایر اعضای شورای امنیت سازمان ملل متحد در عملیاتی کردن مکانیسم ماشه و همچنین روند سرعت گرفتن بازگشت ارزهای صادراتی طی روزهای اخیر، شاهد توقف میل صعودی قیمت ارز در بازار داخلی بوده‌ایم و پیش‌بینی می‌شود با اقداماتی مشابه آنچه که بانک مرکزی در روز شنبه برای تعمیق بازار ثانویه انجام می‌شود، شاهد ایجاد تعادل و آرامش در بازار ارز باشیم.

شاخص بورس با رشد ۴ هزار واحدی به رقم یک میلیون و ۶۱۵ هزار واحد رسید

رشد کم‌رمق بورس در پنجمین روز پاییز

فرصت امروز: با اینکه شاخص بورس تهران در ساعات ابتدایی معاملات شنبه، صعودی چشمگیر داشت و به یک میلیون و ۶۳۴ هزار واحد رسید، اما در ادامه معاملات، روندی نزولی گرفت و با رشد کم‌رمق ۴هزار واحدی در همان کانال یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد باقی ماند. شاخص بورس روز چهارشنبه گذشته نیز به رشد ۳۰ هزار واحدی دست یافته بود و برای اولین بار در طول هفته از شوک مکانیسم ماشه و تشدید تنش‌های لفظی تحریم خارج شد. این روند در ابتدای این هفته نیز ادامه یافت و هرچند کم‌رمق اما رشد شاخص بورس پی گرفته شد.

شاخص کل بورس با رشد ۴هزار و ۹۶ واحدی روز شنبه در ارتفاع یک میلیون و ۶۱۵ هزار واحد ایستاد. شاخص کل (هم‌وزن) نیز با ۹۰۹ واحد کاهش به ۴۱۲ هزار ۵۳۱ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۵۹۶ واحد افت به ۲۷۰ هزار و ۳۲۵ واحد رسید. شاخص بازار اول ۵ هزار و ۴۸۱ واحد کاهش و شاخص بازار دوم ۴۲ هزار و ۶۷۹ واحد افزایش داشت. شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۶۶ واحد افزایش یافت و بر روی کانال ۱۸ هزار و ۲۰۲ واحد ثابت ماند. در معاملات این روز بیش از ۷میلیارد و ۱۶۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۸۱ هزار و ۵۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای بانک ملت، پالایش نفت اصفهان، فولاد مبارکه اصفهان، ایران خودرو، ملی صنایع مس ایران، گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان و سایپا ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات شنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۵۶۸ میلیون و ۱۹۳ هزار برگه سهم به ارزش ۱۵ هزار و ۲۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

حمایت حقوقی‌ها از بورس در هفته فروش حقیقی‌ها

بورس تهران در حالی هفته گذشته را با کاهش ۵,۴ درصدی شاخص کل سپری کرد که در این مدت سهامداران عمده بیشتر از آنکه فروشنده باشند، خریدار بودند. بر این اساس در هفته گذشته حدود ۴هزار و ۳۰۰میلیارد تومان نقدینگی در مسیر پرتفوی سهامداران حقوقی به حقیقی جابه‌جا شد. به گزارش سنا، بررسی جزییات جابه‌جایی‌ها نشان از آن دارد که در معاملات روز شنبه تنها سهامداران خرد به خریدهای سنگینی پرداختند و در مابقی روزها در نقش فروشنده ظاهر شدند. در روز شنبه خالص خرید معامله‌گران حقیقی حدود ۴۴میلیارد تومان بود و بیشترین خرید آنها نیز در نمادهای معدنی و فلزی بود. به طوری که خالص خرید حقیقی در گروه معدنی به بیش از ۲۰۰میلیارد تومان رسید. به این ترتیب از روز یکشنبه، شاهد صف فروش از سوی سهامداران خرد و در مقابل حمایت از سوی حقوقی‌ها بودیم. بازیگران عمده با خریدهای قابل توجه خود، در مسیر رشد حرکت کردند. در این راستا هفته گذشته خالص خرید حقوقی‌ها در روز یکشنبه به ۴۹۱ میلیارد تومان رسید که بخش عمده‌ای از خریدها در نمادهای گروه بانکی بود. به طوری که خالص خرید صورت گرفته در این گروه به بیش از ۲۰۰میلیارد تومان رسید. روند مزبور در جریان معاملات روز دوشنبه نیز با انتقال بیش از یک هزار میلیارد تومان نقدینگی از مسیر پرتفوی سهامداران حقیقی به حقوقی ادامه یافت که ۲۵۰ میلیارد تومان از این رقم به خالص خرید صورت گرفته در گروه فلزی اختصاص داشت. دو گروه بانکی و شیمیایی نیز خریدهای قابل توجهی را از سوی بازیگران عمده در آخرین روز شهریورماه تجربه کردند. روز سه‌شنبه یعنی نخستین روز مهرماه شاخص با افت حدود ۱۴هزار واحدی مواجه شد. در این میان حقوقی‌ها همچنان به خریدهای خود ادامه دادند و بیش از ۲,۲ هزار میلیارد تومان نقدینگی به پرتفوی خود افزودند. در معاملات روز چهارشنبه نیز هرچند بورس تهران به مدار مثبت بازگشت و شاهد رشد بیش از ۳۰ هزار واحدی شاخص کل بودیم، اما همچنان حقوقی‌ها در سمت خرید برتری داشتند، به طوری که در این روز ۵۰۰میلیارد تومان نقدینگی از سبد سهامداران حقیقی خارج و به پرتفوی بازیگران عمده منتقل شد.

صنایع مورد توجه معامله‌گران در هفته اول مهر

رصد خرید و فروش‌های صورت گرفته از سوی بازیگران بورس در هفته گذشته نشان می‌دهد که بیشترین خرید یا همان حمایت سهامداران عمده در نمادهای گروه بانکی بوده که با خالص خرید بیش از ۱,۴ هزار میلیارد تومانی همراه شده است. در این میان بخش عمده‌ای از خریدهای صورت گرفته در این گروه در نماد بانک ملت بوده است. در حالی «وبملت» ۲۲ شهریورماه و بعد از حدود دو ماه توقف باز شد که در این مدت با خریدهای قابل توجهی از سوی حقوقی‌ها روبه‌رو شد. در نهایت نیز طی هفته گذشته خالص خرید ۶۳۰ میلیارد تومانی را تجربه کرد. البته در این گروه بانک پارسیان نیز خالص خرید ۲۶۵میلیارد تومانی را از سوی حقوقی‌ها تجربه کرد.

فلزات اساسی نیز از دیگر صنایع مورد توجه حقوقی‌ها در هفته گذشته بود که با انتقال بیش از ۹۶۰ میلیارد تومان نقدینگی به پرتفوی سهامداران عمده روبه‌رو شد. در این گروه نیز بخش عمده‌ای از خریدها به نماد ملی مس ایران تعلق داشت؛ در این هفته «فملی» خالص خریدی در حدود ۵۳۰ میلیارد تومان را تجربه کرد که این میزان خرید، ۵۵ درصد از خالص خرید صنعت را تشکیل می‌دهد. فولاد مبارکه اصفهان نیز با ثبت خالص خرید ۱۷۰ میلیارد تومانی از دیگر نمادهای مورد توجه سهامداران عمده در این هفته بود.

بررسی خریدهای صورت گرفته از سوی سهامداران خرد در این هفته نیز نشان از تمایل این گروه از معامله‌گران به جمع‌آوری سهام معدنی دارد، به طوری که در مجموع ۴۲میلیارد تومان نقدینگی از سوی حقوقی‌های گروه معدنی به پرتفوی سهامداران خرد این گروه منتقل شد. در صدر این خریدها نیز جمع‌آوری سهام دوقلوهای سنگ آهنی یعنی چادرملو و گل گهر قرار داشت؛ در این هفته خالص خرید «کگل» به ۶۷ میلیارد تومان و خالص خرید «کچاد» نیز به ۵۵ میلیارد تومان رسید. این در حالی است که سهامداران خرد بیشترین میزان خرید در این هفته را به سهام «پترول» اختصاص داده و بیش از ۱۲۰ میلیارد تومان نقدینگی بابت خرید سهام مزبور به پرتفوی خود افزودند. «شبندر» نیز با ثبت خالص خرید بیش از ۱۰۰ میلیارد تومانی از دیگر نمادهای مورد توجه معامله‌گران حقیقی در هفته گذشته بود.

نماگر بازار سهام

از ممنوعیت معاملات الگوریتمی تا لغو نوسانگیری روزانه

دفاع مدیرعامل بورس از محدودیت جدید بورسی

فرصت امروز: درحالی که هنوز کارشناسان بین «ریزش» یا «اصلاح» شاخص بورس اختلاف‌نظر دارند، ناظر بازار سرمایه از محدودیت جدید بورسی خبر داد و معاملات الگوریتمی و نوسانگیری روزانه را ممنوع کرد.

در شرایطی که بورس تهران از نیمه تابستان پله پله از رکورد ۲ میلیون واحدی خود پایین می‌آید و هر روز نقدینگی بیشتری از بازار سهام خارج می‌شود، مسئولان به فکر چارچوب‌بندی جدید در تالار شیشه‌ای حافظ افتاده‌اند، چنانچه ناظر بازار سرمایه در اطلاعیه‌ای اعلام کرد که نوسانگیری روزانه در این بازار ممنوع شده است بنابراین با ممنوعیت نوسان‌گیری روزانه از سوی ناظر بازار سرمایه، فروش سهام خریداری‌شده در همان روز دیگر امکان‌پذیر نیست. در این اطلاعیه آمده است که «به اطلاع کلیه فعالان بازار می‌رساند، از امروز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۵ تا اطلاع ثانوی، زمان سپرده شدن سهام از t+۰ به t+۱ تغییر می‌یابد. لذا انجام معامله روز مجاز نمی‌باشد. بدیهی است فروش سهام خریداری‌شده در همان روز امکان‌پذیر نمی‌باشد.»

در همین حال، روز چهارشنبه گذشته (آخرین روز کاری هفته پیش) اعلام شد که ارسال سفارش فروش کمتر از ۵۰۰ هزار تومان، جز در یک مورد ممنوع است. بورس تهران برای مدیریت اختلالات سامانه معاملات سهام اعلام کرد آن دسته از معاملاتی که ثبت سفارش کمتر از ۵۰۰ هزار تومان داشته باشند، جز در یک صورت، مسدود می‌شوند.

براساس اطلاعیه بورس اوراق بهادار، بورس تهران اعلام کرد آن دسته از معاملاتی که ثبت سفارش کمتر از ۵۰۰ هزار تومان داشته باشند، جز در یک صورت، مسدود می‌شوند. براساس این اطلاعیه سفارش‌های معاملات زیر ۵۰۰ هزار تومان صرفاً در صورتی پذیرفته می‌شود که برای فروش سهام به میزان کل دارایی بر روی آن نماد باشد. در غیر این صورت ضمن مسدودشدن کد معاملاتی اشخاص حقیقی و حقوقی، موضوع در کمیته رسیدگی به تخلفات بررسی می‌شود.

متن اطلاعیه بورس تهران خطاب به کلیه مدیران شرکت‌های کارگزاری به این شرح است: «کلیه سهامداران حقیقی و حقوقی در نمادهای با دارایی کمتر از ارزش ۵ میلیون ریال که از سامانه نامک یا برخط آن کارگزاری اقدام به ورود سفارش به سامانه معاملات می‌نمایند، ملزم می‌باشند به‌منظور عدم اخلال در فرآیند قیمت‌گذاری اوراق بهادار از ورود سفارش یا انجام معامله در حجم کم خودداری نموده و در سفارشات باارزش کمتر از ۵ میلیون ریال صرفاً مجاز به ارسال یک سفارش فروش به میزان کل دارایی بر روی آن نماد هستند، بنابراین ورود سفارش کم‌حجم به غیر از مورد مذکور اکیداً ممنوع و تخلف است و در صورت عدم رعایت موضوع مذکور ضمن مسدود شدن کد معاملاتی اشخاص حقیقی و حقوقی، موضوع در کمیته رسیدگی به تخلفات بررسی می‌شود.»

در همین حال، مدیرعامل بورس از محدودیت جدید بورسی دفاع کرد و گفت: تصمیم جدید بورس تهران مبنی بر عدم امکان فروش سهام خریداری شده در یک روز، تا زمان اطلاع بعدی ادامه خواهد داشت. خواسته فعالان بازار مبنی بر کنترل شرایط غیرعادی و مصوبه نهاد ناظر بازار سرمایه برای سرمایه‌گذاری واقعی بوده و چندان هم پیچیده نیست.

نوبت اول

فراخوان تجدید مناقصه عمومی دو مرحله‌ای ۶۷-۹۹

شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجان غربی (سهامی خاص)

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی در نظر دارد مناقصه عمومی به شرح جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس:www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

توضیح۱: کالای موضوع مناقصه باید دارای استاندارد وزارت نیرو باشند

تاریخ انتشار مناقصات در سایت : روز یک شنبه مورخ ۹۹/۰۷/۰۶

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصات از سایت : ساعت ۱۹ روز شنبه مورخ ۹۹/۰۷/۱۳

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۹ روز پنج شنبه مورخ ۹۹/۰۷/۲۴

زمان بازگشایی پاکت های الف و ب : ساعت ۱۳ (سیزده بعداز ظهر) روز دو شنبه مورخ ۹۹/۰۷/۲۸ خواهد بود.

توضیح۳: تاریخ تشکیل جلسه افتتاح پاکات ج (پیشنهاد قیمت) پیشنهاد دهندگان ، با ملحوظ قراردادن زمان جهت بررسی مشخصات فنی پیشنهاد دهندگان توسط کمیته فنی بازرگانی ، در جلسه گشایش پاکات الف و ب به اطلاع شرکت‌کنندگان در مناقصه خواهد رسید.

توضیح۴: پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده شرکت در مناقصه ، تضمینهای معتبر (بر اساس شرایط مندرج در اسناد مناقصه) تهیه و تسلیم نماید و به پیشنهاد های فاقد امضا ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضا مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

ردیف	موضوع تجدید مناقصه و شماره فراخوان	مبلغ کل تضمین شرکت در مناقصه(به ریال)	نوع اعتبار
۱	خرید و نصب و راه اندازی ۱۰ دستگاه سیستم خورشیدی ۱.۵ کیلووات جدا از شبکه ۲۰۹۹۰۰۹۰۰۳۰۰۰۰۳۱ شماره فراخوان	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	جاری

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف:
آدرس : ارومیه ، خیابان سربازان گمنام (برق سابق) نرسیده به چهارراه مخابرات، تلفن ۳۱۱۰-۰۴۴ داخلی ۴۳۳۹
اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکز تماس : ۲۷۳۱۳۱۳۱-۰۲۱
دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷-۰۲۱و۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱
دفتر ثبت نام ارومیه : ۰۹۱۴۴۴۴۳۵۴۴ - ۰۴۴۳۲۲۳۲۱۱۳
اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها در سایت سامانه www.setadiran.ir "بخش ثبت نام /پروفایل تامین کننده /مناقصه گر " موجود است.
ضمنا" فراخوان مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) وسایت شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی وسایت ملی مناقصات به ترتیب به آدرس های :
Iets.Mporg.ir ,WWW.Waepd.ir ,WWW.tavanir.org.ir قابل مشاهده است .
توضیح ۵ : سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۹/۷/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۹/۷/۷
۶۱۴
روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت گاز استان زنجان (سهامی خاص)

شماره مجوز وزارت نفت: ۱۳۹۹.۳۴۱۲

شرکت گاز استان زنجان در نظر دارد پروژه خرید فیلتر سیرانور شماره تقاضای ۳۰۹۶۱۹۰۰۴۸ را با شرایط ذیل از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

الف) شرح مختصر کار :

ردیف	شرح و مشخصات کالا	واحد	تعداد
۱	Separator Filter 50000 m3/h	NO	۰۳
۲	Separator Filter 20000 m3/h	NO	۰۴

- مدت انجام کاردو ماه شمسی می باشد.
ب) پروژه فاقد پیش پرداخت میباشد.
ج) شرایط متقاضی:
- تولیدکنندگان و تامین کنندگان فیلتر سیرانور عضو سامانه ejt .
- درصورت حضور شرکتهایی با هیئت مدیره مشترک ، پیشنهاد هر دو شرکت رد خواهد شد.
- ارائه ضمانتنامه شرکت در مناقصه طبق آخرین تغییرات و نمونه فرم پیوست به مبلغ ۷۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال (به حروف هفتصد و بیست میلیون ریال) شامل یکی از انواع ذیل:
- ضمانتنامه بانکی و یا ضمانت نامه های صادره از سوی مؤسسات اعتباری غیربانکی که دارای مجوز فعالیت از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هستند.
- واریز وجه نقد (واریز به حساب شماره IR۲۶۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۱۰۲۷۳۰۲۳۰۵۹۸ بانک مرکزی بنام شرکت گاز زنجان).
- ضمانت نامه صادره توسط مؤسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانت نامه از سوی بیمه مرکزی ایران.
-اوراق مشارکت بی نام تضمین شده بانک ها و دولت با قابلیت بازخرید قبل از سررسید (موضوع قانون نحوه انتشار اوراق مشارکت).
-وثیقه ملکی معادل هشتاد و پنج درصد ارزش کارشناسی رسمی آن.
-ضمانتنامه های صادره توسط صندوق های ضمانت دولتی که به موجب قانون تأسیس شده یا می شوند و طبق اساسنامه فعالیت می نمایند.
- تبصره : طبق نامه شماره ۵۱۱۰۳/۹۷ مورخ ۹۷/۲/۱۰ «قیمتها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه شود.»
ه) محل زمان و مهلت تکمیل و تحویل مدارک :
از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت می شود با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir (بخش مناقصه) نسبت به اعلام آمادگی ، دریافت و تکمیل اسناد مناقصه طبق زمانبندی زیر اقدام فرمایند.
- مهلت دریافت اسناد ارزیابی فنی و اسناد مناقصه : ۹۹/۰۷/۰۷ لغایت ۹۹/۰۷/۱۲
- مهلت عودت اسناد ارزیابی فنی و اسناد مناقصه : تا ساعت ۸/۳۰ صبح روز یکشنبه مورخ ۹۹/۰۷/۲۷
- زمان بازگشایی مرحله اول پاکات مناقصه : یکشنبه مورخ ۹۹/۰۷/۲۷
- هزینه دریافت اسناد مناقصه به مبلغ : ۵۰۰,۰۰۰ ریال (به حروف : پانصد هزار ریال)
و متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن۳۳۱۴۶۲۲۵-۰۲۴ واحد تنظیم پیمان شرکت گاز استان زنجان تماس حاصل فرمایند.
** هزینه درج آگهی (هر دو نوبت) به عهده برنده مناقصه می باشد .
تذکر : پیمانکاران می بایست جهت عودت اسناد مناقصه (شامل پاکات الف ، ب و ج) علاوه بر بارگذاری کلیه اسناد و مدارک به صورت مهر و امضاء شده (دستی / الکترونیکی) و ارسال از طریق سامانه ستاد ، به صورت فیزیکی نیز از طریق تحویل پاکات به واحد حراست در مهلت معین اقدام نمایند.
بدیهی است تکمیل و ارائه مدارک مناقصه هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد نمود .
** توضیح : این آگهی در شبکه اطلاع رسانی نفت و انرژی ((شانا)) به آدرس www.shana.ir سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به آدرس http: iets . mporg .ir درج گردیده است.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۹/۷/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۹/۷/۷
۶۱۵
روابط عمومی شرکت گاز استان زنجان

۷۲درصد از صادرکنندگان ۱۰۰درصد تعهدات ارزی خود را ایفا کرده‌اند

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با ارائه آمار گزارش ایفای تعهدات ارزی صادرکنندگان، از ایفای ۱۰۰درصدی تعهدات ارزی بیش از ۲ هزار و ۲۰۰ صادرکننده خبر داد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حمید زادبوم با ارائه آمار آخرین گزارش ایفای تعهدات ارزی صادرکنندگان براساس اطلاعات ارسالی بانک مرکزی گفت: ۷۲درصد از صادرکنندگان با تعهد ارزی ۱۰۰درصد تولیدی بوده در حالی که این میزان در مورد صادرکنندگان با رفع تعهد ارزی صفر درصد، فقط ۱۶درصد است.

او با اشاره به اهمیت تقسیم‌بندی واحدهای تولیدی و غیرتولیدی براساس میزان ایفای تعهدات و تصمیم‌گیری در این خصوص، اظهار کرد: براساس تحلیل پنج بخشی، صادرکنندگان با ایفای تعهدات ارزی ۱۰۰درصد، ۷۱ تا ۹۹درصد، ۳۱ تا ۷۰درصد، یک تا ۳۰درصد و صفر درصد تقسیم‌بندی شده‌اند و نتایج به دست آمده مبنای تصمیمات کارشناسی قرار خواهد گرفت.

این مقام مسئول افزود: آخرین تحلیل‌های انجام شده نشان می‌دهد که از مجموع ۲۱ هزار و ۲۵۴ صادرکننده، ۶ هزار و ۸۹۴ واحد تولیدی و ۱۴ هزار و ۳۶۰ واحد غیرتولیدی، مجموعا ۳۵ میلیارد یورو معادل ۶۸ درصد تعهدات ارزی را ایفا کرده‌اند.

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران بیان کرد: همچنین از مجموع ۲ هزار و ۲۸۶ صادرکننده با رفع تعهد صادراتی ۱۰۰درصد، یک هزار و ۶۴۴ واحد تولیدی و ۶۴۲ واحد غیرتولیدی ۱۴.۸ میلیارد یورو معادل ۴۳درصد بازگشت ارز را به خود اختصاص داده‌اند.

زادبوم ادامه داد: نکته مهم اینکه از این مجموع، ۱۳.۹ میلیارد یورو توسط واحدهای تولیدی و فقط ۹۹۳ میلیون یورو توسط واحدهای غیرتولیدی به چرخه اقتصادی کشور بازگشته است.

او عنوان کرد: از سوی دیگر، از مجموع ۱۵ هزار و ۴۳ صادرکننده بدون رفع تعهد ارزی، ۲ هزار و ۴۰۰ واحد تولیدی و ۱۲ هزار و ۶۴۳ واحد غیرتولیدی با صادرات ۹.۷ میلیارد یورو بوده که فقط ۱.۴ میلیارد یورو از صادرات این گروه به واحدهای تولیدی اختصاص دارد.

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران گفت: در مقایسه صادرکنندگانی که ۱۰۰درصد ایفای تعهد ارزی داشته‌اند و صادرکنندگانی که تعهد ارزی صفر درصدی داشته‌اند، این نتیجه حاصل می‌شود که ۷۲ درصد از صادرکنندگان با تعهد ارزی ۱۰۰درصد تولیدی بوده در حالی که این میزان در مورد صادرکنندگان با رفع تعهد ارزی صفر درصد، فقط ۱۶درصد است.

زادبوم افزود: درخصوص میزان صادرات هم این نکته قابل بیان است که فقط ۷ درصد صادرات صادرکنندگان با ایفای تعهدات ۱۰۰درصدی به واحدهای غیرتولیدی اختصاص داشته که این رقم برای واحدهای غیرتولیدی با عدم رفع تعهد ارزی ۸۵درصد است.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت با اشاره به لزوم بهره‌گیری از این تحلیل‌ها به عنوان مبنای تصمیم‌گیری کارشناسی، اظهار کرد: بیشترین بازگشت ارز مربوط به صادرکنندگانی است که بین ۷۱ تا ۹۹درصد ایفای تعهد ارزی داشته‌اند و ۴۷درصد میزان بازگشت ارز کل (معادل ۱۶.۶) میلیارد یورو را به خود اختصاص داده‌اند.

او عنوان کرد: این گروه شامل ۱۸۸۷ صادرکننده است که شامل ۱۴۹۳ واحد تولیدی و ۳۹۴ واحد غیرتولیدی بوده که ۲۰.۸ میلیارد یورو از کل صادرات را شامل می‌شود.

هدف‌گذاری یک میلیارد دلاری صادرات استان برای ۲ سال آینده

رئیس اتاق بازرگانی زنجان گفت رسیدن به صادرات یک میلیارد دلاری برای دو سال آینده استان در نقشه راه تدوین شده است.

بنا به اعلام روابط‌عمومی اتاق بازرگانی استان زنجان، علی یگانه‌فرد ظهر روز پنجم مهرماه در جلسه هیأت نمایندگان اتاق زنجان و دبیرکل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل (ICC) که با محوریت بررسی گسترش همکاری‌های موجود و نیز برداشتن موانع همکاری در سالن جلسات شهید شهریاری اتاق زنجان برگزار شد، با تاکید بر لزوم افزایش تعاملات با اتاق بازرگانی بین‌الملل ICC برای بهره‌مندی تجاری فعالان اقتصادی، اظهار کرد: شرایط امروز برای اقتصاد ما بحرانی است اما این شرایط گذرا است و اتاق‌ها باید برنامه‌ریزی اصولی و مدون برای ارتباط با کشورهای دیگر داشته باشند.

وی با تاکید بر لزوم حرکت به سمت تجارت با استانداردهای جهانی گفت: ظرفیت‌های ایران بسیار بالاتر از کشورهایی چون ترکیه و کشورهای همسایه ایران است که باید از آن به شکل مطلوبی استفاده شود. باید اعضای اتاق بازرگانی بین‌الملل در ایران در راستای افزایش تعاملات با سایر کشورها افزایش یابد و از آنجایی که اتاق بازرگانی بین‌الملل ۴۵ میلیون عضو دارد که اهمیت این بخش را دوچندان می‌کند.

این مسئول با اشاره به سابقه و قدمت کار اتاق بازرگانی زنجان و فعالیت کمیسیون و تشکل‌های آن، ادامه داد: هفت هدف اصلی در سال‌جاری برای اتاق بازرگانی زنجان برنامه‌ریزی شده و اتاق بر همان اساس برنامه خود را پیش می‌برد.

یگانه‌فرد با اشاره به کار ویژه و کارشناسی بر روی نقشه راه تجارت خارجی استان زنجان از سوی اتاق زنجان که در آن سرفصل، فرآیند، ظرفیت و بازارهای جدیدی برای تجارت و صادرات استان زنجان پیش‌بینی شده است، تصریح کرد: افزایش صادرات استان طی دو سال و رساندن آن به یک میلیارد دلار از جمله اهداف اصلی این نقشه راه است.

رئیس اتاق بازرگانی زنجان با بیان اینکه گسترش واحدهای صادراتی و ارتقای سطح کیفی تولیدات نیز از دیگر اهداف نقشه راه تجارت خارجی استان زنجان است، خاطرنشان کرد: صنعت روی ۷۰ درصد صادرات استان را تشکیل داده که سبد نخست صادراتی این منطقه بوده و بازارهایی برای آن پیش‌بینی شده است. همچنین در بخش کشاورزی بازارهای جدیدی برای استان بررسی شده که در این زمینه اتاق بازرگانی بین‌الملل و کمیته ایرانی آن می‌تواند نقش بسزایی را در ایجاد ارتباط و توسعه نقشه راه استان زنجان داشته باشند.

در ادامه، دبیرکل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل با اشاره به اینکه ICC در زمینه‌های مختلفی می‌تواند با اتاق‌ها ارتباط داشته باشد، اظهار کرد: برنامه‌ریزی‌ها باید با دید بلندمدت و هدف‌دار پیش‌بینی شود؛ چراکه کرونا و شرایط تحریم یک روزی به پایان خواهد رسید، در این زمینه اتاق بازرگانی زنجان به خوبی نقشه راه تجارت خارجی را تدوین کرده که می‌تواند الگوی خوبی برای استفاده سایر استان‌ها نیز باشد.

محمد خزایی با بیان اینکه بیماری کرونا کل اقتصاد دنیا را تحت تاثیر قرار داده اما کارها رها نشده و با شکل و شمایلی جدید آن پیگیری می‌شود، ادامه داد: تحریم‌ها از ابتدای انقلاب اسلامی همواره با شدت و حدت کم و یا زیاد بوده، اما پیشرفت ما در بخش‌های زیادی چون فناوری و علوم و ... بر اثر همین فشارها شکل گرفته است.

وی با تاکید بر اینکه نگاه به بازارهای خارجی و استفاده از آن در بخش خصوصی باید ساماندهی شده و منسجم عمل شود، افزود: استفاده از ظرفیت‌های گروه «دی هشت» که در نقشه راه تجارت خارجی استان زنجان نیز دیده شده، کمتر در دیگر نقاط کشور به کار گرفته شده و ظرفیت بسیار مهمی است.

این مسئول ادامه داد: ایجاد ارتباط با کمیته ملی کشورها از طریق اتاق بازرگانی بین‌المللی می‌تواند انجام شود. همچنین استفاده از ظرفیت اتاق‌های مشترک همچون اتاق ایران و روسیه که فعالیت خوبی دارد، اتاق مشترک ایران و چین و یا ایران و عمان مورد توجه باشد.

خزایی با بیان اینکه ۱۰۱ سال از عمر تاسیس اتاق بازرگانی بین‌الملل می‌گذرد، تصریح کرد: کمیته تجارت و سرمایه‌گذاری در بخش ایرانی این اتاق بازرگانی بین‌الملل تاسیس شده و کار خود را آغاز می‌کند.

دبیرکل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل(ICC)، با تاکید بر اینکه حضور نمایندگان روسای اتاق‌ها در کنفرانس‌های بین‌المللی می‌تواند تاثیر بسزایی در توسعه روابط تجاری خارجی داشته باشد، خاطرنشان کرد: یک بخش از کار ICC تدوین قوانین تجارت خارجی است و یک فصل دیگر آن نیز حل اختلافات تجاری است که می‌تواند در زمینه‌های مختلف به کار گرفته شود.

