روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۳ مرداد ۱۴۰۳

Wed.24 Jul 2024
۱۸ محرم ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۵۰۸
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

به جای گران کردن شهرها، زمین را به مردم واگذار کنیم

کروکی خروج از رکود مسکن در دولت چهاردهم

معامله‌گران مسکن در طول هفته‌های گذشته مردد بودند و برگزاری چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری باعث شد تا آنها از هرگونه دادوستدی در بازار مسکن پرهیز کنند تا وضعیت بازار شفاف‌تر شود. وضعیت رکودی بازار مسکن در تیرماه امسال ادامه داشت و به گفته واسطه‌های ملکی، قیمت‌ها در بازار مسکن پایتخت تغییر چندانی نیافت، اما بررسی فایل‌های فروش مسکن...

۲

دولت پزشکیان باید چه مشکلاتی را چگونه حل کند؟

سه‌ضلعی بحران‌ساز نظام حکمرانی

فرصت امروز: خطیرترین مسائل کشور از منظر تهدید آینده سرزمینی و یا تهدید پایداری جامعه که باید مورد توجه نظام حکمرانی قرار گیرد چیست؟ آیا می‌توان فارغ از چالش‌های موجود، دست به اصلاحات اقتصادی زد؟ آیا فارغ از تحریم‌ها و شکاف‌های اجتماعی و فرهنگی موجود می‌توان به سراغ اصلاح و ترمیم وضعیت رفت؟ «مسعود نیلی» با طرح این پرسش‌ها در نشست «دولت چهاردهم: چالش‌ها و افق پیش‌رو» که به همت انجمن اقتصاد ایران در اتاق بازرگانی ایران برگزار شد، به سه ضلعی بحران‌ساز نظام حکمرانی اشاره کرد و گفت که نظام حکمرانی کشور در یک سه‌ضلعی از بحران‌های مختلف قرار گرفته است. در رأس اول این سه‌ضلعی، ناترازی‌های مالی و زیست‌محیطی قرار گرفته است. کسری بودجه، نظام بانکی و ورشکستگی صندوق‌های بازنشستگی، میانگین تورم را به دو برابر بلندمدت خود رسانده و مخاطرات زیست‌محیطی و ناترازی انرژی، این شرایط را بدتر کرده است. وضعیت نامناسب فقر و کاهش قدرت طبقه متوسط، امکان انجام اصلاح برای رفع ناترازی‌ها را دشوار می‌کند. بنابراین یک بعد مهم از آینده ایران در گرو خروج از ناترازی‌هاست.

به گفته «نیلی»، در رأس دوم این سه‌ضلعی، روابط خارجی است. تحریم‌ها و محدودیت‌های FATF و احتمال روی کار آمدن ترامپ، شرایط ما را خطیر کرده است. نمی‌توان شرایط کشور را بر استمرار شرایط جنگی گذاشت.

۲

بررسی‌ها از کاهش همزمان بیکاری و اشتغال در مناطق روستایی حکایت دارد

پارادوکس بازار کار روستایی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی سنتی در عصر مدرن

بازاریابی ابزار بسیار مهمی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود شرایط یک کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از کارآفرینان در همه مراحل فعالیت شان در بازار به دنبال استفاده از این استراتژی هستند. فرقی ندارد شما یک استارت آپ تازه کار داشته باشید یا برندتان سال‌های سال در بازار یکه تازی کند، در هر صورت استفاده از تکنیک‌های کاربردی در زمینه تعامل با مخاطب امری ضروری خواهد بود. برخی از کارآفرینان خیال می‌کنند پس از مدت زمانی کوتاه دیگر یک استراتژی بازاریابی اثرگذاری‌اش را به طور کامل از دست خواهد داد. این درست همان زمانی است که شما باید نسبت به تغییر نگرش‌تان در بازار اقدام کنید. خب به صرف اینکه عمر یک استراتژی در بازار بی‌نهایت زیاد است، نباید دور آن را خط کشید. این امر می‌تواند دردسرهای زیادی برای کسب و کارها به همراه داشته و حتی اوضاع شما در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار سازد...

۸

اتفاق عجیب در بازار گوشی تلفن همراه

دلار ریخت، گوشی گران شد

۳

یادداشت

انتظار بخش خصوصی از دولت جدید

حسین پیرموذن
عضو هیأت رئیسه اتاق ایران

ثبات و پیش‌بینی‌پذیر بودن شرایط اقتصادی کشورها در دنیایی با پیچیدگی‌های سیاسی و اقتصادی امروزی در سطح ملی و بین‌المللی برای ورود به زنجیره ارزش جهانی، یک ضرورت است. در این مسیر براساس سیاستگذاری‌ها و تعیین اهداف، زمینه عضویت در سازمان‌های منطقه‌ای مهیا می‌شود و خوشبختانه در بسیاری از موارد، علاقه‌مندی به گسترش همکاری‌ها وجود دارد، اما استفاده مؤثر از آنها و ورود به زنجیره ارزش جهانی، پیش‌زمینه‌هایی می‌طلبد که لازم است دولت و حاکمیت به طور جدی به آن ورود کرده و موانع پیش‌رو را از میان بردارند. در دنیای امروزی، کشورها براساس منافع ملی خود و با از بین بردن موانع، رانت‌های متداول، بهبود تصمیم‌گیری‌ها و مدیریت فراگیر در سطوح مختلف، وارد عرصه جهانی شده‌اند. چنانچه به کشورهایی با رشد اقتصادی خوب در چند دهه گذشته نگاه کنیم، درمی‌یابیم که مدیران آنها با اصلاح ساختارها و قوانین و مقررات، زمینه رشد تولید و تجارت را ایجاد و با کاهش تصدیگری‌های دولتی که مخل اقتصاد آزاد و رقابت‌پذیر است، زمینه توسعه اقتصادی را فراهم آورده‌اند.

ادامه در همین صفحه

انتظار بخش خصوصی از دولت جدید

در ایران هم طی سال‌های اخیر سعی شده است با تصویب و اجرای قوانینی از جمله قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار و قانون رفع موانع تولید، زمینه رشد اقتصادی بیشتر فراهم شود که بدون شک شروع خوبی است اما کافی نیست. اینکه بسیاری از این قوانین در اجرا با کندی، تأخیر و نقص همراه است، یک مانع جدی در برابر ایجاد محیطی مناسب برای فعالیت اقتصادی است. حال با عنایت به برگزاری انتخابات ریاست جمهوری و استقرار دولت چهاردهم در آینده نزدیک و با توجه به رویکرد «مسعود پزشکیان» که در دیدار با همه ارکان نظام، نویدبخش یک همدلی و همراهی در سطوح مختلف و به دور از دعواهای جناحی است، امیدواریم شاهد بهبود وضعیت اقتصادی کشور باشیم و زمینه بهبود محیط کسب‌وکار و رقابت‌پذیر برای بخش خصوصی فراهم شود.

دولت چهاردهم با تغییر نگرش روی سیاستگذاری در حوزه‌های مختلف متمرکز شود و امور غیرحاکمیتی را به بخش خصوصی بسپارد و با ثبات اقتصادی، زمینه فعالیت بخش خصوصی را فراهم کند. برای بخش خصوصی، ثبات و پیش‌بینی پذیر بودن شرایط اقتصادی، بسیار مهم و حیاتی است و اولین انتظاری که بخش خصوصی از دولت دارد، این است که با همراهی همه ارکان نظام، آرامش را به اقتصاد ایران بازگرداند و با رفع موانع تولید و عدم صدور بخشنامه‌ها و مقررات خلق‌الساعه، راه را برای تصمیم‌گیری‌های اصولی و بلندمدت بخش خصوصی فراهم کند.

شانس پیروزی دموکرات‌ها در مقابل ترامپ در انتخابات آمریکا چقدر است؟

پایان نیم قرن حضور سیاسی بایدن

تصمیم حساس «جو بایدن» برای کناره‌گیری از رقابت‌های انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا، غروب یک دوران حرفه‌ای در حوزه سیاست است که بیش از ۵۰ سال طول کشید؛ تجربه نیم قرن هیجان و تنگناهای سیاسی و تراژدی شخصی.

به گزارش «اکوایران»، تلاش «بایدن» برای ریاست جمهوری، سه دهه قبل از اینکه سرانجام در سال ۲۰۲۱ به آن دست یابد، آغاز شد. مسن‌ترین رئیس‌جمهور آمریکا که البته با اکراه و تحت فشار، در یک لحظه از سیاست کناره‌گیری کرد. این سفر پرتلاطم برای فردی که خود را «پذیرنده بزرگ سرنوشت» توصیف می‌کند، در ۸۱ سالگی حالا به نقطه پایان رسیده، آن هم با تعظیم در برابر تصمیم رهبران دموکرات که هیچ بارقه امیدی برای پیروزی او بر «دونالد ترامپ» در انتخابات نوامبر ۲۰۲۴ نمی‌دیدند. «بایدن» در نامه‌ای که روز یکشنبه در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرد، نوشت: «این بزرگ‌ترین افتخار زندگی من بود که به عنوان رئیس‌جمهور شما خدمت کنم و در حالی که قصد من این بوده است که دوباره انتخاب شوم، معتقدم به نفع حزب و کشورم است که کناره‌گیری کنم و تنها بر انجام وظایف خود به عنوان رئیس‌جمهور برای باقیمانده دوره خود تمرکز کنم.» نامه‌ای که البته یادآور متن بازنشستگی «جرج واشنگتن» از قدرت است.

دومین کناره‌گیری در ۵۶ سال گذشته

شک و تردیدهایی که از عملکرد فاجعه‌بار «جو بایدن» در مناظره نخست با «دونالد ترامپ» به وجود آمد، آنقدر زیاد بود که موجب شد او تنها چند ماه قبل از انتخابات ریاست جمهوری از ادامه رقابت‌ها کنار بکشد. البته او اولین نفری نیست که در حالی که رئیس‌جمهور است، داوطلبانه از رقابت برای دور بعدی کنار می‌کشد. «لیندون بی. جانسون» ۵۶ سال قبل هم چنین تصمیمی گرفته بود. «لیندون جانسون»، یکی از چهره‌های مسلط کنگره پس از ترور وحشتناک «کندی»، جانشین رئیس‌جمهور شد و سپس در سال ۱۹۶۴ بزرگ‌ترین پیروزی ریاست‌جمهوری از زمان روی کار آمدن «روزولت» را به دست آورد. چهار سال بعد در ۳۱ مارس ۱۹۶۸، «جانسون» وقتی اعلام کرد که دیگر نامزد نخواهد شد، جهان را شوکه کرد. او به دلیل باتلاق نظامی آمریکا در ویتنام و آشفتگی پیرامون جنگ و حقوق مدنی در داخل ایالات متحده عقب‌نشینی کرد. او فرسوده شده بود و امیدوار بود که انرژی خود را بر حل این درگیری‌ها متمرکز کند. حالا «بایدن» هم راه او را تکرار می‌کند البته با اکراه.

«بایدن» در اسکرانتون پنسیلوانیا و در یک خانواده کاتولیک طبقه کارگر رشد کرد که در تمایلات سیاسی او، نقش اساسی داشته است. او یکی از باسابقه‌ترین دولتمردانی است که به دفتر بیضی شکل وارد شده. «بایدن» ۳۶ سال به عنوان سناتور ایالت دلاور و هشت سال به عنوان معاون رئیس‌جمهور فعالیت کرد، اما همه این زمانی که برای جمع‌آوری تجربه صرف شد، در نهایت به مهمترین چالش وجودی او به عنوان رئیس‌جمهور تبدیل شد: کهولت سن که هوشیاری‌اش را تحت تاثیر قرار داد. او حتی برای تکمیل جملات خود سخت تلاش می‌کرد و مواقعی هم روی صحنه گیج به نظر می‌رسید و این سیگنال واضح را به دموکرات‌ها داده بود که ادامه این روند هم حزب و هم میراث «بایدن» را خدشه‌دار می‌کند، اما «بایدن» زیر بار نمی‌رفت و عملکرد خود را در مناظره صرفا یک «شب بد» می‌دانست. او می‌گفت حتی اگر راه رفتن و تکلمش سخت شده باشد، کارکردهای شناختی‌اش عالی عمل می‌کنند. از سابقه‌اش در سرپیچی از شک‌ها صحبت کرد، به پایگاه سیاسی رأی‌دهندگان سیاه‌پوست و اعضای اتحادیه‌ها روی آورد که مدت‌ها باعث پیشروی حرفه سیاسی او شده بود و در پی آن بود که نبرد بین طبقه متوسط و «میلیونرها» را بازطراحی کند و در کنفرانس خبری ۱۱ جولای خود گفت: « باید این کار را تمام کنیم. چون خیلی چیزها در خطر است.»

آغاز حضور سیاسی با یک تراژدی شخصی

«بایدن» در این سال‌ها با غلبه بر ناملایمات، اعتماد به نفس زیادی پیدا کرد و شاید همین موضوع، دلیل آن بود که چرا در روزهای پس از مناظره اصرار داشت که در رقابت باقی بماند و برنده شود. آغاز کار «بایدن» در عرصه سیاست از آنجا شروع شد که او در سال ۱۹۷۲، دو هفته قبل از ۳۰ سالگی و واجد شرایط شدن برای خدمت در سنا، یک سناتور دو دوره‌ای و فرماندار سابق جمهوری‌خواه را شکست داد. او با حدود ۳ هزار رأی بیشتر برنده شد، اما در شش انتخابات بعدی دیگر هیچ رقابت نزدیکی را تجربه نکرد و شش دوره شش ساله در سنا خدمت کرد. «بایدن» در حالی که خود را برای سوگند به سنا پس از اولین انتخاب آماده می‌کرد، با ترومای خانوادگی ویرانگری مواجه شد. همسرش، «نیلیا» و دختر شیرخوارش، «نائومی» در تصادف با یک کامیون درجا کشته و دو پسر خردسالش «جوزف» و «هانتر» هم به شدت مجروح و بستری شدند. سناتور منتخب، واشنگتن را ترک کرد و به دلاور بازگشت و تصمیم گرفت که کرسی سنا را رها کند تا به پسران خردسال خود رسیدگی کند، اما برخی از سناتورهای بازنشسته از او خواستند که به طور موقت این کار را بپذیرد. یکی گفت که «فقط شش ماه بماند» و او موافقت کرد. «بایدن» در کنار تخت بیمارستان سوگند یاد کرد و همین حضور موقت شش ماهه در نهایت به ماندگاری ۳۶ ساله او در سنا منجر شد. ریاست کمیته روابط خارجی سنا باعث شد تا «باراک اوباما» در سال ۲۰۰۸ او را به عنوان معاون خود انتخاب کند.

استقامت و همدلی حاصل از غلبه بر تراژدی شخصی به بخش مهمی از برند سیاسی «بایدن» تبدیل شد. او اغلب درباره دوران کودکی‌اش می‌گفت که در آن به دلیل لکنت مورد آزار و اذیت قرار می‌گرفت و توانست در چنین شرایطی به موفقیت دست پیدا کند. «بایدن» به رغم اینکه جوان‌ترین سناتور کشورش بود، از دوران کودکی آرزوی ریاست جمهوری را داشت و در سال ۱۹۷۴ به «مجله واشنگتن» گفت که خانواده‌اش انتظار داشتند او «یکی از این روزها» در کاخ سفید باشد. پنج دهه طول می‌کشد تا «بایدن» به هدفش برسد، تلاشی که با کمک خانواده‌ای صمیمی که مدت‌ها به عنوان اعتماد مغز سیاسی او عمل می‌کردند، از جمله بانوی اول، «جیل بایدن» که در سال ۱۹۷۷ با او ازدواج کرد؛ محقق شد.

اولین تلاش‌ها برای ورود به کاخ سفید

«بایدن» اولین بار در سال ۱۹۸۸ نامزد ریاست جمهوری شد و در اوایل به عنوان یکی از نامزدهای پیشرو برای نامزدی دموکرات‌ها در نظر گرفته شد، اما نامزدی او با یک رسوایی سرقت ادبی تحت تاثیر قرار گرفت. توفان ناشی از گزارش‌های خبری مبنی بر اینکه او در سخنرانی‌های مبارزات انتخاباتی، بخش‌هایی را از دیگر سیاستمداران بدون اعتبار برداشته بود، منجر شد تا تصویری مخدوش از او در انظار عمومی ایجاد شود. رئیس‌جمهور تقریبا ۳۷ سال بعد پس از عملکرد مناظره‌ای متزلزل بود. «بایدن» در سال ۱۹۸۷، مشابه واکنش امروزی‌اش به مبارزات انتخاباتی در بحران، یک کنفرانس خبری مهم برگزار کرد که در آن اعتراف کرد مرتکب اشتباهی «احمقانه» شده است و سعی کرد کانون توجهات را به موضوعات دیگر برگرداند، اما نتوانست این هیاهو را آرام کند و خانواده و مشاوران نزدیک قانعش کردند که باید کناره‌گیری کند. پس از کناره‌گیری از رقابت در سال ۱۹۸۸، «بایدن» تمرکز خود را دوباره به سنا معطوف کرد، جایی که ریاست کمیته قضایی، او را در موقعیت حساسی قرار داد تا بر نامزدهای جنجالی دیوان عالی و همچنین قوانین محوری مربوط به جرم، اسلحه و خشونت خانگی نظارت کند.

نامزدی بعدی «بایدن» برای ریاست جمهوری، حدود ۲۰ سال بعد رخ داد که مظهر نوعی آشفتگی بود که بر زندگی سیاسی او حاکم شده بود. او برای غلبه بر یکسری گاف‌های اولیه تلاش کرد و در انتخابات ایالات آیووا در سال ۲۰۰۸ کمتر از یک درصد آرا را به دست آورد. «بایدن» بلافاصله از رقابت انتخاباتی که تحت سلطه دو همکار مشهور سنا، «اوباما» و «هیلاری کلینتون» بود، کنار رفت. اما اهداف او برای رسیدن به کاخ سفید ماه‌ها بعد دوباره احیا شد، زمانی که «اوباما» نامزد قطعی دموکرات‌ها شد و از او خواست که معاون ریاست‌جمهور شود. او در مصاحبه‌ای با کمدین «کانن اوبراین» در سال ۲۰۲۳ گفت که ابتدا این پیشنهاد را رد کرد، اما «اوباما» از او خواست تا با خانواده‌اش صحبت کند. «بایدن» زمانی که با مادرش در مورد این پیشنهاد صحبت می‌کند، این جواب را می‌شنود: «اجازه بده این را درست بفهمم، عزیزم. اولین مرد سیاه‌پوست شانس رئیس‌جمهور شدن را دارد و به تو نیاز دارد و تو به او نه گفتی؟» «بایدن» در طول هشت سال به عنوان معاون رئیس‌جمهور، نقش مهمی را به عنوان رابط با کنگره و به عنوان آخرین مشاور در اتاق قبل از تصمیم‌گیری‌های حیاتی، به ویژه در مورد سیاست خارجی ایفا کرد. او در مهمترین لحظات «اوباما» شریک بود؛ معروف است که تصویب یک لایحه مهم مراقبت‌های بهداشتی را «توافق بزرگ» اعلام کرد.

شکست کلینتون و عزم مجدد بایدن

«بایدن» در اواخر دور دوم ریاست جمهوری خود به عنوان معاون رئیس‌جمهور، با یک تراژدی خانوادگی دیگر روبه‌رو شد. پسرش «بو»، دادستان کل وقت دلاور که به عنوان نامزد احتمالی آینده برای پست ملی شناخته می‌شد، در سال ۲۰۱۵ در سن ۴۶ سالگی بر اثر سرطان مغز درگذشت. مرگ «بو» در آینده سیاسی «بایدن»، تاثیر زیادی داشت؛ چراکه او با تصمیمات متعددی در مورد نامزدی ریاست جمهوری در سال‌های بعد مواجه شد. «بایدن» در سال ۲۰۱۶ دوباره در نظر داشت نامزد انتخابات شود، اما در نهایت با اشاره به غم و اندوه خود از مرگ «بو» و به طور خصوصی از این واقعیت که «اوباما» و دیگر رهبران دموکرات، «هیلاری کلینتون» را به او ترجیح داده بودند، از حضور در انتخابات انصراف داد. «ترامپ» در نوامبر همان سال «کلینتون» را شکست داد و «بایدن» به این نتیجه رسید که بهتر بود در انتخابات شرکت می‌کرد. این شکست دموکرات‌ها باعث شد تا عزم او برای تکیه بر غرایز خود افزایش پیدا کند و برای شکست «ترامپ» در سال ۲۰۲۰ نامزد شود. این «اعتماد درونی» زمانی که «بایدن» با موجی از درخواست‌ها برای کناره‌گیری از رقابت‌های انتخاباتی ۲۰۲۴ مواجه شد، دوباره خود را نشان داد.

«بایدن» در ابتدا تمایلی به باور نظرسنجی‌ها و کارشناسانی که نشان می‌دهند او در نوامبر امسال از «ترامپ» شکست خواهد خورد، نداشت؛ موضوعی که تا حدودی به دلیل تجربه‌اش در انتخابات ۲۰۲۰ بود. او در آن سال انتخابات مقدماتی دموکرات‌ها را با شکست‌های مفتضحانه‌ای آغاز کرده بود و در آیووا چهارم و در نیوهمپشایر پنجم شد، اما او عقب ننشست و سعی کرد با حضور در ایالت‌های متنوع‌تر، رأی بیشتری جذب کند و به لطف حمایت گسترده رأی‌دهندگان سیاه‌پوست که جان تازه‌ای در نامزدی او دمیدند، در کارولینای جنوبی به پیروزی چشمگیری دست یافت. «بایدن» نامزد دموکرات‌ها شد و «ترامپ» را در انتخابات عمومی شکست داد و چهل و ششمین رئیس‌جمهور آمریکا شد. معاون او، «کامالا دی. هریس» به عنوان اولین زن سیاه‌پوست و آسیایی آمریکایی که این نقش را برعهده داشت، تاریخ‌ساز شد. او بیش از ۸۱,۲ میلیون رأی کسب کرد که بیشترین رأی از هر نامزد ریاست جمهوری تاکنون بود، اگرچه «کالج الکترال» آنقدر رقابت تنگاتنگی داشت که تغییر کمتر از ۴۵ هزار رأی در سه ایالت، برنده انتخابات را به سمت «ترامپ» سوق می‌داد.

نقش رهبر انتقالی حزب دموکرات

همانند بسیاری از دوران کاری او، ریاست جمهوری «بایدن»، ملغمه‌ای از تضادها بوده است. او با موفقیت قوانین عمده‌ای را در زمینه زیرساخت‌ها، تغییرات آب و هوا و بهبود اقتصادی پیش برد، بر ایجاد ۱۵ میلیون شغل نظارت داشت و به احیای اتحادهای حیاتی جهانی کمک کرد. با این حال در همان زمان، نظرسنجی‌ها نشان می‌داد که محبوبیت او به طرز قابل توجهی پایین است، موضوعی که ناشی از خروج پرسروصدای سربازان در سال ۲۰۲۱ از افغانستان، تورم سرسختانه، رکوردزنی مهاجرت در مرز جنوبی و نگرانی‌های ناشی از سن او بود. «بایدن» در حالی به قدرت رسیده بود که خود را یک رهبر انتقالی حزب اعلام کرده و متعهد شده بود که «پلی» برای نسل بعدی رهبران دموکرات باشد. اما زمانی که پس از عملکرد خوب حزبش در انتخابات میان‌دوره‌ای سال ۲۰۲۲، حرف انتخاب مجددش را پیش کشید، در مورد اینکه آیا برای یک دوره هم خدمت خواهد کرد یا نه، تردید نداشت. تصمیم او برای کناره‌گیری از رقابت‌های انتخاباتی بسیار دیر در چرخه مبارزات انتخاباتی تضمین می‌کند که ریاست‌جمهوری او به‌عنوان یک دوره انتقالی به یاد می‌ماند؛ اگرچه نتیجه انتخابات می‌تواند تعیین کند که این انتقال در نهایت به چه چیزی منجر می‌شود.

تصمیم «بایدن»، خاطرات «جانسون» دموکراتی را تداعی می‌کند که در سال ۱۹۶۸ پس از موفقیت در سیاست‌های داخلی و تحت فشار به خاطر مدیریتش در جنگ ویتنام، از نامزدی برای دور دوم ریاست جمهوری خودداری کرد و در نتیجه معاون او، «هوبرت همفری» به «ریچارد ام. نیکسون» جمهوری‌خواه باخت. «بایدن» در شرایطی که میراث او به حالت تعلیق درآمده است، باید انرژی خود را به سمت تقویت نامزد دیگری در برابر مردی معطوف کند که او را تهدیدی برای دموکراسی نامیده است. قبل از ترک رقابت و کناره‌گیری از یک عمر خدمت دولتی، از «بایدن» پرسیده شد که اگر در رقابت بماند و به «ترامپ» ببازد، چه معنایی خواهد داشت و او جواب داد: «من برای میراث خود اینجا نیستم. من اینجا هستم تا کاری را که شروع کرده‌ام تکمیل کنم.»

نگـــاه

ارزش مالی مدال‌های المپیک پاریس چقدر است؟

جذاب‌ترین پاداش المپیک ۲۰۲۴

شـمارش معکوس المپیک ۲۰۲۴ آغاز شـده و مشـعل بازی‌های المپیـک پاریس روز جمعه با برگزاری مراسـم افتتاحیه در رودخانه سـن روشن می‌شود. این رویداد بزرگ ورزشی در شهر پاریس برگزار می‌شود و به مدت دو هفته ادامه دارد. این سومین بار در تاریخ است که شـهر پاریس (پس از سـال‌های ۱۹۰۰ و ۱۹۲۴) میزبان المپیک می‌شود و از آخرین باری که پایتخت فرانسه میزبان بازی‌های المپیک بود، دقیقا یک قرن کامل می‌گذرد. المپیک پاریس در حالی از جمعه آینده آغاز می‌شود که ارزش مالی مدال‌های طلا، نقره و برنز المپیک به ترتیب ۸۵۰ دلار، ۴۵۰ دلار و ۵ دلار برآورد شـده اسـت. کسـب مدال طلا، نقره یا برنز در بازی‌های المپیک یا پارالمپیک، یک موفقیت باورنکردنی است اما آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که سنت اهدای مدال از چه زمانی آغاز شده و این مدال‌ها واقعا چقدر ارزش دارند؟

بـه گزارش هفته‌نامه تایم آمریـکا، هنگامی که بازی‌های المپیک در سـال ۱۸۹۶ در آتن احیا شـد، به برندگان مقـام اول یک مدال نقره، یک شـاخه زیتون و یک دیپلم اهدا شد. ورزشـکارانی که مقام دوم را کسب کردند مدال برنز یا مس و همچنین یک شاخه لورل و یک دیپلم دریافت کردند. طبق اعلام کمیته بین‌المللی المپیک (IOC)، اولین بار مدال‌های طلا، نقره و برنز برای مقام‌های اول، دوم و سوم در سال ۱۹۰۴ اهدا شـد، زمانی که بازی‌ها در سـنت لوئیس برگزار شد، اما مدال‌های المپیک از چه فلزی سـاخته شـده‌اند؟ با وجود نامش، مدال طلا کاملا طلای خالص نیست. طبق گفته کمیته بین‌المللی المپیک، در آخرین بازی‌های المپیک تابستانی که در سال ۲۰۲۱ در شهر توکیو برگزار شد، مدال طلا عمدتا از نقره خالص و با بیش از ۶ گرم روکش طلا تشـکیل شده بود. مدال نقره شامل نقره خالص بود و مدال برنز حدود ۹۵ درصد مس و ۵ درصد روی بود. مدال‌های بازی‌های توکیو از فلز استخراج‌شده از وسایل الکترونیکی مصرفی بازیافتی ساخته شده بودند و در بازی‌های المپیک تابستانی ریودوژانیرو ۲۰۱۶، مدال‌های نقره و برنز ساخته شده برای بازی‌ها از حدود ۳۰ درصد مواد بازیافتی تشکیل شده بود.

البته کمیته سازماندهی بازی‌های المپیک و پارالمپیک پاریس ۲۰۲۴ به درخواسـت اطلاعات درباره ترکیب خاص مدال‌های امسال پاسخی نداد. آنطور که در وب‌سایت رسمی بازی‌های المپیک پاریس آمده است، برای بازی‌های امسـال هر مـدال دارای یک قطعه آهـن اصلی از برج ایفل اسـت. از آنجایی که این برج در طول سـال‌ها تحت بازسازی‌های زیادی قرار گرفته است، برخی از قطعات حذف و حفظ شده‌اند. شرکت بهره‌بـرداری بـرج ایفل، اجازه اسـتفاده از این قطعات اصلـی را برای مدال‌های المپیک و پارالمپیک امسال داده است.

وب‌سـایت بازی‌های المپیـک ۲۰۲۴ همچنین هزینه هـر مدال را مشـخص نکرده اسـت. اما براسـاس ارزش طلا و نقره و طبق گزارش NBC Sports، یک مدال طلا احتمالا حدود ۷۵۰ تا ۸۵۰ دلار قیمت دارد. همزمان «سی‌ان‌ان» گزارش داده که یک مدال نقره احتمالا حدود ۴۵۰ دلار ارزش دارد؛ در حالی که یک مدال برنز ممکن اسـت حدود ۵ دلار ارزش داشـته باشـد. با این حال این مدال‌ها، نمادی از موفقیت هسـتند و زمانی که به فروش می‌رسند، قیمت‌های بسیار بالاتری پیدا می‌کنند. به‌خصوص که ورزشکاران مدال‌های خود را به دلیل مشکلات مالی یا جمع‌آوری پول برای خیریه‌ها می‌فروشـند؛ به عنوان مثال، در سـال ۲۰۲۱، مدال طلای بازی‌های المپیک ۱۸۹۶ آتن به قیمت بیش از ۱۸۰ هزار دلار فروخته شد.

