روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۹ تیر ۱۴۰۰

Wed.30 jun 2021
۱۹ ذوالقعده ۱۴۴۲ - سال هفتم
شماره ۱۸۱۱
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

شاخص کل بورس به رشد ۴ هزار واحدی بسنده کرد

روز پرنوسان بورس

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در هشتمین روز تیرماه روندی پرنوسان داشت و در حالی که تا ساعات میانی معاملات تا یک میلیون و ۲۵۰ هزار واحد صعود کرده بود، ناگهان روندی نزولی به خود گرفت و به رقم یک میلیون و ۲۴۴ هزار واحد رسید، اما نهایتا به رشد ۴ هزار و ۷۲۷ واحدی بسنده کرد و روی رقم یک میلیون و ۲۴۸ هزار واحد ایستاد. در معاملات روز سه‌شنبه بیش...

۴

۲۷۴ هزار میلیارد تومان تسهیلات در ماه‌های فروردین و اردیبهشت پرداخت شد

رشد تسهیلات‌دهی در ۲ ماه بهار

فرصت امروز: آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد میزان تسهیلات‌دهی شبکه بانکی در دو ماه ابتدایی امسال نسبت به مدت مشابه پارسال رشدی ۴۶درصدی داشته و بیش از ۲۷۴ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بخش‌های مختلف اقتصادی در ماه‌های فروردین و اردیبهشت پرداخت شده است. در بین بخش‌های مختلف اقتصادی، گروه خدمات بیشترین سهم را از دریافت تسهیلات به خود اختصاص داده و گروه صنعت و معدن و گروه بازرگانی در رتبه‌های بعدی ایستاده‌اند. براساس آمارها، مجموع تسهیلات پرداخت شده در دو ماه اول امسال از ۲۵۰ هزار میلیارد تومان عبور کرده و به بیش از ۲۷۴ هزار میلیارد تومان رسیده است. این امر...

۳

کرونا چگونه به گسترش خرده‌فروشی آنلاین در ایران کمک کرد؟

قلب آنلاین اقتصاد خرده‌فروشی

۲

۵

یادداشت

جدال تاریکی و روشنی

حسین حقگو
کارشناس اقتصادی

درهم‌تنیدگی انحصار و اقتصاد در کشورمان را باید ناشی از «دولتی» بودن اقتصاد ایران دانست؛ اقتصادی که توسعه خود را در دوران پهلوی اول و شکل‌گیری ساخت قدرت مطلقه آغاز کرد و در طول چند دهه «اگرچه از طریق ایجاد برخی مبانی اقتصاد مدرن، سرمایه‌گذاری صنعتی و اصلاحات اقتصادی ارضی، مالی و بوروکراتیک و حقوقی زمینه‌های مساعد برای توسعه اقتصادی به شیوه سرمایه‌دارانه را فراهم کرد، اما از سوی دیگر با انجام اقداماتی از قبیل ایجاد انحصار در مورد برخی منابع اقتصادی و خارج کردن آنها از دایره رقابت، صرف بخش عمده‌ای از منابع مالی کشور به عنوان هزینه حفظ دستگاه نظامی گسترده، تسلط ملاحظات سیاسی بر ملاحظات اقتصادی و تصمیم‌گیری اقتصادی از نقطه نظر مصالح سیاسی، خاصه خرجی‌های سیاسی، انجام هزینه‌های غیرمولد و ... ، زمینه نامساعدی برای توسعه عقلانی...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

طراحی برنامه بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها

فعالیت در دنیای کسب و گار هرگز کار ساده‌ای نیست. امروزه بازاریابی و جلب نظر مشتریان یکی از مهمترین کارها در زمینه مدیریت استارت‌آپ محسوب می‌شود. بدون تردید کمتر مشتریان از کسب و کار شما اطلاع دقیق دارند. به هر حال شما به عنوان یک استارت‌آپ هنوز در ابتدای مسیرتان هستید بنابراین بازاریابی ابزاری قدرتمند برای معرفی کسب و کار شما به مشتریان خواهد بود. استارت‌آپ‌ها همیشه برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مشتریان با رقبای بزرگی مواجه هستند. این امر فضای بازاریابی را به شدت دشوار می‌سازد. اگر شما در این میان برنامه منسجمی برای بازاریابی داشته باشید، امکان تاثیرگذاری بسیار ساده و بهتر بر روی مشتریان را پیدا خواهید کرد. بسیاری از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مشتریان در تلاش برای استفاده از برنامه‌های مشخصی نیستند...

۸

رویکرد جسورانه توسعه‌ای به ارزهای دیجیتال

قانون ایرانی رمزارزها در راه است

فرصت امروز: هرچند در ماه‌های گذشته میزان فعالیت شهروندان ایرانی در حوزه رمزارزها افزایش یافته، اما جز تعدادی استخراج‌کننده مجاز رمزارز عملا این حوزه چه در رابطه با استخراج و چه در رابطه با خرید و فروش با یک خلأ قانونی بزرگ مواجه است و این موضوع از سوی فعالان بخش خصوصی بارها مورد بحث و گمانه‌زنی قرار گرفته است. در این راستا، روز گذشته در نشست کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران که با موضوع رمزارزها برگزار شد، فعالان بخش خصوصی از تدوین یک آیین‌نامه در حوزه رمزارزها و اقتصاد هوشمند خبر دادند و گفتند این آیین‌نامه پس از نهایی شدن جهت تصویب برای نهادهای قانون‌گذار ارسال می‌شود.

در ابتدای این نشست، علی شمس اردکانی به اخبار روز حوزه انرژی، اقتصاد کلان و رمزارزها اشاره کرد و گفت: با توجه به آنچه در نشست‌های قبلی گفته‌شده، لازم است بخش خصوصی در این مدت نگاه جامع و عمیقی نسبت به ویژگی‌های رمزارزها پیدا کند و پس از شناسایی کارکردهای این حوزه، نشست‌های لازم برای بیان خواسته‌های خود با مسئولان و سیاست‌گذاران داشته باشد. بخش خصوصی بر این باور است که ممکن است سیاست‌گذار به دلیل تعجیل یا عدم شناخت در این حوزه به شیوه نادرستی تصمیم‌گیری کند. بنابراین باید در شناساندن بسترهای این صنعت تلاش کنیم.

شمس اردکانی در ادامه بر زمان‌بندی تعیین‌شده برای تهیه سند رمزارزها تأکید کرد و ادامه داد: با توجه به ناشناخته بودن وجوه موضوع رمزارزها و مشکلات تصمیم‌گیری ناشی از این ناشناختگی، تهیه لایحه می‌تواند شروعی برای حرکت باشد. رمزارزها به مسئله روز در اقتصاد ایران بدل شده و همه درباره آن حرف می‌زنند و اغلب هم طوری حرف می‌زنند که انگار سال‌ها متخصص آن بوده‌اند. انبوهی اخبار و اطلاعات و آمار درباره رمزارزها در ایران منتشر می‌شود که بخش عمده‌ای از آنها اشتباه یا نادقیق است.

عمادالدین سخایی، مدیرکل بازارهای مالی-بازرگانی وزارت اقتصاد نیز در ادامه نشست بر صحبت‌های شمس اردکانی صحه گذاشت و گفت: ناشناختگی این پدیده باعث شده که پیرامون آن جو نامناسبی برقرار شود. لذا در ابتدا باید شناخت کافی از موضوع داده شود و البته همزمان بخش خصوصی و دولتی روی موضوع کار کرده‌اند تا این شناخت ایجاد شود.

او سپس به ارائه گزارشی با عنوان «راهبردهای پیشنهادی در مواجهه با حیطه‌های مختلف موجودیت‌های رمزنگارشده» پرداخت و توضیح داد: رمزارز (Cryptocurrency) نوعی پول دیجیتال هستند، اما هر پول دیجیتالی لزوما رمزارز نیست. رمزارزها آن نوعی از پول دیجیتال هستند که پردازش و ذخیره‌سازی آنها با استفاده از الگوریتم‌های رمزنگاری (Cryptography) انجام‌شده و به همین دلیل سطح امنیت بالاتری دارند. اگر پول دیجیتال قرار باشد به صورت عمومی منتشر شود حتما باید از جعل آن جلوگیری کرد. همان‌طور که با روش‌هایی از جعل اسکناس جلوگیری می‌شود رمزنگاری هم جعل پول دیجیتال را دشوار می‌کند. هم‌اکنون هزاران رمزارز در دنیا وجود دارد، اما معروف‌ترین رمزارز دنیا، بیت‌کوین است که بیشترین سهم را در بازار رمزارزها دارد.

به گفته سخایی، عنوان رمزارز در گروهی ذهنیتی ایجاد کرده که موضوع را به عنوان ارز در نظر بگیرند، درحالی‌که واژه «رمزارز» کاربری آن را به درستی توضیح نمی‌دهد. لذا در اینجا از واژه موجودیت‌های رمزنگاری‌شده استفاده شده است. در ابتدا باید سطوح مواجهه تعیین شود، سطح حکمرانی (ممنوعیت، پذیرش مشروط، پذیرش کامل)، سطح تنظیم‌گری (مشاهده و ارزیابی، آزمون و یادگیری، تسهیل‌کننده‌های نوآوری و یا اصلاح یا ایجاد قوانین جدید)، سطح سیاست‌گذاری (مالیات ستانی،...) و براساس آن بحث باز شود. همچنین تعیین شود که از حاکمیت چه خواسته‌ای طلب می‌شود و در چه سطحی انتظار واکنش وجود دارد. آیا باید در حد قبول یا رد آن به عنوان دارایی یا در لایه تنظیم‌گری و یا سیاست‌گذاری بخش صورت گیرد. بنابراین اگر قرار است لایحه‌ای تنظیم شود باید تعیین شود که چه خواسته‌هایی و در کدام سطح موردنظر است.

در ادامه این نشست نیز حاضران به نوع مواجهه کشورها با رمزارزها اشاره کردند و چهار رویکرد تنظیم‌گرانه شامل مشاهده و ارزیابی، آزمون و یادگیری، تسهیل‌کننده‌های نوآوری (مثل سند باکس‌ها یا شتاب‌دهنده‌ها و...) و اصلاح یا ایجاد قوانین جدید بررسی شد. سپس بر بحث تنظیم‌گری تأکید شد و شرایط موجود در کشور در مورد خلق و انتشار، استخراج، تبادل و نظارت توضیح داده شد و نهایتا اینکه چگونه می‌خواهیم این موضوع مطرح شود و همه این موارد با ابزار لایحه امکان‌پذیر است. همچنین در این نشست پیشنهاد شد که در جلسات بعدی به موضع رگلاتوری پرداخته و نظرات اعلام شود و انتظارات از حاکمیت در سطح تنظیم‌گری مطرح شود. شمس اردکانی نیز در این خصوص گفت: چون به دنبال لایحه دولتی هستیم کسب نظرات بخش‌های دیگر دولتی بخصوص وزارت صنعت، معدن و تجارت و بانک مرکزی خیلی مهم است.

همچنین محمدمهدی شریعتمدار، رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی فناوری‌های نوین مالی ایران (فین‌تک) با بیان اینکه چون موضوع رمزارز پویاست، بنابراین تجربه‌ای در مورد قانون‌گذاری و برخورد با آن وجود ندارد، گفت: در دنیا رگولاتوری با دو رویکرد انجام شده است و باید در ایران مورد و تجربه رگولاتوری در کشورهایی مثل سنگاپور بررسی شود.

شریعتمدار ادامه داد: از آنجایی که موضوع پویا است، بنابراین تجربه‌ای در مورد قانون‌گذاری و برخورد با آن وجود ندارد. در ایران به دنبال این هستیم که وضعیت فعلی دچار اختلال نشود. ما موافق بودیم که بازار تا حدی شکل می‌گرفت و سپس بحث قانونگذاری مطرح می‌شد، ولی با توجه به شرایط حاضر، بخش خصوصی صرفا برای پوشش برخی ریسک‌ها (پولشویی بانک مرکزی، ریسک‌های اقتصادی مطرح از وزارت اقتصاد، ضدجاسوسی واجا) از نهادها خواست که وظایفی را به عهده بگیرند.

به اعتقاد وی، حاکمیت ابزار کنترلی کافی ندارد. از طرفی باید رویکردها در این حوزه نهادمحور، عملکردی و یکپارچه باشد. همچنین قله‌های صیانت مشتریان و بحث توسعه را در نظر گیرند. در مورد یکپارچه‌سازی با توجه به بین رشته‌ای شدن و جهانی شدن موضوعات فقط چارچوب گذاشته می‌شود؛ مثلا در سنگاپور سطح معینی اصلا ورود نمی‌کنند و برای بالاتر از آن چارچوب حوزه‌ای (پولشویی، کلاه‌برداری و ...) تعریف کرده‌اند.

در نهایت حاضران پیشنهاد کردند که وزارت اقتصاد به این حوزه ورود کند. به گفته آنها، در ایران صرفا به کنترل ریسک‌ها توجه می‌شود و دیدگاه توسعه‌ای وجود ندارد و فقط در اسناد بالادستی مطرح شده‌اند. همچنین حاضران درباره کنترل پیشینی و پسینی سخن گفتند و عدم امکان کنترل بیش از حد در این حوزه را ناممکن دانستند. حاضران رویکرد درست در حوزه رمزارزها را «رویکرد جسورانه توسعه‌ای» دانستند تا پلتفرم ایرانی ایجاد شود با شرط باقی ماندن سرمایه در ایران و توسعه منطقه‌ای.

سپهر محمدی، کارشناس حوزه بلاک‌چین نیز در پایان این نشست گفت: طرحی از یک سال پیش در کمیسیون اقتصاد دولت مطرح بود. در نهایت کمیسیون مصوب کرد بانک مرکزی، انجمن فین‌تک، انجمن نظام صنفی رایانه‌ای و ... با هم جلساتی برگزار کنند که مشکلات این حوزه حل شود. باید دارایی‌های دیجیتال در کشور به رسمیت شناخته شود؛ آگاهی و آموزش‌های زیربنایی ایجاد شود تا حس آرامش در فضای عمومی جامعه برای استفاده از رمزارزها به وجود بیاید. باید مصوبه کمیسیون اقتصادی دولت و سندهای پیشنهادی مورد اجتماع سه تشکل بخش خصوصی قرار گرفته و تقویت و تسریع رگولاتوری حوزه فناوری بلاک‌چین و رمزارز تصویب شود.

شمس اردکانی نیز در این باره افزود: باید در لایحه رمزارز کلام منسجم، مانع و جامع باشد. ICC به این حوزه ورود کند و این بخش را برجسته کند. همچنین پروتکل‌های قضایی مربوطه و هاب‌های توسعه‌ای رمزارزها در کشور و تشویق سرمایه‌گذاران خارجی به ورود به آنها ایجاد شود. از سوی دیگر، باز کردن دسترسی بین‌المللی به پلتفرم‌های توسعه‌یافته ایرانی لازم است. درنهایت همه می‌دانیم که اقتصاد ایران ناچار است به سمت هوشمندی حرکت کند و البته با همین مسئله رمزارز در همین مسیر حرکت می‌کند.

احیای اقتصاد جهان از این ۵ مسیر امکان‌پذیر است

در پایان تونل تاریک کرونا

بیشتر از یک سال و نیم است که جهان در سایه سنگین ویروس کرونا قرار گرفته است و هنوز هم نتوانسته از آن خلاص شود؛ با این وجود جا برای امیدواری و خوش‌بینی به آینده بسیار زیاد است. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که در سال جاری میلادی، اقتصاد جهان قادر خواهد بود خود را احیا کند و طبق پیش‌بینی بانک جهانی حتی رشد ۴ درصدی در انتظار اقتصاد جهانی است. به گزارش «ورلد فایننس»، در اینجا قصد داریم روندهایی را که در یک سال آینده بر روی رشد و احیای اقتصاد جهان تاثیر خواهند گذاشت، بررسی کنیم.

* دعوا بر سر حمایت از کسب و کارها به نتیجه برسد

هر کسب و کاری در دوران شیوع کرونا احتمالا پرچالش‌ترین دوره خود را سپری کرده است. فعالیت تحت محدودیت‌ها و قرنطینه و قواعد فاصله‌گذاری اجتماعی، وابستگی به کمک‌های دولتی و نیز کاهش درآمدها تنها بخشی از مشکلاتی است که کسب و کارها در یک سال و نیم اخیر مجبور به تحمل آن شده‌اند. تصویب کمک‌های دولتی به کسب و کارها در بسیاری از کشورهای جهان با تاخیر صورت گرفت و بسیاری از آنها مجبور به کم‌کردن فعالیت خود یا بستن درب کسب و کارشان شدند، اما اوضاع و احوال امروزی خیلی بهتر از اوایل بحران کرونا به نظر می‌رسد. مثلا در اتحادیه اروپا کشورهایی مثل فرانسه، آلمان، اسپانیا و ایتالیا تعهد مالی بزرگی را برای حمایت از کسب و کارها متقبل شده‌اند. احتمالش هست که برخی از کسب و کارها حتی با این کمک‌ها نیز نتوانند از ورشکستگی اجتناب کنند. با این وجود، شکی نیست که در سال ۲۰۲۱ میلادی دست و دل‌بازی دولت‌ها برای حمایت از کسب و کارها را همچنان شاهد خواهیم بود.

* قرنطینه‌های ناگهانی، زهر کشنده برای کسب و کارها

ماهیت قرنطینه‌شدن شهرها و اعمال محدودیت‌های دولتی با روح کسب و کارها در تناقض است. در یک سال گذشته، دولت‌ها در نقاط مختلف جهان براساس الگوهای پیش‌بینی‌نشده‌ای این محدودیت‌ها را اعمال کرده‌اند و چالش بزرگی را در برابر کسب و کارها قرار داده‌اند. حتی مبدع‌ترین و خوش‌فکرترین صاحبان کسب و کارها هم نمی‌توانند در شرایط قرنطینه‌های ناگهانی، به درستی به کار خود ادامه دهند. برای شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری، هتل‌داری، رستوران‌داری و اجراهای هنری این وضع فاجعه‌بار بوده است. اگر قرار باشد آنها از دوران کرونا زنده بیرون بیایند، حتما باید برنامه مدونی برای محدودیت‌های احتمالی وجود داشته باشد. این هم تنها زمانی امکان‌پذیر است که موارد ابتلا به کرونا در کشورهای مختلف جهان کاهش پیدا کرده باشد و نیاز به توسل به قرنطینه‌های ناگهانی از بین برود.

* تزریق واکسن در تنها چند کشور پیشرفته بی‌فایده است

برخی از کشورهای جهان در برنامه‌های تزریق واکسن با سرعت بیشتری پیش رفته‌اند و آن را موفقیت خود قلمداد می‌کنند، اما واقعیت این است که در صورت عدم توزیع مناسب واکسن کرونا در سراسر جهان، نمی‌توان به تاثیرگذاری این مسئله در پایان‌بخشیدن به بحران جهانی کرونا امیدی داشت. این یعنی احیای اقتصاد جهانی هم منوط به توزیع منصفانه واکسن کرونا در سطح جهان خواهد بود و موفقیت یک یا چند کشور پیشرفته در این زمینه به تنهایی نمی‌تواند دردی از اقتصاد جهان دوا کند.

* آسیب‌پذیرها شناسایی شوند

واقعیت این است که رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا برخی از اقشار جامعه را بیش از بقیه تحت تاثیر قرار داده است. پاندمی کرونا از یک سو شکاف ثروتی در جوامع را بالا برده و از سوی دیگر، باعث شده طبقات کم‌درآمد و فقیر با مشکل تامین ارتزاق روزمره مواجه شوند. براساس آماری که از انگلیس منتشر شده است، ۸۸ درصد از مشاغل از دست رفته در دوران کرونا در اختیار جوانان زیر ۳۵ سال بوده است. این یعنی یک بحران بیکاری بزرگ در میان جوانان انگلیسی شکل گرفته است و دولت باید به آن رسیدگی کند. در هر کشوری، شناسایی آسیب‌پذیرترین اقشار در این دوران و برنامه‌ریزی برای حمایت از آنها در سال ۲۰۲۱ میلادی اهمیت زیادی در احیای اقتصاد این کشورها دارد.

* سرمایه‌گذاری در آینده

حالا که احتمالا اوج بحران کرونا را پشت سر گذاشته‌ایم، دولت‌ها باید از مرحله تلاش برای بقا بیرون بیایند و سعی کنند تمرکز خود را روی رشد اقتصادی آینده‌شان بگذارند. در درازمدت، سرمایه‌گذاری روی حوزه‌های مرتبط با رشد (از جمله زیرساخت‌های دیجیتال و انرژی‌های پاک) می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی پایدارتر هم بینجامد و اوضاع اقتصاد را بهتر کند. طبق پیش‌بینی‌های سازمان جهانی کار، تمرکز جهانی بر روی اقتصاد سبز می‌تواند تا سال ۲۰۴۰ میلادی به ایجاد ۲۴ میلیون فرصت شغلی بینجامد. بنابراین سرمایه‌گذاری در این حوزه راهی است برای تقویت رشد اقتصادی در دوران پساکرونا. باید دید کدام دولت‌ها این مسئله را جدی می‌گیرند.

یادداشت

جدال تاریکی و روشنی

حسین حقگو
کارشناس اقتصادی

درهم‌تنیدگی انحصار و اقتصاد در کشـورمان را باید ناشی از «دولتی» بودن اقتصاد ایران دانسـت؛ اقتصادی که توسعه خود را در دوران پهلوی اول و شکل‌گیری ساخت قدرت مطلقه آغاز کرد و در طـول چند دهه «اگرچه از طریق ایجاد برخی مبانی اقتصـاد مدرن، سـرمایه‌گذاری صنعتی و اصلاحـات اقتصادی ارضـی، مالی و بوروکراتیک و حقوقی زمینه‌های مسـاعد برای توسـعه اقتصادی به شـیوه سـرمایه‌دارانه را فراهم کرد، اما از سـوی دیگر با انجـام اقداماتی از قبیل ایجـاد انحصار در مورد برخـی منابع اقتصادی و خارج کردن آنها از دایره رقابت، صرف بخـش عمـده‌ای از منابع مالی کشـور به عنـوان هزینه حفظ دستگاه نظامی گسترده، تسلط ملاحظات سیاسی بر ملاحظات اقتصادی و تصمیم‌گیری اقتصادی از نقطه نظر مصالح سیاسی، خاصـه خرجی‌های سیاسـی، انجام هزینه‌هـای غیرمولد و ... ، زمینه نامسـاعدی برای توسـعه عقلانی اقتصاد سـرمایه‌داری ملی فراهم کرده اسـت.» (موانع توسعه سیاسی در ایران، دکتر حسین بشیریه)

پس از انقلاب، درجه و حلقه انحصار هرچه تنگ‌تر و «رقابت» امری حاشـیه‌ای‌تر شـد چراکـه دولت به عنـوان خیر مطلق، مسـئول تمامی امور کشـور گردید. دو اصـل ۴۳ و ۴۴ قانون اساسـی به صراحت دولت را حاکم بر سرنوشت هر ایرانی کرد. چنانکه طبق این اصول، دولت مکلف به «ریشـه‌کن کردن فقر و تامین نیازهای اساسـی همچون خوراک و پوشاک و بهداشت و درمان و آموزش و پرورش و شرایط و امکانات کار و نیز اداره صنایع بزرگ و مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانکداری، بیمه، سدها و شبکه آب‌رسانی، رادیو تلویزیون، پست و تلگراف و تلفن و راه آهن و...» شد.