مشکل اقتصاد ایران تصمیمات غیرکارشناسی است

رئیس اتاق بازرگانی تهران می‌گوید حتی با وجود آنکه تحریم‌ها مشکلات جدیدی برای اقتصاد ایران به وجود آورده‌اند، اما آنچه بخش خصوصی را در تنگنا قرار داده تصمیمات غلط و غیرکارشناسی اقتصادی است. به گزارش ایسنا، مسعود خوانساری روز گذشته در نشست نمایندگان بخش خصوصی با وزیر پیشنهادی صنعت، معدن و تجارت، گفت: وزارت صنعت در طول پنج ماه گذشته وزیر نداشته و این در حالی است که در شرایط تحریم قرار گرفتن یک وزیر قدرتمند در این سمت می‌تواند برای اقتصاد ایران اهمیت زیادی داشته باشد.

به گفته وی امروز بخش خصوصی در کنار تحریم‌های آمریکا با مسائل و محدودیت‌هایی در حوزه‌های داخلی مواجه است که یکی از اصلی‌ترین دلایل آنها نبود تصمیمات درست و سیاست‌های منطقی به شمار می‌رود. رئیس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به مشکلاتی که صادرکنندگان در حوزه بازگشت ارز با آنها مواجه بوده‌اند بیان کرد: بسیاری از مشکلات امروز امکان آن را داشت که با تصمیمات درست و منطقی برطرف شود، اما ما شاهد آن هستیم که این تصمیمات به درستی اجرا نمی‌شود و همین امر شرایط اقتصادی کشور را دشوارتر کرده است. در ادامه این جلسه غلامحسین شافعی رئیس اتاق بازرگانی ایران نیز با اشاره به امیدواری بخش خصوصی نسبت به ایجاد تغییرات جدی در وزارت صمت با روی کار آمدن وزیر جدید بیان کرد: رزم حسینی در سال‌های قبلی مدیریت خود در بخش‌های مختلف کشور نشان داده که توانایی فعالیت همزمان با نهادهای حاکمیتی و بخش خصوصی را دارد و از این رو امیدواریم که با رأی اعتماد مجلس یکی از مهم‌ترین وزارتخانه‌های اقتصادی کشور بتواند در ماه های پایانی دولت اقدامات مثبتی را در این زمینه اجرایی کند.

اخبار

مردم نگران تامین واکسن آنفلوآنزا نباشند

یک عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس شورای اسلامی با تاکید بر اینکه وزارت بهداشت حساسیت ویژه‌ای در توزیع عادلانه واکسن آنفلوآنزا دارد، گفت وزارت بهداشت تمامی سعی خود را می‌کند تا واکسن آنفلوآنزا عادلانه توزیع شود، نگرانی از بابت تامین واکسن وجود ندارد چون نسبت به سال گذشته دو برابر بیشتر وارد شده است.

همایون سامه‌یح نجف‌آبادی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: وزارت بهداشت تمامی تلاش خود را می‌کند تا واکسن آنفلوآنزا به صورت عادلانه توزیع شود همین حساسیت‌ها باعث شده که توزیع آن به تاخیر بیفتد البته که هنوز هم دیر نشده چون تا آخر مهرماه یعنی تا سرد شدن هوا فرصت باقی است.

این عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه واکسن به اندازه کافی وجود دارد، توضیح داد: قطعا واکسن برای گروه پرخطر و افراد با اولویت در دسترس خواهد بود. طبق گفته مسئولان وزارت بهداشت میزان واردات واکسن آنفلوآنزا نسبت به سال گذشته دو برابر است لذا نگرانی از بابت تامین واکسن آنفلوآنزا وجود ندارد. تلاش بر این است که به همه واکسن برسد البته که فکر می‌کنم امسال واکسن اضافه بیاید چون مردم برای پیشگیری از کرونا از ماسک و وسائل ضدعفونی‌کننده استفاده می‌کنند و عملا امکان ابتلای آنها به خاطر این پیشگیری‌ها به آنفلوآنزا کمتر می‌شود. سامه‌یح همچنین اظهار کرد: بسیاری از افراد در رده سنی جوان امکان ابتلا به آنفلوآنزا در آنها وجود ندارد حتی در صورت مبتلا شدن هم خطری آنها را تهدید نمی‌کند، اما به هر حال به دلیل نگرانی در جامعه تقاضا برای واکسن آنفلوآنزا بیشتر شده که به همین دلیل میزان واردات دو برابر سال گذشته است مردم نگران تامین واکسن آنفلوآنزا نباشند.

شرایط اقتصاد مانند سال‌های دفاع مقدس دشوار است

وزیر پیشنهادی صنعت، معدن و تجارت می‌گوید شرایطی که امروز اقتصاد ایران با آن مواجه است مانند سال‌های جنگ تحمیلی دشوار است و او برای پذیرش این سمت فداکاری کرده است.

به گزارش ایسنا، علیرضا رزم حسینی در جریان جلسه با فعالان بخش خصوصی اظهار کرد: امروز اقتصاد ایران در یک جبهه با تحریم‌های آمریکا می‌جنگد و در جبهه دیگر شیوع ویروس کرونا نیز فشار زیادی به فعالان اقتصادی وارد کرده است. از این رو ما باید مانند آنچه که در دوران دفاع مقدس رخ داد امروز نیز جنگ اقتصادی را با مشارکت مردم، فعالان اقتصادی و دستگاه‌های حاکمیتی به پیش ببریم.

به گفته وی، برای عبور از این شرایط دشوار همکاری تمام تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی اهمیت فراوانی دارد و در صورت گرفتن رأی اعتماد از مجلس این اولویت به شکل جدی پیگیری خواهد شد.

وزیر پیشنهادی صمت با بیان اینکه دو برنامه مجزا برای اداره این وزارتخانه در اختیار نمایندگان مجلس قرار داده است، توضیح داد: برنامه نخست مربوط به اتفاقاتی است که می‌تواند در ۱۰ ماه پیش رو برای این وزارتخانه مهم اجرایی شود. ما باید با داشتن درک دقیقی از شرایطی که امروز اقتصاد ایران با آن روبه‌روست تلاش کنیم برای معیشت مردم برنامه‌ریزی کنیم. در دیگر برنامه نیز به مردمی‌سازی اقتصاد با محوریت اقتصاد مقاومتی پرداختیم که امیدواریم در صورت رأی مثبت نمایندگان مردم امکان اجرای آنها فراهم شود. رزم حسینی ادامه داد: مدیریت بازار به جای مداخله در آن، چابک‌سازی وزارت صمت و حذف قوانین اضافی، حذف کردن امضاهای طلایی و تلاش برای کاهش هزینه‌ها در سفره مردم، بخشی از اولویت‌هایی است که باید دنبال شود. پذیرش این سمت در شرایط فعلی بسیار پرریسک بود، اما من فداکاری کردم و آماده‌ام که در ماه‌های آینده به منظور بهبود شرایط در این وزارتخانه فعالیت کنم.

واردات کالاهای اساسی از سوی شرکت بازرگانی دولتی از نصف کمتر شد

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که واردات برنج، روغن خام و شکر به لحاظ وزنی در پنج ماهه اول سال گذشته به ترتیب حدود ۳، ۲.۵ و ۴برابر واردات این کالاهای اساسی در مدت مشابه امسال بوده است. به گزارش ایسنا، براساس این آمار در سال جاری از بین چهار کالای اساسی که از سوی شرکت بازرگانی دولتی ایران وارد می‌شود، تنها واردات گندم افزایش داشته است. به طوری که در پنج ماهه اول سال گذشته هیچ گندمی به کشور وارد نشده، اما در مدت مشابه امسال بیش از ۲ میلیون و۵۳۶ هزار تن گندم به کشور وارد شده است. اما در این مدت واردات برنج، روغن و شکر کاهش چشمگیر داشته است. برای مثال واردات برنج با ۶۷.۵ درصد کاهش، از ۱۱۸ هزار و ۱۰۰ تن در پنج ماهه اول سال گذشته به ۳۸ هزار و ۴۰۰ تن در مدت مشابه امسال رسیده است.

همچنین در پنج ماهه اول امسال ۱۲۷ هزار و ۵۰۰تن روغن خام به کشور وارد شده که نسبت به واردات ۳۲۰ هزار و ۶۰۰ تن در مدت مشابه سال قبل ۶۰.۲ درصد کاهش داشته است.

در این میان واردات شکر بیشترین کاهش را داشته، به طوری که در پنج ماهه اول سال ۹۸ و ۹۹ به ترتیب ۷۴۶ هزار و ۶۰۰ تن و ۱۸۶ هزار و ۷۰۰ تن شکر به کشور وارد شده است. البته در حاشیه آمارهای منتشرشده از سوی وزارت صمت ذکر شده که منظور از خرید کالاهای اساسی وارداتی، عملکرد واردات براساس مقدار تخلیه شده در هر یک از ماه‌های سال ۱۳۹۹صرف نظر از سال خرید است. با این حال خرید داخلی گندم از سوی شرکت بازرگانی دولتی با ۵۷.۹ درصد افزایش از حدود ۷میلیون و ۴۸۲ هزار تن در پنج ماهه اول سال قبل به ۸ میلیون و ۶۳ هزار تن در مدت مشابه امسال رسیده است.

خرید داخلی دانه‌های روغنی نیز با کاهش ۲.۲ درصدی در مدت مواجه شده، به‌طوری که در پنج ماهه اول امسال ۲۶۴ هزار و ۶۶۰ تن دانه روغنی در داخل از سوی شرکت بازرگانی دولتی ایران خریداری شده است.

پیش‌بینی قیمت خودرو در پاییز

۳ دلیل گرانی خودرو

براساس قیمت‌های اعلام شـده برای خودروهای پرتیراژ داخلی اکثر خودروها در فاصله ۳۱ مرداد تا سـوم مهرماه بین ۷ تا ۱۲درصد رشـد قیمت را تجربه کرده‌اند.

چرا خودرو گران می‌شود؟

نااطمینانی و ترس تورمی: عـدم اطمینان از وضعیت کلان اقتصادی موجب شـد تا بازار خودرو پس از یک هفته رشـد نرم مجدداً به‌سـوی نرخ‌های بالاتر دنده معکوس بکشد. به گفته فعالان اقتصادی نااطمینانی پیـش روی اقتصاد ایران، غیبت مدیریـت در انتظارات تورمی و جذاب نبـودن گزینه نگهداری ریال تبدیل پول ملی به سـایر وجوه دارایی را شـدت داده اسـت. از این نگاه خودرو هم یکی از کالاهایی است که با توجـه به این عدم اطمینان به یکـی از بازارهای تبدیل وجوه نقدینگی بدل شده است.

تنگنای سمت عرضه: به دلیل آنکه سمت عرضه نیز به‌واسطه تحریم و نوسان‌های ارزی با تنگنا روبه‌رو است تقاضای پناهگاهی و سرمایه‌گذاری مردم به‌سرعت قیمت‌ها در این بازار شتاب می‌دهد. تولید خودروسازان در دو سـال گذشـته افت محسوسی داشته حتی رشـدهای اخیر هم به‌واسطه آنکه در مقایسه با عمق رکود رخ‌داده کفاف نیاز کنونی بازار را نمی‌دهد. از طرف دیگر تعهدات عقب‌افتاده خودروسـازان موجب شده که آنها هرچه تولید می‌کنند صرف پاسـخ به پیش‌فروش‌های گذشـته کنند. به گفته فعالان گرچه این عمل به تعهدات باید به تقویت سـمت عرضه درنهایت منجر شـود، اما صاحبـان خودروهای تحویل گرفته به دلیل نااطمینانی یا امید به افزایش قیمت بیشتر خودروهای تحویلی را به‌صورت قطره‌چکانی وارد بازار می‌کنند تا یک عدم تعادل مشـهود در سـمت عرضه و تقاضا مشاهده شود. شـاهد این گروه فروش فوق‌العاده خودروسازان است که در قالب قرعه‌کشی انجام می‌شود.

شانس ثبت‌نام کنندگان در قرعه‌کشی خودرو

براسـاس آخرین مصوبات کمیته خودرو دو خودروسـاز بزرگ کشور موظف شـدند تا پایان سال جاری هر دو هفته یک‌بار فروش فوق‌العاده برگـزار کننـد تا به این طریق از مسـیر فـروش فوق‌العاده‌هـا هر ماه حدود ۲۵ هزار دسـتگاه خودرو به متقاضیان عرضه شـود. سهم ایران خودرویی‌ها از این مصوبه حدود ۱۸ هزار دسـتگاه و سهم خودروسازی سایپا ۷ هزار دسـتگاه خواهد بود.۱۵۶ نفر برای هر خودرو: در سومین مرحله از قرعه‌کشی شرکت ایران‌خودرو ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر برای ۱۶ هزار خودرو ثبت‌نـام کردند. این یعنی برای هر خودرو حدود ۱۵۶ نفر ثبت‌نام کرده‌اند.

شـانس موفقیت هر فرد: روی دیگر این آمار شـانس برنده شدن هر فرد در این قرعه‌کشـی است. در قرعه‌کشـی ۱۶ هزار دستگاه وقتی ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر شرکت کنند شانس برنده شدن هر فرد ۶ دهم درصد است.

زیرپوست آمار قرعه‌کشی خودرو

ثبت‌نـام ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفری در قرعه‌کشـی ایران‌خودرو در شرایطی انجام شده است که میزان کل تولید خودروسازان در سال ۹۸ درمجموع ۹۲۷ هزار و ۱۹۷ دسـتگاه بوده اسـت که سهم شرکت‌های تولیدکننده خودروهای سـواری از این تعداد ۸۵۵ هزار دستگاه و سهم شرکت‌های فعال در حوزه تولید خودروهای تجاری سبک و سنگین ۷۲ هزار و ۱۹۷ دسـتگاه بود. اگر تعداد ثبت‌نام‌شـده برای قرعه‌کشی را به مجموع تولید خودرو در سال گذشته نظر گرفته شود میزان تقاضا ۱۷۰ درصد بیشـتر از توان تولید سال ۹۸ اسـت. اگر توان خودروسواری در نظر گرفته شود این میزان تا بیش از ۱۹۰ درصد نیز رشد خواهد کرد. حتی این رقم در مقایسـه با سقف تولید سـال ۹۹ نیز فاصله سنگینی دارد زیرا در فروردین‌ماه امسـال از سـوی معاونت طرح و برنامه وزارت صمت سقف تولید خودرو یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه هدف‌گذاری شـد. رقم ثبت‌نام بیش از دو برابر سـقف تولید امسـال است. این آمار نشـان می‌دهد بازار خودرو با تقاضایی بالقوه‌ای روبه‌رو اسـت که حتی اگـر ۱۰درصد ایـن تقاضا به‌صورت بالفعل درآیـد می‌تواند بازار را وارد تکانه سـنگین کنـد؛ زیرا این میزان معادل حجـم عرضه ۱۰ حراج در طول سـال اسـت. اگر برنامه حراج دقیق پیـش رود طبق زمان‌بندی نهایتاً امکان برگزاری ۲۵ حراج وجود دارد تقاضای ۲۵۰ هزارنفری ۴۰ درصد ظرفیت حراج‌ها را به خود اختصاص می‌دهد. این آمارها به‌خوبی نشان می‌دهد چه تقاضای بزرگی در بازار خودرو نهفته است که هر آن می‌تواند با ورود به بازار قیمت‌ها را تکان دهد.

اثر نرخ ارز بر قیمت خودرو

رسـیدن دلار بـه مرز ۲۹ هـزار تومان یکی دیگـر از دلایل صعودی شـدن قیمت خودرو در بازار محسوب می‌شود. افزایش نرخ ارز علاوه بر سرریز کردن نوسان به بازارهای دارایی ازجمله خودرو می‌تواند فعالیت تولیدکنندگان خودرو را در تأمین مواد اولیه و واسـطه‌ای دچار اختلال کنـد. این اختلال نیز خـود را در کاهش عرضه بـروز می‌دهد. درواقع افزایـش ارز در کوتاه‌مـدت از طریق انتظارات سـبب افزایش تقاضا در بـازار با هدف تبدیل ریال به کالا می‌شـود که می‌تـوان آن را تقاضای پناهگاهـی نامید و از طرف دیگر با اثرگذاری بر سـمت عرضه می‌تواند ورودی خودرو به بازار را تحت تأثیر قرار دهد. نتیجه این اتفاقات نوسان قیمت‌ها در بازار خودرو است.

پیش‌بینی بازار خودرو در پاییز

کارشناسـان وضعیت بازار خودرو را مسـتقل از شرایط کلان اقتصاد نمی‌دانند و اعتقاد دارند تا سیاست‌گذار نتواند امکانی برای جذاب‌سازی پول ملی، تعدیل رشد نقدینگی و مدیریت انتظارات فراهم نکند به دلیل فزونی سمت تقاضا از عرضه روند در بازار خودرو به این راحتی کاهشی نخواهد شـد. طرح‌های قرعه‌کشـی نیز تنها اثر تسکینی دارد و با تغییر فضـای انتظاری بازار مجدداً میل به صعـود می‌کند. مگر آنکه در ادامه یـا از کانال مدیریت انتظارات و کاهش عـدم قطعیت‌ها از حجم تقاضا کاسته شود یا سیاسـت‌گذار با جذاب‌سازی ریالی از مسیر افزایش نرخ سود انگیزه تقاضا برای خروج از بازارهای دارایی و حرکت به سوی نظام بانکی و بازار اوراق را تقویت کند.

در غیـر این صورت حجم تقاضا در بازار خـودرو می‌تواند قیمت این کالا به‌عنوان یک دارایی دوگانه (مصرفی-سـرمایه‌ای) را کماکان تحت فشار قرار دهد.

اخبار

واگذاری خودرو به نمایندگان ماجرایی انحرافی برای ضربه زدن به مجلس انقلابی بود

عضو کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی به ماجرای خودروی دناپلاس تحویلی به نمایندگان مجلس اشاره کرد و گفت این ماجرای انحرافی برای به خفت کشاندن قوه مقننه انقلابی بود. به گزارش گروه سیاسـی خبرگزاری آنا از روابط عمومی حزب مؤتلفه اسـلامی، سید مصطفی میرسـلیم رئیس شـورای مرکزی حزب مؤتلفه اسلامی در نشسـتی با اشـاره به آغاز فعالیت مجلس یازدهم، اظهار کرد: مجلس یازدهم مجلسی است که می‌تواند انقلابی باشد. رئیس شورای مرکزی حزب مؤتلفه اسلامی در سخنان خود با اشاره به تحولات کشور، گفت: در شـرایط فعلی از سـه جنبه تهدید می‌شـویم و با توجه به آن باید برای آینده برنامه‌ریزی کنیم. میرسـلیم توضیـح داد: این تهدیدات از ناحیه جبهه کفر صورت می‌گیرد و هدفش مقابله با دین است و ایمان مردم را هدف قرار داده اسـت که نمونه‌های آن را در فضای مجازی با گسـتردگی شاهدیم. وی افزود: آنها از ابزار علم برای کوبیدن هر آنچه که جنبه دینی و مذهبی دارد استفاده می‌کنند. وی تصریح کرد: امروز در عین اینکه با مشـکلات معیشـتی روبه‌رو هستیم، شاهدیم که در کشور، اسراف متوقف نشـده به طوری که در بودجه ۲۰ تا ۳۰ درصد امکان صرفه‌جویی وجود دارد. نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسـلامی به اجرای مخفیانه سند ۲۰۳۰ در مدارس اشاره کرد و گفت: جنبه دیگر تهدیدات جبهه کفر دفاع از اباحه‌گری است؛ به طوری که علی رغم مخالفت صریح رهبری با اجرای سند ۲۰۳۰ شاهدیم که در برخی مدارس تشویق به اباحه‌گری می‌شود. وی تأکید کرد: سند۲۰۳۰ عملاً در حالی موذیانه اجرا می‌شود که همه مخالف هستند و دولت نیز ظاهراً مخالف آن است. وی در بخش دیگری از سخنان خود به اهمیت انتخاب مدیران اصلح اشـاره کرد و گفت: متاسـفانه امـروز افرادی به عنوان وزیر معرفی می‌شوند که سابقه آنها درخشان نیست و ما هم در شرایطی قرار گرفته‌ایم که چاره چندانی نداریم زیرا آخرین ماه‌های این دولت است و باید از ورود به حواشی پرهیز کنیم چراکه معطل کردن کشور فایده ندارد. نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: برای انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰ باید افراد مسئولیت‌پذیر و دلسـوز به انقلاب و مردم پا به عرصه بگذارند. عضو کمیسـیون اصل ۹۰ مجلس شـورای اسلامی در بخش پایانی سخنان خود به ماجرای خودروی دناپلاس تحویلی به نمایندگان مجلس اشاره کرد و گفت: این ماجرای انحرافی برای به خفت کشاندن مجلس انقلابی بود. نمایندگان نباید از امکانات دولتی برای سرکشـی به حوزه انتخابی خود استفاده کنند، زیرا این وابسـتگی که نوعی وامدار شـدن است، قدرت نظارتی آنها را کاهش می‌دهد؛ هزینه آن را یا باید مانند سـابق مجلس تأمین کند و یا خود نمایندگان و البته اثبات شده که راه حل اخیر در مجموع صرفه‌جویانه‌تر است. از این تصمیم، هیأت رئیسه مجلس باید دفاع کند ولی به هر حال، جنجال‌آفرینی اخیر حکایتی است از فرآیندی منافقانه برای تخریب جایگاه مجلس و نمایندگان در نظر مردم.

نوبت دوم

آگهی مزایده الف - ب - ۱۲۳ - ۹۹

شرکت آب منطقه ای گیلان

شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان به استناد بند«و» تبصره ۸ قانون بودجه سال ۱۳۹۹ در نظر دارد مصالح رودخانه ای مازاد حاصل از ساماندهی بازه‌های رودخانه شاهرود در محدوده شهرستان رودبار- نیروگاه برق شهر لوشان با اطلاعات مشروحه جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شماره فراخوان ۱۰۹۹۰۰۱۰۷۶۰۰۰۰۰۴ از طریق فراخوان مزایده عمومی یک مرحله ای به متقاضیان واجد شرایط واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان مزایده از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستادیران) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مزایده گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه، مراحل ثبت نام در سامانه و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند. به پیشنهادهای واصله خارج از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مهلت مقرر واصل شوند ترتیب اثر داده نخواهد شد .

۱- نام و نشانی دستگاه مزایده گزار : شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان- رشت بلوار امام خمینی، تلفن ۹-۳۳۶۶۹۰۲۱- ۰۱۳

۲-نام و نشانی واحد خدمات مهندسی مشاور : مهندسان مشاور طرح و سازه شفارود به نشانی رشت- بلوار آیت الله ضیابری - جنب آموزش و پرورش - کوچه شهید علیزاده ، ساختمان بهار - طبقه سوم - تلفن ۶۰-۳۳۲۶۲۸۵۹ (۰۱۳) و فاکس ۳۳۲۶۴۳۱۳ (۰۱۳)

۳- موضوع مزایده: فروش مصالح رودخانه ای مازاد حاصل از ساماندهی بازه‌های رودخانه شاهرود در محدوده شهرستان رودبار- نیروگاه برق شهر لوشان با مشخصات جدول ذیل :

ردیف	نام و مشخصات	وضعیت	مقدار تقریبی مصالح (مترمکعب)	قیمت پایه کارشناسی به ازای هر مترمکعب مصالح (ریال)	قیمت پایه کارشناسی کل (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مزایده (ریال)
۱	مصالح رودخانه ای مازاد	در وضعیت موجود	۱۲۳،۸۵۰	۲۵۰،۰۰۰	۳۰،۹۶۲،۵۰۰،۰۰۰	۱،۵۴۸،۱۲۵،۰۰۰
مجموع			۱۲۳،۸۵۰	-	۳۰،۹۶۲،۵۰۰،۰۰۰	۱،۵۴۸،۱۲۵،۰۰۰

۴- مدت اولیه پیمان : ۳ ماه

۵-مبلغ و نوع تضمین شرکت در مزایده : به صورت ضمانت ¬نامه بانکی / فیش واریزی به مبلغ ۱،۵۴۸،۱۲۵،۰۰۰ ریال (یک میلیارد و پانصد و چهل و هشت میلیون و یکصد و بیست و پنج هزار ریال) می باشد و ارائه ضمانتنامه باید به نفع کارفرما طبق فرم پیوست اسناد مزایده (ضمانتنامه شرکت در مزایده) با مدت اعتبار حداقل سه ماه پس از تاریخ افتتاح پیشنهاد که برای یک دوره سه ماهه دیگر نیز قابل تمدید باشد، ارایه گردد. لازم به ذکر است مشخصات لازم جهت دریافت ضمانتنامه شامل کد اقتصادی شرکت آب منطقه ای گیلان ۴۱۱۳۵۶۴۸۸۹۵۳ و کد پستی ۴۱۸۸۸۶۶۷۸۹ و شناسه ملی شرکت ۱۰۷۲۰۱۴۳۷۵۷ و شماره ثبت ۱۷۱۱ می باشد.

۶-شرایط کلی شرکت کنندگان :

متقاضیان میبایست جهت شرکت در مزایده دارای گواهی صلاحیت پیمانکاری معتبر در رشته آب باشند.

*لازم به توضیح است مزایده گران می بایست در مرحله ارسال پیشنهاد، مدارک و مستندات (بند ۵) شرایط مزایده را بصورت کامل جهت ارزیابی مستندات ارائه نمایند و بارگذاری آنها در سامانه ستاد ایران الزامی می باشد و در غیر اینصورت بدلیل نقص مدارک و مستندات، قیمت پیشنهادی آنها مورد قبول قرار نگرفته و رد خواهد شد.

۷-تاریخ، مهلت و محل دریافت اسناد مزایده از طریق سامانه :

متقاضیان می توانند از ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۱ لغایت رأس ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۸ با واریز مبلغ ۴۰۰،۰۰۰ ریال (چهارصد هزار ریال) به شماره حساب IR ۵۱۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۹۳۰۴۰۱۹۸۵۴ بنام تمرکز وجوه درآمد شرکت سهامی آب گیلان نزد بانک مرکزی و همزمان از طریق مراجعه به سامانه ستادایران به آدرس www.setadiran.ir برای دانلود اسناد مزایده اقدام نمایند.

۸- تاریخ، مهلت، محل تحویل و تاریخ بازگشائی اسناد مزایده: مزایده گران می بایست اسناد مزایده را تکمیل و ضمن بارگزاری کلیه اسناد مزایده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تا رأس ساعت ۱۰ صبح روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۱۹ اقدام نموده و نسبت به ارسال پاکات لاک و مهر شده الف (اصل تضمین شرکت در مزایده) نیز در مهلت مقرر تعیین شده به دبیرخانه حراست شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان واقع در رشت - بلوار امام خمینی(ره) اقدام و رسید دریافت دارند پیشنهاد های واصله رأس ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۱۹ در کمیسیون مزایده بازگشایی می گردد. حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه افتتاح پاکت ج پیشنهادها با ارائه معرفی نامه مجاز می باشد.

۹- مدت اعتبار پیشنهادات : ۱۸۰ روز بعد از آخرین موعد تسلیم پیشنهاد می باشد.

۱۰- مطابق قوانین و مقررات موضوعه مبلغ ۹٪ مالیات بر ارزش افزوده نیز بر عهده برنده مزایده بوده و علاوه بر قیمت کل پیشنهادی از برنده مزایده اخذ خواهد شد.

۱۱- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : تلفن مرکز راهبری و پشتیبانی ۴۱۹۳۴-۰۲۱ می باشد.

شماره تماس دفتر امور تدارکات و خدمات پشتیبانی شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان : ۳۳۶۶۰۹۱۳-۰۱۳

آدرس اینترنتی شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان: WWW.GLRW.IR

آدرس اینترنتی مدیریت منابع آب ایران WWW.WRM.IR

آدرس اینترنتی پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصا ت: iets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۵

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۹/۷/۶

۶۱۰

شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان

نوبت دوم

فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

(بهره برداری از تصفیه خانه فاضلاب شهرک صنعتی بیستون)

شرکت شهرکهای صنعتی کرمانشاه

شرکت شهرکهای صنعتی کرمانشاه در نظر دارد تجدید مناقصه (بهره برداری از تصفیه خانه فاضلاب شهرک صنعتی بیستون) به شماره (۲۰۹۹۰۰۱۱۱۵۰۰۰۰۲۳) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران وبازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۹/۰۶/۰۴ می باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۴:۳۰ روز پنج شنبه تاریخ ۹۹/۰۷/۰۳ تا ۹۹/۰۷/۱۰ ساعت ۱۴:۳۰

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۴:۳۰ روزدو شنبه تاریخ ۹۹/۰۷/۲۱

زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۱۰ روز سه شنبه تاریخ ۹۹/۰۷/۲۲

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف

آدرس: سه راه ۲۲ بهمن ابتدای بلوار نوبهار شرکت شهرکهای صنعتی کرمانشاه و تلفن : ۰۸۳۳۸۲۴۶۱۰۰(داخلی۲۰۴)

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۴۱۹۳۴ -۰۲۱دفتر ثبت نام:

۰۲۱۸۸۹۶۹۷۳۷و۰۲۱۸۵۱۹۳۷۶۸

شرح پروژه	محل اجرا	حجم پروژه	مدت اجرا	مبلغ برآورد(ریال)	مبلغ ضمانت	رتبه مورد نیاز
بهره برداری از تصفیه خانه فاضلاب	شهرک صنعتی بیستون	۵۰۰مترمکعب در شبانه روز	۱۲ ماه شمسی	۳/۵۴۶/۴۰۰/۰۰۰	۱۷۷/۴۰۰/۰۰۰	پنج تاسیسات وتجهیزات یا بهره برداری از معاونت آب وآبفاشرکت آب وفاضلاب

۶۱۲

شرکت شهرکهای صنعتی کرمانشاه

تحول صنعت فولاد کشور با فناوری دیجیتال کلید خورد

تامین نیازهای فناورانه صنعت فولاد ایران در حوزه دیجیتال موضوعی است که یک همکاری مشـترک را رقم زده است؛ هم‌افزایی و همکاری که به شکل برگـزاری یک رویداد فناورانه به ثمر نشسـت؛ رویـدادی فناورانه برای ایجاد تحول در صنعتی بزرگ و حیاتی در کشور.

