

<div><div></div>شنبه</div>
۱۳ بهمن ۱۴۰۳
Mon.1 Feb 2025
۲ شعبان ۱۴۴۶ - سال نهم
شماره ۲۶۴۴
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

سر مقاله

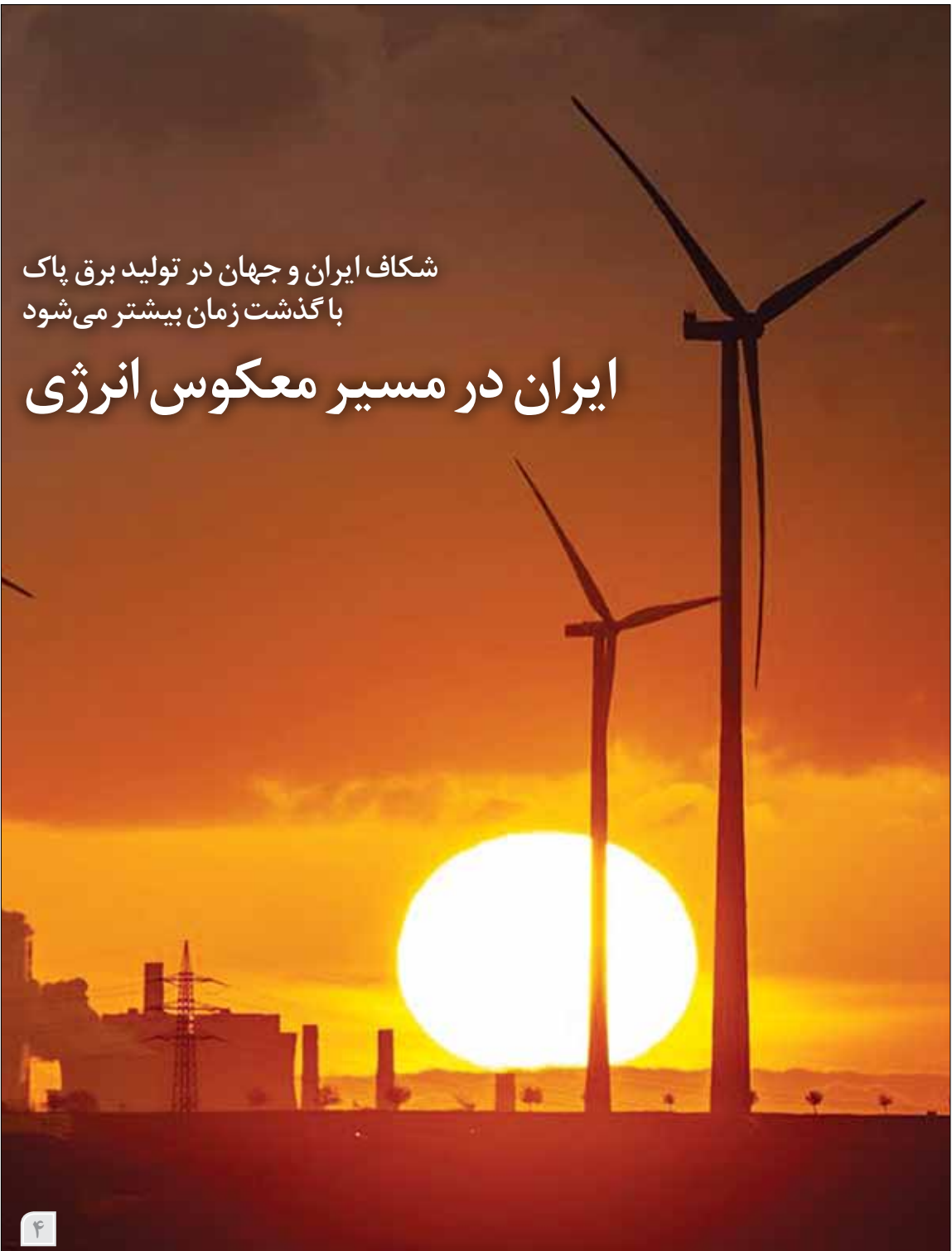
رسیدگی به اختلافات بانکی
علی نظافتیان پژوهشگر حقوق بانکی
بروز اختلاف در همه امور و موضوعات اجتماعی، از جمله در امور بانکی، اجتناب‌ناپذیر است. مهم آن است که قانونگذار چه راه‌حلی برای رسیدگی بی‌طرفانه و درعین‌حال، عادلانه جهت حل‌وفصل این‌گونه اختلافات، پیش‌بینی کرده باشد. در امور بانکی نیز ماده ۳۵ قانون بانک مرکزی، نوعی شعب ویژه برای رسیدگی به اختلافات بانکی، پیش‌بینی کرده است. بحث آن است که آیا این شعب ویژه یک مرجع تخصصی یا اختصاصی قضایی است یا فقط یک دادگاه اداری، همانند هیأت رسیدگی به تخلفات اداری کارکنان دولت است و یا آنکه جفت دولتی هیأت انتظامی بانک مرکزی است؟ البته در مورد ماده ۳۵ قانون جدید بانک مرکزی، مباحث حقوقی فراوان است. حداقل آنکه براساس موازین حقوقی، اگر در مورد مرج قانونی برای رسیدگی به دعاوی و اختلافات بانکی، تردید یا ابهامی وجود داشته باشد، در این صورت قطعاً مراجع قضایی عمومی بر سایر مراجع حاکمیت خواهند داشت. در علم حقوق، قاعده‌ای به نام مرجعیت عام مراجع دادگستری برای احقاق حق وجود دارد. خلاصه این قاعده آن است که برای حل و فصل اختلافات مردم، مراجع دادگستری قضایی، مرجعیت عام دارند و حل و فصل اختلاف و خصومت بین اشخاص مختلف را برعهده می‌گیرند.

ادامه در همین صفحه

روزنامه **مدیریتی - اقتصادی**

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



۴

شکاف ایران و جهان در تولید برق پاک

با گذشت زمان بیشتر می‌شود

ایران در مسیر معکوس انرژی

رسیدگی به اختلافات بانکی

چنین نیست. در قانون بانک مرکزی یا قانون آیین دادرسی مدنی از آیین رسیدگی این محکمه ابدایی و ساختار آن نشان نخواهد یافت. دوم؛ ظاهراً از نظر طراحان این قانون، «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی»، زیر نظر قضائیه کار می‌کنند، اما این شعب محاکم اختصاصی نیستند بلکه محاکم تخصصی عمومی هستند که دادرسان آن بایستی آیین دادرسی حاکم بر «شعب ویژه رسیدگی به تخلفات بانکی» توسط قانونگذار مشخص نشده و با آیین‌نامه مصوب قوه قضائیه یا مصوب بانک مرکزی نیز نمی‌توان برای «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی»، آیین دادرسی نوشت، پس برمی‌تای تجربه مرجعیت قضایی دادگستری باید نحوه رسیدگی و دادرسی «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی» را مشمول قانون آیین دادرسی مدنی دانست؛ بنابراین به نظر می‌رسد در مورد دعوی بانکی نیز بایستی نصاب قانونی مبلغ دعوی را رعایت کرد و برمی‌تای آن هزینه دادرسی پرداخت کرد و حسب مورد به دادگاه حقوقی مربوطه مراجعه نمود. هرچند سامانه ثنا، حصول بدین مقصود را راحت کرده است.

سوم؛ در قسمت انتهایی بند «ب» ماده ۳۵، تصریح شده است: «قضات «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی» موظفند قبل از انشای رأی، نظر کارشناس یا کارشناسان معرفی‌شده به شعبه را استعلام کنند و در صورتی که رأی آنان، خلاف نظر کارشناس یا کارشناسان معرفی شده باشد، باید در متن رأی خود، دلایل رد نظر کارشناسی را تصریح نمایند.» پس محاکم عمومی قانونا موظف هستند برای رسیدگی به دعاوی یا اختلافات بانکی لزوماً نظریه کارشناسان متخصص در امور بانکی را استعلام نمایند. این تکلیف قانونی دادگاه است. از طرف دیگر، همین قانون در مورد بانک مرکزی، معرفی کارشناسان بانکی را نوعی اختیار تلقی کرده و گفته است: «بانک مرکزی «می‌تواند» با تأیید هیأت عالی، کارشناسانی را برای ارائه مشاوره به قضات «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی» به رئیس قوه قضائیه معرفی کند.» بسیار خب. اما این قانون در نهاد خود با نوعی تعارض مواجه است؛ از یک طرف، بانک مرکزی براساس قانون وظیفه ندارد بلکه اختیار دارد که کارشناس بانکی به شعب خاص معرفی کند یا معرفی نکند. از طرف دیگر،

یارانه ۳ دهک بالای جامعه در سال آینده حذف می‌شود؟

چراغ سبز به قطع یارانه ثروتمندان

که رقم پایینی است و باید با قطع یارانه ثروتمندان، مستمری آنها افزایش یابد. مجلس در لایحه بودجه سال ۱۴۰۴، مصوب کرده است تا یارانه سه دهک آخر را حذف کرده و مقدار آن به دهک‌های یکم، دوم و سوم اضافه نماید. از سوی دیگر، افزایش ارز ترجیحی از ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان به ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان و مابه‌التفاوت درآمدی این فاصله ارزی به دهک‌های یکم تا ششم اختصاص یابد. در همین زمینه، «علیرضا نوین» عضو کمیسیون عمران مجلس، گفت که «باید بی‌عدالتی در موضوع یارانه‌ها را از بین ببریم. در موضوع بنزین ۱۲۰ هزار میلیارد تومان و حدود ۱۵۰ هزار میلیارد تومان نیز یارانه انرژی می‌دهیم، سود بیشتر این یارانه‌ها را اقسار پر درآمد می‌برند. کسانی که در دهک‌های نهم و دهم

خانه‌هایی که در روزهای پایانی سال، خریدار پیدا کردند

مسکن ۱۴۰۴ در چند سناریو

در حال حاضر، هزینه ساخت و ساز در مواردی به بالاتر از نرخ واحدهای آماده در بازار مسکن رسیده است. این بدان معناست که بازار مسکن به تدریج به کف قیمت نزدیک شده اما براساس تجربه، رکودی که از میانه سال گذشته آغاز شده می‌تواند بین ۱۰ تا ۱۲ فصل طول بکشد. بنابراین طبق تجربه ادوار گذشته ممکن است رکود مسکن تا اواسط سال ۱۴۰۵ ادامه پیدا...