موضوع جالب دیگر در المپیک ۲۰۲۴ پاریس، میزان پاداش قهرمانان کشورهاسـت. کشـورهای مختلف با توجه به اهمیت کسـب مدال در المپیـک، برای افزایش انگیزه ورزشـکاران، پاداش‌های مالی ویژه‌ای را برای آنها در نظر می‌گیرند. به گزارش «خبرآنلاین»، بازی‌های المپیک ۲۰۲۴ در راه است و این رویداد بزرگ ورزشی در حالی در شهر پاریس برگزار خواهد شـد که المپیک همیشه نماد ایجاد شور و شعف در بین ورزشکاران و تماشاگران برای پشت سر گذاشتن یک رویداد هیجان‌انگیز اسـت. مردم پاریـس پیش از این در سـال‌های ۱۹۰۰ و ۱۹۲۴ از این رویـداد اسـتقبال کردند و از آخرین باری که میزبـان بودند، یک قرن می‌گذرد. از آنجایی که مسـابقات المپیک هر چهار سال یک بار برگزار می‌شـود، برای ورزشـکارانی که تمام زندگی خود را برای این رقابت‌ها می‌گذارند، حضور در این مسـابقات مثل یـک معامله بزرگ و یا حتی یک قمار می‌ماند. ورزشکاران با توجه به ساعت‌های بی‌شماری که صرف تمرین می‌کنند و زمان بسـیار کمی برای کسـب درآمد خارج از زمان تمرین دارند، انتظـار دارند در صورت موفقیت بتوانند تمام پول‌های از دسـت رفته خود را جبران کنند و حتی با دریافت پاداشی قابل توجه، ادامـه زندگی خود را تضمین کنند. بنابراین کشـورها تلاش می‌کنند به بهترین شـکل، جواب قهرمانان خـود را در این رقابت‌ها بدهند و با پرداخت پاداش و یا حقوق دائم‌العمر، زندگی آنها را تامین کنند که هیچ دغدغه‌ای جز ورزش و تمرین و مدال‌آوری نداشته باشند.

اما آیا کمیته بین‌المللی المپیک هم به ورزشـکاران حقوق می‌دهد؟ کمیتـه بین المللی المپیک نه برای شـرکت در بازی‌ها پول می‌دهد و نه برای کسـب مدال‌های طـلا، نقره و برنز. با این حـال، چیزهایی به نام «پاداش مدال المپیک» وجود دارد و جوایز پولی اسـت که توسـط کشورها به قهرمانان‌شـان در المپیک اعطا می‌شود. بنابراین اساسا اگر برنده شـوید، کشور زادگاه شـما مقداری پول به عنوان پاداش به شما پرداخت خواهد کرد و نه چیز دیگری. بنابراین باید بپرسیم که بیشترین پاداش المپیک را کدام کشورهای جهان به ورزشکاران خود می‌دهند؟ دو کشور چین تایپه و سنگاپور که در دوره قبلی المپیک توکیو بیشترین پاداش را به ورزشکاران‌شان دادند، هنوز اعلام نکرده‌اند که به مدال‌آوران خود در المپیک پاریس چقدر پاداش خواهند داد. در المپیک گذشـته سـنگاپور به ورزشکارانش که مدال طلا کسب کردند یک میلیون دلار پرداخت و چین‌تایپه نیز به دارندگان مدال طلا، ۷۱۶ هزار دلار پاداش داد. شاهزاده محمد بن سلمان، ولیعهد عربستان نیز یک میلیون دلار به دارنده مدال نقره این کشـور در توکیو داد و هنوز اعلام نشده است که برای مسـابقات پاریس چقدر پاداش خواهند داد. با توجه به اینکه این کشورها پاداش‌شان را برای المپیک پاریس اعلام نکردند، هنوز نمی‌توان به جرأت در این زمینه قضاوتی انجام داد.

در ایران نیز وزارت ورزش ۸ میلیارد تومان و کمیته المپیک هم ۱۰ میلیارد تومـان برای مدال طلا پاداش می‌دهنـد که مجموعا برندگان مدال طلا ۱۸ میلیـارد تومان (حدود ۳۰۰ هزار دلار) پاداش می‌گیرند که این رقم بالاتر از مبلغ جوایز اغلب کشورهاسـت. شـاید جالب‌ترین برنامه پرداخت مدال برای المپیک ۲۰۲۴ برای لهستان باشد، که جشن صدمین سالگرد اولین حضورش در المپیک را به تازگی گرفته است. به گفته سخنگوی کمیته المپیک لهستان، هر ورزشکاری که در مسابقات المپیک پاریس مدال طلا کسـب کند ۶۵ هـزار دلار، یک الماس برای سـرمایه‌گذاری و بلیت سفر تعطیلات برای دو نفر به ارزش تقریبی ۲۵ هـزار دلار دریافت خواهد کرد. همچنیـن به دارندگان هر مدال طلای لهستان یک آپارتمان دو خوابه در ورشو داده می‌شود. سخنگوی کمیته المپیک لهسـتان در ایمیلی نوشت: آپارتمان‌ها در پایان سال ۲۰۲۵ یا در ابتدای سال ۲۰۲۶ برای استفاده به مدال‌آوران تحویل داده می‌شوند، بنابراین ما نمی‌توانیم ارزش آنها را امروز تخمین بزنیم. همچنین پاداش ورزشـکاران آمریکایی برای المپیک پاریس تغییری نکرده و آنطور که اعلام شده است، ورزشکاران آمریکایی برای هر مدال طلا در پاریس ۳۷ هـزار و ۵۰۰ دلار، برای مدال نقره ۲۲ هزار و ۵۰۰ دلار و برای برنز ۱۵ هزار دلار دریافت خواهند کرد. ورزشـکاران ایالات متحده آمریکا با ۳۹ طلا، ۴۱ نقره و ۳۳ برنز در صدر جدول توزیع مدال‌های المپیک توکیو قرار گرفتند و در این دوره نیز رقابت اصلی را با چین برای صدرنشینی در جدول مدالی خواهند داشت.

دولت پزشکیان باید چه مشکلاتی را چگونه حل کند؟

سه‌ضلعی بحران‌ساز نظام حکمرانی

فرصت امروز: خطیرترین مسائل کشور از منظر تهدید آینده سرزمینی و یا تهدید پایـداری جامعه که باید مورد توجه نظام حکمرانی قرار گیرد چیسـت؟ آیا می‌تـوان فارغ از چالش‌هـای موجود، دسـت به اصلاحات اقتصادی زد؟ آیا فارغ از تحریم‌ها و شکاف‌های اجتماعی و فرهنگی موجود می‌توان به سـراغ اصلاح و ترمیم وضعیت رفت؟ «مسـعود نیلی» با طرح این پرسش‌ها در نشست «دولت چهاردهم: چالش‌ها و افق پیش‌رو» که به همت انجمن اقتصاد ایران در اتاق بازرگانی ایران برگزار شد، به سه ضلعی بحران‌سـاز نظام حکمرانی اشاره کرد و گفت که نظام حکمرانی کشور در یک سـه‌ضلعی از بحران‌های مختلف قرار گرفته اسـت. در رأس اول این سـه‌ضلعی، ناترازی‌های مالی و زیسـت‌محیطی قرار گرفته است. کسری بودجه، نظام بانکی و ورشکستگی صندوق‌های بازنشستگی، میانگین تورم را به دو برابر بلندمدت خود رسـانده و مخاطرات زیست‌محیطی و ناترازی انرژی، این شرایط را بدتر کرده است. وضعیت نامناسب فقر و کاهش قدرت طبقه متوسـط، امکان انجام اصلاح برای رفع ناترازی‌ها را دشوار می‌کند. بنابراین یک بعد مهم از آینده ایران در گرو خروج از ناترازی‌هاست.

به گفتـه «نیلی»، در رأس دوم این سـه‌ضلعی، روابط خارجی اسـت. تحریم‌ها و محدودیت‌های FATF و احتمال روی کار آمدن ترامپ، شرایط ما را خطیر کرده است. نمی‌توان شرایط کشور را بر استمرار شرایط جنگی گذاشـت. تداوم محدودیت‌های بین‌المللی، اصلاحات در بازارهای انرژی و مخاطرات زیسـت‌محیطی و کسری بودجه را غیرممکن کرده و اقتصاد را ضعیف‌تر کرده و طمع خارجی‌ها را برای گرفتن امتیاز تقویت می‌کند. در رأس سوم سه‌ضلعی بحران‌ها، شـکاف‌های بین نسلی قرار دارد. باورهای بخشـی از نسل کشـور از جمله زنان و جوانان در تقابل با نگاه فرهنگی و اجتماعی حاکم است. محدودیت‌های اینترنت و سخت‌گیری‌های فرهنگی، تقابل‌ها را به‌جایی رسـانده که شـکاف‌های بین نسلی را تشدید کرده که در کنـار دو مورد قبل، اوضاع را برای اصلاح و بهبود اجتماعی و اقتصادی سخت‌تر خواهد کرد.

ضلع اول بحران: انواع ناترازی‌ها

«مسعود نیلی» در ادامه این نشست از شرایط سه ضلع بحران‌ساز در نظام حکمرانی کشور سـخن گفت و توضیح داد: نظام حکمرانی کشور در مرکـز یک قاب سـه‌ضلعی قرار دارد و در رأس اول این سـه‌ضلعی، مجموعـه هولناکی از ناترازی‌ها قرار گرفته اسـت. بودجه و نظام بانکی و صندوق‌های بازنشسـتگی با ناترازی‌هایی در مقیاس بزرگ، میانگین تورم را به دو برابر مقدار تاریخی بلندمدت خود رسانده است و ناترازی انرژی و آب و خاک، آینده سرزمینی ایران را در معرض مخاطره جدی قرار داده است. شرایط وخیم ناترازی‌ها نشان می‌دهد که راهبردهای به کار گرفته شـده در حکمرانی منابع طبیعی و حکمرانی مالی با شکست مواجه شده اسـت. ناترازی انرژی برای یکی از ثروتمندترین کشورهای جهان از نظر برخورداری از منابع طبیعی، شـاخصی بارز برای آن است که نشان دهد چگونه توانسـته‌ایم از وفور، کمبود بحران‌ساز بیافرینیم. ضمن اینکه ناترازی‌های مالی با شـدت بخشیدن به تورم، هم اصلاحات اقتصادی برای رفع آنها را ناممکن و دشـوار می‌سـازد و هم به تخریب منابع طبیعی شدت می‌بخشد؛ به عنوان مثال، راز دورقمی شدن مصرف بنزین در سـال‌های ۱۴۰۰ به بعد نسـبت به رشد متوسط ۶ درصد در بلندمـدت را باید در تورم این سـال‌ها جسـت‌وجو کرد کـه در نتیجه بزرگ‌تر شـدن ابعاد ناترازی‌ها به وجود آمده اسـت. وضعیت نامناسب فقر و کاهش جمعیت قشـر متوسـط از یک طرف، امکان‌پذیری انجام اصلاحـات اقتصادی متعارف بـرای رفع ناترازی‌ها را دشـوار می‌کند و از طرف دیگر، احتراز از انجام این کار، تصویر آینده از فقر و نامناسـب شـدن معیشت مردم را بدتر می‌کند؛ پارادوکس خطرناکی که در درون خود به تنهایی قابل حل نیسـت. مسیر طبیعی آن هم به سمت شرایط بحرانی اسـت. بنابراین یـک بعد مهم از آینده ایـران در گرو چگونگی خروج پایدار از ناترازی‌ها شکل گرفته است.

ضلع دوم بحران: روابط خارجی

این اسـتاد دانشگاه سـپس به روابط خارجی به عنوان ضلع دوم بحران اشـاره کرد و افزود: در رأس دوم این مثلث، وضعیت خطیر روابط خارجی ایـران قرار گرفته اسـت. این موضـوع خود را در تحریم‌های سـنگین و محدودیت‌های برآمده از نپیوسـتن به کنوانسـیون اف‌ای‌تی‌اف و شرایط غیرقابل پیش‌بینی خاورمیانه و بالاخره چشم‌انداز به قدرت رسیدن ترامپ برای کشـوری که هیچ شریکی در جهان ندارد و عضو هیچ پیمان تجاری نیست، نشان می‌دهد. خلاصه اینکه تحریم‌ها و محدودیت‌های FATF و احتمال روی کار آمدن ترامپ، شرایط ما را مخاطره‌آمیز کرده است. جایی را که به صورت آرمانی از آن شـروع کردیم، استقلال کشور بود اما جایی که در انتها به آن رسـیدیم، درگیر شـدن تمام عیـار در جنگ اقتصادی اسـت. هیچ کشوری نمی‌تواند اساس نظام حکمرانی خود را در بعد روابط بین‌الملل بر اسـتمرار شـرایط جنگی بگذارد. تداوم شرایط محدودکننده بین‌المللی و منطقه‌ای به‌طور خـودکار، اصلاحات در بازارهای انرژی، ارز، آب، بانک و بودجه را به لحاظ هزینه‌های سنگینی که به خانوارها تحمیل می‌کند، ناممکن می‌سـازد و با تـداوم ناترازی‌ها، اقتصادمـان روز به روز ضعیف‌تر می‌شود و با ضعیف‌تر شدن اقتصاد، روز به روز طمع قدرت‌های کوچک و منطقـه‌ای و بزرگ برای گرفتن امتیاز از ایران عزیز اما ضعیف، بیشتر و بیشتر می‌شود.

ضلع سوم بحران: شکاف اجتماعی

به گفته «نیلی»، در رأس سـوم مثلث، شـکاف‌های عمیق اجتماعی و فرهنگی عمدتا بین نسـلی قرار گرفته اسـت. باورهای جمعی بخشی از جمعیت کشـور که عمدتا در نسـل جوان و زنان متجلی شـده است، در تقابل جدی با الگوهای رسمی مورد نظر نظام حکمرانی است. از این منظر با پدیده‌ای بسـیار جدی مواجهیم. مواردی از قبیل فیلترینگ اینترنت و میزان آزادی‌های اجتماعی جوانان، مدتی است که به تقابل‌های امنیتی و انتظامی در جامعه منجر شده که التهاب موجود در کشور را که در نتیجه فشـارهای سنگین تورم و بیکاری و فقر همراه با نابرابری‌های زیاد، شکل آزاردهنده‌ای به خود گرفته، آن را به مرحله خطرناکی رسانده است.

اما از میان این سـه مسـئله کدام مهمتر اسـت؟ بـدون تردید تداوم ناترازی‌هـا، کشـور را گرفتار بحران‌هـای بزرگ خواهد کرد. در شـرایط موجود، حرکت سـریع و خطرناک کمبودهای در مقیاس بزرگ انرژی را شاهد هسـتیم. بخش فزاینده‌ای از ارزی که با دشواری‌های زیاد از محل صادرات نفت به دسـت می‌آوریم باید به واردات بنزین اختصاص دهیم و قطعی‌های گاز و برق هم بی‌نیاز از توضیح است. خالص صادرات نفت روز به روز کمتر می‌شود و با تشدید فشارهای تحریم، عرضه ارز هم با کاهش و نرخ ارز با جهش مواجه می‌شـود. چنبره ناترازی‌ها به‌شـدت به یکدیگر گره خورده است. بنابراین با وجود دشواری‌های زیاد در تعیین یکی از سه چالشی که به عنوان خطیرترین مسئله کشور مطرح شد، به نظر می‌رسد چالش ناترازی‌ها به‌طور اجتناب‌ناپذیری خود را به نظام حکمرانی تحمیل خواهد کرد.

ترمیم شکاف اجتماعی اولویت دارد

او در ادامه نشسـت به سـوال دوم پاسخ داد که در ابتدای صحبت‌هایش مطـرح کرده بود و گفت: آیا می‌توان فارغ از چالش‌ها دسـت به اصلاحات اقتصادی زد و فارغ از تحریم‌ها و شکاف‌های اجتماعی و فرهنگی موجود به سراغ اصلاح و ترمیم وضعیت رفت؟ مهمترین مشکل کشور، ناترازی انرژی اسـت ولی رفع آن فوری‌ترین نیست. اگر بخواهیم با حفظ شرایط ناترازی و شـکاف اجتماعی، به سراغ حل مسئله تحریم برویم، مجبور خواهیم بود به دلیل ضعف‌ها امتیازاتی به طرف مقابل بدهیم و شـاید تا مشخص شدن نتیجه انتخابات آمریکا این اقدام متصور نباشـد. بـه عقیده «نیلی»، اگر با حفظ تحریم و ناترازی‌های انرژی، به سراغ اصلاح اجتماعی برویم، با هزینه کم روابط دولت و ملت حفظ می‌شـود و ترمیم شـرایط داخلی کم‌هزینه‌تر می‌شود. انجام اصلاحات اجتماعی، کاری مهم ولی دشوار است و در پی آن، اصلاح روابط خارجی زمانبر و به نتیجه رسیدن آن به بیش از یک سال زمان نیاز دارد. این اقتصاددان در پایان، مأموریت دولت پزشـکیان را گفت‌وگو و اجماع‌سـازی برای عبور از ابرچالش‌ها دانسـت و افزود: مشکلات به‌قدری بزرگ اسـت که برای عبور از آنها باید دعواهای سیاسـی را کنار بگذاریم و بدانیـم که رئیس‌جمهور منتخب طی یک زایمان زودهنگام روی کار آمده اسـت. ایـن دوران باید طی گفت‌وگو با جمعیتی که در انتخابات شـرکت نکردنـد، آنهایی که به رقیب انتخاباتی رئیس‌جمهور رأی دادند و در نهایت رأی‌دهندگان به رئیس‌جمهور منتخب طی شـود. گفتمان با این سه دسته باید با ظرافت خاص خود انجام شـود. این آخرین شانس و یک اتمام‌حجت تاریخی است که باید موردتوجه همه ارکان کشور و نظام قرار گیرد.

مأموریت دولت؛ احیای فضیلت مدنی

«احمد میدری»، اقتصاددان و دیگر سـخنران این نشست نیز مأموریت دولـت چهاردهم را احیای فضیلت مدنی خواند و با اشـاره به ویژگی‌های نظام تصمیم‌گیری که مرکز آن سـازمان برنامه‌وبودجه است، گفت: نظام تصمیم‌گیری باید ویژگی برنامه‌ریزی داشـته باشد. احیای فضیلت مدنی، یکی از اصولی است که باید مورد توجه قرار گیرد و سازمان برنامه‌وبودجه و دولت هم به این مسئله توجه ویژه داشته باشد. توجه به فضیلت مدنی بسـیار مهم اسـت و عدم رعایت آن باعث بروز خطاهای بزرگی می‌شود. در این وضعیت هزینه بیشـتر و منابع کم باعث بروز مشـکلات می‌شود. برخی تخصیص بودجه را «تک مسیر» در سازمان برنامه‌وبودجه می‌دانند؛ درحالی‌که در کشورهای دیگر سناریوهای مختلف برای تخصیص بودجه در نظر می‌گیرند. نظام تخصیص بودجه در آمریکا ۱۰ درصد تغییر می‌کند ولی در ایران صفر تا ۱۲۰ درصد تغییر می‌کند. آسیب نوسان بودجه بسیار زیاد اسـت؛ مثلا نتیجه این رفتار دولت، آسیب جدی به بخش خصوصی است و نتیجه این وضعیت، بی‌سروسامانی فساد و عدم اطمینان و اعتماد پایین دولت و مردم اسـت. در این شرایط پیش‌بینی آینده دشوار می‌شود و در نتیجه کسانی رشد می‌کنند که به رانت‌ها و منابع رانتی وصل باشند.

او سپس به دلایل نوسان شدید اقتصاد ایران پرداخت و با اشاره به لزوم سناریوسـازی برای بودجه پرسید: چرا اقتصاد ایران نوسانات شدید دارد؟ مسائل فرابودجه‌ای چه تأثیری بر تشدید وضعیت دارد و چگونه این مسائل به بودجه تحمیل می‌شـود؟ متاسفانه هیچ‌گونه استاندارد اطلاعات‌پذیر را در نظام بودجه‌ریزی ایران نمی‌بینیم و در سـاختار بودجه‌ریزی ما، بودجه اجتناب‌پذیر و اجتناب‌ناپذیر براسـاس جدول مشخص نمی‌شود. به گفته «میدری»، تغییر در رابطه جامعه مدنی با دولت، یک ضرورت است و رابطه دولت ایران با جامعه خارج از کشور، تابع رفتار دولت با ملت ایران است.

به جای گران کردن شهرها، زمین را به مردم واگذار کنیم

کروکی خروج از رکود مسکن در دولت چهاردهم

معامله‌گران مسـکن در طول هفته‌های گذشته مردد بودند و برگزاری چهاردهمیـن انتخابات ریاسـت جمهوری باعث شـد تا آنهـا از هرگونه دادوسـتدی در بازار مسـکن پرهیز کنند تا وضعیت بازار شـفاف‌تر شود. وضعیت رکودی بازار مسـکن در تیرماه امسـال ادامه داشـت و به گفته واسطه‌های ملکی، قیمت‌ها در بازار مسکن پایتخت تغییر چندانی نیافت، اما بررسـی فایل‌های فروش مسکن در پلتفرم‌های آنلاین از عقب‌نشینی برخـی مالـکان و افزایش تعداد فایل‌هـای فروش حکایـت دارد. مطابق گزارش‌هـای میدانی، تعداد فایل‌های سـبز (پایین‌تـر از میانگین قیمت منطقه) و مشکی (محدوده میانگین منطقه) بیشتری نسبت به فایل‌های قرمز (بالاتر از میانگین منطقه) در بازار مسـکن مشـاهده می‌شود. انتظار می‌رود با سپری شدن انتخابات ریاست جمهوری و آغاز شمارش معکوس برای رونمایی از کابینه دولت چهاردهم به زودی شـاهد افزایش تحرک‌ها در بازار مسکن باشیم.

دولت مسعود پزشـکیان در حالی کار خود را به زودی آغاز می‌کند که مسـئله مسکن هنوز یکی از مسائل حل نشـده در اقتصاد ایران است اما دولت جدید، کوله‌باری از تجربه سـالیان قبل را در این حوزه در پیش رو دارد. از بیـن این تجربه‌ها می‌توان به طرح مسـکن مهر، طرح پاک و در نهایت عرضه زمین و مردمی‌سـازی اشـاره کرد. آخرین تجربه طرح‌های دولتی در این زمینه، نهضت ملی مسـکن است که «عباس جهانبخش»، عضو هیأت علمی دانشگاه درباره آن می‌گوید: بهترین روش برای مدیریت حوزه مسکن در کشور، ارائه خدمات روبنایی و فراهم کردن زیرساخت‌ها از جمله عرضه زمین برای تسهیل ساخت مسکن است.

او درخصـوص راهـکار برون‌رفت دولـت چهاردهم از بحران مسـکن به «ایسـنا» توضیح می‌دهد: دولت‌های گذشـته، مدل‌هـای مختلفی از شـیوه‌های متفاوت برای حل بحران مسکن را اسـتفاده کرده‌اند. از مدل انحصار زمین شـهری و در نتیجه گران کردن شهر و مسکن مهر تا مدل واگذاری زمین برای ساخت خانه‌های یک طبقه در نهضت ملی مسکن از انواع شیوه‌هایی بوده که در این سال‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. در نتیجه همه این تجربیاتی که در این سال‌ها کسب شده، بیشترین سرعت سـاخت مربوط به شـیوه واگذاری زمین به مردم و مردمی‌سازی مسکن بوده اسـت، مدلی که دولت سـیزدهم با عملگرایی به آن رسید؛ در حالی که معادلات نظری، حرکت به سمت مردمی‌سازی را درست نمی‌دانست، اما در عمل بود که دولت متوجه شد هرچه در ساخت مسکن ورود نکند، مردم رضایت بیشـتری دارند و محلی برای اختلاف بین مردم، پیمانکار و نارضایتی از دولت ایجاد نمی‌شـود. چون اگر یکی از طرفین به تعهد خود عمل نکند، دولت باید پاسخگو باشد.

این کارشناس اقتصادی درخصوص بهترین مدل تولید مسکن برای گذر از بحران این روزهای بازار مسـکن کشور می‌افزاید: بهترین روش، فراهم کـردن زیرسـاخت‌ها و ارائه خدمات روبنایی از جملـه عرضه زمین برای مردمی‌سـازی است. البته نیاز است یک وجهه جمعی وجود داشته باشد. آقـای عبدالعلی‌زاده در زمان وزارت اعتقاد داشـتند که نباید به محدوده شهرها حتی یک وجب اضافه شود تا شهر گران شده و از مهاجرت به آنها جلوگیری شود. بالطبع، این یک روش است ولی در مقابل آن می‌توان خانه خوب با قابلیت تولید و اشتغال را در مناطقی که از منظر آمایش سرزمینی مناسب هسـتند، اعطا کرد تا تقاضای مهاجرت به شهرهای بزرگ پایین بیایـد؛ یعنی به جای آنکه زندگی در شـهرهای بزرگ را گران کنیم تا به آنها مهاجرت نشود، می‌توان در دیگر مناطق کشور، جذابیت‌های بیشتری ایجاد کرد تا نیاز به مهاجرت به شهرهای بزرگ وجود نداشته باشد. دولت سیزدهم نیز با همین نگاه در «بنیاد مسکن» به دنبال جذابیت‌هایی از این دست و در نتیجه مهاجرت معکوس بود.

عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان درباره چگونگی ایجاد شهرهای جذاب جدید در دولت سیزدهم توسط بنیاد مسکن بیان می‌کند: دولت سیزدهم قول سـاخت یک میلیون واحد روستایی را داد و شورای عالی مسکن نیز مصوب کرده بود تا جای ممکن، این مسکن‌ها معیشت‌محور باشند. به بیان دیگر، به جای آنکه روسـتا را به یک شـهر کوچک تبدیل کنند، امکانات تولید صنایع کوچک مقیاس، دامی، زراعی و باغی را در روستاها نگیرند. به عنوان نمونه می‌توان به روستای قشلاق زنجان اشاره کرد که در آن منطقه، عرضه خانه‌هایی با متراژ ۴۵۰ متری انجام شـد. همچنین مسیر دامی از مسـیر انسانی جدا شـد که در نتیجه آن امروز چند هزار رأس دام در این منطقه وجود دارد و آنجا خوش‌نشین نشده است. شرایط به گونه‌ای بوده اسـت که در این روستا امروز کسـی جویای شغل نیست و همگی راضی هستند. دیگر روستاها نیز بهتر است از همین مسیر بگذرند.

وی پیشـنهاد واگذاری زمین به جای گران کردن شـهرها را می‌دهد و می‌گوید: پیشـنهاد می‌شود دولت هرگز به سمت تصدیگری مسکن نرود. زمین را به مردم واگذار کند و خود در نقش تسهیلگر و ناظر ظاهر شود. در آخر نیز به جای آنکه جذابیت را از کلانشهرها با گران کردن بگیرد، گیرایی زیست مناطقی که براساس آمایش سرزمینی برای ساخت مناسب هستند را بـالا برده تا مهاجرت به کلانشـهرها کاهش پیدا کند. چون براسـاس آمارها گران کردن شـهرها، عامل جلوگیری از مهاجرت به آنها نشـد؛ در حالی که همین گران کردن شهرها، پیامدهای منفی مانند سختی زندگی مردم، بالارفتن سـن ازدواج، ایجاد بی‌عدالتی، ایجاد مشکلات فرهنگی و حاشیه‌نشینی را ایجاد کرد. با همه این مواردی که بیان شد، می‌توان نتیجه گرفت، تنها راهکار ایجاد شـغل به شکل اشتغال کوچک مقیاس و مردم پایه برای شهرهای کوچک است که جذابیت در این شهرها ایجاد کرده و آنها را مولد می‌کند.

بررسی‌ها از کاهش همزمان بیکاری و اشتغال در مناطق روستایی حکایت دارد

پارادوکس بازار کار روستایی

فرصت امروز: با وجود اینکه نرخ بیکاری مناطق روستایی در بهار امسال کاهش یافته اما شاهد کاهش نسبت اشتغال و مشارکت اقتصادی در روستاها بوده‌ایم که حاکی از وضعیت دوگانه در بازار کار روستاهاست. شواهد آماری نشان می‌دهد در مناطق شهری در بهار امسال نسبت به بهار سال گذشته، نرخ مشارکت اقتصادی افزایش داشته و نرخ بیکاری از ۹ درصد به ۸,۵ کاهش یافته که نشان از بهتر شدن شاخص‌های بازار کار در نقاط شهری دارد. در مناطق روستایی نیز نرخ بیکاری با ۰,۳ واحد درصد کاهش نسبت به بهار سال گذشته به ۵,۳ درصد در بهار امسال رسیده است. شاید در نگاه اول این امر اتفاق مثبتی تلقی شود ولی به دلیل کاهش نرخ مشارکت اقتصادی و همچین کاهش نسبت اشتغال در این مناطق می‌توان گفت که برخلاف تصور، وضعیت بازارکار در نقاط روستایی علی رغم کاهش بیکاری، بهبود پیدا نکرده است. همچنین به دلیل ماهیت متفاوت و سنتی‌تر اشتغال در روستاها، نرخ بیکاری در مناطق روستایی نسبت به کل کشور و مناطق شهری پایین‌تر و نرخ مشارکت اقتصادی و نسبت اشتغال بالاتر است.

به نظر می‌رسد تغییرات شاخص‌های بازار کار در مناطق روستایی همانند شهر نبوده است. نرخ مشارکت اقتصادی در مناطق شهری در بهار امسال نسبت به بهار سال گذشته افزایش داشته و به بیان دقیق‌تر با ۰,۳ واحد درصد افزایش در فصل بهار امسال نسبت به فصل بهار سال گذشته به ۴۰,۸ درصد رسیده است. این یعنی افراد بیشتری در فاصله یک سال گذشته تمایل به حضور در بازار کار داشته‌اند. نسبت اشتغال مناطق شهری نیز در همین بازه زمانی از ۳۶,۸ درصد به ۳۷,۴ درصد افزایش یافته که نشان می‌دهد نسبت بیشتری از جمعیت بالای ۱۵ سال در مناطق شهری نیز در مدت مشابه با کاهش روبه‌رو شده و ۸,۵ درصد برآورد شده است. در مجموع می‌توان گفت که اوضاع بازار کار در بهار امسال در نقاط شهری با بهبود همراه شده است.