رویـداد اسـتارت‌آپی صنعت هوشـمند فولاد، با همکاری سـتاد توسـعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صندوق نوآوری و شـکوفایی و توسط پارک علم و فناوری دانشگاه تهران با حمایت مجتمع فولاد مبارکه اصفهان، شـرکت بین‌المللی مهندسی سیستم‌ها و اتوماسیون برگزار می‌شود.

دریچـــه

خط مقدم مقابله با ویروس‌ها

خدیجه براتی: مدیرعامل پارس آزمون راهبرد صنعت عضو شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری: آزمون و بررسی کیفیت فیلترهای هوا تا ماسـک‌هایی که نخسـتین خط مقابله با آلودگی‌های ویروسی و باکتریایی هستند را در اولویت قرار دادیم و با توان آزمایشـگاهی خود، تلاش کردیم خدمات تسـت کیفیت مواد اولیه تا فرآورده‌های نهایی فیلتراسـیون، از فیلتر خودروهای سواری تا ماسک‌های تنفسی را به صنایع و شـرکت‌های دانش‌بنیان ارائه کنیم. از آلودگی‌های زیسـت‌محیطی ناشی از آلاینده‌های خودرویی و صنعتی، تا مقابله با ویروسی که این روزها بلای جان جهانیان شده اسـت، همه و همه یک راهکار کارآمد می‌طلبند، اسـتفاده از فیلترها؛ فیلترهایی که گاه در خودروها و خروجی آلاینده صنایع به کار می‌روند یا در اندازه‌های کوچک و به هیبت ماسک، بر صورت جامعه جاخوش می‌کنند. از فیلترهای هوا تا ماسک‌هایی که نخستین خط مقابله با آلودگی‌های ویروسـی و باکتریایی هسـتند، برای کارآمدی و اثرمندی می‌بایست از مواد اولیه باکیفیت و مطابق با اسـتانداردهای روز سـاخته شده باشند. برای مصون نگه داشتن سلامت و حیات جامعه، شرکت پارس آزمون راهبرد صنعت، کیفیت مواد اولیه و ساخت این فیلترها و ماسک‌ها را با تجهیزات ایران‌ساخت و نیروی انسانی دانش‌آموخته، سنجش می‌کند. آزمایشـگاه تست فیلترهای روغن، تست فیلترهای آب و تست فیلترهای هوای خودروهای سـبک و سنگین و نیز آزمایشگاه تست فیلترهای صنعتی که در صنایع مادر کاربرد دارند، از بخش‌های زیرمجموعه پارس آزمون راهبرد صنعت به شمار می‌رود. وی افزود: از مرحله آغاز ساخت یک فیلتر تا سنجش و آزمون محصول نهایی در این شرکت انجام می‌شود.

بیش از ۷۰ درصد دسـتگاه و زیرسـاخت‌های موردنیاز، توسط فعالان فناور این شرکت بومی‌سـازی شـده و بر همین اسـاس این شـرکت با محوریت فنی و مهندسی و خدمات آزمایشگاهی ثبت شده است.

دانش فنی ساخت و تعمیر این دستگاه‌ها عمدتاً در اختیار تعداد اندکی از برندهای اروپایی یا آمریکایی اسـت. بر همین اسـاس برای رفع نیاز صنایع داخلی کشور، تلاش می‌کنیم با سـاخت نمونه‌های مشـابه خارجی یا بومی‌سـازی مواد اولیه و تجهیزات، در مسیر تأمین نیازهای فناورانه این حوزه گامی برداریم.

بخـش قابل توجهی از خدماتی که در داخل کشـور و توسـط این مجموعـه فناور ارائه می‌شـود، توسـط مجموعه‌های خارجی با هزینه‌های هنگفت به مخاطبان ارائه می‌شود. با افزایش هزینه‌های ارزی، کار برای مجموعه‌های داخلی دشوار شده است و مبالغ تست‌های این مجموعه که همان کیفیت را دارند با نمونه‌های خارجی قابل مقایسه نیست بنابراین این خدمات را با کیفیتی همپای نمونه‌های خارجی و هزینه‌های بسیار پایین‌تر عرضه می‌کنیم.

در این روزها حجم و ابعاد تولید ماسـک‌ها برای مقابله با بیماری کرونا به شـدت افزاش یافته اسـت. این ماسـک‌ها برای اثرمندی و جلوگیری از نفوذ، باید از مدیاهای استاندارد و کیفیت ساخت مطلوبی برخوردار باشند بنابراین در ساخت ماسک‌های باکیفیت ضمن ارائه خدمات به شرکت‌ها، تست و ارزیابی مواد اولیه تا محصول نهایی را در دستور کار قرار داده‌ایم.

بسـترهایی مانند شـبکه آزمایشـگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری امکان معرفی توانمندی‌های این مجموعه فناور و آزمایشگاهی به صنایع و پژوهشگران و شرکت‌های دانش‌بنیان فراهم کرده است. تلاش داریم با ایجاد شناخت بهتر نسبت به این توانمندی‌ها، تولیدکنندگان ماسک، مواد اولیه فیلترها و سازندگان را در مسیر تولید محصولات کیفی‌تر همراهی کنیم.

کار گسترده شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی زمینه‌ساز ایجاد بستری برای ارتباط میان صنعت، تحقیق و توسعه و دانش است. وجود چنین شبکه آزمایشگاهی که پلی میان پژوهش و تولید باشد نه‌تنها می‌تواند منجر به جهش تولید شود بلکه می‌تواند خودکفایی را به همراه بیاورد. در آغاز مسیر همراهی با شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی قرار داریم و امیدواریم در ادامه، این تعامل گسترده و منسجم‌تر شود.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری:

صداوسیما برنامه‌های جدید دانش‌بنیان می‌سازد

دبیر سـتاد فرهنگ‌سـازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری در حاشیه دیدار رئیس و مسئولین سازمان صداوسیما از مجموعه پارک فناوری پردیس معاونت علمی، گفت: همکاری‌های دوجانبه معاونت و رسانه ملی از سابقه و عمق قابل توجهی برخوردار است. با توجه به تاکیدات مجدانه رهبر فرزانه انقلاب، برای حمایت از زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان کشور، سازمان صداوسیما سعی کرده است تا صدای رسای این زیست‌بوم در جامعه باشد.

پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری ضمن تشریح سوابق و جزییات همکاری‌های دوجانبه میان صداوسـیما و معاونت علمی و فناوری ریاسـت‌جمهوری، گفت: صداوسـیما تلاش‌های قابل تقدیری برای پژواک و معرفی تلاش‌های فعالان دانش‌بنیان در جامعه انجام داده اسـت. با این همه، همکاری‌های دوجانبه در گام دوم انقلاب باید به شکل ساختارمندتری پیگیری شود.

توسـعه همکاری‌های دوجانبـه : نماینده تام‌الاختیار معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری در سازمان صدا و سیما در ادامه افزود: در دیدار رئیس و مسئولین دو نهاد توافقات بسیار خوبی صورت گرفت و با توجه به دستورات و اقدامات رئیس محترم سازمان صداوسیما، فعالان دانش‌بنیان و فناور به زودی حضور پررنگ‌تر و پرتعداد در شـبکه‌های مختلف سیما و صدا خواهند داشت.

مشـاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، افزود: با توجه به تفاهم صورت گرفته مقرر شده است تا کمیته‌ای مشترک میان مسئولین دو نهاد برای پیگیری برنامه‌های جدید و همکاری‌های مشترک تشکیل شود. در نشست مشترک برگزار شده همچنین، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به عنوان نماینده معاونت و هماهنگ‌کننده شرکت‌های دانش‌بنیان با نماینده رسانه ملی تعیین شد.

ساخت چند برنامه جدید : رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در ادامه گفت: براساس دستور و مساعدت رئیس صدا و سیما، ۵۰درصد از زمان برنامه‌های شبکه ۴ سیما به عنوان شبکه دانش کشور باید به بازتاب فعالیت‌های صورت گرفته در زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان اختصاص یابد. همچنین در این نشست که با حضور علی فروغی رئیس شبکه سه برگزار شد، مصوب شد تا این شبکه نیز به عنوان شبکه جوان، چنـد برنامه جدید برای معرفی اقتصاد دانش‌بنیان محصـولات، خدمات و توانمندی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور به جامعه، در دستور داشته باشد.

دبیر سـتاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری ضمن اشاره به جزییات برنامه‌های در دست تهیه، افزود: ساخت دوره جدیدی از برنامه‌های فناوری‌محور، تهیه تیزرهای تبلیغاتی و سـاخت مستندهای جدید در ارتباط با زیست‌بوم نوآوری کشور از دیگر دستورات رئیس سازمان صداوسیما در این نشست بود.

وی ضمـن توضیـح نحوه تصمیم‌گیری در مـورد محتوای برنامه‌های در دسـت تهیه، گفت: در این نشست با توجه به نقطه نظرات مطرح شده، ساخت سریال با موضوع اقتصاد دانش‌بنیان و فعالیت‌های فناورانه در دسـتور کار قرار گرفت. همچنین رئیس سازمان صدا و سـیما اعلام کرد که بخش مشخصی از برنامه‌های خبری این رسانه به بازتاب رخدادها و توانمندی‌های حوزه نوآوری و فناوری در کشور تخصیص می‌یابد.

فرهنگ‌سازی میان نونهالان: دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاسـت‌جمهوری، در ادامه افزود: شـبکه‌های رادیویی و تلویزیونی صداوسیما نیز براساس راهبردهای تعیین‌شده از سوی کمیته مشترک، به معرفی محصولات دانش‌بنیان در خارج از مرزهای کشور خواهند پرداخت. ریاست سازمان صداوسیما همچنین در این نشست بیان کرد که شبکه نهال باید با تهیه برنامه‌های ویژه کودکان و نونهالان آنها را با زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان آشنا سازد.

راهکار شیائومی برای فروش محـ

به قلم: شـان کی / خبرنگار، مترجم امیر آل‌علی: یکی از چالش‌های جدی کسـب و کارها در شـرایط حال حاضر که ویروس کرونا مشـکلات متعددی را به وجود آورده اسـت، ارتقای سـطح فروش محصولات اسـت. در این رابطه تجربه ثابت کرده اسـت کـه راهکارهای کلی، ابـدا نتیجه‌بخش نخواهد بود. درواقع برای هر منطقه، باید به دنبال اسـتراتژی‌هایی با توجه به ویژگی‌ها بود. در این راسـتا برند شـیائومی با راه‌اندازی سرویس فروشگاه‌های سیار (Mi Store On Wheel) تلاش کرده اسـت تا امکان خرید جدیدترین محصولات این شرکت را حتی برای افرادی که خود را قرنطینه خانگی کرده‌اند، مهیا سازد. در این راستا اگرچه ممکن است تصور کنید که می‌توان به صورت اینترنتی اینترنتی نداشته و ترجیح می‌دهند که قبل از محصول را داشـته باشـند. به همین خاطر نیز هوشـمندانه دانسـت. یکی دیگر از دلایل تما کشور، محدودیت‌هایی است که برای رقیب اص در کشور هند حاکی از آن است که مردم در خر است. درواقع هند درست به مانند آمریکا، این

محصولات دانش‌بنیان در ۷ سطح فناورانه تقسیم شد

تعیین دانش‌بنیان بودن یک محصول و خدمت عرضه شده، یکی از وظایف انجام گرفته توسـط معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری اسـت. ایـن معاونـت محصـولات دانش‌بنیـان را در هفـت سـطح تقسـیم‌بندی می‌کند و هر سـاله با کمک خبرگان دانشـگاه و صنعت با توجه به نیاز کشور فهرست‌های به‌روزتری از محصولات و خدمات دانش‌بنیان ارائه می‌کند.

نخستین ویرایش فهرست کالا و خدمات دانش‌بنیان در سـال ۱۳۹۲ براسـاس نظر خبرگان رشـته‌های مختلف اعلام شد. این فهرسـت براسـاس نیازهای روز کشور و با توجه به روند رشـد فناوری‌های مختلف در هر دوره به‌روز می‌شـود. هر ساله با توجه به شرکت‌های دانش‌بنیانی که در سامانه ثبت نام می‌کنند، فهرسـت محصولات و خدمات دانش‌بنیان احصا می‌شود و براساس نیازهای کشور در رشته‌های مختلف تدوین می‌شود. یکی از معیارهای شناسایی یک محصول و خدمات به عنـوان محصول دانش‌بنیان پیچیدگی‌های فنی این محصول است. علاوه بر این، کپی‌برداری از این محصول نباید به راحتی انجام شود. معمولاً در نیمه نخست هر سال مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری فهرست کالاها و خدمات عرضه‌شـده را به خبرگان دانشـگاه و صنایع مختلف عرضـه می‌کنـد تـا در صـورت دارابودن شـرایط، این کالاها و خدمـات به عنوان کالا و خدمات دانش‌بنیان شناسایی شوند. فهرسـت کالا و خدمات دانش‌بنیان شامل دسـته‌های اصلی مانند کشاورزی، صنایع غذایی، فناوری زیستی، دارو و فرآورده‌های بیولوژیـک، مـواد شـیمیایی و پلیمری، تجهیـزات و ماشـین‌آلات، الکترونیـک، کنترل قدرت، تجهیزات پزشـکی، فناوری اطلاعات و خدمات تجاری‌سازی است. در تعیین معیارها و شـاخص‌های تشـخیص دانش‌بنیان بودن در هر حوزه، سـعی شده است تا تفاوتی میان معیارهای دانشگاهی و واقعیت‌های موجود در صنعت، وجود نداشـته باشد. همچنین میزان پیشـرفت کشـور در هر رشـته نیز برای تعیین دانش‌بنیان بودن هر محصول و خدمات نیز موثر است.

توسعه بازار زرشک و عناب؛ کانون هماهنگی دیگری راه‌اندازی شد

معاونـت علمـی و فنـاوری ریاسـت‌جمهوری با حمایت از تاسـیس کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار تلاش کرده است تا رابطه این سـه بخش را در حوزه‌ها و رشـته‌های گوناگون تقویت کند. با توجه به ظرفیت بالای مناطق شرقی کشور، به ویژه اسـتان خراسانی جنوبی در تولید زرشک و عناب کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار زرشـک و عناب در این استان فعالیت خود را آغاز کرد.

ایـن کانون بـا هدف حمایت از توسـعه کاشـت و تاسـیس واحدهای فـرآوری و بسـته‌بندی زرشـک و عناب در این استان فعالیت خواهد کرد. جلب مشارکت جمعی برای توسـعه این محصولات و اسـتفاده از توانمندی‌های علمی دانشگاه و هسته‌های فنـاور از جملـه دیگر اهداف تشـکیل این کانون است. کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار زرشـک و عناب، علاوه بر فرآوری و توسـعه فناوری در این حوزه، برای توسعه بازار و صادرات نیز تلاش خواهد کرد.

به گفتـه عبدالرضا مجدالدین، رئیس دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاسـت‌جمهوری، پیش از این سـه حوزه دانشگاه، صنعت و بازار و فروش هر کدام مسیر جداگانه خود را در پیش گرفته بودند و هماهنگی لازم در بین آنها وجود نداشـت. معاونت علمی و فنـاوری ریاسـت‌جمهوری بـا حمایت از تاسـیس کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار در رشته‌های مختلف سعی کرد تـا هم‌گرایی میان این سـه حوزه را تقویت کند و مسیر جدیدی را پیش روی فعالان این حوزه‌ها باز کند.

رئیـس دفتـر هماهنگـی دانـش، صنعت و بـازار معاونت علمـی و فناوری ریاسـت‌جمهوری همچنیـن بیـان کرد: کانون‌هـای هماهنگی دانـش، صنعت و بـازار در بازه زمانی اخیر شـاهد تحولات و تغییـرات مختلفـی در مسـیر فعالیت خود شـدند. افزایش قابل توجه تعداد این کانون‌ها اصلاح نظام‌نامه بررسی آنها و پیاده‌سازی برنامه‌ها و حمایت مادی و معنوی از فعالیت کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار، بخشی از تحولات این حوزه در دوره جدید است.

شبکه پشتیبانی قطعات یدکی ریلی کشور شکل می‌گیرد

سال ۷۷ بود که نخستین خط متروی تهران راه‌اندازی شد. قطار شهری زیرزمینی که به نوعی چاره‌ای بود برای کاهش ترافیک و گرفتاری‌های ناشی از آن. این وسیله نقلیه پرکاربرد در فاصله کوتاهی در دیگر شهرهای کشور هم راه‌اندازی شد. نخستین بار موضوع استفاده از این وسیله نقلیه در ایران حدود ۵۰ سال گذشته مطرح شد، اما این اتفاق سال ۷۷ محقق شد و امروز مترو در تهران با ۷ خط فعالیت می‌کند. شهرهای دیگر کشور هم به این وسیله نقلیه مجهز شده‌اند و در حال توسعه خطوط آن هستند. ستاد توسعه فناوری‌های حوزه فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان یکی از نهادهای موثر در حوزه حمل‌ونقل ریلی به دنبال گردهم آوردن زیست‌بوم این صنعت در کشور است.

صولات خود در روزهای کرونایی

ید لوازم الکترونیکی، چندان تمایلی به خرید خرید، تجربه در دست گرفتن و امتحان کردن باید این اقدام برند چینی شیائومی را کاملا یل این برند به افزایش نرخ فروش خود در این لی آنها برند هوآوی در این کشور نیز رخ داده برند را در فهرست تحریم‌های خود قرار داده است. به همین خاطر اکنون زمانی طلایی جهت بهبود شرایط در بازار، شکل گرفته است. در این راستا ذکر این نکته نیز ضروری است که هند به عنوان دومین کشور پرجمعیت جهان، یک بازار بسیار مهم محسوب می‌شود. با توجه به چنین سیاست‌هایی، پیش‌بینی می‌شود که شیائومی بتواند تا پایان سال، به برند نخست تولیدکننده گوشی‌های هوشمند در کشور چین، تبدیل شود. این امر به معنای آن خواهد بود که اپل و سامسونگ، با یک رقیب قدرتمند چینی دیگر به جای هوآوی، مواجه خواهند بود.

منبع: gizmochina.com

یادداشت

آمریکا راه آموزش آنلاین دانشجویان بین‌المللی را سد کرد

از زمان شیوع ویروس کرونا تاکنون، کشورهای زیادی با پیامدهای ناگوار این همه‌گیری دست‌وپنجه نرم می‌کنند. آموزش یکی از همین جنبه‌ها است و دولت آمریکا با حجم قابل توجهی از مبتلایان، ناچار شده است در برنامه‌ها و راهبردهای آموزشی تغییراتی ایجاد کند.

این تغییر در برنامه‌ها تا جایی پیچیده شده است که راه را برای دانشجویان بین‌المللی که به صورت آنلاین تحصیل می‌کنند، سد کرده است. آمریکا برای دانشجویان تحصیل آنلاین، ویزا صادر نمی‌کند؛ تصمیمی که سرنوشت بخش قابل توجهی از دانشجویان خارجی را که کلاس‌های‌شان به دلیل شیوع کرونا آنلاین برگزار می‌شود، تحت تأثیر قرار می‌دهد.

سردرگمی درباره وضعیت دانشجویان خارجی که کلاس‌های آنها در مراکز آموزش عالی ایالات متحده به خاطر شیوع کرونا آنلاین برگزار می‌شود ادامه دارد. این اوضاع با اظهارات دونالد ترامپ، رئیس جمهوری ایالات متحده آغاز شد که گفته بود دانشجویانی که تحصیل خود را به شکل مجازی انجام می‌دهند، ضرورتی ندارد در آمریکا اقامت داشته باشند و باید این کشور را ترک کنند. بر پایه این سخنان، اداره مهاجرت آمریکا اوایل ژوئیه اعلام کرد دانشجویان خارجی دوره‌های آنلاین باید این کشور را ترک کنند، اما یک هفته بعد در پی افزایش اعتراض‌ها و شکایت‌ها این تصمیم را پس گرفت.

این اداره روز ۲۵ ژوئیه در بیانیه‌ای اعلام کرده دانشجویانی که ویزای آنها قبلا صادر شده می‌توانند برای گذراندن ترم جدید، در صورتی که آنلاین برگزار شود هم وارد آمریکا شوند، اما فعلا ویزای جدیدی برای دانشجویان خارجی این گونه دوره‌ها صادر نمی‌شود.

بسیاری از دانشگاه‌ها و مسئولان محلی ایالت‌های مختلف آمریکا پیش از این علیه تصمیم دولت ترامپ برای اخراج دانشجویان آنلاین به دادگاه شکایت کرده بودند.

یک چهارم مبتلایان کرونا در آمریکا

ایالات متحده درگیرترین کشور جهان با پاندمی کرونا به شمار می‌رود. دانشگاه جانز هاپکینز آمریکا در تازه‌ترین آمار خود اعلام کرد که تعداد مبتلایان به ویروس کرونا در آمریکا از مرز ۷ میلیون نفر فراتر رفته است. این دانشگاه همچنین تعداد قربانیان ویروس کرونا در این کشور را ۲۰۳ هزار و ۲۴۰ نفر گزارش داده است.

بسیاری از دانشجویان خارجی مراکز آموزش عالی آمریکا به نسبت هزینه بیشتری پرداخت می‌کنند و دانشگاه‌ها و مدارس عالی به شدت به دریافت شهریه از این دانشجویان وابسته‌اند.

با شدت گرفتن شیوع کرونا و افزایش شدید سرایت ویروس کرونا و بیماری کووید۱۹ در آمریکا بسیاری از دانشگاه‌ها مجبور به تعطیل کردن کلاس‌ها و دوره‌های حضوری و ارائه آنها از طریق اینترنت شده‌اند.

بلاتکلیفی هزاران دانشجوی بین‌المللی

تعداد دانشجویان خارجی در آمریکا تا یک میلیون نفر برآورد می‌شود. هنوز مشخص نیست چه تعداد از این دانشجویان برای گذراندن ترم آینده نیاز به ویزای تحصیلی جدید دارند و چه تعداد ویزای خود را قبلا گرفته‌اند.

اغلب مراکز آموزش عالی در ایالات متحده هنوز درباره چگونگی برگزاری کلاس‌های ترم آینده که قرار است از پاییز آغاز شود تصمیمی نگرفته‌اند. برخی از دانشگاه‌های شاخص آمریکا، از جمله دانشگاه مشهور هاروارد در نزدیکی بوستون، پیشتر اعلام کرده‌اند که پس از تعطیلات تابستانی تمام کلاس‌های خود را فقط به صورت آنلاین برگزار می‌کنند.

طرح‌های توسعه هوشمند صنعت پتروشیمی ایران در حال اجراست

معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی ضمن اشاره به تعریف ۲۷ طرح پیشران در صنعت پتروشیمی که ۷ طرح آن در جهش دوم و سوم صنعت پتروشیمی در حال اجراست، گفت مطالعات ۲۰ طرح پیشران در چهار شاخه پروپیلن، متانول، بنزن و اتیلن پایان یافته است.

به گزارش سنا، بهزاد محمدی روز گذشته در آیین رونمایی از واحد نیمه صنعتی پروپیلن از متانول شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی و امضای قرارداد واگذاری دانش فنی این طرح با تأکید بر توسعه هوشمند صنعت پتروشیمی گفت: در مسیر توسعه این صنعت باید به سمت تنوع‌بخشی محصولات صنعت حرکت کرد و تلاش شود که صنعت پتروشیمی کشور صنعتی پایدار و تاب‌آور باشد.

وی با اشاره به اینکه ۵درصد از محصولات پایه تولیدی کشور که از شاخص‌های اصلی ارزیابی صنعت پتروشیمی در جهان است شامل پروپیلن می‌شود، افزود: این رقم با تکمیل طرح‌های جهش دوم و سوم صنعت پتروشیمی نیز تغییر چندانی نمی‌کند بنابراین به منظور توسعه این صنعت طرح‌های پیشران تعریف شده‌اند.

مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی با بیان اینکه ظرفیت صنعت پتروشیمی در ابتدای سال ۹۹، ۶۶ میلیون تن و هم‌اکنون بیش از ۷۰ میلیون تن است، ادامه داد: محصول قابل فروش پارسال این صنعت، ۳۰ میلیون تن و درآمد آن حدود ۱۵ میلیارد دلار بوده است. از این مقدار ۲۲ میلیون تن به ارزش ۱۰ میلیارد دلار صادر و حدود ۸ میلیون تن به ارزش ۵ میلیارد دلار نیز در داخل عرضه شده است.

محمدی با اشاره به روند افزایش تقاضای محصولات پتروشیمی در جهان گفت: تقاضای فرآورده‌های نفتی در سال ۲۰۴۰ از ۱۰۰ به ۱۲۵درصد اما تقاضا برای محصولات پتروشیمی به ۲۴۰درصد می‌رسد. وی با بیان اینکه در ۴۹ طرح جهش دوم و سوم صنعت پتروشیمی ۷ طرح پیشران و راهبردی با مجموع ظرفیت ۸۱۰ هزار تن در حال اجراست، تصریح کرد: بنابراین ۲۰ طرح پیشران در چهار شاخه پروپیلن، متانول، بنزن و اتیلن تعریف شده‌اند که مطالعات آن پایان یافته است. با توسعه این طرح‌ها ۵۰ درصد از واردات محصولات پتروشیمی پوشش داده می‌شود.

به گفته معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی، از این ۲۰ طرح، ۱۰ طرح در زنجیره پروپیلن، سه طرح در زنجیره متانول، چهار طرح در زنجیره اتیلن و سه طرح هم زنجیره بنزن است. برای توسعه طرح‌های پیشران در شاخه پروپیلن و بنزن باید ابتدا خود این محصولات را تولید و پس از آن زنجیره را توسعه داد.

محمدی با اشاره به اینکه هم‌اکنون ۹۸۵ هزار تن پروپیلن در کشور تولید می‌شود، افزود: این رقم تا سال ۱۴۰۴ با طرح‌هایی که امروز فعال هستند به حدود ۲ میلیون تن می‌رسد، اما با اجرای طرح‌های پیشران این رقم در سال ۱۴۰۵ سالانه ۴ میلیون تن می‌شود.

صاحبان ایده برای توسعه کاربردهای نانوالیاف در صنعت پوشاک دعوت شدند

«کاربردهای نوین نانوالیاف در صنعت پوشاک پیشرفته» عنوان فراخوانی است که از فناوران، اعضای هیأت علمی، دانشجویان و صاحبان دارای ایده دعوت می‌کند تا طرح‌های خود در این زمینه را برای تجاری‌سازی ارسال کنند.

فراخوان کاربردهای نوین نانوالیاف در صنعت پوشاک پیشرفته منتشر شد. مرکز صنعتی‌سازی نانوفناوری کاربردی با حمایت ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری این فراخوان را منتشر کرد.

شناسایی حوزه‌های نوین کاربردهای نانوالیاف در صنعت پوشاک در این فراخوان دنبال می‌شود.

صنعت نساجی یکی از صنایعی است که فناوری نانو در آن کاربردهای فراوانی دارد. با استفاده از این فناوری الیافی در اندازه نانو تولید می‌شود که خواص ویژه‌ای به پارچه می‌دهند. پارچه‌های تولیدشده به این روش تحولی در این صنعت ایجاد می‌کنند. این فراخوان نیز به دنبال طرح‌ها و ایده‌هایی در این حوزه است.

شرکت‌های فناور، گروه‌های پژوهشی، اعضای هیأت علمی و دانشجویان می‌توانند طرح و ایده‌های خود در این حوزه را ارسال و از این فرصت برای تجاری‌سازی محصول خود استفاده کنند.

منسوجات هوشمند با استفاده از نانوالیاف، استفاده از نانوالیاف در افزایش کارایی پوشاک، کاربرد نانوالیاف در تولید پوشاک با قابلیت استفاده در حوزه بهداشت و درمان، استفاده از نانوالیاف در پوشاک محافظ و ایمن، استفاده از نانوالیاف در ساخت برداشت‌کننده‌های انرژی قابل تعبیه در پوشاک و رفع چالش شست و شوی منسوجات دارای نانوالیاف با مواد شوینده برخی از محورهای پیشنهادی دارای اولویت در این فراخوان است.

توسعه کاربردهای نوین نانوالیاف در صنعت پوشاک پیشرفته هدف اصلی از انتشار این فراخوان است و از علاقه‌مندان، صاحبان ایده و طرح و فعالان این حوزه دعوت می‌شود تا ایده‌های خود را برای «استفاده از فناوری نانوالیاف در محصول نهایی» برای دبیرخانه چالش‌های فناوری و نوآوری ایران ارسال کنند.