۲

تورم برای همه دهک‌های در آمدی به یک اندازه نیست

فشار تورمی روی کم‌درآمدها

فرصت امروز؛ دهک اول به عنوان کم‌برخوردارترین دهک جامعه در ۱۰ ماهه ابتدایی امسال بیشترین فشار تورمی را تجربه کرده و در مقابل، دهک دهم که ثروتمندترین اقشار جامعه محسوب می‌شوند در ۱۰ ماهه ابتدای ۱۴۰۳، پایین‌ترین تورم را متحمل شده است. براساس داده‌های مرکز آمار ایران، دهک اول در ۱۰ ماهه ۱۴۰۳، تورم ۲۹ درصدی و دهک دهم، تورم ۲۷ درصدی را از سر گذرانده است. اگر تمام خانوارهای کشور به ترتیب میزان هزینه از کمترین به بیشترین مرتب شوند و هر ۱۰ درصد آنها در یک گروه قرار گیرند، دهک‌های هزینه‌ای ایجاد می‌شوند. به این ترتیب، دهک اول شامل ۱۰ درصد از فقیرترین خانوارها و دهک دهم شامل ۱۰ درصد از ثروتمندترین آنهاست. همه این دهک‌ها، یک سبب مشخص و معینی از کالا را مصرف می‌کنند. با این‌حال آنچه آنها را از یکدیگر متفاوت می‌کند، سهم و اهمیت هر کدام از این کالاها در سبب مربوط به هر دهک است و این امر عامل تفاوت فشار تورمی وارد شده به دهک‌ها محسوب می‌شود.

طبق داده‌های مرکز آمار، تورم ۱۰ ماهه ابتدای امسال معادل ۲۷.۴ درصد بوده است. تمام دهک‌ها، تورمی بالاتر از این مقدار داشته‌اند و تنها دهک اول جامعه، تورمی پایین‌تر از ۲۷.۴ درصد داشته است. همانطور که اشاره شد، دهک اول از پایین‌ترین افراد جامعه به لحاظ درآمدی تشکیل شده است. اهمیت و وزنی که خانوارهای دهک اول به...

۳

رکود تولید در سال ۱۴۰۳ عمیق تر شد

تقاضای صنعتی در تنگنا

۲

مدیریت و کسب‌وکار
بازاریابی جهانی: هنر بقادر جهان دیجیتالی!
از وقتی اینترنت جای خودش را در زندگی روزمره مردم باز نمود، بازاریابی پیوند ناگسستنی با این فناوری پیدا کرد. به طوری که این روزها صحبت از بازاریابی فورا ذهن آدم را سمت شبکه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای ارتباط دیجیتال می‌برد. انگار که اصلاً هیچ ابزار دیگری در این میان وجود ندارد. اگر کمی چشم‌انداز پیش روی بازاریابی را گسترده در نظر بگیریم، تقریباً هر کجای این دنیا بازاری مساعد برای فعالیت برندها و مشتریانی مستعد دارد. به همین خاطر در طول دهه‌های اخیر مفهوم بازاریابی جهانی اهمیت بیشتری پیدا کرده است. اگر قبلاً دسترسی به بازارهای جهانی کاری سخت محسوب می‌شد، حالا به لطف فناوری‌های دیجیتال مردم به سراسر دنیا دسترسی آنلاین داشته و از تحولات چهار گوشه دنیا بی‌واسطه مطلع می‌شوند. البته در این میان برندها دست روی دست گذاشته‌اند و خیلی زود وارد گود شده‌اند. این روزها شما می‌توانید بدون...
۸

است: «به منظور رسیدگی به تخلفات «اشخاص تحت نظارت» یا مدیران و سهامداران مؤثر آنها از قوانین، مقررات و تصمیمات بانک مرکزی شامل دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌ها و نیز برای رسیدگی به کلیه اعتراضات مؤسسات اعتباری از جمله درخصوص تعلق یا لغو مجوز، تعیین هیأت سرپرستی موقت و گزیر مؤسسه اعتباری و تصمیمات موضوع مواد (۲۷)، (۲۸) و (۲۹) این قانون، هیأت انتظامی بدوی و تجدیدنظر به شرح زیر در بانک مرکزی تشکیل می‌شود.» با این قانون بالاخره تکلیف مردم چیست؟ آیا مردم برای رسیدگی به اختلافات حقوقی بانکی بایستی به هیأت انتظامی بانک مرکزی مراجعه کنند یا به شعب نامعلوم رسیدگی به اختلافات بانکی؟ پنجم؛ بند «ت» ماده ۳۵ قانون بانک مرکزی همچنین تأکید نموده است: «حقوق‌زحمه کارشناسان موضوع این ماده توسط هیأت عالی تعیین و از محل بودجه بانک مرکزی پرداخت می‌شود.» در این زمینه پرسش آن است که چرا بایستی هزینه دادرسی دعاوی خصوصی علیه نظام بانکی کشور از محل بودجه بانک مرکزی، تأمین و پرداخت شود؟ آیا در مورد میزان و مبالغ احتمالی این هزینه‌های کارشناسی قبل از تصویب قانون، نوعی برآورد یا امکان‌سنجی شده است؟ در مورد دعاوی علیه وزارتخانه‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات دولتی نیز مخارج کارشناسی آن بایستی توسط دولت پرداخت شود؟ وانگهی، مرجع قانونی تعیین تعرفه کارشناسان بانکی چیست؟ کانون کارشناسان رسمی یا بانک مرکزی؟ براساس قانون بانک مرکزی، دعاوی مردم مربوط به اختلافات بانکی بایستی توسط «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی»، بررسی و قضاوت شود اما تاکنون چنین شعب ویژه تشکیل نشده است. پس تکلیف بانک‌ها و مردم در این بلا تکلیفی چیست؟ واقعیت آن است که قانون جدید بانک مرکزی، اگرچه موقعیت سازمانی ششورای فقهی و هیأت انتظامی بانک مرکزی و همچنین معاونت تازه‌تأسیس «نظارت و تنظیم‌گری بانک مرکزی» را به عرش اعلا رسانده است، اما مناسفانه این قانون چنان بدون توجه به موازین حقوقی و اصول بانکی تنظیم شده که در مقام عمل بدون شک، بانک مرکزی و شبکه بانکی کشور را دچار تنگناهای بانکی و ابهامات حقوقی خواهد کرد؛ بنابراین چاره‌ای نیست جز آنکه به دور از هیاهوهای سیاسی به اصلاح کارشناسی قانون بانک مرکزی به صورت لایحه دولت رضایت دهیم.

«شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی» وظیفه دارند به دعاوی حجوی بانکی براساس نظریه کارشناسان معرفی شده توسط بانک مرکزی رسیدگی نمایند. در این صورت، اگر بانک مرکزی یا هیأت عالی به هر دلیل (از جمله به علت بالا بودن هزینه حوز الزحمه کارشناسان بانکی و نداشتن اعتبار کافی) مایل به معرفی کارشناسان بانکی به قوه قضائیه نباشند، «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی» چگونه بایستی به تکلیف قانونی خود عمل کنند و براساس نظر کارشناس امور بانکی رأی دهد؟! واقعا این‌گونه قانون‌نویسی جای تحسین دارد؟! چهارم؛ وسعت پرونده‌های ارجاعی به شعب نامعلوم رسیدگی به اختلافات بانکی بسیار بیش از حد تصور است. بند الف ماده ۳۵ قانون بانک مرکزی، «رسیدگی به اختلافات حقوقی «اشخاص تحت نظارت» یا یکدیگر و با مشتریان آنها و سایر اشخاص ذی‌ربط» را کلاد در صلاحیت «شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی» قرار داده است. در بند «ز» ماده یک قانون بانک مرکزی، اصطلاح خلق‌الساعه «اشخاص مشمول نظارت» بدین‌گونه معرفی شده‌اند: «کلیه مؤسسات اعتباری، صندوق‌های قرض‌الحسنه، تعاونی‌های اعتبار و سایر مؤسسات سپرده‌پذیر، شرکت‌های واسپاری (لیزینگ)، صرافی‌ها، شرکت‌های مدیریت دارایی‌های مؤسسات اعتباری، شرکت‌های اعتبارسنجی ارائه‌دهنده خدمات به مؤسسات اعتباری و سایر اشخاصی که به انجام عملیات یا ارائه خدمات بانکی و ارائه ابزارهای پرداخت، اشتغال دارند، در این قانون، با عنوان «اشخاص تحت نظارت» یاد می‌شوند. تشخیص مصداق، برعهده بانک مرکزی است. با این کلی‌گویی و وسعت نظر باید اختلافات همه افراد جامعه که به نحوی به طور مستقیم یا غیرمستقیم با عملیات بانکی و پشتیبانی بانک‌ها مرتبط شوند، تحت پوشش صلاحیت قانونی شعب ویژه قرار خواهند گرفت. در همین زمینه، موضوع بعدی آن است که با توجه به قسمت اخیر قانون، مراجع قضایی برای اینکه تشخیص دهند خواننده یا خواهان دعوی جزو اشخاص تحت نظارت هست یا خیر، بایستی موضوع را از بانک مرکزی استعلام کنند یا آنکه می‌توانند به استنباط قضایی از قانون نتیجه نمایند و براساس استنباط خود تشخیص دهند خواهان یا خواننده دعوی، جزو اشخاص تحت نظارت بانک مرکزی هستند؟ از سوی دیگر، ماده ۲۲ همین قانون در مورد صلاحیت قانونی «هیأت انتظامی بانک مرکزی» گفته

قرار دارند، ۱۷ برابر دهک‌های دیگر از یارانه‌ها سود می‌برند. باید درآمد و حقوق اقشار مختلف مردم را متناسب با تورم بالا ببریم و نسبت به آزادسازی بازار اقدام کنیم.» حذف یارانه نقدی ثروتمندان با وجود آنکه از پشتوانه قانونی برخوردار است، با چالش‌های زیادی مواجه بوده و هست. تشخیص دقیق افراد حاضر در دهک‌های درآمدی، تنها یکی از این چالش‌هاست و به همین خاطر، سازمان هدفمندی یارانه‌ها از لزوم تعیین تکلیف درآمد خانوار ایرانی صحبت می‌کند. البته مشخص نیست چه تعداد ایرانی قرار است دیگر یارانه ۳۰۰ هزار تومانی دریافت نکنند. اما فعلاً ۷۸ میلیون و ۷۰۰ هزار ایرانی حاضر در دهک یکم تا نهم، از یارانه نقدی برخوردار می‌شوند. اگر به‌طور متوسط در هر دهک درآمدی، هشت

و نیم میلیون ایرانی حضور داشته باشند، آن وقت چیزی نزدیک به ۲۵ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر با احتساب افراد حاضر در دهک دهم، از فهرست یارانه‌گیران کنار گذاشته می‌شوند. مبلغ یارانه ثروتمندان ماهانه به رقمی بین هفت تا هشت هزار میلیارد تومان می‌رسد. از روز خداحافظی با یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی، افراد حاضر در دهک‌های یکم، دوم و سوم ماهانه ۴۰۰ هزار تومان یارانه دریافت می‌کردند، اما این رقم برای دهک‌های چهارم تا نهم، ۲۰۰ هزار تومان تعیین شد. یارانه نقدی ۳۰۰ هزار تومانی دهک‌های هشتم، نهم و دهم با فرض حضور ۲۵ میلیون و ۵۰۰ هزار ایرانی، ارزشی معادل ۷ هزار و ۶۵۰ میلیارد تومان در ماه دارد. هرچند که افراد حاضر در دهک دهم اصلاً یارانه‌ای دریافت نمی‌کنند.