در چارچوب همین اصول، همه راه‌ها به دولت ختم و صدها شـرکت دولتی با پسوند «ملی» تاسیس (شرکت‌های ملی نفت و فولاد و مس و گاز و پتروشـیمی و پسـت و...) و عملا بخش خصوصی به حاشـیه رانده شـد. پیش از تدوین این اصول نیز البتـه کار دولتی کردن بانک‌هـا و بیمه‌ها و... آغاز شـده بود. در همین سـال‌ها بـا نقض حقوق مالکیـت و حاکمیت الگوی «خودکفایی» و سـپس «جایگزینـی واردات»، انحصار به وجه مشـخصه اقتصاد ایران تبدیل شـد و فضای لازم برای فعالیت بنگاه‌هـای خصوصی هرچـه تنگ‌تر گردیـد. الگوهایی با وجه مشخصه‌هایی همچون: دولت سیاسـت‌گذار و تصدیگرا، بخش خصوصـی منفعل و گـوش به فرمان، ارتبـاط و تعامل محدود با جهـان، عدم احترام به مالکیت‌ها (بخصوص عدم حق تعیین قیمـت کالا و خدمات توسـط صاحبان آنها)، عدم اسـتحکام قراردادهـا، بی‌ثباتی مولفه‌های اقتصـادی کلان و تورمی بودن فضـای اقتصادی به واسـطه ریخت و پاش‌های پیـدا و پنهان دولت‌ها، نامناسـب بودن فضای کسـب و کار و ... و البته وجود انواع حمایت‌ها و ارزپاشـی‌ها و پول‌پاشی‌ها و سقف‌گذاری‌های تعرفه‌ای و... برای سـاکت کردن صاحبـان بنگاه‌های اقتصادی و صنعتی.

در این میان، با تصویب سیاسـت‌های اصل ۴۴ قانون اساسی امیـد آن می‌رفت که این انحصـار دولت بر اقتصاد به درجاتی کاهش یافته و شـاهد باز شـدن فضای رقابتی و رشد و توسعه بخش خصوصی باشـیم؛ امیدی که به سـرعت تبدیل به یأس شـد. حتی بالعکس به قول معروف از «قضا سـرکنگبین صفرا فزود» و بخشـی زاده شـد که نـه دولتی بـود و نه خصوصی؛ موجـودی عجیب‌الخلقـه در تاریـخ اقتصاد کشـورمان که به بخـش «خصولتی» یا «شـبه دولتی» معروف شـد. این بخش که طیف وسیع و گسترده‌ای از بنگاه‌های زیر نظر صندوق‌های بازنشسـتگی و تامین اجتماعی تا نهادهای نظامی و انتظامی و خیریه و مذهبی و... را دربر می‌گیرد، به واسطه پل‌های ارتباطی با حاکمیت و در عین حال خلأهای قانونی، انحصاری به مراتب بدتر از گذشته را بر فضای اقتصادی کشور حاکم کرده است.

در واقع اجرای سیاسـت‌های اصل ۴۴ قانون اساسی که برای اصـلاح دو اصـل ۴۳ و ۴۴ و کم کردن فشـار حضـور دولت و ایجاد فضای رقابتی ابلاغ شـد، متأسفانه به سبب همراه نشدن بـا آزادی اقتصادی صرفا بـه تغییر مالکیـت بنگاه‌های عظیم دولتی انجامیـد. امروز اما وضعیت ایران بـه لحاظ «آزادی» و «رقابت‌پذیـری» اقتصادی سـخت دردناک اسـت. در آخرین گزارش‌های منتشـر شـده توسـط نهادهـای بین‌المللی، رتبه کشـورمان در «آزادی اقتصـادی» رتبـه ۱۶۸ و پایین‌تـر از کشورهای افغانستان (۱۴۶) و پاکستان (۱۵۲) و لبنان (۱۵۴) بوده اسـت. به لحاظ رقابت‌پذیری نیز ایران در رتبه ۹۹ در بین ۱۴۱ کشور و به مراتب پایین‌تر از کشورهای منطقه خاورمیانه نظیـر امارات متحده عربی (۲۵)، عربسـتان سـعودی (۳۶) و ترکیه (۶۱) قرار داشته است.

هم‌اکنون به نظر می‌رسد مهمترین خواست فعالان اقتصادی، کاهـش فضای انحصـاری و حضـور بنگاه‌های دولتی و شـبه دولتـی و همینطور ایجاد فضـای آزاد و رقابتی بـرای اقتصاد ایران اسـت. خواسـتی که از جملـه از راه‌های زیـر امکانپذیر اسـت: «اصلاح سـاختار مالکیت نظـام بنـگاه‌داری از طریق تسـریع در خصوصی‌سـازی واقعی، خروج دولـت از مالکیت و مدیریـت بنگاه‌های دولتـی و به ویژه بنگاه‌های سـهام عدالت و محدودشـدن بنـگاه‌داری نهادهای حاکمیتـی غیردولتی در چارچـوب ماموریت اصلی این نهادها و تصویب قانون رقابت و تقویت جایگاه شـورای رقابت در جهت حفظ و ارتقای شـرایط رقابت منصفانه در فضای اقتصادی کشور و...».

تنها در صورت و حرکت در این مسـیر اسـت که امکان رشد و توسعه پایدار اقتصادی کشورمان امکانپذیر است و می‌توان انتظار آینده‌ای متفاوت را برای این مردم و سرزمین داشت، وگرنه «شب هنوز هم گویی ادامه همان شب بیهوده» خواهد بود و سایه سنگین انحصار مانع تابیدن خورشـید رقابت بر این خاک و رشد و سبزی خلاقیت‌ها و توانمندی‌ها می‌شود. باشد که چنین مباد!

کرونا چگونه به گسترش خرده‌فروشی آنلاین در ایران کمک کرد؟

قلب آنلاین اقتصاد خرده‌فروشی

فرصت امروز: در ایران همانند دیگر نقاط جهان با شـیوع کرونا، الگوی خرید مصرف‌کنندگان دسـتخوش تغییر شـده و خرید از فروشـگاه‌های آنلاین دیگر یک انتخاب نیسـت، بلکه تبدیل به امری محتوم شده است. هرچند هنوز آمار دقیقی از میزان افزایش خرید آنلاین در دسترس نیست، اما براسـاس گزارش اتحادیه کسـب وکارهای مجازی، خرید اینترنتی به خصوص در مورد کالاهای سـوپرمارکتی و پرگردش افزایش قابل توجهی داشته اسـت. از طرف دیگر، مشـکلات اقتصادی ناشـی از شیوع کرونا، بسـیاری از کسـب وکارها را با افت شـدید فروش مواجه کرد و برخی از آنها مجبور به تعدیل نیروی انسانی خود شدند. در چنین شرایطی، وجود مارکت‌پلیس (MarketPlace) هایی که ورای سـودآوری، در راسـتای حمایت از کسب وکارها و مسئولیت اجتماعی فعالیت کنند، حائز اهمیت اسـت. برای مثال، مارکت پلیسی مانند دیوار با راه‌اندازی صفحه‌ای جدید این امکان را به فروشگاه‌های سنتی و آفلاین می‌دهد تا شعبه آنلاین خود را روی این پلتفرم ایجاد کنند. این سـایت از طریق تبدیل فروشـگاه‌های آفلاین به آنلاین، فرصتی بـرای تغییر رفتار در بهره‌گیری از فناوری‌های جدیـد ارائه می‌دهد و کسـب وکارهای بومی را وادار به تغییر سـریع در تجارت الکترونیک و توسعه خرده‌فروشی همه کاناله (اومنی چنل) و البته مبارزه با کرونا می‌کند. این امر سرعت تبدیل آنها به خرده‌فروشی هوشمند را افزایـش می‌دهد و با ارائه راهکارهای فناورانه در میان‌مدت و بلندمدت، آسیب‌پذیری بحران کرونا را کم می‌کند.

نوآوری‌های پینکت در خرده‌فروشی آنلاین

ویروس کووید۱۹-، تغییر و تحولات زیادی در سـبک زندگی و فضای فعالیت‌های اقتصادی جوامع به وجود آورده اسـت. به‌طوری که بیکاری، کاهش درآمدها و نگرانی افراد از آینده آنها بر آن داشته که برای مدیریت هزینه‌هـای خود از خرید اقلام غیرضروری خودداری کرده و عمده بودجه خـود را صـرف تامین نیازهای غذایی و بهداشـتی کننـد. مجموعه این تحولات باعث شده که خرده‌فروشی آنلاین به‌خصوص برای اقلام مصرفی پرگـردش با اقبال زیـادی در ایران و جهان مواجه شـود. در این زمینه، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارش اخیر خود به وضعیت خرده‌فروشـی آنلاین در ایران پرداخت و از اپلیکیشـن پینکت، روبیکا و داپ‌اَپ به عنوان تجربیات موفق داخلی در خرده‌فروشی آنلاین یاد کرد.

پینکت یک پلتفرم برای خرید آنلاین از برخی خرده‌فروشـان منتخب (اعم از فروشـگاه‌های زنجیره‌ای و میادین میوه‌وتره‌بار) اسـت که در سال ۱۳۹۷ تأسـیس شـد. با نصب اپلیکیشـن پینکت و ثبت مکانی مشتری می‌تواند فروشـگاه‌های زنجیره‌ای و میادیـن میوه‌وتره‌بار نزدیک به مکان ثبت شـده خود را مشـاهده کرده و سـپس اقلام مدنظر (بالغبر ۳۰ هزار قلـم کالای در دسـترس) را در بازه زمانی دلخـواه ثبت کند. بعد از ثبت خرید، دستیار خرید لیست خرید را جمع‌آوری و تحویل پیک می‌دهد تا خرید را به دست مشتری برساند. با پینکت می‌توان از برخی فروشگاه‌های زنجیـره‌ای طرف قرارداد در تهران و کـرج خرید کرده و با کمترین زمان ممکن (ظاهرا حدود دو سـاعت) سفارش خود را درب منزل/ کار تحویل گرفت. در حال حاضر این شرکت با پنج شعبه از فروشگاه‌های هایپرفامیلی تهران، ۱۷ باب از میادین میوه‌وتره‌بار تهران و ۹ شعبه فروشگاه هایپرمی در تهران و کرج قرارداد منعقد کرده است.

آنچه پینکت را در بازار ایران متمایز می‌کند، وجود دستیاران خرید ماهر و آموزش‌دیده اسـت که با وجود بهره‌مندی از ظرفیت آنها می‌توان خریدهای باکیفیت‌تری برای مشـتری به‌خصوص در میادین میوه‌وتره‌بار (که بخشـی از محصولات آنها هنوز سـواکردنی اسـت) را برای مشتری انجام داد. به بیان ساده‌تر، دستیاران خرید برای جمع‌آوری و تامین لیست خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای به مانند خود مشتری به تاریخ انقضای محصولات می‌توانند دقت کنند و در صورت عدم موجودی یا پایین بودن کیفیت کالای موردنیاز مشتری می‌توانند این موضوع را با مشتری در میان می‌گذارند تا اگر لازم است کالایی با همان کیفیت برای مشتری در سبد خرید او جایگزین شود. در نهایت پیک‌های تحویل خرید کالاها را به سلامت به دست مشتری می‌رسانند. در واقع مزیت اصلی پینکت در استفاده از روش آنلاین و حضور فیزیکی مکمل دستیار خرید (به‌عنوان نماینده مشتری) برای انجام خریدهای کیفی است تا رضایت مشتری تامین شود و این همان توجه به نیازهای رو به تزاید مصرف‌کننده ایرانی است که برای انجام خریدهای کیفی و رفع اشکالات خریدهای آنلاین/ سیستم‌های تلفنی تحویل درب منزل که متصدی فروش ممکن است تعهد لازم را در این زمینه نداشته باشد، در حوزه محصولات ضروری مصرفی است.

همکاری روبیکا با میادین میوه‌وتره‌بار تهران

با شـیوع کرونا، قابلیت خرید آنلاین میوه، سبزی، صیفی و محصولات پروتئینی از میادین میوه‌وتره‌بار به اپلیکیشن روبیکا اضافه شد. با توجه به اینکه از ۴۵ میلیون کاربر آنلاین ایران، ۳۶ میلیون نفر از روبیکا اسـتفاده می‌کنند، میادین شهرداری تهران بر آن شد تا امکان خرید آنلاین میوه و سـبزی و پروتئین را با قیمت مصوب میوه‌وتره‌بار برای کاربران ایجاد کند که در حال حاضر این قابلیت برای شـهروندان تهرانی فعال شـده است. فرآیند این کار بدین صورت است که بعد از ثبت سفارش مشتری، محصول از نزدیک‌ترین میدان برای آنها ارسـال می‌شـود. محصولات در سه نوبت (ساعات ۱۰، ۱۲ و ۱۶) ارسال می‌شوند و کاربران تا یک ساعت قبل از این ساعت‌ها می‌توانند سفارش خود را ثبت کنند. در حال حاضر برای ارسال سـفارش‌ها از سرویس پیک کارپینو اسـتفاده می‌شود و در ادامه چنانچه تعداد درخواسـت‌ها افزایش یابد، از سرویس‌های حمل بار دیگر شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های فعال در این زمینه بهره گرفته می‌شود. باتوجه به تعداد کاربران روبیکا و مزیت قیمتی که برای محصولات ارائه می‌شود، روبیکا و شـهرداری طرح توسـعه دارند تا خود را به‌عنوان بازیگر اول حوزه فروش آنلاین میوه‌وتره‌بار (و سـایر محصولات ضروری مصرفـی که در این نوع میادین مثل لبنیات، سـلولزی، شوینده و ... عرضه می‌شوند) مبدل کنند.

در حال حاضر تیم مربوطه (نیروی انسانی دخیل در این امر) در ۱۳ میدان میوه و تره‌بار تهران مستقر هستند.

بنا به آمارها، در شـش ماهه ابتدایی سال ۱۳۹۹، صرفه‌جویی اقتصادی شهروندان بابت خرید تنها برخی از محصولات میادین میوه‌وتره‌بار بالغبر ۵۱۲ میلیـارد و ۵۹۰ میلیـون تومان برآورد می‌شـود. از این مبلغ، ۲۷۰ میلیارد و ۹۱ میلیون تومان به صرفه‌جویی خرید میوه‌جات و ۱۶۳ میلیارد و ۹۹۱ میلیون تومان نیز به صرفه‌جویی خرید سـبزیجات و صیفی‌جات اختصاص دارد. در این مدت، بابت خرید مواد پروتئینی شـامل گوشـت گوسفند، گوشت گوساله، گوشـت مرغ و تخم‌مرغ از میادین میوه‌وتره‌بار نیز ۶۸ میلیارد و ۲۳۵ میلیون تومان صرفه‌جویی شـده اسـت. علاوه بر ایـن، صرفه‌جویی خرید قند و شـکر ۷ میلیـارد و ۳۰۳ میلیون تومان و صرفه‌جویی خرید حبوبات ۲ میلیارد و ۹۷۰ میلیون تومان برآورد می‌شود.

با احتساب صرفه‌جویی ۵۱۲ میلیارد و ۵۹۰ میلیون تومانی برای حدود ۳میلیون خانواده سـاکن در تهران، هر خانواده تهرانی در نیمه نخسـت سـال ۹۹ به طور متوسـط از ۱۷۱ هزارتومانی یارانه غیرمستقیم خرید از میادین میوه‌وتره‌بار برخوردار بوده است. با اذعان بر این موضوع که گردش مالی بازار میوه‌وتره‌بار و پروتئین در کل تهران (نه فقط میادین شهرداری) سالیانه ۲۰هزار میلیارد تومان است سازمان میادین میوه‌وتره‌بار شهرداری برآورد کرده که بتواند در آینده بالغبر ۵درصد این بازار را به خود اختصاص دهد. قیمت‌های ارائه شده در پلتفرم روبیکا، قیمت‌های مصوب میوه تره‌بار میادین اسـت که گفته می‌شود به طور میانگین ۲۰ تا ۳۰ درصد ارزان‌تر از دیگـر مراکز عرضه اسـت. علی‌رغم وجود رقبایی مانند اسـنپ فود در اکوسیستم سفارش آنلاین میوه و سبزی و پروتئین، قیمت ارزان‌تر مزیت رقابتی روبیکا است.

تحریک تقاضا در خرده‌فروشی با داپ‌اَپ

همچنین با استفاده از اپلیکیشن داپ‌اَپ، هزاران کسب‌وکار مختلف (در ۱۱۷ گروه صنفی) جزو مجموعه فروشگاه‌هایی هستند که بخشی از پول هر خرید را به شـکل کش‌بک (Cash Back) به مشتری برمی‌گردانند. به این صورت که بخشـی از پول تمام خریدهای روزانه مشتریان در شهر تهران به کیف پول آنها بازگشته و می‌توانند بار دیگر از آن استفاده کنند.

در پایان این گزارش چند توصیه برای گسـترش خرده‌فروشـی آنلاین در ایران مطرح شـده که از جمله آنها می‌توان به ایجاد فضای کسـب و کار توانمندسـاز برای کمک به گسـترش خرده‌فروشی آنلاین، حمایت از شکل‌گیری و گسترش استارت‌آپ‌ها در حوزه فروش آنلاین اقلام مصرفی پرگردش و خدمات پشـتیبان، ایجاد سـامانه اختصاصی برای حمایت از ارائه خدمات آنلاین توسـط کسـب و کارهـا، افزایش دانـش دیجیتال مصرف‌کنندگان و توجه به نیازهای مخاطب فاقد دانش کافی، گسـترش پلتفرم‌های فروش با اسـتفاده همزمان از مزایای فروش آفلاین و مقابله با معایب فروش آنلاین و ادغام فروشگاه‌های آفلاین و آنلاین اشاره کرد.

هزینه خرید مسکن ۷۰درصد بالا رفت

افت و خیز قیمت مسکن در پایتخت

گـزارش مرکز آمار ایران از وضعیت معاملات مسـکن تهران نشـان می‌دهد که به طور متوسط هزینه خرید مسکن بیش از ۷۰درصد نسبت به پارسال افزایش داشته است.

تازه‌تریـن ارقـام و اعدادی که مرکـز آمار درباره معاملات مسـکن شهر تهران منتشر کرده نشـان می‌دهد که روند افزایشی قیمت خانه همچنان ادامه دارد اما با نوسـاناتی همراه است. این در حالی است که در اردیبهشت ماه امسال تورم نقطه به نقطه به ۷۱٫۸درصد رسید و این یعنی خریدار یک واحد مسـکونی در پایتخت ۷۱درصد بیشتر از سال گذشـته برای خرید خانه هزینه کرده است. البته میزان افزایش قیمت مسکن نسبت به ماه ابتدایی سال جاری ۳ درصد بوده و تورم سالانه آن به ۸۴٫۱ درصد رسیده است.

بررسـی جزییات این گزارش حاکی اسـت که در دو سال گذشته و از ابتدای ۱۳۹۸ تا پایان اردیبهشـت امسـال بیشترین میزان افزایش قیمت مسکن در آبان ماه سال گذشته با رشد ۱۱۴٫۷درصدی ثبت شده اسـت. بعد از آن افزایش ۱۱۳٫۸ درصدی در مهرماه این سال و سپس در اردیبهشـت ۱۳۹۸ با رشـد ۱۱۲٫۹ درصدی، خرداد با رشد ۱۰۶٫۸ درصدی و فروردین با رشـد ۱۰۴٫۳ درصدی بیشـترین افزایش هزینه متقاضیان خرید خانه در تهران ثبت شده است.

همچنین کمترین افزایش قیمت خرید مسکن در تهران طی دو سال گذشته به اردیبهشت پارسال با ۳۴ درصد برمی‌گردد. این در شرایطی اسـت که در نیمه دوم سـال ۱۳۹۸ میزان افزایش قیمت مسکن طی چند ماه تا حدودی کاهشـی بوده و از ۵۶٫۶ درصد در شهریور به طور نوسـانی تا ۳۴٫۸ درصد در اردیبهشت پارسال رسـیده ولی بعد از آن دوباره در موج افزایشی قرار گرفته است. در مواردی هم کاهش قیمت بـه طور محدود وجود دارد که در سـال ۱۳۹۸ در مـرداد ۲٫۸ درصد، شـهریور ۲٫۳ درصد و مهر ۱٫۹ درصد کاهش قیمت نسبت به ماه قبل اتفاق افتاده است. در سال گذشته نیز تورم منفی ۳درصد در فروردین و منفی ۸٫۵ درصد در آذرماه ثبت شده است.

در همین حال، گزارش اخیر بانک مرکزی از تحولات مسـکن تهران در خردادماه نشان می‌دهد تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در این ماه به ۵٫۱ هزار واحد مسـکونی رسـید که نسبت به ماه قبل ۲۹٫۶ درصد افزایش داشـته، هرچند این تعداد معاملات نسبت به خردادماه پارسال ۵۲٫۷ درصد کاهش داشته است.

البته کاهش معاملات در یک سـال گذشته به نظر می‌رسد به دلیل رشـد ۵۶٫۶ درصدی قیمت در طول یک سال بوده است؛ به طوری که متوسط قیمت هر مترمربع مسکن از ۱۸٫۹ میلیون تومان در خردادماه ۱۳۹۹ به ۲۹٫۶ میلیون تومان در خردادماه امسـال افزایش یافته است. طبـق آمارهای بانک مرکزی، قیمت مسـکن در ماه خرداد نسـبت به اردیبهشت نیز رشد ۳ درصدی را تجربه کرده است.

گزارش‌ها نشـان می‌دهد که در دو ماهه اول سال و در اکثر ماه‌های سال گذشته حجم معاملات مسکن زیر ۵ هزار واحد در ماه بود. به این ترتیب، با افزایش ۳۰درصدی حجم معاملات مسکن در خردادماه، تعداد معاملات ثبت شـده در این ماه به ۵ هزار و ۱۰۰ فقره رسـیده که این تعداد، معادل کف رکودی همیشگی بازار مسکن است و تحلیل‌ها حاکی از آن است که بازار مسکن از وضعیت زیر صفر خارج شده و به نزدیکی وضعیت صفر رسیده است.