ورق‌های فولادی پوشش‌دار «ایران‌ساخت» به بازارهای جهانی رسید

شرکتی دانش‌بنیان به حوزه تولید انواع ورق گالوانیزه، نورد سرد، استنلس استیل و سایر مقاطع فولادی ورود کرد. این شرکت توانست در مدتی کوتاه در کنار تامین نیازهای داخلی به مرحله صادرات این محصولات هم برسد. انواع ورق‌های گالوانیزه در صنایع مختلفی مانند ساخت و تولید لوازم خانگی مانند انواع وسایل گرمایشی و سرمایشی، لباسشویی و ... ، برق، کامپیوتر و الکترونیک، خودروسازی، در صنایعی که رنگ‌آمیزی، برشکاری و شکل‌دهی فلز موردنیاز است، کاربرد دارد. شرکتی دانش‌بنیان از سال ۷۵ با هدف تامین بازار داخلی به حوزه تولید انواع ورق گالوانیزه، نورد سرد، استنلس استیل (فولاد زنگ نزن) و سایر مقاطع فولادی ایجاد شد. این مجموعه توانست در کنار تامین نیازهای داخلی به صادرات محصولات تولیدی هم اقدام کند. شرکت دانش‌بنیان صنایع هفت الماس علاوه بر ایجاد اشتغال در منطقه سهم بسزایی در تحقق خودکفایی توسعه صنعتی و رشد اقتصادی کشور دارد. تولیدات ورق گالوانیزه این شرکت پاسخگوی ۱۵درصد نیاز بازار داخلی است و حدود ۲۰ تا ۴۰ درصد از کل ظرفیت تولید نیز در بازارهای جهانی عرضه می‌شود. به گفته نصرالله ایزدپناه، مدیرعامل این مجموعه فناور، در حال حاضر آزمایشگاه‌های مجهز شرکت توانایی ارائه خدمات آزمایشگاهی برای انجام آزمون‌های مختلف بر روی انواع ورق و مقاطع فولادی، گالوانیزه به روش گرم پیوسته و ... را دارا است. وی درباره ویژگی‌های ورق‌های گالوانیزه تولیدی شرکت، گفت: ورق‌های فولادی با پوشش گالوانیزه در صنایعی چون صنعت ساختمانی، عمرانی، الکتریکی، خودروسازی و لوازم خانگی کاربرد دارند. شرکت ما هم در زمینه تولید انواع محصولات مطابق با استانداردهای جهانی و در برخی موارد ایجاد بستر تولید برخی ورق‌های پوشش‌دار با مصرف خاص، فعالیت دارد. ورق سرد نورد هم دیگر محصول تولیدی این شرکت است. ایزدپناه با بیان کاربردهای این محصول، بیان کرد: ورق نورد سردشده محصولی است که طی فرآیند نورد سرد از ورق فولادی نورد گرم شده با ضخامت بالا پس از پوسته‌زدایی تولید می‌شود. در شرکت ما این محصولات با توجه به درخواست مشتری برای کاربردهای مختلف مطابق با استانداردهای EN ۱۰۱۳۰ -۲۰۰۶ و استاندارد ملی ایران INSO ۵۷۲۳ تولید می‌شود.

کارگاه برندینگ

تاثیر کرونا بر صنعت گیم موبایل

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

استقبال عمومی از بازی‌های گوشی‌های هوشمند در طول ماه‌های اخیر به واسطه شیوع ویروس کرونا افزایش قابل توجهی داشته است. مردم با ساعت‌های بیشتر حضور در خانه نیاز به سرگرمی‌های بیشتر و متنوع‌تری دارند. همین امر استودیوهای بازی‌سازی را نسبت به ارائه عنوان‌های تازه ترغیب کرده است. در میان بازی‌های مختلف بتل رویال‌هایی مانند فورتنایت و PUBG طرفدارهای بسیار زیادی در میان کاربران دارد. براساس مطالعه موسسه لیفت آف، فرا رسیدن سال نوی میلادی تاثیر مثبت قابل توجهی بر روی افزایش استقبال مردم از بازی‌های پلتفرم گوشی هوشمند خواهد داشت. چالش اصلی در این میان حفظ کاربران در عنوان‌های بازی است. هزینه جلب نظر کاربران به بازی‌های موبایلی بسیار اندک است. نکته مهم در این میان دشواری حفظ کاربران است. وقتی گزینه‌های متعددی پیش روی بازیکنان قرار داشته باشد، حضور مداوم در یک عنوان گزینه‌ای جذاب نخواهد بود.

استودیوهای بازی‌سازی تجربه بهتری در زمینه عرضه عنوان‌های مختلف برای اندروید در مقایسه با IOS دارند. همین امر شرکت اپل را با بحران احتمالی در زمینه تامین بازی‌های مناسب برای کاربرانش مواجه خواهد ساخت. یکی از دشواری‌های عرصه تولید بازی برای IOS مربوط به پلتفرم ناسازگارش با موتورهای بازی‌سازی است بنابراین در عمل فرآیند سازخت بازی برای IOS زمان بیشتری طول خواهد کشید.

میزان وفاداری کاربران به عنوان‌های بازی در طول سال اخیر افت ۱۷ درصدی داشته است. این امر به معنای نصب یک عنوان بازی و سپس حذفش پس از گذشت ۳۰ روز است. این امر بدل به نوعی بحران برای عنوان‌های مشهور بازی به منظور حفظ مخاطب هدف شده است. با این حساب علی رغم افزایش انگیزه کاربران برای بازی با گوشی‌های هوشمند میزان وفاداری‌شان به عنوان‌های مختلف به شدت کاهش یافته است. این امر در بلندمدت برای تمام استودیوهای تولید بازی چالشی بزرگ خواهد بود.

منبع: mobilemarketer.com

خرید استودیوهای بازی‌سازی استراتژی جدید مایکروسافت

به قلم: لوگان مور نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل‌علی

طی چند روز اخیر مهمترین خبر صنعت گیمینگ، خریداری برند بتسدا توسط مایکروسافت بوده است. در این رابطه ساتیا نادلا اعلام کرده است که خریدهای بیشتری در راه بوده و این امر می‌تواند به سلطه این برند در این عرصه تبدیل شود. در رابطه با اهمیت این خرید تنها کافی است که بدانید چندین بازی محبوب نظیر Fallout و Doom توسط این برند ساخته شده‌اند. این امر به معنای آن خواهد بود که ایکس باکس، بازی‌هایی را خواهد داشت که ساخته خود این شرکت بوده و ممکن است از انتشار آن برای برند رقیب سونی، جلوگیری شود. بدون شک این موضوع ابدا برای طرفداران کنسول پلی استیشن، جذاب نخواهد بود. تحت این شرایط باید دید که واکنش این برند به استراتژی جدید مایکروسافت چه خواهد بود. درواقع صنعت گیم در چند سال اخیر رشدی فوق‌العاده را داشته و قرنطینه خانگی ناشی از ویروس کرونا نیز باعث افزایش چشمگیر تعداد گیمرها و میزان ساعت بازی آنها شده است. به همین خاطر بسیاری از تحلیلگران این اقدامات جدید را تضمین‌کننده آینده مایکروسافت دانسته و بسیار سودمند تلقی کرده‌اند. حال باید دید که در گام بعد، چه برندی توسط این شرکت خریداری خواهد شد.

منبع: dualshockers.com

یوتیوب به محیطی امن برای کودکان تبدیل خواهد شد

به قلم: ژوان سالسمن خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

در حال حاضر یکی از دغدغه‌های اصلی خانواده‌ها، فعالیت فرزندان آنها در بستر آزاد اینترنت است. درواقع حفظ امنیت اخلاقی آنها، بدون شک موضوعی مهم بوده و در این رابطه بدون استفاده از تکنولوژی، عملا امکان هیچ‌گونه کنترلی وجود ندارد. در این راستا یوتیوب به عنوان بزرگ‌ترین بستر اشتراک‌گذاری ویدئو، اعلام کرده است که برای کاربران کم‌سن خود، برنامه‌ای ویژه داشته و قرار است که از طریق هوش مصنوعی، محتواهای نامناسب برای آنها نمایش داده نشود. این امر می‌تواند پیشرفت بسیار خوبی باشد. درواقع در هیچ یک از شبکه‌های اجتماعی، چنین موردی وجود نداشته و این امر نوعی نمایش قدرت نیز خواهد بود، با این حال هنوز نسبت به چگونگی این اقدام، اخبار دقیقی منتشر نشده و برخی از تحلیلگران، بر این باور هستند که چنین اقدامی، با خطاهای زیادی همراه خواهد بود. به همین خاطر باید دید که در عمل این طرح جذاب، تا چه حد می‌تواند مطابق ادعاها باشد.

منبع: cnet.com

راز موفقیت برندها در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: برنت سزاتوراس کارشناس حوزه بازاریابی و شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از سوالات رایج مدیران برندهای مختلف این است که چگونه می‌توان در شبکه‌های اجتماعی، به نرخ تعامل بالایی دست پیدا کرد. در این راستا ذکر این نکته ضروری است که امروزه این فضا، به مهمترین بستر جهت اقدامات بازاریابی تبدیل شده است. در این راستا اگرچه توصیه‌های متعددی وجود دارد، با این حال اگر بخواهیم به دنبال مواردی باشیم که برای تمامی شبکه‌ها و برندها، کاربرد لازم را داشته باشد بدون شک ترفندهای ساده بهترین گزینه خواهد بود. در این راستا ۸ مورد منتخب را بررسی خواهیم کرد.

۱-روایتگر باشید

این امر یک واقعیت است که افراد تمایل چندانی را به مطالعه متن در شبکه‌های اجتماعی ندارند. در این رابطه هرچه موارد طولانی‌تر شود، شانس دیده شدن نیز کاهش پیدا خواهد کرد. این امر در حالی است که شما به جای تلاش برای توضیح کامل یک مفهوم، می‌توانید آن را به سادگی در قالب ویدئو و یا اینفوگرافی، توضیح دهید. در این راستا برخی از افراد اقدام به تولید مواردی نظیر پادکست نیز می‌کنند. درواقع شما باید به دنبال ساده‌ترین راه برای انتقال مفاهیم به مخاطب خود باشید. با این اقدام شانس موفقیت شما به مراتب بالاتر خواهد بود. در این راستا همواره تکنیک‌هایی نیز وجود دارد. برای مثال به جای آنکه یک محصول را تنها در دو استوری توضیح دهید، آن را به ۱۵ بخش با متن‌های کوچک و تصاویر متعدد تبدیل نمایید. درواقع شما ابدا نباید به حجم کار خود توجه داشته باشید. بدون شک جذابیت شما، باعث نادیده گرفته شدن طولانی بودن اقدام شما خواهد شد.

۲-تصاویر را شخصا تهیه نمایید

آیا شا نیز تصور می‌کنید که تصاویر را می‌توان به سادگی از سایر سایت‌ها دریافت کرد؟ بدون شک پاسخ به این مورد منفی بوده و لازم است تا تصاویر منحصر به فردی را تهیه نمایید. این امر باعث خواهد شد تا تاثیرگذاری شما به مراتب بیشتر شود. همچنین افراد به صفحاتی که خودشان تصاویر و ویدئوها را تهیه می‌کنند، راحت‌تر اعتماد کرده و این امر باعث خواهد شد تا شانس موفقیت به مراتب بالاتری را داشته باشید. در این راستا فراموش نکنید که با توجه به کیفیت بالای تصاویر موجود حال حاضر، یک اقدام متوسط نیز با استقبال لازم همراه نخواهد بود. در این راستا اگر شما توانایی و ابزار لازم را برای چنین اقداماتی ندارید، توصیه می‌شود که با یک فرد حرفه‌ای، قرارداد امضا کنید.

۳-محتواهایی با مشارکت مشتریان داشته باشید

با توجه به این امر که هدف اصلی تمامی صفحات تجاری، افزایش فروش است. شما باید به خواسته‌های مخاطبان توجه ویژه‌ای داشته باشید. در این راستا یکی از مواردی که همواره مورد توجه بوده است، نظر افرادی است که تجربه استفاده از محصول را دارند. در این راستا منظور یک ویدئوی تبلیغاتی که در آن صرفا از محصول شما تعریف شود نبوده و لازم است تا کاملا صادقانه رفتار نمایید. درواقع شما باید اجازه دهید که مشتری، نظر واقعی خود را بیان نمایید. در این رابطه بهترین اقدام، ضبط کلیپ خواهد بود. درواقع هیچ چیز به اندازه دیدن چهره مشتری، اعتمادسازی را به همراه نخواهد داشت. در کنار این موضوع ضروری است تا به دنبال راهکارهایی برای افزایش تعامل با مشتری نیز باشید. برای این امر نظرسنجی، پرسش و پاسخ از جمله ساده‌ترین اقدامات محسوب می‌شود.

۴-ترندها را مورد توجه جدی خود قرار دهید

ترندها را می‌توان موضوعاتی دانست که به یک باره و برای بازه زمانی مشخص، در مرکز توجهات قرار می‌گیرند. به همین خاطر اگر به موقع نسبت به آنها واکنش نشان ندهید، بدون شک یک شانس بزرگ را از دست خواهید داد. در این راستا اگرچه به نظر می‌رسد که پیدا کردن ترندها، امری دشوار است. با این حال ابزارها و تکنیک‌های مختلفی در این رابطه وجود دارد. در این رابطه گوگل، ابزارهای بسیار خوبی را معرفی کرده است. با این حال اقدام ساده‌تر این است که هشتگ‌های محبوب را در هر یک از شبکه‌ها، پیدا کرده و آنها را به صورت مداوم، مورد بررسی قرار دهید. این امر باعث می‌شود تا همواره، محبوب‌ترین موضوعات را شناسایی نمایید. همچنین توجه به فعالیت‌های انجام شده از سوی سایر برندها نیز راهنمای عمل بسیار خوبی خواهد بود.

۵-از پست مهمان استفاده نمایید

آیا تصور شما این است که استراتژی پست مهمان تنها به نشریات و سایت‌ها اختصاص دارد؟ واقعیت این است که در این رابطه ابدا محدودیتی وجود نداشته و شما می‌توانید به سادگی و سریعا اقدامات لازم را انجام دهید. در این راستا تنها کافی است تا موارد منتخب را پیدا کرده و اقدام به بازنشر آنها نمایید. همچنین می‌توانید با سایر صفحات، همکاری داشته و با قرار دادن منتخب محتواهای یکدیگر، شانس جلب نظر مخاطبان آنها را به دست آورید. با این اقدامات، مسیر موفقیت شما هموارتر خواهد شد.

۶-از اینفلوئنسرها غافل نشوید

اینفلوئنسرها پادشاهان شبکه‌های اجتماعی هستند. به همین خاطر بسیار مهم است که با آنها همکاری داشته باشید. در این راستا توصیه می‌شود که خود را تنها به افرادی مشخص محدود نکرده و حتی از میکرواینفلوئنسرها نیز غافل نشوید. این اقدامات خود به افزایش اعتبار شما نیز منجر خواهد شد.

۷-خود را محدود نکنید

برای این امر که صفحه شما در یک شبکه اجتماعی با موفقیت بالاتری همراه باشد، شما الزاما به این محیط محدود نبوده و می‌توانید از امکانات موجود دیگر نیز استفاده نمایید. در این راستا ایمیل، یک گزینه کاملا مناسب محسوب می‌شود. شما می‌توانید با گرفتن ایمیل مشتریان، اقدامات جانبی لازم را انجام دهید. برای مثال ممکن است یک مشتری، سلیقه و خواسته‌های خاصی را داشته باشد. در این زمینه بدون شک شما نمی‌توانید صفحه خود را مطابق نظر آنها تغییر دهید. با این حال می‌توانید محتواهای مدنظر آنها را در قالب ایمیل، ارسال نمایید. بدون شک با این اقدام، رضایت کاربران، رشدی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. در این رابطه با توجه به این امر که فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به مهمترین اقدام بازاریابی تبدیل شده است، توصیه می‌شود که برای مدیریت درست این بخش، یک تیم حرفه‌ای را داشته باشید. درواقع اگر بخواهید همه کارها را شخصا انجام دهید، بدترین نتایج ممکن را به دست خواهید آورد.

۸-از معجزه هشتگ‌ها غافل نشوید

اگر از هشتگ استفاده نکنید، تقریبا تمامی اقدامات خود را هدر داده‌اید. درواقع مزیت هشتگ‌ها این است که باعث می‌شود تا محتواهای شما در دسته‌بندی‌های گوناگون قرار گیرد که این امر به معنای افزایش شانس بازدید خواهد بود. در این رابطه توصیه ما این است که بهترین هشتگ‌ها را انتخاب نمایید. برای این امر نیز ابزارهای مختلفی وجود دارد. با این حال نکته بسیار مهم در این زمینه توجه به میزان استاندارد استفاده از هشتگ‌ها است. در این رابطه سقف استفاده از موارد در شبکه‌ای نظیر توییتر صرفا دو عدد است. این امر در حالی است که برای اینستاگرام حتی می‌توان از ۱۰ مورد نیز استفاده کرد.

منبع: searchenginejournal.com

چگونه نظرات منفی در شبکه‌های اجتماعی را مدیریت کنیم؟

وقتی مشتریان از برندها عصبانی‌اند

ترجمه: علی آل‌علی: بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی جزئی از برنامه بلندمدت و تعامل میان کسب و کارها و مشتریان است. همین امر حضور شمار بالایی از برندها در شبکه‌های اجتماعی مختلف را توجیه می‌کند. سالانه هزینه‌های بازاریابی چند میلیارد دلاری از سوی برندهای مختلف صورت می‌گیرد. چنین هزینه‌هایی اغلب اوقات فقط برای تعداد مشخصی از کسب و کارها سودآور است بنابراین سایر برندها با شکست در عرصه بازاریابی مواجه می‌شوند. یکی از شکست‌های اصلی در این زمینه مربوط به مواجهه با نظرات منفی نسبت به برند در شبکه‌های اجتماعی است. این امر دلایل مختلفی دارد، اما از همه مهمتر بر روی اعتبار و جلوه کسب و کارها تاثیر منفی می‌گذارد.

کسب و کارها باید همیشه ارتباط مناسبی با مشتریان داشته باشند. این امر در حوزه شبکه‌های اجتماعی با هزینه اندک و تاثیرگذاری بالا امکان‌پذیر است. نکته مهم در این میان توجه به کیفیت محتوای بازاریابی برای تعامل با مشتریان است. اگر شما به این نکته مهم توجه نداشته باشید، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور کلی از بین خواهد رفت.

مواجهه با نظرات منفی مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی برای هر برندی دشوار است. نکته مهم حفظ خونسردی و تلاش برای مدیریت اوضاع است. بسیاری از برندها پس از مشاهده نظرات منفی مشتریان خودشان را گم می‌کنند. این امر اغلب اوقات نتایج به شدت منفی برای کسب و کارها در پی دارد. مهمترین نکته در اینجا توجه به دلیل درج نظرات منفی از سوی مشتریان است. اگر کسب و کارها امکان یافتن دلیل درج نظرات منفی از سوی مشتریان را داشته باشند، به راحتی مشکل موردنظر حل و فصل خواهد شد بنابراین نیازی به نگرانی بی‌جا نخواهد بود.

امروزه برخی از برندها در صورت مواجهه با نظرات منفی از سوی مشتریان در شبکه‌های اجتماعی به سرعت اقدام به حذف آنها می‌کنند. این امر نوعی واکنش سریع از سوی برندها برای پاک کردن صورت مسئله است. این امر شاید در کوتاه‌مدت جلوه کسب و کارها را حفظ کند، اما در بلندمدت موجب افزایش خشم مشتریان خواهد شد. نتیجه این امر همیشه همراه با بار مالی و کاهش اعتبار برندها خواهد بود بنابراین مهمترین نکته در این میان حفظ خونسردی و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه‌های متفاوت است. برخی از نکات مهم در صورت مواجهه با نظرات منفی مشتریان در شبکه‌های اجتماعی به شرح ذیل است.

۱. گوش دادن به مشتریان

نخستین گام پس از مواجهه با نظرات منفی مشتریان توجه به ماهیت نظرات است. اغلب کاربران به دلایل مشخصی اقدام به درج نظر منفی می‌کنند. اگر بازاریاب‌ها به کامنت‌های منفی دقت نکنند، فهم دلیل اصلی اعتراض‌ها امکان‌پذیر نخواهد بود. اگر برندها پس از درک نظرات منفی اقدام به حذف‌شان نمایند، در بلندمدت امکان ادامه فرآیند کسب و کار را نخواهند داشت. این امر آنها را بیش از هر زمان دیگری از مشتریان دور خواهد ساخت بنابراین در عمل باید به دنبال راهکاری برای درک نظرات مشتریان بود. اگر نظرات منفی مشتریان مربوط به ایرادی در زمینه تولید محصولات یا ارائه خدمات است، باید در کمترین زمان ممکن نسبت به رفع‌شان اقدام کرد.

۲. بهانه‌تراشی ممنوع

پاسخگویی به نظرات منفی کاربران در شبکه‌های اجتماعی از سوی بسیاری از برندها ایده جذابی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به عذرخواهی کامل از مشتریان بدون بهانه‌تراشی است. برخی از بازاریاب‌ها بهترین راهکار را بهانه‌تراشی و تلاش برای سلب مسئولیت قلمداد می‌کنند. این امر تاثیر بلندمدتی بر روی وضعیت کسب و کار برندها دارد. ذهنیت مشتریان نسبت به کسب و کارها در طول مدت زمانی طولانی شکل می‌گیرد. اگر مشتریان نسبت به عملکرد شما انتقاد دارند، نباید وضعیت را از این بدتر کرد. ارائه بهانه‌های مختلف اغلب اوقات فقط وضعیت را دشوارتر خواهد کرد.

عذرخواهی از مشتریان کار دشواری نیست. برندها باید مسئولیت اشتباهات‌شان را پذیرفته و قول عدم تکرارشان را بدهند. این امر جایگاه برندها در نگاه مشتریان را به شدت بهبود می‌دهد. همچنین رفتار حرفه‌ای کسب و کارها را نیز بیان خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها به دلیل رفتار غیرحرفه‌ای خشم مشتریان را افزایش می‌دهند بنابراین رفتار حرفه‌ای یکی از نکات مهم برای مدیریت خشم مشتریان خواهد بود.

۳. انتقال بحث از شبکه‌های اجتماعی به دنیای واقعی

ارتباط با مشتریان معترض به برند امر دشواری نیست. برندها پس از عذرخواهی از مشتریان باید نسبت به ایجاد ارتباط خارج از شبکه‌های اجتماعی با آنها نیز اقدام نمایند. این امر فقط با رفتار حرفه‌ای و درخواست از مشتریان برای ارائه اطلاعات دقیق صورت می‌گیرد بنابراین شما باید مشتریان را نسبت به ارتباط بیشتر با برندتان ترغیب نمایید. نتیجه این امر امکان فهم دقیق ماهیت اعتراض مشتریان خواهد بود. همچنین شاید شما امکان بازگرداندن مشتریان سابق برندتان را نیز داشته باشید. این امر از ریزش شدید مشتریان نیز جلوگیری خواهد کرد.

۴. عذرخواهی کار سختی نیست

عذرخواهی رسمی از مشتریان کار سختی نیست. بسیاری از برندها در این مسیر از هر تکنیکی برای شانه خالی کردن از بار مسئولیت‌شان استفاده می‌کنند. نتیجه این امر ارزیابی مشتریان از کسب و کار موردنظر به مثابه شرکتی غیرحرفه‌ای خواهد بود. این امر نظرات منفی مشتریان را تمام نخواهد کرد. اگر یک کسب و کار نسبت به بهبود وضعیت مشتریان و درک نگرانی‌شان اقدام نکند، اعتراض مشتریان همچنان پایدار باقی خواهد ماند. این امر مشکل اساسی اغلب کسب و کارها در زمینه مدیریت کسب و کار محسوب می‌شود.

مواجهه با نظرات منفی کاربران در شبکه‌های اجتماعی ناشی از اشتباهات برندها در زمینه مدیریت کسب و کار است بنابراین یک عذرخواهی رسمی و صمیمانه هیچ ایرادی نخواهد داشت. این امر به بهبود فضای ملتهب در شبکه‌های اجتماعی کمک خواهد کرد.

منبع: myasbn.com

بررسی ایده‌های بازنشر ویدئوهای زنده برندها

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و بازنشر برنامه‌های لایو

به قلم: کلوئی وست کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

استفاده از ویدئوهای زنده برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی از چند سال پیش با معرفی این سرویس از سوی اغلب پلتفرم‌های اجتماعی در دسترس بازاریاب‌ها قرار گرفت. امروزه بسیاری از برندها برای استفاده از این قابلیت تردید و نگرانی بسیار زیادی دارند. اگر یک برند قصد بارگذاری ویدئو زنده را داشته باشد، باید بازه زمانی بین ۱۵ تا ۳۰ دقیقه‌ای را مدنظر قرار دهد. اگر ویدئوهای زنده بیش از اندازه کوتاه یا طولانی باشد، تاثیرگذاری موردنظر بر روی مخاطب هدف پدید نخواهد آمد.

دشواری‌های تهیه ویدئوی آنلاین بر هیچ برندی پوشیده نیست. بسیاری از بازاریاب‌ها به طور مداوم با تولید محتوای بازاریابی زنده مشکل دارند. همین امر استفاده مجدد از محتوای ویدئویی زنده را جذاب می‌سازد. شاید در نگاه نخست این امر بیشتر شبیه یک شوخی باشد، اما امروزه برخی از برندها از همین گزینه برای کاهش هزینه‌های بازاریابی و تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف استفاده می‌کنند. در ادامه برخی از مهمترین نکات در زمینه بازیابی هدف محتوای زنده در شبکه‌های اجتماعی و استفاده مجدد از آنها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. انتظار محتوای زنده در پلتفرم‌های مختلف

اگر شما یک مراسم زنده در بخش لایو فیس‌بوک برگزار کرده‌اید، ذخیره‌سازی ویدئو موردنظر برای استفاده دوباره ایده مناسبی خواهد بود. متاسفانه بسیاری از برندها اقدامی برای تهیه یک نسخه پشتیبانی از فایل‌های بازاریابی‌شان نمی‌کنند. این امر در زمان‌های موردنیاز موجب دردسر برندها خواهد شد. بارگذاری محتوای زنده در یک شبکه اجتماعی بر روی دیگر پلتفرم‌های آنلاین ایده بدی نیست. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به تولید محتوای متنوع دارند. این امر در طولانی مدت هزینه‌های بازاریابی را به شدت افزایش می‌دهد. وقتی یک برند در اینستاگرام اقدام به بارگذاری محتوای بازاریابی می‌کند، بدون شک کاربران فیس‌بوک یا توییتر امکان مشاهده آن را نخواهند داشت بنابراین بازنشر محتوای موردنظر در سایر پلتفرم‌ها ایده جذابی خواهد بود.

برخی از برندها برای ارزیابی میزان تاثیرگذاری محتوای بازاریابی‌شان بر روی مخاطب هدف معیار مناسبی در دسترس ندارند. اگر شما محتوای زنده برندتان را در دیگر شبکه‌های اجتماعی بارگذاری کردید، میزان دانلود یا مشاهده محتوای موردنظر معیار مناسبی برای ارزیابی میزان تاثیرگذاری آن خواهد بود.

مزیت اصلی بازنشر محتوای بازاریابی زنده در دیگر پلتفرم‌های اجتماعی عدم نیاز به صرف هزینه یا حتی اختصاص زمان برای بهبود کیفیت محتوای قبلی است. ویدئوهای زنده هرگز مورد ویرایش در لحظه قرار نمی‌گیرد بنابراین در زمینه بازنشر آنها نیز باید حال و هوای زنده رعایت شود. همین امر موجب محبوبیت بسیار بیشتر بازنشر محتوای زنده می‌شود.

۲. تهیه کلیپ‌های کوتاه برای بارگذاری در اینستاگرام

استفاده از ابزارهای ویرایش ویدئو برای تهیه کلیپ‌های کوتاه و تاثیرگذار از لایو طولانی برند ایده جذابی است. این امر به ویژه در اینستاگرام کاربرد بسیار زیادی خواهد داشت. امروزه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به محتوای ویدئویی کوتاه دارند. استفاده از بخش‌های جذاب لایو برند بهترین گزینه برای جلب نظر کاربران به منظور مشاهده کامل ویدئوی موردنظر است.

اینستاگرام یکی از شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار در سراسر دنیا محسوب می‌شود. همین امر فعالیت بازاریابی در آن را بدل به گزینه‌ای جذاب کرده است. اگر شما علاقه‌مند به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی هستید، باید اینستاگرام را نیز مدنظر قرار دهید. بارگذاری ویدئوهای ۱۰ تا ۱۵ ثانیه‌ای در اینستاگرام تاثیر مناسبی بر روی کاربران دارد. این امر موجب بهبود توانایی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و کاهش هزینه‌های بازاریابی خواهد شد.

اینستاگرام همیشه یک پلتفرم عکس‌محور بوده است. این نکته مدنظر بسیاری از بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به کپشن برای محتوای ویدئویی است. امروزه کمتر کاربری اقدام به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف با استفاده از کپشن‌های جذاب می‌کند. همین امر امکان استفاده از مهارت کپشن‌نویسی به عنوان مزیت رقابتی کسب و کارها را فراهم کرده است. اگر شما توانایی قابل ملاحظه‌ای برای نگارش کپشن دارید، باید از این مهارت برای بهبود درک محتوای ویدئویی‌تان از سوی مخاطب هدف استفاده نمایید. در غیر این صورت وضعیت بازاریابی و تاثیرگذاری شما برای مخاطب هدف تغییر محسوسی نخواهد کرد.

بارگذاری محتوای بازاریابی ویدئویی در قالب کوتاه فقط در قالب پست صورت نمی‌گیرد. امروزه بخش استوری اینستاگرام نیز دارای محبوبیت بسیار زیادی است. همین امر برندها را نسبت به بازاریابی در این محیط علاقه‌مندتر می‌سازد. بخش استوری محبوبیت بسیار بالایی در میان کاربران دارد. اگر شما ویدئوهای ۱۵ ثانیه‌ای برای ترغیب مخاطب هدف به مشاهده لایو یا حتی بازاریابی معمولی دارید، بخش استوری امکان تعامل نزدیک با مخاطب هدف را فراهم خواهد کرد. براساس گزارش موسسه Statista، کاربران در بخش استوری ۷۲ درصد بیشتر تمایل به ارائه بازخورد به برندها دارند بنابراین این امر باید در راستای بهبود وضعیت تعامل با مخاطب هدف مدنظر برندها قرار گیرد.