اخبار

روش حراج همزمان تاثیری در قیمت سیمان دارد؟

افزایش تقاضا در پایان سال

رئیس عملیات و نظارت بازار فیزیکی شرکت بورس کالای ایران می‌گوید براساس داده‌های تاریخی در فصل زمستان به علت نزدیکی به پایان سال، تقاضا برای سیمان با افزایش روبه‌رو است، اما کشف قیمت متکی به میزان عرضه و تقاضا است و روش حراج، نقشی در قیمت تعیین‌شده ندارد. به گزارش «ایسنا»، هجدهم دی ماه بود که مدل جدید حراج در بازار فیزیکی بورس کالای ایران با نام «حراج هم‌زمان» برای نخستین بار در روند معاملات سیمان عملیاتی شد که در این مدل سفارش‌های قیمتی براساس معامله‌گران اعم از میزان عرضه و تقاضا و اطلاعات هفته‌های قبل محصول ثبت خواهد شد. با وجود اینکه عمر کوتاهی از اجرای این مدل در بورس کالا می‌گذرد، اما در روزهای اخیر خبرهایی به گوش رسید که روش معاملاتی جدید، قیمت سیمان تسبب ۱ و ۵ را در بورس کالا به بیش از ۱۰ درصد افزایش داده و حتی به این مورد نیز اشاره شد که قطعی برقی یا گازی در کارخانه‌های سیمان نبوده و روش معاملاتی مذکور موجب رشد قیمت‌ها شده است که در همین راستا این موضوع را از بورس کالا و انجمن سیمان پیگیری شده و در راستای شفاف‌سازی موضوعات مطرح شده با مسئولان مربوطه به گفت‌وگو پرداختیم.

«حمیدرضا رحمنی»، رئیس عملیات و نظارت بازار فیزیکی شرکت بورس کالا در این باره توضیح داد: اساساً قیمتی که در بورس کالا کشف می‌شود، متأثر از دو فاکتور عرضه و تقاضا است که ماهیت اصلی بازار است. اگر عرضه افزایش پیدا کند به نسبت قیمت تعدیل شده و کاهش پیدا می‌کند و اگر تقاضا افزایش داشته باشد، بی‌شک اثر آن بر قیمت کالا نیز برجای می‌ماند.

او ضمن تشریح کمبود برق و گاز و اثر آن بر کاهش تولید و عرضه گفت: صنعت سیمان یکی از صنایع است که ناترازی‌های اخیر انرژی در کشور، گریبان‌گیر آن بوده و در ماه‌های اخیر، هم در حوزه گاز و هم در حوزه برق، صنعت سیمان دچار مشکل بود به طوری که انجمن تولیدکنندگان سیمان، کف عرضه در بورس کالا را در آبان و آذرماه به یک میلیون و ۱۲۴ هزار تن کاهش داده که حدود ۱۸ تا ۲۰ درصد به طور میانگین کاهش کف عرضه (هفتگی) را نشان می‌دهد. از طرفی هرچه به پایان سال نزدیک می‌شویم، تقاضا بیشتر شده و متقاضیان تمایل دارند تا پیش از انتهای سال خرید خود را سریع‌تر انجام دهند؛ چراکه با نزدیک شدن به پایان سال و تعطیلات، مسائل و محدودیت‌هایی در حوزه حمل و نقل ایجاد می‌شود که این مهم باعث شده تا همانطور که در انتهای سال تقاضا برای همه کالاها بیشتر می‌شود، در صنعت سیمان نیز این میزان تقاضا در پایان سال با افزایش روبه‌رو باشد.

این مقام بورس کالا خاطر نشان کرد: در هفته‌های اخیر نیز تقاضا افزایش داشته است. برای مثال در سیمان تیپ یک و تیپ پنج، تقاضا از ۳۰۲ هزار تن در هفته گذشته به ۳۵۷ هزار تن در هفته جاری رسیده است که نشان از افزایش نزدیک به ۲۰ درصدی دارد. عمده دلایل برای افزایش قیمت ریشه در افزایش تقاضا به علت نزدیک شدن به پایان سال دارد و داده‌های تاریخی در بورس کالا نیز نشان‌دهنده آن است که هرچه به ماه‌های بهمن و اسفند و به عبارتی به پایان سال نزدیک‌تر می‌شویم، تقاضا با افزایش روبه‌رو می‌شود. رئیس عملیات و نظارت بورس کالا اظهار کرد: با این حال، در رابطه با کاهش عرضه نیز موضوع ناترازی در حوزه انرژی مهمترین دلیل است. بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده در ماه‌های اخیر با قطعی گاز و برق و برخی دیگر با کمبود گاز و برق روبه‌رو بودند و در برخی از موارد حتی به علت کمبود انرژی ظرفیت تولیدی برخی از تولیدکنندگان به ۵۰ درصد ظرفیت رسید و حتی برخی از شرکت‌ها نیز برای چند روز با قطعی برق به طور کامل روبه‌رو بودند. به عبارتی مشکلات تامین انرژی در زمستانی که در حال گذراندن آن هستیم، گریبان‌گیر صنعت سیمان نیز بوده است.

تورم برای همه دهک‌های درآمدی به یک اندازه نیست

فشار تورمی روی کم‌درآمدها



نرخ تورم ماهانه در دی ماه ۱۴۰۳ برابر با ۲۸۹ درصد گزارش شد. بررسی تورم در دهک‌های مختلف هزینه‌ای نشان می‌دهد که گروه‌های کم‌درآمدتر سهم بیشتری از تورم مواد غذایی را تجربه کرده‌اند، در حالی که گروه‌های پردرآمدتر بیشتر تحت تأثیر افزایش قیمت کالاهای غیرخوراکی قرار گرفته‌اند. این موضوع نشان‌دهنده تفاوت در الگوی مصرف و تأثیر تورم بر گروه‌های مختلف درآمدی است. بررسی روند کلی تورم نشان می‌دهد که نرخ تورم ماهانه در بین دهک‌های مختلف بین ۲۸۹ درصد تا ۳۰۷ درصد متغیر بوده است. این نوسان نسبی بیانگر آن است که اگرچه تمامی گروه‌های درآمدی تحت تأثیر تورم قرار گرفته‌اند، شدت این تأثیر در بین دهک‌های پایین‌تر بیشتر بوده است.

متهم اصلی تورم فقرا در دی ماه ۱۴۰۳

یکی از مهمترین ابعاد تورم، تفاوت بین تورم مواد غذایی و غیرخوراکی است. سهم تورم مواد غذایی در سطح ملی، ۱۰۵ واحد درصد بوده که در دهک‌های پایین‌تر سهم بیشتری داشته است، در حالی که تورم غیرخوراکی به طور میانگین ۱۸۵ واحد درصد بوده و بیشتر بر دهک‌های بالاتر تأثیر گذاشته است. این موضوع نشان می‌دهد افراد کم‌درآمد که بخش زیادی از درآمد خود را صرف خرید اقلام خوراکی می‌کنند، نسبت به افزایش قیمت این اقلام حساس‌تر هستند. تحلیل تورم براساس دهک‌ها نشان می‌دهد که دهک اول که کم‌درآمدترین گروه جامعه را شامل می‌شود، نرخ تورم ماهانه ۳۰۷ درصد را تجربه کرده است که بالاتر از میانگین کشوری است. سهم تورم مواد غذایی در این دهک ۱۵۳ واحد درصد بوده که نشان می‌دهد افزایش قیمت مواد غذایی تأثیر شدیدی بر وضعیت معیشتی این قشر داشته است. از سوی دیگر، سهم تورم غیرخوراکی در این دهک ۱۵۴ واحد درصد گزارش شده که تقریباً برابر با سهم مواد غذایی است. این وضعیت نشان می‌دهد که هر دو بخش تورم (خوراکی و غیرخوراکی) به شکل متوازی بر معیشت این گروه تأثیر گذاشته است. در مقابل، دهک دوم که پردرآمدترین گروه جامعه محسوب می‌شود، تورم ماهانه ۲۸۲ درصدی را تجربه کرده است که تقریباً برابر با میانگین کشوری است. اما در این گروه، سهم تورم مواد غذایی تنها ۰٫۷۵ واحد درصد بوده که کمتر از میانگین کشوری و دهک‌های پایین‌تر است. این در حالی است که سهم تورم غیرخوراکی در این دهک ۲۰۷ واحد درصد بوده که نشان می‌دهد این گروه بیشتر تحت تأثیر افزایش قیمت کالاهای غیرخوراکی قرار داشته‌اند.

شخص تورم یکی از مهمترین متغیرهای اقتصادی است که تغییرات مستمر سطح عمومی قیمت کشور را می‌سجد. بر این اساس، تورم برای یک کالای خاص نیست و اگر قیمت گروهی از کالاها افزایش یابد، تورم ایجاد شده است. همچنین اگر قیمت‌ها در یک دوره زمانی معین و به صورت مقطعی بالا رود، تورم محسوب نمی‌شود. بلکه اگر گرانی ایجادشده ادامه‌دار شود و گروهی از کالاها را در بر گیرد، تورم نامیده می‌شود. تورم ۱۰ ماهه دهک‌ها یعنی یک قیمت یک سبد مشخص از کالا و خدمات در دی ماه نسبت به اسفند سال گذشته چه مقدار افزایش داشته است.

تورم دهک‌ها در ۱۰ ماهه ابتدای امسال

تورم کل ۱۰ ماهه ابتدای سال جاری معادل ۲۷٫۴ درصد بوده است. تمام دهک‌ها تورمی بالاتر از این مقدار داشته‌اند و تنها دهک اول جامعه تورمی پایین‌تر از ۲۷٫۴ درصد داشته است. همانطور که اشاره شد، دهک اول از پایین‌ترین افراد جامعه به لحاظ درآمدی تشکیل شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد اهمیت و وزنی که خانوارهای دهک اول به اقلام خوراکی و مسکن می‌دهند بالاتر از سایر دهک‌ها است. البته باید گفت که این به معنای اختصاص مخارج بیشتر نسبت به سایر دهک‌ها نیست بلکه خانوارهای دهک اول چون درآمد خیلی پایینی دارند بنابراین سهم بیشتری از مخارج خود را به اقلام ضروری مانند خوراکی‌ها و مسکن اختصاص می‌دهند. اعداد و ارقام حاکی از آن است که تورم اقلام خوراکی و مسکن در سال جاری، افزایش زیادی داشته و از همین‌رو دهک اول جامعه در ۱۰ ماه ابتدای امسال، تورمی به میزان ۲۸۹ درصد داشته که بالاترین تورم در میان دهک‌ها بوده است. پس از دهک اول نیز دهک دوم تورمی معادل ۲۸ درصد داشته و در میان دهک‌ها رتبه دوم را به خود اختصاص داده است. علت این امر باز هم به تورم خوراکی‌ها و مسکن و سهم این اقلام در سبد خانوارهای پایین جامعه مربوط می‌شود.

با این وجود، دهک دوم که از پرخوردارترین خانوارهای جامعه تشکیل شده، پایین‌ترین تورم ۱۰ ماهه امسال را در میان دهک‌ها داشته است. خانوارهای پرخوردارتر با وجود اینکه نسبت به گروه‌های پایین‌تر مخارج بیشتری دارند اما اقلام غیرخوراکی در سبد مصرفی این گروه‌ها نسبت به دهک‌های دیگر اهمیت بالاتری دارد و چون قیمت این اقلام افزایش زیادی نسبت به کالاهای دیگر نداشته در نتیجه تورم کمتری به دهک دوم وارد آمده است. این دهک در ۱۰ ماهه ابتدای سال جاری، تورمی معادل ۲۶٫۷ درصد را سر گذرانده است.

سهم تورمی اقلام خوراکی و غیر خوراکی

در دی ماه ۱۴۰۳، نرخ تورم ماهانه ایران نزدیک به ۳ درصد بوده است. بررسی دهک‌های درآمدی نشان می‌دهد که خانوارهای کم‌درآمد بیشتر تحت تأثیر افزایش قیمت مواد غذایی قرار گرفته‌اند، در حالی که خانوارهای پردرآمد از تورم کالاهای غیرخوراکی آسیب دیده‌اند. زمانی که قیمت کالاها و خدمات افزایش می‌یابد، قدرت خرید کاهش پیدا می‌کند و این امر بر معیشت خانوارها تأثیر مستقیم دارد. یکی از مفاهیم مهم در تحلیل تورم، سهم از تورم است. این مفهوم نشان می‌دهد که چه مقدار از نرخ تورم کلی ناشی از تغییر قیمت یک دسته خاص از کالاها (مانند مواد غذایی یا کالاهای غیرخوراکی) است. به عنوان مثال، اگر نرخ تورم ماهانه ۳ درصد باشد و سهم مواد غذایی از این تورم ۱۵ واحد درصد باشد، این بدان معناست که نیمی از تورم کلی ناشی از افزایش قیمت مواد غذایی است. این شاخص برای درک بهتر تأثیر تورم بر گروه‌های مختلف جمعیتی، به ویژه خانوارهای کم‌درآمد و پردرآمد، اهمیت زیادی دارد.

افت نماگرهای بورسی در پایان هفته دوم بهمن ماه

بازار سرمایه درجا زد

بازار سرمایه در هفته‌ای که گذشت، عملکرد خوبی نداشت و شاخص کل حدود ۰٫۵ درصد و شاخص هم‌وزن بیش از یک درصد افت کردند. خروج پول حقیقی از بازار سرمایه هم به بیش از ۶۰۰ میلیارد تومان رسید. تالار شیشه‌ای در جریان معاملات هفته گذشته، با ابهامات بسیاری مواجه بود و حتی اخبار مثبت هم نتوانست شاخص کل بورس را سبزه‌پوش نگه دارد؛ در نتیجه شاخص کل بورس در این هفته اغلب با افت مواجه شد و در نهایت در آخرین روز معاملاتی هفته (چهارشنبه ۱۰ بهمن ماه) بیش از ۶ هزار واحد ارزش را تجربه کرد. در پایان معاملات روز چهارشنبه، شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران ۶ هزار و ۱۷۰ واحد کاهش به رقم ۲ میلیون و ۸۰۱ هزار واحد رسید. به موازات شاخص کل، شاخص هم‌وزن نیز ۳ هزار و ۱۴۱ واحد افت داشت و در نیمه تراز ۸۷۸ هزار واحد ایستاد. در این روز حدود ۴۸۰ هزار فقره معامله به ارزش ۷۸۱۴ میلیارد تومان در بازار سرمایه انجام شد. فارس بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل بورس داشت اما فملی و شستا اثر منفی ایجاد کردند. از نمادهای پرتراکنش نیز می‌توان به غانیزان، سبسکو و وبملت اشاره کرد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس ایران بیش از ۳ واحد افزایش یافت و به سطح ۲۶ هزار و ۶۰۳ واحد رسید. تعداد معاملات فرابورس در این روز ۳۶۹ هزار فقره و ارزش آن ۸۰ هزار میلیارد تومان بود. نیشکر و انتخاب بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل فرابورس داشتند اما فضا اثر منفی ایجاد کرد. نیشکر، مینا و آواک نیز از جمله نمادهای پرتراکنش بازار فرابورس بودند. همانطور که اشاره شد، بورس تهران در این هفته، عملکرد خوبی نداشت و شاخص کل بورس با افت ۰٫۵ درصدی و شاخص هم‌وزن با افت بیش از یک درصدی مواجه شدند. خروج پول حقیقی از بازار هم بیش از ۶۰۰ میلیارد تومان بود. بازار سرمایه در این هفته با ابهامات بسیاری مواجه بود و حتی اخبار مثبت هم نتوانست شاخص کل بورس را سبزه‌پوش نگه دارد. به همین دلیل، شاخص کل بورس اغلب افت داشت و در نهایت در روز چهارشنبه ۱۰ بهمن ماه با افت ۶ هزار واحدی تا سطح ۲ میلیون و ۸۰۱ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. البته در روز دوشنبه، ۸ بهمن ماه با خبر بانک مرکزی در خصوص عدم تمدید گواهی سپرده ۳۰ درصدی انتظار می‌رفت معاملات در این روز بهبود یابد، اما بازار سرمایه به این خبر بی‌اعتنایی کرد و با افت اندکی دومین هفته بهمن ماه را به پایان رساند. از این رو؛ به نظر می‌رسد معاملات بازار سرمایه در هفته پیش رو هم فرسایشی و کم‌رونق باشد.

«محمد پورتدین»، تحلیلگر بازار سرمایه با تأکید بر پابرجا بودن

وزارت راه و شهرسازی
شرکت عمران شهر جدید اندیشه

آگهی فراخوان عمومی

مهلت دریافت اسناد ۱۱/۰۸ لغایت ۱۴۰۳/۱۱/۱۷

مهلت تحویل اسناد تا ۱۴۰۳/۱۱/۲۷ ساعت ۱۱:۳۰

از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

فروش واحدهای مسکونی

لیلیان پالاس و کوهسار واقع

در فاز ۴ شهر جدید اندیشه

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره زیر تماس حاصل فرمایید

۲۷ ۲۷ ۵۵ ۶۵ (۰۲۱)

www.andisheh.ntdc.ir

روابط عمومی شرکت عمران شهر جدید اندیشه

گردهمایی ائمه جمعه اهل سنت استان سیستان و بلوچستان در زاهدان



آئندة به خودت فشار می‌آوری که کفار ایمان نمی‌آورند و این پدر دلسوز است.

ایتالله محامی بیانی داشت: مردم ما را به عنوان روحانی و عالم دین می‌شناسند و دین برای تأمین سعادت دنیا و آخرت است و نمونه آن همین دعا بود که از خداوند متعال خیر دنیا و آخرت را می‌خواهد و حال سردمدار و علم‌دار دین پیامبران هستند و هدایتگر و پدر است هستند و از پیامبراکرم(ص) نقل است که فرمودند: **«اِنَّ وَعَلَى اَبْوَا حَذَّةِ الْاُمَّةِ»** من و علی دو پدر این امت هستیم و تعمیر امام (رضاع) این است که پیامبران و اولیای الهی پدر دلسوز امت هستند و آئندة دلسوزی می‌کنند که می‌گویند: **«النگ باخغ نغشک آلا نگوینا مؤمنین»** پیغمبر ما چرا

زاهدان-حیدری نیا: ایتالله مصطفی محامی در گردهمایی سراسری ائمه‌جمعه اهل سنت استان ضمن تبریک ایام ماه رجب و سالروز پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی به قرابت و شرح فرازی از دعای ماه رجب پرداخت و عنوان کرد: **«اِيا مَنْ اَرْجُوهُ لِكُلِّ خَيْرٍ، وَ اَمَنْ سَخَطُهُ عِنْدَ كُلِّ شَرٍّ، يا مَنْ يُعْطِي الكَثيرَ بِالْقَليلِ، يا مَنْ يُعْطِي مَنْ سَأَلَهُ، يا مَنْ يُعْطِي مَنْ لَمْ يَسْأَلْهُ وَ مَنْ لَمْ يَتْرُقْهُ تَعْتَمُنْا اَمْنَهُ وَ رَحْمَةً اَعْطَيْنِي بِمَسْئَلَتِي اِيّاکَ جَميعَ خَيْرِ الدُّنيا وَ جَميعَ خَيْرِ الاَخرَةِ، وَ اَصْرَفْ عَنِّي بِمَسْئَلَتِي اِيّاکَ الْجَميعَ شَرِّ الدُّنيا وَ شَرِّ الاَخرَةِ، فَإِنَّهُ غَيْرُ مَنقُوصِي ما أَعْطَيْتَ، وَ زِدْنِي مِنْ فَطْلِكَ يا كَرِيمُ»** خداوندن برای هر خوبی درز خانه تو می آیم و امیدم به توست و در هر بدی که هست به تو پناه میبرم تا گرفتار بدی نشوم و اگر در سختی قرار می گیرم مراقب هستم تا تو نراحت نباشی و خدایا من درب خانه تو هستم و تو هم در برابر کار کم نعمت فراوان و پاداش فراوان می‌دهی و نه تنها در برابر کار کم بلکه وقتی فرد درب خانه تو تقاضا و خواهشی داشته باشی باز هم تو می‌دهی و آئندة داری که حتی وقتی کسی به تو خانه تو نیاهدم و از تو نخواستم و از نمی‌شناسد من هم می‌دهی و بسیاری از کافران روزی خوار نعمت تو هستند و تو که به همه می‌دهی حتی کسی که درب خانه تو نیامده اما من تو را می‌شناسم و درب خانه تو آمده و همه خوبی‌های دنیا و آخرت را از تو می‌خواهم و از تو می‌خواهم همه بدی‌های دنیا و آخرت را از من دور کنی و از فضل تو کم نمی‌شود و من همسرت و من بدم و در این دعای است که پله به پله در بیان لطف خدا بالا می‌رود و آموزش می‌دهد از خداوند چه بخواهیم و آن را چگونه مطرح کنیم

با تشکیل نشست مشترک به میزبانی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان؛

مطالبات جامعه‌ی رسانه آذربایجان شرقی در حوزه مسکن ملی بررسی شد



اعضای حاضر در جلسه در همین راستا به تأمین و تحقق مطالبه فعالان رسانه ای در حوزه مسکن ملی، بر ای به اتفاق نظر رسیدند و برای دومین اقدام پیشنهادی

آذربایجان شرقی - خبرنگار فرصت امروز: اولین نشست موضوعی «مسکن خبرنگاران» با حضور مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و مدیرکل روابط عمومی استانداری آذربایجان شرقی در محل ارشاد استان تشکیل شد.

در این نشست که نخستین بار با دعوت از روسای تشکل های رسانه ای استان تشکیل می یافت، نماینده شرکت تعاونی مسکن خانه مطبوعات آذربایجان شرقی گزارش کوتاهی از آخرین وضعیت اقدامات و فعالیت های این تعاونی در حوزه مسکن مهر را ارائه کرد.

در ادامه روسای تشکل های رسانه‌ای ای استان نیز انتظارات، دیدگاهها و پیشنهادات خود را در زمینه مسکن اعضا و اصحاب رسانه مطرح کردند.

این نشست فرصتی حاصل کرد تا حسب دستور و روکرد استاندارد آذربایجان شرقی زمینه های تقویت فعالیت تعاونی مسکن بررسی شود.

امکان سنجی تسهیل و تسریع بهره مندی خبرنگاران و اهالی رسانه استان از طرح نهضت ملی مسکن نیز با مشارکت نظری مدعوین و اعلام تکتکه نظر فعالان فرهنگی رسانه‌ای و همچنین مشاور حقوقی اداره کل ارشاد استان، مطرح و مورد تأکید قرار گرفت.

یازد - **سید محمد جواد عرفان فر** استاندار یزد با بیان اینکه با توسعه تا پیش از زمان لغت‌آور طی سالهای گذشته استان یزد را زیر دست سالم ناپایدار کرده‌ایم و تورم استان در برخی بخش‌ها به دلیل این توسعه ناپایدار است؛ اظهار داشت: «۱۲۰ هزار نفر از ۱۵۰ هزار تبعه خارجی ساکن در استان، اضافی هستند و معتقدم ظرفیت این حجم از افراد غیربومی را ندارد.»
«محمدرضا بابایی» در نخستین نشست خبری به همراه معاونین خود به‌نامبت مسئول خانه مطبوعات رسانه استان پس از گذشت حدود ۱۰۰ روز از فعالیت‌های تازه سه ماهه در برگزاری اولین نشست با رسانه‌های استان را با جهت‌تأیفات بیشتر بر اوضاع تا تا نسبت به شرایط موجود، اطلاعات کامل‌تری داشته باشم و بتوانم پاسخگوی پرسش‌های شما بشم نامت عنوان کرد. وی در ادامه ارائه داشت رسانه‌ها چشم و چراغ جامعه و رابط میان مردم و دولت هستند و ایامدی را می‌بینند و بیان می‌کنند که گاهی ممکن است در زاویه نگاه دولتمردان نباشند و آنها کماحق حال دولت هستند.خبرنگاران می‌توانند موجب رشد استان شوند تفاوت دیدگاه خبرنگاران طبیعی است و از این موضوع استقبال می‌کنیم. استاندار یزد درموضوع حضور اتباع در استان تأکید کرد: برای همه آسان‌ها حرمت قائل هستیم ولی استان ظرفیت ۴۱ درصد بیمه‌شده غیربومی، ۲۳ درصد ثبت‌نام شده غیربومی در نهضت ملی مسکن و سکونت بیش از ۱۵۰ هزار نفر تبعه خارجی در استان را ندارد و به شدت با پدیده قاچاق آسان به استان مبارزه خواهد شد و یک جای باید این روند متوقف شود. از طرفی در برخی از شهرستان‌ها میز اتباع ساکن هستند و این وضعیت برای استان خوب نیست از دونین برنهایی برای جلوگیری از ورود اتباع خارجی به استان و برخورد با فعالان این حوزه خبر داد.

بابایی با بیان اینکه با توسعه استان ضمن کاستن از سهم مردم یزد در حوزه های مختلف مانند بهداشت و درمان، محیط زیست و دیگر بخشها، شرایط برای فعالیت و سکونت افراد غیربومی مهیا شده است خاطرنشان کرد: «متمایفانه در حالی استشارالایی در استان اتفاق افتاده که عملاً برای افرادی غیربومی استان ششغل فراهم شده است و ادامه این روند قطعاً مهاجر خوبی برای استان رقم نخواهد زد. وی تصریح داشت: در همین راستا برنامه یزد پایدار را تدوین کردیم

در نشست خبری مدیران عامل صنعت برق استان زنجان مطرح شد:

افتتاح ۹۴۱ پروژه شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان در دهه فجر



شدید ائلاف انرژی به افزایش تاب آوری شبکه و بهبود وضعیت ولتاژ شبکه کمک شایانی می‌کند. این مسئول با اشاره همیوشند سازی شبکه توزیع نیروی برق ادامه داد: تعداد کنتورهای هوشمند تا کنون ۴۷۰۷۵ است. وی با بیان اینکه خوب‌بختانه استان زنجان در حوزه برق تلفات بسیار پایینی دارد و در مجموع از وضعیت مطلوبی برخوردار است. اضافه کرد: ارائه خدمات مطلوب به مشترکین در سطح استان به عنوان اولویت مهمی می‌شود. تعداد کل مراجعات در سه ماه اول سال جاری، ۶۹۱۴ بوده است که ۱۰۴۳ درصد این مراجعات حضوری و ۸۹۵۷ درصد مراجعات غیرحضوری است.
جوادی با تأکید بر اینکه به طور جدی با

در راستای جلوگیری از تضييع حقوق مشترکان صورت پذيرفت:

کشف و شناسایی ۱۰ دستگاه استخراج رمزارز غیر مجاز در شهرستان بندرانزلی



برق و ثبات اجتماعی و سیاسی تزیید شود در نظر گرفت.

طی سالیان اخیر در شرکت توزیع نیروی برق گیلان اقدامات مهمی برای

پزشک بود آن هم یک پزشک دوره گرد و می‌چرخید تا مریض پیدا کند و این پزشک سیار داروهای خود را هم همراه داشت و در جای مناسب از ابزار خود استفاده می‌کرد و جایی که لازم بود مرجم می‌گذشت و جایی که نیاز بود هم با ابزارش داغ می‌کرد و به تشریح و انداز می‌پرداخت.

وی با اشاره به حدیث **«العلماءُ زوئنةُ الأنبياء»** گفت: عاملان وراثان پیامبراکرم(ص) هستند و باید توجه داشت که وراث درهم و دینار نبوده بلکه وراث رسالت، مسئولیت و جایگاه هستند و اگر ما به عنوان روحانی دین و اسام جمعه و امام جماعت در این مسیر گام برداشتیم باید شایسته روز ما در طول سال باید صرف کنیم و امام جمعه و هدایتگری کنیم و باید با استفاده از همه ابزارها از جمله بشنارت و انداز در صدد تربیت جامعه باشییم و برای مردم بخری کرده و بخری دلسوز باشییم و به دنبال حل مسائل مردم باشییم و مردم را فرزند خود بدانیم و به نیازهای مختلف آن‌ها توجه کنیم و به تبعیر امام علی باید مردم را یک به یک معاینه و درد آن‌ها را شناسایی و راه درمان آن‌ها را نشان دهیم و در آن جهت تلاش کنیم.

نماینده مقام معظم رهبری در سیستان و بلوچستان ابراز اشتیاق باید مینیمم مخاطب ما چه مشکلی دارد می‌کند با تشریح امید ایجاد کند و با انداز از کار خلاف برترساند و او را در مسیر حق نگذارد.
جامعه زاهدان تصریح کرد: تعمیر زیبایی امام علی(ع) در خطبه ۱۰۸ نهج‌البلاغه این است که فرمود: **«طبیب دوار طبیه، قسد احکم مرهمه و احمی مواسمه یضع ذلک حیث الحاجة الیه»** پیامبر یک

با تشکیل نشست مشترک به میزبانی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان؛

مطالبات جامعه‌ی رسانه آذربایجان شرقی در حوزه مسکن ملی بررسی شد

نیز مقرر شد در صورت ضرورت، شرکت تعاونی چند منظوره با حضور نمایندگان تشکل های رسانه ای استان به عنوان اعضای موسس تشکیل شود.

حضران این نشست با تکیه بر اعلام حمایت استاندارد معزز و فرهنگ دوست و هدفغده و رویکرد ارشاد استان جهت تحقق مطالبه همکاران رسانه ای در خصوص بردورازی ای مسکن ملی، خواستار توجه و همکاری عاجل دستگاه های مسئول در این زمینه شدند.
مطلبان و اعضای تشکل های رسانه ای در خصوص «مسکن مهر» بود که رئیس و اعضای هیئت مدیره شرکت تعاونی مسکن خانه مطبوعات، ضمن ارائه گزارش های درخواستی پاسخگوی سوالات مطرح‌ه بودند.

اضافه می شود پیشتر و در ابتدای دی ماه سال جاری اداره کل ارشاد استان به دعوت معاونت فرهنگی و رسانه ای میزبان نشست با حضور جمعی مسئولان، متخصصان و اعضای تشکل های رسانه ای در خصوص «مسکن مهر» بود که رئیس و اعضای هیئت مدیره شرکت تعاونی مسکن خانه مطبوعات، ضمن ارائه گزارش های درخواستی پاسخگوی سوالات مطرح‌ه بودند.

استاندار یزد در جمع خبرنگاران:

از ۱۵۰ هزار اتباع خارجی ۱۲۰ هزار در استان اضافی هستند

۱۰ روز آینده عمل می‌شود استاندارد یزد در دفاع از مدیرانی که تاکنون انتخاب شده‌اند، گفت: کسانی که تاکنون منصوب شده‌اند، به بهترین‌ها هستند و البته ممکن است انتخاب هر مدیری، مخالفانی هم داشته باشد، اما نباید انتصاب هر چهار معاون استاندارد مین درستی انتخاب‌های انجام شده است.بابایی ضمن ابراز امیدواری مبنی براینکه در استان معدن‌خیز یزد بتوان حلقه‌های انتهای بخش معدن را که ارزش افزوده بالاتری برای استان دارد، توسعه و گسترش دهد ازین گذاری استان برای ایجاد یزد پایدار با اعمال اصلاحاتی در برنامه‌های قبلی، خبر داد و گفت: استان می‌تواند تولیدات کم آبیخواره پاک و کم‌مصرف داشته باشد. گردشگری، اقتصاد انرژی‌های تجدید پذیر و اقتصاد دیجیتال خواهیم رفت. نماینده عالی دولت در استان با بیان اینکه برنامه " یزد پایدار" رویکرد توسعه استان بر مبنای تغییر ریل اولویت‌های قبلی تدوین شده است و در برنامه " یزد پایدار" بااستی به سمت صنایع و تولیدات کم آبیخواره پاک و اشتغال آفرین برای قشر فریخته‌ه حرکت کنیم که این مسیر را شروع کردیم و ریل گذاری آن در حال انجام است تا در ۱۰ سال آینده صاحب استانی باشیم با ارزش افزوده بالاتر، اقتصاد گردشگری و افزایش تولید انرژی‌های خورشیدی در دستور کار است. هرچند در استان مسامان ما تولید و مصرف برق ناتراز نیست اما ایجاد نیروگاه های خورشیدی با توجه به مطلوبیت‌های موجود در دستور کار قرار دارد. بابایی تأمین پایدار آب برای استان را از مهمترین اولویت‌های یزد برشمرد و تصریح داشت: « برای شتاب بخشی به طرح انتقال آب از خلیج فارس جلساتی با وزیر نیرو و شرکت واسکو برگزار شده است. استاندارد یزد با اشاره به وعده اجرایی سه ساله این خط در هنگام کالگونی نیز خط دوم انتقال آب از خلیج فارس توسط رئیس جمهور شهید و اجرائی خط یادبندی به طول ۳۳ کیلومتر از آب شیرین این خط دوم خلیج فارس در خط اول که به اعتبار بخشی از این خط توسط معدن چاه گز تا زمین گردیده است، خاطر نشان کرد. این خط دارای پنج بخش است که چهار بخش آن از خلیج فارس تا مس سرچشمه به مزایده رفته و توسط این معدن درحال اجراءست و بخش پنجم ۳۲۰ کیلومتر از مس سرچشمه به یزد برای این خط دوم انتقال آب از خلیج فارس با مقدر شد واسکو انجامی کند که هماهنگی های بین استانی برای این پروژه نیز انجام شده است.