بر همین اسـاس، این سوال مطرح است که آیا افزایش ۳۰ درصدی معاملات مسکن، می‌تواند نشـان‌دهنده احیای بازار مسکن و خروج از رکود باشـد؟ مهدی سلطان‌محمدی، کارشناس اقتصاد مسکن در این خصوص می‌گوید: گزارش‌های ماهانه بخش مسـکن چندان قابل اتکا نیستند. به طور معمول برای اینکه تصویر بهتری از بازار مسکن داشته باشیم، باید بازار را در بازه سه ماهه بررسی کنیم، زیرا در مقاطع ماهانه بنا به دلایلی ممکن است نویزهایی در قیمت‌ها ظاهر شود؛ به خصوص وقتی درباره ماه‌های اول سال صحبت می‌کنیم.

او توضیح می‌دهد: ماه‌های فروردین و اردیبهشـت امسال تقریبا بازار در حالت نیمه تعطیل قرار داشـت؛ چه به لحاظ فصلی و چه به لحاظ ابهام سیاسـی و اقتصادی (برجام و انتخابات ریاست‌جمهوری) و چه به دلیل کرونا، حجم معاملات در فصل بهار پایین بود.

این کارشـناس اقتصاد مسکن متذکر می‌شود: بر این اساس، نه آمار فروردین و اردیبهشت که حکایت از کاهش قیمت مسکن می‌کرد، قابل اتکا بود و نه آمار خرداد که حکایت از افزایش معاملات و قیمت‌ها دارد. بنابراین آنچه که در آمارهای خردادماه شـاهد هسـتیم، شاید جبران خطاهای آمارهای فروردین و اردیبهشت باشد.

به گفته سـلطان‌محمدی، اگر بخواهیم مجموع سه ماه گذشته بازار مسکن را بررسـی کنیم، بازار فعلا در یک ثبات نسبی به سر می‌برد و حجم معاملات نیز در مقایسه با سال‌های قبل بسیار پایین است.

۲۷۴ هزار میلیارد تومان تسهیلات در ماه‌های فروردین و اردیبهشت پرداخت شد

رشد تسهیلات‌دهی در ۲ ماه بهار

فرصت امروز: آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد میزان تسهیلات‌دهی شبکه بانکی در دو ماه ابتدایی امسال نسبت به مدت مشابه پارسال رشدی ۴۶درصدی داشته و بیش از ۲۷۴ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بخش‌های مختلف اقتصادی در ماه‌های فروردین و اردیبهشت پرداخت شده است. در بین بخش‌های مختلف اقتصادی، گروه خدمات بیشترین سهم را از دریافت تسهیلات به خود اختصاص داده و گروه صنعت و معدن و گروه بازرگانی در رتبه‌های بعدی ایستاده‌اند. براساس آمارها، مجموع تسهیلات پرداخت شده در دو ماه اول امسال از ۲۵۰ هزار میلیارد تومان عبور کرده و به بیش از ۲۷۴ هزار میلیارد تومان رسیده است. این امر نشان‌دهنده افزایش ۸۷ هزار میلیارد تومانی در بخش تسهیلات‌دهی نسبت به مدت مشابه سال قبل است و از رشدی ۴۶ درصدی حکایت دارد.

تامین سرمایه در گردش بنگاه‌های اقتصادی همچنان در رتبه اول تسهیلات‌دهی بانک‌ها قرار دارد. به طوری که در دو ماه ابتدای سال بیش از ۲۰۱ هزار میلیارد تومان تسهیلات برای تامین سرمایه در گردش بنگاه‌ها پرداخت شد که حاکی از سهم بیش از ۷۸ درصدی این بخش از کل تسهیلات است. این حجم بالای تامین سرمایه در گردش به دلیل تورم بالا و مزمنی است که باعث می‌شود بنگاه‌ها برای تامین مواد اولیه و دیگر ملزومات تولید با قیمت‌های بالاتری مواجه شده و مجبور به دریافت تسهیلات جدید از شبکه بانکی باشند.

تسهیلات در چه مواردی پرداخت شدند؟

رتبه دوم تسهیلات‌دهی بانک‌ها به ایجاد کسب‌وکارهای جدید اختصاص دارد و شبکه بانکی در دو ماه فروردین و اردیبهشت بیش از ۲۸ هزار میلیارد تومان تسهیلات برای ایجاد بنگاه‌ها و شروع کسب و کارهای جدید وام داده است تا سهم این بخش از کل تسهیلات پرداختی به ۱۰٫۳ درصد برسد. رتبه بعدی به توسعه فعالیت‌های اقتصادی با سهم ۶٫۹ درصدی تعلق دارد و در دو ماهه نخست امسال بیش از ۱۷٫۷ هزار میلیارد تومان تسهیلات از سوی شبکه بانکی برای این منظور پرداخت شده است. خرید کالاهای شخصی، تعمیرات و خرید مسکن از دیگر اهداف پرداخت تسهیلات در دو ماه ابتدایی امسال به شمار می‌روند.

کارشناسان معتقدند در پرداخت تسهیلات همچنان باید ملاحظات مربوط به کنترل تورم را در نظر گرفت و همواره مراقب قدرت گرفتن پتانسیل تورمی ناشی از فشار تقاضای کل در اقتصاد نیز بود. به همین علت ضروری است به افزایش توان مالی بانک‌ها از طریق افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه بانک‌ها، کاهش تسهیلات غیرجاری و بازگرداندن آنها به مسیر صحیح اعتباردهی بانک‌ها، افزایش بهره‌وری بانک‌ها در تامین سرمایه در گردش تولیدی، پرهیز از فشارهای مضاعف بر دارایی بانک‌ها و ترغیب بنگاه‌های تولیدی به سمت بازار سرمایه به‌عنوان یک ابزار مهم در تامین مالی طرح‌های اقتصادی توجه ویژه‌ای کرد.

آمارهای بانک مرکزی به تفکیک فعالیت‌های اقتصادی نیز نشان می‌دهد که هر بخش در دو ماه ابتدایی امسال چقدر تسهیلات دریافت کرده و چه میزان از کل تسهیلات را به خود تخصیص داده است. بر این اساس، بخش خدمات بالاترین میزان تسهیلات در فروردین و اردیبهشت را به خود اختصاص داده و در مجموع بیش از ۱۱۸ هزارمیلیارد تومان تسهیلات از سوی شبکه بانکی به این بخش پرداخت شده است. این میزان تسهیلات معادل ۴۳ درصد کل تسهیلات پرداخت شده در دو ماه اول بهار می‌شود. پس از خدمات نیز صنعت و معدن دومین جایگاه را در دریافت تسهیلات به خود اختصاص داده و بالغ بر ۸۷ هزار میلیارد تومان تسهیلات از شبکه بانکی طی دو ماهه نخست سال دریافت کرده است که سهمی معادل ۳۱ درصد از تمام تسهیلات پرداخت شده را شامل می‌شود. سهم تسهیلات پرداختی بابت تامین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن در دو ماه ابتدای امسال معادل ۶۹ هزار میلیارد تومان بوده است که حاکی از تخصیص ۳۴٫۴ درصد از منابع تخصیص‌یافته به سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی است. همچنین از حدود ۸۷هزار میلیارد تومان تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۷۹٫۸ درصد آن در تامین سرمایه در گردش پرداخت شده است که بیانگر توجه و اولویت‌دهی بانک‌ها به تامین منابع برای این بخش است.

جزییات تسهیلات‌دهی به تفکیک بخش‌ها

در مجموع عملکرد تسهیلاتی بانک‌ها طی دو ماهه نخست امسال نشان می‌دهد بیشترین میزان تسهیلات پرداختی در ماه‌های فروردین و اردیبهشت به ترتیب به بخش‌های خدمات، صنعت و معدن، بازرگانی، کشاورزی، مسکن و ساختمان و متفرقه تعلق دارد. در رتبه نخست دریافت تسهیلات، بخش خدمات قرار دارد که از قضا بیشترین صدمه را از بحران کرونا دیده است. در این راستا، بخش خدمات در دو ماه ابتدایی بهار سهم بیش از ۴۳ درصدی از کل تسهیلات پرداختی بانک‌ها داشته که از این میزان بیش از ۷۶ درصد آن به بخش تامین سرمایه در گردش پرداخت شده است. مبلغ کل تسهیلات پرداخت شده در بخش خدمات بیش از ۱۱۸ هزار میلیارد تومان بوده است.

رتبه دوم به بخش صنعت و معدن اختصاص دارد و این بخش در فروردین ماه و اردیبهشت ماه ۱۴۰۰ سهمی ۳۱٫۶ درصدی از کل تسهیلات پرداختی بانک‌ها داشته است. از این میزان ۷۹٫۸ درصد به بخش تامین سرمایه اختصاص یافته است. این به آن معناست که شبکه بانکی اهتمام خاصی به این بخش از فعالیت‌های اقتصادی داشته است. کل تسهیلات پرداخت شده در این بخش در این دو ماهه ۸۶٫۸ هزار میلیارد تومان بوده است.

جایگاه سوم بیشترین تسهیلات دریافتی از آن بخش بازرگانی است. به طوری که این بخش در دو ماهه اول امسال سهمی ۱۵٫۵ درصدی از تسهیلات پرداختی بانک‌ها داشته است. این آمارها بیانگر آن است که ۶۱٫۵ درصد از این میزان سهم بخش تامین سرمایه در گردش بوده است. بنا بر آمارهای رسمی سهم کل تسهیلات پرداختی به این بخش معادل ۴۲٫۶ هزار میلیارد تومان بوده است. بخش کشاورزی، جایگاه چهارم بیشترین تسهیلات دریافتی را به خود اختصاص داده و آمارهای رسمی نشان می‌دهد که سهم این بخش از کل تسهیلات ۵ درصد بوده و کل مبلغ تسهیلات دریافت شده در بخش مذکور معادل ۱۳٫۸ هزار میلیارد تومان بوده است. پنجمین بخش، بخش مسکن و ساختمان است که سهم آن در دو ماه نخست سال جاری به ۴٫۳ درصد از کل تسهیلات پرداختی در این مدت رسیده است. تسهیلات دریافتی بخش مسکن و ساختمان در فروردین به میزان ۱۱٫۸ هزار میلیارد تومان بوده که حدود ۵ هزار میلیارد تومان آن به بخش تامین سرمایه در گردش رسیده است. نهایتا آخرین بخش مورد بررسی، بخش متفرقه است. این بخش در فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰ سهم کمتر از نیم درصدی داشته و میزان تسهیلات پرداختی در این بخش در دو ماهه اول امسال به حدود ۱۳۴ میلیارد تومان رسیده است.

معاون حقوقی بانک مرکزی توضیح داد

چگونگی رفع توقیف دارایی‌های ایران در لوکزامبورگ

معاون حقوقی بانک مرکزی، اقدامات حقوقی انجام شده برای رفع توقیف دارایی‌های بانک مرکزی را تشریح کرد و گفت چون عضو FATF نیستیم وجوه آزادشده ایران در لوکزامبورگ امکان ورود به ایران را ندارد.

طبق اعلام بانک مرکزی، متعاقب صدور رأی دادگاه آمریکایی در پرونده پیترسون به محکومیت دولت و بانک مرکزی ایران (به اتهام دست داشتن دولت ایران در حادثه انفجار مقر تفنگداران آمریکایی در بیروت در سال ۱۹۸۳)، در سال ۲۰۱۲ میلادی، قانونی در آمریکا به تصویب رسید و موجب اجرای رأی دادگاه آمریکایی گردید و به این ترتیب، مبلغ ۱.۸ میلیارد دلار دارایی بانک مرکزی که در اختیار کلیراستریم قرار داشت، توقیف و توسط آمریکا مصادره شد. البته برای محکومیت دولت آمریکا و استرداد مبلغ مزبور، دعوایی نزد دیوان بین‌المللی دادگستری مطرح شد که پس از مرحله احراز صلاحیت، پرونده مزبور تحت رسیدگی دیوان قرار دارد. علاوه بر این، در اجرای آرای صادره از دادگاه‌های آمریکا به نفع ورثه قربانیان حادثه یازدهم سپتامبر و به اتهام دست داشتن دولت ایران و بانک مرکزی در حادثه مزبور، دادگاه‌های لوکزامبورگ و ایتالیا نیز به درخواست محکومٌ‌لهم آمریکایی دستور توقیف دارایی‌های بانک مرکزی به ترتیب معادل مبالغ ۱.۶ و ۶ میلیارد دلار صادر کردند.

در این راستا، امیرحسین طیبی فرد معاون حقوقی و امور مجلس بانک مرکزی، با اشاره به رویه معمول در این رسیدگی‌ها که ابتدا خواهان دستور توقیف اموال و دارایی را از دادگاه تقاضا می‌کند تا وجوه مزبور مسدود و سپس مراحل شناسایی و اجرای رأی خارجی مورد پیگیری قرار گیرد، گفت: به موازات صدور دستور توقیف دارایی ایران در لوکزامبورگ، ورثه قربانیان حادثه ۱۱ سپتامبر در سال ۲۰۱۸، با مراجعه به دادگاه ایتالیا و استناد به رأی دادگاه آمریکایی، موفق شدند دستور توقیف دارایی‌های بانک مرکزی به مبلغ ۶میلیارد دلار را تحصیل کنند.

طیبی فرد به گردآوری اسناد و مدارک موردنیاز از بخش‌های مختلف بانک مرکزی اشاره کرد و با بیان اینکه تلاش‌های بانک مرکزی صرفا محدود به محیط دادگاه نمی‌شد، ادامه داد: جالب است بدانید، آمریکایی‌ها برای پیشبرد اهداف خودشان، در فضای رسانه‌ای این کشورها نیز به صورت ویژه فعالیت می‌کردند. در یک نشریه مطرح لوکزامبورگی، شخصی از اتباع آمریکا به نام «وولوسکی» به اتهام‌زنی علیه مردم ایران پرداخته بود و ایران را متهم به فعالیت‌های تروریستی و دست داشتن در حادثه ۱۱ سپتامبر کرده بود. با تلاش همکاران بخش حقوقی، جوابیه‌ای برای این نشریه ارسال شد و با نام همان کارشناس حقوقی در آن نشریه به چاپ رسید تا در فضای رسانه‌ای لوکزامبورگ نیز پاسخ لازم داده شود و خوشبختانه این مقاله نیز مورد اقبال عمومی قرار گرفت و کمک شایانی نیز به تغییر فضای روانی و رسانه‌ای لوکزامبورگ کرد.

او تلاش‌ها را بسیار موفقیت‌آمیز دانست و تصریح کرد: بعد از تکمیل و ارائه مدارک به دادگاه تجدیدنظر ایتالیا، ما موفق شدیم پایه و اساس قوی برای رد اتهامات علیه کشور ایران ایجاد کنیم. در نتیجه این تلاش‌ها، کار به جایی رسید که دستور توقیف اولیه اموال ایران لغو شد. تلاش ما و وکلای‌مان در دادگاه‌های ایتالیا چنان موفقیت‌آمیز بود که اعتراض آنها به رأی دادگاه رد شد و در مرحله تجدیدنظر نیز رأی به نفع بانک مرکزی صادر و با توجه به استقلال بانک مرکزی و مصونیت اموال آن، از اموال بانک رفع توقیف شد. البته در حال حاضر پرونده به دلیل اعتراض خواهان‌های آمریکایی، در مرحله فرجام و در دیوان عالی کشور ایتالیا تحت رسیدگی است. البته در ماه آوریل سال جاری، دیوان عالی کشور لوکزامبورگ، توقیف دارایی بانک مرکزی در آن کشور را غیرقانونی اعلام کرد و به این ترتیب، علاوه بر قاعده مصونیت اموال بانک مرکزی از توقیف و اجرا، مانع جدیدی را در بحث توقیف اوراق بانک مرکزی نزد موسسه کلیراستریم مطرح ساخت که به تقویت موضع بانک کمک کرد. با صدور این رأی از دیوان عالی کشور لوکزامبورگ، انتظار می‌رود سایر دادگاه‌های بدوی و تجدیدنظر لوکزامبورگ نیز با تبعیت از رأی مزبور، از توقیف اموال بانک در پرونده‌های مشابه خودداری کنند.

معاون حقوقی و امور مجلس بانک مرکزی ادامه داد: درخصوص دارایی‌هایی که در لوکزامبورگ باقی مانده بود، مشابه آنچه در سال ۲۰۱۵ رخ داد، در سال ۲۰۱۹ قانونی در آمریکا تصویب شد و به منظور اجرای آرای محکومیت دولت و بانک مرکزی ایران، کلیراستریم را مکلف می‌کرد دارایی بانک مرکزی را به ایالات متحده منتقل کند. به محض اطلاع از تصویب این قانون، با مراجعه به دادگاه ذی‌صلاح لوکزامبورگ، موفق به اخذ دستور موقتی مبنی بر منع کلیراستریم از انتقال دارایی مزبور به آمریکا شدیم که نهایتا این دستور موقت مورد تأیید و ابرام دادگاه تجدیدنظر آن کشور قرار گرفت و برای تخلف کلیراستریم از این دستور موقت نیز جریمه‌ای را تعیین کرد و به این ترتیب، مانع اجرای قانون آمریکا در لوکزامبورگ شدیم.

به گفته طیبی فرد، اکنون نه تنها توقیف اموال بانک مرکزی ایران در اروپا لغو شده، بلکه می‌توان گفت رویه‌ای قضایی در اروپا شکل گرفته که مانع تکرار این موضوع می‌شود.

وی در پاسخ به این سوال که اکنون وضعیت حقوقی دارایی‌های ایران در ایتالیا چگونه است، گفت: رسیدگی به درخواست توقیف اموال، خاتمه یافته و تمام آرا و قرارهای توقیف اموال، ملغی شده. درخواست شناسایی و اجرای رأی دادگاه آمریکایی نیز توسط دادگاه تجدیدنظر ایتالیا رد شده و اکنون در مرحله فرجام‌خواهی نزد دیوان عالی کشور ایتالیا مطرح است که با تمهید مقدمات لازم از جمله اعطای وکالت خاص به وکلا برای پیگیری پرونده در مرحله فرجام و با عنایت به سوابق و آرای قبلی صادره، امیدواریم رأی دادگاه تجدیدنظر نیز به تأیید دیوان عالی کشور ایتالیا برسد.

معاون بانک مرکزی در پایان سخنان خود ضمن تقدیر از حمایت و پشتیبانی دو رئیس‌کل پیشین بانک مرکزی برای آزادسازی این منابع گفت: در حال حاضر این وجوه آزاد شده و در توقیف نیستند، اما به دلیل تحریم‌ها و عدم اجرای توصیه‌های FATF و بالطبع، نداشتن روابط کارگزاری بانکی، این مبالغ فعلا قابلیت انتقال به کشور را ندارند.

بانک نامه

عملکرد صندوق توسعه ملی نشان می‌دهد

سپرده ۶۰ هزار میلیاردی در ۲۶ بانک

در چند سال اخیر حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان از منابع صندوق توسعه ملی در بانک‌ها سپرده‌گذاری شده تا به تامین مالی طرح‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های تعیین شده اختصاص پیدا کند. به گزارش ایسنا، عمده منابع صندوق توسعه ملی به صورت ارزی در قالب تسهیلات جهت تامین مالی در بخش‌های تعیین شده در چارچوب مقررات آن اختصاص پیدا می‌کند ولی در کنار آن سالانه بخشی نیز به ریال تبدیل می‌شود. این در حالی است که از ابتدای تاسیس در سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳، قراردادهای عاملیت ریالی با بانک‌های عامل منعقد می‌شد که طی آن برمبنای درخواست بانک و تا سقف مبلغ تعیین‌شده توسط صندوق، بانک مجاز به تامین مالی ریالی طرح‌های دارای مورد تایید بود، اما از سال ۱۳۹۴ به بعد دیگر قرارداد عاملیت ریالی منعقد نشد و به سمت سپرده‌گذاری ریالی رفت.

بررسی تازه‌ترین گزارش عملکرد صندوق توسعه ملی تا پایان آذرماه سال گذشته در حوزه ریالی نشان می‌دهد که از ابتدای تاسیس صندوق تا پایان سال ۱۳۹۳ و براساس قوانین بودجه سنواتی، ۲۱٫۱ هزار میلیارد تومان از منابع صندوق در قالب قراردادهای عاملیت ریالی با بانک‌های عامل منعقد شده است که از محل آن و براساس نظام‌نامه ضوابط و شرایط اعطای تسهیلات ریالی، ۱۱٫۸ هزار میلیارد به بیش از ۱۳ هزار طرح معرفی‌شده از طرف این بانک‌ها اختصاص و به حساب آنها واریز شده است که در این جریان بیش از ۵۶ درصد منابع نسبت به کل مبلغ قراردادهای منعقده، توسط این بانک‌ها جذب شده است.

اما از سال ۱۳۹۴ به بعد که سپرده‌گذاری ریالی از منابع صندوق توسعه ملی شروع شد، در ۲۶ بانک دولتی، خصوصی و موسسه مالی سپرده‌گذاری صورت گرفته که به حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان می‌رسد. منابع سپرده‌گذاری شده جهت اجرای طرح‌های تعیین‌شده در قوانین مربوطه تخصیص یافته که بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش از ۵۰ هزار میلیارد تومان آن برای اجرای قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) بوده است. از مجموع ۵۰ هزار میلیارد سپرده‌گذاری شده در این بخش، بیش از ۶۴ درصد معادل ۳۲٫۸ هزار میلیارد تومان توسط بانک‌های عامل جهت تامین مالی حدود ۹۷ هزار طرح به متقاضیان تخصیص داده شده است. همچنین حدود ۸٫۱ هزار میلیارد تومان از محل قراردادهای فعال به عنوان منابع آزاد قابل تخصیص نزد بانک‌های عامل موجود است. از کل مبلغ ۵۰ هزار میلیارد سپرده‌گذاری در این بخش، ۵۵ درصد در بخش صنعت و معدن، حدود ۷ درصد در گردشگری، ۱۰درصد در صنایع تبدیلی و تکمیلی و ۲۸درصد در بخش آب و کشاورزی سپرده‌گذاری شده است. همچنین از این منابع سپرده‌گذاری شده، ۵۶درصد به قراردادهای ویژه سرمایه در گردش و ۴۴درصد به قراردادهای ویژه سرمایه ثابت (طرح) اختصاص یافته که میزان جذب این قراردادها به ترتیب ۷۱ و۵۷درصد است. اما از مجموع ۶۰ هزار میلیارد تومان سپرده‌گذاری‌شده در بانک‌ها، حدود ۹۷۰۰ میلیارد تومان هم برای اجرای تکلیف قانون بودجه و اجرای قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری اختصاص پیدا کرده است.