مقایسه بازار کار شهر و روستا

به گزارش «اکوایران»، با اینکه نرخ بیکاری مناطق روستایی در بهار امسال کاهش یافته اما شاهد کاهش نسبت اشتغال و مشارکت اقتصادی در این مناطق بوده‌ایم که حاکی از وضعیت دوگانه در بازار کار روستاهاست. شواهد آماری نشان می‌دهد در مناطق شهری در بهار امسال نسبت به بهار پارسال، نرخ مشارکت اقتصادی افزایش داشته و نرخ بیکاری از ۹ درصد به ۸,۵ کاهش یافته که نشان از بهتر شدن شاخص‌های بازار کار در نقاط شهری دارد. در مناطق روستایی نیز نرخ بیکاری با ۰,۳ واحد درصد کاهش نسبت به بهار سال گذشته به ۵,۳ درصد در بهار امسال رسیده که شاید در نگاه اول این امر اتفاق مثبتی تلقی شود ولی به دلیل کاهش نرخ مشارکت اقتصادی و همچنین کاهش نسبت اشتغال در این مناطق می‌توان گفت که برخلاف تصور، وضعیت بازار کار در روستاها با وجود کاهش بیکاری بهبود نیافته است. همچنین به دلیل ماهیت متفاوت و سنتی‌تر اشتغال در روستا، نرخ بیکاری در این مناطق نسبت به کل کشور و مناطق شهری پایین‌تر و نرخ مشارکت اقتصادی و نسبت اشتغال بالاتر است.

نرخ مشارکت اقتصادی در مناطق شهری در بهار امسال نسبت به بهار سال گذشته افزایش داشته است. به بیان دقیق‌تر در بهار سال جاری نرخ مشارکت با ۰,۳ واحد درصد افزایش نسبت به فصل مشابه سال گذشته به ۴۰,۸ درصد رسیده است. این یعنی افراد بیشتری تمایل به حضور در بازار کار داشته‌اند. نسبت اشتغال مناطق شهری نیز در همین بازه زمانی از ۳۶,۸ درصد به ۳۷,۴ درصد افزایش یافته که نشان می‌دهد نسبت بیشتری از افراد بالای ۱۵ سال در مقایسه با بهار سال گذشته توانسته‌اند به شغل دست یابند. نرخ بیکاری مناطق شهری نیز در مدت مشابه با کاهش روبه‌رو شده و ۸,۵ درصد برآورد شده است. در مجموع، اوضاع بازارکار در بهار امسال در نقاط شهری نسبت به بهار سال گذشته با بهبود همراه شده است.

تغییرات شاخص‌های بازار کار در روستاها به مانند شهرها نیست. نرخ مشارکت بهار امسال در این مناطق نسبت به بهار سال گذشته کاهش داشته و از ۴۳,۶ درصد به ۴۲,۷ درصد رسیده است. نسبت اشتغال نیز در همین مدت با ۰,۸ واحد درصد کاهش روبه‌رو شده و ۴۰,۴ درصد اعلام شده است. در مدت مشابه نرخ بیکاری مناطق روستایی با کاهش همراه بوده و از ۵,۶ درصد به ۵,۳ درصد رسیده است. کاهش نرخ بیکاری با توجه به کاهش نسبت اشتغال و نرخ مشارکت اقتصادی نشان از خروج جمعیت متمایل به کار از جمعیت فعال در این مناطق دارد که اتفاق مثبتی تلقی نمی‌شود؛ یعنی با وجود کاهش نسبت اشتغال و نرخ مشارکت طبق انتظارها نرخ بیکاری افزایش نداشته که به معنای ناامیدی و خارج شدن افراد علاقه‌مند به یافتن کار از جمعیت فعال (مجموع شاغلان و افراد در جست‌وجوی کار) است.

چرایی تغییر ترکیب نیروی کار

نرخ بیکاری کشور در حالی به کمترین سطح ۲۰ ساله خود رسیده که بیش از نیمی از شاغلین به مشاغل خدماتی روی آورده‌اند. براساس آمارهای مرکز آمار ایران، در فصل بهار ۱۴۰۳ بالغ بر ۲۴ میلیون و ۷۴۶ هزار نفر در بازار کار مشغول به کار بوده‌اند که ۹۲,۳ درصد از کل جمعیت بالای ۱۵ سال فعال در بازار کار را تشکیل می‌دهند. همچنین نرخ بیکاری در فصل بهار امسال کاهش قابل توجهی داشته و به کمترین سطح در دهه‌های اخیر رسیده است. ردپای کاهش نرخ بیکاری در تغییر ترکیب نیروی کار نیز قابل مشاهده است، به طوری که به نظر می‌رسد کاریابی در مشاغل خدماتی بهبود یافته است. نرخ بیکاری، نسبت جمعیت بیکار به کل جمعیت فعال در بازار کار را نشان می‌دهد که منظور از جمعیت فعال، تمام افراد بالای ۱۵ سال است که یا شاغل هستند و یا به دنبال شغل. در بهار ۱۴۰۳ از کل جمعیت در سن کار، ۴۱,۲ درصد آنها در بازار کار فعال بوده‌اند که در میان آنها ۷,۷ درصد موفق به یافتن شغل نشده‌اند که جمعیت آنها بالغ بر ۲ میلیون و ۷۵ هزار نفر بوده است.

بررسی روند آماری فصل بهار از سال ۱۳۸۴ نشان می‌دهد نرخ بیکاری ۷,۷ درصدی در بهار امسال کمترین نرخی بوده که در این ۲۰ سال ثبت شده است. این در حالی است که نرخ مشارکت در بازار کار یا همان نسبت جمعیت فعال به کل افراد در سن کار نیز از سال ۱۳۹۹ تغییر زیادی نکرده است. بنابراین می‌توان گفت که از تعداد بیکاران واقعا کاسته شده است. البته نمی‌توان با قطعیت نتیجه گرفت که افرادی که از شمار بیکاران خارج شده‌اند شغلی پیدا کرده و به کار مشغول شده‌اند؛ چراکه ممکن است بخشی از آنها به طور کلی از یافتن شغل ناامید شده و به جمعیت غیرفعال در بازار کار تبدیل شده باشند.

بررسی سهم شاغلان در سه بخش اصلی اقتصاد می‌تواند تصویر بهتری از این تغییرات به دست دهد. بررسی سهم اشتغال در سه بخش اصلی اقتصاد حاکی از تغییری اساسی از ترکیب نیروی کار در بخش‌های مختلف است. مطابق آمارهای منتشر شده از کل جمعیت شاغل در کشور، سهم شاغلان بخش کشاورزی در بهار امسال برابر با ۱۴,۵ درصد بوده که نسبت به بهار دو دهه گذشته در حداقل مقدار قرار گرفته است. این سهم در بهار ۱۳۸۴ برابر با ۲۶,۱ درصد بوده و در این ۲۰ سال ۱۱,۶ واحد درصد کم شده است. این در حالی است که دو بخش دیگر اقتصاد، یعنی صنعت و به ویژه بخش خدمات با رشد سهم شاغلین مواجه بوده‌اند.

حرکت نیروی کار به مشاغل خدماتی

۳۳ درصد از کل افراد مشغول به کار در در فصل بهار امسال در بخش صنعت مشغول به کار بوده‌اند. این سهم از سال ۱۳۸۴ برابر با ۲۹,۳ درصد بوده و در این مدت ۳,۷ واحد درصد افزایش یافته است. این در حالی است که بخش خدمات رشد قابل توجهی در نیروی کار داشته و در اولین فصل از سال ۱۴۰۳ توانسته بیش از نیمی از کل شاغلین را به خود اختصاص دهد که رکورد سهم اشتغال در این بخش از بهار ۱۳۸۴ را شکسته است. بررسی آمارها نشان می‌دهد که سهم شاغلین در بخش خدمات از ۴۴,۶ درصد در بهار ۱۳۸۴ به ۵۲,۴ درصد در بهار امسال رسیده و ۷,۸ واحد درصد رشد کرده است. بنابراین می‌توان گفت که در این سال‌ها، بخش زیادی از نیروی کار به سمت مشاغل خدماتی حرکت کرده و این بخش در اقتصاد کشور به مرور بزرگ‌تر شده است؛ موضوعی که به نظر می‌رسد در افت نرخ بیکاری نیز نقش بسزایی داشته است.

اخبار

بانک مرکزی از تخصیص ۲۰۰ هزار دینار عراق به زائران خبر داد

جزییات دریافت ارز اربعین

طبق اعلام بانک مرکزی، زائران اربعین بالای پنج سال می‌توانند تا سقف ۲۰۰ هزار دینار عراق با نرخ مرکز مبادله ایران دریافت کنند. بانک مرکزی از تاریخ هفتم مردادماه امسال و در راستای تسهیل شرایط زائران اربعین ۱۴۰۳، با هدف تامین ارز برای زائران اقدام به فروش ارز عتبات عالیات تا سقف ۲۰۰ هزار دینار عراق می‌کند. مشمولان دریافت این ارز افراد بالا پنج سال (متولدین پیش از ۱۳۹۸/۰۶/۰۱) هستند که با نرخ ارز تالار معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران می‌توانند ارز اربعین را خریداری کنند. در سال‌های گذشته، ارز اربعین تنها به افراد بالای ۱۸ سال که در سامانه سماح ثبت نام کرده‌اند تعلق می‌گرفت که این سن به پنج سال تغییر کرده است. درخصوص زائرین بین ۵ تا ۱۵ سال باید اصل شناسنامه به جای کارت ملی ارائه شود.

عرضه ارز اربعین از روز یکشنبه هفتم مردادماه آغاز و تا سوم شهریورماه ادامه دارد و هفت بانک ملی، ملت، تجارت، سپه، پارسیان، صادرات و پست بانک به عنوان بانک‌های عامل فروش ارز اربعین معرفی شده‌اند. براساس اعلام بانک مرکزی، مدارک موردنیاز برای دریافت ارز اربعین، داشتن کد رهگیری سامانه سماح، گذرنامه و اصل کارت ملی است و کد رهگیری در سامانه سماح، پس از طی شدن فرآیند ثبت‌نام در سامانه سماح، فعال می‌شود. با این حال و به منظور تسهیل در دریافت ارز اربعین، سرپرستان خانوار می‌توانند برای خرید ارز اعضای خانواده خود (همسر و فرزندان) با در دست داشتن کلیه مدارک هویتی خود و اعضای خانواده به شعب بانک‌های عامل فروش این ارز مراجعه و ارز خود را خریداری کنند. به عبارتی، عدم حضور سایر اعضای خانواده در شعب فروش ارز بلامانع بوده و سرپرست خانوار می‌تواند با کارت بانکی خود نسبت به خرید ارز برای اعضای خانواده خود اقدام کند. فروش ارز در جهت سرفصل فوق (اربعین)، هیچ محدودیتی برای دریافت سهمیه سالانه ارز مسافراتی ایجاد نمی‌کند.

گفتنی است در سال گذشته به زائران سرپرست خانواری که مشمول دریافت یارانه بودند، علاوه بر ارز اربعین، وام اربعین تا سقف ۵ میلیون تومان اعطا شد، میزان این تسهیلات برای سرپرست خانوار ۳میلیون تومان، سرپرست خانوار همراه با یک نفر از اعضای خانوار تحت پوشش او ۴ میلیون تومان و سرپرست خانوار و دو نفر یا بیشتر از اعضای خانوار تحت پوشش او ۵ میلیون تومان بود. اما در حال حاضر هنوز اطلاعاتی از میزان و جزییات وام اربعین امسال منتشر نشده است.

جغرافیای استانی مصرف برق در فصل گرما

کدام استان‌ها مصرف برق بیشتری دارند؟

استان‌های فارس، تهران، خراسان، استان‌های شمالی و خوزستان مصرف برق بالاتری نسبت به سایر استان‌ها دارند. مدیرکل امور انرژی و مشتریان شرکت توانیر در گفت‌وگویی تلویزیونی با اشاره به استان‌های پرمصرف برق در کشور، گفت: اگر مشترکان پرمصرف نسبت به مدیریت مصرف بی‌توجه باشند، برق آنها را پس از اخطار قطع خواهیم کرد. به گفته «عبدالامیر یاقوتی»، استان‌های فارس، تهران و خراسان به ویژه شهر مشهد، استان‌های شمالی و خوزستان نسبت به سایر استان‌ها مصرف برق بالاتری دارند. این استان‌ها نسبت به الگو، مصرف بالاتری دارند و باتوجه به روزهای گرم که اکنون در آن قرار داریم رکوردها هر روز جا به جا می‌شود و این مسئله تامین برق مطمئن برای همه مشترکان را سخت کرده است. البته راهکار چندان سخت نیست و با صرفه‌جویی و فرصت‌هایی که وجود دارد با اندک توجه به مصرف برق به ویژه در بخش اداری و تجاری، مدیریت مصرف امکان‌پذیر است.

این مقام مسئول در شرکت توانیر با تاکید بر اینکه در حال حاضر محدودسازی مصرف برق مشترکان پرمصرف آغاز شده است، گفت: از قبل به این دسته از مشترکان اطلاع‌رسانی صورت می‌گیرد و امیدواریم به آن نقطه نرسیم که مجبور به محدودسازی شویم اما اگر این دسته از مشترکان رعایت نکنند برق آنها را قطع خواهیم کرد.

اتفاق عجیب در بازار گوشی تلفن همراه

دلار ریخت، گوشی گران شد

با وجود آنکه قیمت دلار در تیرماه امسال نزدیک به ۲ هزار تومان کاهش یافته و افت ۳ درصدی را در یک ماه گذشته نشان می‌دهد، اما همزمان قیمت گوشی تلفن همراه افزایش یافته است. به گزارش «خبرآنلاین»، افزایش قیمت لوکس‌ترین مدل برند آیفون همچنان ادامه دارد و روز گذشته در بازار با قیمت ۸۵ میلیون و ۵۰۰ تومان معامله شد؛ در حالی که همین مدل در اردیبهشت ماه امسال حدود ۷۲ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان خرید و فروش می‌شده است. ارزان ترین نوع این برند مربوط به آیفون۱۱ با قیمت ۴۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان است. هرچند مدل‌های پایین این برند که بعضا در قالب گوشی‌های کارکرده جابه‌جا می‌شود هم با افزایش قیمت مداوم مواجه شده، پایین آمدن قیمت ارز صرفا بر برند شیائومی تاثیر داشته است. این در حالی است که پیش‌بینی می‌شد توقف تخصیص ارز نیمایی به واردات گوشی‌های ارزان‌تر از ۶۰۰ دلار باعث افزایش چشمگیر قیمت گوشی‌های این برند شود، اما با این حال از اردیبهشت ماه این برند کاهش قیمت را تجربه کرده است. بالاترین قیمت گوشی‌های شیائومی ۱۴ اولتراست که ۷۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان ارزیابی می‌شود؛ در حالی که همین مدل در اردیبهشت امسال با قیمت ۱۰۳ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان عرضه شده بود و پایین‌ترین قیمت گوشی در این برند به پوکو ایکس ۶ پرو با قیمت ۱۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تعلق دارد که تغییر محسوسی نسبت به بهار امسال را نشان نمی‌دهد. البته عده‌ای از کارشناسان، افزایش تعرفه واردات گوشی‌های بالای ۶۰۰ دلار را علت افزایش قیمت برندهای آیفون و سامسونگ دانسته‌اند.

بالاترین قیمت گوشی‌های برند سامسونگ متعلق به اس ۲۴ اولتراست که ۷۹ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان تعیین شده و پایین‌ترین قیمت گوشی این برند به گلکسیA ۳۴ با قیمت ۱۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تعلق دارد. هر دو مدل با افزایش چند میلیونی قیمت نسبت به ماه‌های اخیر مواجه شده‌اند؛ به طوری که قیمت اس ۲۴ اولترا تا پیش از این ۷۲ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان و گلکسی A ۳۴ نیز ۱۱ میلیون و ۹۰ هزار تومان بوده است.

گمرک ایران همچنین از کاهش ۲۷ درصدی واردات گوشی موبایل در چهار ماهه نخست امسال خبر داد؛ به طوری که واردات گوشی‌های تلفن همراه در چهار ماهه اول امسال به لحاظ تعداد ۲۷ درصد و از نظر ارزش ۱۷ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش داشته است. طبق اعلام گمرک ایران، در چهار ماهه اول سال ۱۴۰۳، تعداد ۲ میلیون و ۸۵۷ هزار و پنج دستگاه گوشی تلفن همراه به ارزش ۶۸۸ میلیون دلار به دو شیوه تجاری و مسافری وارد کشور و از گمرکات ترخیص شده است. براساس آمارهای گمرک، از مجموع گوشی تلفن همراه وارداتی به کشور، ۲ میلیون و ۷۳۹ هزار و ۱۷۹ دستگاه به ارزش ۶۲۲ میلیون دلار به شیوه تجاری و ۱۱۷ هزار و ۸۲۶ دستگاه به ارزش ۶۵ میلیون و ۶۶۲ هزار دلار به شیوه مسافری وارد کشور شده است.

براساس بخشنامه گمرک ایران، واردات گوشی تلفن همراه با نشان تجاری اپل (۱۴ و بالاتر از آن) همچنان ممنوع است. همچنین حقوق ورودی گوشی‌های تلفن همراه هوشمند کمتر از ۱۵۰ دلار در بخش تجاری معادل ۱۰ درصد تعیین شده است. حقوق ورودی این گوشی‌ها با رویه مسافری نیز ۱۶ درصد است. واردات تجاری گوشی‌های تلفن همراه هوشمند به ارزش ۱۵۰ تا ۶۰۰ دلار نیز مشمول ۵درصد حقوق ورودی می‌شود و واردات مسافری این نوع گوشی‌ها هم حقوق ورودی ۶درصد برای آنها اعمال خواهد شد. در بخش واردات گوشی‌های تلفن همراه به ارزش بالای ۶۰۰ دلار نیز اعلام شده که از ابتدای امسال حقوق ورودی در رویه تجاری معادل ۱۵ درصد و در سایر رویه‌ها از جمله مسافری و پستی معادل ۳۰ درصد دریافت شود. گفتنی است ممنوعیت واردات گوشی تلفن همراه با نشان تجاری اپل (۱۴ و بالاتر از آن) کماکان به قوت خود باقی است. آمار واردات گوشی تلفن همراه در این مدت شامل ردیف تعرفه ۸۵۱۷۱۳۹۰ به شرح گوشی‌های تلفن همراه هوشمند و کد تعرفه ۸۵۱۷۱۴۲۰ به شرح گوشی تلفن همراه با صفحه کلید غیرلمسی است.

ظرفیت تولید برق منابع تجدیدپذیر ۵ واحد درصد بیشتر می‌شود

سهم تجدیدپذیرها از تولید برق

سهم منابع تجدیدپذیر در تأمین برق جهانی از ۳۰ درصد در سال ۲۰۲۳ به ۳۵ درصد در سال ۲۰۲۵ افزایش خواهد یافت. براساس آخرین گزارش آژانس بین‌المللی انرژی، تقاضای جهانی برق با سریع‌ترین نرخ خود در ۱۷ سال اخیر افزایش می‌یابد که این جهش ناشی از رشد اقتصادی قوی، موج گرمای شدید و افزایش جذب فناوری‌های مبتنی بر برق مانند خودروهای الکتریکی و پمپ‌های حرارتی است. هم‌زمان انرژی‌های تجدیدپذیر هم به صعود سریع خود ادامه می‌دهند و نرخ استفاده از صفحات خورشیدی در مسیر ثبت رکوردهای جدید قرار گرفته است. انتظار می‌رود تقاضای جهانی برق در سال ۲۰۲۴ حدود ۴ درصد رشد کند که نسبت به ۲,۵ درصد در سال ۲۰۲۳ افزایش قابل‌توجهی به شمار می‌رود. این بالاترین نرخ رشد سالانه از سال ۲۰۰۷ تاکنون (به‌استثنای بازگشت‌های استثنایی که جهان پس از بحران مالی و همه‌گیری کرونا شاهدش بود) به شمار می‌رود. افزایش شدید مصرف و تقاضای جهانی برق احتمالا تا سال ۲۰۲۵ با رشد حدود ۴ درصدی دیگری ادامه خواهد داشت.

آژانس بین‌المللی انرژی انتظار دارد منابع تجدیدپذیر برق در سال جاری و سال آینده به‌سرعت گسترش یابد و سهم آنها از عرضه جهانی برق از ۳۰ درصد در سال ۲۰۲۳ به ۳۵ درصد در سال ۲۰۲۵ افزایش یابد. پیش‌بینی می‌شود که میزان برق حاصل از انرژی‌های تجدیدپذیر در سراسر جهان در سال ۲۰۲۵ برای اولین بار از مقدار زغال‌سنگ فراتر رود. صفحات خورشیدی به‌تنهایی تقریبا نیمی از رشد تقاضای جهانی برق را بین سال‌های ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۵ برآورده می‌کند و در مجموع انرژی خورشیدی و بادی سه‌چهارم این رشد را برآورده خواهند کرد. علی‌رغم افزایش شدید انرژی‌های تجدیدپذیر، تولید برق از زغال‌سنگ به دلیل رشد شدید تقاضا، به‌ویژه در چین و هند احتمالا امسال کاهش نخواهد یافت. «کیسوکه ساداموری»، مدیر بازارهای انرژی و امنیت آژانس بین‌المللی انرژی، گفت: این دلگرم‌کننده است که شاهد ادامه افزایش سهم انرژی پاک در تولید ترکیبی برق باشیم، اما این امر باید با سرعت بیشتری برای دستیابی به اهداف اقلیمی اتفاق بیفتد.

نوبت دوم

شهرداری چغادک

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شهرداری چغادک در نظر دارد پروژه اجرای اسکلت ساختمان اداری شهرداری از محل اعتبارات داخلی به شرح زیر به پیمانکاران واجد صلاحیت و دارای شرایط مربوطه از سازمان های ذیربط واگذار نماید، لذا از کلیه پیمانکاران واجد صلاحیت که دارای سابقه کاری مرتبط و گواهی نامه صلاحیت حداقل در پایه ۵ رشته ابنیه هستند دعوت می گردد جهت اخذ اسناد به سامانه ستاد به شماره ۲۰۰۳۰۰۳۴۸۶۰۰۰۰۰۴ مراجعه نمایند. نام و نشانی مناقصه گزار: استان بوشهر – شهرستان بوشهر- شهر چغادک - شهرداری چغادک.

۱-موضوع مناقصه: پروژه اجرای اسکلت ساختمان اداری شهرداری برابر با نقشه و مشخصات فنی. ۲-مبلغ برآورد اولیه پروژه: ۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال براساس فهرست بهای راه و بلند سال ۱۴۰۳. ۳-مدت انجام کار: ۶ ماه. ۴-تاریخ توزیع اسناد مناقصه: از تاریخ ۱۴۰۳/۴/۲۷ لغایت ۱۴۰۳/۵/۳. ۵-محل توزیع اسناد: سامانه ستاد. ۶-آخرین مهلت تحویل اسناد: شنبه مورخ ۱۴۰۳/۵/۱۳.

۷-سپرده شرکت در فرایند ارجاع کار: مبلغ ۷,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال که به صورت ضمانتنامه بانکی و یا واریز به حساب شماره ۳۱۰۰۰۰۰۴۲۵۰۰۴ بنام سپرده شهرداری نزد بانک ملی شهر چغادک. *تذکر: برندگان اول و دوم و سوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.

۸-بازگشایی پاکات (پیشنهادات): روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۵/۱۴ ساعت ۸ در محل شهرداری با حضور اعضاء کمیسیون مناقصات. ۹- شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است. ۱۰- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به معامله در اسناد مناقصه مندرج است. ۱۱-تمامی مراحل مناقصه شامل دریافت اسناد، ارسال اسناد، بازگشایی پاکات و اعلام به برنده از طریق سامانه ستاد انجام می شود.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۴/۲۷ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۵/۰۳

روابط عمومی شهرداری چغادک

۶۳۷

مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

فراخوان عمومی یک مرحله ای واگذاری امور تایپ،نامه رسانی، بایگانی الکترونیک و... دبیرخانه مناطق یک/دو/سه/چهار شهرداری بندرعباس (بصورت حجمی)

شناسه آگهی: ۱۷۵۴۵۷۲

شهرداری بندرعباس

شهرداری بندرعباس در نظر دارد فراخوان عمومی یک مرحله ای واگذاری امور تایپ،نامه رسانی،بایگانی الکترونیک و ... دبیرخانه مناطق یک/دو/سه/چهار شهرداری بندرعباس (بصورت حجمی) به شماره ۲۰۰۳۰۰۴۹۱۶۰۰۰۰۳۰ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد.

متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

مواعد زمانی:

- تاریخ انتشار فراخوان: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳ ساعت: ۱۲:۰۰
- مهلت دریافت اسناد فراخوان: ۱۴۰۳/۰۵/۱۰ ساعت: ۱۹:۰۰
- مهلت ارسال پیشنهادات: ۱۴۰۳/۰۵/۲۰ ساعت: ۱۹:۰۰
- زمان بازگشایی پاکت ها: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱ ساعت: ۱۰:۰۰

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: شهرداری بندرعباس به آدرس بلوار امام خمینی (ره) شماره ۰۷۶۳۲۲۲۳۵۳۳

روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری بندرعباس

۶۹۲

خبرنامه

اولین تصویر تابستانی از قیمت‌ها

تورم ماهانه کم شد

گزارش تازه مرکز آمار ایران حاکی از آن است که روند نزولی تورم سالانه ادامه پیدا کرده و به رکوردی یک ساله رسید، اما تورم نقطه به نقطه برخلاف این روند رفتار کرده است. جدیدترین گزارش مرکز آمار از کاهش تورم ماهانه در تیرماه امسال نسبت به خردادماه حکایت دارد. البته با اینکه این نرخ کاهش یافته اما همچنان بالای ۲ درصد مانده که از وضعیت مطلوب برای تورم ماهانه فاصله دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد تورم سالانه نیز نسبت به خردادماه اُفت کرده و با ۰٫۶ واحد درصد کاهش به ۳۵٫۵ درصد رسیده است. این نرخ، کمترین تورم سالانه از انتهای سال ۱۴۰۱ به بعد است. در مقابل، تورم نقطه به نقطه مانند ماه گذشته روندی صعودی داشته است.

تورم ماهانه نشان‌دهنده تغییرات قیمت کالاها و خدمات یک سبد مشخص در یک ماه نسبت به ماه گذشته است. این متغیر از محاسبه رشد شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) به دست می‌آید و به عنوان یک معیار برای سنجش افزایش هزینه زندگی و تغییرات قدرت خرید پول در یک ماه به کار می‌رود. طبق گزارش مرکز آمار، در تیرماه سال جاری تورم ماهانه ۲٫۲ درصد برآورد شده که نسبت به ماه قبل ۰٫۶ واحد درصد کاهش یافته است. به عبارت دیگر، خانوارها برای خرید یک سبد یکسان از کالا و خدمات در تیر امسال ۲٫۲ درصد بیشتر از خردادماه هزینه کرده‌اند. با اینکه تورم ماهانه کاهش یافته و به عبارتی، از سرعت افزایش قیمت در یک ماه گذشته کاسته شده اما این نرخ همچنان بالای ۲ درصد مانده که سطح مطلوبی برای تورم ماهانه به شمار نمی‌رود. همچنین تورم سالانه که میانگین تغییرات قیمتی کالاها در یک سال نسبت به سال گذشته را اندازه‌گیری می‌کند نسبت به خرداد اُفت کرده است. این شاخص از ۳۶٫۱ درصد در خرداد به ۳۵٫۵ درصد در تیرماه رسیده است. بر این اساس، تورم سالانه تیر در کمترین سطح خود از اسفندماه ۱۴۰۱ به بعد قرار گرفته و یک رکورد یک ساله زده است.

تورم نقطه به نقطه بیانگر تغییرات قیمتی یک سبد مشخص از کالا و خدمات است که نسبت به ماه مشابه در سال قبل محاسبه می‌شود. در واقع این شاخص افزایش هزینه تهیه این سبد از کالاها نسبت به ماه مشابه سال گذشته را اندازه‌گیری می‌کند. در تیرماه تورم نقطه به نقطه به مانند ماه گذشته به روند صعودی خود ادامه داد به طوری که از ۳۱٫۹ درصد در خرداد به ۳۲٫۲ درصد در تیرماه افزایش یافت. بالاترین تورم نقطه به نقطه برای گروه مسکن برآورد شده است.

معاملات شمش طلا از ۷ تن گذشت

ادامه حراج سکه از هفته آینده

سخنگوی مرکز مبادله از ادامه حراج سکه از هفته آینده خبر داد و گفت طی ۳۹ جلسه حراج شمش طلا بیش از ۷ تن شمش معامله شد. همچنین حراج سکه از هفته آینده طبق روال سابق برگزار می‌شود. «اصغر بالسینی» از معامله ۲۱۳ قطعه (کیلوگرم) شمش طلای استاندارد در حراج سی و نهم مرکز مبادله ایران خبر داد و گفت: سی و نهمین جلسه حراج شمش طلا برگزار شد و از مجموع ۲۳۵ کیلوگرم شمش طلای عرضه شده در حراج‌های عمده و خرد تالار معاملات طلای این مرکز، ۲۱۳ کیلوگرم با عیار ۹۹۵ درهزار و میانگین قیمت ۴ میلیارد و ۴۲۶ میلیون تومان به ازای هر شمش طلای استاندارد معامله و خریداری شد. به گفته وی، از تاریخ ۲۷ دی ماه ۱۴۰۲ تاکنون در مجموع ۳۹ جلسه حراج شمش طلا در مرکز مبادله ایران برگزار شده است که نتیجه آن فروش بیش از ۷ تن (۷۰۶۷ کیلوگرم) شمش به ارزشی بیش از ۳۰ همت (هزار میلیارد تومان) بوده است.