صادرات ۲۹۵ هزار قطعه ماهیان زینتی از استان مرکزی
اراک- فرناز امیدی: مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی گفت: ۲۹۵ هزار و ۶۶۱ قطعه آبزیان زینتی در قالب ۲۵ محموله با نظارت دامپزشکی استان مرکزی به خارج از کشور صادر شد. محمد فتاحی افزود: ۲ هزار و ۷۰ تن خوراک و مکمل آبزیان در قالب ۴۶ محموله با افزایش ۱۵ درصدی نسبت به مدت نسبت مدت مشابه سال گذشته صادر شد. وی تصریح کرد: ۷۰ تن محصولات لبنی نیز در این مدت با نظارت این اداره کل در قالب ۲۳ محموله به خارج از کشور صادر شد که صادرات این محصولات هم نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۵ برابر افزایش دارد. فتاحی تعداد صادرات انجام شده بولت تخمگذار از استان را ۱۰۵ هزار قطعه عنوان و اظهار کرد: صادرات بولت تخمگذار در سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۱۹ درصد افزایش یافت. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی همچنین از صادرات ۲۶ تن پودر گوشت در قالب یک محموله، و ۷۱۲ تن تخم مرغ خوراکی در قالب ۲۸ محموله خبر داد و گفت: ۸۲۶ تن آلابش مرغی از ابتدای امسال تاکنون در قالب ۳۱ محموله در قالب ۱۱۰ محموله از استان ایالتی با رشد ۹۶ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته به خارج از کشور صادر شده است. فتاحی افزود: مقدار ۲ هزار و ۲۵۰ تن مرغ تنجمد در قالب ۲۰ محموله صادر شد که صادرات این محصولات نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۰۰ درصد افزایش یافته است. وی اظهار کرد: ۲ هزار و ۱۷۸ کیلوگرم عسل از ابتدای امسال تاکنون در قالب یک محموله به خارج از کشور صادر شد.

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان بوشهر :

صدور بیش از ۳ هزار گواهینامه مهارتی بخش فرهنگ و هنر در استان بوشهر



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان بوشهر گفت: برای قبول شدگان از آزمون های جامع و ادواری بخش فرهنگ و هنر در ده ماه سالجاری بیش از ۳ هزار گواهینامه مهارتی معتبر صادر شد. عبدالرحیم افروز افزود: اولین آزمون جامع و چهل و پنجمین آزمون ادواری بخش فرهنگ و هنر در سال تحصیلی ۱۴۰۴-۱۴۰۳ در دو بخش عملی و نظری در ۴ حوزه امتحانی و ۳۸ استاندارد مهارتی در استان بوشهر برگزار شد. وی افزود: در این دوره از آزمون های جامع و ادواری بخش فرهنگ و هنر، بیش از ۳۲۰۰ نفر شرکت کردند که نشان از استقبال مطلوب از این آزمون هادارد. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی اسان بوشهر ادامه داد: آزمون های بخش نظری به شیوه حضوری-برخط از آزمون های عملی به صورت حضوری زیر نظر اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان برگزار و کلیه فرآیند اجرایی آزمون ها به صورت کمالا سالمه ای و با کمترین دخالت انسانی انجام گرفت. افروز تصریح کرد: پس از برگزاری آزمون هاه، برای قبول شدگان در آزمون بیش از ۳ هزار گواهینامه استاندارد مهارتی با کد اعتباری بین المللی (رک ایسکو) و به صورت دو زبانه (فارسی، انگلیسی) صادر گردیده است و گواهینامه های مذکور برای تمامی افراد، پس از کسب آموزش های مهارتی و شرکت در آزمون های عملی و نظری سنجش مهارت صادر شده و از طریق سامانه آزمون هنر قابل دریافت است.

مدیر عامل نفت و گاز آغاچاری:

علاوه بر تولید نفت کمک به رفع مشکلات جوامع پیرامونی در اولویت قرار دارد



اهواز - شسینتم فچاوند: دیدار مدیرعامل شرکت نفت و گاز آغاچاری با جمعی از مدیران شهرستان اهواز برگزار شد. مهندس سید محسن دهیان بر مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری در دیدار با جمعی از مدیران ادارت شهرستان امیدیه بر تعامل و استفاده از ظرفیت ها در چهارچوب قانون برای رفع مشکلات جوامع پیرامونی شرکت تأکید کرد. مهندس سید محسن دهیان بر ضرورت عنوان کرد: کارهای نیمه تمام بسیاری در حوزه فرهنگی، آموزشی و معضلات اجتماعی وجود دارد که برای رفع آنها با استفاده از ظرفیت های موجود و تلاش با دستگاه های مرتبط مشارکت خواهیم کرد. مدیر عامل شرکت نفت و گاز آغاچاری با اشاره به مشکلات شهر امیدیه در حوزه تشرش ای بیان کرد: با توجه به مصوبه شورای راهبردی شهرستان یک نقطه پر تنش که بخش زیادی از هنر رفت آب در آنجا وجود دارد، توسط شرکت آغاچاری بهینه سازی و تعمیر خواهد شد که علاوه بر رفع مشکل راهشیدیه در آب رسانی به منازل سازمانی نیز بسیار موثری است. مدیر عامل شرکت نفت و گاز آغاچاری گفت که رفع مشکلات مدارس ملکی ، کمک به رفع تنش ای شهرستان ، اجرائی نهضتآبادی در مناطق شرقی با مشارکت شهرداری امیدیه از اولویت های این شرکت بر شمرد. در این نشست رئیس دفتر نماینده شهرستان در مجلس شورای اسلامی شهردار امیدیه رئیس شورای شهر ، رئیس آموزش و پرورش ، رئیس اداره ورزش و جوانان، مسئول ورزش همگانی شهرستان، رئیس آفناه مدیر خدمات شرکت و تمشیت مدیریت منابع آبسانی و مشاور فرهنگی مدیر عامل نیز حضور داشتند.

در بازدید مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور از پروژه‌های آبرسانی میناب مطرح شد:

پروژه‌های آبرسانی میناب در مسیر تکمیل



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور در سفر به هرمزگان از پروژه‌های آبرسانی شهرستان میناب و سد استقلال بازدید کرد. هاشم امینی در این بازدید با اشاره به شرایط حساس شهرستان میناب، افزود: پروژه‌های متعددی در شهرها و روستاهای این شهرستان پیش‌بینی شده است که خوشبختانه با تشریح اقدام لازم با سرعت خوبی در حال انجام است. وی با بیان اینکه ارزش پروژه‌های فعال شهرستان میناب ۵۰۰ میلیارد تومان است، افزود: تکمیل این پروژه‌ها، بخشی از مشکلات ناپایدار آب در شهرها و روستاهای میناب را برطرف خواهد کرد. به گفته رئیس هیئت مدیره شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور یکی از این پروژه‌های بزرگ آبرسانی به مجتمع تباب است که یک شهر و ۲۴ روستای میناب از آن بهره‌مند خواهند شد. امینی همچنین از پروژه هوهکی به عنوان دیگر پروژه فعال این شهر یاد کرد و گفت: با تکمیل این پروژه، جمعیتی بالغ بر ۱۳ هزار نفر در شهر زوهکی و طرح نهضت ملی مسکن از آب شرب پایدار بهره‌مند خواهند شد. وی ابراز امیدواری کرد که پروژه‌های جایگزین پیش‌بینی‌شده، برخی از مسائل آب شهرستان میناب و بندرعباس را مرتفع کند.

نایب رئیس کمیسیون تلفیق شورا عنوان کرد:

سیاست های شورا در بودجه پیشنهادی ۱۴۰۴ لحاظ نشده است



کرج - **خبرنگار فرصت امروز:** نایب رئیس کمیسیون تلفیق شورای استان شاهر کرج با بیان اینکه لفظ بودجه سال ۱۴۰۴ شهرداری کرج در راستای آن چگونمانند باید نوشته شود، گفت: توجه به اینکه تاکنون استمزاجی از شورا صورت نگرفته و سیاست های آن لحاظ نشده، شهرداری قرار است در سال آینده چه سیاست را دنبال کند؟ به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شورای اسلامی کرج، علیرضا رحیمی محمودآبادی در کمیسیون تلفیق در بررسی لایحه بودجه پیشنهادی سال ۱۴۰۴ شهرداری اظهار کرد: با بررسی اجمالی بودجه سازمان های شهرداری، مناطق به جز سه منطقه و معاونت های شهرسازی و معماری، خدمات شهری و مدیریت و برنامه ریزی به این نتیجه رسیدم که اتفاق خاصی نسبت به امده است. نایب رئیس کمیسیون تلفیق شورای اسلامی شاهر کرج بر کاهش اثر بودجه در شهر انتقاد و ادعای کرد: کاهش سرانه شهروندی در سال آینده دهنده کاهش سطح خدمت رسانی به شهروندان در سال ۱۴۰۴ است. شاهرخ ضحی شورای اسلامی کرج بودجه سال ۱۴۰۴ را جزو استثنایی ترین لایوح بودجه چهار سال اخیر و نشان دهنده سردرگمی در تنظیم آن دانست و عنوان کرد: باید مطالبات و درخواست های مردم نیز در لایحه بودجه دیده شود. متمایفانه الزامات بخشنامه بودجه مثل افزایش تاب آوری شهری، میزنی نمون شهر، اقدامات تاریخی و فرهنگی، سرمایه گذاری بخش خصوصی دیده نشده. آیا بنیاید به دنبال احداث زمین های ورزشی روزیا، شهرسازی، بازارهای روز، سرراهی محلات و ... باشیم؟

۳۲۹۶۸ هزار نفر ساعت دوره ایمنی در شرکت نفت و گاز آغاچاری برگزار شد



اهواز - شسینتم فچاوند: علی شکبیا کیبا رئیس بهداشت ایمنی، محیط زیست و باقندغ غیر عامل شرکت نفت و گاز آغاچاری عنوان کرد: از ابتدای سال۱۴۰۳ دوره های آموزشی تخصصی در زمینه آموزش الزامات HSE برای تمام سطوح کارکنان با هدف کاهش و جلوگیری از بروز حوادث برگزار شد. مهمترین دوره های آموزشی با موضوعات تخصصی شامل دوره حفاری ایمنی ورود به فضای بسته و ایمنی فرودگاهی و ... است.

برای آشنایی بیشتر کارکنان برگزار شد، رئیس بهداشت ایمنی، محیط زیست و باقندغ غیر عامل عنوان کرد: علاوه بر آموزش های تئوری، آموزش های عملی کاربردی مختلفی در زمینه تسلط بیشتر کارکنان با کلیه ملزومات حفاظت فردی و عمومی و همچنین انجام عملیات های متعدد آتش نشانی نیز توسط مدرسان این مجموعه برگزار شد.