دلار در صرافی‌های بانکی ۲۴ هزار و ۷۰۰ تومان

سکه به ۱۰ میلیون و ۸۲۰ هزار تومان رسید

قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با افزایش ۱۰۰ هزار تومانی در روز سه‌شنبه به رقم ۱۰ میلیون و ۸۲۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۵ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی نیز ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۷۲ هزار تومان رسید. قیمت هر مثقال طلا نیز ۴ میلیون و ۶۴۸ هزار تومان شد. همچنین هر اونس جهانی طلا یک‌هزار و ۷۶۹ دلار و ۳۵ سنت قیمت خورد. نرخ دلار در صرافی‌های بانکی نیز با ۲۷۲ تومان افزایش به رقم ۲۴ هزار و ۷۰۰ تومان رسید. قیمت فروش یورو نیز با ۳۱۹ تومان افزایش به ۲۹ هزار و ۱۹۴ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۴ هزار و ۲۱۵ تومان و نرخ خرید هر یورو هم ۲۸ هزار و ۶۱۶ تومان اعلام شد.

خرید سکه از صرافی‌ها و طلافروشی‌ها مالیات دارد؟

پاسخ به ابهام مالیاتی سکه

در حالی یک هفته تا پایان مهلت مشمولان برای پرداخت مالیات خرید سکه از بانک مرکزی باقی مانده که این سوال مطرح است: آیا خرید سکه از صرافی و طلافروشی نیز مشمول مالیات می‌شود؟ خریداران سکه از بانک مرکزی از سال ۱۳۹۷ مشمول پرداخت مالیات هستند که خریداران سکه در سال گذشته تا پایان ۱۵ تیرماه سال جاری باید مالیات متعلقه بپردازند و اگر مالیات خود را در این مدت نپردازند، به مالیات متعلقه آنها به ازای هر ماه دیرکرد معادل ۲.۵ درصد جریمه اضافه می‌شود. همچنین مؤدیانی که امکان پرداخت مالیات مقطوع را به صورت کامل تا ۱۵ تیر سال جاری ندارند، مالیات آنها حداکثر تا چهار ماه به صورت مساوی قسط‌بندی می‌شود. طبق دستورالعمل، کسی که بیش از پنج تا ۱۵ سکه از بانک مرکزی بخرد، باید به ازای هر قطعه سکه باید ۹۶۰ هزار تومان مالیات پرداخت کند و نسبت به مازاد ۱۵ تا ۲۵ سکه به ازای هر قطعه باید معادل یک میلیون و ۲۸۰ هزار تومان مالیات بپردازد. علاوه بر این، نسبت به مازاد ۲۵ تا ۱۰۵ سکه به ازای هر قطعه باید معادل یک میلیون و ۶۰۰ هزار تومان مالیات پرداخت شود که نکته قابل توجه درباره مالیات سکه، افزایش قابل توجه رقم آن و کاهش سطح معافیت مالیاتی است. در این راستا، تمامی اشخاص حقیقی خریدار سکه از بانک مرکزی که در سال ۱۳۹۹ نسبت به دریافت حداکثر (۱۰۵) قطعه سکه اقدام کرده‌اند، باید حداکثر تا پایان ۱۵ تیرماه با مراجعه به سامانه عملیات الکترونیک مودیان مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور به نشانی my.tax.gov.ir نسبت به پرداخت مالیات متعلقه اقدام کنند. محمد مسیحی، معاون درآمدهای مالیاتی سازمان امور مالیاتی در این خصوص به ایسنا، می‌گوید: در صورتی که سکه‌های خریداری شده به سرقت بروند، هر ادعایی در این زمینه باید مستدل و مستند به مدارک و شواهد متقن و روشن باشند. به ویژه درخصوص دارایی‌هایی که بیم ادعاهای متقلبانه وجود دارد، این مستندات مدارک و شواهد باید قدرت اقناع‌کنندگی بسیار بالایی را برای حسابرسان مالیاتی داشته باشد. او درباره اینکه آیا خرید سکه از صرافی‌ها و طلافروشی‌ها نیز مشمول مالیات می‌شود، پاسخ می‌دهد: هر فعالیت اقتصادی مادامی که تصریح به معافیت در قانون نشده باشد، مشمول مالیات می‌شود.

خبرنامه

نرخ تورم دهک‌های درآمدی در خرداد چقدر بود؟

کاهش فاصله تورمی دهک‌ها

گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد نرخ تورم در خردادماه از ۴۲.۸ درصد برای دهک اول تا ۴۹.۱ درصد برای دهک دهم در نوسان بوده و فاصله تورمی دهک‌ها در این ماه به ۶.۸ درصد رسید که نسبت به ماه قبل ۰.۶ واحد درصد کاهش داشته است. همچنین محدوده تغییرات تورم ۱۲ ماهه در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» بین ۴۸.۷ درصد برای دهک دهم تا ۵۴.۲ درصد برای دهک دوم است. در عین حال، شاخص مذکور در مورد گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» بین ۳۲ درصد برای دهک اول تا ۴۹.۲ درصد برای دهک دهم است.

خانواده‌ها براساس مجموع درآمد و هزینه سالیانه در ۱۰ گروه دسته‌بندی می‌شوند. دهک نخست، کم‌درآمدترین گروه و دهک دهم پردرآمدترین گروه از خانواده‌ها را تشکیل می‌دهند. نرخ تورم در دهک‌های مختلف متفاوت است. براساس تازه‌ترین آمار اعداد مربوط به تورم در میان دهک‌های مختلف هزینه‌ای، فاصله تورمی دهک‌ها در خردادماه ۱۴۰۰ به ۶.۸ درصد رسید که نسبت به ماه قبل (۷.۴ درصد) ۰.۶ واحد درصد کاهش داشته است. فاصله تورمی در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» نسبت به ماه قبل ۰.۲ واحد درصد افزایش و گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» نسبت به ماه قبل ۰.۱ واحد درصد کاهش را نشان می‌دهد.

آنچه دهک‌های درآمدی را از یکدیگر مجزا می‌کند، وزن کالا در سبد مصرفی خانوار است. دهک‌های کم‌درآمد به علت درآمد کمتر، هزینه کمتری را به تفریح و سرگرمی و حتی بهداشت و درمان اختصاص می‌دهند. از این جهت، وزن این کالاها در سبد مصرفی آنها کمتر است. در مقابل بیشترین سهم را خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها دارند. آنها بیشتر مخارج خود را معطوف این دسته از کالاها و در واقع ضروریات زندگی می‌کنند.

بر این اساس، اگر تورم در اثر افزایش قیمت کالاهای خوراکی رشد کند، در آن صورت فشار بر قشر ضعیف افزایش خواهد یافت. از طرفی دیگر، اگر تورم در کانال افزایش قیمت کالاهای غیرخوراکی و خدماتی رشد کند، آنگاه فشار تورمی بر اقشار ضعیف کاهش خواهد یافت و شاخک‌های تورمی پردرآمدها فعال‌تر می‌شود. ضریب اهمیت خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها در بالاترین دهک درآمدی کشور، ۱۷درصد است و ۸۲درصد اهمیت به کالاهای غیرخوراکی و خدمات اختصاص دارد.

موسسه مالی بین‌الملل گزارش داد

رشد اقتصادی ایران بیشتر می‌شود

موسسه مالی بین‌الملل از بهبود وضعیت اقتصاد ایران پس از احیای توافق هسته‌ای خبر داد. موسسه مالی بین‌الملل در گزارشی به بررسی سناریوهای پیش روی اقتصاد ایران پرداخت و نوشت: پیروزی ابراهیم رئیسی در انتخابات ریاست جمهوری تغییری در روند مذاکرات هسته‌ای ایجاد نخواهد کرد، اما ممکن است این اتفاق کار آمریکا را برای گسترش توافق هسته‌ای به حوزه‌های دیگر با دشواری مواجه سازد. اگر توافق هسته‌ای احیا شود و تحریم‌های متعدد غیرهسته‌ای به قوت خود باقی بمانند، بهره بردن ایران را از مزایای اقتصادی توافق دشوارتر خواهد ساخت، چراکه شرکت‌های غربی سرمایه‌گذاری‌های سنگین خود را به تعویق می‌اندازند و این مسئله رشد سریع را غیرمحتمل می‌سازد.

موسسه مالی بین‌الملل با اشاره به خروج دولت ترامپ از برجام در سال ۲۰۱۸ ادامه داد: ایران تاکنون با درخواست آمریکا برای اضافه شدن مباحث موشکی و منطقه‌ای به مذاکرات هسته‌ای مخالفت کرده آن هم در شرایطی که با تحریم‌های سنگین و تبعات ناشی از کرونا، اقتصاد ایران در شرایط شکننده‌ای باقی مانده است. نرخ بیکاری در ایران هنوز بالا است و تورم نیز به بالای ۵۰درصد رسیده است.

در ادامه این گزارش با سناریوی احیای توافق و رفع بیشتر تحریم‌ها، پیش‌بینی شده است که رشد اقتصادی امسال ایران به ۴.۳ درصد برسد، اما در سال‌های بعدی این رشد بیشتر شده و به ۵.۹ درصد در سال ۲۰۲۲ و ۵.۸ درصد در سال ۲۰۲۳ می‌رسد. در این حالت، ذخایر ارزی ایران طی سه سال می‌تواند از رقم ۷۰ میلیارد دلار در ماه مه امسال به دو برابر افزایش یابد و در سال ۲۰۲۳ با پایان کسری بودجه شاهد مازاد بودجه دولت باشیم.

اما در صورتی که تنها توافق سال ۲۰۱۵ احیا شود و سایر تحریم‌ها حفظ شود، رشد اقتصادی خفیف‌تر بوده و به ۳.۵ درصد در سال جاری، ۴.۱ درصد در سال آینده و ۳.۸ درصد در سال ۲۰۲۳ خواهد رسید. نرخ بیکاری نیز در چنین حالتی حدود ۲۰ درصد خواهد بود. همچنین در سناریوی بدبینانه و در حالتی که تهران و شش قدرت جهانی نتوانند به توافقی بر سر احیای برجام برسند، رشد اقتصادی بسیار کمتر و معادل ۱.۸ درصد در سال جاری خواهد بود.

مصرف برق از مرز ۶۴ هزار مگاوات عبور کرد

رکوردشکنی جدید مصرف برق

مصرف برق همچنان به رشد خود ادامه می‌دهد به طوری که با گذشتن از مرز ۶۴ هزار مگاوات، رکورد بی‌سابقه‌ای را از خود برجای گذاشت. روند افزایشی مصرف برق با وجود همه توصیه‌ها برای رعایت مدیریت مصرف و تداوم برخوردهای جدی با استخراج‌کنندگان رمزارز که به صورت غیرمجاز از برق استفاده می‌کنند همچنان ادامه دارد و هر روز رکورد جدیدی ثبت می‌شود. بر این اساس، شرکت مدیریت شبکه برق ایران میزان مصرف برق روز دوشنبه کل کشور را منتشر کرد که براساس آن مصرف برق در ساعت ۱۲ و ۵۴ دقیقه به ۶۴ هزار و ۴۶ مگاوات رسید. این میزان مصرف در حالی است که در مدت مشابه پارسال ۵۴ هزار و ۲۲۵ مگاوات برق استفاده شده بوده که رشد ۹ هزار و ۸۲۱ مگاواتی را نشان می‌دهد. میزان مصرف برق در بخش صنایع کشور در عین حال کاهش یافته و به رقم ۳ هزار و ۸۰۴ مگاوات رسید.

روند افزایشی مصرف برق این بار در ساعت‌های عصرگاهی هم تداوم یافت به گونه‌ای که در ساعت ۲۱ و ۱۵ دقیقه به رقم بی‌سابقه ۶۰ هزار ۸۴۱ مگاوات رسید و این در حالی است که در مدت مشابه پارسال میزان مصرف در این ساعت ۵۴ هزار و ۲۷۵ مگاوات بوده است. البته تلاش برای استخراج غیرقانونی رمزارزها همچنان سایه خود را بر روند مصرف برق انداخته است؛ مدیرعامل شرکت مادر تخصصی تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) می‌گوید: تاکنون و از ابتدای طرح برخورد با استخراج‌کنندگان غیرمجاز رمزارز، بیش از ۱۹۰ هزار دستگاه غیرمجاز کشف و جمع‌آوری شده است. این روند و نیز استفاده مداوم از وسایل سرمایشی در این روزهای بسیار گرم، ایام سختی را پیش روی صنعت برق قرار داده که می‌تواند در صورت تداوم منجر به اعمال خاموشی‌های برنامه‌ریزی‌شده‌شود.

شاخص کل بورس به رشد ۴ هزار واحدی بسنده کرد

روز پرنوسان بورس

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در هشتمین روز تیرماه روندی پرنوسان داشت و در حالی که تا ساعات میانی معاملات تا یک میلیون و ۲۵۰ هزار واحد صعود کرده بود، ناگهان روندی نزولی به خود گرفت و به رقم یک میلیون و ۲۴۴ هزار واحد رسید، اما نهایتا به رشد ۴ هزار و ۷۲۷ واحدی بسنده کرد و روی رقم یک میلیون و ۲۴۸ هزار واحد ایستاد. در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۷ میلیارد و ۱۷۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۵۴ هزار و ۳۴۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. به موازات رشد شاخص کل بورس، شاخص کل با معیار هم‌وزن نیز با ۲۷۷ واحد افزایش به ۳۸۲ هزار و ۵۲۵ واحد و شاخص قیمت هم‌وزن با ۱۷۷ واحد رشد به ۲۴۵ هزار و دو واحد رسید. شاخص بازار اول ۷ هزار و ۳۰۷ واحد رشد و شاخص بازار دوم ۳هزار و ۶۱۵ واحد کاهش داشت.

همچنین گروه مواد دارویی با ۶۴ هزار و ۶۲۹ معامله به ارزش ۷ هزار و ۴۸ میلیارد ریال، گروه خودرویی با ۷۸ هزار و ۷۹۵ معامله به ارزش ۵ هزار و ۲۸۵ میلیارد، گروه شیمیایی با ۴۳ هزار و ۷۳۷ معامله به ارزش ۳ هزار و ۸۲۴ میلیارد، گروه کانه‌های فلزی با ۳۴ هزار و ۱۳۶ معامله و به ارزش ۲هزار و ۹۵۲ میلیارد، گروه فلزات اساسی با ۴۱ هزار و ۴۱۶ معامله به ارزش ۲ هزار و ۹۵۰ میلیارد و گروه سرمایه‌گذاری با ۴۰۵ هزار و ۸۵۹ معامله به ارزش ۲ هزار و ۸۷۰ میلیارد در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

سهم‌های تاثیرگذار در چهارمین روز هفته

در معاملات روز سه‌شنبه شرکت‌های پتروشیمی بوعلی سینا با ۹,۳۷ درصد، مخابرات ایران و کربن ایران با ۴,۹۸ درصد، بورس اوراق بهادار تهران با ۴,۹۷ درصد، معدنی املاح ایران با ۴,۸۹ درصد، سرمایه‌گذاری پارس توشه با ۴,۸۸ درصد و سرمایه‌گذاری سپه با ۴,۸۴ درصد افزایش بیشترین افزایش قیمت را داشته‌اند. از سوی دیگر، شرکت لیزینگ ایران با ۲۶,۹ درصد، شرکت سایپا شیشه با ۲۱,۲۲ درصد، شرکت سیمان سفید نی‌ریز و شرکت سیمان فارس با ۱۰ درصد، شرکت داروسازی زاگرس فارمد پارس با ۸,۸۳ درصد و شرکت سرمایه‌گذاری استان گلستان با ۵,۱۷ رصد بیشترین کاهش قیمت را داشته‌اند.

همچنین گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (وامید) با یک هزار و ۱۴۲ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با ۸۸۴ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۷۵۲ واحد، مخابرات ایران (اخابر) با ۶۳۱ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۵۰۱ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۴۴۰ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۴۰۵ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۳۵۷ واحد، پتروشیمی بوعلی سینا (بوعلی) با ۳۵۶ واحد، سایپا (خساپا) با ۳۲۳ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۲۶۴ واحد و پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۲۳۰ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل نیز شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۷۸۳ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۶۴۷ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۳۲۳ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری سهام عدالت استان اصفهان (وسصفا) با ۲۹۵ واحد، بانک پاسارگاد (وپاسار) با ۲۲۹ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۲۰۴ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری سیمان تامین (سیتا) با ۲۰۴ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری استان گلستان (وسگلستا) با ۱۹۲ واحد، بانک ملت (وبملت) با ۱۸۱ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری سهام عدالت استان کرمان (وسکرمان) با ۱۶۳ واحد، آلومینیوم ایران (فایرا) با ۱۴۲ واحد و پتروشیمی نوری (نوری) با ۱۳۷ واحد تاثیر منفی بر شاخص بورس گذاشتند.

شرکت‌های گروه مدیریت ارزش سرمایه صندوق بازنشستگی کشوری (ومدیر)، گروه دارویی برکت (برکت)، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، سایپا (خساپا)، پالایش نفت اصفهان (شپنا)، ایران خودرو (خودرو) و صنعت غذایی کورش (غکورش) نیز از جمله نمادهای پُرتراکنش بودند. گروه مواد دارویی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۲۳۵ میلیون و ۳۰۲ هزار برگه سهم به ارزش ۷ هزار و ۴۸ میلیارد ریال دادوستد شد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس حدود ۱۶۴ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۷ هزار و ۹۶۴ واحد ایستاد. در این بازار یک میلیارد و ۷۹۳ میلیون برگه سهم به ارزش ۴۲ هزار و ۴۹۲ میلیارد ریال دادوستد شد. پلیمر آریا ساسول (آریا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، بیمه کوثر (کوثر)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان) و صنعتی مینو (غصینو) تاثیر مثبت بر شاخص فرابورس داشتند. همچنین بیمه دی (ودی)، ویتانا (غویتا)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، کشت و دامداری فکا (زفکا)، توکاریل (توریل)، گروه کارخانجات تبرک (تبرک)، مبین وان کیش (اوان)، صنعتی بهپاک (بهپاک) و صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

پول‌های پارک‌شده وارد بورس می‌شوند

بورس این روزها طراوت تازه‌ای پیدا کرده و شاخص بورس اگرچه در برخی روزها نسبت به رشد مقاومت می‌کند، اما روند کلی بازار به سمتی است که مرز یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد را که تا مدت‌ها بر روی آن ایستادگی وجود داشت، پشت سر گذاشته و حالا به رقم یک میلیون و ۲۴۸ هزار واحد در روز سه‌شنبه هشتم تیرماه رسیده است. بسیاری از فعالان و بازیگران بازار سرمایه خبر از تحرکاتی می‌دهند که طی هفته‌های گذشته به خصوص بعد از روشن شدن نتیجه انتخابات، سهامداران حقیقی و حقوقی را به سمت نقش‌آفرینی بیشتر در بازار می‌کشاند و معاملات سهام را نسبت به گذشته ارزنده‌تر می‌کند.

در این زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه می‌گوید: بعد از شفاف‌سازی‌های صورت گرفته درخصوص کابینه دولت سیزدهم و از میانه مردادماه، شاهد ورود پول‌های پارک‌شده به این بازار خواهیم بود. سلمان نصیرزاده به ریسک‌های تهدیدکننده معاملات بورس در تیرماه اشاره می‌کند و به سنا می‌گوید: بازار از زمان شروع فعالیت دولت سیزدهم وارد فضای امنی از لحاظ تغییر و تحولات می‌شود و در فضایی قرار می‌گیرد که معاملات آن به سمت تعادل پیش خواهد رفت.

او با بیان اینکه برنامه‌ها و نوع تفکر دولت جدید تنها ریسک تهدیدکننده‌ای تلقی می‌شود که اکنون بازار از آن ترس و ابهام دارد، ادامه می‌دهد: مباحث مهمی مانند نحوه تعاملات با غرب و موضوع برجام از مهمترین ابهامات بازار تلقی می‌شود. همچنین نحوه تعیین وزرا به خصوص وزرای مرتبط با بازار سرمایه مانند وزیر نفت، وزیر اقتصاد، وزارت صمت و حتی رئیس کل بانک مرکزی و رئیس سازمان بورس از جمله مواردی است که بر روند بازار تاثیر می‌گذارد.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه بازار اکنون در حال بازیابی اعتماد سهامداران برای معاملات بورس در سال ۱۴۰۰ است، می‌افزاید: براساس پیش‌بینی‌ها و بررسی وضعیت بازار به نظر می‌رسد شاخص بورس تا پایان سال بین کانال یک میلیون تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد در نوسان باشد. عوامل بنیادی بازار نشان‌دهنده آن است که بازار قوی‌تری را از این به بعد و تا پایان سال ۱۴۰۰ شاهد خواهیم بود و به طور حتم این بازار نسبت به سایر بازارهای موازی از شرایط بهتری برای سرمایه‌گذاری برخوردار است.

به گفته نصیرزاده، اکنون خوش‌بینی‌هایی نسبت به روند معاملات بورس وجود دارد اما این به معنای آن نیست که سهامداران می‌توانند همانند سال گذشته بازدهی کلانی را از این بازار کسب کنند. هرچند شرایط فعلی بازار و شرکت‌ها نشان‌دهنده آن است که بازار از حالت نزولی و فرسایشی خود فاصله گرفته و وارد فضایی متعادل در معاملات شده است، با این حال سهامداران برای سرمایه‌گذاری در این بازار بهتر است وضعیت سهام شرکت‌ها را به صورت جداگانه بررسی کنند و از سرمایه‌گذاری‌های عجولانه و بدون بررسی در این بازار خودداری کنند.

آزادسازی قیمت خودرو چقدر بر سودآوری شرکت‌های خودرویی تاثیر دارد؟

علیه قیمت‌گذاری دستوری

قیمت‌گذاری دستوری محصولات و عدم تناسب نرخ فروش با نرخ رشد نهاده‌های تولید از جمله چالش‌های عمده صنعت خودروسازی در سال‌های گذشته است. حال سوال این است که آزادسازی قیمت خودرو تا چه اندازه بر سودآوری شرکت‌های خودرویی تاثیر داشته است. پایگاه خبری بازار سرمایه در گزارشی به جست‌وجوی پاسخ این سوال برآمده و روند فروش و سودآوری سه شرکت بزرگ خودروسازی را بررسی کرده است.