۳. تهیه اسکرین‌شات برای طراحی تیزر تبلیغاتی

تبلیغات در مورد تجربه برند پیرامون برگزاری ویدئو لایو اهمیت بالایی دارد. اگر مراسم یا ویدئو شما موفقیت‌آمیز به پایان رسید، باید همیشه از محتوای ویدئویی برای جلب نظر مخاطب هدف استفاده نمایید. در غیر این صورت به سرعت از یاد کاربران شبکه‌های اجتماعی خواهید رفت. تهیه اسکرین‌شات از لایو برند یکی از ایده‌های جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. این امر تهیه تیزر تبلیغاتی را به شدت ساده می‌سازد. شاید شما هم در زمینه تهیه تیزر تبلیغاتی مشکلات زیادی را تجربه کرده باشید. دلیل این امر ناتوانی برندها برای طراحی تیزرهای گرافیکی و جذاب است. توصیه اساسی این بخش استفاده از اسکرین‌شات‌های ساده برای تبدیل‌شان به تیزرهای جذاب است. این امر تمایل کاربران به منظور تعامل هرچه بهتر با برند شما را افزایش خواهد داد.

استفاده از اسکرین‌شات ویدئوهای لایو قبلی در یک شبکه اجتماعی به منظور تبلیغ همان مراسم در پلتفرمی دیگر نظر کاربران را جلب خواهد کرد. این امر در صورت بازدید بالای کاربران از لایو اصلی شما جذاب‌تر نیز خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف با مشکلات عمده مواجه هستند. دلیل این امر تلاش برای طراحی برنامه لایو مجزا برای هر شبکه اجتماعی است. نتیجه نهایی این امر ایجاد وقفه‌های طولانی میان برنامه‌های زنده برند در شبکه‌های اجتماعی مختلف خواهد بود. اگر شما علاقه‌مند به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف هستید، باید برنامه بازاریابی متفاوتی را در دستور کار قرار دهید. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را از دست خواهید داد. یکی از کارویژه‌های جذاب در این میان بازنشر ویدئوهای لایو در قالبی مشابه برای پلتفرم‌های مختلف است. اگر شما امکانات لازم برای پخش ویدئوی لایو به صورت همزمان در پلتفرم‌های مختلف را داشته باشید، فعالیت شما به مراتب تاثیرگذارتر خواهد شد. نکته مهم در این میان توانایی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس تولید محتوای باکیفیت و دسترس‌پذیر ساختنش است بنابراین پخش همزمان محتوای لایو یا بازنشر آن باید براساس سطح توانایی برند مدنظر قرار گیرد.

۴. بازنشر ویدئوی زنده در وبلاگ برند

امروزه اغلب برندها دارای وبلاگ رسمی هستند. این امر کمک شایانی به کسب و کارها برای جلب نظر مشتریان علاقه‌مند به حوزه کسب و کارشان می‌کند. برخی از محتوای ویدئویی طولانی امکان بارگذاری مناسب در شبکه‌های اجتماعی را ندارد بنابراین ایجاد وبلاگ رسمی برای دسترسی ساده کاربران فضای اینترنت ضروری خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها برای بازنشر محتوای زنده‌شان در وبلاگ از پلتفرم یوتیوب استفاده می‌کنند. مزیت این امر امکان پخش آنلاین محتوا بدون نیاز به دانلود کاملش است. اشتباه برخی از برندها بارگذاری فایل دانلود ویدئو زنده است. این امر نیازمند صبر کاربران به منظور دانلود کامل ویدئو خواهد بود. اگر بازاریاب‌ها از یوتیوب برای بارگذاری ویدئو و سپس بازنشرش در وبلاگ استفاده کنند، امکان مشاهده در لحظه ویدئو فراهم خواهد شد. این امر انگیزه کاربران برای مشاهده محتوای موردنظر را دوچندان خواهد کرد.

یکی از ایده‌های جذاب برای تعامل با کاربران در وبلاگ رسمی برند تلاش برای گردآوری اطلاعات موردنیاز برای بازاریابی بهتر است. این امر شامل نظرخواهی از کاربران در مورد کیفیت ویدئوی زنده و پیشنهادات آنهاست. شاید در نگاه نخست این امر تعامل اندکی از سوی کاربران ایجاد کند، اما در صورت ارائه محتوای ویدئویی جذاب شانس بالایی برای تعامل با مخاطب هدف ایجاد خواهد شد بنابراین همیشه متن نظرخواهی را در انتهای تماشای ویدئو از سوی کاربران قرار دهید. در غیر این صورت شاید انگیزه آنها برای مشارکت با شما کاهش یابد.

۵. تهیه نقل قول‌ها از ویدئو لایو

استفاده از دانش و اطلاعات کارشناس‌ها و کارآفرینان دنیای کسب و کار در برنامه‌های لایو امری طبیعی محسوب می‌شود. بدون تردید چهره‌های برجسته دنیای کسب و کار همیشه نکات جالبی برای بیان دارند. اگر برنامه زنده برند شما شامل بخشی برای سخنرانی و مصاحبه با کارآفرینان است، باید نقل قول‌های مهم آنها را بدل به متن‌نوشته‌های بصری کرد. این امر امکان بازنشر محتوای موردنظر در دیگر برندها را فراهم می‌آورد. نتیجه نهایی این امر امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

یکی از ایده‌های جذاب برند نایک بیان جملات تاثیرگذار ورزشکاران در اکانت‌های رسمی‌اش است. این امر اغلب در خلال تهیه ویدئوهای بازاریابی و مصاحبه با ورزشکاران بزرگ صورت می‌گیرد بنابراین تا مدت‌ها پس از برنامه بازاریابی برند نایک امکان بازنشر نقل قول‌های مربوط به قهرمانان ورزشی را خواهد داشت.

بدون تردید بازاریابی و بازنشر محتوای لایو در شبکه‌های اجتماعی کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر بازاریاب‌ها باید مثال‌های متعددی در این حوزه مشاهده نمایند. بررسی نحوه فعالیت و تعامل برندهای بزرگ با مخاطب هدف همیشه بهترین راهکار برای یافتن ایده‌های جذاب محسوب می‌شود. متاسفانه بسیاری از برندها نسبت به اهمیت این حوزه آگاهی ندارند بنابراین به سادگی شانس‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با ایده‌های تازه را از دست می‌دهند.

۶. انتشار توییتر در مورد برنامه لایو

امروزه توییتر بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی متن‌محور در دنیا محسوب می‌شود. بسیاری از بازاریاب‌ها در طول سال‌های اخیر از مرگ محتوای متنی و کاهش شدید تاثیرگذاری‌اش بر روی مخاطب هدف صحبت کرده‌اند. نکته مهم در این میان ادامه روند تاثیرگذاری محتوای بازاریابی متنی بر روی مخاطب هدف است. این امر با نگاهی به حجم بالای سرمایه‌گذاری برندها بر روی بازاریابی توییتری قابل ملاحظه خواهد بود.

برند Sprout از توییتر به عنوان یکی از پلتفرم‌های بازاریابی جذاب همیشه استفاده مناسبی دارد. ما در این برند به طور منظم برنامه‌های زنده جذابی را ترتیب می‌دهیم. نکته جالب در این میان پوشش زنده برنامه از طریق توییت‌های کوتاه است. این امر کاربران توییتر را در جریان مباحث اصلی و خلاصه گفت‌وگوهای طولانی قرار می‌دهد. بدون تردید بسیاری از بازاریاب‌ها امکان الگوبرداری از برند ما را دارند. کار اصلی در این میان بسیار ساده است. فقط باید به دقت به برنامه لایو برند توجه داشت. سپس بخش‌های مهم را در قالب متنی کوتاه توییت کرد. این امر تاثیر به شدت مثبتی بر روی کاربران توییتر دارد.

اشتباه برخی از برندها در زمینه انتشار توییتر از برنامه لایو برندشان استفاده از تعداد لغات بالاست. هرچه متن توییتر کوتاه‌تر باشد، توجه بیشتری از سوی مخاطب هدف جلب خواهد شد. بسیاری از برندها به دلیل عدم توجه به این نکته مهم در عمل متن مصاحبه یا گفت‌وگوی زنده را منتشر می‌کنند. این امر همیشه موجب دردسرهایی برای برندها شده است.

۷. تبدیل برنامه زنده با پادکست

انتشار پادکست از سوی برندها در طول دهه اخیر بدل به ترندی جذاب شده است. مزیت اصلی پادکست امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در هر زمان و مکانی است. مشاهده محتوای ویدئویی همیشه دشواری‌های خاص خود را دارد، اما پادکست صوتی بدون دردسر و حتی در اتوبوس و مترو امکان جلب توجه مخاطب هدف را دارد. افزایش تمایل کاربران برای گوش دادن به پادکست‌های مختلف در طول روز انگیزه برندها را دوچندان کرده است بنابراین اگر شما علاقه‌مند به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف هستید، باید به این حوزه توجه ویژه‌ای داشته باشید.

وقتی برندها پادکست ویژه‌ای برای برندشان تهیه می‌کنند، باید به وجه برندسازی این امر نیز توجه داشته باشند. امروزه بازاریابی و برندسازی پیوند نزدیکی با هم دارند بنابراین فعالیت در زمینه بازاریابی نیازمند برندسازی مناسب نیز هست. کمتر کاربری در شبکه‌های اجتماعی به کمپین‌های بازاریابی یک برند بی‌نام و نشان توجه نشان خواهد داد. همین امر فرآیند برندسازی را بدل به مکمل بازاریابی کرده است.

امروزه ایده‌های بسیار متنوعی برای مدیریت برنامه‌های زنده در قالب پادکست وجود دارد. برندها امکان ارائه پرسش و پاسخ‌های جذاب با استفاده از پرسش‌های کاربران را دارند. این امر وضعیت بازاریابی برندها را به شدت جذاب خواهد ساخت. همچنین در صورت تمایل برای بازاریابی قسمت‌های بعدی پادکست امکان انتشار ویدئویی کوتاه از چکیده برنامه لایو تازه برند نیز وجود خواهد داشت.

۸. به اشتراک‌گذاری برنامه زنده در ایمیل

اغلب برندها دارای خبرنامه‌های رسمی هستند. این امر مزیت مهمی در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. اگر دامنه مخاطب هدف شما در خبرنامه برند زیاد است، بازنشر محتوای لایو برند از طریق ایمیل ایده جذابی خواهد بود بنابراین برندها شانس بسیار بالایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر مخاطب هدف خواهند داشت. یکی از مزیت‌های اصلی تعامل با مخاطب هدف در خبرنامه برند امکان دریافت بازخورد صریح و دوستانه از آنهاست. امروزه به طور معمول کاربران علاقه‌مند به یک برند اقدام به عضویت در خبرنامه‌اش می‌کنند بنابراین شما نیازی برای نگرانی پیرامون دریافت بازخورد از سوی آنها نخواهید داشت.

۹. تبدیل کلیپ‌ها به گیف

همیشه بخش‌هایی از برنامه زنده در شبکه‌های اجتماعی خنده‌دار و جذاب‌تر از سایر بخش‌ها می‌شود. تبدیل بخش‌های موردنظر به گیف امکان بازاریابی بیشتر و جلب نظر مخاطب هدف را به همراه خواهد داشت. نکته مهم در این میان آشنایی با فضای گیف‌هاست. این نوع محتوای ویدئویی امکان پخش صوت را ندارد بنابراین در صورت تمایل باید گفت‌وگوی میان شخصیت‌ها در ویدئو را به صورت متنی اضافه کرد.

امروزه تمایل کاربران برای مشاهده محتوای ویدئویی به شدت افزایش یافته است بنابراین بازاریاب‌ها باید تمام تلاش‌شان برای انتشار این نوع محتوا را به خرج دهند. تبدیل بخش‌هایی از محتوای ویدئویی برند به گیف همیشه تاثیرگذاری قابل ملاحظه‌ای بر روی مخاطب هدف دارد. دلیل این امر ماهیت انحصاری گیف مورد بحث برای برند است بنابراین بازاریاب‌ها تا جای ممکن باید در تلاش برای ایجاد محتوای شخصی‌سازی‌شده برای برندشان باشند.

۱۰. بارگذاری مجموعه‌ای از بهترین کلیپ‌ها

سخنرانی افراد مشهور در برنامه لایو برندها همیشه توجه بیشتری را جلب می‌کند. بسیاری از برندها در بازه‌های زمانی طولانی اقدام به گردآوری مجموعه‌ای از جذاب‌ترین کلیپ‌های مربوط به برنامه‌های زنده‌شان می‌کنند. نتیجه این امر ارائه کلیپ‌هایی جذاب به صورت مجموعه‌ای جذاب برای مخاطب هدف خواهد بود. شاید در نگاه نخست مشاهده دو بار محتوای تکراری برای کاربران در شبکه‌های اجتماعی آزاردهنده باشد. نکته مهم در این میان فراموشی محتوای بازاریابی برندها از سوی کاربران است بنابراین بازاریاب‌ها پس از گذشت مدت زمان اندک باید نسبت به استفاده دوباره از محتوای قدیمی برند اقدام نمایند. این امر علاوه بر کاهش هزینه‌های بازاریابی امکان جلب نظر مخاطب هدف از طریق انتشار محتوای ویدئویی کوتاه را نیز در پی خواهد داشت.

امروزه انتشار محتوای بازاریابی هزینه‌های قابل توجهی برای برندها دارد بنابراین استفاده حداکثری از هر نوع محتوای بازاریابی امری ضروری خواهد بود. بسیاری از برندها در این مسیر امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنند. استفاده از تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله شانس کسب و کارها برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف را افزایش خواهد داد.

منبع: sproutsocial.com

ایستگاه بازاریابی

بازاریابی محصول (Product Marketing) چیست؟

آیا می‌دانید چه کسی یا چه عواملی فروش محصول شما را تأمین می‌کند؟

پروداکت مارکتینگ یا همان بازاریابی محصول را ممکن است زیاد شنیده باشید اما تعریف درست و کاربردی آن چیست؟ تعریف‌های مختلفی از بازاریابی محصول (Product Marketing) وجود دارد که بسیاری از آنها درست است! اما کدام تعریف به شما کمک بیشتری می‌کند؟ شاید بیشتر سردرگرم شده باشید اما با ادامه این مقاله از بخش بازاریابی مقالات Modir TV تمام نکاتی از بازاریابی محصول یا همان Product Marketing را که باید بدانید می‌آموزیم. بازاریابی محصول یا پروداکت مارکتینگ: Product Marketing که با عناوینی مانند بازاریابی محصول، بازاریابی کالا یا پروداکت مارکتینگ شناخته می‌شود به تمام اقدام‌ها و تلاش‌هایی گفته می‌شود که شما در جهت شناسایی، شناساندن و سپس فروش محصول خود به مشتریان و مخاطبان خود انجام می‌دهید. هرگونه همکاری با تیم محصول و تیم برنامه‌ریزی و تبلیغات تا مشارکت جدی در روند عرضه محصول را می‌توان در زمره برنامه‌های بازاریابان محصول قرار داد.

از این تعریف کلی می‌توان عملکردهای زیادی را برداشت کرد که در این مقاله سعی می‌کنیم آنها را تفکیک کنیم و تعریف درستی از هر کدام از کارهایی که برای بازاریابی محصول خود باید انجام دهید ارائه دهیم.

به زبان ساده‌تر بازاریابی محصول عبارت است از:

عوامل درگیر با بازاریابی محصول

- بررسی مراحل تولید تا رسیدن محصول به فروشگاه.
- تثبیت موقعیت محصول شما در فروش و جامعه مخاطب.
- پیامی که محصول شما می‌رساند: برای توضیح بیشتر باید گفت که بازاریابی محصول پیام‌ها و جملاتی که در ذهن مخاطب شما با دیدن محصول‌تان ثبت می‌شود را بررسی و بهینه می‌کند.
- میزان و نوع تقاضا و استفاده که محصول شما برآورده خواهد کرد.
- تمام اقدامات تئوری و عملی که باید در نظر بگیرید تا محصول شما در فروشگاه خاک نخورد.
- اطمینان از اینکه مخاطبان اصلی شما با محصول‌تان آشنا شده‌اند.
- شناخت تمام پتانسیل‌هایی که برای بهتر شدن محصول خود و عرضه آن دارید.
- وجود محتوا و پس‌زمینه مناسب برای محصول‌تان: به عبارت دیگر باید از خود بپرسید محصول شما چه داستانی دارد!

پروداکت مارکتینگ چگونه آغاز می‌شود؟

واقعیت این است که بازاریابی محصول با مشتری شما آغاز می‌شود! این جمله کلیدی به این معناست که یک محصول خوب اگر نتواند توجه مخاطبانی که به آن نیاز دارند را جلب کند محصول خوبی نیست.

بگذارید برای‌تان مثالی بزنیم: تصور کنید که شما تمام توان خود را برای ساخت یک چکش باکیفیت به کار می‌بندید اما این چکش در جعبه‌ای مستطیلی عرضه می‌شود که نه تنها خریدار نمی‌تواند شکل چکش و اندازه آن را ببیند بلکه از دیدن جنس آن هم محروم است چه برسد به لمس کردن آن!

یا در مثالی دیگر تمام تبلیغات یک شکلات به خوشمزه بودن آن محدود شود و آن شکلات در بسته‌بندی سفیدرنگی در پایین‌ترین طبقه یک فروشگاه نگهداری و عرضه شود. در این صورت فقط خود شما می‌دانید که یک شکلات خوشمزه تولید کرده‌اید و این تا همیشه برای یک خریدار شکلات پنهان می‌ماند.

اما اشتباه نکنید! همه اصول بازاریابی محصول فقط به بسته‌بندی محدود نمی‌شود.

منظور از این مثال‌ها این بود که شما به دقت باید بشناسید که چه کسانی به سمت محصول شما می‌روند.

و اینکه چگونه آنهایی که نمی‌دانند چه چیزی انتخاب کنند محصول شما را انتخاب می‌کنند و در نهایت چه کارهایی باید بکنید که مخاطبانی که حتی نیاز فوری به محصول شما ندارند این نیاز را پیدا کنند و شما را انتخاب کنند.

مراحل عملیاتی بازاریابی محصول: وقتی که مقدماتی که در بالا ذکر کردیم را انجام دادید نوبت به پنج قدم اساسی می‌رسد که قبل از شروع پروداکت مارکتینگ، در حین انجامش و به طور کلی در تمام مدت عرضه محصول خود باید انجام دهید:

۱. تحقیق و ارزیابی محصول: یک محصول خوب تنها طی یک بار فروش موفق خود را تثبیت نمی‌کند. هفته‌ها و ماه‌ها قبل از به بازار رفتن محصول باید زمان بگذارید تا با مسئولان توسعه محصول‌تان بازخوردهای محصول و خدمات‌تان را بررسی کنید.

استفاده از یک محیط و جامعه آزمایشی می‌تواند مفید باشد و کوچک‌ترین ایرادها که به گوش‌تان می‌خورد، می‌تواند بزرگ‌ترین پیشرفت‌ها را برای‌تان به ارمغان بیاورد.

۱. داستان محصول: منظور از داستان محصول همه چیزهایی است که به طور روزانه خودتان با آنها مواجه هستید. سوال‌هایی از قبیل: چرا این محصول خوب است؟ چه نیازی را به طور خاص برطرف می‌کند؟ چه برتری‌ای نسبت به رقبای خود در بازار دارد؟ و در نهایت چرا باید برای این محصول یا خدمات هزینه کرد؟

۱. برنامه راه‌اندازی: هیچ تیم پروداکت مارکتینگی بدون برنامه راه‌اندازی موفق نمی‌شود. چگونه محصول به سرانجام می‌رسد؟ چه کسانی در هر مرحله از تولید تا رساندن محصول مسئول هستند؟

۲. جوامع تحت مشارکت: بازاریابی محصول نیاز به شنیده شدن دارد! هر محصولی نیاز دارد که دیده و شنیده شود. برای همین هم برای تیم بازاریابی مهم است که روی بازخوردهای بازار سرمایه‌گذاری کند.

دسترسی به شرکا، تأثیرگذاران و مشتریان برای تفسیر کردن و بهبود بخشیدن جزو مراحلی است که تیم پروداکت مارکتینگ به صورت مداوم انجام می‌دهند.

۱. فروش صحیح: زمانی که محصول آماده می‌شود تیم فروش آماده است تا استراتژی فروش خود را برای این فرصت تجاری جدید پیاده‌سازی کند.

در اینجا وظیفه تیم بازاریابی محصول این است در تمام مدت پروسه فروش با کارکنان فروش ملاقات کند و اطمینان پیدا کند که پیام‌رسانی و تبلیغ در نظر گرفته شده برای این محصول تا اولین تماس برای فروش سازگار می‌ماند.

پس از فروش چه اتفاقی می‌افتد؟

واقعیت این است که بازاریابی محصول به شما یاد می‌دهد که پس از فروش محصول‌تان همه چیز تمام نمی‌شود!

در این بخش چند مهارت که برای بازاریابی محصول نیاز دارید را می‌آوریم:

حل کردن مشکلات مشتری: تنها پاسخگویی و تلاش شما برای حل کردن مشکل یک مشتری کافی است تا آن شخص تا ابد مشتری شما بماند! یک بازاریاب محصول موفق باید توانایی درک احساس مشتری نسبت به محصولش را داشته باشد.

همچنین باید بتوانید نیاز مشتری خود را به بهترین شکل در ویژگی‌های محصول خود نشان دهید یا تولید کنید.

مهارت اولویت‌بندی: مانند تمام بازاریاب‌ها، یک پروداکت مارکتر موفق باید بتواند میان چندین پروژه ابتکار عمل به خرج بدهد و براساس نیاز شرکت خود اقدامات مهم را اولویت‌بندی کند.

همچنین باید بدانید که انرژی شما در چه بخشی باید صرف شود و چه بخشی را به تیم دیگری باید واگذار کنید.

توانایی همکاری با دیگر تیم‌ها: یک بازاریاب محصول باید دیگر تیم‌های درگیر تولید و عرضه یک محصول را به خوبی بشناسد و با آنها تعامل داشته باشد.

در پایان باید بگوییم که حوزه وسیعی از اقدامات تحت نظر بازاریابی محصول است و موفقیت تمام مراحل به انجام صحیح نکات و بازبینی بازاریابان محصول یا کالا بستگی دارد.

رهبری

چگونه برای بازنشستگی آماده شویم؟

به قلم: اسپنسر مکام کارشناس حوزه اقتصاد
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه ممکن است تصور کنید که تا رسیدن به زمان بازنشستگی زمـان بسـیار زیادی باقـی مانده و تحـت این شـرایط فکر کردن ضرورتـی ندارد، با این حال واقعیت این اسـت که زمان با سـرعت فوق‌العاده‌ای در حل سپری شدن بوده و اگر امروز برای این شرایط برنامه‌ریزی نداشته باشید، با مشـکلاتی جدی مواجه خواهید شد. در این راسـتا آمارها حاکی از آن است که بیش از نیمی از افراد در دوران بازنشسـتگی با مشـکلات مالی مواجه بـوده و این امر باعث می‌شـود تا در این زمان نیـز مجبور به انجـام فعالیت کاری دیگر باشند. این امر در حالی است که فسلفه بازنشستگی، رها شدن افراد از مشـغله‌های کاری و رسیدگی به اقداماتی است که تا به آن زمان به علت دلایلی نظیر محدودیت‌های شـغلی و نبودن امکانات مالی، امکان‌پذیر نبوده است. درواقع حالت ایده آل برای هر فرد این است که رفاه خوبی در آن زمان داشـته باشـد. اگرچه ممکن است تصور کنید که حقوق دوران بازنشستگی نمی‌تواند چنین شرایطی را مهیا سازد، با این حال در این مقاله قصد معرفی چند ترفند را داریم که شما را به این شرایط نزدیک‌تر خواهد نمود.

۱-ایجاد تنوع در منابع درآمدی

هیـچ دلیلی وجود ندارد کـه تنها منبع درآمدی شـما در زمان بازنشسـتگی، حقوقی باشـد که از طرف شـغل اصلی شما تعیین شـده است. در این راسـتا شـما می‌توانید از همین امروز اقدامات پاره‌وقتی را انجام دهید و با این اقدام برای دوران بازنشستگی خود سرمایه‌گذاری نمایید. در این راستا می‌توانید پس از طی کردن این دوره آموزشـی، وارد بازار بورس شـوید. همچنین این امکان وجود دارد که با شرکت‌های بیمه دیگری صحبت کرده و برای آینده خود، منابع درآمد دیگری را داشته باشید. همچنین بسیاری از شرکت‌ها حتی برای کارمنـدان پاره‌وقت خود نیز بیمه‌هایی را تعیین خواهد کرد که این امر به معنای دریافت حقوق بازنشسـتگی از دو یا چند شـرکت خواهد بود. تحت این شـرایط عملا مشکل مالی در سنین بالا، بی‌معنا خواهد شـد. اگرچه این امر ممکن اسـت فشاری را بر روی شـما به همراه داشته باشـد، با این حال این نکته را فراموش نکنید که تحمل فشار در سنین جوانی، به مراتب ساده‌تر از درگیر شدن با مشغله‌ای جدید در سنین بالا خواهد بود.

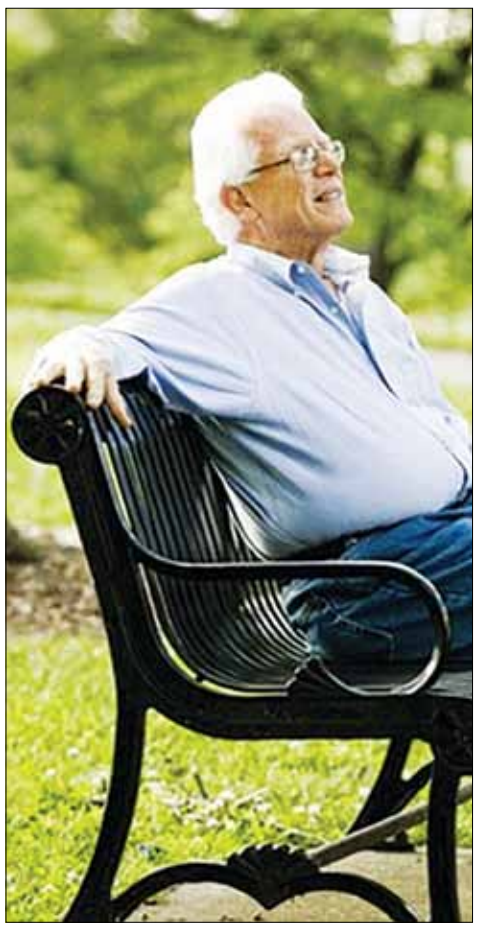
۲-عادت‌های خود را تغییر دهید

هزینه‌های غیرضروری، باید از زندگی شـما حذف شـود. این امر باعث خواهد شـد که حتی در زمان بازنشسـتگی نیز درآمد شـما بتوانـد هزینه‌ها را پوشـش دهد. در این راسـتا مصرف روزانه قهوه همـراه با ناهار، یکی از مواردی اسـت که برای سـلامتی افراد نیز یک تهدید جدی محسوب می‌شود. با حذف این هزینه‌های هرچند کوچـک، در پایان ماه با افزایش پول نقد در دسـترس خود مواجه خواهید شـد. آنهـا را می‌توانید برای پس‌انداز و یا سـرمایه‌گذاری اسـتفاده نمایید. این امر درست توصیه‌ای اسـت که وارن بافت به تمامـی افـراد دارد. درواقع با انتخاب یک سـبک زندگی سـاده و کم‌هزینه، هیچ‌گاه با مشکل مالی مواجه نخواهید شد.

۳-همواره پس‌انداز داشته باشید

تفاوتـی ندارد که در حال حاضر از چه سـطح درآمدی برخوردار باشـید. بدون شک اگر پس‌انداز کردن به عادت رفتاری شما تبدیل شـود، در سنین بالا نیز با مشکل‌های مالی مواجه نخواهید شد. در کنار این موضوع نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید تلاش کنید که برای خود خانه‌ای را بخرید. بدون شک پرداخت اجاره با حقوق بازنشستگی، بسیار سخت خواهد بود. در کنار این موضوع شما سرمایه‌ای را خواهید داشت که تا آن زمان، به صورت مداوم به ارزش آن افزوده شده و این امر باعث می‌شود تا شـما برای هر اقدامی، یک پشتوانه داشته باشید. برای مثال ممکن اسـت تمایل داشـته باشـید که باقی عمر خود را به سفر بپردازید، تحت این شـرایط می‌توانید خانه را به فروش و یا اجاره گذاشـته و درآمد بیشتری را داشته باشید. به همین خاطر حتی متحمل شدن اقساط سنگین برای خرید خانه، یک اقدام هوشمندانه خواهد بود.