سخنگوی مرکز مبادله همچنین به موضوع حراج سکه در مرکز مبادله اشاره کرد و گفت: از روز دوشنبه هفته آینده مورخ هشتم مردادماه جلسات حراج سکه طلا طبق روال سابق برگزار می‌شود. همچنین تا امروز و در مجموع برگزاری ۱۵ جلسه حراج سکه، جمعا ۲۷۸ هزار و ۶۸۹ قطعه انواع سکه طلا به متقاضیان حراج تخصیص داده شده است که سهم ربع سکه از این حجم تخصیص ۱۵۸ هزار و ۸۲۸ قطعه، نیم سکه ۴۳ هزار و ۱۹۲ قطعه و تمام سکه ۷۶ هزار و ۶۶۹ قطعه است.

اعتراض مشتریان به افزایش قیمت خودروسازان مونتاژکار

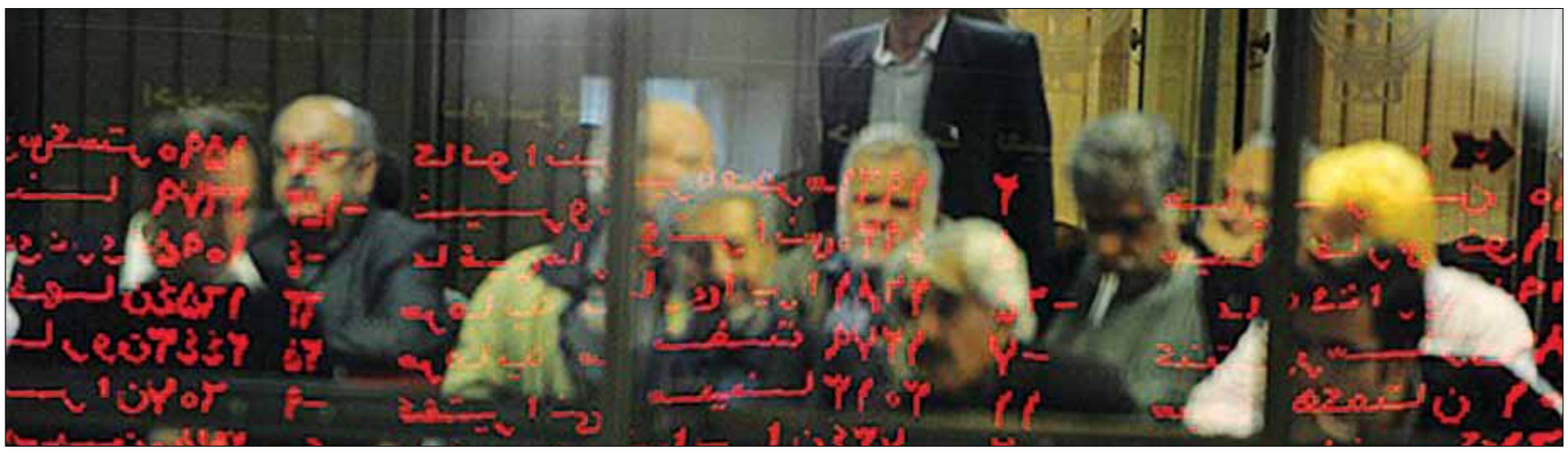
یکی از شرکت‌های خودروساز خصوصی حدود دو هفته پیش، با انتشار لیست جدیدی از قیمت محصولات خود، اعمال افزایش قیمت را رسما اعلام کرد؛ موضوعی که به اعتقاد خود شرکت، برحق بوده و با توجه به افزایش قیمت تمام شده تولید محصولات و تورم بایستی صورت می‌پذیرفته، اما صدای مشتریان را درآورده و منجر به اعتراض آنها شده است. به گزارش «ایسنا»، در حالی‌که اوایل سال جاری، یکی از شرکت‌های خودروساز مونتاژی، با اعمال افزایش یک درصد مالیات بر ارزش افزوده و افزودن مابه‌التفاوت افزایش بیمه شخص ثالث و سایر الزامات قانونی، بین ۷ میلیون و ۹۰۰ تا ۲۷ میلیون تومان، قیمت محصولات خود را به‌روز کرده و افزایش داده بود، حال حدود دو هفته پیش، لیست جدیدی از قیمت محصولات خود را ارائه کرده که مقایسه آن با قیمت‌های قبلی، نشان از افزایش بالغ بر ۱۴۱ تا ۲۱۵ میلیون تومانی دارد؛ موضوعی که اعتراض پی در پی مشتریان را به دنبال داشته است.

افزایش قیمت محصولات این شرکت در حالی رخ داده است که علی‌رغم واگذاری امر تصمیم‌گیری در مورد قیمت خودروها به سازمان حمایت و ابلاغ آن به وزارت صمت، اما هنوز قیمت‌گذاری آزادانه توسط خود شرکت‌ها، قانونی نیست و اعمال تغییرات قیمت، نیازمند تایید و ارائه مجوز از سوی سازمان حمایت است. در مورد افزایش قیمت‌های اخیر در مورد شرکت مذکور و حتی برخی دیگر از شرکت‌ها، هنوز سازمان حمایت مجوز رسمی و تاییده افزایش قیمت صادر نکرده است؛ این موضوع از سوی سازمان حمایت مورد بررسی نیز قرار گرفته، اما هنوز پاسخی دریافت نشده است.

همانطور که اشاره شد، طی دو هفته اخیر، تعداد زیادی از مشتریان و حواله‌داران شرکت مذکور که در طرح‌های مختلف اقدام به خرید محصولات این شرکت کرده‌اند، نسبت به این افزایش قیمت‌ها معترضند؛ به‌گونه‌ای که کار به تجمع‌های چندین‌باره مقابل نهادهای مختلف هم کشیده است. این در حالی است که طبق ادعای برخی از این مشتریان، تعویق در تحویل خودروها طی ماه‌های اخیر نیز شاید از همین جهت بوده تا بتوانند افزایش قیمت‌ها را اعمال کرده و خودروها را با قیمت جدید تحویل دهند. یکی از مشتریان در این باره، گفت: «خودروی خود را اسفندماه سال گذشته ثبت‌نام کردم و قرار بود ۹۰ روزه تحویل بگیرم؛ با توجه به اینکه تیرماه به اتمام رسیده، اما هنوز خبری از تحویل خودرو نیست.» با توجه به اینکه هنوز خودروسازان داخلی، از ابتدای امسال، یکبار هم مجوز افزایش و به‌روزرسانی قیمت محصولات را دریافت نکرده‌اند و به‌تازگی (در هفته جاری) و با برگزاری مجمع‌های سالیانه خود صحبت از ارائه مدارک و جزییات عوامل موثر بر قیمت تمام شده را به سازمان حمایت، کرده‌اند، اما این شرکت مونتاژکار، برای بار دوم در سال جاری قیمت محصولات را بالا برده است. علی‌رغم اینکه سازمان حمایت پاسخی در این رابطه ارائه نکرده است، دیگر نهادهای نظارتی همچون شورای رقابت و سازمان تعزیرات نیز واکنشی نسبت به این موضوع و حتی اعتراض مشتریان، تاکنون نداشته‌اند اما شورای رقابت، در جلسه عصر امروز (سه‌شنبه) خود قصد دارد، به این موضوع پرداخته و با توجه به صحبت‌ها و گمانه‌زنی‌ها پیرامون قیمت خودروها و افزایش مورد درخواست خودروسازان از سازمان حمایت و همچنین افزایش قیمت برخی خودروسازان خصوصی که زمینه اعتراض مشتریان را فراهم کرده است، موضوع قیمت خودروها را بررسی کند. در پیگیری که «ایسنا» از این شرکت خودروسازی داشته، این شرکت ضمن تاکید بر افزایش قیمت قطعات، افزایش نرخ ارز و تاثیر مستقیم آن بر واردات قطعات و مواداولیه مورد نیاز و از سوی دیگر افزایش قیمت پارامترهای داخلی که بر قیمت تمام شده محصولات تاثیرگذار است؛ اعلام داشته که با توجه به افزایش هزینه‌های تولید، شرکت نیز برای حفظ تولید و ادامه مسیر صنعتی، ناچار به بروزرسانی قیمت محصولات است.

با ابطال مصوبه نرخ خوراک پتروشیمی‌ها از سوی دیوان عدالت اداری

بورس به مدار مثبت بازگشت



فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران پس از سه روز ریزش متوالی سرانجام تغییر جهت داد و تحت تاثیر ابطال مصوبه نرخ خوراک پتروشیمی‌ها از سوی دیوان عدالت اداری به روند مثبت بازگشت. دیوان عدالت اداری در میانه هفته جاری و بعد از ۱۴ ماه، مصوبه نرخ خوراک و سوخت ۷ هزار و ۴ هزار تومانی پتروشیمی‌ها برای پنج ماه نخست سال ۱۴۰۲ را ابطال کرد. طبق برآوردها، آثار تعدیل مثبت این تصمیم حدود ۷۵۰۰ میلیارد تومان در شرکت‌های زیرمجموعه برخی گروه‌های نفت و گاز تاثیر گذاشته است. با توجه به اینکه با ابطال نرخ خوراک، سازمان بورس پتروشیمی‌ها را ملزم به شفاف‌سازی می‌کند، در روزهای آینده تعدیل‌های مثبتی در سود سال گذشته این شرکت‌ها صورت می‌گیرد.

بدین ترتیب، در معاملات روز گذشته تحت تاثیر ابطال مصوبه نرخ خوراک پتروشیمی‌ها از سوی دیوان عدالت اداری، تقاضا رشد کرد و شاهد ورود پول حقیقی به بازار سهام بودیم. شاخص کل بورس تهران که در سه روز نخست هفته روند منفی را در پیش گرفته بود بالاخره تغییر روند داد و با رشد ۸ هزار و ۹۶۰ واحدی در پایان معاملات سه‌شنبه به سطح ۲ میلیون و ۱۷۷ هزار واحد رسید. همگام با شاخص کل، شاخص هم‌وزن بورس نیز با افزایش ۲ هزار و ۷۴۸ واحدی در میانه تراز ۶۹۶ هزار واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس هم ۱۵۲ واحد رشد کرد و به سطح ۲۲ هزار و ۳۴۵ واحد رسید. همچنین شاخص هم‌وزن فرابورس با افزایش هزار و ۱۲۶ واحدی، سطح ۱۲۲ هزار و ۸۲۷ واحد را به نمایش گذاشت. پس از روزهای متمادی که شاهد خروج پول حقیقی بودیم، روز سه‌شنبه خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی مثبت شد و ۸۶ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد.

ورود سرمایه و رشد تقاضا در بورس

در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۲ مردادماه، شاخص کل بورس تهران با ۸ هزار و ۹۶۰ واحد افزایش نسبت به روز گذشته به سطح ۲ میلیون و ۱۷۷ هزار واحد و شاخص کل هم‌وزن با ۲ هزار و ۷۴۸ واحد افزایش به تراز ۶۹۶ هزار و ۳۰۱ واحد رسید. شاخص کل فرابورس نیز با رشد ۱۵۲ واحدی به رقم ۲۲ هزار و ۳۴۵ واحد رسید. روز سه‌شنبه خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی مثبت شد و ۸۶ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. نماد سلیم بیشترین ورود پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۷۹ میلیارد تومان بود. بیشترین خروج پول حقیقی نیز به نمادهای حفارس، خودرو، وبملت، خساپا و کرومیت تعلق داشت. نمادهای پارسیان، شپنا و شپدیس از جمله نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. نمادهای فولاد، وپارس و وامید نیز اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای زاگرس، آریا و انتخاب بیشترین اثر افزایشی و نمادهای شاوان، حخزر و غصینو بیشترین اثر کاهشی را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد فولاد بیشترین تراکنش را داشت و شپنا و حفارس در رتبه‌های بعدی بیشترین تراکنش قرار گرفتند. در فرابورس نیز معین، خاور و کرومیت بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۰ هزار و ۷۷۰ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲ هزار و ۸۹۵ میلیارد تومان بود که ۲۷ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۰٫۴ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۲ هزار و ۹۳۰ میلیارد تومان رسید. نماد سلیم بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به میزان ۸۷ میلیارد تومان به خود اختصاص داد. حفارس، فولاد، ثفارس و زاگرس نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام حفارس با تعداد ۳۲۹ میلیون و ۸۱۷ هزار و ۴۰۵ سهم در صدر قرار گرفته است. وبملت در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به خریخت تعلق داشت. دو نماد خاور و شستا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در معاملات سه‌شنبه، ۵۴ نماد صف خرید داشتند و ۵۷ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۲ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۹۹ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با ریزش ۴۲ درصدی به رقم ۴۶۰ میلیارد تومان رسید.

بورس دوباره درگیر ریزش می‌شود؟

بازار سرمایه با پیروزی «مسعود پزشکیان» در دور دوم انتخابات ریاست جمهوری، رشد فزاینده‌ای را تجربه کرد و رکورد افزایش شاخص از پس سال‌های طولانی حرکت لاک‌پشتی شکسته شد. رشد بیش از ۸۰ هزار واحدی بورس در یک روز از سوی بسیاری از کارشناسان، لبخند بازار سرمایه به دولت چهاردهم عنوان شد. با این حال در روزهای اخیر، شاخص کل بورس بار دیگر رنگ قرمز را تجربه کرده و حالا این سوال مهم ایجاد شده است که با فروکش جو روانی مثبت ناشی از اعلام نتیجه انتخابات ریاست جمهوری، بازار سرمایه به کدام سو حرکت خواهد کرد؟ در پاسخ به این پرسش، یک تحلیلگر بازار سرمایه می‌گوید: ریزش‌های فعلی شاخص کل بورس، زنگ خطری برای سهامداران نیست.

«فردین آقابزرگی» در رابطه با نگرانی‌ها حول محور ریزش شاخص کل بورس و اینکه آیا آلارم نگران‌کننده‌ای در این زمینه به فعالان بازار سرمایه رسیده است، به «خبرآنلاین» توضیح می‌دهد: به نظر من اینطور نیست. اگر برخی از گزارشات سه ماهه شرکت‌ها به خصوص شرکت‌های گروه پتروشیمی را مورد ارزیابی قرار دهیم به خوبی در می‌یابیم که رشد قابل توجه سود ناویژه، سود عملیات و به تبع آن، سود ویژه شرکت‌ها رخ داده است. این امر نشان می‌دهد که تغییری رخ داده است. پیش از این مراجع قیمت‌گذاری به نمایندگی از دولت، دست‌اندازی‌ها و دستکاری‌هایی داشتند و همین امر سبب شده بود در سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ قیمت تمام شده دستخوش افزایش شود، اما با اهرم قیمت‌گذاری دستوری از افزایش نرخ فروش ممانعت کرده بودند اما حالا به نظر می‌رسد شاهد تطبیق این دو مولفه هستیم که اثر مستقیم بر سود و ضرر شرکت‌ها دارند. پس زنگ خطری متوجه سهامداران نیست. او با اشاره به ضرورت الزام به ارائه اطلاعات برای همه، در مورد تاثیر مجموعه اقداماتی که برای ارتقای شفافیت بازار سرمایه انجام شده است، اضافه می‌کند: اقدامات خوبی در زمینه اطلاع‌رسانی و شفافیت انجام شده، هرچند در برخی از ابعاد بسیار سخت‌گیرانه و بوروکراتیک عمل شده که بعضا مدیران و ناشران را گلایه‌مند کرده ولی نتیجه کار، یک‌پارچگی در دسترسی به اطلاعات و افزایش میزان شفافیت در بازار است. به گفته این تحلیلگر بازار سرمایه، این سخت‌گیری برای انتشار اطلاعات و افزایش شفافیت نباید صرفا شامل آن دسته از شرکت‌ها و ناشرانی باشد که به نوعی متأثر از تصمیمات بالادست هستند؛ مثلا دولت، وزارت صمت، شرکت نفت و سایر مراجع مثل سازمان حمایت و... که مستقیما می‌توانند بر سود و زیان شرکت‌ها تاثیر بگذارد هم باید مشمول الزام به ارائه اطلاعات و شفافیت باشند.

آیا سهامداران با بازار قهر هستند؟

«آقابزرگی» به تجربه اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ اشاره می‌کند و یادآور می‌شود: در آن زمان مراجع و دست‌اندرکارانی در جریان افزایش قیمت تمام شده بودند؛ درحالی که سایر سرمایه‌گذاران اطلاعی از این موضوع نداشتند؛ آنها هم باید تکلیف داشته باشند و با همین میزان سخت‌گیری اطلاعات را منتشر کنند.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به خروج هزاران میلیارد تومان پول حقیقی از بورس، در پاسخ به این سوال که آیا سهامداران با بازار قهر هستند، می‌گوید: در شرایطی که یکی از بازیگران بازار سرمایه که دولت باشد، یکه‌تازی کند و قوانین و مقررات را به نفع خود و بدون توجه به الزاماتی که وجود دارد و می‌بایست به طور منصفانه و عادلانه بین تمامی فعالان بازار سرمایه رعایت شود اما چون در برخی موارد دولت مستثنا هست، روالی خارج از این مهم را طی می‌کند. بنابراین طبیعی است که سرمایه‌گذاران خرد با وجود این شرایط حداقل تمایلی به افزایش سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه و بورس نشان ندهند. این خودش سبب بی‌اعتمادی در بازار می‌شود و در این شرایط زمین بازی جوری چیده می‌شود که سهامدار خرد هیچ‌گونه قابلیت پیش‌بینی‌پذیری و اتکایی نسبت به اطلاعات موجود ندارد یا به حد بسیار پایینی از این اطلاعات دسترسی دارد. این اتفاقات موجب می‌شود که به نوعی ترجیح دهند از بازار خارج شوند. مجموعه این دلایل سبب آزرده خاطر شدن سهامداران طی سه سال گذشته شده و این بی‌اعتمادی به ضرر دولت و اقتصاد کشور است.

احتمال کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی نرخ خوراک

در همین حال، دبیر انجمن کارفرمایی صنعت پتروشیمی از احتمال کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی نرخ خوراک خبر می‌دهد و می‌گوید: سرانجام پس از پیگیری فراوان این انجمن و برگزاری جلسات متعدد با دولت و مجلس، مصوبه نرخ گاز خوراک و سوخت صنایع با رأی دیوان عدالت باطل شد که این مسئله به کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی نرخ خوراک و سوخت پتروشیمی‌ها در پنج ماهه نخست سال ۱۴۰۲ منجر خواهد شد. «احمد مهدوی» با بیان اینکه براساس مصوبه جدید، قیمت نرخ گاز خوراک ۷ هزار تومانی برای شرکت‌های پتروشیمی و گاز ۴ هزار تومانی صنایع برای پنج ماه ابتدایی سال ۱۴۰۲ ملغی شد و وجاهت قانونی ندارد، به «ایسنا» توضیح می‌دهد: نرخ خوراک پتروشیمی‌ها در مهرماه سال گذشته حدود ۶ هزار و ۵۰۰ الی ۷ هزار تومان بود که در کوارتر اول امسال به حدود ۴ هزار تومان رسیده است، با توجه به ملغی شدن نرخ گاز خوراک و سوخت صنایع، احتمال کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی نرخ خوراک و سوخت پتروشیمی‌ها در پنج ماهه نخست سال ۱۴۰۲ وجود دارد.

وی با بیان اینکه این موضوع با توجه به تحمیل بار مالی بسیار زیاد به شرکت‌های پتروشیمی ناشی از این اقدام غیرقانونی امور حقوقی دولت و وزارت نفت، در دویست و نهمین جلسه هیأت مدیره به تفصیل مورد بحث و بررسی قرار گرفت، می‌افزاید: مقرر شد اقدامات حقوقی برای ابطال نامه‌های امور حقوقی دولت و معاونت برنامه‌ریزی وزارت نفت در دیوان عدالت اداری در دستور کار انجمن قرار بگیرد. به گفته «مهدوی»، پس از طرح دادخواست در هیأت عمومی دیوان عدالت اداری و ارائه لوایح دفاعیه هیأت عمومی دیوان عدالت اداری در مورخ رأی به ابطال نامه‌های مذکور داد. بر این اساس، مطالبات شرکت ملی گاز از شرکت‌های پتروشیمی در پنج ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۲ برمبنای قیمت هر متر مکعب گاز خوراک و سوخت به ترتیب معادل ۷۰ هزار ریال و ۴۰ هزار ریال، فاقد وجاهت قانونی است.

دستورالعمل فروش بلیت پروازهای اربعین اعلام شد

ممنوعیت فروش چارتری در ایام اربعین

به گفته معاون سازمان هواپیمایی کشوری، کلیه قراردادهای چارتری فی‌مابین شرکت‌های هواپیمایی و چارترکنندگان در بازه زمانی اربعین به حالت تعلیق درآمده و فروش و صدور بلیت اربعین توسط چارترکنندگان ممنوع است. به گزارش «ایسنا»، در متن نامه «مرتضی دهقان»، معاون سازمان هواپیمایی کشوری به مدیران عامل شرکت‌های هواپیمایی داخلی آمده است: «با احترام پیرو مباحث مطرح شده در جلسه مورخ ۳۰ تیرماه ۱۴۰۳ موضوع بند یک دعوتنامه مورخ ۲۳ تیرماه ۱۴۰۳ درخصوص پروازهای اربعین حسینی ۱۴۰۳ و تاکیدات و تایید صورت گرفته توسط کلیه حاضرین در جلسه مبنی بر تامین حداکثری زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی و ارائه خدمات هرچه بهتر به زائران اربعین حسینی توسط دست‌اندرکاران صنعت هوایی کشور، در این راستا موارد به شرح ذیل ابلاغ می‌گردد:

* بازه زمانی پروازهای شامل این بخشنامه از ۲۴ مرداد الی ۹ شهریورماه تعیین شد.
* کلیه شرکت‌های هواپیمایی می‌بایست حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت از زمان دریافت مجوزهای پرواز، نسبت به باز نمودن پروازها و فروش بلیت به عموم اقدام کنند.
* فروش بلیت‌هایی که تاریخ پرواز رفت و یا برگشت آنها مصادف با بازه فوق‌الذکر است مشمول شرایط این بخشنامه هستند. هرگونه تغییر رزرواسیون به درخواست مسافر درخصوص بلیت‌هایی که تاریخ صدور آنها قبل از صدور این بخشنامه است چنانچه تاریخ انجام سفر در بلیت جدید در بازه زمانی اربعین قرار گیرد رعایت شرایط این بخشنامه برای صدور بلیت جدید الزامی است.
* بهای کل بلیت یک طرفه از استان‌های خراسان، سیستان و بلوچستان، کرمان، هرمزگان، فارس، مازندران و گلستان به بغداد یا نجف اشرف و بالعکس حداکثر (۶) میلیون تومان تعیین شد.
* بهای کل بلیت یک طرفه از تهران و سایر استان‌های کشور (به استثنای استان‌های فوق‌الذکر) به بغداد یا نجف اشرف و بالعکس، حداکثر (۵) میلیون تومان تعیین شد.
* صدور بلیت به صورت یک طرفه یا دو طرفه به انتخاب مسافر است. لذا فروش اجباری بلیت دوطرفه به عنوان شرط لازم برای صدور بلیت ممنوع است.
* قیمت بلیت بزرگسال (ADL) و خردسال (CHD) یکسان تعیین می‌گردد.
* به منظور رعایت مقررات رزرواسیون و اطلاع‌رسانی به موقع و دقیق از آخرین وضعیت پروازها، ثبت اطلاعات دقیق مسافرین به صورت فردی (اطلاعات فردی مندرج در گذرنامه)، شماره تلفن و یا آدرس پست الکترونیکی شخص مسافر یا سرگروه مسافرین در هر PNR الزامی است.
* شرکت‌های هواپیمایی مجاز به فروش بلیت به صورت گروه (بیشتر از ۹ نفر) در بازه تعیین شده نیستند.
* کلیه قراردادهای چارتری فی‌مابین شرکت‌های هواپیمایی و چارترکنندگان در بازه زمانی اربعین به حالت تعلیق درآمده و فروش و صدور بلیت اربعین توسط چارترکنندگان ممنوع است.
* تعیین هواپیمای پشتیبان توسط شرکت‌های هواپیمایی و با همکاری و انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با سایر شرکت‌های هواپیمایی در این دوره الزامی می‌باشد.
* شرکت‌های هواپیمایی به منظور پاسخگویی سریع و مناسب به مسافران؛ ملزم به تعیین و معرفی نماینده ویژه خود در فرودگاه‌های کشور عراق و ایران که مقصد و مبدأ پروازی محسوب می‌گردد به سازمان است.
* به منظور کنترل پروازها، کلیه شرکت‌ها موظفند هماهنگی‌های لازم جهت حضور نماینده مطلع و آشنا به سیستم برخط مدیریت ناوگان خود (Fleet Watch) به همراه رایانه شخصی در بازه زمانی که متعاقبا اعلام خواهد شد در محل سالن کنفرانس این سازمان به عمل آورند.
* به منظور یکسان‌سازی هزینه استرداد بلیت در کلیه شرکت‌های هواپیمایی، در صورت انصراف مسافر از سفر، تا ۲۴ ساعت مانده به زمان برنامه‌ای انجام پرواز، مبلغ ۲۵درصد از بهای پایه بلیت در هر مسیر کسر و مابقی به مسافر مسترد می‌گردد. از ۲۴ ساعت مانده به زمان برنامه‌ای انجام پرواز و پس از انجام پرواز مبلغ ۵۰ درصد از بهای پایه بلیت کسر و مابقی به مسافر مسترد می‌گردد.
* تعیین تکلیف بدهی‌ها با فرودگاه‌های عراق تا قبل از انجام پروازهای اربعین الزامی است. کلیه خسارت ناشی از عدم صدور مجوز پروازی توسط طرف عراقی به دلایل مذکور رأسا متوجه شرکت هواپیمایی خواهد بود.
* کلیه اطلاعات موردنیاز زائرین از طریق نشر و اختصاص لینک ویژه ایام اربعین در سایت سازمان هواپیمایی کشوری، جراید و بخش‌های خبری و زیرنویس رسانه ملی اطلاع‌رسانی عمومی می‌شود.

آگهی فراخوان عمومی یک مرحله ای شماره ۱۴۰۳/۱۳/ز

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۷۵۷۳۲۳

اداره کل راه و شهرسازی استان اصفهان

اداره کل راه و شهرسازی استان اصفهان در نظر دارد املاک مشروحه زیر را از طریق مزایده به صورت نقد به فروش رساند. از متقاضیان دعوت می‌شود برای دریافت اسناد فراخوان به سامانه تدارکات الکترونیک دولت به نشانی http://setadiran.ir تا روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۰ مراجعه نمایند.

شماره فراخوان	عنوان فراخوان	پلاک ثبتی	مساحت(مترمربع)	قیمت پایه کارشناسی (ریال)	مبلغ ضمانت نامه شرکت در فراخوان (ریال)
۱۴۰۳/۱۳/ز	واگذاری ۶واحد ساخته شده با کاربری تجاری تحت پلاک ثبتی ۵۰۱۳ الی ۵۰۱۸ فرعی از ۹۰۲ اصلی واقع در نجف آباد	۹۰۲/۵۰۱۳	۲۷/۷۴	۶.۱۰۲.۸۰۰.۰۰۰	۳۰۵.۱۴۰.۰۰۰
		۹۰۲/۵۰۱۴	۲۷/۷۳	۶.۱۰۰.۶۰۰.۰۰۰	۳۰۵.۰۳۰.۰۰۰
		۹۰۲/۵۰۱۵	۲۷/۵	۶.۰۵۰.۰۰۰.۰۰۰	۳۰۲.۵۰۰.۰۰۰
		۹۰۲/۵۰۱۶	۵۵/۶۳	۱۱.۶۸۲.۳۰۰.۰۰۰	۵۸۴.۱۱۵.۰۰۰
		۹۰۲/۵۰۱۷	۳۱/۰۴	۶.۸۲۸.۸۰۰.۰۰۰	۳۴۱.۴۴۰.۰۰۰
		۹۰۲/۵۰۱۸	۳۰/۳۸	۶.۶۸۳.۶۰۰.۰۰۰	۳۳۴.۱۸۰.۰۰۰

برای شرکت در فراخوان باید از طریق سامانه ستاد ایران با کاربری مزایده گر اسناد دریافت گردد درغیر اینصورت امکان شرکت در فراخوان وجود ندارد.

مهلت دریافت اسناد روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۰

مهلت تحویل پیشنهاد ها روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۰

گشایش پیشنهاد ها ساعت ۹ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۱

نشانی: اصفهان - خیابان سعادت آباد تلفن: ۳۶۶۸۱۰۶۸-۰۳۱

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۵/۰۲ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۵/۰۳

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی اداره کل راه و شهرسازی استان اصفهان

۶۸۰

یافتن مشتریان تازه در حوزه کسب و کارهای B۲B

نویسنده: علی آل‌علی

فعالیت تجاری در بازار بدون حضور مشـتریان معنا و مفهومی ندارد. برندهایی مثل تارگت، فورد و حتی مایکروسـافت بدون حضور مشتریان در بازار حتی یک دلار هم فروش نخواهند داشـت. درست به همین خاطر هر برندی سعی می‌کند بیشترین تعداد مشتریان ممکن را به سوی خودش جذب کند. این در حالی است که پیش از این بسـیاری از کارآفرینان در الگوی سنتی به جای تکاپو برای یافتن مشتری انتظار داشتند مشتریان با سعی و تلاش فراوان برندشان را پیدا کنند!

عرصه کسـب و کار B۲B به دلیل سـر و کار داشـتن شـرکت‌ها با هم تفاوت معناداری با حوزه B۲C دارد. این بدان معناست که اولا شما قرار نیست با انبوهی از مشتریان رو به رو شوید و ثانیا هر مشتری ارزشی معادل چند هزار دلار خواهد داشت. پس از دست دادن حتی یک مشتری نیز در زمان نادرست می‌تواند هزینه بسیار گزافی برای شما به همراه داشته باشد.