صنعت خودروسازی ایران اگرچه خودروهای بسیاری روانه بازار بزرگ و پرمصرف ایران کرده است، اما نتوانسته آنچنان که باید و شاید رضایت ذی‌نفعان خود را کسب کند. از یک‌سو، خریداران خودرو از کیفیت پایین خودروهای داخلی نسبت به خودروهای خارجی گله‌مند هستند و از سوی دیگر، سهامداران به خاطر زیانده بودن، دل خوشی از این صنعت ندارند. خودروسازان اما دغدغه‌ها و دلایل خود را برای توضیح این مشکلات دارند. بزرگترین چالشی که خودروسازان طی سنوات اخیر با آن مواجه بوده و به آن اظهار کرده‌اند، قیمت‌گذاری دستوری محصولات و عدم تناسب نرخ فروش با نرخ رشد نهاده‌های تولید است. درخصوص دیگر شرکت‌های خودروسازی و قطعاتی نیز چنین مسئله‌ای مطرح شده است. در این گزارش، تأثیر آزادسازی قیمت‌گذاری خودرو بر درآمد سالانه سه شرکت سایپا، پارس خودرو و زامیاد بررسی می‌شود.

* سایپا: درباره نرخ‌گذاری دستوری باید اذعان کرد مابه‌التفاوت قیمت کارخانه و قیمت بازار، نه تنها نفعی برای شرکت نداشته است، بلکه فایده‌ای برای مصرف‌کننده نهایی نیز آنطور که انتظار می‌رود نیز نداشته است. می‌توان گفت بیشترین منفعت این قیمت‌گذاری عاید دلالان و سودجویان این بازار شده است. از آنجا که می‌دانیم سیاست قیمت‌گذاری دستوری سبب ایجاد رانت برای دلالان می‌شود بهترین راهکار با توجه به شرایط بنیادی و مالی شرکت‌های خودروسازی و قطعاتی، آزادسازی نرخ محصولات است تا این شرکت‌ها نه تنها سودده شوند و از زیان آنها به طور قابل توجهی کاسته شود بلکه بتوانند هزینه‌های مالی خود را پرداخت کنند.

شرکت سایپا در سال گذشته حدود ۱۶هزار میلیارد تومان فروش داشته است. امسال اگر سایپا با نرخ دستوری (میانگین نرخ فروردین و اردیبهشت) محصولات خود را به فروش برساند، فروش شرکت حدود ۲۴ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان خواهد شد، اما با فرض نرخ بازار، درآمد عملیاتی این خودروساز بالغ بر ۳۸ هزار میلیارد تومان خواهد شد. در نتیجه در صورت آزادسازی قیمت خودرو، فروش شرکت حدود ۱۳ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان یعنی ۵۶ درصد افزایش خواهد یافت.

* پارس خودرو: شرکت پارس خودرو در سال گذشته بیش از ۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان فروش داشته است. امسال اگر پارس خودرو با نرخ دستوری (میانگین فروردین و اردیبهشت) محصولات خود را به فروش برساند، فروش شرکت بیش از ۳ هزار و ۷۰۰میلیارد تومان خواهد شد، اما با فرض نرخ بازار، درآمد عملیاتی این خودروساز بالغ بر ۶ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان خواهد بود. در نتیجه در صورت آزادسازی قیمت خودرو، فروش شرکت به میزان ۲هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان یعنی ۶۸ درصد افزایش خواهد یافت.

* زامیاد: شرکت زامیاد در سال گذشته بیش از ۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان فروش داشته است. امسال اگر زامیاد با نرخ دستوری (میانگین نرخ فروردین و اردیبهشت) محصولات خود را به فروش برساند، فروش شرکت مبلغ یک هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان خواهد شد، اما با فرض نرخ بازار، درآمد عملیاتی این خودروساز بالغ بر ۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان خواهد بود. در نتیجه در صورت آزادسازی قیمت خودرو، فروش شرکت به میزان بیش از ۶۹۰ میلیارد تومان یعنی ۳۸ درصد افزایش خواهد یافت.

در جمع‌بندی این گزارش آمده است که نرخ‌های دستوری در سال ۱۴۰۰، مطابق با میانگین نرخ‌های فروش ماهانه شرکت‌های خودروسازی فرض شده است. شایان ذکر است نرخ‌های فروش در خردادماه هنوز اعلام نشده است. همچنین از آنجا که درصد افزایش نرخی که ممکن است شرکت‌ها در طول سال بدهند با ابهام همراه است، نرخ مبنای پیش‌بینی را نرخ متوسط فروردین و اردیبهشت سال جاری در نظر گرفته‌ایم. نرخ‌های بازاری سال ۱۴۰۰، براساس نرخ‌های بازاری خردادماه لحاظ شده است. بهای تمام شده نیز متناسب با رشد نرخ قطعات و مواد اولیه با رشد ۱۰۰ درصدی فرض شده است. نهایتا فروش سه شرکت خودروساز در دو سناریوی فروش به نرخ دستوری و بازار ارائه و مقایسه شده است. بر این اساس، مبلغ فروش در صورت آزادسازی قیمت‌ها در شرکت سایپا ۵۶ درصد، در پارس خودرو ۶۸ درصد و در شرکت زامیاد ۳۸ درصد افزایش پیدا می‌کند.

دومینوی کاهش تقاضا در پیش‌فروش خودرو

جدیدترین آمار از ثبت نام در پیش‌فروش خودرو که به فروش اخیر ایران خودرو اختصاص دارد حاکی از آن کاهش محسوس تقاضا برای شرکت در پیش‌فروش خودرو است؛ کاهشی که می‌توان رد آن را در چند عامل جست‌وجو کرد. در ادامه این عوامل را بررسی می‌کنیم.

به گزارش خودروتک، نگاهی به میزان متقاضیان ثبت نام کرده در سه پیش‌فروش خودرو شرکت ایران خودرو در ماه‌های فروردین، اردیبهشت و تیر حاکی از آن است که تقاضا بیش از گذشته از پیش‌فروش خودرو دور شده است، اما چرا پیش‌فروش خودرو جذابیت خود را از دست داده است. در ابتدا بهتر است نگاهی به آمار پیش‌فروش خودرو در این سه مقطع زمانی داشته باشیم. در پیش‌فروش ایران خودرو در فروردین امسال کمی بیش از یک میلیون نفر شرکت کردند. پیش‌فروش این شرکت در اردیبهشت ماه ۷۲۶ هزار متقاضی و پیش‌فروش کنونی ۳۲۵ هزار متقاضی داشت.

هرچند ترکیب خودروهای عرضه شده در این پیش‌فروش‌ها قطعا در میزان تقاضا موثر است، اما این حجم از ریزش تقاضا را نمی‌توان صرفا در ترکیب خودروها جست‌وجو کرد. یکی از اصلی‌ترین دلایل کاهش تقاضا برای پیش‌فروش خودرو، رکودی حاکم بر بازار خودرو است که عملا از اواسط زمستان ۹۹ آغاز شده و کماکان ادامه دارد. اصلی‌ترین دلیل این رکود نیز عقب‌نشینی مشتریان به دلیل انتظار برای نتیجه مذاکرات احیای برجام است، چراکه اگر توافق نهایی بین طرفین انجام شود هم تحریم صنعت خودرو برداشته می‌شود و هم شاهد کاهش محسوس نرخ ارز خواهیم بود که هر دو بر کاهش قیمت خودرو اثر مستقیم خواهند داشت.

از سوی دیگر مشخص نبودن قیمت قطعی خودرو در مدل پیش‌فروش و موکول شدن قیمت نهایی به قیمت مصوب خودرو در زمان تحویل، موجب می‌شود تا تقاضای سفته‌بازانه رغبت کمتری به مشارکت از خود نشان دهد. به ویژه که در شرایطی که احتمال کاهش قیمت خودرو وجود دارد، حاشیه سود فروش خودرو در زمان تحویل نیز برای متقاضی مشخص نیست.

ساختار مراکز معاینه فنی کشور نیازمند اصلاح است

نایب رئیس انجمن اسقاط و بازیافت خودروهای فرسوده گفت شاخص سن مرز فرسودگی جایگزین سن فرسودگی شده و به نسبت سن خودروها، تعداد دفعات مراجعه به مراکز معاینه فنی افزایش می‌یابد و این در حالی است که بر گواهی‌های صادره از سوی برخی از مراکز معاینه فنی کشور ایراداتی وارد است.

داوود کریمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: براساس آیین‌نامه اجرایی تعیین سن فرسودگی خودروها که پس از پیشنهاد سازمان حفاظت از محیط زیست در خردادماه سال جاری به تصویب هیأت دولت رسیده و ابلاغ شده است، شاخص سن مرز فرسودگی جایگزین سن فرسودگی شده و به نسبت سن خودروها، تعداد دفعات مراجعه به مراکز معاینه فنی افزایش می‌یابد.

وی با اشاره به تعیین سن مرز فرسودگی ۱۵ سال برای خودروهای سواری، ون و خودروهای کار افزود: این خودروها پس از گذشت ۱۵ سال به محدوده سن فرسودگی وارد می‌شوند و براساس مدل خودروها تعداد دفعات متفاوتی که از ۲ تا ۴ بار در سال تعیین شده، می‌بایست برای دریافت گواهی معاینه فنی اقدام نمایند.

نایب رئیس انجمن اسقاط و بازیافت خودروهای فرسوده گفت: در صورتی که این خودروها موفق به دریافت گواهی معاینه فنی نشوند، خودروی فرسوده محسوب شده و می‌بایست وارد فرآیند اسقاط شوند.

کریمی درخصوص وضعیت دریافت برگه معاینه فنی از مراکز مربوطه بیان کرد: ساختار مراکز معاینه فنی در کشور معیوب است و چه بسا خودروهایی که علی‌رغم عدم مراجعه به این مراکز، موفق به دریافت برگه معاینه فنی می‌شوند.

وی همچنین گفت: برخی از دارندگان خودروهای فرسوده با تعویض و نصب پلاک خودروی فرسوده خود بر روی یک خودروی مدل جدید، از خطوط معاینه فنی عبور می‌کنند و بدین ترتیب برگه معاینه فنی مربوط به خودروی فرسوده را دریافت می‌کنند و علاوه بر آن امکان دریافت گواهی معاینه فنی از برخی از مراکز با پرداخت هزینه و بدون بررسی خودرو وجود دارد که حاکی از اشکالات موجود در سیستم معاینه فنی کشور است.

نایب رئیس انجمن اسقاط و بازیافت خودروهای فرسوده درخصوص ارتباط میان قیمت خودروهای کنونی با اسقاط فرسوده‌ها گفت: در حال حاضر، قیمت خودروها با شرایط اسقاط تناسبی ندارد. به عنوان مثال یک خودروی فرسوده در حال تردد که با ۵ میلیون تومان اورهال می‌شود، با قیمتی بیش از ۴۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد و بدین ترتیب فروش این فرسوده‌ها برای مالکان، به‌صرفه‌تر از انتقال آن به مراکز اسقاط است که در مجموع ۱۰ تا ۱۲ میلیون تومان عایدی برای آنها دربردارد.

کریمی در ادامه افزود: هیچ‌گونه رغبتی در جامعه برای هدایت خودروهای فرسوده به مراکز اسقاط وجود ندارد و علت آن، عدم ارزش‌گذاری در کشور برای اسقاط است. در قانون آمده، گواهی اسقاط خودروهای فرسوده می‌بایست صرف شماره‌گذاری خودروهای نو تولید داخلی و یا وارداتی شود که این امر، اجرایی نمی‌شود و بر همین اساس انگیزه‌ای برای اسقاط وجود ندارد.

وی تصریح کرد: انجمن اسقاط از ابتدای سال ۹۹ نسبت به پیشنهاد طرحی به وزارت صمت، مجلس و شورای پول و اعتبار مبنی بر ارائه وامی معادل ۱۰۰ میلیون تومان به منظور جایگزینی خودروهای نو با فرسوده‌ها اقدام کرده و گروه صنعتی ایران خودرو نیز در این رابطه همکاری خود را اعلام نموده است.

نایب رئیس انجمن اسقاط و بازیافت خودروهای فرسوده در پایان خاطرنشان کرد: این پیشنهاد، انگیزه‌ای در جامعه برای از رده خارج سازی خودروهای فرسوده ایجاد خواهد کرد، اما با وجود برگزاری جلساتی در مرکز پژوهش‌های مجلس، وزارت صمت، شورای پول و اعتبار، سازمان برنامه و بودجه و ستاد مدیریت حمل‌ونقل سوخت کشور و اعلام موافقت این نهادها، تاکنون در حد حرف باقی مانده و عملیاتی نشده است.

نماگر بازار سهام

لنت‌های قاچاق و زیرزمینی عامل سوانح اتوبوس‌هاست

دبیر انجمن صنایع لنت ترمز و کلاچ کشور با تاکید بر ضرورت نظارت بیشتر و دقیق‌تر روی ناوگان حمل‌ونقل عمومی کشور گفت یکی از مشکلات اتوبوس‌هایی که با مشکل ترمز مواجه می‌شوند لنت‌های ترمز قاچاق و زیرزمینی است که در بازار عرضه می‌شود که باید در دو حادثه اخیر واژگونی اتوبوس هم ببینیم دقیقا علت بروز نقص فنی در سیستم ترمز چه بوده است و بعدا درباره آن قضاوت کنیم.

به گزارش ایسنا، چهارشنبه و پنج‌شنبه هفته گذشته (دوم و سوم تیرماه) دو اتوبوس خبرنگاران و سرباز معلمان در حوالی نقده ارومیه و محور یزد – شیراز واژگون شدند و در این حوادث دو خبرنگار ایسنا و ایرنا و پنج سرباز معلم جان خود را از دست دادند، اما آنچه که اهمیت دارد اینکه عامل واژگونی هر دو اتوبوس بنابر گزارش پلیس راه بروز نقص فنی حادث در سیستم ترمز این دو اتوبوس بوده است که بعد از این رخداد اظهارنظرهای متفاوتی درباره علت وقوع این سانحه تلخ مطرح شد.

محمود عسگری -دبیر انجمن صنایع لنت ترمز و کلاچ کشور- در این باره به ایسنا، گفت: اگر پلیس راه علت واژگونی این دو اتوبوس را بروز نقص فنی در سیستم ترمز اعلام کرده باید دقیقا بگوید که این نقص فنی در کدام بخش از این سیستم رخ داده است، چراکه سیستم ترمز شامل روغن ترمز، بوستر، کالیپر، دیسک و لنت‌ترمز و ریتاردر خودرو است که هر کدام از اینها با مشکل مواجه شود ممکن است در سیستم ترمز نقص ایجاد کند.

وی افزود: از سوی دیگر باید دید اگر مشکل در لنت ترمز بوده که هنوز اعلام نشده است، راننده اتوبوس این لنت‌ها را از کجا و از چه نوع و برندی تهیه و بر روی اتوبوس سوار کرده است تا ببینیم لنت ترمز معیوب از کجا تولید یا تامین شده است و بتوانیم کیفیت و استاندارد آن را مورد ارزیابی قرار دهیم.

عسگری ادامه داد: در حال حاضر ۹۰ تولیدکننده لنت ترمز در کشور فعالیت می‌کنند که در این میان ۵۰ تولیدکننده عضو انجمن هستند، اما لنت ترمز قاچاق و زیرزمینی هم به وفور در بازار عرضه می‌شود.

وی با بیان اینکه واردات لنت ترمز ممنوع نبوده است، اظهار کرد: براساس آمار گمرک سال گذشته ۲.۵ میلیون دلار لنت ترمز در انواع مختلف به کشور وارد شده است و اخیرا وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرده که تنها مجوز برای واردات کالاهایی که در داخل تولید نمی‌شوند، صادر می‌کند اما تا قبل از این واردات رسمی و غیررسمی لنت ترمز برقرار بود.

دبیر انجمن صنایع لنت ترمز و کلاچ کشور با تاکید بر اینکه استاندارد تولید لنت ترمز اجباری و تحت نظارت سازمان ملی استاندارد است، گفت: نباید بدون بررسی دقیق قضاوت کرد که لنت‌های ترمز داخلی بی‌کیفیت هستند یا از کاغذ و مقوا تولید می‌شوند بلکه باید به دقت مشخص کرد که این لنت‌ها که روی دو اتوبوس واژگون‌شده سوار شده بودند از کدام برند و چگونه تامین شدند.

معاینه فنی اتوبوس‌ها را جدی‌تر بگیریم

عسگری تصریح کرد: از سوی دیگر شاهد معاینه فنی‌هایی هستیم که دقیق نبوده و با بررسی‌هایی سرسری امضا و صادر می‌شود، اما باید معاینه فنی را به ویژه برای خودروهای حمل‌و نقل عمومی جدی‌تر بگیریم و اتحادیه‌های تخصصی در این زمینه و سازمان‌ها و دستگاه‌های متولی نظارت‌های بیشتری بر روی اتوبوس‌ها و دیگر وسایل حمل‌و نقل عمومی داشته باشند تا دیگر شاهد بروز چنین حوادث تلخی نباشیم.

شناسه آگهی ۱۱۵۶۲۳۴

آگهی مناقصه عمومی (نوبت دوم)

شماره ۲۰۰۰۰۰۱۴۰۳۰۰۰۰۹۸ مورخ ۱۴۰۰/۴/۳
مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت
شماره ۷۰ سال ۱۴۰۰

شرکت سهامی آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در نظر دارد عملیات مربوط به احداث مخزن ۲۰۰ مترمکعبی با شیرخانه و شبکه توزیع آب روستای باقراوغلی شهرستان خداآفرین را از محل اعتبارات غیرعمرانی و از طریق مناقصه (عمومی) از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به پیمانکار واجد شرایط و دارای رتبه آب واگذار نماید. کلیه مراحل مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد بدیهی است هزینه آگهی از برنده مناقصه اخذ خواهد شد.

الف) به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
ب) مبلغ برآورد اولیه معادل: ۱۷۶۰۴۱۹۰۱۷۹ ریال
ج) مبلغ سپرده تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار معادل: ۸۸۰۲۰۹۵۰۸ ریال میباشد.
د) مدت اجرای کار: ۶ ماه
ه) دستگاه نظارت: مدیر دفتر بهره برداری و توسعه تاسیسات تامین، تصفیه و خطوط انتقال آب
و) سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.
ز) پیشنهاددهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده، تضمین های معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و حسب مفاد اسناد مناقصه ضمانت نامه یا رسید واریز وجه را بصورت اصل در وقت مقرر در اسناد به کارفرما تسلیم نماید به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
مهلت فروش اسناد از تاریخ درج آگهی لغایت ساعت ۱۹ مورخه ۱۴۰۰/۴/۱۲
آخرین مهلت تسلیم پیشنهادات در سامانه ستاد ایران ساعت ۸ صبح مورخه ۱۴۰۰/۴/۲۳
زمان و تاریخ بازگشایی پیشنهادات در سامانه ستاد ایران ساعت ۱۰ صبح مورخه ۱۴۰۰/۴/۲۳
سایت www.abfaazarbaijan.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۹
۴۶۸
شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

رهبری

چگونه با اینفلوئنسرها همکاری داشته باشیم؟

به قلم: جودا هانیکمن
نویسنده حوزه تکنولوژی و شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل‌علی

اهمیت شبکه‌های اجتماعی امروزه برای هر فردی به اثبات رسیده و برای موفقیت، همکاری با اینفلوئنسرها به عنوان افرادی که بیشترین تمرکزها به سمت آنهاســت، کاملا ضروری است با این حال کمتر در رابطه با اصول همکاری با این افراد صحبت شده است. همین امر باعث شــده است تا این همکاری، با بالاترین حد نتایج همراه نباشد. در این زمینه فراموش نکنید مواردی که قصد بررسی آنها را داریم، صرفا برای اینفلوئنسرها نبوده و میکرواینفلوئنسرها را نیز شامل می‌شود. درواقع میکرواینفلوئنسرها معمولا فعالیت تخصصی‌تری دارند که باعث می‌شود در صورت ارتباط داشتن موضوع فعالیت آنها با کسب و کار شما، حتی شانس کسب نتایج بالاتری را هم داشته باشید. در این زمینه فراموش نکنید که مسئله هزینه هم، یک معیار مهم محسوب می‌شود.

۱- استراتژی خود را بشناسید

اولین نکته‌ای که باید به آن توجه داشــته باشید این است که هدف شــما از همکاری چیست؟ در هر زمینه‌ای تا زمانی که هدف مشخص نباشد، نتیجه خوبی را به دست نخواهید آورد. درواقع اشتباه بزرگ اکثر کسب و کارها این است که صرفا به خاطر محبوبیت یک نفر، درخواست تبلیــغ می‌کنند. این امر در حالی اســت که هدف شــما نوع تبلیغ را مشخص خواهد کرد. همچنین فراموش نکنید که در بسیاری از شرایط شــما نیاز به همکاری طولانی‌مدت دارید. تحت این شرایط لازم است تا اهداف کاملا مشــخص شده باشد. در نهایت فراموش نکنید که شما باید فضاها را بشناسید. برای مثال ممکن است شما در یوتیوب فعالیتی را نداشــته باشید، با این حال همکاری با یوتیوبرها، بهتر از همکاری با افراد فعال در اینستاگرام باشد. درواقع اگر هدف شما فروش و افزایش ترافیک سایت اســت، دیگر به یک شبکه محدود نخواهید بود، با این حال اگر قصد دارید تا صفحه شــما در یک شــبکه خاص با مخاطبان بیشتری همراه شود، همه چیز متفاوت خواهد شد. توصیه می‌شود که قبل از هرگونه واریز مبلغ، درباره اهداف خود با اینفلوئنســرها صحبت کنید. این امر باعث خواهد شد تا از پیشنهادهای آنها بتوانید استفاده نماییــد. در این زمینه حتی اگر امکان جلســه حضــوری وجود ندارد، توصیه می‌شود که یک وبینار داشته باشید. بهتر است که در این جلسه آنلاین، دیگر همکاران شما نیز حضور داشته باشند. این نکته را فراموش نکنید که همکاری طولانی مدت با یک اینفلوئنسر، کم‌هزینه‌تر از این است که به صورت مداوم افراد مختلف را امتحان نمایید و این امر باعث می‌شود که فرصت برای انجام فعالیت‌های بیشتری را هم داشته باشید.