منبع: lifehack.org



تصمیم‌گیری گروهی بهتر با ۶ راهکار ساده

بـه قلـم: توربان امرلینگ (موسـس و عضـو تیم مدیریت موسسـه Affective Advisory) و دونکان رودز (مدیرعامل موسسه Single Family Office)/ ترجمه: علی آل‌علی: وقتی کارآفرینان با مشـکلات پیچیده در حوزه کسـب و کار مواجه می‌شوند، اغلب گروه‌های خاصی برای تصمیم‌گیری و تعیین استراتژی پیش روی تشکیل می‌شود. چنین گروه‌هایی شـامل اعضای اصلی تیم مدیریتی و برخی از کارشناس‌های حرفه‌ای اسـت. تصمیم‌گیری گروهی در عرصه کسـب و کار همیشـه نتیجه‌بخشـی بهتری دارد. بدون تردید تصمیم‌گیری گروهی همیشـه همراه با چالش‌های فراوانی اسـت. تفاوت در میان نظرات اعضای گروه و نیاز به تلاش برای ایجاد نزدیکی در میان نظرات مختلف بر هیچ‌کس پوشیده نیست. با تمام این دشـواری‌ها همچنان تصمیم‌گیری گروهی در عرصه کسـب و کار بهترین گزینه پیش روی کارآفرینان خواهد بود. در ادامه برخی از توصیه و نکات اساسی برای تصمیم‌گیری گروهی بهتر را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

تصمیم‌گیری در گروه‌های کوچک

گروه‌های بزرگ در زمینه تصمیم‌گیری شرایط دشواری برای کسب و کارها ایجاد می‌کنند. مدیریت اعضای گروه همیشـه امر دشواری است. به عنوان مثال، مطالعه موسسـه PsycNet بیانگر اهمیت اندازه گروه برای اخذ تصمیم‌های درسـت اسـت. هرچه تعداد افراد حاضر در گروه بیشتر باشـد، فرآیند طرح مسئله و بحث پیرامون موضوع بسیار دشوار خواهد بود. توجه به تعداد افراد حاضر در گروه باید براساس اندازه کسب و کار باشـد. کسـب و کارهای کوچک باید از مدیران ارشدشـان برای عضویـت در گروه تصمیم‌گیری دعوت کنند. این امر به موازات افزایش دامنه فعالیت شرکت مدیران بیشتری را شامل می‌شود. مهمترین نکته در این میان رعایت کوچکی گروه برای تصمیم‌گیری درست و به موقع است.

فراهم‌سازی محیطی امن برای گفت‌وگو

اگر شما علاقه‌مند به اظهارنظر دیگران هستید، باید محیطی مناسب برای گفت‌وگو و بحث را فراهم کنید. بسـیاری از کارآفرینان در انتهای روز کاری اقدام به تشـکیل جلسـه برای تصمیم‌گیری در مورد مسائل کسـب و کار می‌کننـد. این امر انگیزه اعضای شـرکت بـرای بحث و اظهارنظر را به شدت کاهش می‌دهد. بهترین ایده در این میان انتخاب ابتـدای روز یا حتی اختصاص یک روز کامـل برای بحث و گفت‌وگو از سوی اعضای مختلف گروه است. این امر نتیجه‌بخشی به مراتب بهتری در زمینه تصمیم‌گیری به همراه دارد. شـاید در نگاه نخسـت بسیاری از برندهـا چنین الگویی را پیاده کنند، امـا نکته مهم عدم توجه کامل بـه اهمیت جلسـات گروه اسـت. برخی از مدیران بـه تنهایی اقدام به تصمیم‌گیری می‌کنند. این امر تشـکیل جلسه در گروه‌ها بدل به امری تشریفاتی می‌کند.

توجه به نظرات دیگران اهمیت بالایی دارد. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، وضعیت کسب و کارشان به خطر خواهد افتاد. ایراد اصلی برخی از کسـب و کارها عدم فراهم‌سازی شرایط لازم برای گفت‌وگو در میان تیم مدیریتی یا دیگر اعضای شرکت است. وقتی فرهنگ پذیرش ایده‌های مختلف در کسـب و کار ایجاد نشـده باشـد، انتظار از مدیران یا کارمندان برای بیان دیدگاه‌های‌شان به صورت واضح و صریح غیرواقعی خواهد بود.

اعتماد بیش از اندازه به کارشناس‌ها

مشـاوره با کارشـناس‌های حرفه‌ای همیشـه تاثیر مثبتـی بر روی وضعیت کسـب و کارها دارد. دلیل این امر امکان بهره‌گیری از تجربه و مهارت چنین افرادی برای بهبود وضعیت برند است. مواجهه با مشکلات کاری شاید برای یک کسب و کار تازگی داشته باشد، اما کارشناس‌های حرفه‌ای مدت‌ها با چنین مشـکلاتی دست و پنجه نرم کرده‌اند بنابراین شـناخت بهتری از بحران‌ها دارنـد. همچنین توانایی کارشـناس‌های حرفه‌ای برای کمک به وضعیت برندها نیز قابل ملاحظه است.

اگرچه کارشـناس‌ها کمک مناسـبی به کسـب و کارها می‌کنند، اما نباید بیش از اندازه به نظرات آنها وابسـته بود. شـرایط هر کسب و کار به شـیوه‌ای منحصر به فرد است بنابراین اعتماد به نظرات فردی خارج از کسـب و کار برای اخذ تصمیم‌های اساسی و مهم ایده چندان جالبی نخواهـد بود. امروزه برخی از کارآفرینان چشـم بسـته تمام حرف‌های کارشناس‌های کسب و کار را تایید می‌کنند.

به اشتراک‌گذاری ایده‌های مناسب

بحث از ایده‌های مناسـب برای تصمیم‌گیری در گروه اهمیت بالایی دارد. بـدون تردیـد امـکان حضور تمام اعضای شـرکت در جلسـات تصمیم‌گیری نیست بنابراین کارآفرینان باید بازه زمانی مشخصی برای دریافت نظرات تمام اعضای شرکت تعیین کنند. پس از دریافت نظرات بهترین نمونه‌ها در جلسـه تصمیم‌گیری گروه مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این امر کمک شـایانی به مدیران ارشـد برای دریافت ایده‌های جذاب می‌کند. گاهی اوقات کسـب و کارها برای تصمیم‌گیری گروهی با فقدان ایده مناسب رو به رو هستند. این امر وضعیت آنها را برای ماه‌ها در وضعیـت انتظار قرار می‌دهد. اگـر کارآفرینان امکان یافتن ایده‌های جذاب در کمترین زمان ممکن را نداشـته باشـند، پس از مدت زمانی اندک با خطر فراوانی مواجه خواهند شد.

توجه به نظرات مخالف

تصمیم‌گیری در گروه شرایط قابل متنوعی دارد. برخی از کارآفرینان تمایـل بالایی برای جلـب تایید تمام اعضای شـرکت دارند. این امر با توجـه به ماهیت کسـب و کار و امکان بروز مخالفت اغلب با شکسـت همراه می‌شـود. کارآفرینان باید فرصت کافـی برای اعتراض به اعضای شـرکت را بدهند. این امر موجب یافتن نقاط ضعف استراتژی و برنامه پیشـنهادی برای تصمیم‌گیری خواهد شد. نتیجه نهایی این امر امکان آگاهی کامل از نقاط قوت و ضعف برنامه در دست برند خواهد بود.

ایراد بسیاری از کسب و کارها نادیده‌انگاری نظرات منفی است. گاهی اوقات نیز شـرایط لازم برای بیان دیدگاه‌هـای متفاوت از بین می‌رود. نتیجه نهایی این امر اخذ تصمیم‌های اشـتباه و ناتوانی کسـب و کارها برای رهایی از آنها خواهد بود.

انتخاب اعضای ناهمگن برای گروه

وقتی اعضای گروه شـرکت شـامل افراد همگن باشد، هیچ پیشرفتی در بحث برای تصمیم‌گیری شـکل نخواهد گرفت. این امر در بلندمدت تاثیـر ویرانگری بر روی وضعیـت برندها دارد. توصیه اساسـی در این بخش توجـه به انتخاب اعضایی با نظـرات و دیدگاه‌های متفاوت برای بررسـی جنبه‌های مختلف موضوعات است. این امر اغلب اوقات موجب ارائه نظرات جذاب برای تصمیم‌گیری خواهد شد.

امروزه تصمیم‌گیری گروهی در عرصه کسـب و کار رواج زیادی دارد. نکتـه مهم در ایـن میان عدم رعایت الزامات این حوزه از سـوی اغلب کارآفرینان است. رعایت نکات مورد بحث در این مقاله کمک شایانی به کسب و کارها برای تصمیم‌گیری گروهی بهتر خواهد کرد.

منبع: hbr.org

برای موفقیت چی بخوانیم و چگونه بخوانیم؟

نویسنده: سکینه حجازی‌فر/ کارشناس ارشد کارآفرینی: یکی از موارد مهمی که مشخص می‌کند چه کتاب‌هایی مناسب شماست نوع اهدافی اسـت که در زندگی شخصی خود دنبال می‌کنید. مسلما سیر مطالعاتی کسـی کـه می‌خواهد کارآفرینی کند با کسـی کـه می‌خواهد مدرس دانشگاه باشد با توجه به مهارت‌هایی که نیاز دارند، متفاوت است.

اما برخی موضوعات هم هسـتند که برای موفقیت در همه مشاغل و رشـته‌ها لازم و کاربردی هسـتند از جمله موضوعاتی که تحت عنوان «مهارت‌هـای نرم» نام‌گذاری می‌شـوند. شـاید بدون مطالعـه درباره موضوعات زیر بتوانید در شـغل و تحصیل خود به موفقیت‌هایی دست یابید، اما با مطالعه آنها حتما می‌توانید خود را به مهارت‌های بیشـتری مجهز کنید و آگاهانه مسـیر رسیدن به موفقیت را برای خود کوتاه‌تر و آسان‌تر کنید. این موارد عبارتند از:

- زبان بدن
- هوش هیجانی
- کار تیمی
- مذاکره و فن بیان

برای موفقیت در شغل و تحصیل، چگونه در حوزه مشخصی مطالعه کنید؟

۱.در هـر موضوعـی که بـرای مطالعـه انتخاب می‌کنید یک سـیر مطالعاتی برای خود تنظیم کنید. دانشـمندان بنام و اساتید دانشگاهی فعال در آن رشـته را سرچ کنید، چراکه ممکن است در موضوعاتی که گفتیم، ده‌ها و حتی صدها کتاب و مقاله موجود باشـد، اما بدون شـک اعتبار علمـی آنها متفاوتند. عنوان کتاب‌های مورد نظرتان را در گوگل جست‌وجو کرده و نظر خواننده‌های کتاب را ببینید.

۲.جدیدتریـن مقالات رشـته موردنظر را سـرچ کـرده و ابتدا بخش چکیـده و نتیجه‌گیری را مطالعه کنید. مطالعـه چکیده و نتیجه‌گیری مشخص می‌کند مقاله حاوی اطلاعات موردنیاز شما هست یا خیر.

۳. مصاحبه و سـخنرانی‌های اساتید رشته و شـغل موردنظر خود را دانلـود کنید و گوش دهید و واژگان تخصصی کـه برای‌تان نامفهوم و ناآشناسـت را یادداشت کنید. این واژگان بخشی از سیر مطالعاتی شما هستند که باید پیرامون آنها مطالعه کنید.

۴.بهتریـن زمان مطالعه که تمرکز کافی دارید را پیدا کنید. برای این کار در سـاعات مختلف روز کتاب مورد علاقه خود را بخوانید تا ببینید کدام زمان ذهن شـما کارایی بیشـتری برای مطالعه دارد ممکن است تمایل داشـته باشـید بعد از ساعت کاری زمانی را به این کار اختصاص دهید یا شاید قبل از رفتن به سر کار.

۵. بهترین نوع کتاب که با شـرایط و ذائقه مطالعاتی شـما سازگاری دارد را پیـدا کنید. پیش از این برای مطالعه تنها کتاب و مقاله فیزیکی موجـود بود، امـا در حال حاضر اسـتارت‌آپ‌های مختلفـی کتاب‌های صوتی را با قیمت مناسب و کیفیت خوب ارائه می‌دهند. اپلیکیشن این کتاب‌هـای صوتی را هم روی لپ تاپ و کامپیوتر می‌توانید نصب کنید، هم روی تلفن همراه. از جمله اپلیکیشن کتابراه، فیدیبو و ... .

سایت‌ها و پیج‌های بسیاری هستند که پادکست‌های رشته‌های مختلف را می‌توانید از آنها تهیه کنید. بعضی افراد ممکن است برای گوش دادن به کتاب صوتی تمرکز کافی نداشـته باشند و مطالعه از روی کتاب فیزیکی را ترجیح دهند تا هر زمان که نیاز بود یک جمله را مجدد بخوانند و خط بکشند.

۶. برای هر موضوع مطالعاتی دفتر یادداشـت داشته باشید و نکات و جملات مهم را یادداشت کنید تا بعدها بتوانید به آنها مراجعه کنید.

۷. و اما بخش حیاتی اجرایی شـدن و ادامه‌دار شـدن تصمیم شـما مبنی بر «تبدیل عادت مطالعه به یکی از ابزارهای موفقیت» این اسـت کـه زمانی از روز را برای مطالعه در نظر بگیرید و به آن متعهد باشـید اسـتمرار در مطالعه شرط بهره‌مند شدن از فواید آن است. حتما جمله تکراری «کارآفرینان و افراد موفق هم مثل افراد عادی تنها ۲۴ سـاعت زمان دارند» را شنیده‌اید اما این یک واقعیت است. عقیده من این است که برای کارهای ارزشـمندی مثل مطالعـه باید وقت ایجاد کنیم بدین صورت که زمانی از روز را برای این کار خالی کنیم.

منبع: modirinfo

اخبار

کسب رتبه برتر نماز توسط شرکت توزیع نیروی برق گلستان در بین دستگاههای اجرایی استان در سال ۹۸

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شـــرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت : با عنایت به انتخاب هیئت داوران شورای اقامه نماز استان گلستان ، شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان حائز رتبه برتر در توسعه فرهنگ نورانی اقامه نماز برای چهارمین سال متوالی در بین دســـتگاههای اجرایی استان در سال ۹۸ و مفتخر به دریافت لوح تقدیر گردیده است.به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان ؛ علی اکبر نصیری گفت : این موفقیت حاصل همکاری کلیه معاونین ، مشاورین ، اعضای شورای اقامه نماز، مدیران ،ائمه جماعات و همکاران و پیگیری های مستمر و ارسال بموقع اطلاعات و مستندات بر اساس شاخص های تعیین شده باشد .وی اضافه کرد : امید است در سال آتی نیز با برنامه ریزی و رعایت ساعات نماز و تکمیل مســـتندات از سوی مدیریت های شهرستانی (در سامانه سجاده در موعد مقرر) شاهد برگزاری باشکوهتر فریضه نماز (با رعایت پروتکل های بهداشتی) در سطح شرکت و تداوم موفقیت باشیم .

قدردانی معاون هماهنگی توزیع توانیر از مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: معاون هماهنگی توزیع توانیر با ارسال لوح تقدیری از تلاشهای علی اکبر نصیری مدیرعامل شـــرکت توزیع نیروی برق گلستان و پرسنل این شرکت به سبب گذر موفق و بدون خاموشی از پیک برق در تابستان سال ۹۹، قدردانی کرد.در بخشی از این لوح آمده است :تامین برق پایدار و اجرای برنامه‌های مدیریت مصرف و عبور موفق از دوران اوج مصرف و تابستان بدون خاموشی (۰۹۹) را مرهون تلاش جنابعالی و همکاران محترم در تمامیبخشها می باشد.بدینوسیله از جنابعالی و همه همکاران بخصوص معاونین خدمات مشترکین و بهره برداری ، مدیر دفتر مدیریت مصرف و مدیران محترم امور برق آن شرکت که در این ایام در اجرای این برنامه همراه صنعت برق بودند ، کمال تشکر را دارم.

تصفیه پساب صنعتی یکی از واحد های مهم پالایشگاه گاز ایلام برای حفظ و صیانت از محیط زیست است

ایلام – هدی منصوری: رئیس عملیات فرآورش محصولات جانبی شـــرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه واحد عملیات تصفیه پساب صنعتی یکی از مهم ترین واحد های پالایشگاه در جهت حفظ و صیانت از محیط زیست محسوب می شود، گفت: پس از راه اندازی این واحد در سال ۹۵ و رفع مشکلات آن، از ابتدای سال ۱۳۹۷ تاکنون، تمامی ایتم های زیست محیطی مورد نظر سازمان متبوع که به صورت آنلاین و توسط آنالایزری که در خروجی واحد نصب شده و پایش می شود، مطابق استاندارد های محیط زیست بوده و با تاکید و حمایت مسئولین و تلاش همکاران، اقدامات قابل توجهی برای کاهش آلاینده های زیست محیطی انجام شده است. به گزارش روابط عمومی، مهندس "عبدالعلی رحمی" افزود: واحد عملیات تصفیه پساب صنعتی و بهداشتی این پالایشگاه برای تصفیه پساب های فرآیندی غیرفرآیندی و بهداشتی پالایشگاه گاز ایلام با ظرفیت دریافت ۶۵۰ متر مکعب سیال در روز ، در ضلع جنوبی این واحد صنعتی احداث شده است.

وی به پســـاب های ورودی به این تصفیه خانه اشـــاره و اظهار داشت: آب های آغشته به روغن ناحیه مخازن ،آب های سطحی محوطه های فرایندی،آب سیستم تخلیه پکیج های اسمز معکوس، آبهای تخلیه دیگ های بخار، خروجی آب ترش فرایندی و فاضلاب انسانی می باشند. وی به کارهای اصلاحی بسیار خوبی در راستای بهینه سازی و رفع مشکلات این واحد پس از راه اندازی اولیه انجام شـــده اشـــاره کرد و افزود: اصلاح سیستم واحد DAF و API ، اتصال خطوط فاضلاب بهداشتی کارخانه دانه بندی و ساختمان پساب صنعتی به مخزن ذخیره فاضلاب بهداشتی، ارتقا سیستم PLC ، خرید و نصب سنسورهای آنالایزر سنجش DO وPH ، بهینه سازی مصرف مواد شیمیایی، تعمیرات اساسی بر روی بلوورهای هوادهی، ایمن سازی دسترسی به مخازن واحد، تهیه و نصب پمپ های کفکش درون مخازن و اصلاح چارت سازمانی پرسنل واحد و غیره انجام شده است.

رئیس عملیات فرآورش محصولات جانبی شرکت پالایش گاز ایلام گفت: در سال گذشته نزدیک به ۹۰ هزار متر مکعب پساب به سمت واحد تصفیه ارسال شده که بعد از تصفیه و جداسازی نزدیک به ۴۰۰ مترمکعب لجن ناشی از این سیال، با رعایت کامل دستورالعمل های زیست محیطی، آب خروجی تصفیه شده به سمت رودخانه پایین دست ارسال و علاوه بر این نزدیک به ۹۰۰ اصله درختی که در قسمت جنوبی تصفیه خانه کاشته شده است نیز توسط این آب تصفیه شده آبیاری شده است .

با تلاش کارکنان گاز استان گیلان، گاز بیش از ۳۵۰ خانوار سیل زده در تالش وصل شد

رشـــت– زینب قلیپور: سیل در روستاهای روستاهای پی سرا جوکندان، کری جوکندان، سراگاه بخش مرکزی و همچنین روستاهای گیجاو و سیاه بیل اسالم سبب ایجاد آسیب به تاسیسات گاز و قطعی گاز بیش از ۲۶۰ مشترک گردید که این آمار با گسترش سیل به سایر مناطق شهرستان تالش به ۴۲۸ مشترک افزایش یافت.حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان این موضوع اظهار داشت: با توجه به اخطار سازمان هواشناسی و نیز تجربه چهار سیل بزرگ در گیلان در سال ۹۷، تمهیدات لازم برای مواجهه با این بحران صورت پذیرفت و کلیه پرسنل این شرکت به حالت آماده باش درآمدند.وی در همین راستا بیان نمود: همکاران اداره گاز تالش از اولین ساعات حادثه با تشکیل تیم های امدادی در مناطق سیل زده حاضر شدند و بجهت عبور سیلاب از سطح جاده ها، با پیاده روی چند کیلومتری برای برطرف نمودن خسارات وارده به تاسیسات گاز در مناطق سیل زده اقدام نمودند.مهندس اکبر گفت: متاسفانه سیل صدمات زیادی را در منطقه تالش ایجاد کرده و به تاسیسات و لوله های گاز هم در برخی از مناطق آسیب وارد کرده است.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ادامه داد: با برنامه ریزی و تمهیدات انجام شده ۳ گروه عملیاتی به نقاط حادثه دیده اقدام شدند که تا عصر همان روز یکشنبه توانستند با تمهیدات بعمل آمده و انجام تعمیرات، جریان گاز بالغ بر ۳۰۰ مشترک را دوباره برقرار نمایند.مهندس اکبر اظهار داشت: هم اکنون جریان گاز ۴۳ خانوار قطع می باشد که مسیر دسترسی به آنها توسط سیل از بین رفته و برای وصلی مجدد گاز، نیاز به ایجاد دوباره راه و رفع پارگی شبکه ها می باشد.وی در پایان از ساکنین مناطق سیل زده تقاضا نمود تا در طول مدت قطع جریان گاز از دستکاری تجهیزات گازرسانی جداً خودداری نموده و در صورت بروز هر گونه اشکال با مرکز پیام و اتفاقات شرکت گاز به شماره ۱۹۴ تماس حاصل فرمایند.

هموار شدن مسیر توسعه متوازن با گسترش زیر ساختهای انرژی در استان اردبیل

اردبیل – خبرنگار فرصت امروز: سالیان سال است که شهروندان اردبیلی به واسطه عدم توسعه زیرساختها طعم تلخ محرومیت را چشیده اند و امروز استان اردبیل در مسیر توسعه متوازن قرار گرفته است و نقش توســـعه شبکه های گازرسانی و ایجاد زیرساختهای انتقال انرژی در این مهم یک واقعیّت انکار ناپذیر است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل، سردار اسماعیلی مدیر عامل این شرکت ضرورت شناسایی و فراهم نمودن بسترهای توســـعه اقتصاد روستاها را یکی از مهّم ترین دلایل عدم مهاجرت روستاییان برشمرد و گاز را بعنوان مهمترین زیرساخت توسعه اقتصادی و صنعتی برشمرد و افزود: محرومیت بیش از اندازه حاکم بر اســـتان موجب خالی شـــدن روستاها ، مهاجرت مردم منطقه به مناطق برخوردار کشور و افزایش میل به مهاجرت در بین افراد باقیمانده در این مناطق شـــده اســـت که در بســـیاری از مناطق این مورد نگران کننده بوده و باعث بروز ناهنجاریهای اجتماعی می شود، عدم وجود زیرساختهای لازم برای اشتغال و محدودیت فرصت های شغلی در نقاط شهری مانند اردبیل و مغان یکی از مشکلات اصلی جامعه و از دغدغه های اصلی مسوولان است و تلاش در جهت رفع این موانع رسالتی است که بیش از پیش خادمین مردم در شرکت گاز استان اردبیل در راستای رویکردهای دولتمردان در تحقق بخشیدن به رویای استان سبز و تحت پوشش قرار دادن تمامی مناطق استان از نعمت گاز طبیعی تلاش کرده و خواهند نمود. وی ایجاد زیرساختهای تامین انرژی در سطح استان را نسبت به سالهای قبل چشمگیر عنوان نمود و اظهار داشت: طی سالهای اخیر با تدبیر دولتمردان و تلاش شبانه روزی کلیه مسئولین ، پیمانکاران و عوامل اجرایی توسعه شبکه های گازرسانی در سطح استان پیشرفت قابل قبولی داشته است به نحوی که در حال حاضر بیش از ۹۵ درصد از خانوار روستایی استان از نعمت گاز طبیعی بهره مند شده اند و در آینده ای نه چندان دور و با بهره برداری از پروژه های در دست اجراء بیش از ۹۸ درصد از خانوار روستایی از نعمت گاز بهره مند خواهند شد.

چهره استان طی سالهای اخیر به کارگاه گازرسانی تبدیل شده است

آمارها سخن از خدمات ارزشمند دولت یازدهم و دوازدهم در زمینه توسعه گازرسانی به مناطق روستایی، صنایع و شهرک های صنعتی در استان اردبیل می دهند، اسماعیلی در رابطه با توسعه شبکه های گازرسانی و جذب مشترکین جدید در سطح استان اظهار داشت: استان اردبیل به لحاظ موقعیت جغرافیایی و استراتژیک نیازمند جهش در توسعه زیرساختهای انرژی بود، نیاز مبرمی که بواســـطه سالیان ســـال محرومیت این استان و عدم توجه به پتانسیل های اقتصادی ، اجتماعی، گردشگری و صنعتی از نگاه مسئولان مغفول مانده و مورد بی‌مهری واقع شده بود اما با تدابیر دولتمردان چهره استان از در سالهای اخیر به گفته بسیاری از کارشناسان و برنامه ریزان، به کارگاه بزرگ توسعه شبکه های گازرسانی و فعالیت های زیر بنایی تبدیل شده است که در نتیجه این اقدام مهم در حال حاضر تمامی شهرها و تعداد ۱۳۴۶ روستای استان اردبیل از نعمت گاز طبیعی بهره مند شده اند.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان اعلام کرد؛

۱۹۰ میلیارد تومان تسهیلات کرونایی به بخش تولید در آذربایجان‌شرقی پرداخت شد

آذربایجان شرقی – فلاح: مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان از پرداخت ۱۹۰ میلیارد تومان تسهیلات کرونایی به بخش تولیـــد در آذربایجان شـــرقی خبر داد. به گـــزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، حسین فتحی گفت: ۵۹۵ میلیارد تومان تقاضا به بانک ها ارسال شده است که از این میزان ۱۹۰ میلیارد تومان برای ۱۰ هزار و ۹۷ کارگاه پرداخت شده است. وی اعتبار اولیه ابلاغی به ایـــن منظور را ۲ هزار و ۳۵۶ میلیارد تومان اعلام کرد و افزود: این رقم به یک هزار و ۱۴۶ میلیارد تومان کاهش یافت. فتحی ادامه داد: ۱۶ درصد اعتبار ابلاغی پرداخت شده که معادل ۳۳ درصد پرونده های ارجاعی به بانک ها است. مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی اظهار کرد: در اجرای مصوبات ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا با هدف حمایت و پشـــتیبانی از کسب و کارهای به شدت آسیب‌دیده از کرونا وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی امکان ثبت‌نام کارفرمایان مشمول این حمایت را در سامانه کارا به آدرس اینترنتی https://kara.mcls.gov.ir را فراهم کرده و همچنان ثبت‌نام در این سامانه برای متقاضیان دارای شرایط در استان ادامه دارد. حسین فتحی گفت: آذربایجان‌شرقی با حدود چهار هزار واحد تولیدی از جمله استان‌های آسیب دیده از کرونا است که دولت به رغم دشواری‌های مالی تاکنون ۱۹۰ میلیارد تومان تسهیلات برای بنگاه‌های اقتصادی آسیب دیده از کرونا در آن پرداخت کرده است. پس از شیوع کرونا و تعطیلی کسب و کارها، دولت تصمیم گرفت برای حمایت از مشـــاغل آسیب دیده و تثبیت اشتغال، تسهیلاتی را به بنگاه‌ها پرداخت کند. با دســـتور رییس‌جمهوری در ماه های اخیر دستگاه‌های مختلف همچون موسسات اعتباری مالی و وزارت تعاون بسیج شدند تا پرداخت تسهیلات به کسب و کارها تسریع شود. بر اســـاس اعلام وزارت تعاون حدود ۶ میلیون شغل آسیب دیده از کرونا در کشـــور وجود دارد که یا به دســـتور دولت برای ملاحظات بهداشتی تعطیل شده‌اند یا فعالیت آنها در کرونا متوقف شـــد؛ این ۶ میلیون نفر در دو گروه دسته بندی شدند. گروه اول شامل سه میلیون و ۲۰۰ هزار نفر بودند که بیمه تامین اجتماعی و کد کارگاهی داشـــتند و گروه دوم شامل ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر می‌شوند که تحت پوشش هیچ بیمه ای قرار ندارند. بر اساس اعلام روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی اســـتان آذربایجان شرقی، دولت برای کمک به خروج واحدهای تولیدی و اصناف آذربایجان شرقی از تاثیرات منفی کرونا، وارد گود شده و به رغم تنگدستی های مالی ناشی از تحریم، اعتباری معادل یکهزار و ۱۴۶ میلیارد تومان را برای برون رفت اقتصاد استان از وضعیت کرونایی اختصاص داده است.

دستور شهردار قم برای پیشگیری از آبگرفتگی معابر

قم – خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم با اشاره به فرارسیدن فصل پاییز و احتمال بارش‌های فصلی، از مدیران مناطق شهری خواســـت که نقاط حادثه خیـــز از نظر آبگرفتگی و ســـیلاب را شناســـایی و برای رفع خطر اقدام کنند. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، دکترسید مرتضی ســـقائیان‌نژاد با اشاره به شروع فصـــل پاییز و احتمال بارندگی‌های فصلی، اظهار داشـــت: تدابیر لازم برای رفع آبگرفتگی و حل مشـــکل نقاطی که ممکن اســـت در این زمینه حادثه ساز باشند، از الان برنامه‌ریزی شود. شهردار قم با اشاره به اینکه خدمت در کشور اسلامی ظرافت‌های خاصی دارد، افزود: در شـــهر مقدس قم این ظرافت‌ها چند برابر می‌شود و هـــر لحظه باید خودمان را رصد کنیم تا کارها بر مدار اعتقادات ما پیش برود. سقائیان‌نژاد با اشاره به اینکه یکی از ابعاد برجسته دفاع مقدس مدیریت جهادی بود، اضافه کرد: در مدیریت امروزی هر یک از اجزا باید در جای خود قرار بگیرند تا سیستم بتواند به درستی کار خود را انجام دهد اما در جنگ نوع تازه‌ای از مدیریت ابداع شـــد که به آن مدیریت جهادی می‌گوییم. وی گفت: امروز وظیفه ما این اســـت که تلاش کنیم روحیه جهادی در تک تک ارکان شهرداری حفظ شـــده و همه بر همان مدار حرکت کنیم. شهردار قم با تاکید بر اینکه دفاع مقدس لیله القدر انقلاب اسلامی است، اظهار داشـــت: ابعاد سیاســـی، اقتصادی و اجتماعی دفاع مقدس همواره راهگشای انقلاب اسلامی و این کشور خواهد بود. ســـقائیان‌نژاد ادامه داد: برکات دفاع مقدس مانند کوثری همیشه جاری است و در مدیریت شهری باید ابعاد مختلف این دستاوردها به کار گرفته شود.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

در هفته دفاع مقدس از خادمان نماز تجلیل شد

ساری – دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ســـاری گفت : ترویج و توسعه فرهنگ نورانی نماز بر اساس رهنمودهای رهبر معظم انقلاب و تکلیف ستاد اقامه نماز از اولویتهای مهم درســـطح این شرکت اســـت. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، ســـبحان رجب پور مدیرشـــرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در نشست اقامه نماز که با حضور ائمه جماعات برگزار شـــد ، بیان کـــرد : بزرگترین توفیق در ادارات برگزاری نماز اول وقت می باشد که به لطف الهی با حضور پررنگ و مستمر ائمه جماعات منطقه ساری و پرسنل متدین در حال انجام و درافزایش معنویات وجلوگیری از منکرات کارکنان اثرگذار اســـت . رجب پور تعظیم شـــعائر را در راســـتای دین برای جامعه مفید و ضروری دانست و ادامه داد : پیوند با نماز و فرایض الهی سبب مصون ماندن افراد از دام جنگ نرم دشـــمن می شود. وی برگزاری مراسم تجلیل از خادمان نماز را حائز اهمیت دانست و افزود : کار تربیتی و فرهنگی تدریجی و بلند مدت بوده و می تواند زمینه تشویق هر چه بیشتر کارکنان و فعالین اقامه نماز به این فریضه مهم دینی را فراهم آورد. در پایان این مراســـم از خادمین و فعالین اقامه نماز با اهدای هدایای فرهنگی قدردانی و تقدیر شد.