متاسـفانه هنوز هم خیلی از کارآفرینان منطق حوزه B۲B را با سـایر حوزه‌ها اشـتباه می‌گیرند. درسـت به همین خاطر هیچ وقت چشـم‌انداز روشـنی پیش روی‌شـان قرار نمی‌گیرد. این در حالی است که شما برای تعامل بهتر با مخاطب همیشـه نیاز به شناخت ویژگی‌های منحصر به فرد موقعیت‌تان دارید. این همان کاری است که کارآفرینان موفق به بهترین شکل ممکن انجام می‌دهند.

شـما در این مقاله قرار نیسـت با برخی توصیه‌های کلیشـه‌ای درباره ضرورت جهت‌گیری به سـوی شناخت مشـتریان یا جبران اشتباهات‌تان در بازار رو به رو شـوید. خب این مسائل را تقریبا هر کارآفرینی به خوبی می‌داند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای یادگیری تکنیک‌های ویژه‌ای برای جذب مشتری است.

حتی اگر بهترین برند دنیا را هم داشته باشید، بدون جذب مشتری کارتان تمام خواهد بود. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز یافتن مشـتری را اولین و مهمترین اقـدام هر برند می‌دانیم. البته در حوزه B۲B شـرایط کمی پیچیده‌تر خواهد بود؛ چراکه شـما بـدون توجه به تعداد اندک مشـتریان هیچ راهی برای موقعیت‌یابی خود در بازار ندارید.

تعداد اندک مشـتریان بدین معناست که شما باید کیفیت را بر کمیت ترجیح دهید. اصلا بعید نیست در طول روز در یک کسب و کار B۲B فقط یک مشتری سر و کله‌اش پیدا شود. شاید فکر کنید چنین برندی باید آخر ماه کلی بدهی بالا بیاورد، اما در حوزه‌هایی مثل پتروشیمی یا صنایع سنگین حتی ماهی یک مشتری درست و حسابی هم برای سودآوری چند میلیون دلاری کافی است.

ما در این مقاله قصد داریم به شما یاد دهیم چطور از ظرفیت‌های موجود برای یافتن مشـتریان تازه استفاده کنید. به زبان ساده‌تر، شما در این مقاله با مجموعه تکنیک‌هایی برای ساده‌سازی شرایط‌تان آشنا خواهید شد. پس با ما همراه باشید تا کمی تخصصی‌تر بحث را پیش ببریم.

سرمایه‌گذاری بر روی مشتری ایده آل

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده خیال کنید همه افراد حاضر در بازار مشتری شما محسوب می‌شوند؟ خب در این صورت احتمالا خیلی زود با مشکلات اساسی در بازار رو به رو شده‌اید.

چراکه مشـتریان در بازار اهداف و نیازهای متنوعی دارند. اصلا قرار نیست شما نیاز تمام مشتریان را رفع کنید؛ آن هم در حوزهB۲B!

یـک راهبرد برای بقا و توسـعه برند در بازار تلاش بـرای هدف گذاری بر روی مشتری ایده آل است. اینطوری دیگر وقت‌تان را تلف نکرده و فرصت این را دارید که به بهترین شکل مشتریان را به برندتان جذب کنید.

وقتی درباره مشـتری ایده آل حرف می‌زنیم، در واقع باید متر و معیاری هم در این زمینه داشته باشیم. وگرنه اصلا بعید نیست مشتری اشتباه را به جای مخاطب هدف گرفته و کلی روی او سرمایه‌گذاری کنیم.

ایـده مـا در این بخش بـه اندازه کافی سـاده و راهگشاسـت. اول از همه باید کمی مطالعه بازار انجام دهید. این امر شـامل تلاش برای واکاوی شـرایط برند و موقعیت‌تان در بازار اسـت. به علاوه، باید سعی کنید به منطق رفتار مشتریان نیز پی ببرید. این امر به شـما کمک خواهد کرد درسـت سر بزنگاه فرصت تعامل با مخاطب را به دست بیاورید.

هنر شـما در ایـن بخش ایجاد پیونـدی میان هویت برندتان و خواسـته‌های مشـتریان اسـت. اینطوری برندتان برای مخاطب یک هویـت بی‌نهایت جذاب و فریبنده خواهد داشت.

فراموش نکنید، در حوزه B۲B هر مشتری حکم موفقیت شما را امضا می‌کند. بنابراین اصلا نباید سراغ افراد یا سازمان‌های اشتباه بروید. این امر می‌تواند شرایط شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و حتی مشتریان تازه را نسبت به شما دلسرد کند.

اشتباهی که معمولا کارآفرینان در این بخش انجام می‌دهند، تلاش برای خرید فهرست ایمیل از موسسات نامعتبر و سپس ارسال انبوه ایمیل برای مخاطب است. راستش را بخواهید، این استراتژی حتی در حوزه کسب و کارهای B۲C نیز کاربرد ندارد، چه برسد به حوزه موردبحث‌مان.

شما باید رابطه‌تان با مخاطب در حوزه B۲B را به مرور زمان و به طور شخصی سازی شده توسعه دهید. پس فکر پیام‌های انبوه و بازاریابی توده‌ای را همین حالا از سرتان بیرون کنید.

بهینه‌سازی وضعیت سایت

یکی از نکات کلیدی که باید برای هر کسـب و کاری خط قرمز محسوب شود، وضعیت سایت است. خب این روزها برندی که سایت رسمی ندارد، در کانون اتهام قرار می‌گیرد؛ چراکه طراحی سـایت رسـمی بدل به شناسنامه برندها در دنیای آنلاین شده است. بنابراین کسب و کاری که سایت رسمی ندارد، در واقع هویتش مخدوش خواهد بود.

شاید فکر کنید طراحی سایت به تنهایی ایده موثری برای جذب مشتری است. خب در این صورت تا حدودی حق با شماست، اما این پایان ماجرا نیست.

احتمالا برای شما هم پیش آمده وارد سایتی شده و پس از چند ثانیه با اعصابی خـورد از آن خارج شـوید. اینطور وقت‌ها آدم حس می‌کند طراح سـایت و برند موردنظر به تنها چیزی که فکر نکرده‌اند، تجربه مخاطب بوده است. این در حالی است که سایت هر برندی باید شناسنامه آن در دنیای آنلاین باشد.

فکر می‌کنم تا اینجای بحث به خوبی متوجه محور فعالیت اصولی شده باشید. در واقع شـما باید در وهله نخسـت سراغ آپدیت سـایت‌تان بروید. به طوری که دیگر روی اعصاب مخاطب‌تان راه نرفته و فرصتی برای تعامل درست و حسابی با مخاطب فراهم آورد. این مسـئله‌ای است که در بسیاری از اوقات اهمیت کلیدی پیدا می‌کند. سـوال اصلی در این میان نحوه آپدیت سـایت اسـت. شـما برای بهینه‌سازی سایت ابزارهای زیادی در دسترس دارید. حتی می‌توانید با موسسات مختلف نیز همکاری داشته باشید. البته گزینه آخر ممکن است هزینه زیادی روی دست‌تان بگذارد. به همین خاطر ما توصیه می‌کنیم اول از همه به کمک یک ابزار وضعیت سایت‌تان را بسنجید.

ابزارهایی مثل هاب اسپات (Hubspot) و هوت سویت (Hootsuit) به شما برای اطلاع دقیق از اوضاع سایت‌تان کمک می‌کند. این اطلاعات نه تنها در زمینه سئو، بلکه کیفیت و عملکرد سایت ارائه می‌شود. بنابراین شما فرصت تصمیم‌گیری بسـیار خوبی درباره وضعیت سایت‌تان خواهید داشـت. این دقیقا همان نکته‌ای است که ما در روزنامه فرصت امروز بر روی آن تاکید ویژه‌ای داریم. بنابراین اصلا نباید وقت را تلف کنید.

اگر سـایت شما وضعیت نامناسـبی داشته باشد، نه تنها کسـی به سایت‌تان جذب نخواهد شـد، بلکه کارتان بـرای اثرگذاری بر روی مخاطب نیز به شـدت سخت می‌شود. کافی است خودتان را جای مدیر مالی شرکتی قرار دهید که قصد همکاری با شـما را دارد. خب در صورت مشـاهده وضعیت عجیب و غریب سایت خیلـی زود فرد مقابل انگیزه‌اش را از دسـت خواهـد داد. این نکته را هم مد نظر داشـته باشـید که این روزها رقبای زیادی در بازار برای شما وجود دارد. پس اگر کمی مسئله را شل بگیرید، اصلا بعید نیست رقبا جای‌تان را گرفته و مشتریان را یکی پس از دیگری از چنگ‌تان دربیاورند.

تولید محتوای ارزشمند

قدم دیگری که شـما را به سـوی موفقیت در جذب مشـتری در حوزه B۲B نزدیک خواهد کرد، مسـئله مربوط به بازاریابی است. خب بازاریابی در همه جای دنیا یک استراتژی بی‌نهایت جذاب و کاربردی محسوب می‌شود. کمتر برندی در دنیا بدون بازاریابی شانسی برای موفقیت دارد. به همین خاطر در این بخش ما با آن بحث خواهیم کرد.

برخی از کارآفرینان خیال می‌کنند بازاریابی فقط برای رفع تکلیف یک برند در مواجهه با رقباست. شاید هم دیده باشید برخی مارکتینگ را فقط برای سرگرمی مشـتریان دنبال می‌کنند. راسـتش را بخواهید، هر دو این جهت‌گیری‌ها اشتباه است. چراکه امروزه انتظارات مشتریان از برندها و صدالبته کمپین‌های بازاریابی به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده است.

شـما دیگر نمی‌توانید با کمپین‌های بازاریابی ساده نظر مخاطب را به کسب و کارتان جلب کنید. به همین خاطر ضروری است کمی هم که شده به دنبال تولید ارزش باشید.

وقتی درباره تولید ارزش حرف می‌زنیم، اول از همه منظورمان استفاده از نکاتی است که برای مخاطب بااهمیت است. این امر به شما کمک خواهد کرد جای‌تان در دل مشتریان را پیدا کنید.

اجازه دهید درباره نکته بالا از یک مثال سـاده استفاده کنیم؛ اگر شما مسئول بازاریابی یک شـرکت تولید توربین‌های بادی هستید، برای بازاریابی نباید دنبال شوخی‌های سطحی بروید. در عوض می‌توانید شیوه کار سیستم‌های تازه توربین را به مخاطب یاد دهید. بی‌شـک مخاطب شما در اینجا نه آدم‌های معمولی، بلکه افراد متخصص و برندهای فعال در صنعت تولید برق پاک هستند. به همین خاطر اصلا مهم نیسـت اگر محتوای‌تان خیلی تخصصی طراحی شود. اتفاقا این طوری جذابیتش برای مخاطب بیشتر شده و مشتری B۲B خیال می‌کند شما حرفه‌ای‌تر از هر زمان دیگری در بازار هستید.

باور کنید یا نه، تعریف محتوای ارزشمند از برندی به برند دیگر فرق دارد. شاید مهمترین مسـئله در این میان تلاش برای بازتعریف مداوم این اصطلاح براساس سلیقه و نیاز مشتریان باشد. اینطوری شما فرصتی هرچند اندک برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌تان خواهید داشت. این نکته‌ای است که در بلندمدت به شما برای تعامل بهتر با مخاطب کمک ویژه‌ای خواهد کرد.

گاهی اوقات بد نیست محتوای بازاریابی رقبای‌تان را هم زیر ذره بین ببرید. این امر به شما کمک خواهد کرد با ترفندهای تازه در این حوزه آشنا شوید. خب شما کـه نمی‌توانید حواس‌تان را به همه کارها اختصاص دهید. پس بد نیسـت گاهی اوقات از توانمندی رقبا به سود خودتان بهره ببرید.

متاسـفانه برخـی از بازاریاب‌ها خیال می‌کننـد الگوبرداری از رقبا اشـتباهی نابخشـودنی است. خب شما که قرار نیسـت صرفا از روی دست آنها کپی کنید. در عوض می‌توانید کمی خلاقیت به خرج داده و صورت‌بندی تازه‌ای ایجاد کنید. اینطوری دیگر نیازی به عذاب وجدان هم نخواهد بود.

اطلاع‌رسانی از دل شبکه‌های اجتماعی

استدلال اصلی کارآفرینان هنگام کناره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی عدم حضور مدیران و نماینده‌های ارشـد دیگر برندها در این فضاست. خب اجازه دهید کمی این ادعا را بیشتر بررسی کنیم.

مخاطب شـما به عنوان مدیر ناسا هم که باشد، یک وجه از زندگی‌اش خارج از دنیای کسـب و کار تعریف می‌شود؛ جایی که به جای تمرکز بر روی کار، زندگی شـخصی‌اش را دنبال می‌کند. درست در همینجاست که چنین فردی نه تنها در شـبکه‌های اجتماعی عضویت خواهد داشت، بلکه فرصت خوبی برای تعامل میان شما و او پدید می‌آید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید از هر فرصتی برای تعامل بهتر با مخاطب‌تان سـود ببرید. این امر در بلندمدت شـما را بدل به یک برند حرفه‌ای و دوسـت داشتنی خواهد کرد. خب هرچه کارآفرینان بیشتر با هویت برندتان آشنا شوند، فرصت‌های بهتری برای تعامل پدید می‌آید.

هنر شـما در این میان تولید محتوایی اسـت که مدیران و افراد سرشناس برند مورد نظرتان را جذب کند. لازم نیست این اتفاق از دل تعامل اکانت شما با اکانت رسـمی آن برند صورت گیرد. همین که افراد کلیدی آن سازمان محتوای شما را تماشا کنند، به اندازه کافی اثرگذاری خواهد بود. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خود تغییر دهید. فراموش نکنید، حضور در شبکه‌های اجتماعی فقط نیمی از مسیر موفقیت برای شما محسوب می‌شود. پس باید این مسیر را به بهترین شکل ممکن طی کنید.

اطلاع‌رسانی سریع به مخاطب درباره تغییر و تحولات برند امر مهمی محسوب می‌شود. این نکته به آنها کمک می‌کند رابطه‌ای نزدیک و تعاملی‌تر با کسب و کار شما داشته باشند. خب اگر سطح تعامل میان دو برند بالا باشد، دیر یا زود بدل به تعاملات اقتصادی نیز خواهد شـد. آن وقت شما می‌توانید روی فرآیند مورد نظر برای بهبود وضعیت‌تان کاملا حساب باز کنید.

نکته کلیدی در این میان تلاش برای شناسایی محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی است. البته اینجا وضعیت کمی فرق دارد؛ چراکه مخاطب هدف شما نه افراد عادی بلکه سازمان‌ها هسـتند. پس بد نیست نگاه ویژه‌ای به لینکدین به عنوان پلتفرم مخصوص کارآفرینان داشته باشید. شاید این امر کمی لوس به نظر برسد، اما نقش مهمی در بهبود وضعیت‌تان خواهد داشت؛ چراکه امروزه تقریبا همه کارآفرینان در لینکدین حضور فعالی دارند. پس شما هم نباید از قافله جا بمانید.

راه‌اندازی پادکست تخصصی

زمانی که تب پادکست تازه در حال رشد بود، بیشتر افراد معمولی سراغ طراحی و انتشار پادکست می‌رفتند. این در حالی است که امروزه اوضاع به طور کامل فرق کرده است. به طوری که نه تنها افراد حقیقی، بلکه برندها نیز در این حوزه مشغول شده‌اند. این مسئله‌ای است که باید با دقت از سوی شما مورد ارزیابی قرار گیرد.

پادکست فضای تعاملی بسیار خوبی محسوب می‌شود که اتفاقا اغلب مردم دنیا حسابی از آن استقبال می‌کنند. ماجرا از این قرار است که در قالب پادکست شما امکان طرح مسـائل تخصصی را داشـته و دیگر محدودیت فرمت متن یا ویدئو را ندارید.

خیلـی وقت‌هـا بازاریاب ها از پادکسـت به دلیل لحن صمیمی آن اسـتقبال می‌کنند. پس شما هم باید همین الگو را در دستور کار قرار دهید. اصلا لازم نیست وضعیت تان در زمینه راه‌اندازی پادکسـت را با یک مصاحبه کاری رسمی اشتباه بگیرید. در عوض هرچه تلاش‌تان برای اسـتفاده از لحن صمیمی بیشتر باشد، در نهایت امیدواری بیشتری میان مخاطب‌تان ایجاد خواهید کرد.

یادتان نرود، اسـتفاده از مهمان‌های مناسب در برنامه پادکست اهمیت زیادی دارد. یک مهمان خوب می‌تواند نکات کلیدی برای شما مطرح کرده و کمک کند اثرگذاری خوبی بر روی مخاطب داشـته باشید. به علاوه، شما به ساده‌ترین شکل ممکن فرصت تعامل نزدیک و خودمانی با مخاطب را هم دارید.

تنها نکته کلیدی در این میان ارزیابی افراد پیش از دعوت‌شان به عنوان مهمان به برنامه اسـت. این امر از آنجایی اهمیت دارد که به شـما برای سـاماندهی یک فرصت در زمینه اثرگذاری بر روی مخاطب کمک خواهد کرد.

فراموش نکنید، بحث کیفیت محتوا در هر جایی دارای اهمیت اسـت. پس اگر فکر کرده‌اید بدون توجه به جزئیات می‌توانید مسیر ساده‌ای برای اثرگذاری بر روی مخاطب داشته و مشتری تازه جذب کنید، سخت در اشتباهید.

شرکت در همایش‌های سالانه

این روزها در حوزه B۲B نیز مثل هر حوزه دیگری کلی همایش سالانه برگزار می‌شود. شاید در نگاه نخست حضور در این همایش‌ها نوعی وقت تلف کردن باشد، اما نه وقتی مشتریان شما هم آنجا هستند!

شرکت در همایش‌های سالانه‌ای که خیلی از برندهای بزرگ دنیا در آن حضور دارند، مسئله مهمی محسوب می‌شود. همین که اسم برند شما در کنار آنها آورده شـود، مسئله کلیدی خواهد بود؛ چراکه به شهرت و اعتبار برندتان می‌افزاید. این دقیقا همان مسئله‌ای است که معمولا مورد توجه کارآفرینان قرار نمی‌گیرد.

کاری که شما در این بخش باید به بهترین شکل ممکن انجام دهید، تلاش برای شناسـایی بهترین رویدادها در دنیای کسـب و کار است. خب حضور در همایش ها معمـولا هزینه‌های جانبی نیز به همراه دارد. درسـت به همین خاطر باید در همایش‌هایی شـرکت کنید که ارزشش را داشته باشد وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

بد نیسـت گاهی اوقات درباره کیفیت و اعتبار دوره‌های آموزشی از دیگران نیز سوال کنید. این امر به شما کمک می‌کند تا بهترین تصمیم ممکن برای شرکت در یک همایش با بازگشت سرمایه خوب را بگیرید.

وقتی شـما قصد شرکت در یک همایش سـالانه را دارید، باید حرفی هم برای گفتن داشـته باشـید. این یعنی حضور در همایش‌ها بدون برنامـه و ایده‌ای تازه چندان برای‌تان راهگشا نخواهد بود. این در حالی است که باید کمی هم که شده به فکر مخاطب‌تان باشید. خب مخاطب شما در قالب سازمان یا برند انتظار حرف های تازه را دارد. اگر شما نتوانید این نکته را تامین کنید، بی‌برو برگشت کارتان به کارهای باریک می‌کشد؛ چراکه رقبا به خوبی این مسئله را تامین خواهند کرد. آن وقت سر شما بی‌کلاه می‌ماند.

سخن پایانی

یافتن مشـتری تازه در دنیای B۲B چندان کار سـاده‌ای نیسـت. بسیاری از کارآفرینان خیال می‌کنند موفقیت در این حوزه کار سـاده‌ای اسـت. با این حال نوبت به عمل که می‌رسد، همه چیز فرق خواهد کرد.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات در رابطه با یافتن مشتریان تـازه در حوزه B۲B را زیر ذره بین ببریم. حالا دیگر همه چیز به سـعی و تلاش خودتان برای اجرای درست این استراتژی بستگی دارد.

یادتان نرود، شـما در دنیای کسـب و کار تنها نیستید. این یعنی کمی تعلل از سوی شـما موجب پیش افتادن رقبا خواهد شـد. به همین خاطر ضروری است همیشـه سـرعت عمل‌تان را در بالاترین سطح ممکن نگه دارید. این امر می‌تواند برای شـما مزیت بی‌نهایت مهمی محسوب شود. به طوری که در بلندمدت دیگر هیچ رقیبی توان رویارویی با شما را نداشته باشد.

منابع:

https://spp.co/blog/how-to-find-b۲b-clients/

https://www.lime-technologies.com/en/insights/articles/strategies-to-help-you-find-new-b۲b-customers-۶/

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری پژو ۲۰۷به شماره انتظامی ۳۸ ایران ۳۴۷ م ۱۸ با شماره موتور ۱۶۵A۰۲۴۱۵۵۳ و شماره شاسی NAAR۶۳HMFRDC۶۰۰۸۷ اینجانب فاطمه چراغی با کد ملی ۰۴۱۰۶۳۱۶۱۲ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد. رباط کریم

آگهی طلاق

مخاطب محترم آقای اقبال اقکاریز فرزند حسین

به اطلاع می رساند: همسر شما به نام خانم تکتم علیزاده شاهرکی فرزند علینقی جهت اجرای دادنامه به شماره ۱۴۰۳۹۱۳۹۰۰۰۱۷۶۵۷۰۶ مورخه ۱۴۰۳/۰۲/۱۷ و بایگانی صادره از شعبه ۳ دادگستری خانواده شهرستان رباط کریم به این دفتر خانه مراجعه و تقاضای ثبت طلاق را نمودند تلاش اینجانب جهت انصراف نامبرده از ۰۲۰۲۰۰۷ طلاق موثر واقع نشد لذا در اجرای قانون تبصره ماده ۳۳ قانون حمایت از خانواده به شما اخطار می گردد ظرف مدت یک هفته از تاریخ ابلاغ این اخطاریه جهت اجرای دادنامه به دفتر خانه مراجعه نمایید و یا در صورت وجود مانع شرعی یا قانونی مراتب را کتبا اعلام نمایید. در غیر این صورت برابر مقررات و ضوابط شرعی و قانونی نسبت به اجرای دادنامه اقدام می گردد.

نشانی دفتر خانه رباط کریم چهار راه امام خمینی روبروی مسجد سید الشهداء پ ۵۵۴

تلفن ۵۶۴۲۵۸۸۲

سر دفتر ازدواج ۱۵ و طلاق ۲۲ رباط کریم
محمد حیدری

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای اصغر رحمانی با ارائه دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده به شماره ۵۰۸۳۴۱ توسط دفتر اسناد رسمی شماره ۱۷ سنقر به شماره ۱۴۰۳۲۱۷۱۶۰۰۹۰۰۶۳۵۵ مورخ ۳۰ / ۴ / ۱۴۰۳ مبنی بر فقدان سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه بنای احداثی تحت پلاک ثبتی ۱۰۷ فرعی از ۲۰۱۰ اصلی بخش ۱۰ کرمانشاه مفقود گردیده است که وضعیت ثبتی آن به شرح ذیل اعلام می گردد.

مشخصات ملک: یک قطعه بنای احداثی نوع ملک طلق با کاربری مسکونی به پلاک ثبتی ۱۰۷ فرعی از ۲۰۱۰ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۳ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۸ در طبقه و واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک سنقر استان کرمانشاه به مساحت ۱۸۰ متر مربع

مشخصات مالکیت: مالکیت اصغر/رحمانی فرزند اسدالله شماره شناسنامه ۲۱۲ تاریخ تولد ۱۸ / ۱۱ / ۱۳۴۵ صادره از سنقر دارای شماره ملی ۳۳۵۹۴۷۱۹۲۱ با جز سهم ۳ از کل سهم ۶ بعنوان مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۷۰۳۶ تاریخ ۱۱ /۰۸ /۱۳۹۸ دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۹۰ شهر سنقر استان کرمانشاه، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۱۳۲۳۶۳ سری ب سال ۹۹ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۴۰۰۲۰۳۱۶۰۰۹۰۰۱۹۶۶ ثبت گردیده است.

محدودیت : ندارد

لذا مراتب به استناد تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به پلاک فوق و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد آن آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را کتبا به ضمیمه اصل سند مالیکیت یا اصل سند معامله به اداره ثبت سنقر تسلیم و رسید دریافت نمایند در غیر این صورت پس از انقضا مدت مذکور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

حوزه ثبت ملک سنقر

آگهی قانون تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی بندپی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیأت موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی بندپی مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رأی لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان در روستای امیرده و چفت سر پلاک ۲۵ -اصلی بخش ۹

قطعه ۴ بنام آقای علی مصلح امیردهی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۱۷۴۱,۶۲ متر مربع

قطعه ۵ بنام خانم حلیمه بیانی بندپی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۵۵۳,۲۹ متر مربع

قطعه ۷ بنام آقای رضا مصلح امیردهی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۶۳۳۲,۱۹ مترمربع

قطعه ۱۲ بنام خانم هاجر رضانژاد امیردهی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۰۵۴,۱۸ مترمربع

قطعه ۱۵ بنام آقای یاور بتیار نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۴۸۷۰,۳۸ متر مربع

قطعه ۱۷ بنام آقای شفیع مصطفی زاده نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۷۷۳,۰۲ مترمربع

قطعه ۱۸ بنام آقای محمد مصلح امیردهی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۷۸۴,۵۵ مترمربع

قطعه ۲۱ بنام خانم پروانه زرین خامه نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۲۳۰۵,۸۰ مترمربع

قطعه ۲۲ بنام خانم حوری آزادیان نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۹۶۷ مترمربع

قطعه ۲۴ بنام آقای احمد علی اترک امیری نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۲۰۰۰,۹۰ مترمربع

قطعه ۲۵ بنام آقای احمد علی شعبان زاده امیردهی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۸۱۶,۸۳ مترمربع

قطعه ۲۷ بنام آقای یاور بتیار نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۵۲۲۹,۶۵ مترمربع

قطعه ۳۰ بنام آقای احمد قلی زاده امیردهی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۴۷۷۶,۹۱ مترمربع

قطعه ۳۱ بنام خانم انسیه قلی زاده امیردهی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۱۷۶۰,۶۵ مترمربع

قطعه ۳۳ بنام آقای ذکریا غلامعلی پورگنجی نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۴۹۱۴,۲۳ مترمربع

قطعه ۳۴ بنام آقای اسماعیل غلامعلی زاده کچو نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۳۱۲,۹۶ مترمربع

قطعه ۳۵ بنام آقای محمود عابدی سماکوش نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۳۱۵,۵۶ مترمربع

قطعه ۳۷ بنام آقای محمود عابدی سماکوش نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۲۲۲,۹۲ مترمربع

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دونوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی در محل الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت مینماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده و یا واحد ثبتی با رأی هیأت پس از تنظیم اظهار نامه حاوی تحدید حدود ، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود ، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

محمد حبیب زاده گنجی
رییس ثبت اسناد و املاک بندپی

شناسه آگهی : ۱۷۵۷۷۳۲

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۵/۰۳ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۵/۱۸

آگهی فقدان سند مالکیت

شهربانو نوروز پور با ارائه دو برگ استشهاد محلی مصدق به مهر دفتر خانه ۷۴ همدان مدعی است که سند مالکیت یک دانگ از ششدانگ پلاک ثبتی ۵۶۹۲ فرعی از ۱۹ اصلی واقع در حومه بخش دو همدان بشماره چاپی ۳۵۸۶۳۷ ثبت شده در دفتر الکترونیکی به شماره ۱۴۰۰۲۰۳۲۶۰۳۴۰۰۶۰۳۴ که به علت نامعلوم مفقود گردیده لذا به استناد تبصره الحاقی به ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت بدینوسیله آگهی می شود تا هر کسی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روز به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارایه اصل سند مالکیت و یا سند معامله اعتراض کتبی خود را تسلیم نماید در صورت انقضاء مدت واخواهی و نرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارایه نشود سند المثنی به نام متقاضی صادر و تسلیم خواهد شد

رییس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو همدان – حمید سلگی

م الف : ۷۵۶

آگهی اختصاصی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرائی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۱۲۰۰۸۰۰۰۷۳۳ تاریخ ۱۴۰۳/۲/۸ هیأت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان آق قلا پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۸۰۰۰۴۴۸ تصرفات مالکانه و بلا معارض متقاضی آقای علی قریشی فرزند ارازگلدی به شماره شناسنامه ۲۰۲ شماره ملی ۴۹۷۹۶۹۱۰۱۳ صادره از آق قلا در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۴۳/۷۳ متر مربع مفروز و مجزی شده جزئی از ششدانگ پلاک ثبتی شماره ۶۰۲ فرعی از ۴ - اصلی واقع در اراضی قریه یولمه (یلمه خندان) بخش ۱۳ حوزه ثبت ملک آق قلا از سهمی (متقاضی) علی قریشی از سند مالکیت به شماره چاپی ۶۸۱۹۲۸ تائید گردیده است، لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ ،رسید ظرف مدت مدت یک مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می ماه از تاریخ تسلیم ،اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

شناسه آگهی:۱۷۴۸۱۸۶

تاریخ انتشار نوبت اول روز دوشنبه ۱۴۰۳/۴/۱۸

تاریخ انتشار نوبت دوم روز چهارشنبه ۱۴۰۳/۵/۳

مهناز جهانفر
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آق قلا

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

در اجرای ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون یاد شده اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در هیأت مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک بجنورد مورد رسیدگی و تأیید قرار گرفته جهت اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه

چرا سئوی محلی مهمتر از همیشه شده؟

نویسنده: علی آل‌علی

رقابت برندها در زمینه تولید محتوا همیشه بحث سئو را پیش می‌کشد. جایی که شما باید به جزییات زیادی توجه داشت و سعی کنید به بهترین شکل ممکن وضعیت‌تان در رابطه با مخاطب را بهبود بخشید. اغلب وقتی صحبت از سئو می‌شود، خیلی از کارآفرینان به کلیدواژه‌های محبوب در سطح دنیا یا حتی ترندهای جهانی فکر می‌کنند. انگار که سئو فقط و فقط یک کار بین‌المللی که هرچه به زبان انگلیسی نزدیک‌تر باشد، بازگشت سرمایه بیشتری به همراه خواهد داشت.