۲- درباره گزینه‌ها تحقیق نمایید

متاسفانه اکثر برندها درباره گزینه‌های خود کمترین تحقیق ممکن را انجام می‌دهند. درواقع تصور اولیه این اســت که مرتبط بودن حوزه فعالیت و تعداد دنبال‌کنندگان بالا، به معنای انتخابی درست است. این امر در حالی اســت که شما حداقل به یک هفته تحقیق نیاز دارید. در این رابطه شما باید حداقل با دو برندی که سابقه همکاری با این افراد را داشته‌اند، مشورت داشته باشید. این امر به سادگی از طریق پیگیری تبلیغات انجام شده، امکان‌پذیر خواهد بود. همچنین امروزه با توجه به تعداد زیاد برندهایــی که لایک، کامنت و حتی دنبال‌کنندگان تقلبی به فروش می‌رســانند، دیگر اتکا به این بخش چندان منطقی نخواهد بود. در این زمینه شــما باید به تعداد مخاطبان در لایوها و استوری‌ها توجه داشته باشید. در این زمینه انواع ابزارها وجود دارد که شما را در انتخاب‌های حرفه‌ای‌تر، کمک می‌کند. در نهایت شما باید فهرست افراد را براساس معیارهای خود، اولویت‌بندی نمایید و با هر یک از آنها ارتباط برقرار کنید. در این رابطه ممکن است با آمارهای بسیار جالبی مواجه شــوید. برای مثل ممکن است یک میکرواینفلوئنسر، از هر اینفلوئنسر مطرح دیگری، گزینه‌ای مناسب‌تر محسوب شود.

۳- تنها به یک مبلغ مشخص محدود نباشید

بــرای این امر کــه گزینه و یا گزینه‌های انتخابــی انگیزه فعالیت بیشــتری را داشته باشند، توصیه می‌شود که چندین شرط را برای خــود تعیین نمایید. برای مثال اگر فرد انتخاب شــده بتواند تعداد مشــخصی از دنبال‌کننده را برای شما به همراه داشته باشد، مبلغی دیگر را واریز نمایید. همچنین لازم است تا قرارداد شما دو مرحله‌ای باشــد. درواقع یــک پیش‌پرداخت برای پوشــش هزینه‌ها و دیگری تســویه کامل و از افراد بخواهید تا هرگونــه نظری را اعلام نمایند. برای مثال ممکن اســت یک آنباکس محصول، به مراتب جذاب‌تر از صرفا نام بردن باشــد. در این زمینه بــا نگاهی به فعالیت‌های انجام شــده از سوی ســایر برندها می‌توانید گزینه‌های مناسب‌تری را هم انتخاب کنید. در این زمینه آمارهای جهانی حاکی از آن اســت که تبلیغ غیرمستقیم، نتایج به مراتب بهتری را به همراه دارد.

۴- همواره آینده را در نظر بگیرید

این موضوع را در قرارداد ذکر نمایید که در صورت مناســب بودن همــه چیز، قرارداد تمدید خواهد شــد. این امر خــود انگیزه فرد را افزایش می‌دهد و باعث می‌شــود تا زمینــه همکاری‌های بلندمدت شــکل گیــرد. این اقــدام به مراتب بهتــر از زمانی خواهــد بود که شــما اطمینان دهید که برای زمانی مانند یک ســال، با اینفلوئنسر همکاری خواهید داشت. در نهایت با اقداماتی نظیر سهامدار کردن افراد، می‌توانید زمینه را برای فعالیت‌های به مراتب بیشتر از قرارداد نیز مهیا سازید. درواقع هر پیشنهادی که امکان کسب درآمد بالاتر را بــه همراه دارد، می‌تواند گزینه‌ای کاملا مناســب باشــد. در این زمینه نباید توجه به رایج بودن آنها داشته باشید.

۵- نتایج را پیگیری نمایید

در آخــر شــما باید نتایــج را پیگیری نمایید تا از مناســب بودن همه چیز اطمینان داشته باشید. این اقدام از طریق انواع نرم‌افزارها به ســادگی امکان‌پذیر اســت. همچنین لازم اســت تــا تعامل لازم میان اینفلوئنســر و ادمیــن صفحه خود هم ایجــاد نمایید. درواقع فعالیت‌هــای هر یک از آنها می‌تواند مکمل و پشــتیبان هم باشــد. در رابطه با نتایج توصیه می‌شــود که این موضوع را با اینفلوئنســر طــرف قرارداد هم به اشــتراک بگذارید و در ایــن زمینه گفت و گو نمایید. این نکته را فراموش نکنید که در برخی از شرایط ایرادی به اینفلوئنســر وارد نیست و درواقع اگر صفحه شما جذابیت لازم برای جــذب مخاطب را ندارد، دیگر تبلیغات گســترده و فعالیت هرچند حرفه‌ای اینفلوئنسر، نتایج موردانتظار را به همراه ندارد.

منبع: entrepreneur.com

توصیه‌های مالیاتی برای کسب و کارهای کوچک

به قلم: استیو اسمیت
کارشناس کسب و کارهای کوچک
ترجمه: علی آل‌علی

صاحبان کسب و کارهای کوچک همیشه درباره مسائل مالیاتی نگرانی دارند. این امر ناشــی از عدم آشنایی کافی با شرایط مالیات کسب و کار و همچنین شهرت منفی مسائل مالیاتی در زمینه زمانبر بودن است. همین امر بسیاری از کارآفرینان را نسبت به مسئله مالیات نگران ساخته است.

اگر شــما در زمینه پرداخت مالیات برای کسب و کارتان هیچ تجربه‌ای ندارید، شــاید امسال زمان صرف نظر از همکاری با موسسه‌های مالیاتی و تلاش برای پرداخت مالیات‌تان بدون کمک دیگران باشد. این امر نه تنها صرفه‌جویی مالی برای شــما به همراه دارد، بلکه آگاهی‌تان را نســبت به وضعیت کسب و کارتان و حوزه مالیات افزایش خواهد داد.

هدف اصلی در این مقاله بررســی برخی از نکات اساسی برای پرداخت ساده و بی‌دردسر مالیات از سوی کسب و کارهای کوچک است. این امر در کنار برخی از توصیه‌های اساســی شما را بدل به افرادی آگاه و تا حدودی حرفه‌ای در زمینه پرداخت مالیات خواهد کرد.

خریدها را به پایان سال واگذار کنید

پرداخت مالیات مربوط به خرید تجهیزات تازه برای شرکت اغلب اوقات یکی از دردســرهای همیشــگی برای کارآفرینان محسوب می‌شود. نکته جالــب در این میان امکان صبر کردن تا پایان ســال بــرای بهره‌مندی از تخفیف مالیاتی در این زمینه است. دلیل اصلی این تخفیف ترغیب کسب و کارها برای پرداخت به موقع مالیات‌شان است.

وقتی شــما در خرید تجهیزات موردنیاز کســب و کارتــان زمان‌بندی درســتی نداشته باشید، مالیات‌تان به طور تصاعدی افزایش خواهد یافت. درســت به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ خریدهای ضروری‌شــان را در روزهای پایانی ســال انجام می‌دهند. چنین کاری امکان بهره‌گیری از تخفیف مالیاتی و همچنین تخفیف مربوط به خرید به دلیل بازار آخر سال را به همراه دارد. بنابراین شما در نوبت بعدی برای خرید تجهیزات کسب و کارتان باید این نکته را مدنظر قرار دهید.

پرداخت مالیات مشتریان پس از فروش

برخــی از برندها پرداخت مالیات مربــوط به فروش را به روزهای پایانی ســال موکــول می‌کنند. ایــن امر نه تنها مزیت مناســبی نیســت، بلکه دردســرهای زیادی برای برندها به همراه دارد. اگر شما تا آخرین روزهای ســال صبر کنید، فقط حجم کارهای‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. بی‌تردید مدیریت شــمار بالایی از فیش‌های مالیاتی در روزهای پایانی ســال کار مورد علاقه هیچ‌کسی نیست. بنابراین شما باید دقــت نظر در زمینه پرداخت به موقع مالیات کســب و کارتان را داشــته باشــید. این امر اهمیت بســیار زیادی برای برندها به همراه دارد. کسب و کارهای B2B اغلب اوقات تا روزهای پایانی ســال برای پرداخت مالیات صبر می‌کننــد. این امر به دلیل میزان بالای مالیــات در این حوزه اغلب اوقات مشــکلاتی به همراه دارد. بنابراین اگر شما مالیات‌تان را به موقع و پس از هر فروش پرداخت نمایید، دیگر مشکلی از بابت نگرانی برای جریمه مالیاتی نخواهید داشت.

جدول‌بندی میزان بازگشت سرمایه

اگر کسب و کار شما در طول سال بازگشت سرمایه اندک یا منفی داشته باشد، مشمول معافیت‌های مالیاتی مختلف خواهد شد. بنابراین شما باید همیشــه حواس‌تان به وضعیت سرمایه‌گذاری‌تان باشد در غیر این صورت شــاید بدون اینکه ســودی کرده باشــید، مجبور به پرداخت مالیات‌های ســنگین شوید. این امر آینده کسب و کار شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار می‌دهد.

بسیاری از برندها حواس‌شان به میزان بازگشت سرمایه نیست. این امر نه تنها از نظر مالیاتی، بلکه در زمینه حسابداری نیز فاجعه بزرگی خواهد بود. وقتی شما اطلاعی از میزان سودتان نداشته باشید، ادامه کسب و کارتان با چالش اساسی مواجه می‌شود.

سرمایه‌گذاری بر روی زیرساخت‌های انرژی

برخی از حوزه‌ها به دلیل اهمیت‌شــان برای جامعه از نرخ بسیار پایین مالیات برخوردار هستند. این امر به معنای امکان سرمایه‌گذاری مناسب از سوی شما و کسب سود بدون نیاز به پرداخت مالیات فراوان است. چنین امری نوعی مشــوق سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. بنابراین اگر کسب و کار کوچک شما دارای بودجه اضافی است، سرمایه‌گذاری‌اش در این حوزه ایده جذابی خواهد بود. دســت کم دیگر نیــازی به پرداخت مالیات برای سود اضافه نیست و فعالان حوزه زیرساخت انرژی از سرمایه اولیه مناسبی بهره‌مند می‌شوند.

منبع: smallbusiness.chron.com

آگهی مزایده اموال غیر منقول (اسناد رهنی) پرونده اجرایی کلاسه ۸۹۰۰۱۱۲

به اطلاع عموم میرساند: به موجب پرونده اجرائی به کلاسه بایگانی ۸۹۰۰۱۱۲ ششدانگ پلاک ثبتی ۲۷۰۲/۴۱۰۹ (چهار هزار و یکصد و نه فرعی از دو هزار و هفتصد و دو اصلی) واقع در بخش ۲ اهواز به مساحت ۲۲۰ متر مربع به مالکیت آقای محسن عطار فرزند محمد به شماره شناسنامه ۱۷۲ صادره از اهواز کد ملی ۱۷۵۵۶۷۴۰۹۰ * نشانی ملک اهواز فاز دو بادادشهر بلوار وصال خیابان ۵۳ پلاک ۳۹
با حدود و مشخصات:
شمالا به طول ۱۰ متر به خیابان ۱۰ متری - شرقا به طول ۲۲ متر به پلاک ۲۷۰۲/۴۱۰۸
جنوبا به طول ۱۰ متر به خیابان ۳۸ متری - غربا به طول ۲۲ متر به پلاک ۲۷۰۲/۴۱۱۰
که طبق سند رهنی ۱۳۶۹۰۴ مورخ ۱۳۸۷/۰۴/۱۰ تنظیمی دفترخانه اسناد رسمی شماره ۴۷ اهواز نزد بانک ملت شعبه اهواز در رهن بوده و به علت عدم پرداخت بدهی منجر به صدور اجرائیه به کلاسه ۸۹۰۰۱۱۲ له بانک ملت شعبه اهواز علیه شرکت سالب منطقه آزاد اروند (وام گیرنده) و آقای محسن عطار (راهن) گردید پس از ابلاغ اجرائیه و طی مراحل اجرایی توسط کارشناس رسمی دادگستری به مبلغ ۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (بیست میلیارد ریال) ارزیابی گردید و پلاک مذکور که طبق گزارش کارشناس رسمی دادگستری یک ساختمان دو طبقه با دو واحد مسکونی که طبقه همکف مشتمل بر حیاط و هال و پذیرایی و آشپزخانه و سه اتاق خواب و حمام و توالت است و در طبقه اول نیز یک واحد مسکونی دو خوابه احداث شده که از طریق راه پله آهنی به حیاط و معبر قابل دسترس است ساختمان با دیوارهای بلربر و سقف تیرچه بلوک و نمای آجری بنا شده است واحد طبقه اول با سقف طاق ضربی و نمای سیمان سفید و آجری بدون بند کشی مشاهده شده است مساحت عرصه ۲۲۰ متر مربع و مساحت اعیان در طبقه همکف حدود ۱۵۵ متر مربع و اعیان در طبقه اول حدود ۸۵ متر مربع میباشد ملک دارای انشعاب آب و دو انشعاب برق تک فاز و سه فاز و انشعاب گاز میباشد ضمنا ملک در ید مالک میباشد که پس از قطعیت ارزیابی و بنا به درخواست بستانکار از طریق مزایده بفروش می رسد مزایده پلاک مذکور با مبلغ پایه ارزیابی ۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (بیست میلیارد ریال) از ساعت ۹ الی ۱۲ روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۰/۰۴/۲۰ در محل اداره اجرای اسناد رسمی اهواز واقع در اهواز کوی نبوت جنب مجتمع قضایی شهید باهنر ساختمان اداره اجرای اسناد رسمی اهواز برگزار و به بالاترین مبلغ پیشنهادی فروخته خواهد شد مورد مزایده برابر اعلام بستانکار فاقد هر گونه پوشش بیمه ای می باشد پرداخت بدهی های مربوط به آب برق گاز اعم از حق انشعاب و یا حق انشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد ، مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد ضمنا شرکت کنندگان در جلسه مزایده منضم به درخواست خرید می بایست فیش پرداختی معادل ۱۰ درصد مبلغ پایه را پرداخت و به اداره تحویل نمایند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۴/۰۹ — شماره م/الف: ۵۴۵۹
سرپرست اداره اجرای اسناد رسمی اهواز - فریبا آزمایی نیا

مفقودی

برگ سبز سواری پژو CNG PARS XU7 خودروی پراید صبا بنزینی مدل ۱۳۹۲ به نام لیلا اسمعیلی نیا و به شماره موتور ۱۲۴K۰۱۸۲۹۹۶ به شماره شناسایی NAAN۲۱CA۷DK۱۶۷۱۶۶ به شماره پلاک خودرو ۸۹۸ ط ۷۷ ایران ۷۹ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان قزوین

آگهی اختصاصی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی چالوس

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ملک متقاضی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چالوس مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض وی محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:
۱۰۰۳ فرعی قسمتی از پلاک شماره ۱۱۱ فرعی از ۱۳ اصلی واقع در قریه هرطه کلا بخش کلارستاق حوزه ثبت ملک چالوس مربوط به مهدی درج نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با انباری به مساحت ۶۶ ۴۵۴ متر مربع خریداری مع الواسطه از مالکیت مشاعی
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 دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات 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 دو 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 عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را 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 می نماید 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 اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع 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.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۳/۲۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۴/۰۹
سرپرست ثبت اسناد و املاک چالوس - نیکنام ازوجی
شناسه آگهی ۱۱۴۶۷۴۲

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروزی خانم گلنهار ولی اندبیل، نسبت به ششدانگ یکباب انباری و محوطه بیلاک ثبتی ۱۹۰۹/۳۰۸۲ اصلی واقع در اراضی قریه اندبیل از بخش ۷ خاندبیل خلخال و قسمتی از اصلی مذکور، از مالکیت اولیه ولی اله ولی اندبیل که باستناد رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۳۰۰۲۰۰۰۶۳۵ مورخ ۱۴۰۰/۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۳۰۰ متر مربع؛ تایید و اعلام گردیده است لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالحه مراجعه و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۳/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۹
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - بهروز شکوری
۴۰۰

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروزی آقای علی صالحی مزجین، نسبت به ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه بیلاک ثبتی ۱۹۴۱/۲۴۷ اصلی واقع در اراضی روستای مزجین از بخش ۷ خاندبیل خلخال و قسمتی از اصلی مذکور، از مالکیت اولیه رحیم اله صالحی که باستناد رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۳۰۰۲۰۰۰۶۱۷ مورخ ۱۴۰۰/۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۳۳۵/۴۰ متر مربع؛ تایید و اعلام گردیده است لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالحه مراجعه و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۳/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۹
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - بهروز شکوری
۳۹۹

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروزی خانم معصومه ولی اندبیل، نسبت به ششدانگ یکباب انباری و محوطه بیلاک ثبتی ۱۹۰۹/۳۰۸۲ اصلی واقع در اراضی قریه اندبیل از بخش ۷ خاندبیل خلخال و قسمتی از اصلی مذکور، از مالکیت اولیه ولی اله ولی اندبیل که باستناد رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۳۰۰۲۰۰۰۶۳۴ مورخ ۱۴۰۰/۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۳۰۰ متر مربع؛ تایید و اعلام گردیده است لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالحه مراجعه و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۳/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۹
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - بهروز شکوری
۴۰۱

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروزی آقای خدابخش مهربان هشجین، نسبت به ششدانگ یکبابخانه و محوطه بیلاک ثبتی ۲۱/۲۷۷ اصلی واقع در اراضی روستای راویه مشایخ از بخش ۱۷ خورشرستم خلخال و قسمتی از ۳۴ فرعی از اصلی مذکور، از مالکیت اولیه ضربعلی و سبزعلی هر دو طاهری که باستناد رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۳۰۰۲۰۰۰۷۱۱ مورخ ۱۴۰۰/۰۴/۲۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۳۷۶/۷۵ متر مربع؛ تایید و اعلام گردیده است لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالحه مراجعه و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۳/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۹
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - بهروز شکوری
۳۷۳

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروزی آقای کیان بفراجردی، نسبت به ششدانگ یکبابخانه و محوطه بیلاک ثبتی ۱۹۴۹/۴۹۲ اصلی واقع در اراضی قریه بفراجرد از بخش ۷ خاندبیل خلخال و قسمتی از اصلی مذکور، از مالکیت اولیه جهانسوز بفراجردی که باستناد رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۳۰۰۲۰۰۰۶۲۱ مورخ ۱۴۰۰/۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۹۱۰/۱۰ متر مربع؛ تایید و اعلام گردیده است لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالحه مراجعه و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۳/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۹
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - بهروز شکوری
۳۷۴

اخبار

توسط رییس کمیته داوران تکواندو خوزستان اعلام شد:

ساختار و صدور گواهینامه داوری بین المللی

اهواز – شبنم قجاوند:اسماعیل اسفندیاری ساختار صدور گواهینامه داوری و چگونگی ارتقای درجه داوران بین المللی را اعلام کرد. اسفندیاری رییس کمیته داوران تکواندو استان خوزستان در خصوص ساختار صدور گواهینامه داوری و چگونگی ارتقای درجه داوران بین المللی عنوان کرد. بر اساس اخرین اعلام فدراسیون جهانی تکواندو WT در دوره هماهنگی و باز اموزی داوران بین المللی که در ۱۲ و ۱۳ ژوئن ۲۰۲۱ (خرداد ۱۴۰۰) در واشنگتن دی سی امریکا برگزار شد ، کمیته داوران فدراسیون جهانی تکواندو ساختار صدور گواهینامه داوری (referee certification course structure) و ارتقای داوران بین المللی را بدین شرح اعلام نمود. برای اخذ مدرک *P class یا همان مدرک ابتدایی علاقمندان علاوه بر داشتن مدرک کمر بند مشکی دان ۴ کشوری و داشتن مدرک داوری درجه یک یا ملی کشوری باید حداقل دارای کمر بند مشکی دان ۲ یا ۳ کوکی وان را نیز اخذ و در دوره بین المللی شرکت نمایند. اسفندیاری همچنین ادامه داد: داوران پایه نیز برای ارتقاء به *3rd class یا همان اخذ مدرک داوری بین المللی با رعایت قانون و دارا بودن مدرک داوری درجه یک یا ملی کشوری باید دارای مدرک دان ۴ کوکی وان باشند و حضور در دوره بین المللی. و برای ارتقاء از درجه سه به درجه دو بین المللی (*2nd class to) باید ۳ سال از زمان اخذ درجه ۳ بین المللی بگذرد و در ۸ رویداد بین المللی (مسابقه یا باز اموزی بین المللی) شرکت کنند. رییس کمیته داوران همچنین ادامه داد؛ برای ارتقاء از درجه دو به درجه یک بین المللی (*1st class to) باید ۵ سال از اخذ مدرک درجه دو گذشته باشد و در ۱۲ رویداد بین المللی (مسابقه یا باز اموزی بین المللی) شرکت کنند. و نهایتا برای اخذ مدرک *S class باید ده سال از اخذ مدرک درجه یک ایشان به انضمام ۱۵ حضور بین المللی داوری بگذرد. اسماعیل اسفندیاری در خصوص وضعیت داوران استان خوزستان نیز اذعان داشت هم اکنون دو داور استان در استانه اخذ مدرک درجه یک بین المللی خود و ۳ داور نیز مهیای ارتقاء به درجه دو بین المللی میباشند. شایان ذکر است استان خوزستان در حال حاضر بیش از ۳۶۰ داور درجه یک و دو و سه فعال است که دوازده نفر از ایشان مدرک بین المللی را اخذ نموده اند.

شرکت پالایش گازفجرجم:

پیشرفت تعمیرات اساسی شرکت در گرمای طاقت فرسا

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مهندس نجفی درمصاحبه ی کوتاهی با خبرنگار شرکت با اشاره به پروژه مهم تعمیرات اساسی گفت:این پروژه در گرمای سخت وطاقت فرسایی که وجود دارد با پیشرفت خوبی در حال انجام است ومن بعنوان مدیرعامل این شرکت، بر تمام تلاش ها و تعلق خاطر کارکنان وکارگران شرکت واقف هستم وبه آن احترام می گذارم. وی افزود: این پروژه از آنجا برای شرکت دارای اهمیت بالایی است که ضمن بروز توانایی و خودکفایی کارکنان؛ تولید محصولات ما نیزبه آن وابسته است. مدیرعامل شرکت پالایش گازفجرجم تصریح کرد: از تمام کارکنان می خواهم که پروتکل های بهداشتی و الزامات HSE را جدی بگیرند و هرگز از ویروس منحوس کرونا غافل نباشند. وی گفت: بخش های پشتیبانی شرکت می بایست تمام تدارکات لازم و پیش بینی های ضروری را برای پیمان های عملیاتی داشته باشند تا کارگران با اطمینان بیشتر از سلامتی و ایمنی خود به فعالیت های جاری ادامه دهند. مهندس نجفی با اشاره به تکریم نیروی انسانی در شرکت اظهار داشت: این موضوع می بایست بعنوان یک اولویت در شرکت پالایش گازفجرجم مدنظر باشد و سرپرستان محترم در این زمینه تمام همت خود را بکار ببندند.