آیین افتتاحیه نمایشگاه «مقاومت مقدس» درشرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) شازند برگزار شد

اراک – خبرنـــگار فرصت امروز: به گـــزارش روابط عمومی پالایشـــگاه امام خمینی(ره)شازند ، طی مراسمی نمایشگاه بزرگ " مقاومت مقدس " به همت پایگاه مقاومت بسیج شهید رجایی شرکت و با حضور مهندس رمضان پور مدیر عامل محترم شـــرکت ، حجه الاسلام و المسلمین مهدی نژاد امام جمعه محترم شهرستان شازند ، حجه الاسلام و المسلمین نیکزاد امام جمعه محترم شهر مهاجران ، سرهنگ اکبری فرمانده سپاه ناحیه شازند ، سرهنگ ربیعی رئیس سازمان بســـیج کارگران و کارخانجات اســـتان مرکزی ، سرهنگ مختاری معاون هماهنگ کننده تیپ ۷۱ روح ا... استان مرکزی و جمعی از مسئولان سپاه ، تنی چند از مدیران و رؤسای پالایشگاه و شهرستان و همچنین جمعی از کارکنان بسیجی پالایشگاه با رعایت پروتکل های بهداشتی در محل شرکت ، افتتاح شد. در این نمایشگاه معنوی که به مناسبت آغاز هفته دفاع مقدس و با هدف گرامیداشت یاد و خاطره شهدای انقلاب و هشت سال جنگ تحمیلی برگزار شده است ، علاقه مندان می توانند از طریق بازدید از غرفه های متنوع و زیبای این مجموعه ، از نزدیک با حال و هوای روزهای آتش و خون و حماسه آشنا شوند . گفتنی است این نمایشگاه از اول مهر ماه تا پایان هفته دفاع مقدس پذیرای همکاران علاقه مند بود .

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت:

دو واحد نیروگاهی تولید پراکنده برق در خوزستان به بهره برداری رسید

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزســـتان گفت: بـــرای اولین بار در خوزســـتان دو واحد نیروگاه ۲۵ مگاواتی تولید پراکنده برق در اندیمشک به بهره برداری رسید و با شبکه برق شمال استان این شرکت، سنکرون شـــده است. محمود دشت بزرگ بیان کرد: مجمـــوع ظرفیت این دو نیـــروگاه تولید پراکنده ۵۰ مگاوات اســـت و هـــدف از احداث و بهره برداری از آنهـــا افزایش ظرفیت تولید و پایداری شـــبکه برق در شـــمال خوزستان بوده اســـت. وی افزود: شـــرکت مدیریت پروژه های نیروگاهی ایران (مپنا) با سرمایه گذاری به ارزش ۹ هـــزار میلیارد ریال، ایـــن دو واحد نیروگاهی مقیاس کوچک لور و تنگوان (اندیمشک ۱ و ۲) را ساخته و به شبکه برق این شرکت، سنکرون و متصل شده است. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزســـتان اظهار داشت: با وجود محدودیت های ناشـــی از بیماری کرونا این نیروگاه ها در مدت زمان کمتر از ۸ ماه در شـــهرک صنعتی اندیمشک احداث شـــده اند. دشت بزرگ اضافه کرد: ایـــن واحدها از نوع توربین های گازی می باشند که دارای قرارداد خرید تضمینی با شرکت برق منطقه ای خوزستان هستند..

سرپرست مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس منصوب شد

بندرعبـــاس – خبرنگار فرصت امروز: با حکمی از ســـوی شـــهردار بندرعباس، سرپرست مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل این شـــهرداری منصوب و در آئینی با حضور شـــهردار و جمعی از مدیران و معاونین معارفه شـــد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شـــهرداری بندرعباس، عباس امینی‌زاده در آئین معارفه سرپرست مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل، اظهار کرد: جابجایی اتفاق جدیدی در مجموعه‌های اداری نیست. وی افزود: گاهی اوقات قرار گرفتن مدیران در بخش‌هایی که تخصص و تجربه کافی آن را داشته باشند، منشأ اتفاقات خوب و ماندگار هستند که جای قدردانی دارد. شـــهردار بندرعباس با اشـــاره به اینکه ارایه خدمات مضاعف به شهروندان طی ســـالهای اخیر، در سطح شهر قابل لمس است، ادامـــه داد: کار در حوزه ارتباطات و خصوصا فضای مجازی یکی از برنامه‌های جدی شهرداری بندرعباس است. امینی‌زاده در ادامه نیز ضمن قدردانی از مدیر پیشین ارتباطات و امور بین‌الملل و همچنین کارکنان این مجموعـــه، گفت: برنامه‌های جاری و سیاســـت‌های شهرداری در حوزه ارتباطات اهمیت زیادی داشته و با جدیت دنبال می‌شود. اضافه می‌شود، در ادامه این مراسم حمیدرضا حیدری‌پوری به عنوان سرپرســـت مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس معارفه شـــد. مدیر بحران و پدافند غیرعامل شهرداری بندرعباس، مدیر نظارت بر خدمات شهری، معاون خدمات شهری شهرداری منطقه یک جزو مسئولیت‌های پیشین سرپرست جدید این مدیریت است.

سرپرست اداره ایمنی و حریم اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان اصفهان خبر داد

خط کشی ۳۰۰۰ کیلومتر از محورهای مواصلاتی استان اصفهان در نیمه ابتدایی سال

اصفهان – قاسم اسد: سرپرست اداره ایمنی و حریم اداره کل راهداری و حمل ونقل جاده‌ای استان اصفهان از خط‌کشی ۳۰۰۰ کیلومتر از محورهای مواصلاتی استان اصفهان در نیمه ابتدایی سال جاری خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان اصفهان، نوید کازرونی اظهارکرد: از ابتدای ســـال جـــاری تاکنون عملیات حدود ۳ هزار کیلومتر از راه‌های شـــریانی و راه‌های فرعی و روستایی استان اصفهان انجام شده است. وی بااشاره به عملیات خط کشی راه‌های جدید روستایی و راه‌هایی که جدیدا به بهره برداری رسیده‌اند، گفت: این پروژه‌ها در سراســـر استان اصفهان و بر اساس اولویت انجام شد. سرپرست اداره ایمنی و حریم اداره کل راهداری و حمل ونقل جاده‌ای اســـتان اصفهان خاطرنشان کرد: برای اجرای این حجم از خط کشی ۳۰ میلیارد ریال از ردیف اعتبارات ملی و اســـتانی هزینه شده است. کازرونی خاطرنشان کرد: افزایش قابل توجه هزینه‌ها، مانع قابل توجهی برای اجرای عملیات‌های ایمنی در سراسر استان اصفهان شده اســـت اما با وجود محدودیت‌ها تـــلاش برای ارتقا ایمنی تردد کاربران جاده‌ای در استان ادامه دارد.

انواع مدل‌های crm؛ بررسی ویژگی‌ها و مزایای هر یک از آنها

مشـــتری پایه و اساس هر کسب‌وکاری اســـت، بنابراین شناخت انواع مشتری، ایجاد فرهنگ مشتری‌مداری در سازمان، آشنایی با روش‌های مؤثـــر برخـــورد با مشـــتری و ... جزو عوامـــل تأثیرگـــذار در موفقیت کسب‌وکارها هســـتند. مدیریت مؤثر مشتریان، از دغدغه‌های اصلی هر کسب‌وکاری به شـــمار می‌رود، اما چگونه می‌توان مشتریان را مدیریت کرد؟ این پرسشـــی اســـت که بسیاری از پژوهشـــگران و مدیران در پی یافتن پاســـخ جامـــع و کاملی برای آن هســـتند و به ایـــن منظور انواع مدل‌هـــای crm را معرفی کرده‌اند. در این مطلـــب، ابتدا مفهوم crm را بررســـی می‌کنیم و ســـپس انواع مدل‌های crm را به شـــما معرفی خواهیم کرد.

Crm چیست و انواع مدل‌های crm با چه هدفی به وجود آمده‌اند؟

معنـــای crm تاکنون بارها مورد بحث و بررســـی قرار گرفته اســـت. برخی می‌گوینـــد crm پل ارتباطی بین بازاریابـــی و فناوری اطلاعات (IT) اســـت، بنابراین crm به فرآیند فروش و خدمات‌رسانی مبتنی بر فناوری اطلاعات اطلاق می‌شـــود. برخـــی دیگر بر این باورند که معنای crm چیزی بیشـــتر و عمیق‌تر از روابط هدفمند نظیربه‌نظیر اســـت. در واقـــع crm ابزاری اســـت که مدیریت ارتباط با مشـــتری را امکان‌پذیر می‌کنـــد و در ایـــن راســـتا از فناوری اطلاعـــات، داده‌های مشـــتریان، فرآیندهای سازمانی و خود مشتریان استفاده می‌کند. براساس تعریفی کـــه در ویکی‌پدیـــا آمده اســـت، crm یـــا مدیریت ارتباط با مشـــتری (Customer Relationship Management)، رویکردی اســـت که هدف آن مدیریت تعامل یک شـــرکت با مشتریان فعلی و مشتریان احتمالی (بالقوه) اســـت. هدف انواع مدل‌های crm این است که روابط بین شرکت و مشـــتریان را از طریق تجزیه‌وتحلیل اطلاعات و داده‌های مربوط به سوابق مشتریان، بهبود ببخشد.

انواع مدل‌های crm کدامند؟

crm مدل‌های مختلفی دارد. در این مطلب، تنها به بررسی سه مدل زیر می‌پردازیم:

- مدل IDIC؛
- مدل QCI؛
- مدل CRM Value Chain.

مدل IDIC

مدل IDIC، یکی از انواع مدل‌های crm اســـت. براســـاس این مدل (که توســـط Peppers and Rogers طراحی شد)، شرکت‌ها باید به منظور ایجاد، حفظ و نگهداری ارتباط طولانی‌مدت با یکایک مشتریان، اقدامات زیر را انجام بدهند:

۱. شناسایی مشتریان

یک شرکت قبل از هر چیز، باید تعیین کند چه کسی مشتری واقعی اســـت و ســـپس درباره آن مشتری اطلاعات بیشـــتری جمع‌آوری کند. هرچه یک شرکت اطلاعات بیشتری درباره مشتریان خود داشته باشد، بهتـــر آنها را درک خواهد کـــرد و بنابراین در ارائه خدمات و محصولات به آنها موفق‌تر خواهد بود.

۲. متمایزکردن مشتریان از یکدیگر

یک شـــرکت باید مشتریانش را براساس «ارزش» و «نیاز» از یکدیگر متمایز سازد.

• ارزش: کدام‌یک از مشـــتریان برای کســـب‌وکار شما ارزش بیشتری ایجاد می‌کنند؟ کدام‌یک از آنها در آینده ارزش‌آفرین خواهند بود؟ این دو دســـته از مشـــتریان را از یکدیگر تفکیک کنید. به مشتریانی که در حال حاضر برای شرکت ارزش بیشتری ایجاد می‌کنند، خدمات بهتری ارائه کنید.

• نیاز: مشـــتریان‌تان را براســـاس نیازهای‌شـــان از هـــم متمایز کنید. مشـــتریان مختلف نیازهای متفاوتی دارند. برای اینکه بتوانید به شـــیوه مؤثرتری به مشـــتریان‌تان خدمات بدهید، باید اطلاعات بیشتری درباره نیازهای‌شان به دست بیاورید.

۳. تعامل با مشتریان

تعامل شـــرکت با مشتریان اهمیت زیادی دارد. شرکت باید با بررسی تعامـــلات خود با مشـــتریان اطمینان حاصل کند که انتظـــارات آنها و ارتباط‌شـــان با برند را درک کرده اســـت. تعامل مستقیم با مشتریان، به آنها اطمینان می‌دهد که برای شـــرکت مهم هســـتند و ارائه خدمات به هر یک از آنها به طور شـــخصی انجام می‌شـــود. این کار سبب وفاداری مشـــتریان می‌شـــود و روابط بلندمدتی بین مشـــتری و شـــرکت شکل می‌دهد.

۴. سفارشی‌سازی

همان‌طور که مشتریان را براساس «ارزش» و «نیاز» متمایز می‌کنید، باید محصولات و خدمات شـــرکت را نیز براســـاس ارزش مشتری و نیاز سفارشی کنید.

پیشنهادها و توصیه‌هایی را که به مشتریان ارائه می‌کنید، باید به طور سفارشـــی تنظیم کنید. این کار را به گونه‌ای انجام بدهید که مشـــتری بداند این پیشـــنهاد یا آن توصیه، مخصوص خود اوســـت و فقط برای او آماده شده است. با این کار، مشتریان اطمینان می‌یابند که شما قادرید از عهده نیازهای آنها برآیید. اگر در این مرحله با شکست مواجه شدید، احتمـــالا در مرحله دوم یا ســـوم (متمایزکردن مشـــتریان از یکدیگر و تعامل با مشـــتریان) مرتکب اشتباهی شده‌اید، بنابراین به مراحل قبلی برگردید، دوباره آنها را بررســـی کنید و پس از یافتن مشکل، آن مراحل را مجددا انجام بدهید.

مدل QCI

مدل QCI یکی دیگر از انواع مدل‌های crm و محصول یک شرکت مشـــاوره‌ای با همین نام است. در این مدل، کلمه «ارتباط» حذف شده اســـت و فقط به عنوان مدیریت مشـــتری در نظر گرفته می‌شود. مدل QCI یک ســـری فعالیت پیشـــنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید به منظور مشتری‌یابی و حفظ مشـــتری انجام بدهند. این فعالیت‌ها با کارمندان، مردم، سازمان و فناوری در ارتباط هستند.

در این مدل، تأثیرات محیطی بر روابط مشـــتری با شـــرکت بررســـی می‌شود. هنگامی که مشـــتری می‌خواهد با سازمان ارتباط برقرار کند، محیـــط خارجی به طور مســـتقیم بر تجربه او تأثیـــر می‌گذارد. محیط خارجی بر فرآیند برنامه‌ریزی سازمان نیز تأثیر دارد.

تجربه مشتری سه فعالیت را تحت تأثیر قرار خواهد داد که در هنگام انجام فعالیت‌ها باید در نظر گرفته شود:

۱. پیشـــنهاد بـــه مشـــتری(customer proposition): همـــان محصول یا خدماتی اســـت که شـــرکت در ازای یک قیمت تعیین‌شده به مشتری ارائه می‌کند.

۲. فعالیـــت مدیریـــت مشـــتری(customer management activity): فرآیند جذب مشـــتری اســـت. در این فرآیند ابتدا شـــرکت با مشـــتری هدف ارتباط برقرار می‌کند و فرآیند فروش آغاز می‌شـــود. این روند با حفظ مشـــتری و ترغیب او برای مراجعه مجدد به شـــرکت ادامه می‌یابد.

۳. اندازه‌گیری(measurement): اندازه‌گیری و بهینه‌سازی تجربه مشتری از اهمیت زیادی برخوردار است.

مدل CRM Value Chain

آخرین مورد از انواع مدل‌های crm که در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد، مدل CRM Value Chain اســـت. این مدل سازمان‌یافته است و کسب‌وکارها می‌توانند به هنگام توسعه و پیاده‌سازی راهبردهای crm خود، از آن استفاده کنند.

این مدل (که براســـاس اصول نظری و الزامات عملی کســـب‌وکار بنا شده اســـت) در انواع صنایع و شـــرکت‌های بزرگ از جمله شرکت‌های نرم‌افزاری، صنعت مخابرات، خدمات مالی، خرده‌فروشی، رسانه، تولید و حتی ساخت‌وساز قابل پیاده‌سازی است.

هدف نهایی این مدل این اســـت که شرکت با مشتریانی که از لحاظ راهبردی مهم و برجسته هستند، روابط بلندمدت و متقابلی ایجاد کند. همه مشـــتریان یک شـــرکت از لحاظ راهبردی مهم نیســـتند. جذب و خدمات‌رســـانی به بعضی از مشـــتریان برای شرکت گران تمام می‌شود. این دسته از مشتریان به ندرت و ناچیز خرید می‌کنند، هزینه محصول یا خدمات را دیر پرداخت می‌کنند یا تقاضاها و خواسته‌های غیرمعقول دارند. این مشـــتریان درنهایت شرکت یا برند را رها می‌کنند و به‌سوی رقبای آن کشـــیده می‌شوند، بنابراین برای شـــرکت ارزش کمی ایجاد می‌کنند.

۵ گام برای ایجاد روابط سودمند در مدل CRM Value Chain

۱. تحلیل پورتفولیوی مشتری

واضح اســـت که مشتریان یک شـــرکت از لحاظ ارزش‌آفرینی یکسان نیستند. شـــرکت با تحلیل پورتفولیوی مشتری (CPA) که اولین گام در مدل CRM Value Chain اســـت، می‌تواند مشـــتریانی را که از لحاظ راهبردی مهم هستند، بشناسد و تعیین کند کدام‌یک از آنها برای شرکت ارزش‌آفرین هستند.

پورتفولیوی مشـــتری ترکیبی از گروه‌هایی اســـت که پایگاه مشتری را در یک کســـب‌وکار تشـــکیل می‌دهند. به عنوان مثـــال، پورتفولیوی مشـــتری برای شرکت کوکاکولا شامل رســـتوران‌ها، فروشگاه‌های مواد غذایـــی، پارک‌های تفریحی و میادین ورزشـــی اســـت کـــه محصولات کوکاکولا در آنها به فروش می‌رسد.

این بدان معناســـت که شـــرکت یا ســـازمان باید قبل از شروع کار با نرم‌افزارهای crm، ابتدا مشتریان خود را به طور کامل بشناسد.

۲. شناخت خصوصیات دقیق مشتری

انتخاب مشـــتریان برای خدمات‌رســـانی با شـــناخت مشتریان تفاوت دارد. بســـیاری از شرکت‌ها اطلاعات مشـــتریان را جمع‌آوری می‌کنند. برخی از صنایع با اطلاعاتی مانند داده‌های اسکن‌شده، داده‌های مربوط به کارت وفاداری، فایل‌های گله و شکایت مشتریان، تحقیقات بازاریابی و داده‌های جمعیتی-جغرافیایی اشباع می‌شوند.

اما پرسش این است که چگونه از این داده‌ها به منظور خدمات‌رسانی بهتـــر به مشـــتریان‌تان اســـتفاده خواهید کـــرد؟ برای برقـــراری روابط بلندمدت با مشـــتریان، به اطلاعات بیشتری درباره آنها نیاز دارید. آنچه بیش از هر چیز برای یک کسب‌وکار اهمیت دارد این است که دقیقا از چرایی و چگونگی رفتار مشتریان اطلاع داشته باشد.

۳. توسعه شبکه

موقعیت شـــبکه‌ای یک شرکت (به عنوان مثال، ارتباط آن با بخش‌های دیگری که با شـــرکت همکاری می‌کنند) منبع مزیت رقابتی است. ایجاد ارزش برای یک مشـــتری در هر مرحلـــه از فرآیند فروش از اهمیت زیادی برخوردار است، بنابراین شرکت باید برای خدمات‌رسانی بهتر به مشتریان، یک شبکه کامل از تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان، کارکنان، سرمایه‌گذاران، فنـــاوری، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشـــان ایجاد کنـــد. مدیریت ارتباط با مشـــتری به افراد و نهادهایی نیاز دارد که به سرمایه‌گذاری بلندمدت روی افراد، فرآیندها و فناوری برای پیاده‌سازی راهبردهای crm پایبند باشند.

۴. ارائه ارزش

در این مرحله، همه اعضای شبکه ایجادشده در مرحله قبل باید برای ایجاد ارزش و ارائه خدمات به مشتریان هدف با یکدیگر همکاری کنند.

۵. مدیریت روابط

در این مرحله، همه‌چیز برای ایجاد روابط با مشـــتریان فراهم اســـت. اینکه چطور شرکت این روابط را مدیریت می‌کند کاملا به خود شرکت بســـتگی دارد. اگر شـــرکت از عهده مدیریـــت این روابـــط برآید، همه بخش‌های شـــبکه، مشـــتریان و خودِ شـــرکت به مدتی طولانی در کنار یکدیگر به اهداف موردنظرشان دست خواهند یافت.

پنج حالـــت پشـــتیبانی برای تحقـــق یافتن مـــدل CRM Value Chain وجود دارد:

- فرهنگ و رهبری
- فرآیندهای تدارکاتی
- فرآیندهای مدیریت منابع انسانی
- فرآیندهای مدیریت فناوری اطلاعات/داده‌ها
- طراحی سازمان.

این پنج حالت اساســـی هستند و حتی هنگام مدیریت crm نیز باید در نظر گرفته شـــوند. فرهنگ ســـازمانی تعیین می‌کند کـــه آیا روابط بلندمـــدت را مدیریت خواهید کرد یا خیر، زیرا گاهی فرهنگ ســـازمان اجـــازه انجام چنیـــن فعالیت‌هایی را نمی‌دهد. فرآیندهـــای تدارکاتی و نیروی انســـانی نشـــان می‌دهند که شـــما چگونه ارتباط با مشتریان را مدیریت خواهید کرد. همچنین بـــدون مدیریت فناوری اطلاعات اصلا نمی‌توانید از crm استفاده کنید، زیرا تمام اطلاعات و داده‌های مربوط به مشـــتریان با استفاده از فناوری ذخیره می‌شـــوند. درنهایت، طراحی سازمان نیز به مدیریت ارتباط با مشتریان کمک می‌کند.

منبع: chetor

راهکارهایی برای بهینه‌سازی تبلیغات کلیکی که باید بدانید

ممکن است اخیرا اقدام به طراحی کمپین و راه‌اندازی تبلیغات کلیکی کرده باشید و به نتایج دلخواه دست نیافته باشید. در این صورت نباید ناامید شوید و بهتر است با در نظر گرفتن تدابیری جدید، اقدام به راه‌اندازی مجدد کمپین کنید. پیش از آغازبه‌کار کمپین جدید بهتر است کمی تحقیق کنید و سعی بر بهینه‌سازی نرخ تبدیل داشته باشید. در این مقاله قصد داریم شما را با راهکارهایی آشنا کنیم که با استفاده از آنها قادر خواهید بود از تبلیغات کلیکی و کمپین مرتبط به آن بهترین نتیجه را به دست بیاورید. با ما همراه باشید.

۱. تبدیل‌ها را به شکلی مؤثر پیگیری کنید

پیش از آنکه سعی بر بهبود نرخ تبدیل داشته باشید، باید از چگونگی طرز کار کمپین‌های تبلیغاتی خود کسب اطلاع کنید. برای این منظور، نیاز به مشخص کردن نرخ تبدیل فعلی‌تان دارید و باید به شکلی کارآمد و مؤثر، اقدام به پیگیری تبدیل‌هایی کنید که در حال حاضر دریافت می‌کنید. این اطلاعات باید تمامی کمپین‌های تبلیغات کلیکی را دربر بگیرد. اگر از گوگل ادوردز استفاده می‌کنید، از این بابت مشکلی ندارید، چراکه اطلاعات مرتبط با کمپین‌های تبلیغات کلیکی را در اختیارتان می‌گذارد. البته پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین نظیر یکتانت نیز گزارش‌های عملکرد کمپین‌تان را به طور کامل در اختیارتان می‌گذارند تا بتوانید نتایج را به خوبی تحلیل و کمپین‌تان را بهینه کنید.

پیگیری تبدیل‌ها به شما کمک می‌کند بهترین و کارآمدترین کمپین‌های تبلیغات کلیکی را شناسایی کنید و آنها را با کمپین‌های دیگری که کارایی لازم را ندارند، مقایسه کنید. البته اگر تنها یک کمپین فعال دارید، باید از اطلاعات موجود درباره کمپین‌های ماه قبل استفاده کنید و حاصل کار آنها را با کمپین فعلی مقایسه کنید. هنگام پیگیری تبدیل‌ها، ایمیل‌هایی را که دریافت می‌کنید فراموش نکنید. ممکن است گاهی‌اوقات کسانی که به‌صورت بالقوه امکان تبدیل‌شدن به مشتری و خرید کردن دارند، مستقیما با شما تماس بگیرند یا در شبکه‌های اجتماعی برای شما پیام بگذارند. از زمانی که کمپین تبلیغات کلیکی خود را به راه می‌اندازید، حتما پیگیر این‌گونه ارتباط‌ها باشید. گاهی‌اوقات هم ممکن است این افراد فرم‌هایی را که برای‌شان در نظر گرفته‌اید، پر نکنند و به‌جای آن، از طریق برنامه‌های گفت‌وگو (یا چَت) با شما ارتباط برقرار کنند. در این مواقع ممکن است فکر کنید کمپین شما کارایی لازم را نداشته است؛ در حالی که این‌چنین نیست و این تصور نادرستی است. بنابراین، توصیه می‌شود با استفاده از اطلاعات حاصل از تحلیلگر گوگل یا هر پلتفرم تحلیلگری که خودتان صلاح می‌دانید، تبدیل‌های دریافتی‌تان را پیگیری کنید.

۲. با A/B تست کارایی فعالیت‌ها را آزمایش کنید

برای آنکه بتوانید نرخ تبدیل خود را بالا ببرید، باید مرتبا المان‌های مختلف موجود در وب‌سایت‌تان را بررسی کنید، به خصوص آن دسته از المان‌هایی که مربوط به صفحه فرود می‌شوند (صفحه فرود یا لندینگ پیج، به انگلیسی Landing Page، به صفحه‌ای در وب‌سایت گفته می‌شود که بازدیدکننده برای نخستین بار وارد آن می‌شود (به اصطلاح در آن فرود می‌آید) و از آنجا امکان دسترسی به دیگر قسمت‌های وب‌سایت و تبدیل شدن به مشتری را خواهد داشت). برای این کار از آزمایشی استفاده می‌شود که با اصطلاح «آزمایش آ.ب» شناخته می‌شود. در این آزمایش، دو نوع متفاوت از یک صفحه وب در معرض دید گروهی مشابه از افراد قرار می‌گیرد. پس از آن، میزان تبدیل به‌دست‌آمده از هر صفحه وب به طور جداگانه پیگیری می‌شود و صفحه‌ای که نرخ تبدیل بالاتری داشته باشد، در ادامه کار در کمپین استفاده می‌شود. از جمله المان‌هایی که آزمایش می‌شود، می‌توان به رنگ پس‌زمینه، عکس‌ها، نوع فونت، دکمه‌های فراخوان برای اقدام، نسخه رونوشت و... اشاره کرد. طراحی صفحه فرود بر نرخ تبدیل کمپین تأثیرگذار است. به همین خاطر بهتر است المان‌های مختلف صفحه فرود را آزمایش کنید و از میان آنها، المان‌هایی را که نرخ تبدیل خوبی دارند، انتخاب کنید.

فراموش نکنید که هر المان را به طور جداگانه آزمایش کنید؛ برای نمونه، اگر به این نتیجه رسیدید که «عکسِ آ»، در مقایسه با «عکسِ ب»، از میزان کارایی بیشتری برخوردار است، آنگاه در ادامه کمپینَ از همان عکس اول استفاده کنید. پس از آن می‌توانید برای نمونه تصویر پس‌زمینه یا نسخه رونوشت صفحه فرود را به عنوان المان بعدی آزمایش کنید و همین کار را برای سایر المان‌های باقی‌مانده هم انجام دهید.

نکته دیگر اینکه محدودیتی برای استفاده از این آزمایش وجود ندارد. در واقع اگر طی آزمایش مشخص شد المانی، کارایی بیشتر و بهتری از المان دیگر دارد، لزوما به این معنا نیست که برای همیشه بهترین انتخاب ممکن است. از سوی دیگر هم نباید وقت خود را به‌کلی صرف آزمایش دوباره و دوباره المانی به‌خصوص کنید (مگر آنکه قرار باشد کمپین‌تان برای چند ماه ادامه داشته باشد و از حد معمول، طولانی‌تر شود).