ما در روزنامه فرصت امروز دلایل استقبال عمومی از سئو را خیلی خوب درک می‌کنیم، اما اینکه چرا سئوی محلی تا این اندازه از نظر بازاریاب‌ها به حاشیه رفته، محل سوال است. خب در طول سال‌های اخیر اتفاقا برندهایی که بر روی سئو محلی متمرکز بوده‌اند، موفقیت‌های بیشتری کسب کرده‌اند. درست به همین خاطر شما باید همیشه کارتان در این حوزه را براساس تحلیل‌های درست و به روز جلو ببرید.

شاید برای شما هم سوال شده باشد چرا سئو محلی در مقایسه با انواع دیگر سئو تا این اندازه مهم است. خب مگر نه اینکه برندها در سطح جهانی با هم رقابت داشته و اصلا سود اساسی‌شان در توسعه خود در بازارهای جهانی است؟ این نکته‌ای است که می‌تواند برای شما مقدمه‌ای به منظور شروع یک جست‌وجوی وسیع باشد.

ما در این مقاله قصد داریم کمی هم که شده درباره دلایل اهمیت سئو از نقطه نظر محلی حرف بزنیم. این امر به شما نشان می‌دهد چطور در طول سال‌های اخیر حوزه سئو به طور کامل فرق کرده است. پس با ما همراه باشید تا یکی از جذاب‌ترین ماجراجویی‌های ممکن در زمینه سئو محلی را رقم بزنیم.

سئو محلی دقیقا چیست؟

سئو در واقع به استفاده از نکات مختلف به منظور بهینه‌سازی محتوا و صفحات سایت برای رتبه‌بندی بهتر در گوگل اشاره دارد. این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب‌تان داشته و اوضاع را به بهترین شکل ممکن سامان دهید. نکته مهم اینکه شما برای تعامل بهینه با مخاطب‌تان باید همیشه به دنبال استفاده از آپدیت‌های تازه باشید. خب دنیای سئو که همیشه به یک شکل باقی نمی‌ماند.

سئو محلی در واقع به استفاده از کلیدواژه و ترندهای محبوب در سطح محلی برای بهینه‌سازی محتوا اشاره دارد. شاید فکر کنید این مسئله خیلی عجیب است. خب در این صورت آپدیت موردنظر را باید در تغییرات مربوط به موتورهای جست‌وجو و به طور مشخص گوگل جست‌وجو کنیم.

گوگل در طول سال‌های اخیر بر روی شخصی‌سازی نتایج برای کاربران در مناطق مختلف دنیا تاکید داشته است. بر این اساس کاربران در نقاط مختلف دنیا براساس سابقه جست‌وجو یا حتی وضعیت بازار نتایج متفاوتی را مشاهده می‌کنند. همین امر سئو محلی را بدل به پدیده‌ای اساسی کرده است. به طوری که خیلی از برندها بدون توجه به سئو محلی در عمل هیچ شانسی برای موفقیت در بازار ندارند. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز استفاده از سئو محلی را گامی مهم برای موفقیت می‌دانیم. این نکته‌ای است که به شما برای تعامل بهتر با مخاطب کمک شایانی خواهد کرد.

یادتان باشد، در دنیای امروز بسیاری از کسب و کارها رقابت بسیار شدیدی در زمینه تعامل با مخاطب هدف دارند. بنابراین شما باید استراتژی دقیقی برای جلب نظر مخاطب داشته باشید. حتی اگر هدف شما جلب نظر مشتریان در مقیاس‌های وسیعی مثل یک کشور یا قاره باشد، بازهم چاره‌ای به جز تمرکز بر روی سئو محلی نخواهید داشت. این مسئله‌ای است که می‌تواند اوضاع شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم برای موفقیت‌های بزرگ هم باید روی سئو محلی سرمایه‌گذاری کرد.

شما در ادامه با برخی از مهمترین نکات مربوط به سئو محلی و دلایل اهمیت آن در بازارهای جهانی آشنا خواهید شد. پس با ما همراه باشید تا آخرین شک و تردیدهای‌تان نسبت به این استراتژی از بین برود.

ناکامی هوش مصنوعی در سئو محلی

هوش مصنوعی یکی از ابزارهای مهم در طول سال‌های اخیر برای کمک به بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. بسیاری از بازاریاب‌ها کارهای تحقیقاتی و بی‌نهایت سخت را برعهده سئو قرار می‌دهند. نکته جالب اینکه نرخ موفقیت این ابزار در زمینه سئو قابل ملاحظه است. البته هوش مصنوعی قرار نیست جایگزین انسان شود. در عوض کمک‌های این ابزار به عامل انسانی موجب کیفیت بهتر خروجی نهایی می‌شود. این نکته‌ای است که همیشه باید مدنظر قرار دهید. شاید مهمترین نقطه ضعف هوش مصنوعی در رابطه با سئو محلی قابل درک باشد. این مسئله‌ای است که می‌تواند دردسرهای زیادی برای شما به همراه داشته و حتی کارتان را نیز با مشکلات زیادی همراه سازد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید همیشه خودتان را بری نقش آفرینی بزرگ در زمینه سئو آماده نگه دارید.

در حالی که هوش مصنوعی ترندهای جهانی را به خوبی دنبال می‌کند، توانایی زیادی در رابطه با موضوعات محلی ندارد. مثلا اگر شما به دنبال بازاریابی در شهر بزرگی مثل لندن باشید، هوش مصنوعی حرف زیادی برای گفتن دارد. با این حال اگر سراغ یکی از شهرهای حاشیه‌ای در ایالت میشیگان بروید، به احتمال زیاد هوش مصنوعی دیگر حرف زیادی برای گفتن ندارد. شاید در این شرایط هوش مصنوعی برخی از نکات را یادآور شود، اما در عمل آنها هیچ دردی از شما دوا نخواهد کرد.

از آنجایی که هوش مصنوعی در طول سال‌های اخیر تغییرات زیادی داشته، شما می‌توانید نسبت به آینده آن در زمینه سئو محلی امیدوار باشید. با این حال در یک مقیاس بزرگ شاید این امر ریسک زیادی به همراه داشته باشد. پس بهتر است قبل از هر چیزی خودتان را برای تغییرات مهم آماده نگه دارید.

مسئله مورد بحث در این بخش نه تنها مربوط به سئو، بلکه به طور کلی حوزه‌های مختلف فعالیت کاری است. بهتر است به جای اینکه امیدوار به آینده سئو باشید، کمی هم خودتان دست به کار شوید. وگرنه زمان زیادی را از دست داده و به رقبا فرصت جلو افتادن می‌دهید.

محبوبیت سرچ‌های محلی

کاربران در طول سال‌های اخیر و به ویژه تحت تاثیر تجربه کرونا تمایل زیادی برای خرید محلی دارند. مثلا مشتریان دیگر علاقه‌شان به خرید از آمازون مثل قبل نیست. در عوض دوست دارند از فروش مستقیم شرکت‌های کوچک بهره‌مند شوند. این امر نه تنها تجربه خرید سریع‌تری به همراه دارد، بلکه نوعی حس حمایت از کسب و کارهای کوچک در شرایط ناگوار کنونی را زنده می‌کند. درست به همین خاطر شما می‌توانید کارتان را با سرمایه‌گذاری بر روی سرچ محلی به خوبی دنبال کنید.

ویژگی اصلی سرچ محلی چیست؟ شاید این امر سوالات زیادی برای شما به همراه داشته باشد. نکته کلیدی در این میان تلاش شما برای استفاده از محبوبیت کسب و کارهای محلی است. خب الگوریتم گوگل خیلی خوب توانایی تشخیص محلی بودن کسب و کارها را دارد. به همین خاطر به شما کمک می‌کند تا به بهترین شکل ممکن بر روی مخاطب‌تان اثر بگذارید. نکته دیگری که در این میان وجود دارد، مسئله زبان است. اگرچه امروزه بسیاری از مردم دنیا دست کم انگلیسی را تا حد زیادی بلد هستند، اما هنوز هم هیچ چیز جای زبان مادری را نمی‌گیرد. ویژگی اصلی سرچ محلی امکان دسترسی به محتوای محلی است. به طوری که شما دیگر نیازی به استفاده از انواع ابزار ترجمه یا نمونه‌های مشابه را نخواهید داشت. این مسئله می‌تواند برای شما جذابیت زیادی به همراه داشته و حتی کارتان را نیز ساده‌تر سازد. به همین خاطر می‌توانید روی آن حساب ویژه‌ای باز کنید.

بی‌شک همه ما وقتی محتوایی به زبان بومی‌مان در اینترنت مشاهده می‌کنیم، جذابیت آن برای‌مان بیشتر از هر زمان دیگری خواهد بود. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید نحوه فعالیت‌تان در دنیای کسب و کار را براساس سلیقه مشتری تغییر دهید. بازاریاب‌هایی که به سرچ‌های محلی توجه بیشتری نشان می‌دهند، معمولا شانس‌شان برای اثرگذاری بر روی مخاطب بیشتر از رقبا خواهد بود. همین امر موجب شده تا سئو محلی در طول سال‌های اخیر محبوبیت بسیار بیشتری به دست بیاورد.

ترکیب کسب و کارهای محلی و گوگل بیزینس

سرویس گوگل بیزینس که در واقع پلتفرمی برای سامان‌دهی به کسب و کارها در فضای گوگل است، عملکرد بسیار خوبی در زمینه پیشنهاد برندها به کاربران دارد. بر این اساس اگر شما دنبال خرید بهترین لنت ترمز برای خودروی‌تان باشید، این سرویس براساس سابقه جست‌وجوی شما متوجه شهر محل سکونت تان شده و توصیه‌هایی برای خرید از نزدیک‌ترین فروشگاه‌ها خواهد داشت. به علاوه، مسئله میزان رضایت هر مشتری از فروشگاه‌ها را نیز مد نظر قرار می‌دهد. اینطوری امکان شخصی‌سازی پیشنهادهای خرید برای شما مطرح خواهد بود. درست به همین خاطر می‌توانید بدون دردسر اضافه کارتان را پیش برده و نگران هیچ چیز هم نباشید. فراموش نکنید، گوگل بیزینس عامل مهمی در موفقیت کسب و کارها در طول سال‌های اخیر محسوب می‌شود. درست به همین دلیل اگر حواس‌تان نباشد، اصلا بعید نیست کارتان به جاهای باریک بکشد. توصیه ما در این میان تلاش برای استفاده از گوگل بیزینس به مثابه یک عامل کلیدی در حوزه سئو است. این امر می‌تواند محرک بزرگی در مسیر بهبود وضعیت‌تان در حوزه سئو محلی باشد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده محرک‌های مختلفی دارید. گوگل بیزینس در این میان می‌تواند یکی از این محرک‌های بزرگ باشد.

رقابت با برندهای یکه‌تاز محلی

هر بازار محلی دارای یکی دو تا برند بزرگ است که حرف اول و آخر را در آن حوزه می‌زنند. این امری است که می‌تواند برای تازه واردها حسابی سخت و حتی ناگوار باشد. خب حضور در بازاری که چندتا برند بزرگ و مسلط دارد، اصلا کار ساده‌ای نیست. به همین خاطر سئو محلی به شما کمک خواهد کرد تا به عنوان یک خارجی در بازار محلی خیلی بهتر اوضاع‌تان را سر و سامان دهید. این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا در بلندمدت اوضاع‌تان را بهتر از هر زمان دیگری سازید. نکته مهم دیگر اینکه آشنایی با نکات مربوط به سئو محلی زمین بازی برابری برای رقابت با برندهای بزرگ خواهد بود.

شما تا وقتی به عنوان یک برند خارجی در یک بازار مشغول استفاده از تکنیک‌های سئو باشید، مخاطب زیادی برای خودتان جذب نخواهید کرد. این مسئله‌ای است که می‌تواند اوضاع‌تان در دنیای سئو را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار دهد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید همیشه بهترین تکنیک‌های مربوط به سئو را در اختیار خودتان داشته باشید.

سئو محلی برای هر بازار ویژگی‌های متفاوتی دارد. بنابراین نباید فکر کنید یک فرمول ساده در تمام بازارها جواب می‌دهد. این مسئله‌ای است که ما در روزنامه فرصت امروز هیچ وقت با آن میانه خوبی نداریم. در عوض استراتژی شما باید شناخت دقیق هر بازار محلی و تلاش برای شخصی‌سازی محتوای‌تان براساس مختصات آن باشد. این مسئله می‌تواند اوضاع شما در تعامل با مخاطب را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

تمایل به خرید بیشتر

آخرین و شاید مهمترین نکته‌ای که درباره سئو محلی وجود دارد، انگیزه بالاتر افراد برای خرید است. این نکته برای بسیاری از برندها اهمیت ویژه‌ای دارد. اگر شما هم در طول سال‌های اخیر میزان فروش‌تان در بازارهای کوچک بی‌نهایت پایین بوده، شاید وقت آن باشد که سئو محلی را به شیوه‌ای متفاوت امتحان کنید. این مسئله می‌تواند اوضاع شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و حتی شرایط‌تان برای تعامل با مخاطب را نیز تغییر دهد. این مسئله نشان‌دهنده میزان تمایل رقبا به همکاری نزدیک‌تر با شما خواهد بود. یادتان باشد، شما نمی‌تواند همیشه در یک بازار محلی به تنهایی دست به فعالیت بزنید. به همین خاطر ضروری است از فرصت‌های مختلف برای همکاری به بهترین شکل استفاده نمایید. این امر می‌تواند در قالب استفاده از انگیزه خرید بیشتر مشتریان برای خرید از یک برند محلی خودش را نشان دهید. همکاری شما با برندهای محلی در واقع گامی به سوی فروش بیشتر خودتان هم خواهد بود. پس اصلا نباید آن را دست کم گرفته یا مورد بی‌توجهی قرار دهید.

ما در روزنامه فرصت امروز ویژگی بازارهای محلی را فقدان پیش‌بینی‌پذیری می‌دانیم. این امری است که می‌تواند دردسرهای زیادی برای شما به همراه داشته باشد. پس شاید همراهی با یک برند محلی در عمل ایده چندان بدی برای‌تان نباشد. اینطوری دست‌کم امکانات بیشتری برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. ماجرا تازه جالب شد، نه؟

فراموش نکنید، همکاری‌های محلی شاید خیلی طولانی نباشد، اما همیشه امکان تعامل بهتر با مخاطب را فراهم می‌سازد و بنابراین شما باید این نکته کلیدی را به بهترین شکل ممکن مدنظر قرار دهید، وگرنه عمر حضورتان در بازارهای محلی خیلی زیاد نخواهد شد.

سخن پایانی

سئو محلی در طول سال‌های اخیر محبوبیت بسیار زیادی پیدا کرده است. در عین حال که بازاریاب‌ها تمایل زیادی برای استفاده از این استراتژی ندارند، شما باید وضعیت خودتان را متفاوت از دیگران ترسیم کنید. این مسئله‌ای است که به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. پس به جای اینکه خودتان را اذیت کرده یا الکی دنبال بهانه برای ناکامی‌های‌تان در بازار باشید، بهتر است هرچه سریع‌تر کارتان در این حوزه را مدیریت کنید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا وضعیت‌تان را به بهترین شکل ممکن مدیریت کرده و شانس‌تان در بازارهای جهانی را نیز افزایش دهید.

یادتان باشد، موفقیت‌های بزرگ در واقع مجموع موفقیت‌های کوچک هستند. بنابراین شما نمی‌توانید سئو محلی را فراموش کرده و انتظار پیروزی‌های حیرت‌انگیز را داشته باشید. این مسئله‌ای است که می‌تواند وضعیت‌تان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد، پس تا دیر نشده خودتان را برای آشنایی هرچه بیشتر با سئو محلی آماده سازید. در این میان نیز هر جا نیاز به راهنمایی یا کمک داشتید، کارشناس‌های ما آماده کمک به شما هستند.

منابع:
https://localiq.com/blog/local-seo-importance/
https://www.linkedin.com/pulse/why-local-seo-important-your-business-eric-sachs

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
ش ۱۸ – ۱۴۰۳
حفاری یک حلقه چاه آب (دوم)
در شهرک صنعتی پیشوا
شناسه آگهی: ۱۷۵۴۳۷۶
وزارت صنعت، معدن و تجارت
شرکت شهرک‌های صنعتی تهران
شرکت شهرکهای صنعتی تهران در نظر دارد مناقصه عمومی خدمات (پروژه حفاری یک حلقه چاه آب (دوم) در شهرک صنعتی پیشوا) به شماره (۲۰۰۳۰۰۱۰۵۱۰۰۰۰۲۱) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به پیمانکار واجد صلاحیت و دارای گواهینامه های صلاحیت پایه ۵ رشته کاوش های زمینی از سازمان برنامه و بودجه کشور و تایید صلاحیت ایمنی امور پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه 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.
- مبلغ برآورد اولیه بر اساس فهرست بهای سال ۱۴۰۳: (۲۹/۵۰۱/۷۵۴/۵۶۲ ریال)
- مبلغ تضمین شرکت درمناقصه: (۱/۴۷۵/۰۸۷/۷۲۹ ریال)
- محل پروژه: شهرستان پیشوا، بعد از روستای جلیل آباد، شهرک صنعتی پیشوا تلفن: ۳۶۷۴۴۷۰۱
- تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۰۱/ ۰۵/ ۱۴۰۳ می باشد.
- مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: از تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۱ الی ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۶
- مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: تا ساعت ۱۳ تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۷
- پاکت الف حاوی اصل ضمانتنامه بانکی می بایست علاوه بر بارگذاری، به صورت فیزیکی تا ساعت ۱۳ تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۷ در دبیرخانه شرکت ثبت شده و تحویل داده شود.
- زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۸ صبح تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۰
- محل گشایش پیشنهادها: دفتر معاونت فنی شرکت شهرک های صنعتی تهران
- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف: نشانی سهروردی شمالی کوچه شهید محبی پلاک ۲ طبقه ۴ معاونت فنی و تلفن: ۸۸۷۶۱۰۳۸-۰۲۱
www.tehraniec.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی: http://iets.mporg.ir
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱ داخلی ۴ دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷
م الف ۱۴۷۰
شرکت شهرکهای صنعتی تهران

آگهی مزایده عمومی
(نوبت اول)
شهرداری اندیشه در نظر دارد به استناد مجوز شماره ۵/۱۹۷ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۴ موضوع ابلاغ بند ۳ صورتجلسه شماره ۱۷۷ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۲ شورای اسلامی شهر اندیشه، نسبت به فروش اموال غیر منقول خود به شرح ذیل از طریق مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد شرایط اقدام نماید.
۱ - موضوع مزایده:
عبارت است از فروش ۱۰ واحد تجاری از مجتمع پردیسان به انضمام پارکینگ واقع در محله ۷ فاز ۴ اندیشه (مجتمع بصورت یک طبقه دارای اسکلت بتنی، دارای بالکن کف به صورت سرامیک و بدنه به صورت کاشی و گچ، دارای ایزوگام، شیشه میرال کرکره برقی ریموتی، نمای سنگ و دارای پارکینگ در زیرزمین میباشد (بازدید از مجموعه توسط شرکت کنندگان الزامی و از کم و کیف آن کاملا آگاه و مطلع می باشند.)
۲ - مبلغ فروش:
مبلغ پایه کارشناسی شده (گزارش کارشناس رسمی دادگستری به شماره الف / ۰۳۰۸ مورخ ۱۴۰۳/۰۳/۰۸) به شرح جدول ذیل ماده ۲ اسناد مزایده می باشد.
• تبصره ۱: فروش واحدهای تجاری فوق مطابق با وضع موجود بوده و تحت هیچ شرایطی حق تغییر کاربری ملک را نخواهد داشت خریدار می بایست قبل از شرکت در مزایده از آنها بازدید و سپس نسبت به ارائه پیشنهاد قیمت اقدام نماید.
• تبصره ۲: کلیه هزینه های اخذ استعلام ادارات مربوطه و همچنین انتقال اسناد در دفترخانه بر عهده برنده مزایده خواهد بود.
• تبصره ۳: کلیه واحدهای تجاری فاقد سند تک برگ بوده که پیگیری امور مربوط به اخذ اسناد می بایست توسط خریداران انجام پذیرد بدیهی است شهرداری همکاری لازم را در این خصوص خواهد داشت.
• تبصره ۴: کلیه هزینه های آب، برق و شارژ تا زمان تحویل واحد بعهده شهرداری و بعد از آن بعهده برنده مزایده خواهد بود.
۳- تضمین شرکت در مزایده:
سپرده شرکت در مزایده مطابق جدول ذیل ماده ۲ اسناد مزایده میباشد که می بایست تا پایان مهلت تسلیم پیشنهاد قیمت به یکی از صورت های ذیل به واحد دبیرخانه شهرداری تسلیم و شماره ثبت پاکت الف را دریافت نمایید.
الف) رسید بانکی واریز وجه مزبور به شماره حساب سپرده ضمانت شرکت در مزایده ۱۱۳۹۹۴۴۵۶۰۰۱ - نزد بانک ملی شعبه شهر اندیشه کد ۲۴۱۷
ب) ضمانت نامه بانکی
تذکر ۱: مدت تضمین فوق باید در زمان بازگشایی پیشنهاد قیمت دارای اعتبار باشد و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد و علاوه بر آن ضمانت نامه های بانکی باید طبق فرمهای قابل قبول تنظیم شود.
تذکر ۲: به پیشنهادهایی که سپرده شرکت در مزایده آنها به غیر از موارد فوق باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۴- مدارک لازم جهت دریافت اسناد مزایده:
متقاضیان جهت دریافت اسناد مزایده می بایست از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir اقدام نمایند.
۵- مهلت و محل دریافت اسناد مزایده:
از تاریخ انتشار آگهی لغایت پایان وقت اداری روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۱ و محل دریافت آن صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir می باشد.
۶- مهلت و محل تسلیم پیشنهادات:
متقاضیان می بایست پاکتهای پیشنهاد قیمت خود را که برابر شرایط مندرج در کاربرگ مزایده تنظیم شده است را حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۱ در سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir بارگزاری نمایند.
• تذکر: در جلسه بازگشایی صرفاً اسناد دارای امضاء الکترونیکی مورد پذیرش است.
۷- تاریخ و محل بازگشایی پیشنهادات:
روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۲ از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir می باشد.
۸- هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده موضوع مزایده است.
۹- شهرداری اندیشه در رد یا قبول تمام پیشنهادات بدون ذکر دلیل مختار می باشد.
تاریخ چاپ نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳
تاریخ چاپ نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۱۰
بهروز کاویانی – شهردار شهر اندیشه
۷۰۳

آگهی مزایده عمومی به
شماره ۱۰۰۳۰۰۱۴۸۱۰۰۰۰۰۱
نوبت دوم
شناسه آگهی: ۱۷۵۶۴۶۹
شرکت تولید نیروی برق لوشان (سهامی عام)
شرکت تولید نیروی برق لوشان (سهامی عام) در نظر دارد مزایده فروش ضایعات روغن توربین و پمپ و روغن ترانس شرکت تولید نیروی برق لوشان واقع در نیروگاه شهید بهشتی لوشان با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیک دولت به آدرس www.setadiran.ir و به شماره سیستمی ۱۰۰۳۰۰۱۴۸۱۰۰۰۰۰۱ و از طریق مزایده به فروش برساند.
۱-نام و نشانی مزایده گزار: شرکت تولید نیروی برق لوشان (سهامی عام) به نشانی رشت بلوار نماز کوچه گلباغ سوم پلاک ۸ کد پستی ۴۱۶۷۶۹۷۶۳۷.
۲-موضوع مزایده: مزایده فروش ضایعات روغن توربین و پمپ و روغن ترانس شرکت تولید نیروی برق لوشان واقع در نیروگاه شهید بهشتی لوشان
۳-زمان، مهلت، مبلغ و محل دریافت اسناد و بازدید: متقاضیان می توانند از ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۲ تا ساعت ۱۶ عصر روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۴ به سامانه تدارکات الکترونیک دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و برای دریافت اسناد مزایده فوق اقدام نمایند. ضمنا پیشنهاد می گردد قبل از ارائه پیشنهاد قیمت، از اجناس موضوع مزایده طی بازه زمانی از ساعت ۸ صبح لغایت ۱۵ عصر روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۸ به عمل آید.
۴-نوع و مبلغ تضمین شرکت در مزایده: سپرده شرکت در مزایده به مبلغ ۶۸۰،۳۲۲،۵۰۰ ریال (ششصد و هشتاد میلیون و سیصد وبیست و دو میلیون و پانصد ریال) تعیین شده است که متقاضیان به صورت ضمانتنامه بانکی معتبر و یا واریز وجه به شماره حساب ۴۰۰۱۱۰۳۹۰۶۳۷۶۰۳۶ (تمرکز وجوه سپرده با شماره شناسه شبا: IR۵۴۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۳۹۰۶۳۷۶۰۳۶) بنام شرکت تولید نیروی برق لوشان(سهامی عام) از طریق مراجعه حضوری به شعب بانکی و دریافت اصل رسید برفراز شده اقدام نمایند.
و سپس نسبت به ارسال این مدارک در پاکت لاک و مهر شده (پاکت الف) تا ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۵ به دبیرخانه شرکت تولید نیروی برق لوشان (سهامی عام) اقدام گردد.
۵-مهلت بارگذاری اسناد در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و تحویل فیزیکی پیشنهادها: تاساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۵ می باشد.
۶-تاریخ و مکان گشایش پیشنهادها: ساعت ۱۱ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۵ در سالن کنفرانس شرکت تولید نیروی برق لوشان (سهامی عام).
تذکر مهم: پیشنهاددهندگان می بایستی ضمن بارگذاری پاکت(الف) درسامانه تدارکات الکترونیک دولت در مهلت مقرر، نسبت به ارسال اصل پاکتهای الف(ضمانتنامه) مطابق شرایط درج شده دراسناد مزایده، درپاکت لاک و مهرشده تا ساعت ۹ صبح روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۵ به دبیرخانه شرکت تولید نیروی برق لوشان (سهامی عام) اقدام نمایند.
۷- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایده درج شده است.
۸- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل ثبت نام و عضویت در سایت سامانه(www.setadiran.ir): تلفن مرکز راهبری و پشتیبانی ۴۱۹۳۴ و ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۵۷۸۹۵۷۸۹-۰۲۱ و تلفن دفتر ثبت نام: ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱ می باشد.
۹- هزینه های چاپ آگهی مزایده(دو نوبت) که متعاقباً اعلام می شود برعهده برنده مزایده می باشد.
۱۰- هزینه کارشناسی قیمت پایه اقلام مزایده بمبلغ ۶۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال (شصت میلیون ریال) بر عهده برنده مزایده می باشد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۵/۰۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳
روابط عمومی شرکت تولید نیروی برق لوشان
۶۷۹

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
شماره ب/۵۲ - ۱۴۰۲/۳۱

معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه عنوان کرد:

ادامه محدودیت‌های برق؛ فرمان ایست به جهش تولید

اصفهان- خبرنگار فرصت امروز: محدودیت‌های برق اعمال‌شده به فولاد مبارکه در ماه‌های خرداد و تیر سال جاری، ۲۵۰ هزار تن افت تولید و عدم تأمین به‌موقع نیاز بازار و مشتریان را به همراه داشته است.

غلامرضا سلیمی، معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه، در مصاحبه با خبرنگار فولاد، ضمن اعلام این خبر و با اشاره به اینکه ادامه محدودیت‌های برق به معنای فرمان ایست به جهش تولید است گفت: چندین سال است مقام معظم رهبری بر تولید و جهش آن تأکید می‌نمایند و هر سال را به این نام مزین می‌سازند، اما متأسفانه شاهدیم که محدودیت‌های موجود در حوزه انرژی، خاصه ناترازی برق در تابستان و عدم تأمین گاز در زمستان، مانع از تحقق این راهبرد اساسی می‌شود. وی با بیان اینکه متأسفانه هر سال صنایع کشور، ازجمله فولاد مبارکه، در فصول گرم و سرد سال با چالش‌های جدی‌تر و فزاینده‌تری در حوزه انرژی مواجه‌اند، تصریح کرد: به نظر می‌رسد اگر اقدامی هم در خصوص کنترل این ناترازی‌ها از سوی دولت محترم صورت‌گرفته اقدام جدی و مؤثری نبوده است. معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه گفت: این شرکت مطابق با آنچه شرکت‌های صاحب‌سبک و پیشرو دنیا انجام داده‌اند، به حوزه تولید انرژی و خود تأمینی ورود کرده است و در این راستا طی دو سال اخیر، جهت احداث یک نیروگاه سیکل ترکیبی کلاس F با راندمان حدود ۶۰ درصد اقدام کرده است. انتظار می‌رفت با وارد مدار شدن این نیروگاه محدودیت‌های برق برای فولاد مبارکه کمتر شود و تولید این شرکت کمتر با مشکل مواجه گردد که متأسفانه علی‌رغم توافقات انجام‌شده با وزارت نیرو، چنین نشده است. وی با اشاره به توافق‌نامه شرکت فولاد مبارکه با وزارت نیرو تصریح کرد: طبق این توافق‌نامه قرار بود به همان اندازه که فولاد مبارکه انرژی الکتریکی تولید می‌کند و به شبکه برق تزریق می‌کند به همان میزان هم از شبکه برق تحویل بگیرد، اما متأسفانه با شروع فصل گرم سال و افزایش درخواست انرژی از سوی مصارف خانگی و برخی صنایع، تقریباً برقی از شبکه به فولاد مبارکه اختصاص پیدا نکرده و این شرکت تا به امروز از محل ۴۰۰ مگاوات برقی که در خود شرکت از محل نیروگاه جدید در حال تولید است، می‌تواند برق موردنیاز خود را تأمین کند.