بازدید نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس شورای اسلامی

از پروژه توسعه شبکه فیبر

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس شورای اسلامی از پروژه توسعه شبکه فیبر در گرگان بازدید کرد. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان ، مهندس رضاعلمی سکندینی نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس شورای اسلامی از پروژه توسعه شبکه فیبر نوری مخابرات در شهرستان گرگان بازدید کرد. وی ضمن ارایه خبرندگی از پیشرفت این پروژه و اجرائی آن در مناطق روستایی گفت: اقدامات بسیار خوبی توسط مخابرات انجام شده و ادامه دارد که این موجب پیشرفت استان از لحاظ فناوریهای روز خواهد شد. وی مخابرات را عامل توسعه بیشتر استان دانست و گفت: اجرائی پروژه تبدیل شبکه مسی به فیبر از پروژه های بسیار مهم مخابرات بوده و از مردم خواست از سرویسهای ارائه شده بر این بستر استفاده نموده از مزایای آن بهره مند شوند. وی همچنین از مخابرات خواست با توزیع علاقه امکانات ، تمامی مناطق شهری و روستایی را در برنامه توسعه ای در نظر گرفته و با تأمین درخواستهای مخابراتی مردم، موجب رضایتمندی آنها شوند.

بررسی وضعیت واگذاری سرویس FTTH در مخابرات شهرستان آق قلا

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: در جلسه ای با حضور رئیس اداره مخابرات آق قلا وضعیت واگذاری FTTH بررسی شد. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان ، دکتر کامبیز بیک محمدی با اشاره به مزایای بسیار این سرویس و درخواست مشتریان برای بهره مندی از آن گفت: کارگروهی به این منظور تشکیل شده و عملکرد آن بصورت دوره ای بررسی می شود. رئیس اداره مخابرات شهرستان آق قلا، بازاریابی مناسب و فروش حداکثری این سرویس را از وظایف این کارگروه دانست و بر تلاش بیشتر برای تحقق این هدف تأکید کرد. وی با تأکید بر زیرساختهای مناسب ایجاد شده، شرایط ارائه سرویس اینترنت پرسرعت FTTH را برای یستر را برای مشتریان فراهم دانست و از مردم مشتاران آق قلا خواست برای دریافت آن سرویس به مرکز امور مشتریان مخابرات این شهرستان مراجعه و بهره مندی از پرسرعت ترین اینترنت مخابرات را تجربه نمایند.

بازاریابی جهانی: هنر بقا در جهان دیجیتال!

مقدمت شروع کارتان را فراهم سازید.

یادتان باشد، کانال‌های ارتباطی که در این میان زیر و رو می‌کنید، باید الزاما دیجیتال باشند. پس دور بقیه گزینه‌ها را خط کشیده و وقت‌تان را بی‌خودی سر آنها تلف نکنید.

آشنایی با فرهنگ محلی؛ ورود به دل ماجرا

هر منطقه یا بازاری در دنیا ویژگی‌های خاص خودش را دارد. وقتی شما درگیر بازاریابی جهانی می‌شوید، باید پیشفرض‌های لازم برای انطباق با وضعیت بازار را نیز داشته باشید. یکی از ساده‌ترین نکات در این میان مربوط به شناخت دقیق فرهنگ محلی است. مردمی که در کانادا زندگی می‌کنند، فرهنگ متفاوتی با مردم عمان دارند. بنابراین اگر شما با همه این مشتریان بالقوه به یک صورت رفتار کنید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

مسئله بالا در ههه ۹۰ میلادی برای بسیاری از کسب و کارهایی که قصد ورود به بازار خاورمیانه را داشتند،

نویسنده: علی آلی‌علی

از وقتی اینترنت جای خودش را در زندگی روزمره مردم باز نمود، بازاریابی پیوند ناگسستنی بسا این فناوری پیدا کرد. به طوری که این روزها صحبت از بازاریابی فورا ذهن آدم را سمت شبکه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای ارتباط دیجیتال می‌برد. انگار که اصلا هیچ ابزار دیگری در این میان وجود ندارد. اگر کمی چشم‌انداز پیش روی بازاریابی را گسترده در نظر بگیریم، تقریبا هر کجای این دنیا بازاری مساعد برای فعالیت برندها و مشتریانی مستعد دارد. به همین خاطر در طول دهه‌های اخیر مفهوم بازاریابی جهانی اهمیت بیشتری پیدا کرده است.

اگر قبلا دسترسی به بازارهای جهانی کاری سخت محسوب می‌شد، حالا به لطف فناوری‌های دیجیتال مردم به سراسر دنیا دسترسی آنلاین داشته و از تحولات چهار گوشه دنیا بی‌واسطه مطلع می‌شوند.البته در این میان برندها دست روی دست نگذاشته‌اند و خیلی زود وارد گود شده‌اند. این روزها شما می‌توانید بدون هیچ دردسری از برندی که در قاره‌ای دیگر فعالیت تولیدی دارد، محصولات متنوعی را بخرید. ایسن امر به لطف بازاریابی دیجیتال در مقیاس جهانی روی داده است.

بازاریابی دیجیتال در مقیاس جهانی شاید در اولین نگاه خیلی ساده به نظر برسد، اما وقتی نوبت به اجرا می‌رسد، همه چیز سخت خواهد شد. اجازه ههدید یک سناریوی کاربردی را تصور کنیم. برندی مثل هیوندای را در نظر بگیرید؛ بی‌شک مشتریان این برند فقط در آسیا نیستند. بازارهایی مثل اروپا یا حتی آمریکای جنوبی نیز پتانسیل زیادی برای هر کسب و کار دارد. به همین خاطر هیوندای برای فروش ماشین‌های خود به مشتریان آمریکای جنوبی باید برنامه بازاریابی دقیقی داشته باشد.

از آنجایی که مردم آمریکای جنوبی خلق و خوی متفاوتی با مردم بقیه نقاط دنیا دارند، استفاده از یک کمپین بازاریابی برای همه مردم دنیا ایده جذابی به نظر نمی‌رسد. به همین خاطر بهتر است به جای استفاده از چنین ایده‌های عجیبی سراغ راهکاری اساسی بروید. بازاریابی دیجیتال در ابعاد جهانی دقیقا همین نکته را برجسته می‌کند. در واقع شما با یادگیری این استراتژی اصول اثرگذاری بر روی مخاطب هدف در چهار گوشه دنیا را فرا خواهید گرفت.

کسانی که قبلا سر و گوشی در دنیای بازاریابی جهانی آب داده باشند، خیلی خوب می‌دانند آشنایی با فرهنگ و عادت‌های مردم کشورهای مختلف کار ساده‌ای نیست. به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم به شما کمک کنیم تا خیلی راحت بدل به کارآفرینانی حرفه‌ای در زمینه بازاریابی جهانی شوید. اینطور ی‌به راحتی آب خوردن گلیم خود را از آب بیرون کشیده و کارتان را سر و سامان خواهید داد.

بازاریابی دیجیتال جهانی: مراحل طراحی استراتژی

اولین کاری که شما برای یادگیری بازاریابی جهانی به شیوه دیجیتال باید انجام دهید، آشنایی با مراحل طراحی استراتژی است. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ مشکلی کارتان را جلو برده و در هر بازاری که دوست دارید، مشتریان مناسبی پیدا کنید.

ما در این بخش به شما یاد می‌دهیم چطور صفر تا صد طراحی استراتژی را انجام دهید. پس با ما همراه باشید تا نکات کلیدی در این بخش را با هم پشت سر بگذاریم.

یافتن کانال‌های ارتباطی مناسب؛ گام نخست

وقتی شما قصد ورود به یک بازار تازه را دارید، باید کانال‌های ارتباطی مناسب را در کانون توجه قرار دهید. آیا جامعه موردنظر شما استفاده زیادی از ابزارهای دیجیتال دارد؟ بساور کنید یا نه، هنوز در برخی از جوامع مطبوعات به طور سنتی محبوبیت زیادی دارد. در این صورت شما نمی‌توانید با ابزار بازاریابی دیجیتال وارد بازار شوید. البته با گسترش موج دیجیتالی شدن زندگی مردم دیگر کمتر نشانی از زندگی به سبک دهه ۶۰ یا ۷۰ میلادی به چشم می‌خورد.

بعد از اینکه تکلیف‌تان با نکته بالا روشن شد، نوبت به ارزیابی کانال‌های ارتباطی می‌رسد. شاید در یک منطقه خاص به جای اینستاگرام، ایکس (توییتر سابق) محبوبیت زیادی داشته باشد. در این صورت اگر شما روی اینستاگرام سرمایه‌گذاری کنید، حساسی ضرر خواهید کرد. کمی مطالعه درباره وضعیت کانال‌های ارتباطی در بازار هدف اطلاعات دست اول خوبی به شما می‌دهد. اینطوری به راحتی هرچه تمام‌تر فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا خواهید کرد.

بی‌شک خیلی از بازاریاب‌های باهوش به ما اعتراض خواهند کرد که صرف شناخت کانال‌های ارتباطی کاری را از پیش نمی‌برد. خب شما حتی اگر بهترین محتوای دنیا را هم داشته باشید، اول از همه این محتوا باید به دست مخاطب برسد، مگر نه؟

تمام هدف ما در این بخش ترغیب شما برای زیر و رو کردن بازار به منظور یافتن بهترین ابزارهای ارتباطی در یک حوزه خاص است. این امر به شما کمک می‌کند تا خیلی راحت‌تر کارتان را جلو برده و بدون هیچ مشکلی

کشور فرهنگ‌های محلی متنوعی در آن شکل گرفته است. بنابراین شما به عنوان بازاریاب باید حواس‌تان به این تفاوت‌های جزئی باشد وگرنه سرتان بی‌کلاه می‌ماند. سعی کنید همیشه وضعیت بازارها را در قالب گزارش‌های دقیق طبقه‌بندی کنید. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر جلو می‌رود. متأسفانه برخی از بازاریاب‌ها زیادی به حافظه‌شان دلخوش هستند و همین امر آنها را با مشکلات زیادی رو به رو می‌کند. پس یک‌دندگی را کنار گذاشته و نکات مهم را روی کاغذ یادداشت کنید.

ایجاد ارتباط: به وقت محکم‌کردن جای پا!

وقتی یک برند تازه وارد بازار می‌شود، خیلی‌ها نسبت به آن گارد سفت و سختی دارند. خب همیشه تازه‌واردها در کانون اتهام هستند. به همین خاطر بهتر است همین اول کاری دست به اقدامات عجیب نزنید؛ چراکه شک و تردید مشتریان نسبت به شما دوچندان خواهد شد.

بخش‌های کوچکی که هماهنگی زیادی با ماهیت کلی کار ندارند، گزینه بهتری خواهند بود. اینطوری شما فرصت کافی برای اثرگذاری بسر روی مخاطب‌تان را پیدا کرده و وضعیت‌تان به خوبی هماهنگ خواهد شد. در عین حال برای اینکه کمی از بار مسئولیت‌تان کم کنید، بد نیست به فکر درگیر کردن تمام اعضای تیم بازاریابی در فرآیند اصلاح استراتژی باشید. خب مگر شما چقدر توان دارید که هم‌ااش را پای این کار بگذارید.

توصیه‌هایی برای عملکرد بهتر

طراحی استراتژی فقط بخشی از فرآیند موفقیت در بازار است. خیلی وقت‌ها تیم‌های بازاریابی که اتفاقا استراتژی‌های خوبی دارند، در عمل با مشکلات زیادی رو به رو می‌شوند. این امر موجب بروز مشکلات فراوانی شده که کسب و کارها را در دنیای واقعی با بحران رو به رو می‌سازد. دلیل این امر نیاز به فوت کوزه‌گری در کنار یک



استراتژی کامل است.

ما در این بخش قصد داریم همین فوت کوزه‌گری را در قالب برخی توصیه‌های کلیدی به شما یاد دهیم. پس با ما همراه باشید تا برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مرور کنیم.

طراحی سایت چند زبانه

یکی از نکاتی که خیلی از تیم‌های بازاریابی کلا فراموش می‌کنند، زبان‌های متفاوت در سراسر دنیاست. خب قرار نیست که همه به زبان شما حرف بزنند. به علاوه، مردم خیلی از کشورها انگلیسی بلد نیستند. مثلا آلمانی‌ها یا چینی‌ها را در نظر بگیرید؛ مردم این دو کشور تعصب خاصی بر روی زبان ملی‌شان دارند. بنابراین شما باید خودتان را با عادت‌های آنها هماهنگ سازید. وگرنه بازنده نهایی شما خواهید بود. نه کسی دیگر.

ماوریت شما در این بخش مثل روز روشن است. باید فورا دستنی به سر و گوش سایت‌تان کشیده و زبان‌های مختلف را در آن پوشش دهید. اینطوری فرصت خوبی برای جلب نظر کاربران در بازارهای موردانتظار‌تان خواهید داشت.

شاید فکر کنید پشتیبانی از زبان کشورهایی که در آن فعالیت رسمی دارید، کافی است. خب شاید این ایده جذاب و موثر به نظر برسد، اما حقیقتا کافی نیست. برای موفقیت بیشتر شما باید سراغ برخی ایده‌های جالبی نیز بروید. مثلا روی زبان‌های پرطرفدار دنیا حساب باز کنید. اینطوری اگر گذر کسی به سایت‌تان افتاد، دیگر به خاطر ناآشنایی با زبان سایت‌تان سراغ نمی‌خواهد رفت.

نگاه متفاوت به سئو

وقتی شما در سطح جهانی مشغول تولید محتوا هستید، باید نگاه‌تان به سئو تغییر کند. اینجا دو مسئله کلیدی در کنار هم قرار می‌گیرد. برندهای بزرگ معمولا یک کمپین جهانی دارند که در همه کشورهای دنیا رونمایی می‌شود. در کنار این مسئله معمولا کمپین‌های محلی نیز به چشم می‌خورد که برای مردم یک منطقه خاص طراحی می‌شود. شما به عنوان مسئول یا عضوی از تیم بازاریابی باید هر دو کمپین را مدیریت کنید.

بعضی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند همین که برای هر بازار محلی کمپینی خاص طراحی کنند، دیگر کارشان به بهترین شکل ممکن راه می‌افتد. خب در این صورت چهره منتسجم برندگان در سطح جهان چه می‌شود؟

طراحی کمپیننی که با سلیقه تمام مردم دنیا کمابیش جور باشد، کار ساده‌ای نیست. به همین خاطر شما باید فورا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. یک ایده جذاب در این میان استفاده از ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس یا برند ۲۴ (۲۴ Brand) برای تحلیل هشتگ‌ها یا ترندهای محبوب در سطح دنیاست. این امر به شما کمک می‌کند تا درک بی‌واسطه‌ای از دنیای بازاریابی به دست آورده و اوضاع‌تان را بهتر تحلیل کنید. معمولا برخی از ترندها به طور ناگهانی در سراسر دنیا طرفدارهایی پیدا می‌کند. در این صورت هرچه شما توانایی

بیشتری برای استفاده از این ترندها داشته باشید، کارتان راحت‌تر جلو می‌رود. دست‌کم در بعد جهانی مخاطب بیشتری به حرف شما گوش خواهد داد. این درست همان لحظه‌ای است که شما می‌توانید حساب‌تان را از رقبا سوا کنید

مسئله سئو را نباید به طور کوتاه‌مدت نگاه کرد. خیلی از برندها فکر می‌کنند همین که سالی یکبار برخی از کلیدواژه‌ها یا ترندها را شناسایی کنند، دیگر مو لای درز کارشان نخواهد رفت. خب در این صورت باید خلاف این باور را به شما نشان دهیم. مسا در روزنامه فرصت امروز معتقدیم سئو یک تمرین مداوم برای موفقیت در حوزه بازاریابی است. این امر به شما کمک می‌کند تا به مرور زمان موفقیت بیشتری در بازار به دست آورده و کارتان را راحت‌تر جلو ببرید. پس سعی کنید هر ماه یا حتی هر هفته نیم نگاهی به حوزه سئو داشته باشید. قول می‌دهم در چشم‌انداز بلندمدت ضرر نخواهید کرد.

بازاریابی به کمک مخاطب

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده محصولی را فقط به خاطر اینکه یکی از دوستان‌تان دائما تعریفش را می‌کند، خریده باشید؟ اینطور وقت‌ها آدم نه به کمپین بازاریابی یک برند، بلکه حرف دوست مورد اعتمادش توجه می‌کند. این دقیقا همان نکته‌ای است که در طول یک دهه اخیر نظر بسیاری از بازاریاب‌ها را به خودش جلب کرده است.

اگر واقعا مردم به حرف همدیگر اهمیت بیشتری می‌دهند، چرا بازاریاب‌ها نباید همکاری مشتریان برند را جلب کنند؟ اینطوری با یک تیر دو نشان می‌زنند، هم عمق بیشتری به رابطه‌شان با مشتریان برند می‌دهند، هم عملا بدون هزینه اضافی کلی مشتری تازه جذب می‌کنند. بنابراین شما در هر حالت امکان دستیابی به موفقیت ویژه‌ای را خواهید داشت.

معمای اصلی در این میان نحوه جلب نظر مخاطب هدف است. این امر به شما کمک می‌کند تا خیلی راحت‌تر با مخاطب‌تان ارتباط برقرار کنید. اولین راهکاری که جلوی پای شما قرار دارد، استفاده از ابزارهای ارتباط مثل شبکه‌های اجتماعی است. در شبکه‌های اجتماعی برندی که خودمادنی رفتار کرده و خیلی سریع جواب مخاطب را دهد، به طور خودکار بدل به گزینه‌ای محبوب خواهد شد. پس کمی از حالت خشک و بی‌روح برندگان کم کنید و در شبکه‌های اجتماعی تعامل نزدیکی با مخاطب‌تان داشته باشید.

یادتان باشد، وقتی شما از مشتریان وفادار به مثابه گزینه کمکی برای بازاریابی سود می‌برید، باید مزایای انحصاری نیز به آنها دهید. مثلا کوپن‌های تخفیف را در نظر بگیرید؛ شما را نمی‌دانم، ولی من که هیچ چیز در این دنیا را با یک تخفیف خوب عوض نمی‌کنم؛ آن هم از برندی که حساسی دوستش دارم. شاید کوپن‌های تخفیف ضرر مالی زیادی برای شما به همراه نداشته باشد، اما ارزش آن برای مشتریان یک دنیاست!

همکاری با اینفلوئنسرهای محلی

یکی دیگر از گزینه‌های جذاب برای بازاریابی موفق در سطح جهانی همکاری با اینفلوئنسرهاست. در اینجا نیز شما باید خودتان را با سلیقه مخاطب هماهنگ سازید. بی‌شک کمتر اینفلوئنسری در سراسر دنیا شهرت یکدست دارید. به همین خاطر بد نیست نیم نگاهی به اینفلوئنسرهای محلی داشته باشید. اینطوری امکان خودنمایی همزمان در بازارهای مختلف را پیدا می‌کنید.

بی‌شک بازاریابی جهانی از مجرای بازاریابی محلی، اما تکثیریافته‌تر، عبور می‌کند. به همین خاطر شما به جای همکاری با چند اینفلوئنسر در یک بازار بهتر است سراغ یک اینفلوئنسر در هر بازار بروید. اینطوری در مقیاس وسیع تری مخاطب با کسب و کارتان آشنا می‌شود.

توجه به ایمیل مارکتینگ

ایمیل هنوز یکی از کانال‌های ارتباطی مهم در حوزه دیجیتال محسوب می‌شود؛ چراکه کاملا ساده و سراسرت است. شما لازم نیست برای ارتباط با مخاطب هدف در قالب ایمیل خیلی به خودتان سخت بگیرید. در عوض کافی است سراغ مخاطب هدف رفته و به راحتی هرچه تمام‌تر به ایمیل او پیام بفرستید.

یادتان باشد، خرید ایمیل‌ها به طور دسته جمعی اصلا ایده خوبی نیست؛ چراکه علاوه مشکلات فنی، بی‌اعتمادی کاربران را نیز به همراه خواهد داشت. پس سعی کنید خیلی محترازانه از مخاطب‌تان بخواهید ایمیلش را با شما در میان بگذار.

نکته دیگری که باید بدان توجه کنید، مسئله فرانس ایمیل‌هاست. به زبان خودمانی، شما قرار نیست دم به دقیقه مزاحم مخاطب شده و ایمیل‌های پر تعداد برای او ارسال کنید. اینطور وقت‌ها کاربران خیلی زود از دست شما شاک می‌شده و دور‌تان را خط می‌شکند. پس بهتر است کمی خودتان را کنترل نمایید.

حواس‌تان به بازخوردهای دریافتی از مخاطب هدف باشد. اینطور وقت‌ها معمولا بازخوردهای دریافتی اهمیت بسیار زیادی دارد؛ چراکه میزان موفقیت‌تان در هر بازار را نشان می‌دهد. پس سعی کنید بازخوردهای مربوط به هر بازار را به طور جداگانه تجزیه و تحلیل کنید. وگرنه نتیجه نهایی خیلی به دردتان نخواهد خورد.

آخرین مسئله‌ای که در این بخش باید حواس‌تان بدان باشد، مسئله مربوط به انتخاب تیتز برای ایمیل‌هاست. اگر شما حواس‌تان به این نکته کلیدی نباشد، خیلی زود از مسیر اصلی منحرف خواهید شد. خب ایمیل‌ها به خاطر تیتزشان میان کاربران محبوبیت پیدا می‌کنند. پس اگر حواس‌تان نباشد، خیلی زود دست‌تان در پوست گردو می‌ماند.

سخن پایانی

برخی از کسب و کارها تازه با مفهوم بازاریابی جهانی آشنا شده‌اند. البته اسم‌های دیگری مثل بازاریاب بین‌المللی نیز برای این استراتژی به کار می‌رود. صرف نظر از اسمی که انتخاب می‌کنیم، اجرای درست این استراتژی اهمیت بیشتری دارد. ما در این مقاله سعی کردیم برخی از نکات کلیدی را به طور دقیق مورد بررسی قرار دهیم. شما الان نه تنها آمادگی لازم برای طراحی استراتژی بازاریابی جهانی به شیوه دیجیتال را دارید، بلکه دسترسی خوبی به توصیه‌های کاربردی در این زمینه نیز پیدا کرده‌اید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دستت به کار شده و اوضاع‌تان را سر و سامان دهید. هر جا هم به مشکل خوردید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم.

منابع:

https://www.business.com/articles/international-digital-marketing
https://www.at-languageolutions.com/en/estrategias-de-marketing-digital-internacional