دکتر محمد اسماعیل هنرمند:

سومین مرحله از قطع برق ادارات و دستگاههای اجرایی پرمصرف استان گیلان

رشت – خبرنگار فرصت امروز: محمد اسماعیل هنرمند مدیرعامل توزیع برق گیلان از اجرای مرحله سوم قطع برق ادارات پرمصرف در ۹ شهر استان خبر داد. مدیرعامل توزیع برق گیلان ضمن اشاره به دستورالعمل های ارسالی از سوی شرکت توانیر مبنی بر پایش مصرف برق ادارات و دستگاهها افزود: این مشترکین ملزم به کاهش ۵۰ درصدی مصرف برق در ساعات اداری و همچنین کاهش مصرف به میزان ۱۰ درصد در ساعت غیر اداری هستند. وی ضمن تشکر از مدیران ادارات، سازمانها و دستگاه های اجرایی که همکاری بسیار خوبی در مصرف بهینه انرژی برق دارند خاطرنشان کرد: هماهنگی لازم با استانداری جهت تشکیل اکیپ های مدیریت مصرف به منظور بررسی میزان مصرف برق ادارات و دستگاههای اجرایی استان در فصل گرما جهت پیشگیری از خاموشی ها، تشکیل شده و اقدامات قانونی لازم جهت برخورد باسازمانهایی که الگوی مصرف را رعایت نکرده اند اعمال شد. هنرمند تاکید کرد: تابستان سالجاری وضعیت صنعت برق بسیار ویژه و حساس تر از گذشته است زیرا بابه توجه افزایش زودرس دمای هوا و افزایش مصرف برق، کاهش تولید در نیروگاههای برقابی، استخراج غیرمجاز رمزارزها و ... مصرف برق نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش چشمگیری داشته است. مدیرعامل توزیع برق گیلان اظهار داشت: از ابتدای سالجاری مصرف برق ادارات و دستگاههای اجرایی با دقت مورد پایش قرار گرفته است و بر این اساس در رشت برق اداره کل مالیاتی استان، سازمان نوسازی و تجهیز مدارس گیلان ، اداره مالیات و دارایی لنگرود، اداره دارایی و پژوهشکده چای لاهیجان، اداره دارایی و اداره آبیاری کشاورزی فومن، اداره امور مالیاتی رودسر و سازمان تامین اجتماعی چابکسر، سازمان تامین اجتماعی انزلی بهمراه ساختمان اداری منطقه آزاد این شهرستان، اداره دارایی و اداره بهزیستی آستانه، دانشگاه آزاد اسلامی و تامین اجتماعی آستارا، تامین اجتماعی املش ساعت ۱۱ روز چهار شنبه ۲ تیر به دلیل عبور از آستانه مصرف قطع شد. وی تاکید کرد: بمنظور جلوگیری از خاموشی ها؛ برق فرمانداری رشت ، استانداری گیلان ، ساختمان های اداری توزیع برق گیلان، بیمارستان ها روی حالت دیزل ژنراتور(برق اضطراری) قرارگرفته تا فشار بار مصرف روی شبکه های توزیع برق کاسته شود .

کارگروه هماهنگی و ساماندهی دستفروشان معابر سطح شهر گرگان تشکیل شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: معاون خدمات شهری شهرداری گرگان از برگزاری کارگروه هماهنگی و ساماندهی دستفروشان معابر سطح شهر خبر داد.احمد سالاری معاون خدمات شهری با اعلام این خبر گفت: شهرداری گرگان در راستای اجرای تبصره ۱ بند ۲ ماده ۵۵ قانون شهرداری ها ملزم به رفع سد معابر عمومی ،اشغال پیاده‌روها و جلوگیری از سوء استفاده از اماکن عمومی است.سالاری افزود: حضور دستفروشان و وانت بارهای میوه در هسته مرکزی شهر به ویژه در نقاط پرتردد باعث بروز مشکلات فراوانی از جمله افزایش بار ترافیکی، نارضایتی شهروندان و در مجموع نازیبایی چهره شهری را در برداشته است. وی خاطرنشان کرد: شهرداری گرگان با آماده‌سازی بازارچه ۴ هزار متری در جنب بهداشت مرکزی جهت ساماندهی دستفروشان میوه و تره بار و همچنین پارکینگ جنب درمانگاه سپاه در خیابان پاسداران را جهت ساماندهی سبز ی فروشان هسته مرکزی را تعیین کرده است.معاون خدمات شهری شهرداری گرگان ابراز امیدواری کرد با تشکیل این کارگروه که متشکل از دستگاه‌های اجرایی از قبیل فرمانداری، دادستانی، انتظامی و اصناف و ... است، شاهد بهبود سیمای شهری و افزایش رضایت شهروندان باشیم.

ترمیم و بهسازی ۱۰ کیلومتر از جاده‌های روستائی شهرستان رامشیر در راستای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت آغاجاری

اهواز – شبنم قجاوند:رئیس مهندسی ساختمان این شرکت با اعلام این خبر بیان کرد: در راستای تحقق مسئولیت‌های اجتماعی، جاده اصلی و فرعی روستاهای شهرستان رامشیر به‌طول ۱۰ کیلومتر ترمیم- بهسازی و ایمن‌سازی شد. مهندس نصیراوی افزود: عملیات خاکی شامل تسطیح، خاکبرداری، تراکم، آبپاشی و گریدرزنی و ایمن‌سازی ۴ روستای (ابوالفلوس- عدسواری- حفیره- عدشرهان) از توابع شهرستان رامشیر در راستای خدمات عام‌المنفعه به مناطق همجوار تأسیسات انجام شد. وی در پایان گفت: فاز اول این عملیات با پشتیبانی ماشین‌آلات راه‌سازی (لودر- گریدر- کمپرسی و آبپاش) با هزینه‌ای بالغ بر یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون ریال انجام شد و عملیات شن‌ریزی جاده روستاهای مذکور که در مجاورت چاه‌های نفتی قرار دارند در فاز بعدی و در آینده نزدیک انجام خواهد شد.

در ادامه جلسات آموزشی عملیات در منطقه هرمزگان تحقق یافت

بازآموزی کارکنان عملیات انبارنفت باهنر بندرعباس

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز – کارکنان عملیات انبارنفت شهید باهنر بندرعباس با حضور در دوره آموزشی دو روزه با آخرین تغییرات محاسبات سیستم های مکانیزه آشنا شدند به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان در این دوره آموزشی، نکات کلیدی درباره محاسبه سرک و کسری فرآورده هنگام جابجایی، چگونگی ثبت دیپ مخازن و محاسبات سیستمی مربوط به آن به حاضران آموزش داده شد. در این برنامه آموزشی دو روزه که بدلیل شرایط خاص بیماری کرونا با رعایت کامل پروتکل های بهداشتی برگزار شد؛ روسای نوبتکاری و همکاران عملیات مخازن و نوبتکار انبار نفت شهید باهنر درمجموعه معاونت فنی و عملیاتی منطقه هرمزگان حضور داشتند

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان در نشست خبری:

برنامه بلند مدت آبفا، شیرین سازی آب دریاست نه تکیه بر منابع سطحی و زیر سطحی

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان در تشریح وضعیت آب استان به مجموعه اقداماتی اشاره کرد که علیرغم حاکم شدن خشکسالی و تحت تاثیر قرار دادن منابع سطحی و زیر سطحی، بیش از ۵۰ درصد جمعیت هرمزگان تابستان بدون تنشی را سپری خواهند کرد. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، امین قصمی در نشست خبری به مناسبت هفته صرفه جویی، دلیل عدم مواجهه این میزان از جمعیت هرمزگان از تنش آبی را ظرفیت سازی تولید آب پایدار از طریق احداث آب شیرین کن ها عنوان کرد و افزود: به دلیل خشکسالی، بندرعباس به عنوان تنها مرکز استانی شناخته می شود که از سوی وزارت نیرو به دلیل استفاده از منابع سطحی در سال های گذشته، با حساسیت بالا به آن نگاه می شود که خوشبختانه با مجموع اقدامات انجام شده، عمده نیاز آن بجای آب های سطحی از طریق شیرین سازی آب دریا تامین می شود.به گفته وی، شهر بندرعباس، بندر خمیر و روستاهای تحت پوشش با جمعیتی حدود یک میلیون نفر از منابع تولیدی آب شیرین کن یک میلیون متر مکعبی و یکصد هزار متر مکعبی تامین می شوند که باعث شده در بحبوحه خشکسالی، منابع پایدار تولید آب برای بیش از نیمی از جمعیت هرمزگان داشته باشیم.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از افتتاح سامانه تامین آب بندرعباس که با دستور رئیس جمهور در بهار امسال افتتاح شد، به عنوان پروژه نجات بندرعباس از تنش و بحران جدی آب یاد کرد و افزود: این پروژه شامل افتتاح فاز سوم آب شیرین کن یکصد هزار متر مکعبی، ۳۳ کیلومتر خط انتقال و بازسازی مخزن ۳۰ هزار متر مکعبی بندرعباس بود که اگر به سرانجام نمی رسید، شاهد چالش و بحران جدی برای مرکز استان بودیم.

تامین نیاز ۲۰۰ روستا از طریق آبرسانی سیار

وی در ادامه به وضعیت آب استان اشاره کرد و افزود: ۲۰۰ روستا با جمعیتی بالغ بر ۵۷ هزار نفر به دلیل از دست رفتن منابع محلی تامین آب مورد نیازشان با تنش مواجه هستند که از طریق آبرسانی سیار تامین و جبران می شود. به گفته مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، به دلیل از دست رفتن منابع آبی ناشی از کم بارشی چاره ای جز آبرسانی سیار نداریم که در تلاش هستیم با افزایش ناوگان، آبرسانی سیار را را برای گذر از بحران تقویت کنیم. قصمی از کمبود دو هزار و ۴۰۰ لیتر بر ثانیه آب شرب در هرمزگان خبر داد و گفت: هشت هزار و ۲۰۰ لیتر بر ثانیه نیاز آبی هرمزگان است که در حال حاضر ظرفیت موجود ما پنج هزار و ۸۰۰ لیتر بر ثانیه است.

اختصاص ۳۰۲ میلیارد ریال به اجرای طرح‌های راهداری استان مرکزی

اراک- فرناز امیدی: معاون راهداری وحمل و نقل جاده ای استان مرکزی اظهار داشت: ۱۳ میلیارد ریال این اعتبارات برای اجرای عملیات لکه‌گیری و روکش آسفالت جاده خمین- گلپایگان به طول چهار کیلومتر و ۲۰ میلیارد ریال برای اجرای پنج کیلومتر ماسه آسفالت و ۲ کیلومتر روکش آسفالت در جاده خمین - الیگودرز اختصاص یافته است. اختری از آغاز عملیات اجرایی طرح لکه‌گیری جاده اراک - توره خبر داد و گفت : این طرح شامل لکه‌گیری و روکش آسفالت مقطعی جاده‌های شازند – ازنا، اراک – فرمهین و شازند – خمین در حوزه استحفاظی شهرستان های اراک و شازند آغاز و با اعتباری بالغ بر ۱۱۰ میلیارد ریال در سال جاری اجرا و به بهره‌برداری می رسید. وی ادامه داد: عملیات لکه‌گیری جاده شازند – سه راهی شازند نیز با استقرار پیمانکار با اعتباری بالغ بر ۲۸ میلیارد ریال آغاز و در حال اجرا است. اختری خاطرنشان کرد: عملیات اجرایی طرح لکه‌گیری و روکش آسفالت جاده اراک – توره ابتدای حوزه استحفاظی اراک تا تقاطع روستای خانمیران به طول ۱۰ کیلومتر در ۲ مسیر رفت و برگشت با اعتباری بالغ بر ۸۰ میلیارد ریال در آینده نزدیک آغاز و پیش بینی می‌شود بهره‌برداری از این طرح تا پایان سال جاری آغاز شود. وی ادامه طرح تعریض جاده کمیجان – ساروق با اعتباری بالغ بر ۵۱ میلیارد ریال را از دیگر برنامه‌های اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی در سال جاری عنوان کرد و گفت: عملیات زیرسازی یک کیلومتر این جاده از ابتدای سال جاری به‌صورت امانی با استفاده از ماشین‌آلات و تجهیزات سازمانی توسط اداره راهداری و حمل و نقل جاده‌ای شهرستان کمیجان انجام شده‌است. معاون راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی اظهار داشت: با توجه به موقعیت جغرافیایی این استان و وجود بیش از ۸۰۰ کیلومتر راه شریانی با عنوان کریدور شمال به جنوب و غرب به شرق در استان، ارتقای جاده در راستای کاهش حداکثری تصادفات جاده‌ای و تلفات جانی ناشی از آن در دستور کار این اداره کل قرار دارد. اختری در پایان خاطرنشان کرد: ۶ هزار و ۴۰۰ کیلومتر انواع آزاد راه، راه اصلی و راه روستایی در استان مرکزی وجود دارد که چهار هزار کیلومتر آن را راه های روستایی تشکیل داده است و روزانه حدود ۴۹۰ هزار وسیله نقلیه از مسیرهای جاده ای استان مرکزی تردد می‌کنند.

۵۷۷ شکایت و گزارش فساد در قم گزارش شد

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل سازمان بازرسی قم از ۵۷۷ شکایت و گزارش فساد در سه ماه نخست سال جاری خبرداد. به گزارشی ، حجت‌الاسلام‌والمسلمین محمود طالبی با اشاره به بازرسی‌های صورت گرفته از طرح منوریل، افزود: جمع کردن منوریل به این سادگی نیست و مسئولان استانی نیز سر دو راهی مانده‌اند. وی با بیان این‌که منوریل مطالبه مردم نیست و بسیار ناراضی هستند، اضافه کرد: هیچ سرمایه‌گذاری علاقه به راه‌اندازی منوریل ندارد، زیرا مسافر زیادی در مسیر تردد منوریل وجود ندارد و از سوی دیگر با توجه به وجود مترو و سایر وسایل حمل‌ونقلی در قم، راه‌اندازی منوریل سودی نخواهد داشت. مدیرکل سازمان بازرسی قم ادامه داد: همچنین با توجه به این‌که کل زیرساخت و تجهیزات منوریل متفاوت از قطار شهری است، قابلیت اتصال به شبکه ریلی شهری را نیز ندارد. اجرای طرح منوریل قم از سال ۱۳۸۹ در بستر رودخانه قمرود قم آغاز شد که مرحله نخست این طرح از پارک سوار شمالی قم تا مصلای قدس است. طالبی گفت: در سه ماه نخست امسال، ۵۷۷ شکایت و گزارش فساد به سازمان بازرسی قم گزارش شده و در حال رسیدگی است. وی افزود: بیشترین گزارش رسیده به ترتیب متعلق به دانشگاه علوم پزشکی، شهرداری‌ها و اداره کل ورزش و جوانان بود. وی اضافه کرد: شکایت از ۲ دستگاه علوم پزشکی و شهرداری‌ها دور از انتظار نیست، چون هر دو دستگاه در حوزه خدمات‌دهی فعال هستند، ولی در مورد اداره کل ورزش و جوانان انتظار نداشتیم تا به این حد نارضایتی وجود داشته باشد. طالبی ادامه داد: تشکیل پرونده برای هر سه دستگاه صورت گرفته و درحال پیگیری است. وی با بیان این‌که در چند ماه گذشته یکی از مدیران کل استان و مسئول یکی از دستگاه‌های خدماتی به دلیل تخلفاتی از جمله مالی عزل شدند، تاکید کرد: سازمان بازرسی نسبت به شکایات و گزارش فساد رسیده در خصوص مسئولان رده‌بالا با احتیاط وارد می‌شود، زیرا اتهام زنی و ترور شخصیت در مورد مسئولان رده‌بالا زیاد است. مدیرکل بازرسی قم در ادامه با بیان این‌که نظارت بر حسن جریان امور و اجرای صحیح قوانین ۲ وظیفه کلی سازمان بازرسی است، بیان کرد: اگر بازرسان حین بازرسی از دستگاه‌های دولتی و اداره‌ها تخلفی کشف کنند، افراد را به هیات های رسیدگی به تخلفات معرفی می‌کنند، قانون‌گذار نیز در این زمینه تنبیهاتی لحاظ کرده، ولی مجازات ندارد. وی تصریح کرد: در صورتی که با جرائمی مثل اختلاس، سوءاستفاده‌های مالی و تضییع اموال بیت‌المال مواجه شویم، افراد متخلف با مستندات به مراجع قضایی معرفی می‌شوند. طالبی افزود: در همین راستا در سال ۹۹، پرونده‌های مختلفی علیه مدیران و کارکنان دستگاه‌های اجرایی تشکیل شد، برخی مدیران نیز جابه‌جا و برخی عزل شدند. وی فضای اداری استان را فضای مطلوبی ارزیابی کرد و گفت: مهم‌ترین اولویت سازمان بازرسی مبارزه جدی با فساد اداری است و در طول سال گذشته حتی با یک مورد کارمند بانک و یا مجموعه بانکی برخورد نکردیم که تسهیلات تولید ارائه نداده باشد.

شهردار رشت خبر داد:

برگزاری اولین کنفرانس ملی "شهرهایی برای مردم"

رشت – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، سید محمد احمدی شهردار رشت در گفت و گویی اظهار داشت: اولین کنفرانس ملی"شهرهایی برای مردم" در تاریخ ۵و۶ مرداد توسط اداره مطالعات و پژوهش شهرداری رشت و مشارکت دانشگاه گیلان برگزار می شود. شهردار رشت اضافه کرد: این کنفرانس در محورهای برنامه ریزی، طراحی و مدیریت شهری،محیط زیست انسانی و توسعه پایدار،مدیریت اجتماعی و فرهنگی شهر،مهندسی ترافیک، حمل و نقل و زیرساخت های شهری،شهر خلاق و صنعت گردشگری،اقتصاد شهری،برند سازی و هویت شهری و با محوریت ویژه رهیافت های توسعه پایدار شهری در وضعیت شیوع ویروس کرونا برگزار می شود. احمدی با اشاره به اینکه در قرن ۲۱ نیاز روز افزون به تغییر محور توسعه شهرها از کالبد به انسان و خلق مجدد شهرهای انسانی احساس می شود افزود: در توسعه انسانی، دانش، سلامتی و ارج نهادن به کرامت انسانی اهمیت زیادی دارد و شهرداری رشت در راستای تحقق شهرهای انسانی نسبت به برگزاری این کنفرانس اقدام کرده است. گفتنی است علاقه مندان و پژوهشگران محترم می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر جهت ارسال آثار و شرکت در کنفرانس، به آدرس rpcfest.rasht.ir مراجعه نمایند و مقالات خود را تا تاریخ ۱۵ تیرماه ۱۴۰۰ به این سامانه ارسال نمایند. لازم به ذکر است که این کنفرانس موفق به اخذ مجوز پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) شده و با کد اختصاصی ۴۲۴۵۸-۰۰۲۱۰ در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می گردد

در دومین جلسه کارگروه آب مازندران:

هر نوع بهره برداری و مصرف از منابع آبی نیاز به مجوز دارد

ساری – دهقان : دومین جلسه کارگروه آب شورای حفظ حقوق بیت المال با حضور دادستان استان و کلیه دستگاه های اجرایی مازندران به میزبانی شرکت آب منطقه ای مازندران در روز شنبه پنجم تیرماه ۱۴۰۰ برگزار گردید به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ؛ دکتر یخکشی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای در این جلسه ضمن اشاره به قانون توزیع عادلانه آب مبنی بر دریافت مجوز برای هرگونه بهره برداری و مصرف از منابع آبی گفت: با توجه به اقلیم و شرایط آبی استان نباید بدین گونه تصور شود بهره برداری از منابع آبی نیاز به مجوز ندارد و این در صورتی است که استفاده غیر مجاز از منابع آبی آسیب های زیست محیطی بی بازگشتی را به همراه دارد که این نیاز به مدیریت و تعادل بخشی دارد . وی افزود: هرساله باید چاه های آب مورد نظارت و کارشناسی قرار گیرند تا از نابودی سفره های زیرزمینی جلوگیری شود مدیرعامل شرکت آب منطقه ای مازندران در ادامه ضمن ارائه اقدامات پنج ساله پروژه تعادل بخشی از منابع آب زیرزمینی خاطر نشان کرد: مدیریت منابع آبی نیاز به عظم همگانی دارد و برای کنترل و تعادل بخشی آن خواستار کنترل برداشت از طریق برق مصرفی با اعمال تعرفه تجاری یا قطع برق برای مشترکین غیرمجاز هستیم ایشان اضافه کرد: با عدم ارائه سوخت به کلیه چاه های غیر مجاز ، عدم کشت دوم برنج و توسعه خشکه کاری اراضی شالیزاری می توانیم از منابع آبی حفاظت نماییم محمد ابراهیم یخکشی دبیر کارگروه آب استان در پایان جلسه تصریح کرد ؛ با تعیین ساز و کار مناسب بین رابطین وزارت نیرو و دستگاه قضائی می توانیم جلوی متخلفین منابع آبی از جمله حفاران غیر مجاز ، مالکین چاه های غیرمجاز و ... را بگیریم

هفتمین اقدام فراگیر و هفدهمین مانور جهادی مدیریت بحران با هدف الگوی کاهش مصرف برق

ایلام-منصوری: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام گفت: با هدف استمرار خدمات رسانی برق به شهروندان جهت عبور از پیک بار در #تابستان_بسیار_بسیار_ سخت ۱۴۰۰ همزمان با سراسر کشور؛ هفتمین اقدام فراگیر و هفدهمین مانور جهادی مدیریت بحران در استان با محوریت کاهش مصرف برق ادارات امروز پنجشنبه ۱۳ خرداد ماه در استان ایلام اجرا شد. شیرخانی ادامه داد: بر اساس مصوبه هیات دولت، ادارات و سازمانهای دولتی می بایست مصرف برق خود را تا ۵۰ درصد قبل از پایان ساعت کار اداری و ۹۰ درصد پس از آن کاهش دهند. وی افزود: امسال با توجه به کاهش تولید نیروگاه های برق آبی و همچنین وجود شرایط ویژه آب و هوا در کشور، ضرورت دارد تدابیر ویژه ای به منظور رفاه و آسایش مردم شریف استان ایلام جهت عبور از پیک بار ۱۴۰۰ اعمال شود. وی در ادامه افزود: با همراهی مجدانه استاندار محترم ایلام و تشکیل جلسات متعدد مدیریت بحران، تاکنون تصمیمات مناسبی اتخاذ شده است که از مهمترین آنها کاهش ساعت کار اداری تا ۱۲:۳۰ در حوزه جنوب استان و از آغاز تیرماه در همه استان جهت مدیریت و کنترل بار شبکه برق در بخش دستگاه های اجرایی می باشد. شیرخانی در پایان اظهار کرد: ما علاوه بر اعمال و نظارت بر دستگاه‌های اجرایی موظف هستیم روشنایی معابر اصلی سطح شهر را به میزان ۵۰ درصد کاهش دهیم همچنین در زمینه رمز ارزها تاکنون اقدامات خوبی با همکاری نیروی انتظامی و دستگاه قضایی انجام گرفته ولی همچنان درحال دریافت گزارش از سوی شهروندان هستیم.

سفیر برند، الگویی فراموش‌شده در حوزه بازاریابی

به قلم: راج نیجر
کارشناس بازاریابی و برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت به عنوان صاحب کسب و کار یا بازاریاب همیشه همراه با نگرانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان است. اگر کسب و کار شما توانایی جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن را نداشته باشد، آنها به سرعت سراغ دیگر برندها خواهند رفت. بدون تردید این اتفاق برای هر کسب و کاری ناراحت‌کننده خواهد بود. اگر شما قصد پرهیز از بروز چنین اتفاقاتی را دارید، باید نسبت به استفاده از یک الگوی فراموش شده در حوزه بازاریابی اقدام نمایید: سفیر برند.

سفیر برند نماینده شما در میان مشتریان است. انتخاب سفیر برند از میان مشتریان یا چهره‌های محبوب برای آنها امری منطقی محسوب می‌شود. این امر تاثیرگذاری سفیر برند بر روی مشتریان را به بهترین شکل ممکن صورت می‌دهد. شاید شما هم نسبت به اجرای این الگو تردیدهای زیادی داشته باشید، اما باید پذیرفت که بهترین راهکار برای افزایش محبوبیت کسب و کارتان همین است. در ادامه برخی از مهمترین مزیت‌های الگوی سفیر برند را مورد بررسی قرار خواهیم داد. این امر به شما برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مشتریان کمک خواهد کرد.

ارزش بی‌پایان بازاریابی مستقیم از سوی مشتریان

امروزه اگر یک خریدار از برند شما رضایت بالایی داشته باشد، تمایل بالایی برای معرفی‌تان به همکاران و دوستانش نشان خواهد داد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان به عنوان سفیر برند امکان بهره‌برداری از مزیت بازاریابی مستقیم را دارد.

امروزه مشتریان به صحبت‌ها و توصیه‌های یکدیگر بسیار بیشتر از تبلیغات و ادعاهای برندها اعتماد میکنند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد. وقتی شما امکان استفاده از مشتریان‌تان برای ترغیب دامنه وسیع‌تری از خریداران به سوی کسب و کارتان را داشته باشید، فرآیند بازاریابی بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد.

اگر شما به فکر سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی هستید، انتخاب برخی از مشتریان وفادارتان به عنوان سفیر برند و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از چنین راهی ایده بسیار بهتری خواهد بود.

توسعه ارگانیک کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی

سالانه شمار بالایی از برندها هزینه‌های سنگینی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان انجام می‌دهند. این امر شامل سرمایه‌گذاری بر روی شبکه‌های اجتماعی نیز می‌شود. اگر شما الگوی انتخاب سفیر برند را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید، به راحتی امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را خواهید داشت. این امر همراه با توسعه اعتبار کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی بدون نیاز به صرف حتی یک دلار خواهد بود.

صرف هزینه‌های تبلیغاتی برای توسعه کسب و کار همیشه ایده مناسبی نیست. شاید استارت‌آپ شما در ابتدای مسیر فعالیتش دارای بودجه کافی نباشد در این صورت تلاش برای توسعه ارگانیک کسب و کار بهترین گزینه خواهد بود. این امر به طور ویژه‌ای در شرایط کرونایی و کاهش توان مالی برندها دارای اهمیت است بنابراین با استفاده از چنین استراتژی‌ای دیگر نیازی برای صرف هزینه‌های گزاف در حوزه بازاریابی نخواهید داشت.

ماندگاری در ذهن مشتریان

برندهای فعال در زمینه انتخاب سفیر و تعامل با مشتریان وفادار به خوبی در ذهن مشتریان باقی می‌مانند. بدون تردید ماندگاری در ذهن مشتریان علاوه افزایش اعتبار کسب و کار موجب کاهش نیاز به سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی و تبلیغات نیز می‌شود بنابراین استفاده از این شیوه مزایای متعددی برای شما خواهد داشت.

وقتی یک برند به خوبی در ذهن مشتریان ماندگار شود، دیگر به سختی آن را مورد بی‌توجهی قرار خواهند داد. این امر برای شما به عنوان یک کارآفرین به معنای امنیت برندتان در بلندمدت خواهد بود. بدون تردید هر کارآفرینی قصد دستیابی به این هدف را دارد بنابراین اگر ماندگاری در ذهن مشتریان و ایجاد حاشیه امنیت برای برندتان دارای اهمیت فراوانی است، باید از الگوی سفیر برند برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به خوبی استفاده نمایید.

انتخاب سفیر از میان مشتریان وفادار اهمیت بسیار زیادی دارد. مشتریان عادی کمتر تمایلی برای همکاری بلندمدت با شما نشان می‌دهند بنابراین نیاز اساسی شما پیدا کردن مشتریان علاقه‌مند به کسب و کارتان و مایل به فعالیت به عنوان سفیر برندتان است.

منبع: smartbrief.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| چهارشنبه | ۹ تیر ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۱۱ | صفحه ۸ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

طراحی برنامه بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها

به قلم: اکای اِسکولِی
کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت در دنیای کسب و کار هرگز کار ساده‌ای نیست. امروزه بازاریابی و جلب نظر مشتریان یکی از مهمترین کارها در زمینه مدیریت استارت‌آپ محسوب می‌شود. بدون تردید کمتر مشتریان از کسب و کار شما اطلاع دقیق دارند. به هر حال شما به عنوان یک استارت‌آپ هنوز در ابتدای مسیرتان هستید بنابراین بازاریابی ابزاری قدرتمند برای معرفی کسب و کار شما به مشتریان خواهد بود.

استارت‌آپ‌ها همیشه برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مشتریان با رقبای بزرگی مواجه هستند. این امر فضای بازاریابی را به شدت دشوار می‌سازد. اگر شما در این میان برنامه منسجمی برای بازاریابی داشته باشید، امکان تاثیرگذاری بسیار ساده و بهتر بر روی مشتریان را پیدا خواهید کرد. بسیاری از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مشتریان در تلاش برای استفاده از برنامه‌های مشخصی نیستند. این امر ضربه بسیار سختی به استارت‌آپ‌ها می‌زند.

برندهای بزرگ همیشه برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مشتریان به دنبال ایده‌های جذاب هستند. این امر باید به توجه به نکات متعددی مدنظر بازاریاب‌ها قرار گیرد. اگر شما هم در ابتدای مسیر توسعه استارت‌آپ‌تان هستید، استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای برای ایجاد برنامه‌ای جذاب و تاثیرگذار ضروری خواهد بود. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از ایده‌های اساسی و تاثیرگذاری برای بهبود وضعیت کلی برندها در زمینه طراحی برنامه بازاریابی است.

تعریف هدف نهایی برند

هر برندی در زمینه بازاریابی باید یک هدف نهایی داشته باشد. بدون تردید وقتی یک استارت‌آپ اقدام به سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی می‌کند، اهداف چندگانه‌ای را مدنظر قرار می‌دهد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی بازار کسب و کار از طریق طراحی یک هدف نهایی است. این امر نظم مشخصی به فرآیند بازاریابی برند خواهد داد بنابراین دیگر نیازی برای پیگیری اهداف دارای ماهیتی متناقض با هم نخواهد بود.

اگر شما هدف نهایی برای بازاریابی ندارید، بسیاری از تلاش‌های‌تان به منظور تاثیرگذاری بر روی مشتریان بی‌نتیجه باقی خواهد ماند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کار شما به همراه می‌آورد. نخستین مشکل اساسی در این میان ناتوانی برای جلب نظر مشتریان حتی با صرف هزینه‌های بازاریابی بسیار کلان خواهد بود.

تعیین هدف نهایی برای بازاریابی کار سختی نیست. شما باید به عنوان یک بازاریاب به مهمترین نیاز برندتان توجه نمایید. اگر شما در تلاش برای یافتن مشتریان هرچه بیشتری هستید، مهمترین هدف بازاریابی شما تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تبدیل آن به مشتریان برند خواهد بود. در غیر این صورت شانسی برای طراحی یک برنامه بازاریابی منسجم نخواهید داشت.

تعیین بازار هدف

هر برندی از یک بازار مشخص برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان شروع می‌کند. اگر شما از همان لحظه نخست به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان در تمام بازارها باشید، نتیجه فعالیت بازاریابی‌تان به هیچ وجه مناسب نخواهد بود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان باید از یک بازار مشخص و در حد امکان کوچک شروع نمایند. در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نخواهید داشت.

بازارهای مختلف دارای ویژگی‌های متنوعی هستند. این امر برای بسیاری از برندها امکان حضور همزمان در بازارهای بزرگ را از بین می‌برد بنابراین اگر شما کارتان را با سرمایه‌گذاری بر روی چند بازار بزرگ شروع کنید، به احتمال زیاد شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نخواهید داشت. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت.

اگر شما دارای بازار محلی در دسترس هستید، باید ابتدا بر روی همان بازار سرمایه‌گذاری نمایید. در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان پیدا نخواهید کرد. بسیاری از برندها برای پیداکردن بازار ابتدایی به منظور شروع به کار بازاریابی زمان زیادی را تلف می‌کنند. اگر شما یک بازار به نسبت کوچک و مناسب برای شروع کارتان را پیدا کردید، نیازی به تردید درباره شروع به کارتان در این راستا نخواهد بود. هرگونه اتلاف وقتی در این میان فرصت بازاریابی و رقابت موثر با دیگران را از شما خواهد گرفت.

مطالعه بر روی کلیدواژه‌ها

هیچ کمپین بازاریابی بدون شناسایی دقیق کلیدواژه‌ها همراه با موفقیت نخواهد بود. شما برای بازاریابی مناسب باید یافتن کلیدواژه‌های مناسب را در دستور کار قرار دهید در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نخواهید داشت. موتورهای جست‌وجو مهمترین بخش در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود. اگر محتوای شما رتبه‌های برتری در موتورهای جست‌وجو پیدا نکند، شانس چندانی برای جلب نظر مشتریان نخواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای نتیجه کمپین‌های بازاریابی به همراه دارد.

موضوع مدیریت سئو در طول سال‌های اخیر بسیار داغ شده است. اگر شما هنوز با مدیریت سئو به شکل مناسب آشنایی ندارید، شاید خیلی دیر هم نشده باشد. یکی از مهمترین موضوعات در بحث از سئو مربوط به کلیدواژه‌هاست. کلیدواژه‌ها به بازاریاب‌ها فرصت مناسبی به منظور نمایش محتوای‌شان به بهترین شکل ممکن برای کاربران علاقه‌مند می‌دهد.

اگر کاربران مدنظر شما علاقه زیادی به محتوای سرگرم‌کننده دارند، شما باید از کلیدواژه سرگرمی یا دیگر کلمات مشابه دست‌کم در تیتر یا چند خط ابتدایی محتوای بازاریابی‌تان استفاده نمایید. این امر محتوای بازاریابی شما را در رتبه‌های برتر قرار می‌دهد.

تعیین معیارهای دقیق برای ارزیابی کمپین

هر کمپین بازاریابی یا در مقیاسی وسیع‌تر هرگونه فعالیت بازاریابی باید براساس معیارهای دقیق اندازه‌گیری و ارزیابی شود. بسیاری از برندها در عرصه بازاریابی فقط به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان هستند. اگر این امر همراه با تلاش برای ارزیابی نتیجه بازاریابی نباشد، شما شانسی برای جلب نظر مشتریان‌تان نخواهید داشت. دلیل این امر ناتوانی برای اطلاع دقیق از نتیجه کمپین‌های بازاریابی در عمل است.

بدون شک هر کمپین بازاریابی دارای ایرادات و نقص‌هایی است. اگر شما امکان اطلاع دقیق از نقص‌های یک کمپین را نداشته باشید، به طور مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان با مشکل مواجه خواهید شد. این امر به معنای تکرار اشتباهات بازاریابی به طور مداوم از سوی شما خواهد بود بنابراین باید شیوه‌ای متفاوت برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در پیش گیرید.

بسیاری از برندها در زمینه طراحی برنامه بازاریابی وقتی نوبت به تعیین معیارهای دقیق می‌رسد، هیچ اطلاعی از آن ندارند. این امر به دلیل ماهیت به نسبت پیچیده این بخش طبیعی محسوب می‌شود. بهترین توصیه در این میان تلاش برای الگوبرداری از میان برندهای بزرگ و موفق است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد.

تعیین بودجه بازاریابی

شما بدون تعیین بودجه مناسب برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هیچ شانسی برای جلب نظر مشتریان‌تان نخواهید داشت. بسیاری از برندها برای جلب نظر مشتریان باید به طور مداوم بودجه در دسترس‌شان را مدنظر قرار دهند. اگر یک برند بدون تعیین بودجه اقدام به بازاریابی نماید، به احتمال زیاد بیش از آنچه باید در مسیر بازاریابی خرج خواهد کرد. این امر به معنای ایجاد کسری در منابع مالی کلی برند و همچنین نیاز برای قرض کردن در همان ابتدای شروع فعالیت استارت‌آپ خواهد بود.

تعیین بودجه برند باید براساس تمام منابع مالی در دسترس صورت گیرد. این امر نباید فشار زیادی بر کسب و کارها ایجاد کند. در غیر این صورت به زودی با مشکلات عمده‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان مواجه خواهید شد. مرور برخی از شکست‌های بزرگ در عرصه بازاریابی به خوبی اهمیت آمادگی برای صرف هزینه مناسب در این حوزه را نشان می‌دهد.

طراحی سایت رسمی

هیچ استارت‌آپی بدون سایت رسمی دارای جذابیت کافی برای مشتریان نیست. شما تا زمانی که سایت رسمی نداشته باشید، هویت‌تان برای مشتریان مبهم است. بی‌شک هیچ مشتری‌ای اقدام به خرید از یک کسب و کار دارای هویت مبهم نمی‌کند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. نخستین مشکل در این میان ناتوانی برای فروش و در نتیجه توسعه کسب و کار به طور طبیعی خواهد بود.

امروزه هزینه راه‌اندازی سایت خیلی زیاد نیست بنابراین هیچ بهانه‌ای از کسب و کارها برای عدم طراحی سایت به موقع پذیرفته نخواهد بود. شما با طراحی سایت هویت آنلاین برندتان را تا حدود زیادی تکمیل می‌کنید. این امر اهمیت فوق‌العاده‌ای برای تعامل بهتر با مشتریان خواهد داشت.

سایت رسمی یک استارت‌آپ مسیر همکاری با دیگر برندها را نیز هموار خواهد کرد. بدون تردید کمتر برندی اقدام به همکاری با یک موسسه یا استارت‌آپ فاقد اطلاعات دقیق یا سایت رسمی می‌کند. این امر به معنای از دست رفتن فرصت‌های طلایی پیش روی استارت‌آپ شما در صورت بی‌توجهی به طراحی سایت رسمی خواهد بود بنابراین باید به بهترین شکل ممکن با طراحی سایتی جذاب و تعاملی مانع از دست رفتن فرصت‌های مناسب برای کسب و کارتان شوید.

انتخاب پلتفرم‌های اجتماعی مناسب برای استارت‌آپ

حضور در شبکه‌های اجتماعی امر مهمی محسوب می‌شود. اگر شما در این میان اقدام به حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی نمایید، شاید شانس چندانی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نداشته باشید. این امر علاوه بر هزینه مالی فراوان برای حضور در شبکه‌های اجتماعی متعدد از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مشتریان نیز چندان منطقی نیست.

امروزه کسب و کارها باید در شبکه‌های اجتماعی بسیار هوشمندانه عضویت پیدا کنند. در غیر این صورت شانسی برای تعامل با مشتریان به طور حرفه‌ای نخواهند داشت. بی‌شک مشتریان به برندهایی که به طور مداوم در هر شبکه اجتماعی حضور دارند، روی خوش نشان نمی‌دهند بنابراین شما باید از میان گزینه‌های مختلف فقط چند نمونه را برای عضویت انتخاب نمایید. در غیر این صورت بدل به برندی کلیشه‌ای برای مشتریان‌تان خواهید شد.

همکاری با اینفلوئنسرها

شاید تا پیش از این همکاری با یک یا دو سلبریتی برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مشتریان کافی به نظر می‌رسید، اما امروزه مفهوم اینفلوئنسر دارای اهمیت بسیار بیشتری است. اینفلوئنسرها دارای تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف هستند بنابراین اگر شما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به بهترین شکل ممکن هستید، باید دست‌کم با یک اینفلوئنسر همکاری داشته باشید.

بسیاری از برندها در زمینه همکاری با اینفلوئنسرها به همکاری کوتاه‌مدت تمایل نشان می‌دهند. این امر نه تنها تاثیر مناسبی بر روی وضعیت برندها ندارد، بلکه در بلندمدت تمام مشتریان را نیز از آنها ناامید می‌سازد بنابراین شما باید برنامه درستی برای همکاری بلندمدت با اینفلوئنسرها داشته باشید.

یکی از نکات مهم در رابطه با همکاری میان برندها و اینفلوئنسرها مربوط به انتخاب براساس نیاز کسب و کار است. شما به عنوان یک استارت‌آپ نیازی به همکاری با اینفلوئنسرهای بسیار بزرگ و بین‌المللی ندارید. این امر فقط هزینه‌های بسیار زیادی بر روی دوش کسب و کار شما قرار می‌دهد. اگر شما هم در تلاش برای همکاری با بزرگترین اینفلوئنسرهای دنیا هستید، باید همین ابتدای کار نسبت به کاهش هزینه‌های بازاریابی‌تان اقدام کنید. در غیر این صورت بخش قابل ملاحظه‌ای از بودجه‌تان را بدون هیچ نتیجه مناسبی از دست خواهید داد.

طراحی تبلیغات برای تاثیرگذاری احساسی بر روی مشتریان

تاثیرگذاری احساسی بر روی مشتریان دیگر یک شعار نیست، بلکه برندها باید با طراحی تبلیغات تعاملی و احساسی اقدام به جلب نظر مشتریان‌شان نمایند. در غیر این صورت شما در میان برندهای محبوب مشتریان جایی نخواهید داشت.

طراحی تبلیغات همیشه کار سختی به نظر می‌رسد. یکی از نکات مهم برای برندها در این میان استفاده از پتانسیل شبکه‌های اجتماعی است. امروزه تقریبا تمام شبکه‌های اجتماعی از تبلیغات پشتیبانی می‌کنند بنابراین شما با پرداخت هزینه امکان نمایش محتوای تبلیغاتی‌تان در این پلتفرم‌ها را خواهید داشت.

تبلیغات شما باید به اندازه کافی کوتاه باشد. در غیر این صورت مخاطب هدف حوصله تماشای تمام آن را نخواهد داشت. همچنین برای انتقال احساسات به بهترین شکل ممکن تمرکز بر روی فرمت ویدئویی بهترین گزینه خواهد بود. در غیر این صورت شما شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان نخواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای هرچه جذاب‌تر ساختن محتوای تبلیغات برندها دارد.

حفظ پیام اصلی بازاریابی برند

کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید پیام اصلی بازاریابی‌شان را به طور مداوم حفظ کنند. اگر شما در طول زمان پیام بازاریابی‌تان به طور مداوم تغییر کند، شانس زیادی برای جلب نظر مشتریان نخواهید داشت. این امر درست مانند تغییر حوزه فعالیت برند برای شما نامناسب خواهد بود.

مشتریان برای خرید مداوم از شما باید جلوه‌هایی از ثبات در عملکردتان را مشاهده نمایند. در غیر این صورت هیچ جذابیتی برای مشتریان نخواهید داشت. این امر یک اصل تغییرناپذیر در حوزه بازاریابی و کسب و کار محسوب می‌شود. با این حساب شما باید هرچه بهتر به دنبال جلب نظر مشتریان برندتان باشید.

بدون تردید حفظ پیام اصلی بازاریابی برند به معنای عدم به‌روز رسانی آن نیست. شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان باید به طور مداوم پیام‌های بازاریابی‌تان را به روز رسانی نمایید. در غیر این صورت ثبات شما در زمینه بازاریابی بدل به کلیشه‌ای کسل‌کننده خواهد شد.

ارزیابی نتایج بازاریابی

هر برنامه بازاریابی با ارزیابی دقیق نتایج بازاریابی معنا پیدا می‌کند. اگر شما نتایج بازاریابی برندتان را به بهترین شکل ممکن مدنظر قرار ندهید، شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان نخواهید داشت. همانطور که پیش از این اشاره کردیم، تکرار اشتباهات در عرصه بازاریابی امر رایجی محسوب می‌شود. تنها راهکار مناسب برای این مشکل نیز بازنگری اساسی در نحوه ارزیابی نتایج بازاریابی برند است.

اگر استارت‌آپ شما در مرحله‌های قبلی به خوبی معیارهای دقیقی برای ارزیابی وضعیت بازاریابی‌اش طراحی کرده باشد، اکنون دیگر مشکلی نخواهید داشت. مهمترین نکته در این بخش استفاده عملی از داده‌های به دست آمده از مراحل قبلی برای ارزیابی دقیق وضعیت هر کمپین بازاریابی است. این امر نه تنها عملکرد شما در کمپین‌های بازاریابی بعدی را بهبود می‌بخشد، بلکه وضعیت‌تان در ارتباط با به‌روز رسانی کمپین جاری‌تان را نیز متحول خواهد کرد.

گردآوری تیم مناسب

تولید محتوای جذاب و فعالیت مناسب در حوزه بازاریابی بدون در اختیار داشتن یک تیم ماهر غیرممکن به نظر می‌رسد. شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان باید دست‌کم تیمی مناسب در اختیار داشته باشید. شاید شما به عنوان یک استارت‌آپ بودجه محدودی در دسترس داشته باشید، اما هرگونه بی‌توجهی به بخش بازاریابی عواقب بسیار خطرناکی برای شما خواهد داشت.

بدون تیم بازاریابی حرفه‌ای رقابت با دیگر برندها غیرممکن است بنابراین حتی با صرفه‌جویی در بخش‌های دیگر کسب و کارتان باید بودجه کافی برای تشکیل یک تیم بازاریابی حرفه‌ای را فراهم نمایید. در غیر این صورت مشکلات بازاریابی‌تان به طور مداوم ادامه پیدا خواهد کرد.

طراحی برنامه بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها هرگز کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این میان ایده‌های متنوعی برای جلب نظر مشتریان دارند. اگر شما به دنبال طراحی یک برنامه کامل و راهبردی برای برندتان هستید، نکات مورد بحث در این مقاله کمک شایانی به شما برای دستیابی به اهداف‌تان خواهد کرد.

منبع: business.com