ممکن است شاهد التهاب بازار و افزایش قیمت‌هاباشیم

سلیمی خاطرنشان کرد: چنانچه این توافقات به‌موقع و به‌درستی انجام می‌شد، پایداری تولید در فولاد مبارکه تضمین می‌گردید؛ اما به‌دلیل عدم انجام این توافق‌ها از سوی وزارت نیرو، شاهد ناترازی برق برای فولاد مبارکه و در ادامه افت تولید و پس از آن عدم تولید سفارش‌های مشتریان خواهیم بود. بعد از آن نیز ممکن است شاهد التهاب بازار و افزایش قیمت‌ها باشیم.

وی با بیان اینکه فولاد مبارکه در سال‌های قبل توانسته بود به میزان قابل‌ملاحظه‌ای فولاد خام در شرکت تولید و ذخیره‌سازی کند، تصریح کرد: به همین دلیل طی یکی‌دو سال اخیر با تولید بهینه و تأمین به‌موقع بازار داخل، از ایجاد التهاب در بازار داخل جلوگیری شد؛ اما در سال جاری، با پایان یافتن این ذخایر و باتوجه‌به افزایش میزان ناترازی‌ها، به‌شدت نگران کاهش تختال موردنیاز خط‌نورد گرم و در نتیجه عدم تأمین ورق موردنیاز سفارش داده‌شده از سوی مشتریان هستیم. به گفته معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه، چنانچه تولید صورت نگیرد، نمی‌توانیم محصولی به بورس و بازار عرضه کنیم و این امر ممکن است برای صنایع پایین‌دست فولاد مبارکه و بازار، به لحاظ افزایش قیمت، مشکل‌ساز شود. وی خاطرنشان کرد: از ابتدای سال جاری طی دو مرحله شاهد بهره‌برداری از نیروگاه جدید فولاد مبارکه بوده‌ایم؛ اما نسبت به مدت مشابه سال قبل، ناترازی‌ها در حوزه برق و اعمال محدودیت‌ها به فولاد مبارکه افزایش داشته و در نتیجه، شاهد کاهش تولید در بزرگ‌ترین کارخانه فولادسازی کشور هستیم. سلیمی با تأکید بر اهمیت و لزوم تجدیدنظر در اختصاص سهمیه برق به صنایع ازجمله فولاد مبارکه گفت: با نگاه اقتصادی و کلان، ضرر و زیان توقف خطوط تولید برای مردم به‌مراتب بیشتر از خاموشی‌هاست؛ خاموشی‌هایی در حد یک ساعت در شهرها به‌منظور کاهش مصارف خانگی می‌تواند برای مردم قابل‌تحمل باشد؛ اما افزایش قیمت ورق و تورم ناشی از آن در صنایع بسیار نگران‌کننده است. وی با اشاره به وجود منابع عظیم گاز در کشور بر اهمیت حل مشکل ناترازی انرژی تأکید و تصریح کرد: امروزه مهم‌ترین زیرساخت توسعه صنعتی هر کشور مربوط به حوزه انرژی و خاصه برق است و اگرچه فولاد مبارکه به سهم خود با سرمایه‌گذاری در این حوزه تلاش کرده است که هم انرژی موردنیاز خود را تأمین کند و هم به ناترازی در این حوزه کمک کند، به نظر می‌رسد اراده‌ای بیش از این نیاز است تا این ناترازی‌ها به شکل ریشه‌ای رفع شود.

وزارت نیرو باید با اتخاذ شیوه‌های کارآمد و عاجل به مدد تولید بشتابد

معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه در بخش پایانی سخنان خود تأکید کرد: تمامی تلاش شرکت بر این است که با تأمین نیاز مشتریان از بروز هرگونه التهاب در بازار پیشگیری کند؛ اما نباید فراموش کرد که تحقق این راهبرد به برخی مؤلفه‌ها ازجمله تأمین به‌موقع و کافی انرژی موردنیاز خطوط تولید بستگی دارد. در این زمینه، تلاش کرده‌ایم با تمهیداتی ازجمله انجام تعمیرات اساسی خطوط تولید در زمان محدودیت‌های برق و گاز، از بروز چالش در خطوط تولید جلوگیری کنیم؛ اما به نظر می‌رسد وزارت نیرو باید با اتخاذ شیوه‌های کارآمد و عاجل به مدد تولید بشتابد.

صنعت فولاد کشور تنها بین ۶ تا ۷ درصد انرژی الکتریکی کشور را مصرف می‌کند

در همین زمینه سید امیر طباطبایی‌ان، مدیر انرژی و سیالات فولاد مبارکه نیز در خصوص وضعیت انرژی در فولاد مبارکه و ناترازی انرژی الکتریکی در حوزه صنعت و خاصه شرکت فولاد مبارکه گفت: هرسال هم‌زمان با شروع فصل گرم سال و باتوجه‌به ناترازی شدید موجود در حوزه انرژی کشورمان، همه صنایع از این موضوع متأثر می‌شوند و ناچارند تولید خود را کاهش دهند؛ با این تفاوت که شدت محدودیت انرژی در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال‌های قبل به‌شدت بیشتر و زودتر اعمال شده؛ به‌نحوی‌که در بسیاری از خطوط تولید فولاد مبارکه و فولاد سبا ناچار به کاهش تولید شده‌ایم.

وی با بیان اینکه طبق اعلام وزارت نیرو، این ناترازی‌ها از ۱۲ تا ۱۳ هزار مگاوات در سال ۱۴۰۲ به ۱۵ تا ۱۷ هزار مگاوات در سال جاری تبدیل شده و متأسفانه با رشد ناگهانی بسیار زیادی همراه شده است، اظهار داشت: در این بین به صنعت فولاد که تنها بین ۶ تا ۷ درصد انرژی الکتریکی کشور را مصرف می‌کند خسارت بسیار سنگینی وارد شده؛ این در حالی است که این صنعت یکی از صنایع ارزآور، سودآور و اشتغال‌آفرین برای کشور است و به‌طورکلی در توسعه اقتصادی و صنعتی ایران عزیز نقش بسزایی دارد.

طباطبائیان گفت: همگی به این مهم اذعان داریم که رشد اقتصادی، کاهش تورم و بهبود شاخص‌های اقتصادی کشور وابسته به تولید ناخالص داخلی است؛ اما هر سال، برخلاف این مدعا، سهمیه اختصاصی برق و گاز صنعت کاهش می‌یابد. این در حالی است که خسارت‌های ناشی از کاهش اختصاص برق به صنعت بسیار زیان‌بار و جبران‌ناپذیر است و به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر درآمد و توسعه اقتصادی کشور تأثیر می‌گذارد.

وی گفت: سال ۱۴۰۱ طبق توافق‌نامه‌ای که با وزارت نیرو منعقد شد، مقرر شد صنایع در جهت کمک به شبکه برق سراسری و تأمین انرژی الکتریکی خودشان نزدیک به ۱۰ هزار مگاوات انرژی الکتریکی تولید کنند و در خطوط تولید خود به مصرف برسانند. خوشبختانه با استقبال خوب صنایع این میزان به ۱۷ هزار مگاوات افزایش یافت. بعد از امضای این توافق‌نامه، صنایع ازجمله فولاد مبارکه، جهت احداث نیروگاه و تولید انرژی موردنیاز اقدام نمودند. در این میان سهم فولاد مبارکه تولید ۱۵۰۰ مگاوات انرژی الکتریکی بود و این شرکت با سرمایه‌گذاری حدود ۷۲۰ میلیون یورویی جهت احداث یک نیروگاه ۹۱۴ مگاواتی سیکل ترکیبی و یک نیروگاه ۶۰۰ مگاواتی خورشیدی اقدام کرد. طبق توافق‌نامه امضاشده بین فولاد مبارکه و وزارت نیرو، مقرر بود که به هر میزان که فولاد مبارکه انرژی الکتریکی تولید کرد، وزارت نیرو به همان میزان به این شرکت انرژی الکتریکی اختصاص دهد؛ اما متأسفانه علی‌رغم سرمایه‌گذاری‌ها و اقدامات خوب فولاد مبارکه که توانست طی ۱۶ ماه با احداث و راه‌اندازی نیروگاه سیکل ترکیبی به تعهد خود جامه عمل بپوشاند و از اوایل سال جاری دو واحد نیروگاه سیکل ترکیبی خود را به‌طور دائم وارد مدار کند، اما وزارت نیرو از عمل به تعهدات خود سر باز زده و هیچ سهمیه‌ای به فولاد مبارکه اختصاص نداده است.

به گفته مدیر انرژی و سیالات فولاد مبارکه، عدم عمل به مفاد توافق‌نامه از سوی وزارت نیرو عملاً سرمایه‌گذاری سایر صنایع در این حوزه و حتی سرمایه‌گذاری فولاد مبارکه در مسیر توسعه این نیروگاه‌ها را با تردید مواجه کرده و در جلب‌اعتماد صنایع نسبت به این قبیل مشارکت‌ها تأثیر منفی داشته است. وی ادامه داد: در حال حاضر اگرچه فولاد مبارکه برای تأمین برق موردنیاز خود با احداث نیروگاه و خرید برق از بخش خصوصی اقدام کرده است؛ اما عملاً تا این لحظه فقط توانسته برخی از خطوط تولید خود ازجمله نورد گرم، نورد سرد و آهن‌سازی را در مدار تولید نگه دارد و بخش اعظم فعالیت شرکت که مربوط به تولید فولاد خام و ماده اولیه تولید انواع ورق‌های فولادی است، به دلیل همین ناترازی‌ها و عدم تخصیص برق موردنیاز و توافق‌شده به شرکت، با چالش‌های جدی مواجه شده است.

باید جذابیت سرمایه‌گذاری برای بخش خصوصی به‌ویژه در حوزه تولید برق افزایش یابد

طباطبائیان ادامه داد: تأثیر کاهش تولید در فولاد مبارکه و چنین صنایعی بدون شک طی ماه‌های آینده در بازار مشاهده خواهد شد. امیدواریم با برنامه‌ریزی‌های بهتر و اصلاح تخصیص سهمیه‌های تحویلی به صنعت فولاد، از ادامه بروز این چالش‌ها و مشکلات پیشگیری شود. به نظر می‌رسد باید در حوزه تولید انرژی نیز سهم دولت کاهش یابد و با حمایت‌های بیشتر و جدی‌تر از بخش خصوصی، شرایطی فراهم شود که جذابیت سرمایه‌گذاری برای بخش خصوصی به‌ویژه در حوزه تولید برق افزایش یابد؛ در غیر این صورت، به‌هیچ‌عنوان نخواهیم توانست در سال‌های آینده نیز که گرمی هوا طبق پیش‌بینی‌های انجام‌شده افزایش خواهد یافت، شرایط بهتری را متصور شویم و این چالش‌ها را برطرف کنیم. وی با بیان اینکه در حال حاضر حدود ۶۵ تا ۷۰ درصد برق کشور در بخش خصوصی تولید می‌شود، گفت: متأسفانه به دلیل سیاست‌های اشتباه در قیمت‌گذاری و نگاه بخشی و... شاهد این هستیم که هر سال حوزه صنعت و حتی صنعت تولید برق با مشکلات جدی‌تری مواجه می‌شود؛ بنابراین باید در این روش‌ها تجدیدنظر جدی و عاجل صورت گیرد. نباید اجازه دهیم که صنایع کشور ازجمله صنعت فولادسازی که از صنایع مادر و زیرساختی است، بیش از این با چالش‌های طاقت‌فرسا مواجه شود. مدیر انرژی و سیالات فولاد مبارکه با تأکید بر اینکه شرکت در حال حاضر برق مصرفی خود را از طریق دو نیروگاه داخلی خود تأمین می‌کند و عملاً هیچ‌گونه برقی از شبکه سراسری دریافت نمی‌کند گفت: متأسفانه در بسیاری از موارد به دلیل عدم دریافت سهمیه برق نتوانسته‌ایم بسیاری از سفارش‌های موردنظر را تولید کنیم و این به ضرر شرکت و به‌طورکلی اقتصاد کشور است و امیدواریم با اصلاح سیاست‌ها، شرایطی فراهم شود که این محدودیت‌ها متوجه صنایع نباشد.

سرمایه‌گذاران از وزارت نیرو انتظار دارند به تعهدات خود عمل کند

وی در بخش پایانی سخنان خود تصریح کرد: همان‌گونه که می‌دانیم ناترازی برق در کشور به عددی بین ۱۵ تا ۲۰ هزار مگاوات‌ساعت رسیده است که رفع این میزان ناترازی به ۱۰ تا ۱۳ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز دارد. با مشاهده بدعهدی‌های وزارت نیرو، سرمایه‌گذاران از ادامه طرح‌های توسعه خود در حوزه تولید برق منصرف خواهد شد؛ چراکه با این روش، چنین سرمایه‌گذاری‌هایی برای آن‌ها عملاً توجیه اقتصادی نخواهد داشت. سرمایه‌گذاران از وزارت نیرو که سیاست‌گذار اصلی در این حوزه است انتظار دارند به تعهدات خود عمل کند.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی:

راه های استان مرکزی آماده استقبال از زائران حسینی می شود

اراک- فرناز امیدی: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی با اشاره به نزدیک شدن سفرهای اربعین حسینی گفت: به منظور ارائه خدمات مطلوب‌تر به زوارالحسین (ع) ۴۰ کارگاه عمرانی از جمله لکه‌گیری و روکش آسفالت، خط‌کشی و... در سطح راه‌ها فعال هستند.

مهرداد جهانی اظهار کرد: خدمات‌رسانی به زائران اباعبدالله الحسین (ع) در پنج بخش مختلف شامل اقدامات راهداری، مدیریت حمل و نقل مسافرین، اجرای طرح‌های کنترلی، تمهیدات پدافند غیرعامل و فعالیت‌های فرهنگی برنامه‌ریزی شده است. وی با اشاره به مسیرهای منتهی به اربعین در حوزه راه‌های استان افزود: ۱۳ محور در استان شامل آزادراه و جاده قدیم ساوه-تهران و ساوه-همدان و ساوه-سلفچگان، اراک-سلفچگان و بالعکس، اراک-توره-ملایر، خمین-الیگودرز و... در کریدور اصلی مسیر اربعین هستند.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی تصریح کرد: به منظور ارائه خدمات مطلوب‌تر به زائران اربعینی حسینی و کاربران جاده‌ای، ۴۰ کارگاه عمرانی از جمله لکه‌گیری و روکش آسفالت، خط‌کشی، رفع نقاط پرتگاهی، نصب نیوجرسی و گاردریل، نصب تابلو و علائم و...در سطح راه‌ها فعال هستند.

جهانی همچنین در خصوص اقدامات برنامه‌ریزی شده برای مدیریت حمل و نقل مسافرین با استفاده از ناوگان عمومی خاطرنشان کرد: در این راستا تمهیدات لازم برای اعزام و بازگشت زائران با استفاده از ظرفیت ناوگان مسافری اندیشیده شده است.

وی اضافه کرد: برای جابجایی زائران در ایام اربعین استفاده از تمامی ظرفیت ناوگان اتوبوسی پیش بینی شده است.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی ادامه داد: تمام ظرفیت‌های این ناوگان در آماده‌باش کامل هستند و در صورت نیاز از آنها استفاده می‌شود، اما به دلیل جلوگیری از بروز مشکل برای مسافران اعزامی به سایر نقاط کشور، بخشی از ظرفیت ناوگان با نظارت این اداره کل به آن‌ها تعلق خواهد گرفت و در صورتی که تخلفی در این خصوص از سوی شرکت‌های حمل و نقل صورت بگیرد طبق مقررات با آن‌ها برخورد خواهد شد.

جهانی افزود: اجرای طرح‌های کنترلی یکی دیگر از بخش‌هایی است که در این ایام توسط ۵۴ اکیپ به طور جدی پیگیری خواهد شد که شامل نظارت بر فعالیت مجتمع‌های خدمات رفاهی بین راهی و شرکت‌های مسافربری و نظارت بر فعالیت رانندگان، مدیریت شبانه‌روزی ترافیکی توسط مرکز مدیریت راه‌ها و... می‌شود.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی اظهار کرد: به منظور خدمات‌رسانی به اسکان زائران در شرایط اضطرار نیز ۳۵ راهدارخانه استان آمادگی لازم را برای ایفای نقش دارند.

جهانی افزود: همچنین راهکارهای لازم برای تأمین سوخت ذخیره بر اساس مصوبات کمیته حمل و نقل سوخت ستاد اربعین استان باهم افزایی دستگاه‌های عضو و همچنین تأمین ناوگان ذخیره اندیشیده است. وی خاطرنشان کرد: یکی از اقداماتی که طی سال‌های اخیر توسط این اداره کل در راستای خدمات‌رسانی به زائران صورت گرفته اعزام حدود ۷۰ نفر از کارکنان به پایانه مرزی مهران بوده است که این اقدام امسال نیز تکرار خواهد شد تا از نظر نیروی انسانی برای خدمت به زوار اعزامی از استان مرکزی کمبودی احساس نشود. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی با اشاره به فعالیت‌های فرهنگی نیز گفت: به منظور استقبال از زائران پویش راه نجات نیز طی روال سال‌های اخیر در مسیرهای منتهی به اربعین برگزار خواهد شد که در این پویش برنامه‌هایی از جمله تعزیه‌خوانی، اجرای تواشیح و مدیحه‌سرایی، تبیین مسائل فرهنگی و مناسبتی با محوریت حماسه عاشورا و... تدارک دیده شده است.

مسئول معاونت اجتماعی سپاه ناحیه کرمانشاه عنوان نمود:

توانمندی فعالان امر به معروف و نهی از منکر استان امری لازم و ضروری است

کرمانشاه- خبرنگار فرصت امروز: نشست خبری به همت سازمان بسیج رسانه با حضور سرهنگ "حسین رجبی‌نژاد" مسئول معاونت اجتماعی سپاه ناحیه مقاومت بسیج کرمانشاه با اصحاب رسانه برگزار شد. سرهنگ "حسین رجبی‌نژاد" مسئول معاونت اجتماعی سپاه ناحیه مقاومت بسیج کرمانشاه در جلسه شورای امر به معروف و نهی از منکربا اشاره به اینکه امر به معروف و نهی از منکر از واجبات فراموش شده و مورد تاکید مقام معظم رهبری است اظهار کرد: قدم اول در شورای امر به معروف و نهی از منکر استان، احصا معروفات ترک شده و منکرات رایج شده در جامعه است. وی مهمترین اهداف این شورا را یافتن راهکار در راستای ترویج و احیا معروفات و نهی از منکرات عنوان کرد و افزود: با یافتن راهکار مصوبات تصویب و به سمت اجرایی شدن آنها حرکت می‌کنیم.

مسئول معاونت اجتماعی سپاه ناحیه کرمانشاه، توانمندی فعالان امر به معروف و نهی از منکر استان را امری لازم و ضروری دانست و گفت:ضعف‌هایی در این زمینه داریم که با آموزش و بکارگیری مربیان کارآزموده در این زمینه مشکلات مرتفع خواهد شد. رجبی از جمله مهمترین منکرات رایج در استان را اعتیاد، رباخواری، پارتی‌بازی، و رشوه عنوان کرد و بیان داشت: مهمترین معروفات ترک شده در استان نیز ازدواج آسان، انجام نماز جماعت، حجاب، نظم و انضباط اداری است که بانک‌های اطلاعاتی در این زمینه فراهم شده تا بتوانیم در احیا معروفات و نهی از منکرات کارساز باشیم. مسئول معاونت اجتماعی سپاه ناحیه مقاومت بسیج کرمانشاه در پایان با تاکید بر اینکه امر به معروف و نهی از منکر وظیفه همگانی است گفت: در راستای احیای نهضت امر به معروف و نهی از منکر تنها به ظرفیت سپاه و بسیج اکتفا نخواهیم کرد بلکه با آموزش آحاد مختلف جامعه، احیای این نهضت را با تمام توان انجام خواهیم داد.

تامین برق و پایدارسازی شبکه انتقال برق جنوب خوزستان

اهواز - شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: در ادامه روند پایدارسازی شبکه انتقال برق جنوب خوزستان، نیروگاه آبادان به نیروگاه افق متصل شد.

علی اسدی بیان کرد: با اتصال نیروگاه برق آبادان به نیروگاه افق، برق مورد نیاز جنوب خوزستان (شهرستان‌های آبادان، شادگان و ماهشهر) تامین و پایداری شبکه افزایش پیدا کرد. وی با اشاره به طوفان تندباد در اردیبهشت ماه خوزستان و آسیب به خطوط برق انتقال و فوق توزیع این منطقه، تصریح کرد: با بسیج همه امکانات در کمترین زمان ممکن دکل‌های آسیب دیده و سقوط کرده نوسازی، بازسازی و بهینه‌سازی شد تا شبکه به حالت عادی برگردد.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با اشاره به تلاش شبانه‌روزی نیروهای عملیاتی و سختی‌های محیطی کار برای عادی‌سازی شبکه انتقال برق این منطقه، افزود: باتوجه به نزدیکی شروع پیک مصرف و شدت گرما در جنوب خوزستان، در سه شیفت کاری عملیات عادی‌سازی خطوط (۱۳۲، ۲۰۰ و ۴۰۰ کیلوولت) انجام گرفت و شبکه به حالت عادی بازگشت.

اسدی بیان کرد: در ادامه این اقدامات، با اتصال نیروگاه برق آبادان به نیروگاه افق به وسیله خطوط ۲۳۰ و ۴۰۰ کیلوولت، تامین برق منطقه از امنیت بیشتری برخوردار شد و در پایداری کامل قرار گرفت. وی اضافه کرد: با این اقدامات تلاش می‌شود که عبور موفقی از پیک مصرف تابستان ۱۴۰۳ صورت بگیرد که با همراهی مردم در اجرای برنامه‌های مدیریت مصرف، این موفقیت حاصل خواهد شد. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با اعلام پایان پروژه بازسازی و احداث برج‌های حادثه دیده در منطقه شادگان و اتصال نیروگاه آبادان به نیروگاه افق، از حمایت و راهبری مدیرعامل و معاونین شرکت توانیر و اقدامات جهادی و شبانه‌روزی کارکنان معاونت بهره‌برداری و دیگر بخش‌های شرکت برای به اتمام رساندن این پروژه سخت و پایدار سازی شبکه برق منطقه در شرایط گرمای طاقت فرسای بالای ۵۰ درجه و رطوبت شدید هوا، تقدیر و قدردانی کرد.

شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تامین و انتقال برق در استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

کشف ۶۰هزار لیتر سوخت قاچاق

یزد- سید محمد جواد عرفان فر: فرمانده انتظامی استان یزد گفت: در بازرسی از دو دستگاه تریلی نفتکش، ۶۰ هزار لیتر سوخت قاچاق کشف شد. سردار "عباسعلی بهدانی فرد" در تشریح جزئیات این خبر اظهارکرد: در راستای مقابله با قاچاق سوخت، ماموران پلیس امنیت اقتصادی استان کنترل کامیون های نفتکش را مدنظر قرار دادند.

وی افزود: ماموران هنگام کنترل خودروها در محور "کمربندی" دو دستگاه تریلی نفتکش را متوقف و مورد بازرسی قراردادند. فرمانده انتظامی استان یزد خاطرنشان کرد: ماموران در بازرسی انجام شده ۶۰ هزار لیتر گازوئیل قاچاق را کشف و در این خصوص دو متهم را نیز دستگیر کردند.سردار بهدانی فرد با بیان اینکه ارزش محموله های کشف شده ۱۹ میلیاردو۳۶۰ میلیون ریال برآورد شده است یادآور شد: قاچاقچیان که قصد انتقال این محموله سوختی از مرکز کشور به شهرهای جنوبی را داشتند به مراجع قانونی معرفی شدند.

اخبار

بومی‌سازی اجکتور پمپ‌های خلأ واحد گاززدایی فولاد مبارکه (L RH-TOP)

اصفهان – معصومه قاسمی: رئیس تعمیرات عملیات ثانویه فولاد مبارکه از بومی‌سازی اجکتور پمپ‌های خلأ واحد گاززدایی (RH-TOP) فولاد مبارکه خبر داد مهدی شفایی در این باره تصریح کرد: با توجه به نیاز روزافزون تولید محصولات ویژه در فولاد مبارکه و تولید آن در واحد RH، حساسیت آماده‌به‌کاری این واحد بسیار افزایش یافته است و نیاز به تأمین قطعات استراتژیک از اهمیت زیادی برخوردار است. وی با بیان اینکه یکی از بخش‌های مهم این واحد قسمت وکیوم است و اصلی‌ترین قطعه آن اجکتورهای بخار است گفت: با توجه به هزینه و مشکلات زیاد در حوزه واردات و تأمین قطعات پمپ‌های خلأ، ساخت این قطعات در دستور کار قرار گرفت و با موفقیت انجام شد تا علاوه بر صرفه اقتصادی برای فولاد مبارکه از خروج ارز از کشور نیز جلوگیری شود. در همین زمینه، حامد فردی، کارشناس تعمیرات عملیات ثانویه نیز گفت: اساس عملکرد هر سیستم گاززدایی بر پایه میزان خلأ ایجادشده بر سطح ذوب و مقدار ظرفیت مکشی آن استوار است. در دنیا دو روش ترکیب پمپ‌های مکانیکی و ترکیب اجکتور پمپ‌ها برای تولید خلأ در واحدهای فولادسازی وجود دارد که به‌طور مشخص در واحد گاززدایی RH-TOP فولاد مبارکه که عملکرد آن اجکتوری است طراحی و ساخت اجکتور پمپ‌های مجموعه تولید خلأ توسط شرکت GEA آلمان و به سفارش شرکت SMS DEMAG انجام‌شده بود. وی با اشاره به اینکه این مجموعه متشکل از شش اجکتور بخار است که در چهار مرحله عملیات تولید خلأ عمیق در ۰/۶ میلی‌بار و ظرفیت مکش ۷۰۰ کیلوگرم بر ساعت گاز را انجام می‌دهد، ادامه داد: این مقادیر برای کربن‌زدایی با هدف تولید فولادهای با کربن پایین‌تر از ppm۱۵ در مدت‌زمان ۲۰ دقیقه طراحی شده است که به علت مکش گازها از داخل ذوب که به همراه آن غبار و ذرات مربوط به مواد افزودنی، داخل اجکتورها مکیده می‌شود، شرایط گازهای مکش دوفازی و خوردگی اجکتور پمپ‌ها شدیدتر می‌گردد. به گفته فردی، مهم‌ترین معضل در مجموعه حاضر، فقدان نقشه و هندسه دقیق از تجهیز بود که عملاً انجام هرگونه ساخت را غیرممکن ساخته و باعث ایجاد وابستگی خرید صرفاً از همان شرکت شده بود تا اینکه با بومی‌سازی این تجهیز عملاً به دانش فنی ساخت آن دست یافتیم.

مدیر عامل :

امید است تغییر ساعت کاری ادارات هرمزگان در کاهش و مدیریت مصرف برق موثر باشد

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مهندس محمد کریمی مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در نشست ویدئو کنفرانس مدیریت مصرف برق که با حضور از را دور مصطفی رجبی مشهدی مدیر عامل توانیر ترتیب یافت با تقدیر از معاون توسعه منابع و پشتیبانی استانداری هرمزگان مبنی بر اعلام تغییر ساعت کاری ادارات استان هرمزگان اظهار داشت : این تغییر ساعت در راستای حفظ پایداری برق، و مدیریت مصرف اعمال شده و انتظار می‌رود تاثیر مثبتی در کاهش فشار بر مصرف بی رویه برق به ویژه در حوزه اداری داشته باشد. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان، بر اساس اعلام استانداری هرمزگان ساعت کاری همه ادارات، بانک‌ها و شهرداری‌ها به استثنای مراکز درمانی، واحدهای امدادی و خدمات رسان در استان هرمزگان از ساعت ۶ صبح تا ساعت ۱۳ است. مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان همچنین با اشاره به اینکه روزها و شبهای گرم‌تر در راه است اضافه کرد :برای پایداری شبکه برق نیاز به جدیت و عزم بیشتری است. با توجه به تعطیلی ادارات در ساعت ۱۳ انتظار می‌رود که عملکرد عمومی اداری وضعیت بهتری پیدا کند. مهندس کریمی از مدیران برق نواحی خواست تا با فرمانداران در ارتباط باشند و تلاش کنند تا از فشار مضاعف بر مصرف برق به ویژه در ساعت‌های اوج مصرف کاسته شود. مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان همچنین تاکید کرد :ضرورت دارد مجتمع های تجاری در ساعات پیک مدیریت بیشتری بر مصرف برق داشته باشند و مولدهای اضطراری وارد مدار شوند. بر اساس آمارهای موجود پیک بار توزیع هرمزگان در روزهای آخر هفته گذشته به ۲۸۳۶ مگاوات رسید.

سال گذشته در چنین روزی مصرف برق هرمزگان ۲۵۸۵ مگاوات بوده است.