۳. نرخ کلیک (CTR) خود را بهبود دهید

یکی دیگر از روش‌هایی که با استفاده از آن می‌توان نرخ تبدیل را بهبود داد، بالا بردن تعداد کلیک‌هایی است که روی تبلیغات شما می‌شود. زمانی که تعداد این کلیک‌ها را تقسیم بر تعداد دفعاتی کنیم که وب‌سایت‌تان در موتور جست‌وجو نمایش داده می‌شود (در انگلیسی برای این تعداد دفعات نمایش از اصطلاح Impression استفاده می‌شود)، عدد حاصل‌شده همان نرخ کلیک یا CTR خواهد بود. برای نمونه اگر ۱۰۰۰ نفر تبلیغ شما را مشاهده کنند و از این میان، ۱۰ نفر روی آن کلیک کنند، نرخ کلیک شما معادل با ۱درصد خواهد بود (۱٪=۱۰۰×۱۰÷۱۰۰۰). اگر تعداد دفعاتی بر روی تبلیغ شما کلیک می‌شود، کم باشد، نرخ تبدیل هم به دنبال آن پایین خواهد بود. برای بالا بردن نرخ تبدیل، می‌توانید مراحل زیر را دنبال کنید:

مخاطبین مناسب را هدف قرار دهید

زمانی که کار راه‌اندازی کمپین را شروع می‌کنید، مطمئن شوید که مخاطبین مناسب را هدف قرار داده‌اید. استفاده از آمار و ارقام و اطلاعات مرتبط با جمعیت‌شناسی، موقعیت جغرافیایی، رفتار اینترنتی و... به شما کمک می‌کند تا تبلیغات خود را در معرض دید افرادی بگذارید که مشاهده تبلیغ تأثیر بیشتری روی‌شان می‌گذارد. در همین راستا می‌توانید از قابلیت‌های یکتانت در هدفمندسازی تبلیغات کلیکی‌تان استفاده کنید. شما می‌توانید مخاطبان را براساس جنسیت، دستگاه نمایش و اپراتور آنها مشخص کنید.

تبلیغات خود را در محل مناسب قرار دهید

انتخاب محل مناسب برای قرار دادن تبلیغات هم باعث افزایش تعداد کلیک بر روی آنها می‌شود. برای اینکه بتوانید محل مناسب برای تبلیغات‌تان را پیدا کنید، باید کارایی آنها را در جاهای مختلف محک بزنید و از این میان، محل‌هایی را انتخاب کنید که در آنها تعداد دفعاتی که تبلیغات‌تان مشاهده شده است، بیشتر باشد. بنابراین سعی کنید تبلیغات خود را در جاهایی قرار دهید که بیشترین آمار بازدید را خواهند داشت.

در همین راستا می‌توانید از یکتانت، بزرگ‌ترین پلتفرم تبلیغات آنلاین ایران کمک بگیرید. در یکتانت می‌توانید محل و زمان نمایش تبلیغات‌تان را هم با توجه به پرسونای مخاطب هدف‌تان انتخاب کنید. بزرگ‌ترین مزیت این پلتفرم، قابلیت هدفمندی موضوعی تبلیغات همسان است. شما به دو شکل می‌توانید از این قابلیت استفاده کنید:

۱. تبلیغات‌تان را در صفحاتی نمایش دهید که موضوعی مرتبط با کسب‌وکار شما دارند.

۲. تبلیغات‌تان را در صفحاتی نمایش دهید که می‌دانید بازار هدف‌تان مخاطب موضوعات آن صفحات هم هستند.

به عنوان مثال اگر شما محصولات مرتبط با نوزادان را می‌فروشید می‌توانید تبلیغات‌تان را در صفحاتی نمایش دهید که مرتبط با نوزادان هستند. همچنین می‌توانید برای نمایش بیشتر، تبلیغات‌تان را در صفحاتی با موضوعات بارداری هم نمایش دهید؛ چراکه بازار هدف شما هستند.

۴. عنوان تبلیغ‌تان با محتوای صفحه فرود هماهنگ باشد

فرض کنید تبلیغی مشاهده کردید و پس از کلیک‌کردن روی آن و رسیدن به صفحه فرود، با محتوایی کاملا متفاوت از عنوان تبلیغ روبه‌رو شدید. در این صورت اقدام بعدی شما چه خواهد بود؟ مطمئنا اگر صفحه فرود حاوی اطلاعات موردنظر شما نباشد، بدون درنگ آن را ترک خواهید کرد. اگر عنوان تبلیغ شما هم با محتوای صفحه فرود هماهنگی نداشته باشد، دقیقا همین اتفاق می‌افتد. برای نمونه اگر عنوان تبلیغ درباره کسب‌وکار باشد و در صفحه فرود، اطلاعاتی درباره موقعیت‌های شغلی لحاظ کرده باشید، میان عنوان تبلیغ و محتوای صفحه فرود ناهماهنگی وجود دارد و بازدیدکنندگان، به محض واردشدن به وب‌سایت شما، آن را ترک خواهند کرد و باونس ریت شما بالا خواهد رفت (نرخ پرش به انگلیسی Bounce Rate، به آن دسته از بازدیدکنندگانی اشاره دارد که پس از ورود به صفحه اصلی وب‌سایت، بدون بازدید از دیگر قسمت‌ها آن را ترک می‌کنند).

به‌علاوه هر کلیکی که بر روی تبلیغات شما می‌شود، برای‌تان هزینه‌ای به دنبال دارد. با این اوصاف، بهتر است همه چیز را به گونه‌ای مهیا کنید که بازدیدکننده پس از کلیک روی تبلیغ، اطلاعاتی را مشاهده کند که در هماهنگی با عنوان یا رونوشت تبلیغ است و به این صورت، امکان تبدیل او به مشتری و نهایی‌شدن فرآیند خرید از سوی او وجود داشته باشد. به این ترتیب مشاهده خواهید کرد که تعداد لیدهایی که امکان خریدشان بیشتر از دیگر لیدهاست (لید یا سرنخ، به انگلیسی Lead، به آن دسته از بازدیدکنندگانی اشاره دارد که برای نخستین‌بار با محصول یا کسب‌وکار شما آشنا می‌شوند و امکان خریدشان وجود دارد)، افزایش پیدا خواهد کرد که به دنبال آن نرخ تبدیل هم بهبود پیدا خواهد کرد.

۵. از علم روانشناسی در نگارش عناوین استفاده کنید

هدف شما برای استفاده از تبلیغات کلیکی جلب توجه جست‌وجوکننده‌ها، قرار دادن اطلاعات موردنیازشان در اختیار آنها و در نهایت، متقاعد کردن آنها به کلیک کردن روی تبلیغ‌تان است. روند محقق‌شدن این هدف با استفاده از عنوان یا رونوشتی برای تبلیغ شروع می‌شود که از لحاظ روانشناختی بر انسان تأثیرگذار باشد. در واقع می‌توانید با استفاده از دانش روانشناسی، تا حد زیادی از رقیب‌های خود پیشی بگیرید.

در ادامه مقاله، شما را با راهکارهایی آشنا خواهیم کرد که مبتنی بر علم روانشناسی هستند و با استفاده از آنها می‌توانید عناوین تبلیغات کلیکی خود را به‌گونه‌ای تدوین کنید که باعث برانگیختن هیجان یا احساس بازدیدکنندگان شود و به دنبال آن به نرخ تبدیل بالاتر و میزان فروش بیشتری دست پیدا کنید.

آگهی تغییرات صندوق سرمایه گذاری جسورانه یکم دانشگاه تهران به شماره ثبت ۴۴۴۱۹ و شناسه ملی ۱۴۰۰۷۵۱۶۸۳۵

به استناد صورتجلسه مجمع صندوق مورخ ۱۳۹۹.۰۴.۲۸ و تاییدیه شماره ۱۲۲.۷۰۱۰۶ مورخ ۱۳۹۹.۶.۴ سازمان بورس و اوراق بهادار تصمیمات ذیل اتخاذ شد : شرکت توسعه سرمایه گذاری دانشگاه تهران به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۷۸۹۷۳۶ - شرکت تامین سرمایه سپهر به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۷۰۸۹۹۰ - شرکت تامین سرمایه لوتوس پارسیان به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۶۹۹۴۷۰ - موسسه صندوق پژوهش و فناوری غیر دولتی دانشگاه تهران به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۴۶۸۰۲۱ - شرکت تأمین سرمایه تمدن به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۷۴۱۷۰۷ به سمت اعضای هیئت مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت دایا رهیافت به شناسه ملی ۱۰۳۸۰۰۷۶۴۶۰ به سمت حسابرس صندوق برای یکسال مالی تعیین گردید روزنامه کثیرالانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان منتهی به ۱۳۹۸.۱۲.۲۹ به تصویب رسید

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۹۹۸۱۲۲)

آگهی تغییرات موسسه اختصاصی بازگردانی اندیشه زرین پاسارگاد صندوق سرمایه‌گذاری به شماره ثبت ۳۸۰۷۴ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۶۶۵۵۸۳

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۹.۰۳.۱۷ و مجوز شماره ۱۲۲.۶۷۳۲۳ مورخ ۱۳۹۹.۰۴.۲۱ سازمان بورس تصمیمات ذیل اتخاذ شد : کلیه اسناد و اوراق تعهدآور صندوق از جمله قراردادها، چک، سفته، برات با امضاء دو نفر از چهار نفر احمد پویان فر شماره ملی۲۹۳۹۷۸۸۶۰۱ مصطفی بختیاری شماره ملی ۰۰۵۹۷۵۵۴۱۵ محمد پورغلامعلی شماره ملی ۲۷۰۹۳۵۲۴۹۴ اسفندیار عظیمی شماره ملی ۱۴۶۴۹۹۷۴۷۰ به همراه مهر صندوق و سایر مکاتبات اداری و عادی با امضاء احمد پویان فر به همراه مهر صندوق معتبر است.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۱۰۰۰۴۶۸)

آگهی تغییرات شرکت عمارت برج سنا سهامی خاص به شماره ثبت ۵۶۲۸۶۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۹۰۰۳۷۱۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۹.۰۶.۱۰ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : - محل شرکت در واحد ثبتی تهران به آدرس استان تهران - منطقه ۱۷ ، شهرستان تهران ، بخش مرکزی ، شهر تهران، محله هاشم آباد ، خیابان شهید نعمت اله نباتی ، خیابان خاوران ، پلاک ۱۸۸ ، ساختمان پارمیس ، ورودی شرقی ، طبقه اول ، واحد ۴ ، کدپستی ۱۷۹۹۸۱۴۵۱۱ تغییر یافت و ماده مربوطه در اساسنامه بشرح فوق اصلاح گردید.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۹۹۸۱۰۳)

آگهی تغییرات شرکت عمارت برج سنا سهامی خاص به شماره ثبت ۵۶۲۸۶۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۹۰۰۳۷۱۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۹.۰۶.۱۰ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : اساسنامه جدید مشتمل بر ۶۴ ماده و ۱۱ تبصره به تصویب و جایگزین اساسنامه قبلی گردید.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۹۹۸۱۰۳)

آگهی تغییرات شرکت عمارت برج سنا سهامی خاص به شماره ثبت ۵۶۲۸۶۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۹۰۰۳۷۱۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۹.۰۶.۱۰ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : آقای علی فرودی ثابت به شماره ملی ۰۰۸۲۲۸۹۴۹۲ به سمت بازرس اصلی و آقای فاضل موچانی به شماره ملی ۰۰۲۲۶۳۰۰۰۷ به سمت بازرس علی البدل شرکت برای مدت یک سال مالی انتخاب گردیدند

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۹۹۸۱۰۴)

آگهی دعوت به افراز

آقای هوشنگ احمدی با وکالت از مالکین مشاعی در پلاک ۱۱۶۲-اصلی بخش ۳ سنندج خواستار افراز سهمی خود از محل پلاک فوق را نموده وکتبا به علت عدم دسترسی به آدرس سایر مالکین مشاعی خواستار صدور آگهی به اشخاصی که از پلاک فوق دارای مالکیت می باشند شده لذا بدین وسیله به شما که در پلاک مورد نظر دارای مالکیت می باشید ابلاغ می گردد که در مورخ ۹۹/۶/۲۹ روز شنبه ساعت ۹ صبح در محل وقوع ملک واقع درمحله بردشت حاضر تا پس از بازدید از محل مطابق ماده سه آئین نامه اجرایی اقدام لازم بعمل آید ضمنا عدم حضور شما مانع از انجام عملیات افراز نخواهد شد.

رئیس ثبت منطقه یک - قیاد م الف

عادت‌های میلیون دلاری

به قلم: لئون هو کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شـک هر فردی تمایل دارد تا به یک میلیونر تبدیل شـود، با این حال واقعیت این است که تنها درصد کمی از افراد موفق به رسیدن به چنین جایگاهی می‌شوند. در این راستا اگرچه ممکن است عواملی نظیر حمایت خانواده، امکانات و حتی منطقه زندگی را در این رابطه دخیل بدانید. با این حال با نگاهی به آمارها، متوجه این امر خواهید شد که اکثر این افراد از هیچ یک از این امکانات برخوردار نبوده‌اند. با این حال چند ویژگی مشترک میان این افراد وجود دارد. بدون شک کسب این عادت‌ها، شانس شما را برای رسیدن به این جایگاه افزایش خواهد داد. در ادامه برخی از این موارد را بررسی می‌کنیم.

۱-مطالعه در زمینه اقتصاد

در رابطـه با مطالعه بسـیاری از افراد تصـور می‌کنند که صرفا میزان آن مهم اسـت، با این حال نکته مهمتر این اسـت که شـما چه منابعی را مطالعه می‌کنید. درواقع برای موفقیت در هر زمینه‌ای شما باید بهترین‌ها را انتخاب نمایید. در این راستا اگر خواهان کسب ثروت هستید، لازم است تا کتاب‌های مرتبط با این موضوع را اولویت خود قرار دهید. خوشـبختانه امروزه تنوع در این زمینه بسـیار بالا رفته و شـما می‌توانید کتاب‌های الکترونیکی، گویا و یا حتی خلاصه آنها را داشـته باشـید. در این راستا با یک جست و جوی سـاده در اینترنت، می‌توانید به بهترین نمونه‌ها در هر حوزه‌ای از اقتصاد، دسـت پیدا کنید. برای مثال ممکن اسـت خواهان سـرمایه‌گذاری در بازار بورس باشید. در این راسـتا انواع محتواهای مفید را می‌توانید پیدا کنید. در این راسـتا توصیه می‌شـد که در ابتدا، مباحث مدیریت مالی را مورد توجه قرار دهید. درواقع اگر این اقدام به عادت روزانه شما تبدیل شود، یک قدم به موفقیت بیشتر نزدیک خواهید شـد. آمارها نیز در این رابطه حاکی از آن اسـت که در حدود ۸۵ درصد از میلیونرهای خودسـاخته، به صورت هفتگی مطالعه دارند. در این راستا وارن بافت اعلام کرده است که در ابتدای مسیر سرمایه‌گذاری خود، روزانه ۱۰۰۰ صفحه مطالعه داشـته است تا بتواند با دانش کافی اقدام نماید. در این راستا اگر شما نیز تمایلی به این حجم از مطالعه نداشـته باشید، بدون شک یکی از پیش‌شرط‌های تبدیل شدن به یک میلیونر را از دست خواهید داد.

۲-تنوع بخشیدن به منابع درآمدی

با نگاهی به افرادی که حتی درآمد ماهیانه بالایی را دارند، متوجه یک نکته بسـیار جالب خواهید شد. آنهـا همـواره تلاش می‌کنند که منابع درآمدی خود را متنوع نمایند. این امر باعث خواهد شـد تا درآمد بیشتری را داشته باشند که می‌تواند صرف اقداماتی نظیر پس‌انداز و یا سرمایه‌گذاری شود. در این راستا خوشـبختانه امروزه امکان تنوع بخشـیدن به منابع درآمدی، کاملا امکان‌پذیر شـده است. در این راستا شما می‌توانید حتی در منزل و به صورت دورکاری نیز اقداماتی را انجام دهید. درواقع اگر تنوع بخشیدن به درآمد، جزو دغدغه‌های فکری شـما محسـوب می‌شود، خوشبختانه شما در مسیر کسب ثروت بیشتر قرار دارید.

۳-بودجه‌بندی دقیق

نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید نسبت به پولی که در اختیار دارید، دقت عمل بالایی داشـته باشید. در این راسـتا بودجه‌بندی، اقدامی کاملا حیاتی خواهد بود. درواقع شما باید به نحوی مدیریت‌های لازم را انجام دهید که زمینه‌های شما تامین شود. در این راستا اگرچه همواره توصیه می‌شـود که هزینه‌های خود را کاهش دهید، با این حال اقدام مهمتر این اسـت که در کنار تلاش برای حذف هزینه‌های بی‌مورد، درآمد خود را بیشتر نمایید. برای این امر نیز انواع مقالات وجود دارد که شـما را با اصول بودجه‌بندی آشـنا خواهد نمود، با این حال بهترین اقدام این است که از اپلیکیشن‌های مرتبط استفاده نمایید.

۴-ارتقای هوش مالی

بـا پولی که در اختیـار دارید، می‌توان اقدامات مختلفی را انجام داد، با این حال افرادی که هوش مالی خوبی را دارند، انتخاب‌های درسـت را انجام می‌دهند. برای مثال ممکن اسـت اکنون بهترین زمان برای سرمایه‌گذاری بر روی یک کالایی باشد که تا چند ماه آینده، با افزایش قیمت شدید مواجه خواهد شد. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای چنین سطحی، شما باید اطلاعات خود را به‌روز نگه داشـته و از اخبار غافل نشـوید. همچنین پیدا کردن دوسـتانی خوش‌فکر و بادانش، به شما کمک خواهد کرد تا همواره در مسیر رشد قرار داشته باشید.

۵-تعیین اهداف روزانه

آیا چشـم‌اندازی برای ۵ سـال آینده خود تعیین کرده‌اید؟ بدون شـک این اقدام کاملا مناسب خواهد بود. با این حال نکته مهمتر این اسـت که اهداف بزرگ را وارد برنامه روزانه خود نمایید. در این راسـتا مهمتریـن نوع برنامه‌ریزی، روزانه بوده و لازم اسـت تا هر روز خـود را با برنامه‌ای دقیق آغاز نمایید. این امر باعث خواهد شد تا همواره در مسیر رشد و بهتر شدن قرار داشته باشید. نکته دیگری که باید به آن توجه نمایید این اسـت که در این زمینه نیز تکنولوژی کمک بسیار خوبی محسوب شده و ابزارهای لازم را در اختیار شما قرار خواهد داد.

۶-عدم تظاهر به ثروت

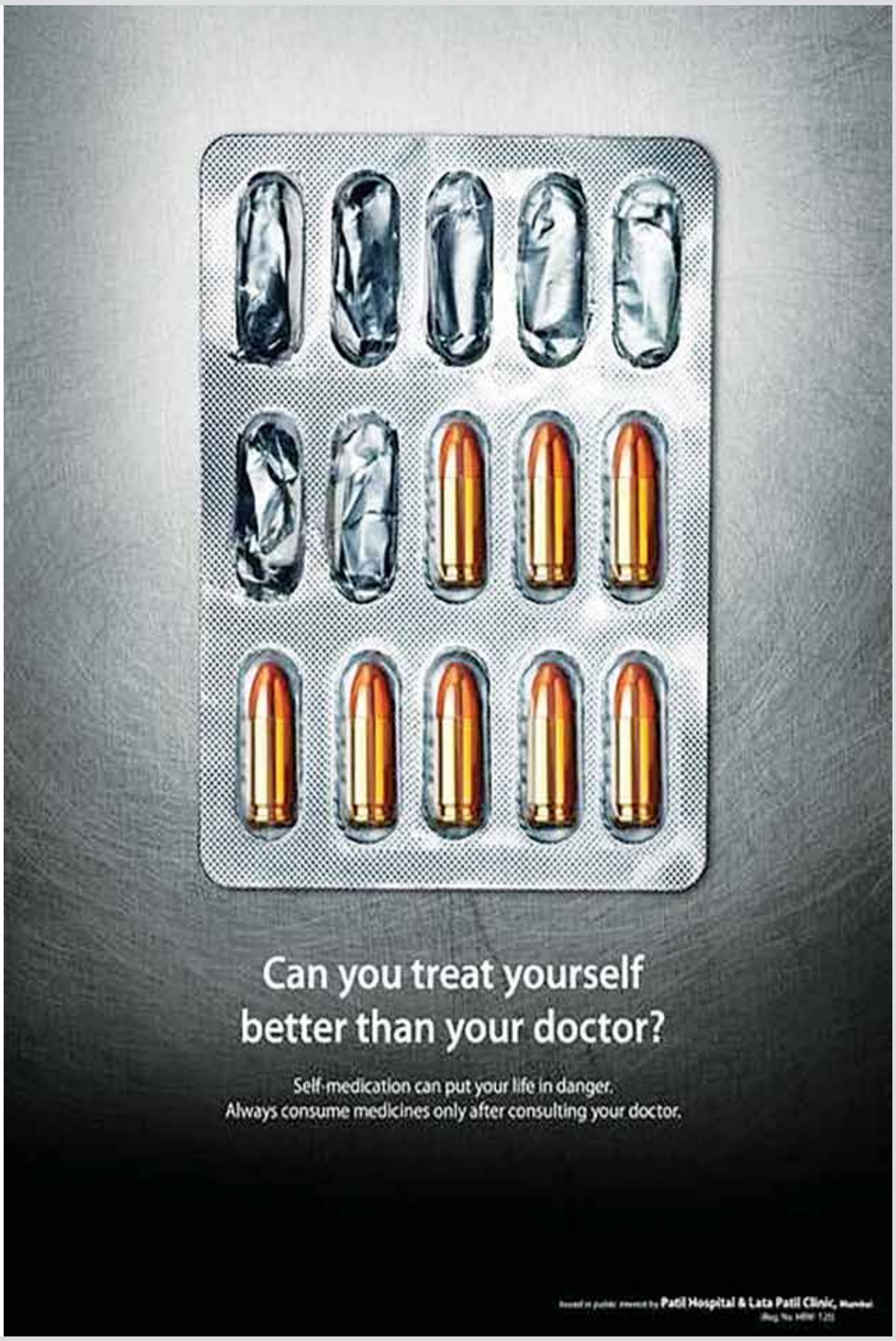
مشـکل بزرگ بسـیاری از افراد این اسـت که در تلاش برای ثروتمندتر نشان دادن خود هستند. برای مثال ماشـینی را تهیه می‌کنند که به مراتب گران‌قیمت‌تر از بودجه آنها اسـت. این اقدامات باعث خواهد شد تا شما فرصت کافی را برای سرمایه‌گذاری بر روی هدف اصلی خود نداشته باشید. با نگاهی به تمامی ثروتمندان جهان، پی به این امر خواهید برد که آنها در ابتدای راه خود، حتی با مشکلات مالی شدید نیز مواجه بوده‌اند. با این حال این موضوعات باعث نشـده اسـت تا از مسیر اصلی، غافل شوند. به صورت کلی اگر بخواهیم این بحث را به پایان برسانیم، تا زمانی که برای شما نام برند مهمتر از کارایی و راحتی شما باشد، هیچ نتیجه مثبتی را به دست نخواهید آورد.

۷-کار برای خود

در آخـر نکته‌ای که باید به آن توجه داشـته باشـید این اسـت که با حقوق محـدود کارمندی، عملا غیرممکن اسـت که در جایگاه میلیونرها قرار گیرید. به همین خاطر نیز توصیه می‌شـود که تا آخر عمر کارمند دیگران بودن را فراموش کرده و پس از تعیین اهداف اصلی خود، در تلاش برای ایجاد کسـب و کار خود باشـید. در این راسـتا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای این موضوع، نمی‌توان زمان دقیقی را مشخص کرد. به همین خاطر عجله بیش از حد شما نیز تنها باعث خواهد شد تا از طی شـدن مسیر درست، محروم شوید. درواقع تاریخ پر است از کارآفرین‌هایی که به علت تلاش برای کسب ثروت سریع، اعتبار خود را نابود کرده‌اند.

منبع: lifehack.org

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| یکشنبه | ۶ مهر ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۳۲ | صفحه ۱۶ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



آیا خواب مناسبی دارید؟ این ۹ سؤال مهم را از خود بپرسید

بعد از یک روز سـخت و پرمشغله، تنها یک خواب راحت و آرام دل‌نشین است. آیا از جمله کسانی هستید که وقتی به رختخواب می‌روید چند سـاعت پهلوبه‌پهلو می‌شوید تا خواب‌تان ببرد، یا وقتی سـر روی بالش می‌گذارید صدای خروپف‌تان بلند می‌شـود؟ به نظر خودتان دچار بی‌خوابی هسـتید؟ با ما همراه باشـید تا چند پیشنهاد برای خوابی راحـت و آرام ارائه دهیـم. برای اینکه خـواب راحت‌تری داشته باشید، این ۹ سوال مهم را از خود بپرسید.

آیا مدام پهلو به پهلو می‌شوم؟

بی‌خوابی رایج‌ترین اختلال خواب اسـت که از هر ۳ نفر، یک نفر به آن مبتلاسـت. بی‌خوابی با افزایش سـن شدت می‌گیرد. احتمال ایجاد اختلال بی‌خوابی در خانم‌ها بیشتر اسـت؛ خصوصاً با وقفه تنفسـی یا آپنه خـواب که بعد از یائسگی اتفاق می‌افتد. علاوه بر آن، بی‌خوابی در بین افراد مجرد، بیکار یا کسـانی که شـرایط اقتصـادی و اجتماعی نامطلوبی دارند هم بیشتر دیده می‌شود.

آیا دچار مشکل تنفسی هستم؟

فرد مبتلا به آپنه خواب ممکن است دچار خروپف‌های با صدای بلند، وقفه‌های کوتاه تنفسی یا نفس‌نفس زدن‌های زیاد شود. در طی آپنه خواب، میزان اکسیژن خون کاهش می‌یابد، ضربان قلب بالا می‌رود و فرد مدام بیدار می‌شـود تا بتواند نفس بکشـد. آپنه سـبب می‌شـود تنفس فرد به مـدت حداقل ۱۰ ثانیه متوقف شـود. آپنـه خواب ممکن اسـت پیامدهای زیادی در کیفیت خـواب، عملکرد روزانه و سلامتی فرد داشته باشد.

چقدر طول می‌کشد تا خوابم ببرد؟

بعضی از انتظارات ما درباره خواب ممکن اسـت اشـتباه باشـد. ایـن تفکر کـه بلافاصله بعـد از دراز کشـیدن در رختخواب به خواب برویم، اشـتباه اسـت. به خواب رفتن بایـد کمتـر از ۱۵ تا ۲۰ دقیقه طول بکشـد که این زمان با بالارفتن سـن می‌تواند تا ۳۰ دقیقه هم به طول انجامد. مسئولیت‌ها، مشکلات زندگی، اضطراب و بیماری می‌تواند روی سرعت به خواب رفتن ما تأثیر بگذارد.

آیا مشکل جدی در زندگی‌ام وجود دارد؟

از دیدگاه روان‌شـناختی و علم پزشکی، گاهی لازم است به فهرسـت مسـائل خواب پایـدار که ممکن اسـت روی شـما تأثیر بگذارد نگاهی بیندازید. ۸۰ نوع اختلال خواب مختلف وجود دارد. با این کار می‌توانید مشکلی که توانایی شـما را در خوابیدن و رفع خسـتگی مختـل می‌کند پیدا کنید.

آیا کودکم به اندازه کافی می‌خوابد؟

کودکانـی که برحسـب نیاز خود، شـب‌ها خواب خوبی ندارنـد، در معرض آسـیب به سـلامت عمومی هسـتند. پزشـکان می‌گویند اختلالات خواب ممکن اسـت آسیب جـدی به ناحیه‌ای در مغز به نـام هیپوتالاموس وارد کند. هیپوتالاموس مسئول تنظیم اشتها و مصرف انرژی در بدن اسـت. پس کودکی که در سـن ۲،۵ سـالگی خواب کافی ندارد، ممکن اسـت در سـن بالاتر دچار اضافه وزن شدید شود.

آیا به سختی از رختخواب بلند می‌شوم؟

فلج خـواب ناتوانی موقتی در حرکـت یا صحبت کردن فردی اسـت که از خواب به بی‌خوابی می‌رود. این بیماری نیـاز به درمان دارد، اما باید از بی‌خوابی، اسـترس و دیگر عوامـل مؤثر جلوگیری شـود. بین ۲۰ تـا ۶۰ درصد افراد ممکن است فلج خواب را تجربه کنند.

آیا در طول روز خسته هستم؟

چرت نیم روزی بسـیار لذت‌بخش اسـت. اگر چرت نیم روزی، شـما را از مرحله اول خواب (چشم برهم گذاشتن) به مرحله دوم (زمانی که فعالیت مغز کند می‌شـود) ببرد، با انرژی و راحت از جا بلند می‌شـوید و هوشیارتر خواهید بـود، اما اگر چـرت نیـم روزی از مرحله بعـدی (خواب عمیق) بگذرد، دیگر به آسـانی از خواب بیدار نمی‌شوید و احتمالاً احسـاس خستگی و بی‌حالی خواهید داشت. برای جلوگیری از خـواب آلودگی بعدازظهر، به مدت ۱۰ تا ۲۰ دقیقه چرت نیم روزی داشته باشید.

آیا شب‌ها خواب خوبی دارم؟

مطالعات پیرامون خواب نشـان می‌دهـد افرادی که هر شـب کمتر از حد نرمال می‌خوابند، ممکن است با کمبود خواب مواجه شوند. در نتیجه ممکن است به طور خفیف یا متوسط، دچار اختلال شناختی، اختلال حرکتی، کج‌خلقی و افزایش وزن باشـند. کم‌خوابی از عوامل ضعف سیسـتم ایمنی بدن اسـت. افراد بزرگسـال بین ۷،۵ تا ۸،۵ ساعت خواب شبانه نیاز دارند.

آیا خیلی زود به خواب می‌روم؟

اگـر خیلی زود بـه خواب می‌روید، شـاید خود را بدون عیب بدانید. خیلی عمیـق می‌خوابید و می‌توانید هر جا و هر زمانی بخوابید. شـاید برای‌تان عجیب باشـد، اما سریع به خـواب رفتن هم نشـانه اختلال خواب اسـت. افرادی کـه در کمتـر از ۵ دقیقه به خواب می‌روند، ممکن اسـت خواب‌آلوده باشند.

منبع: verywellhealth/ucan