رییس سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک:

پیشگیری، مهم‌ترین اقدام برای مقابله با پشه آئدس است

اراک- فرناز امیدی: رییس سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک با بیان اینکه پیشگیری، مهم‌ترین اقدام برای مقابله با پشه آئدس است، گفت: مبارزه با پشه آئدس نیازمند یک عزم جدی است و در این راستا سازمان مدیریت پسماند با برگزاری جلسه با ناظران و عوامل مرتبط، انجام اقداماتی فوری و ویژه را در دستور کار خود داده است. به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اراک، مهدی فدوی بیان داشت: بعضی از مهم‌ترین اقدامات این سازمان، جمع‌آوری پسماندهای ساختمانی رها شده در سطح کوچه و معابر عمومی و جمع‌آوری لاستیک‌های مستعمل در سطح شهر، شستشو و نظافت جداول روباز، شستشو و گند زدایی ماشین‌آلات جمع‌آوری و حمل پسماند، آهک پاشی اطراف مخازن پسماند سطح شهر و همچنین آموزش و اطلاع رسانی به کارکنان این سازمان است. رییس سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک تصریح کرد: با توجه به دستور العمل جلسه کارگروه اجتماعی و سلامت و خانواده استان، علاوه بر اقدامات فوق، عملیات پاکسازی و جمع‌آوری سرشاخه‌های شهری در تمام مناطق پنجگانه به صورت ویژه در حال انجام است. فدوی اضافه کرد: همکاری شهروندان با شهرداری و سایر نهادهای مربوطه به منظور پیشگیری از خطرات پشه آئدس از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. وی تاکید کرد: برای افزایش سطح بهداشت عمومی و پیشگیری از شیوع آلودگی‌های محیطی، شهروندان از ریختن هر گونه پسماند در کانال‌ها و جداول سطح شهر خودداری و ضمن رعایت برنامه زمان‌بندی ساعت ۹ شب، پسماندها را در کیسه‌های دربسته داخل مخازن پسماند قرار دهند و همچنین از رها کردن سرشاخه‌های هرس شده و اقلام حجیم در سطح کوچه و خیابان‌ها اجتناب فرمایند.

مصرف برق گلستانی‌ها از مرز هشدار گذشت

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت: ساکنان این استان در تابستان امسال هزار و ۵۸۴ مگاوات برق مصرف کردند که این میزان از مرز هشدار عبور کرد و میانگین مصرف برق در دوران پیک پارسال را شکست. سیداحمد موسوی روز دوشنبه اظهار کرد: دو هفته بسیار گرم پیش‌روی گلستان قرار دارد که توصیه ما به مردم صرفه‌جویی در مصرف برق است.وی با بیان اینکه بخش خانگی بیشتر مصرف برق استان گلستان را به خود اختصاص می‌دهد، تصریح کرد: ۸۰ درصد برق استان توسط مشترکان خانگی مصرف می‌شود.مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان تاکید کرد: میزان مصرف برق استان در شرایط عادی ۴۰۰ مگاوات است که در حال حاضر با افزایش چهار برابری به هزار و ۶۰۰ مگاوات در شبانه‌روز رسیده و این افزایش قابل‌توجه به دلیل استفاده از سیستم‌های سرمایشی است.موسوی بیان کرد: مصرف بهینه برق علاوه‌بر کمک به اقتصاد خانواده، تامین پایدار انرژی را به همراه دارد که تحقق چنین هدفی با چند راهکار ساده از جمله تنظیم درجه کولر روی دمای آسایش (۲۵ تا ۲۶ درجه)، شست‌وشوی فیلتر کولر و گذاشتن سایه‌بان روی موتور کولر امکان‌پذیر است. وی با بیان اینکه مردم در صورت مصرف برق بالاتر از الگوی مصرف باید هزینه هنگفتی بپردازند، خاطرنشان کرد: کسانی که در مصرف برق

بررسی استراتژی‌های بازاریابی که هنوز جواب می‌دهند

بازاریابی سنتی در عصر مدرن

نویسنده: علی آل‌علی

بازاریابی ابزار بسیار مهمی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود شرایط یک کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از کارآفرینان در همه مراحل فعالیت شان در بازار به دنبال استفاده از این استراتژی هستند. فرقی ندارد شما یک استارت آپ تازه کار داشته باشید یا برندتان سال‌های سال در بازار یکه تازی کند، در هر صورت استفاده از تکنیک‌های کاربردی در زمینه تعامل با مخاطب امری ضروری خواهد بود.

برخی از کارآفرینان خیال می‌کنند پس از مدت زمانی کوتاه دیگر یک استراتژی بازاریابی اثرگذاری‌اش را به طور کامل از دست خواهد داد. این درست همان زمانی است که شما باید نسبت به تغییر نگرش‌تان در بازار اقدام کنید. خب به صرف اینکه عمر یک استراتژی در بازار بی‌نهایت زیاد است، نباید دور آن را خط کشید. این امر می‌تواند دردسرهای زیادی برای کسب و کارها به همراه داشته و حتی اوضاع شما در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار سازد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم معیار اصلی برای داوری درباره استراتژی های بازاریابی نه عمرشان، بلکه عملکرد هر کدام در بازار است. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کرده و اوضاع‌تان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد. درست به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم برخی از استراتژی‌های بازاریابی قدیمی را که هنوز به خوبی کار می‌کنند، بررسی کنیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا اوضاع‌تان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشید. یادتان باشد، در دنیای امروز شما باید از هر ابزار و وسیله‌ای برای بهبود شرایط‌تان در بازار سود ببرید. این تنها نکته‌ای است که به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک خواهد کرد.

بازاریابی کلاسیک در دوران دیجیتال

شاید در اولین نگاه صحبت از استراتژی‌های بازاریابی کلاسیک، آن هم در این دوره و زمانه، خیلی عجیب به نظر برسد. راستش را بخواهید، ما انتظار نداریم شما در همین ابتدای کار استقبال چشمگیری از استراتژی مورد بحث ما داشته باشید. در عوض نکته کلیدی تلاش شما برای درک موقعیت است. خب ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به دنبال استفاده از بهترین روش‌ها هستیم و درباره آنها کلی استدلال منطقی می‌آوریم. کافی است تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا نوع نگاه‌تان به استراتژی‌های کلاسیک تغییر کند. خب منتظر چه هستید؟ اجازه دهید بدون هیچ اتلاف وقتی کارمان را شروع کنیم.

یکی بخر دو تا ببر: استراتژی قدیمی اما هنوز محبوب

یکی از روش‌های بازاریابی قدیمی که به طور ویژه‌ای برای کسب و کارهای تازه تاسیس کاربرد دارد، یکی بخر دو تا ببر است. این استراتژی، همانطور که از اسمش می‌شود حدس زد، بر مدار اعطای یک محصول هدیه به مشتریان در صورت خرید است. مثلا شعبه‌های تازه دومینوز وقتی به دنبال جلب نظر مخاطب هستند، همیشه از این استراتژی سود می‌برند؛ چراکه ورود به یک بازار تازه همیشه سختی‌های خاص خودش را دارد. به همین خاطر مدیران دومینوز با این استراتژی قدیمی ورود به بازار را کمی برای خودشان ساده‌تر می‌کنند. این امر موجب استقبال بهتر مشتریان از محصولات برند شده و اجازه می‌دهد خیلی راحت‌تر کار را مدیریت کنند. فراموش نکنید، در دنیای امروز بسیاری از برندها برای اثرگذاری بر روی مخاطب نیاز به گام‌های بلندی دارند. درست به همین خاطر شما باید همیشه از کوچک‌ترین فرصت‌ها به سود خودتان استفاده کنید.

یادتان نرود، در دنیای امروز بسیاری از کارآفرینان دیگر نگاهی به استراتژی‌های قدیمی ندارند. این امر می‌تواند به نوعی مزیت برای شما تبدیل شود. کافی است کمی هم که شده کارتان را دقیق تر جلو ببرید. همین که شما تنها برندی در بازار باشید که از الگوی یکی بخر دو تا ببر سود می‌برد، کافی خواهد بود. این مسئله‌ای است که می‌تواند وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد.

نکته کلیدی درباره استراتژی مورد بحث در این بخش اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب است. خب ما در روزنامه فرصت امروز اهمیت تعامل ابتدایی را بی‌نهایت مهم می‌دانیم. درست به همین خاطر اگر شما نتوانید اثرگذاری ابتدایی خوبی بر روی مخاطب‌تان داشته باشید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. این الگویی است که به شما برای تعامل بهینه با مخاطب‌تان کمک ویژه‌ای خواهد کرد.

خیلی از برندها سال‌ها پس از ورود به بازار هنوز هم محبوبیت زیادی در میان مشتریان ندارند. خب در این صورت اگر از الگوی یکی بخر دو تا ببر استفاده کنند، احتمالا وضعیت‌شان در بازار به سرعت عوض خواهد شد.

بیلبوردها: نمای همچنان مورد توجه

تا حالا چند بار حین رانندگی چشم‌تان به بیلبوردهای مختلف افتاده و چند ثانیه‌ای ذهن‌تان درگیر شده است؟ قبول دارم امروزه الگوهای متنوعی از تبلیغات دم دست آدم قرار دارد، اما بازهم بیلبوردها ناخودآگاه آدم را درگیر می‌کنند. این به دلیل تاثیرگذاری بالای بیلبورد بر روی ذهنیت مخاطب است. به طوری که نه تنها در اتوبان‌ها، بلکه میدان‌های شلوغ شهر نیز اثرگذاری آنها قابل ملاحظه است.

بسیاری از رستوران‌های بزرگ دنیا مثل مک دونالد یا برگرکینگ از این استراتژی برای جلب نظر مشتریان سود می‌برند. بدین ترتیب که با استفاده از بیلبوردهای جذاب یا حتی مینیمال در کنار رستوران‌های خود از نظر ذهنی مشتری را برای خرید آماده می‌سازند. این امر اهمیت بسیار زیادی از نقطه نظر اثرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و اوضاع را به سود کارآفرینان تغییر می‌دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه حواس‌تان به این مسئله مهم باشد.

تبلیغات محیطی در قالب بیلبورد به شما فرصت خوبی برای اثرگذاری اولیه بر روی مخاطب با هزینه‌ای پایین می‌دهد. اگرچه امروز بیلبوردهای دیجیتال نیز دم دست قرار دارد، اما شما نمی‌توانید به این سادگی از آنها استفاده کنید؛ چراکه هزینه بالاتری داشته و در طول روز عملا فرق زیادی با بیلبوردهای سنتی ندارند. پس بهتر است دور آنها را خط بکشید. در عوض استفاده از نمونه‌های سنتی جایگزین کم هزینه و بی‌دردسری خواهد بود.

تعامل رو در رو: بازگشت به عصر طلایی ارتباطات

چند وقت از آخرین باری که تعامل رو در رو با مخاطب‌تان داشته‌اید، می‌گذرد؟ بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر، به ویژه پس از همه‌گیری کرونا، دیگر تعامل رو در رو با مخاطب‌شان نداشته‌اند. این امر موجب شده تا بسیاری از مشتریان عملا احساس تعلق خاطری به یک برندهایی که لحن از خود راضی یا عجیبی دارند، واکنش تندی نشان می‌دهند. بنابراین شما باید سعی کنید خودتان را به مثابه یک دوست صمیمی به آنها معرفی کنید.

یکی از مزایای مهم تعامل رو در رو توانایی برندها برای تبدیل مخاطب به نوعی سفیر است. این امر به شما کمک می‌کند تا اوضاع‌تان در بازار را بهبود بخشیده و کارتان را نیز بدون هیچ دردسری پیش ببرید. خب برندی که کلی سفیر داشته باشد، وضعیت بهتری در مقایسه با رقبا خواهد داشت. این مسئله‌ای است که باید توجه ویژه‌ای بدان داشته باشید.

محصولات تبلیغاتی با لوگو برند: یادگیری همیشگی

هنوز هم برخی از برندها محصولاتی مثل خودکار یا ساعت را با لوگو خودشان به مشتریان اهدا می‌کنند. این مسئله‌ای است که شاید کلی از مد افتاده به نظر برسد، اما هنوز هم جذابیت زیادی برای مخاطب دارد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای انتخاب محصولاتی است که هماهنگی زیادی با ماهیت کسب و کار داشته باشند.

شاید یکی از بهترین عملکردها در زمینه محصولات تبلیغاتی مربوط به برند دی اچ ال (DHL) باشد. این برند که در زمینه خدمات پستی فعالیت دارد، به طور مداوم برای اثرگذاری بر روی مخاطب محصولا تبلیغاتی روانه بازار می‌کند. مثلا خودکار، کیف پول یا حتی چمدان مسافرتی از جمله محصولاتی است که این برند به خوبی در اختیار مخاطبش قرار می دهد.

شاید مسئله جالب درباره محصولات تبلیغاتی ماندگاری بالای آنها باشند. بی‌شک اغلب خانواده‌ها دست کم یک چمدان مسافراتی از آژانس‌های هواپیمایی بزرگ دارند. این برند خاص نداشته باشند. در این میان شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب باید از تمام ظرفیت‌های موجود بهره ببرید. این مسئله‌ای است که می‌تواند وضعیت‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد.

یادتان باشد، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه تعامل رو در رو را اولویت مهمی می‌دانیم. درست به همین خاطر شما نمی‌توانید نسبت به اثرگذاری بر روی مخاطب به شیوه سنتی بدبین باشید. وقتی شما به طور رو در رو با مخاطب‌تان تعامل نزدیکی داشته باشید، خیلی زود اوضاع‌تان در بازار بهبود پیدا می‌کند؛ چراکه مشتریان پس از مدت زمان کوتاهی به برند شما عادت کرده و دیگر لازم نیست خیلی فرآیند تعامل را سخت پیش ببرید.

معمولا کسب و کارهایی که با بحران‌های بزرگ رو به رو می‌شوند، بیشتر از هر زمان دیگری به تعامل رو در رو با مخاطب نیاز دارند. این در حالی است که متاسفانه سرمایه‌گذاری بیش از اندازه بر روی فناوری‌های دیجیتال خیلی وقت‌ها مانع از تحقق این نکته کلیدی می‌شود. به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز جهت‌گیری کاملا متفاوتی در مقایسه با دیگر کسب و کارها در این رابطه داریم. اگر شما هم دوست دارید تجربه‌ای متفاوت از عبور از بحران‌های دنیای کسب و کار را پشت سر بگذارید، بد نیست تعامل رو در رو را در کانون توجه قرار دهید.

نکته کلیدی درباره تعامل رو در رو تلاش برای استفاده از لحنی دوستانه است. این امر می‌تواند برای شما مزیت مهمی محسوب شود. خب مشتریان در بازار همیشه نسبت به برندهایی که لحن از خود راضی یا عجیبی دارند، واکنش تندی نشان می‌دهند. بنابراین شما باید سعی کنید خودتان را به مثابه یک دوست صمیمی به آنها معرفی کنید.

یکی از مزایای مهم تعامل رو در رو توانایی برندها برای تبدیل مخاطب به نوعی سفیر است. این امر به شما کمک می‌کند تا اوضاع‌تان در بازار را بهبود بخشیده و کارتان را نیز بدون هیچ دردسری پیش ببرید. خب برندی که کلی سفیر داشته باشد، وضعیت بهتری در مقایسه با رقبا خواهد داشت. این مسئله‌ای است که باید توجه ویژه‌ای بدان داشته باشید.

محصولات تبلیغاتی با لوگو برند: یادگیری همیشگی

هنوز هم برخی از برندها محصولاتی مثل خودکار یا ساعت را با لوگو خودشان به مشتریان اهدا می‌کنند. این مسئله‌ای است که شاید کلی از مد افتاده به نظر برسد، اما هنوز هم جذابیت زیادی برای مخاطب دارد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای انتخاب محصولاتی است که هماهنگی زیادی با ماهیت کسب و کار داشته باشند.

شاید یکی از بهترین عملکردها در زمینه محصولات تبلیغاتی مربوط به برند دی اچ ال (DHL) باشد. این برند که در زمینه خدمات پستی فعالیت دارد، به طور مداوم برای اثرگذاری بر روی مخاطب محصولا تبلیغاتی روانه بازار می‌کند. مثلا خودکار، کیف پول یا حتی چمدان مسافرتی از جمله محصولاتی است که این برند به خوبی در اختیار مخاطبش قرار می دهد.

شاید مسئله جالب درباره محصولات تبلیغاتی ماندگاری بالای آنها باشند. بی‌شک اغلب خانواده‌ها دست کم یک چمدان مسافراتی از آژانس‌های هواپیمایی بزرگ دارند. این امر اهمیت فعالیت برندها در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر می‌دهد. درست به همین خاطر در طول سال‌های اخیر بسیاری از برندها به سوی اعطای محصولات تبلیغاتی به مشتریان پیش رفته‌اند.

نکته جالب درباره چنین محصولاتی امکان اعطای آنها به تقریبا هر کسی است؛ چراکه مهم نیست فرد مورد نظر الزاما مشتری شما باشد. در عوض همین که محصول شما را دست گرفته و از آن استفاده می‌کند، به نوعی تبلیغ کسب و کارتان محسوب می‌شود. پس اصلا نباید نسبت به این نکته حساسیت زیادی به خرج دهید. در عوض سعی کنید از مزایای موجود به سود خودتان بهره ببرید.

حضور در مراسم‌های تجاری: مانور در کانون داغ رقابت

کسب و کارهای مختلف در بازار به طور معمول درگیر رقابت بسیار شدیدی بر سر اینکه کدام یک توانایی اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب را دارند، هستند. درست به همین خاطر از هر فرصتی برای جلب نظر مشتریان سود برده و آن را به مثابه موقعیتی طلایی قلمداد می‌کنند. این در حالی است که شما نباید روی تمام فرصت‌ها به طور یکسان سرمایه‌گذاری کنید.

گاهی اوقات برخی از فرصت‌های تعامل با مخاطب اهمیت بسیار بیشتری در مقایسه با دیگری دارد. بنابراین اگر شما نگاه برابری به همه فرصت‌ها داشته باشید، در نهایت سرتان بی‌کلاه خواهد ماند. این مسئله‌ای است که می‌تواند اوضاع را به طور قابل ملاحظه‌ای برای شما سخت سازد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما نباید خیلی کار را برای خودتان سخت کرده و از ابزارهای متنوع برای اثرگذاری بر روی مخاطب استفاده کنید.

یک راهبرد ساده‌تر در این میان تلاش برای شناسایی موقعیت‌های طلایی است. خب اگر نظر ما را بخواهید، مهمترین موقعیت طلایی که شما پیش رو خواهید داشت، مراسم‌های تجاری است. فرقی ندارد شما در کدام حوزه مشغول فعالیت هستید، در هر صورت مراسم‌های تجاری مختلفی در زمینه فعالیت‌تان وجود دارد. این امر می‌تواند موقعیت‌تان در بازار را بهبود بخشیده و کارتان را نیز ساده‌تر سازد.

یکی از مزایای اصلی حضور در مراسم‌های کاری مهم، استفاده از فرصت‌های همکاری با برندهای بزرگ است. خب شما در این مراسم‌ها موقعیت خوبی برای مانور بر روی توانایی‌های برندتان و یافتن همکاران تازه است. اصلا خیلی از برندهای بزرگ هدف‌شان از حضور در مراسم‌های تجاری شناسایی برندهای مستعد است. بنابراین اگر کمی روی خودتان سرمایه‌گذاری کنید، به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت شروع یک همکاری مناسب با دیگران را خواهید داشت. این امر می‌تواند در بلندمدت اهمیت بسیار زیادی برای تعامل بهینه شما با مخاطب تان داشته باشد. پس بهتر است قبل از هر چیزی نسبت به اهداف کلان برای حضور در چنین مراسم‌هایی توجه داشته باشید. وگرنه ممکن است خیلی زود فرصت‌ها برای اثرگذاری بر روی مخاطب را از دست بدهید.

مسابقات آنلاین همراه با جایزه: ترکیب ست و مدرنیته

یکی از روش‌هایی که به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند، برگزاری مسابقات هیجان‌انگیز است. مثلا قبلا برندهای فعال در زمینه تولید تایر خودرو مسابقه رالی خانوادگی برگزار می‌کردند. در این میان به خانواده‌های مختلفی دورهم جمع شده و از شرایط پیش آمده نهایت لذت را می‌بردند. در این میان شاید کمتر کسی حتی به برنده شدن فکر هم می‌کرد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما برای برگزاری مسابقه بیشتر باید بر روی ایجاد لحظاتی خوش برای مخاطب‌تان تمرکز داشته باشید. این امر می‌تواند اوضاع را برای شما به طور قابل ملاحظه‌ای متفاوت سازد.

مسابقات سنتی دیگر طرفداران زیادی ندارد، درست به همین خاطر باید آن را با حال و هوای مدرن ترکیب سازید. این مسئله‌ای است که می‌تواند برای شما دردسرساز به نظر برسد. با این حال استفاده از ایده مسابقات آنلاین راهگشا خواهد بود. اینطوری دیگر لازم نیست خیلی به خودتان سخت گرفته یا حتی احساس بدی نسبت به کارتان داشته باشید. مسئله کلیدی در این میان تمرکز بر روی خلق شرایط لذت بخش برای مشتریان است.

بد نیست گاهی اوقات در مسابقات آنلاین دیگر برندها حضوری هرچند کمرنگ داشته باشید. این امر می‌تواند ذهنیت شما نسبت به مسابقات را تغییر داده و اوضاع‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد. خب شما با استفاده از این استراتژی می‌توانید بدون دردسر اضافی اثرگذاری بر روی مخاطب به شیوه‌ای متفاوت را تجربه کنید.

درس گرفتن از دیگران همیشه مسئله بدی نیست. شما می‌توانید این کار را خیلی ساده و به دور از دغدغه‌های رایج انجام دید. اینطوری دیگر لازم نیست خیلی به خودتان سخت گرفته و خیال کنید الگوبرداری از دیگران نوعی خیانت به برنامه و اهداف برندتان است. ماجرا جالب شد، نه؟

تبلیغات رادیویی: از گور برگشته!

تبلیغات رادیویی برای مدت زمان زیادی مورد توجه هیچ بازاریابی قرار نداشت. خب در دنیایی که شبکه‌های اجتماعی یکه تازی می‌کنند، دیگر چه نیازی به رادیو خواهد بود؟ این سوالی است که خیلی از بازاریاب‌ها از خود پرسیده و همیشه هم منتهی به کنار گذاشتن تبلیغات رادیویی می‌شد. با این حال در طول سال‌های اخیر اوضاع کمی فرق کرده است. حالا دیگر قرار نیست شرایط مربوط به تبلیغات رادیویی مثل قبل باشد؛ چراکه سرمایه‌گذاران تازه‌ای در این حوزه پیدا شده‌اند که با انگیزه بسیار زیادی مشغول به فعالیت هستند.

منظور ما از سرمایه‌گذاران تازه در واقع همان کانال‌های رادیویی به شکل نوین هستند. خب کانال‌های رادیویی با الگوبرداری از پادکست‌ها شیوه تازه‌ای در کارشان پیاده کرده‌اند. بر این اساس رویدادهای مشترک و همچنین برنامه‌های ویژه برای بررسی نکات تازه حوزه کسب و کار در اولویت آنها قرار دارد. این مسئله‌ای است که می‌تواند رویکرد شما نسبت به دنیای تبلیغات را نیز روشن سازد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب باید به فکر استفاده درست از تبلیغات رادیویی باشید.

شاید تبلیغات رادیویی در مقایسه با دیگر الگوها طرفداران کمتری داشته باشد، اما به همان میزان جذابیتش برای مخاطب رو به افزایش است. به علاوه، شما با هزینه بسیار کمتری فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را خواهید داشت. این نکته‌ای است که اصلا نباید به این سادگی از کنارش عبور کنید. به ویژه اگر در میانه راه هستید و بودجه محدودی دارید، باید دائما به این نکته توجه نشان دهید.

تماس تلفنی: به یاد سال‌های دور

تماس تلفنی از آن دست استراتژی‌هایی محسوب می‌شود که سال‌هاست کسی دیگر سراغش نمی‌رود. خب بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و ارسال ایمیل موجب شده تا دیگر کمتر بازاریابی حوصله مزاحمت بی‌موقع برای مخاطب را داشته باشد. در کنار این مسئله انتظار مخاطب را نیز باید به ماجرا اضافه کنیم. این مسئله‌ای است که می‌تواند برای شما ترتیبات تازه‌ای به همراه داشته باشد.

تماس تلفنی در دورانی که برندها دیگر به دنبال تعامل رو در رو یا تا حد امکان مستقیم با مخاطب نیستند، ایده جذابی به نظر می‌رسد. این امر می‌تواند حساب شما را از رقبا جدا کرده و کمک موثری به بهبود شرایط‌تان کند. پس نگران چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

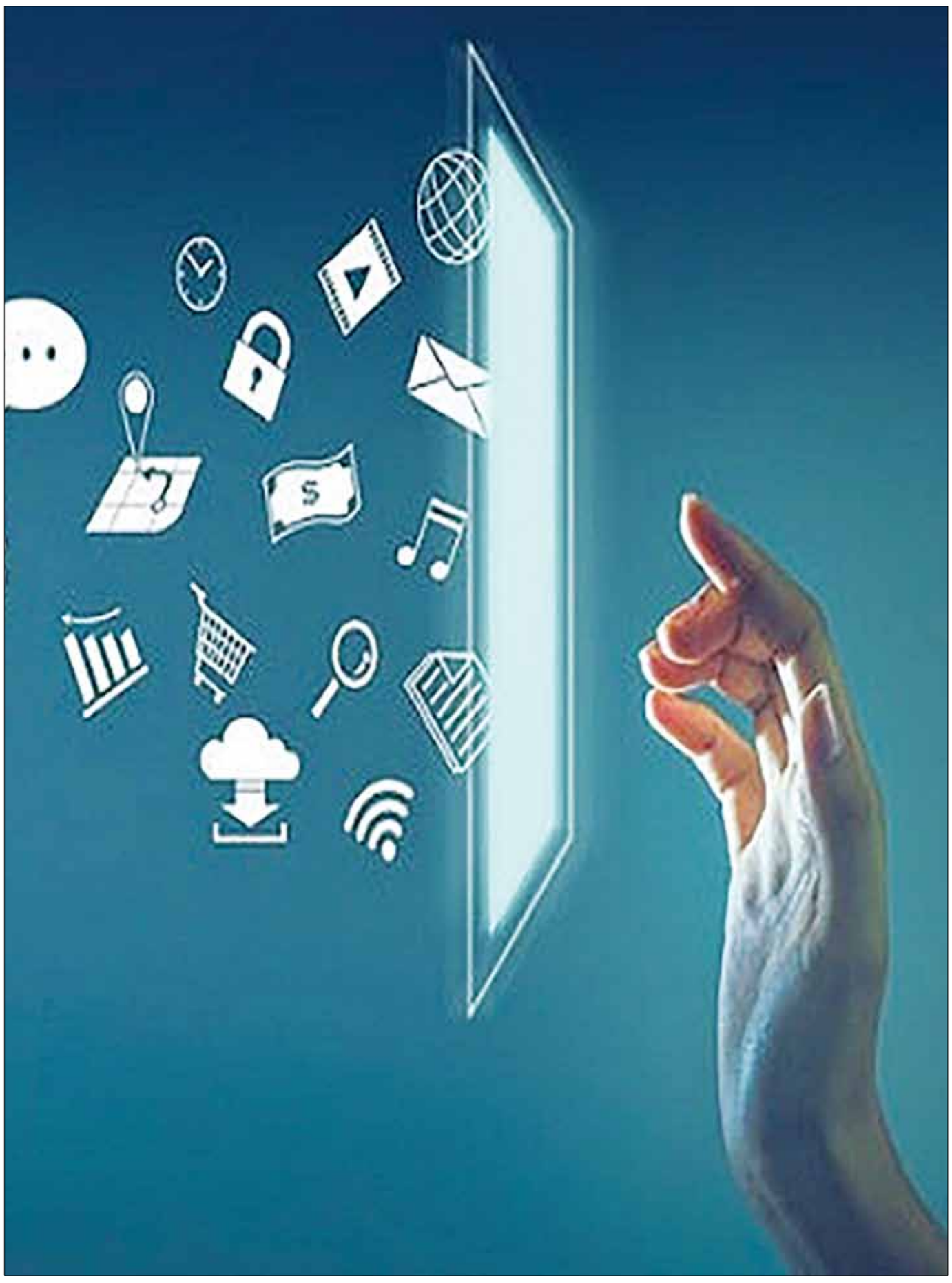
یادتان نرود، برای برقراری تماس تلفنی باید کمی وقت‌شناس باشید. بدین معنا که سر صبح یا آخر شب تماس برقرار نکنید. در عوض بعد از ساعت کاری تا حداکثر ۷ عصر ایده خوبی برای برقراری تماس خواهد بود؛ چراکه مردم در این زمان انگیزه بیشتری برای تعامل با شما داشته و کارتان در این حوزه نیز ساده‌تر خواهد بود.

سخن پایانی

بازاریابی با استفاده از استراتژی‌های کلاسیک شاید ریسک بزرگی به نظر برسد، اما اگر به درستی آنها را اجرا کنید، بدل به مزیتی مهم برای شما خواهد شد. این ایده‌ای است که می‌تواند اوضاع شما در دنیای کسب و کار را به سادگی تغییر دهد. کافی است کمی هم که شده برنامه کاری‌تان را جدی بگیرید. این طوری به ساده‌ترین شکل ممکن فرصت تعامل با مخاطب‌تان را پیدا کرده و دیگر لازم نیست هزینه زیادی برای استفاده از الگوهای مدرن پرداخت کنید.

بی‌شک بازاریابی مدرن گزینه قابل چشم پوشی برای بازاریاب‌ها نیست. ما هم چنین ادعایی در مقاله‌مان نداشتیم. تنها نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از فرصت‌های پیش رو به بهترین شکل ممکن است. ما سعی کردیم به شما نشان دهیم هنوز هم برخی الگوهای بازاریابی سنتی ارزش سرمایه‌گذاری دارند. پس لازم نیست خیلی به خودتان استرس داده و نگران جزییات ماجرا باشید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد استفاده در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با نکات مربوط به بازاریابی سنتی کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در این رابطه داشتید، تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید. کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به شما و کسب و کارتان هستند.



منابع:

https://www.peppercontent.io/blog/old-school-marketing-techniques-that-work-/even-today

-۱۲/https://blog.hubspot.com/agency traditional-marketing-tactics-with-surprisingly-high-rois

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

چهارشنبه | ۳ مرداد ۱۴۰۳ | شماره ۲۵۰۸ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر پلاک۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR