

یادداشت

تغییر دولت و بزنگاه بودجه ۱۴۰۰

مسعود نیلی

اقتصاددان

در کشورمان یک جناح سیاسی تابه‌حال با این تمرین مواجه نشده که تحقق آرمان‌ها و اهداف بلندمرتبه خود مانند رونق در شرایط تحریم همه‌جانبه، رفع فقر در نبود منابع، ثبات بازار ارز در شرایط کاهش شدید عرضه ارز و حفظ توازن بودجه در شرایط قطع درآمدهای نفتی را در قالب محدودیت‌های مالی دنبال کند. برای این جناح تنها یک‌بار امکان ورود به قوه مجریه رخ داده که آن هم در شرایط وفور منابع بوده است. سیاست تنها در کوره اقتصاد است که آبدیده می‌شود و مادامی که این آبدیگی اتفاق نیفتاده باشد، سیاست‌ورزی جای خود را به خیال‌پردازی می‌دهد. یادم‌ان باشد که جناح دیگر سیاسی در حالی که تا قبل از ورود به عرصه اجرایی، تندرین مواضع را در عرصه‌های بین‌المللی و حتی داخلی داشت، با ورود به قوه مجریه و آشنا شدن با واقعیت‌های مرتبط با محدودیت منابع، دچار دگرگونی بنیادی شد.

ادامه در همین صفحه

ادامه از همین صفحه

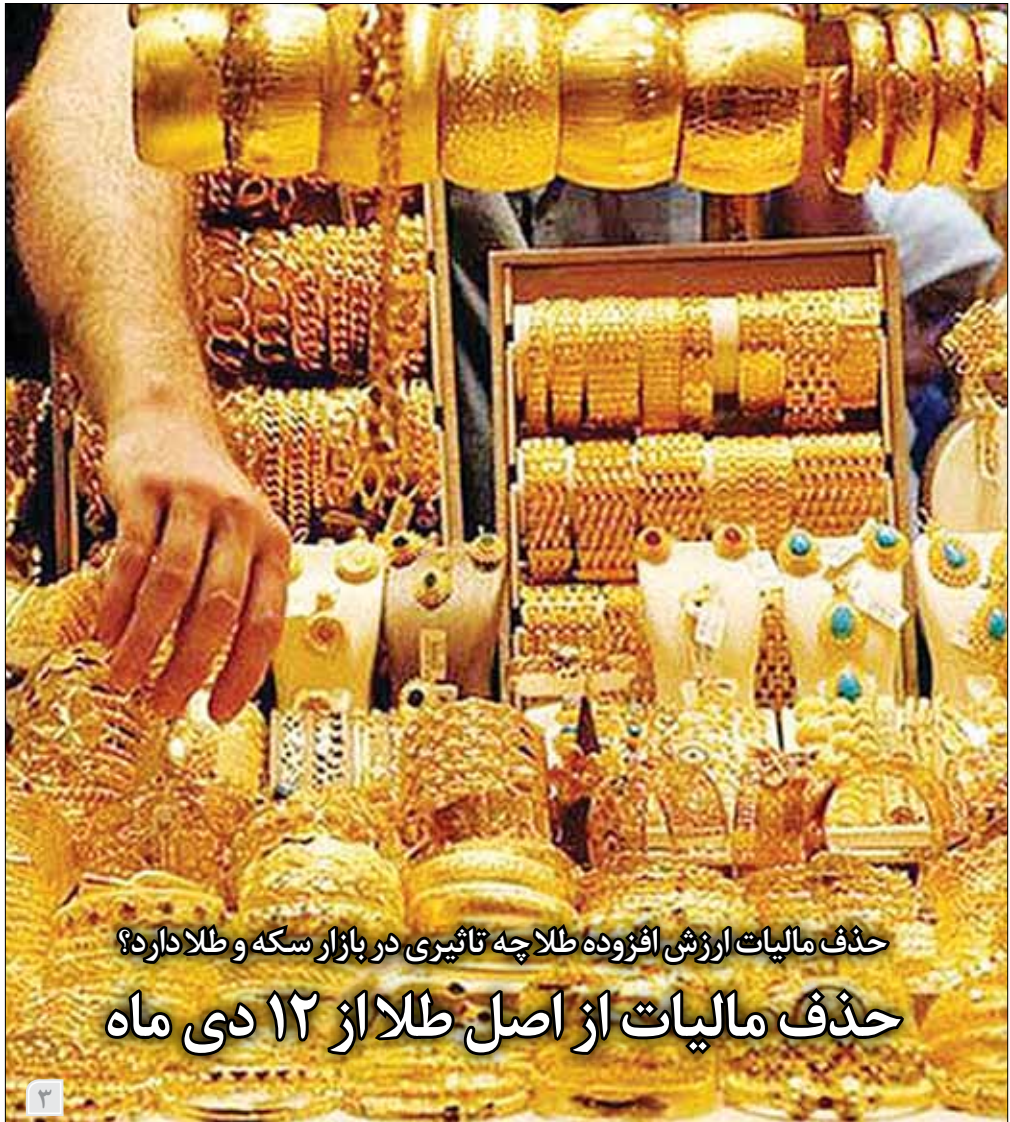
بخش بزرگی از این تحولات ناشی از آشنایی با موضوعی است به نام «کمیای منابع». شاید تشکیل دولت سیزدهم، فرصتی مغتنم باشد که در ادامه مسیر، امکان این یادگیری مهم برای جناح دیگر سیاسی هم فراهم و باعث شود که گفت‌مان سیاسی در کشور ما تا این اندازه واکرا نباشد. فراز اول: نگاهی به دوره‌های مختلف ریاست‌جمهوری در سال‌های بعد از جنگ تحمیلی نشان می‌دهد معمولا هر رئیس‌جمهوری که انتخاب شده، اوج فعالیت و تحرک خود را که همان اقدامات مهم و نوآورانه‌ای بوده که مدنظر داشته، عمدتا در دو سال اول کار خود انجام داده است. به طور طبیعی از سال سوم، ملاحظات انتخابات ریاست‌جمهوری دور بعد پیرنگ می‌شود. همچنین به‌تجربه می‌توان گفت روسای‌جمهور در دور دوم کار خود عملا گرفتار استهلاک سیاسی بالا می‌شوند و معمولاً در موضع انفعالی قرار می‌گیرند. به این ترتیب ابتکار عمل از آنها گرفته می‌شود و در نهایت در یک شرایط نامساعد دوره هشت ساله را به اتمام می‌رسانند. شاید بتوان دوره هشت ساله آقای خاتمی را از این نظر استثنا تلقی کرد،اما در بقیه موارد مسیر تقریبا همین بوده است. دو سال اول، سال‌های تحرک همراه با شور و هیجان و امید روسای‌جمهور است. برای نمونه در دو سال نخست ریاست‌جمهوری مرحوم هاشمی رفسنجانی، رشد بالای سرمایه‌گذاری، درجانی از آزادسازی اقتصادی و حذف دوترخی‌ها صورت گرفت. ایشان انرژی انباشته‌شده سال‌های جنگ را در عرصه اقتصاد آزاد کرد و توانست رشد اقتصادی دورقمی سال‌های ۱۳۶۹ و ۱۳۷۰ را رقم بزند. پس از آن هر موقع از ایشان سوال می‌شد که چه‌کاری انجام دادید، بیشتر به سال‌های اول دوره اول ریاست‌جمهوری خود ارجاع می‌دادند که آن رשدها حاصل شده بود؛ در حالی که نخست در دور دوم ریاست‌جمهوری ایشان گرفتار بحران بدهی‌های خارجی و تورم بالای سال ۱۳۷۴ شد.

در سال‌های ابتدایی دولت اول آقای خاتمی به‌دلیل افت شدید قیمت نفت، شرایط خاصی به‌وجود آمد. علاوه بر این، عامل اصلی متمایزکننده ایشان بیش از آنکه اقتصادی باشد، سیاسی بود. با روی کار آمدن خاتمی، انتظار اجتماعی بالایی برای انجام اقدامات مهم اقتصادی وجود نداشت و تحرک زیاد دولت ایشان در دو سال اول معطوف به تحولات سیاسی و فرهنگی بود. آقای احمدی‌نژاد در همان سال ۱۳۸۴ که رئیس‌جمهور شد، یک متمم بودجه داد و سقف مخارج دولت را یک پله بزرگ بالا برد و سال ۱۳۸۵ هم این مخارج را بیشتر افزایش داد که در قالب سفرهای استانی و توزیع منابع هزینه شد. عمده اقدامات متمایزکننده ایشان در همان دو سال نخست بودجه انبساطی شدید بود. دستاورد اصلی آقای روحانی هم که به آن اتکا و استناد کرده و می‌کنند، تغییر انتظارات و شکل‌دهی به یک چشم‌انداز امیدوارکننده از پیشبرد مشکل هسته‌ای در همان دو سال اول بود. در واقع روسای‌جمهور وقتی روی کار می‌آیند، انرژی زیادی دارند و می‌خواهند به همه ثابت کنند که با آمدن آنها قرار است تغییراتی بزرگ «حول محور مزیت اصلی آنها» اتفاق بیفتد. این پدیده به‌خصوص با توجه به غیرحزبی بودن انتخابات و قرار گرفتن همه بار سیاسی عملکردی بر شخص انتخاب‌شده بسیار بارز است.

حالا این سوال پیش می‌آید که اگر همین قاعده در مورد

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



حذف مالیات ارزش افزوده طلا چه تاثیری در بازار سکه و طلا دارد؟

حذف مالیات از اصل طلا از ۱۲ دی ماه

تغییر دولت و بزنگاه بودجه ۱۴۰۰

است؛ همچنان از نظر صادرات نفت مشکل داریم، مسئله برجام حل نشده و سال ۱۴۰۰ به نیمه رسیده است. در حالی که در بودجه ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار بشکه صادرات نفت دیده شده است. کند. قاعدتا هم شخص ایشان و هم کسانی که به ایشان رای داده‌اند انتظار دارند که وجه متمایزکننده عملکرد رئیس در حوزه اقتصاد باشد، به‌خصوص که ایشان هم با مواضع جدی انتقادی نسبت به دولت کنونی همیشه گفته‌اند این تحریم‌ها نیست که شرایط نابسامان موجود را به‌وجود آورده بلکه ضعف عملکرد باعث چنین شرایطی شده است. پس ایشان قاعدتا باید تمرکز اصلی را بر اقتصاد بگذارند و همه اینها حکایت از آن دارد که دولت جدید گرایش به انجام اقدامات خاصی پیدا می‌کند. البته طولانی‌شدن کرونا و مسئله واکسیناسیون عمومی از یک طرف و خشکسالی از طرف دیگر هم به این مسئله دامن می‌زند. ترجمه این اقدامات نیز مخارج بیشتر دولت و فشار به بودجه خواهد بود. از آنجا که قرار است اقدام دولت جدید یک اقدام متمایز باشد،

پس از عده‌های کوچکی صحبت نمی‌کنیم و از طرف دیگر برای

ایشان قابل قبول نخواهد بود که تیم اقتصادی‌ای که انتخاب می‌کنند، در اولین جلسه دور میز تصمیم‌گیری بگویند که منابع نداریم و کار عمده‌ای نمی‌شود انجام داد. این پارادوکس بزرگی است. آرزوهای بزرگ و جیب خالی؛ بنابراین دولت جدید با باید منابع جدید بیابود، یا باید کارایی منابع موجود را بالا ببرد، یا به مردم بگوید فشار را تحمل کنید و یا سراغ انبساط پولی برود. راه دیگری متصور نیست. آدرس اقدام اول در سیاست خارجی است، اقدام دوم یعنی اصلاحات ساختاری در اقتصاد. اقدام سوم یعنی بودجه ریاضتی و اقدام چهارم به‌معنای داغ‌تر کردن تورم تورمی است که خودش چند سالی است داغ شده است. پس صحبت من تا اینجا با اشاره به مبانی رفتاری روسای‌جمهور جدید، این بود که «در شروع فعالیت» دست به اقدامات انبساطی می‌زنند و این احتمال در شرایط دولت جدید بالاتر است. حالا می‌خواهم توجه شما را به مطلب دیگری جلب کنم و آن، مبانی رفتاری روسای‌جمهور «در سال پایانی فعالیت‌شان» است. تجربه نشان می‌دهد روسای‌جمهور در ماه‌های پایانی فعالیت خود و برای بالا بردن نمرات کارنامه‌شان تمایل بیشتری به خرج کردن دارند. معمولا اصرار دارند که پروژه‌های عمرانی در زمان خودشان به‌اتمام برسد، پس باید منابع بیشتری را در یک سال آخر اختصاص دهند. در هزینه‌های رفاهی هم مانند حقوق‌ها همین کار را می‌کنند. کافی است نگاهی به بودجه‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ ببینیداز و میزان افزایش حقوق کارکنان دولت، اعضای هیأت‌علمی و بازنشستگان را در این دو سال با هم مقایسه نمایید. بنابراین فصل‌مشت‌رک سال هشتم رئیس‌جمهور قبلی و سال اول رئیس‌جمهور جدید انبساط بودجه است. این فصل‌مشت‌رک، سال مالی‌ای است که تقریبا شش ماه اول آن را رئیس‌جمهور قبلی و شش ماه بعدی را رئیس‌جمهور جدید با ویژگی‌هایی که اشاره کردم مدیریت می‌کند. سالی که نیمه اولش پایان حضور یک رئیس‌جمهور و نیمه دومش آغاز به‌کار رئیس‌جمهور بعدی است، خطرناک‌ترین دوره برای بودجه است؛ سالی مانند همین سال ۱۴۰۰.

رشد مخارج قانون بودجه در سال ۱۴۰۰ قابل‌توجه است در

حالی که برای بخش‌های درآمدی بودجه اتفاق جدیدی رخ نداده

خودرو در صدر معاملات تالار شیشه‌ای

فرصت امروز: بازار سرمایه هفته جدید را با روندی نزولی آغاز کرد و شاخص بورس تهران بیش از ۱۱ هزار واحد کاهش یافت. شاخص کل بورس در معاملات روز شنبه با افت ۱۱ هزار و ۳۰۸ واحدی به سطح بیش از یک میلیون و ۲۷۰ هزار واحد رسید. در معاملات نوزدهمین روز تیرماه بیش از ۵ میلیارد و ۸۷۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۲ هزار و ۹۸۵ میلیارد...

«کونومیست» نسبت به رونق زود هنگام پس از همه‌گیری کرونا هشدار داد

خطوط گسل در اقتصاد جهانی

رشد جهانی به سرعت دارد بازمی‌گردد، اما بهبودی از همه‌گیری کرونا هنوز شکننده است. به گزارش هفته‌نامه «کونومیست»، با وجود اینکه همه‌گیری کرونا رکود اقتصادی وحشتناکی را در سراسر جهان رقم زد، اما حالا رونقی عجیب و شگفت‌انگیز اوج گرفته است؛ قیمت‌های جهانی نفت افزایش یافته‌اند، درحالی که رستوران‌ها و شرکت‌های حمل‌ونقل برای استخدام نیروی کار باید رقابت کنند و پیشنهادهای بهتری ارائه کنند. بازارهای سهام نیز با افزایش سود شرکت‌های بورسی به بالاترین سطح خود در سال جاری، بسیار موفق بوده‌اند...

عرضه خودرو در بورس

با اعمال تغییراتی در سازوکارها امکان‌پذیر است

مدیریت و کسب‌وکار

چرخه فروش چیست و چگونه کار می‌کند؟

فروش بالا برای هر برندی هدف اصلی محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارها در بازار به دنبال اهداف مختلف هستند، اما معیار اصلی برای موفقیت در زمینه دستیابی به تمام اهداف با فروش بالا مشخص می‌شود. هر برندی در بازار به دنبال تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدفش است. اگر در این میان خبری از فروش نباشد، هیچ برندی امکان ادامه فعالیت در بازار را نخواهد داشت. بنابراین کسب و کارها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه فروش بالاتر را مدنظر قرار دهند. متأسفانه فروش بالا همیشه گزینه‌ای در دسترس برای برندها محسوب نمی‌شود. بسیاری از کسب و کارها در زمینه دستیابی به اهداف‌شان با مشکلات بسیار زیادی رو به رو هستند. همین امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. اگر کسب و کار شما هم در این مسیر با مشکلات بسیار زیادی رو به رو است، چرخه فروش...

اندازه واکرا نباشد. پس اگر بخواهیم واقع‌بینانه نگه کنیم، بیش از اندازه خوش‌بینانه است که انتظار داشته باشیم در بدو ورود اقتدر بلوغ اقتصادی و سیاست خارجی و داخلی بالا باشد که «اصلاحات ساختاری اقتصاد» محور کار قرار بگیرد. به‌خصوص اساسا هیچ‌وقت اصلاح ساختاری در اقتصاد با اتفاق نیفتاده است. آنچه صورت‌گرفته برخی تصمیم‌های موردی بوده که نتوانسته عدم‌تعادل‌های اقتصاد کلان را به‌صورت پایدار و ماندگار برطرف کند و به همین دلیل همچنان درگیر این مسائل هستیم. کشور به‌ناچار باید هزینه یک یادگیری مهم را بپردازد تا سیاست‌مون ما بیاموزند که چرا نمی‌شود برخی اهداف را وقتی عدم‌تعادل‌های اقتصاد کلان به‌طور جدی و در مقیاس‌های بزرگ وجود دارند، محقق کرد. متأسفانه بسیار کم دیده‌ام که سیاست‌مداری در ایران متوجه این نکته شود که متغیرهای اقتصادی لزوماً از دستورات سیاست‌مدار تمکین نمی‌کنند. سیاست‌مدارها ما اصلا این را قبول ندارند و فکر می‌کنند سیاست‌مدارهای این اصلاحات قابل تحمل نباشد. در نتیجه متغیرهای اقتصادی حتما باید از دستورات‌شان تمکین کنند. مثلا وقتی آنها می‌گویند تورم باید پایین بیاید، پس باید پایین بیاید. سیاست‌مدار تصمیم‌هایی می‌گیرد که همگی باعث افزایش قیمت‌های اقتصادی حتما باید از دستورات‌شان تمکین کنند. فرزا چهارم: بعد است دولت جدید حداقل در سال‌های ابتدایی فعالیتش سراغ اصلاحات ساختاری اقتصادی برود و فکر نمی‌کنم واقع‌بینانه باشد که انتظار داشته باشیم رویکرد دولت جدید، اصلاحات ساختاری باشد؛ آن هم اصلاحاتی که هیچ‌کدام از دولت‌های قبلی حاضر نشدند درگیرش شوند. ضمن اینکه اصلاحات ساختاری در اقتصاد در کنار گشایش‌های بین‌المللی صورت می‌گیرد وگرنه فشار داخلی را بالا می‌برد و آن موقع ممکن است اصلا اجرای این اصلاحات قابل تحمل نباشد. در نتیجه انجام اصلاحات ساختاری در اقتصاد، نیازمند مجموعه کاملی از بلوغ سیاست خارجی، اقتصادی و سیاست داخلی است که بتواند سرمایه اجتماعی مناسبی فراهم کند. اکثر روسای‌جمهور در شروع کار سرمایه سیاسی بزرگی داشتند که معمولا در انتهای دوره کم‌رنگ و متزلزل شد. می‌دانیم که این شرایط شروع برای دولت موجود ضعیف‌تر است. بنابراین این دولت حتما محتاط‌تر از دولت‌های قبلی در زمینه اقتصاد خواهد بود و از حوزه‌هایی که فکر می‌کند ممکن است ریسک در آن وجود داشته باشد، اجتناب می‌کند. به همین خاطر است که می‌گویم مهم‌تر این است که روی «پیاد»ها تأکید کنیم، وگرنه انتظار انجام کارهایی که می‌دانیم اصلا نمی‌شود خیلی منطقه‌ی نیست. البته همیشه گفتم‌ام که باید فرهنگ ضرورت انجام اصلاحات ساختاری در اقتصاد را ترویج کنیم و توضیح دهیم که کارکرد صحیح اقتصاد چیست و باید سازوکارهای مناسب در سطح اقتصاد خرد، کلان و در سطح روابط بین‌الملل را معرفی کنیم. نادگیری در سطح بین‌الملل بسیار خوب اتفاق می‌افتد. حتی در روابط روسای‌جمهور و نخست‌وزیران کشورهای مختلف این انتقال تجربه و یادگیری منتقل می‌شود. اما زمانی که کلا یا کسی آمودشد ندارد، در داخل هم تمرین نکرده‌اید که چگونه می‌توان این شرایط را در کنار هم قرار داد، این انتظار منطقی نیست.

منبع: کانال تلگرامی نوسنده، به نقل از شماره ۴۱۲ هفته‌نامه تجارت فردا)

در حالی که در کشورهای دیگر «بودجه» است. سیاستمداران ما به‌دنبال تأمین پولی راه بدهاند و ناچار شده‌اند این را این‌گونه توجیه کنند که نقدینگی خودش مشکل ندارد و اشکال در هدایت نقدینگی است. در نتیجه اگر کاری فقط با خلق پول انجام می‌شود، ما آن را با خلق و هدایت نقدینگی انجام می‌دهیم. پس این‌طور تبلیغ شده که نقدینگی عامل تورم نیست بلکه خوب هدایت‌نکردن آن موجب تورم شده است. اینجا بحث دیگر بر سر خلق نقدینگی نیست و بر سر این است که چه کسی بهتر می‌تواند نقدینگی را هدایت کند. متأسفانه امتحان این دیدگاه مجانی نیست و اقتصاد ما هم در شرایط پائینی نیست. اینکه در سه سال متوالی رشد حجم پول بالای ۴۰ درصد است، نشان می‌دهد که ما در یک نقطه شکسته‌اند قرار داریم و نباید ریسک جدی به اقتصاد وارد کنیم. بنابراین باید توجه دولت جدید را به این مسئله جلب کرد که در کنار تمام خدمات و اقداماتی که می‌خواهد انجام دهد، یک قید را لحاظ نماید که این اقدامات «حتما غیر تورمی حداقل نسبت به سطح بالای تورم موجود باشد». دولت باید حتما بتواند نقدینگی را کنترل کند وگرنه پیامدهای نامطلوبی خواهد داشت. این امکان هم وجود دارد که به‌طور موقت عاملی چون توافق هسته‌ای و آزادشدن منابع، هزینه و سوخت اقدامات دو سال اول را فراهم کند. البته این تصویر به‌ویژه در دو سال اول، بسیار دهم، یک قید را لحاظ نماید که اگر با تکرار اصلاح ساختاری در اقتصاد همراه شود می‌تواند نوبدبخش باشد، اما اگر پول جدید نفت بخواهد در چارچوب ساختار ناکارای موجود هزینه شود، در نهایت با توجه به شرایط کنونی اقتصاد، این عامل صرفا مانند کورتون عمل می‌کند. یعنی اصل مسئله را از بین نمی‌برد اما آن را برای مدتی خاموش می‌کند و پس از مدتی مشکل با تبعات جانبی منفی بسیار بالایی دوباره برمی‌گردد.

فرزا دوم: «اصلاح ساختار اقتصاد» گزراه‌ای است که خود به‌تنهایی چندان بیانگر محتوایش نیست. یعنی هر کسی ممکن است برداشت خود را از اصلاحات ساختاری داشته باشد. منظور از «اصلاحات ساختاری در اقتصاد» این است که ما بتوانیم عدم‌تعادل‌های اقتصاد کلان را به‌صورت پایدار کاهش دهیم و سپس به طور نسبتا کامل تحت کنترل درآوریم. اصلا اصلاحات ساختاری در واکنش به عدم‌تعادل‌های پایدار اقتصاد کلان صورت می‌گیرد. منظور از عدم‌تعادل‌های اقتصاد کلان مواردی چون کسری بودجه، ناترازی نظام بانکی یا کسری تراز پرداخت‌های غیرنفتی است. همچنین می‌دانیم که هر اصلاحی در مقابل یک انحرافی قرار دارد، یعنی یک انحرافی وجود دارد که می‌خواهیم آن را اصلاح کنیم. بنابراین اول باید یک اتفاق نظری روی اینکه آن انحرافات چیست که حالا قرار است اصلاح شود، به‌وجود آید. فرزا سوم: یک جناح سیاسی تاکنون با این تمرین مواجه نشده که اهداف بلندمرتبه خود را در شرایط محدودیت شدید منابع محقق کنند. برای این جناح یکبار و آن هم در شرایط وفور منابع این اتفاق رخ داده است، اما جناح مقابل سیاسی این را چندبار تجربه کرده و با این محدودیت‌ها به درجاتی آشنا شده است. بنابراین شاید تشکیل دولت سیزدهم، فرصتی باشد که البته در ادامه مسیر، امکان این یادگیری مهم برای جناح دیگر سیاسی هم فراهم شود و باعث شود که گفت‌مان سیاسی تا این



اروپایی‌ها کمبود برق را چطور مدیریت می‌کنند؟

تفاوت قیمت‌گذاری برق در ایران و آلمان

قطعی گسترده برق در روزهای اخیر باعث نارضایتی فراوان مردم شده و این نارضایتی زمانی تشدید می‌شود که وضعیت کشورمان با شرایط کشورهای توسعه‌یافته جهان مقایسه شود.
کما اینکه این سوال برای مردم مطرح شده که چرا قطعی برق متعلق به ایران است و بسیاری از کشورهای جهان درگیر مسئله قطعی برق نمی‌شوند؟ این سوال زمانی اهمیت پیدا می‌کند که عامل اصلی معرفی شده به عنوان دلیل قطعی برق یعنی مسئله گرمای هوا و به دنبال آن، افزایش قابل توجه مصرف مرتبط با ایران نبوده و دامنه وسیعی از سطح جهان از جمله کشورهای توسعه‌یافته اروپایی را نیز دربر می‌گیرد.
به گزارش «فارس»، برای یافتن پاسخ این سوال که چرا برق در کشورهای توسعه‌یافته قطع نمی‌شود و مردم این کشورها دچار خاموشی نمی‌شوند، در گام ابتدایی باید دید کشورهای توسعه‌یافته در مواجهه با افزایش مصرف چه اقداماتی انجام می‌دهند. در این راستا، مطالعه شبکه برق کشور آلمان در هفته‌های اخیر می‌تواند زمینه پاسخ به سوال طرح شده را مهیا کند.

موج گرما در تابستان امسال علاوه بر ایران به تمامی مناطق نیمکره شمالی سرایت کرده و مردم آلمان نیز از موج افزایش دما بی‌نصیب نماندند، به طوری که هم‌زمان با ورود موج گرما دمای هوا در برلین به ۳۰ درجه سانتیگراد رسید.
بنا توجه به این مسئله که منطقه اروپای غربی و اروپای مرکزی میانگین دمای بسیار کمتری نسبت به خاورمیانه دارد، لذا تحمل گرمای ۳۰ درجه برای ساکنان این مناطق بسیار دشوار است.

اما با وجود افزایش دمای قابل توجه اتفاق افتاده در آلمان، هیچ‌گونه پدیده قطعی برقی در این کشور اتفاق نیفتاد، زیرا صنعت برق آلمان یک تفاوت اساسی با صنعت برق ایران دارد. این تفاوت اساسی میان صنعت برق کشورهای توسعه‌یافته از جمله آلمان با کشور ایران، نظام تعرفه‌گذاری است. در شرایطی که قیمت برق در ایران ثابت است و از قیمت تمام شده تولید و توزیع برق بسیار ارزان‌تر تلقی می‌شود، همچنین مابه‌التفاوت قیمت تمام شده و قیمت فروش توسط دولت و در قالب یارانه انرژی تامین می‌شود، قیمت برق در کشور آلمان تنها از دو فاکتور مستقیم عرضه و تقاضا تأثیر گرفته و شناور است. به عبارت دیگر زمانی که تقاضای برق در کشور آلمان افزایش پیدا کند، شاهد افزایش قیمت برق هم هستیم.

به استناد اطلاعات به دست آمده از پایگاه آماری انرژی چارت میزان نیاز مصرف برق در هفته‌های اخیر از ۹.۴۵ تراوات ساعت عبور کرده و همین مسئله یکی از دلایل افزایش قیمت برق در آلمان است. در واقع، آمار افزایش مصرف برق در آلمان سبب شده تا قیمت برق به بیشترین میزان قیمت برق هفتگی در طول ۱۲ سال گذشته برسد و همین مسئله زمینه توقف فعالیت بسیاری از صنایع و همچنین کاهش مصرف مردم را فراهم کند.

مشترکان خانگی آلمانی نیز از این افزایش برق در امان نبودند و میزان هزینه برق این مشترکان از ۳۰ سنت برای هر کیلووات ساعت مصرف برق فراتر رفته است. به عبارت دیگر هزینه برق یک مشترک آلمانی با فرض قیمت دلار ۷۵هزار تومانی برای هر کیلووات ساعت معادل ۷.۵ هزار تومان است. در حقیقت یک مشترک آلمانی برای ۳۰۰ کیلووات مصرف برق باید ۲.۷ میلیون تومان هزینه برق برای هر ماه را پرداخت کند. این در حالی است که با قیمت‌های فعلی برق، مشترکان با مصرف ۳۰۰ کیلووات در مناطق ایران به طور متوسط معادل ۲۲ هزار تومان پرداخت می‌کنند. یعنی قیمت برق در کشور آلمان با شرایط در نظر گرفته شده ۱۲۳ برابر قیمت برق در ایران است. در شرایطی که حداقل حقوق در کشور آلمان معادل ۱۶۰۰ یورو در یک ماه در نظر گرفته شود، یک آلمانی باید ۵ درصد از حقوق ماهانه خود را برای هزینه برق کنار بگذارد.

این درحالی است که اگر حداقل حقوق کارگری در ایران ۳.۷ میلیون تومان در نظر گرفته شود، تنها ۰۶ درصد از حقوق ماهانه یک ایرانی صرف هزینه برق می‌شود. به عبارت بهتر، با در نظر گرفتن قدرت خرید خانوارها، هزینه برق یک خانوار آلمانی ۵ درصد از درآمد ماهانه و هشت برابر یک خانوار ایرانی با شرایط مشابه است که ۰۶ درصد از درآمد خود را برای هزینه برق می‌پردازد.

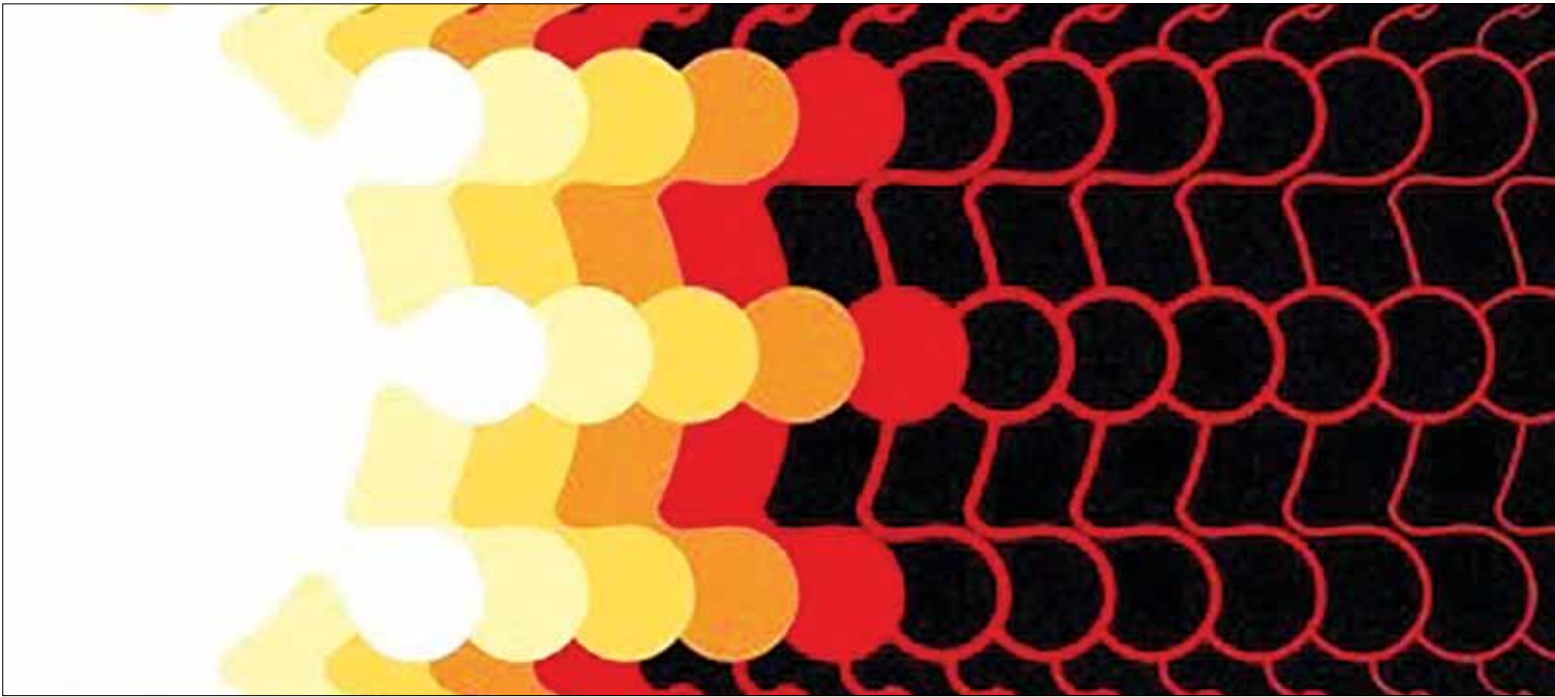
براساس نکات بیان شده، زمانی که شبکه برقی آلمانی‌ها با افزایش مصرف مواجه می‌شود، قیمت برق با توجه به میزان عرضه و تقاضا افزایش می‌یابد. همین افزایش قیمت برق موجب می‌شود تا مشترکان برق آلمانی اعم از مشترکان خانگی، مشترکان صنعتی و مشترکان کشاورزی متحمل هزینه قابل توجه شده و برای فرار از این‌هزینه از میزان مصرف برق خود بکاهند. این سازوکار به کار گرفته شده برای تعرفه‌گذاری در یکی از توسعه‌یافته‌ترین کشورهای جهان زمینه جلوگیری از بحران قطعی برق در این کشور را به وجود آورد و بدون هیچ قانده یا دستوری شاهد مدیریت مصرف برق در شرایط افزایش دمای هوا هستیم. به عبارت دیگر سازوکار نوین تعرفه‌گذاری صنعت برق آلمان را از خاموشی و قطعی برق نجات می‌دهد.

این در حالی است که قیمت برق ثابت و یارانه‌ای در ایران سبب شده تا مشترکان هیچ احساسی نسبت به افزایش مصرف برق نداشته باشند و انگیزه‌ای نیز برای کاهش مصرف ایجاد نشود. بنابراین میزان تقاضای برق بدون کنترل با سرعت نجومی اضافه شده و همین مسئله زمینه قطعی گسترده برق را به وجود می‌آورد. نمونه این افزایش مصرف را می‌توان نصب تعداد زیادی کولرگازی پرمصرف در شهرهایی مشاهده کرد که نه با گرمای شدید مواجه هستند و نه شرایط شرجی هوا مانع استفاده از کولرهای آبی می‌شود.

یکی از مهمترین رویکردهایی که می‌تواند از بروز خاموشی‌های گسترده در صنعت برق جلوگیری کند، تغییر نگرش در سازوکار تعرفه‌گذاری صنعت برق و استفاده از تجربیات کشورهای پیشرفته در این حوزه است. رانندازی بازار عرضه و تقاضای برق از یک سو به سرمایه‌گذاران خصوصی و عمومی برای سرمایه‌گذاری در صنعت برق انگیزه می‌دهد و از سوی دیگر مصرف‌کنندگان خانگی، کشاورزی و صنعتی را به سمت مدیریت مصرف برق و استفاده از تجهیزات کم‌مصرف‌تر هدایت می‌کند. در اغلب مطالعات اقتصادی انجام گرفته در جهان، نظام تعرفه‌گذاری اولین عامل حرکت به سمت صرفه‌جویی در مصرف انرژی محسوب می‌شود و تنها پس از اصلاح نظام تعرفه‌گذاری است که انگیزه لازم برای اقدامات غیرقیمتی، تغییر تکنولوژی و استفاده از رویه‌ها و مقررات کاهنده مصرف فراهم می‌شود.

«کونومیست» نسبت به رونق زود هنگام پس از همه‌گیری کرونا هشدار داد

خطوط گسل در اقتصاد جهانی



نشان می‌دهند که با فشار ممتد بر سیستم ذخیره فدرال برای افزایش وجوه دولتی، تورم در اقتصاد آمریکا درحال افزایش است. در اقتصادهای ثروتمند دیگر اما این فراوانی وجود ندارد. برخی کشورها که در واکنیسناسیون عقب هستند از جمله این مواردند، مانند ژاپن که تا به‌حال تنها ۱۵ درصد از جمعیتش را به‌طور کامل واکسینه کرده است. بدون اینجایجاد نوسانات بالا در بازارهای سرمایه از آن رها شوند. چین که اقتصادش در سال ۲۰۲۰ دچار رکود نشد، گویای اتفاقی است که پس از برداشته شدن سیاست‌های حمایتی خواهد افتاد: چین سیاست‌های اعتباری‌اش را سخت‌تر کرد و رشد اقتصادی‌اش کاهش یافت.

در همین حال، مهلت برنامه‌های کمک مالی فوری دولتی چون بیمه بیکاری و افزایش مهلت‌های قانونی، رو به اتمام است. پرداخت مجدد مشوق‌های اقتصادی به خانوارها در سال ۲۰۲۲ نامحتمل است. کسری‌ها افزایش خواهند یافت و رشد را کاهش خواهند داد. تا امروز اقتصادها توانسته‌اند تا حد زیادی از موج مخرب ورشکستگی‌ها اجتناب کنند، ولی هیچ‌کس نمی‌داند وقتی زمان بازپرداخت وام‌های ضروری برسد و کارمندان دیگر نتوانند به هزینه مالیات‌دهندگان به مرخصی بروند، چه خواهد شد. ممکن است فکر کنید اتفاقی به بزرگی همه‌گیری کرونا و پاسخ غیرقابل اجتناب دولت‌ها به آن، سرانجام واکنشی اقتصادی به همان شدت به‌دنبال خواهد داشت. تحلیلگران بدبین نگران بازگشت به تورمی شبیه به تورم دهه ۱۹۷۰، یا یک سقوط مالی یا کاهش انرژی سرمایه‌داری هستند. چنین نتایج آخزمای‌ای ممکن هستند، ولی محتمل نیستند. در عوض راه بهتر برای فکر کردن درباره چشم‌انداز غیرمعمول آینده، بررسی نحوه تعامل متفاوت این سه مشکل پنهان در اقتصادهای مختلف است. با آمریکا آغاز کنیم. واکنش‌های فراوان و محرک‌های بسیار بزرگ سبب شده این کشور در معرض بیشترین ریسک برای رشد تورم قرار گیرد. در ماه‌های اخیر تورم در این کشور تا حدی بالا رفته است که از دهه ۱۹۸۰ تاکنون بی‌سابقه بوده است. با تغییر فعالیت‌های اقتصادی، بازار کار این کشور تحت فشار قرار گرفته است. حتی پس از ایجاد ۸۵۰ هزار شغل و موقعیت‌های شغلی فراوان، تعداد افرادی که در تنبلی و خوشگذرانی کار می‌کنند نسبت به قبل از همه‌گیری ۱۲درصد کمتر است. کارمندان تمایلی به بازگشت به صنایعی که دستمزدها را افزایش داده‌اند، ندارند. دستمزد ساعتی نسبت به فوریه سال ۲۰۲۰ حدود ۸ درصد افزایش یافته است. ولی کشورهایی که چنین طرح‌هایی را اجرا نکرده‌اند نیز با کمبود نیروی کار مواجه شده‌اند. رویکرد به کار نه فقط در میان منحصصانی که رویشی قایق‌های تفریحی را دارند، بلکه در پایین‌ترین طیف‌های درآمدی چون پیشخدمت‌ها و نظافتچی‌ها نیز در حال تغییر است. تمام این موارد

مشکل پنهان آخر نیز مربوط به پایان دادن به بسته‌های محرک اقتصادی و خروج از آنهاست. حمایت‌های دولتی که از سال گذشته آغاز شده‌اند باید زمانی پایان پیدا کنند. بانک‌های مرکزی در کشورهای ثروتمند از زمان شروع همه‌گیری کرونا دارایی‌هایی به ارزش ۱۰ هزار میلیارد دلار خریداری کرده‌اند و با نگرانی در این فکر هستند که چگونه بدون ایجاد نوسانات بالا در بازارهای سرمایه از آن رها شوند. چین که اقتصادش در سال ۲۰۲۰ دچار رکود نشد، گویای اتفاقی است که پس از برداشته شدن سیاست‌های حمایتی خواهد افتاد: چین سیاست‌های اعتباری‌اش را سخت‌تر کرد و رشد اقتصادی‌اش کاهش یافت.

در همین حال، مهلت برنامه‌های کمک مالی فوری دولتی چون بیمه بیکاری و افزایش مهلت‌های قانونی، رو به اتمام است. پرداخت مجدد مشوق‌های اقتصادی به خانوارها در سال ۲۰۲۲ نامحتمل است. کسری‌ها افزایش خواهند یافت و رشد را کاهش خواهند داد. تا امروز اقتصادها توانسته‌اند تا حد زیادی از موج مخرب ورشکستگی‌ها اجتناب کنند، ولی هیچ‌کس نمی‌داند وقتی زمان بازپرداخت وام‌های ضروری برسد و کارمندان دیگر نتوانند به هزینه مالیات‌دهندگان به مرخصی بروند، چه خواهد شد. ممکن است فکر کنید اتفاقی به بزرگی همه‌گیری کرونا و پاسخ غیرقابل اجتناب دولت‌ها به آن، سرانجام واکنشی اقتصادی به همان شدت به‌دنبال خواهد داشت. تحلیلگران بدبین نگران بازگشت به تورمی شبیه به تورم دهه ۱۹۷۰، یا یک سقوط مالی یا کاهش انرژی سرمایه‌داری هستند. چنین نتایج آخزمای‌ای ممکن هستند، ولی محتمل نیستند. در عوض راه بهتر برای فکر کردن درباره چشم‌انداز غیرمعمول آینده، بررسی نحوه تعامل متفاوت این سه مشکل پنهان در اقتصادهای مختلف است. با آمریکا آغاز کنیم. واکنش‌های فراوان و محرک‌های بسیار بزرگ سبب شده این کشور در معرض بیشترین ریسک برای رشد تورم قرار گیرد. در ماه‌های اخیر تورم در این کشور تا حدی بالا رفته است که از دهه ۱۹۸۰ تاکنون بی‌سابقه بوده است. با تغییر فعالیت‌های اقتصادی، بازار کار این کشور تحت فشار قرار گرفته است. حتی پس از ایجاد ۸۵۰ هزار شغل و موقعیت‌های شغلی فراوان، تعداد افرادی که در تنبلی و خوشگذرانی کار می‌کنند نسبت به قبل از همه‌گیری ۱۲درصد کمتر است. کارمندان تمایلی به بازگشت به صنایعی که دستمزدها را افزایش داده‌اند، ندارند. دستمزد ساعتی نسبت به فوریه سال ۲۰۲۰ حدود ۸ درصد افزایش یافته است. ولی کشورهایی که چنین طرح‌هایی را اجرا نکرده‌اند نیز با کمبود نیروی کار مواجه شده‌اند. رویکرد به کار نه فقط در میان منحصصانی که رویشی قایق‌های تفریحی را دارند، بلکه در پایین‌ترین طیف‌های درآمدی چون پیشخدمت‌ها و نظافتچی‌ها نیز در حال تغییر است. تمام این موارد

رشد جهانی به سرعت دارد بازمی‌گردد، اما بهبودی از همه‌گیری کرونا هنوز شککنده است. به گزارش هفته‌نامه «کونومیست»، با وجود اینکه همه‌گیری کرونا رکود اقتصادی وحشتناکی را در سراسر جهان رقم زد، اما حالا رونقی عجیب و شگفت‌انگیز اوج گرفته است؛ قیمت‌های جهانی نفت افزایش یافته‌اند، در حالی که رستوران‌ها و شرکت‌های حمل‌ونقل برای استخدام نیروی کار باید رقابت کنند و پیشسندهای بهتری ارائه کنند. بازارهای سهام نیز با افزایش سود شرکت‌های بورسی به بالاترین سطح وود در سال جاری، بسیار موفق بوده‌اند. شاخصی که توسط JPMo – HIS Markit و gan Chase ایجاد شده نشان می‌دهد رشد جهانی از زمان روزهای پرونوق سال ۲۰۰۶ میلادی در بالاترین سطح خود قرار دارد. هر نوع خلاصی از وپروس کووید۱۹– می‌تواند دلیلی برای جشن و خوشحالی باشد؛ ولی اقتصاد پرونوق امروز باعث نگرانی نیز می‌شود، چراکه در پس این رونق سه مشکل پنهان قرار دارد، مشکلاتی که مشخص می‌کنند در آینده چه کسی رشد خواهد کرد و آیا غیرمعمول‌ترین بهبود اقتصادی می‌تواند در خاطرات زنده باقی بماند یا خیر.

۳ مشکل پنهان کرونایی در اقتصادها

اولین مشکل پنهان، کشورهای واکنسینه شده را از واکنسینه نشده‌ها جدا می‌کند. تنها کشورهایی که واکنیسناسیون را به پیش برده‌اند قادر به مهار کردن کووید۱۹– خواهند بود. در این شرایط مغازه‌ها، کافه‌ها و دفاتر کاری می‌توانند به‌طور دائمی باز باشند و مشتریان و کارمندان برای خروج از خانه‌های‌شان احساس اطمینان می‌کنند. ولی تنها یک نفر از هر چهار نفر از مردم جهان اولین دز واکسن را دریافت کرده و تنها یک نفر از هر هشت نفر به‌طور کامل با واکسن محافظت شده است. حتی در آمریکا نیز برخی از ایالت‌های کمتر واکنسینه شده در مقابل جهش جدید این ویروس موسوم به دلتا آسیب‌پذیر هستند. دومین مشکل پنهان اما میان عرضه و تقاضا در جریان است. کمبود ریزترانشه‌ها تولید لوازم الکترونیکی و خودروها را در زمانی که تقاضا برای آنها بالا رفته و مصرف‌کنندگان خواهان زیاده‌روی در خرید آنها هستند، مختل کرده است. هزینه حمل کالاها از چین به بنادر غربی آمریکا نسبت به قبل از همه‌گیری کرونا چهار برابر شده است. حتی در صورت برطرف شدن این مشکلات نیز اقتصادهایی که به تازگی بازگشایی شده‌اند عدم تعادل‌های جدیدی را ایجاد کرده‌اند. به‌نظر می‌رسد در برخی کشورها مردم تمایل بیشتری به رفتن به کافه‌ها دارند تا اینکه در آنجا کار کنند، به‌طوری‌که بخش خدمات با کمبود نیروی کار ساختاری مواجه شده است. قیمت‌های مسکن افزایش یافته‌اند که گویای افزایش قریب‌الوقوع قیمت‌های اجاره است. این مسئله می‌تواند تورم را ماندگار کند و سبب عمیق‌تر شدن حس استطاعت‌ناپذیری مسکن شود.

وام بانکی تنها ۲۰ درصد از هزینه ساخت مسکن را پوشش می‌دهد

تعمیق رکود تورمی در بازار مسکن پایتخت

باز هم دوره رکودی را پشت سر گذاشت به طوری که در مجموع در سه ماهه نخست امسال بازار مسکن در رکود به سر برد. او با بیان اینکه خروج بازار مسکن از شرایط رکودی، زمانبر است، در عین حال این نوید را می‌دهد که میزان مراجعه مردم به بنگاه‌های ملکی در روزهای اخیر افزایش یافته است. هرچند شرایط انجام معامله در بازار مسکن با سایر بازارها متفاوت و زمانبر است و خرید یک ملک و قطعی شدن آن حدود یک تا سه ماه زمان می‌برد.

عقبایی همچنین «ریزش قیمت» را به معنای «کاهش قیمت» نمی‌داند و می‌افزاید: کاهش یعنی نرخ‌ها از قیمت واقعی مسکن پایین‌تر بیاید در حالی که وقتی ریزش قیمت رخ می‌دهد، حباب‌های قیمتی موجود در بازار کم می‌شود که این امر یکباره نیست و در طول زمان رخ می‌دهد. باید اذعان کرد که بازار مسکن یکی دو سالی است که در رکود مطلق به سر می‌برد هرچند که پیش از آن نیز در رکود بود. بسیاری از مالکان در ماه‌های اخیر توقع داشتند که بعد از انتخابات ملک خود را با قیمت‌های بالاتری بفروشند، اما دیدند که نقدینگی و کشش بازار مسکن این افزایش را برنمی‌تابد.

وی بخش دیگری از آینده بازار مسکن را منوط به سیاست‌های دولت سیزدهم در حوزه مسکن می‌داند و می‌گوید: رئیس جمهوری منتخب بحث ساخت سالی یک میلیون واحد مسکونی را مطرح کرده است که حتی بیان آن از نظر روانی بر بازار مسکن اثرگذار است و اگر عملی شود نیز با تقویت عرضه می‌تواند بر قیمت‌ها اثرگذار شود. پیش‌بینی می‌شود در نیمه دوم امسال شاهد ریزش قیمت‌ها و افزایش معاملات ملکی در تهران خواهیم بود و تا پایان امسال با یک شیب ملایم قیمت‌ها رشد یابد.

موضوعی که بر حواشی این بازار از جمله بازار اجاره آن هم در فصل جابه‌جایی‌ها تأثیر مستقیم دارد. کارشناسان بازار مسکن علل متعددی را در بروز این وضعیت فهرست می‌کنند: از شرایط کرونایی حاکم بر تهران، تأثیرپذیری از بازارهای موازی چون بورس و ارز و عوامل سیاسی همچون انتخابات ریاست جمهوری که خردادماه برگزار شد اما اینکه آینده این بازار به کدام سو می‌رود، پرسشی است که شاید برای بسیاری از شهروندان که سودای خرید مسکن در ماه‌های آینده را دارند، مورد توجه باشد.

در پاسخ به این سوال، حسام عقبایی نایب رئیس اول اتحادیه مشاوران املاک تهران بر وجود رکود تورمی در بازار مسکن پایتخت صحه می‌گذارد و بر این باور است که این شرایط از پارسال آغاز شده و در سه ماهه اول امسال نیز تداوم یافته است. او به «ایرنا» می‌گوید: رکود تورمی در نیمه دوم پارسال در بازار مسکن تهران بروز کرد به طوری که هم قیمت مسکن در تهران تصاعدی شد و هم معاملات کاهش یافت. این شرایط در سه ماهه اول امسال نیز استمرار داشت به دلیل آنکه در فروردین ماه به دلیل شرایط کرونایی با تعطیلی کسب و کارها مواجه بودیم و محدودیت‌های بیشتری برای جلوگیری از شیوع کرونا وضع و اعمال شد.

در حالی که سه هفته از اردیبهشت ماه با ماه مبارک رمضان مقارن بود و این امر بر کاهش معاملات تأثیر داشت، اما عقبایی اعتقاد دارد: در اردیبهشت ماه کشور در آستانه انتخابات ریاست جمهوری قرار گرفت و بسیاری از نتایج این انتخابات گره خورد تا چه کسی پیروز انتخابات می‌شود. سپس در ماه خرداد فضای سیاسی و انتخاباتی کاملاً بر کشور حاکم شد و متأثر از آن، در کنار شرایط کرونایی، بازار مسکن

بانک‌نامه

خطر در کمین کاربران صرافی‌های بایننس و کوینکس

دارایی کاربران ایرانی بلوکه می‌شود

با ساختار جدید احراز هویت که توسط صرافی‌های خارجی در حال اجراست، به محض شناسایی کیف پول خریداران ایرانی رمزارزها، حساب موجود در آن مسدود خواهد شد.

به گزارش خبرآنلاین، تعداد قابل توجهی از خریداران ایرانی رمزارزها، از صرافی‌های خارجی برای خرید و نگهداری رمزارزها استفاده می‌کنند و بنابر بررسی‌ها، بایننس یکی از محبوب‌ترین صرافی خارجی بین کاربران ایرانی است. کوینکس نیز صرافی دیگری است که اخیرا فعال شده و مدعی است که خارجی است. اگرچه در گذشته نیز موارد متعددی ثبت شده که صرافی‌های خارجی حساب و دارایی کاربران ایرانی را مسدود ساخته بودند یا حساب‌های خود آنها به واسطه اقدامات مشکوک مسدود شده و در نتیجه میلیون‌ها دلار دارایی کاربران ایرانی از بین رفته یا به خطر افتاده، اما به نظر می‌رسد این بار، خطر مسدود کردن حساب‌ها جدی‌تر از قبل است و ایرانی‌ها باید سریع‌تر به فکر پیشگیری باشند.

بر این اساس، صرافی بایننس اخیرا اعلام کرده که یکی از اولین صرافی‌هایی است که سیستم CipherTrace Travel را با هدف کنترل انطباق با قوانین و مقررات شبکه مقابله با جرایم مالی و گروه ویژه اقدام مالی پیاده‌سازی کرده است. شرکت سایفرتریس در ماه گذشته، گزارشی را منتشر کرد که براساس آن، ۴.۵ میلیون آدرس کیف بیت‌کوین مرتبط با ۷۲۰۰۰ آدرس IP منحصر به فرد ایرانی را شناسایی کرده است و پیوستن بایننس به این سیستم، بدین معنا است که این صرافی با اتصال و پیاده‌سازی سیستم تراول، قصد دارد از این موضوع مطمئن شود که جرایم مالی و قوانین FATF در تمام فرآیندها، معاملات و تراکنش‌هایش به صورت کامل اجرایی می‌شود. افزون بر این، یکی از الزاماتی که تحت مقررات FATF در گذشته ابلاغ شده این است که در صورت انتقال رمزارزها باید اطلاعات هر دو طرف اعم از گیرنده و فرستنده به صورت کامل و واقعی باشد و با بهره‌گیری از سیستم تراولر، شناسایی هویت کاربران و تطابق با قوانین مذکور در صرافی بایننس انجام و اجرایی می‌شود. این موضوع یک هشدار جدی برای فعالان و خریداران رمزارز در ایران برای ادامه استفاده از صرافی‌های خارجی است و به زودی تمام صرافی‌های خارجی و شبه خارجی کوینکس که همچنان با مدارک ایرانی احراز هویت می‌کنند، چنانچه در کشوری مستقر باشند که به FATF پیوسته باشند در یک بازه زمانی ملزم به اجرای این مورد و شفاف‌سازی هویت کاربران‌شان خواهند بود و در این روند هویت کاربران ایران فاش می‌شود و حساب‌های‌شان مسدود یا محدود خواهد شد.

طبق آمارها تاکنون حدود ۲۰۰ کشور دنیا به FATF پیوسته‌اند لذا با شناسایی موقعیت مکانی کاربران با بهره‌گیری از سیستم تراول آدرس، به محض انتقال رمزارزها از کیف پول کاربران ایرانی به صرافی‌های متمرکز خارجی، این دسته از کاربران با مشکل مواجه و موجودی کیف‌های پول آنان در داخل کیف پول‌شان قفل خواهد شد. باید توجه داشت که این محدودیت‌ها طبق FATF تنها مربوط به افرادی که تابعیت یک کشور را دارند نیست بلکه به هر دلیلی حسابی مشکوک باشد یا تبادلات آن با حساب‌های مشکوک انجام شود می‌تواند دچار مسدودسازی یا سایر محدودیت‌ها شود. بحث بلوکه شدن سرمایه کاربران ایرانی در اکسچنج‌ها و صرافی‌های بین‌المللی بحث جدیدی نیست و از لوکار بیت کوینز گرفته تا اکسچنج‌های بزرگی نظیر بترکس، بارها دارایی کاربران ایرانی به بهانه‌های مختلف بلوکه شده و این صرافی‌ها از ارائه خدمات به ایرانیان امتناع کرده‌اند. سرویس تراولر شرکت سایفرتریس یک سامانه پیشرفته جدید است که تراکنش‌ها در هر موسسه، شرکت یا سازمانی که با دارایی‌های رمزنگاری شده مرتبط هستند از جمله صرافی‌ها، OTC ها، بانک‌ها و یا سایر موسسات مالی مثل تتر با هدف کنترل انطباق با قوانین و مقررات شبکه مقابله با جرایم مالی (FinCen) و گروه ویژه اقدام مالی (FATF) متصل و بررسی می‌شوند. افزون بر این نهادهای رگولاتوری در کانادا، کره‌جنوبی، ژاپن، بریتانیا و چند کشور دیگر نسبت به الزام صرافی‌ها به استفاده از فناوری‌ها و فرآیندهای ذکر شده اقدام کرده‌اند.

بازگشت بیت‌کوین و اتریوم به مسیر صعودی

بیت‌کوین و اتریوم به مسیر صعودی برگشتند.

به گزارش سی‌ان‌بی‌سی، در یک تصمیم عجیب و بی‌سابقه، شبکه اجتماعی تیک تاک اعلام کرد ممنوعیت‌های جدیدی برای تبلیغات در نظر گرفته که یکی از آنها ممنوعیت تبلیغ ارزهای دیجیتال بوده است. صرف نظر از اینکه کاربر این شبکه اجتماعی در کدام نقطه از زمین سکونت داشته باشد، طبق تصمیم‌گیری جدید اجازه اظهارنظر یا تبلیغ درخصوص ارزهای دیجیتالی را نخواهد داشت. این شبکه اجتماعی از شبکه‌های محبوب برخی کاربران به ویژه دوج‌کوین بود. اظهارات سناتور بانفوذ آمریکایی در نقد ارزهای دیجیتالی باعث وحشت معامله‌گران از اتخاذ رویکرد سختگیرانه‌تر در آمریکا نسبت به رمزارزها شده است. الزیات وارن از سناتورهای ارشد مموکرات در نامه خود به گری گنسلر، رئیس کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا با انتقاد از عدم وجود قانون‌گذاری در این حوزه گفته است که نوسانات بسیار بالا در بازار رمزارزها در نهایت ثبات همه بازارهای مالی را به خطر می‌اندازد و باید فکری به حال آن کرد.

بعد از محدودیت‌های شدید بانک مرکزی و دولت چین علیه فعالیت‌های مرتبط با رمزارزها، اکنون استخراج‌کنندگان به دنبال یافتن مقاصد جدید هستند. قزاقستان، کانادا و آمریکا به اصلی‌ترین مقاصد جذب ماینرها تبدیل شده‌اند و انتظار می‌رود با از سرگیری فعالیت آنها، به تدریج شاهد بهبود ضریب سختی استخراج بیت‌کوین باشیم. برخی از تحلیلگران توانایی بیت‌کوین برای شکستن سقف ۴۰ هزار دلاری در کوتاه‌مدت را بعید می‌دانند. مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتالی در حال حاضر ۱۴۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۲.۵ درصد بیشتر شده است. در حال حاضر ۵۰ درصد کل بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین و ۱۷ درصد در اختیار اتریوم است. بیت‌کوین ۱۲ سال پیش توسط گروه گمنامی از معامله‌گران بر بستر بلاکچین ایجاد شد و از سال ۲۰۰۹ معاملات اولیه آن شکل گرفت.

حذف مالیات از اصل طلا از ۱۲ دی ماه



درصد مالیات بر ارزش افزوده از کل طلا، قیمت تمام شده برای خریدار طلا بالا رفت و تقاضا برای خرید کاهش یافت و رکودی بی‌سابقه صف و صنعت طلا و جواهر را فرا گرفت که موجب تعطیلی بخش وسیعی از تولیدکنندگان و فروشندگان این حوزه گردید. امیدوارم اجرایی شدن این قانون سرآغاز فصل جدید و مبارکی برای رشد و ارتقای صنعت کهن طلا و جواهر در کشور گردیده و زمینه توسعه و پیشرفت تولید و صادرات را به دنبال داشته باشد.

رونق‌بخشی به بازار نیمه‌جان طلا و جواهر

همانطور که اشاره شد، موضوع اصلاح بخشی از قانون اخذ مالیات بر ارزش‌افزوده از سال ۱۳۹۸ در دستور کار مجلس بود، اما تا نهایی شده و به دولت ابلاغ شود بیش از یک سال و نیم به طول انجامید و بالاخره ۱۲ تیرماه امسال بود که ابلاغ شد، اگرچه که براساس گفته‌های مسئولان سازمان مالیاتی تا اجرای آن چیزی در حدود شش ماه زمان باقی است و در دی‌ماه باید منتظر اجرایی شدن آن باشیم. به این ترتیب، بعد از مدت‌ها کش‌وقوس بالاخره طرح اصلاح بخشی از قانون مالیات بر ارزش‌افزوده به دولت ابلاغ شد و براساس آن ستاندن مالیات ارزش‌افزوده از اصل طلا تا چندی دیگر متوقف خواهد شد. موضوعی که به گفته رئیس انجمن صنفی کارفرمایان صنعت طلا و جواهر می‌تواند محرکی برای رونق بازار رکودی طلا در حال حاضر باشد. نکته قابل‌توجه در این تحول جدید که بازار طلا مدت‌ها در انتظار آن بوده است این است که در بخشی از اصلاح صورت پذیرفته در قانون مذکور دیگر اصل طلا از شمول این مالیات کنار گذاشته می‌شود؛ موضوعی که به گفته فعالان بازار طلا اجرایی‌شدن آن می‌تواند به کاهش قیمت طلا و همین‌طور رونق بخشی به بازار نیمه‌جان فعلی کمک شایان توجهی کند.

حذف مالیات ارزش افزوده طلا چه تاثیری در بازار سکه و طلا دارد؟

فرصت امروز: قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده و حذف مالیات از اصل طلا، هفته گذشته ابلاغ شد، اما اجرای آن طبق گفته سازمان امور مالیاتی به شش ماه آینده موکول شده است. مالیات بر ارزش افزوده، مالیات غیرمستقیمی است که مصرف‌کننده (خریدار) آن را به همراه بهای خرید کالا و خدمات می‌پردازد و دریافت‌کننده (فروشنده) موظف است مقدار مالیات دریافتی را به خزانه دولت واریز کند. قانون مالیات بر ارزش افزوده در ۵۳ ماده و ۴۷ تبصره در هفدهم اردیبهشت ۱۳۸۷ در کمیسیون اقتصادی مجلس تصویب شد تا در مدت آزمایشی پنج ساله از اول مهرماه ۱۳۸۷ به اجرا گذاشته شود. این قانون پس از پنج سال نخست هر سال مجددا تمدید و تا ۹ درصد افزایش یافت، اما با گذشت ۱۰ سال از اجرای این قانون و اعتراض فعالان صنف طلا و جواهر، در جلسه ۳۰ دی ماه ۱۳۹۸ نمایندگان مجلس بر معافیت اصل طلا، جواهر و پلاتین در لایحه اصلاح این قانون رأی دادند. پس از ایرادات شورای نگهبان به موارد دیگر این قانون، نهایتا اصلاح قانون مالیات بر ارزش افزوده تایید شد و ۱۲ تیرماه امسال از سوی رئیس‌جمهور ابلاغ گردید. البته طبق ماده ۲۶ قانون مالیات بر ارزش افزوده مصوب سال ۱۴۰۰، فقط اصل طلا از مالیات بر ارزش افزوده معاف شد و در نتیجه تنها از اجرت و سود مصنوعات طلا مالیات دریافت می‌شود. نکته دیگر اینکه قانون به شرطی اصل طلا را از مالیات بر ارزش افزوده معاف کرده که طلافروشان معاملات خود را در سامانه جامعی که سازمان امور مالیاتی موظف به طراحی و ایجاد آن شده است، ثبت نمایند.

مصوبه‌ای که صنعت طلا را متحول می‌کند

با اعلام این خبر بسیاری تصور کردند که از ابتدای این هفته مالیات اصل طلا از این پس حذف خواهد شد، اما واقعیت آن است که حذف مالیات از

اثر طالبان بر بازار دلار ایران

دلار از هرات به تهران می‌آید؟

می‌تواند موجب شود که تجارت ایران با افغانستان نیز دچار مشکل شود و

ارزآوری کشور کاهش پیدا کند. با این حال، بخشی از معامله‌گران اعتقاد دارند که حتی پیشروی‌های طالبان نیز تغییر معناداری بر بازار ارز داخلی نخواهد داشت. از نگاه آنها، در شرایط کنونی سطح تقاضای اسکناس در بازار چندان بالا نیست و به دلیل محدودیت‌های کرونایی تا حدی تمایل خرید نیز کاهش پیدا کرده است. به همین دلیل، از نظر این معامله‌گران، تغییرات سیاسی همسایه شرقی ایران نمی‌تواند وضعیت بازار ارز را چندان تحت تاثیر قرار دهد. افزون بر این، سطح عرضه بازارساز معنادار است و به نظر می‌رسد که تمایلی ندارد اجازه رشد بیشتر را به قیمت دلار بدهد. در همین حال، قیمت طلا، سکه و دلار در اولین روز هفته در بازار تهران ریزشی شد. در نوزدهمین روز تابستان دلار آمریکا کاهش ۵۰ تومانی قیمت را در بازار آزاد تجربه کرد و دوباره وارد کانال ۲۴ هزار تومانی شد. قهر دلار آمریکا در حال حاضر ۲۴ هزار و ۹۶۹ تومان قیمت دارد. قیمت دلار در صرافی‌های بانکی نیز با ۱۱۸ تومان افزایش در روز شنبه به رقم ۲۴ هزار و ۴۶۸ تومان رسید. قیمت فروش یورو هم با ۱۳۸ تومان کاهش به ۲۹ هزار و ۳۵۴ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۳ هزار و ۹۸۴ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۷۷۳ تومان بود. علاوه بر این، نرخ خرید دلار در بازار متشکل ارزی ۲۴ هزار و ۴۷ تومان و نرخ فروش

نرخ سود بین بانکی به کانال ۱۷درصدی رسید

خبر خوش برای بورسی‌ها

۱۸درصدی در نوسان بود ولی در نهایت با ادامه مسیر نزولی این نرخ در ۱۷ تیرماه وارد کانال ۱۷درصدی شد. نرخ سود بین‌بانکی براساس جریان عرضه و تقاضا تعیین می‌شود و ثابت نیست. این نرخ نوسان دارد به‌گونه‌ای که با افزایش تقاضا برای دریافت وام بین‌بانکی و از سوی دیگر عدم عرضه متناسب با آن، نرخ سود بالاتر می‌رود و برعکس. برخی از کارشناسان اقتصادی معتقدند که کاهش نرخ سود بانکی می‌تواند نقش مهمی در حرکت نقدینگی بازار بانک‌ها به سمت بازار سرمایه داشته باشد و سبب رونق بازار سرمایه گردد. پیش از این هم البته رئیس‌کل وقت بانک مرکزی یکی از اهداف این بانک را برای کنترل تورم و مهار رشد نقدینگی، کاهش نرخ سود بین‌بانکی اعلام

سیر نزولی کاهش نرخ سود بین‌بانکی که از ماه‌های قبل آغاز شده است در حالی ادامه دارد که طبق تازه‌ترین گزارش بانک مرکزی وارد کانال ۱۷درصدی شده است. جدول تغییرات نرخ سود بین‌بانکی نشان می‌دهد که نرخ سود در این بازار از ۱۹،۷۶ درصد در اردیبهشت ماه امسال به ۱۷،۹۵ درصد در ۱۷ تیرماه کاهش یافته است. هفته قبل نرخ سود بین‌بانکی در دامنه ۱۸،۱۲ درصدی در نوسان بود اما گزارش جدید بانک مرکزی از عملکرد بازار بین‌بانکی نشان می‌دهد که مانند ماه‌های قبل نرخ سود بین‌بانکی روند کاهشی را طی می‌کند و بر همین اساس به تازگی نیز وارد کانال ۱۷درصدی شده است. نرخ سود بین‌بانکی از خردادماه به زیر ۱۹ درصد رسیده و در کانال

وزیر ارتباطات هشدار داد

فعالیت دوباره مهاجمان سایبری

وزیر ارتباطات از فعالیت مهاجمان سایبری در حمله به درگاه مدیریتی سرورهای HP خبر داد که پیش از این در اردیبهشت ۹۷ هم اتفاق افتاده بود.
محمدجواد آذری جهرمی در کانال تلگرامی خود نوشت: مجددا هشدار اردیبهشت ۱۳۹۷ در مورد حملات باج‌افزاری با سوءاستفاده از درگاه مدیریتی iLo سرورهای HP را یادآوری می‌کنیم. تحرکات جدیدی توسط مهاجمان سایبری برای طراحی حملات سایبری با استفاده از این نفیضه، رصد و گزارش شده است. مرکز ماهر (مدیریت امداد و هماهنگی رخدادهای رایانه‌ای) اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ با اعلام هشدار درخصوص انتشار باج‌افزار با سوءاستفاده از درگاه مدیریتی iLo سرورهای شرکت HP گزارش داده بود: رصد فضای مجازی نشان‌دهنده حملاتی مبتنی بر آسیب‌پذیری‌های موجود در سرویس iLo سرورهای HP بوده است. سرویس iLo یک درگاه مستقل فیزیکی است که جهت مدیریت و نظارت سرورهای شرکت HP از سوی مدیران شبکه استفاده می‌شود. این سرویس حتی در صورت خاموش بودن سرورها به مهاجم قابلیت راه‌اندازی مجدد و دسترسی غیرمجاز را می‌دهد. این حملات روی نسخه‌های مختلف مانند iLo ۲ و iLo ۳ و iLo ۴ مشاهده شده است. مرکز ماهر با اعلام حمله باج‌افزاری از سوی یکی از قربانیان از وقوع نوع جدیدی از حمله باج‌افزاری روی درگاه‌های iLo اطمینان حاصل کرده و برای شناسایی قربانیان حمله انجام شده و با تعدادی از قربانیان در ایران و کشورهای دیگر برای بررسی بیشتر، تماس حاصل شد. رصد فضای آدرس IP کشور روی درگاه‌های iLo انجام گرفت و سرورهای آسیب‌پذیر شناسایی شدند. همچنین با شماری از صاحبان این سرویس روی بستر اینترنت که در معرض تهدید بودند تماس گرفته شده و هشدار لازم ارائه شد. مرکز ماهر در این زمینه توصیه کرده بود دسترسی درگاه‌های iLo از طریق شبکه اینترنت روی سرورهای HP مسدود شود، در صورت نیاز و استفاده از iLo، با استفاده از راهکارهای امن نظیر ارتباط VPN اتصال مدیران شبکه به این‌گونه سرویس‌دهنده‌ها برقرار شود و همچنین در صورت مشاهده هرگونه موردی نظیر پیام باج‌خواهی در iLo Security Login Banner، تغییر در Boot Order، بهم ریختگی یا پاک شدن بی‌دلیل پیکربندی و اطلاعات یا هر مورد مرتبط و مشکوک دیگر با مرکز ماهر تماس گرفته شود.

گزارش مرکز آمار از نرخ اجاره‌بها در شهرها

گران‌ترین و ارزان‌ترین شهرها برای مستاجران

براساس آخرین داده‌های آماری در بهار ۱۴۰۰، میزان اجاره بها در کرمانشاه ۱۰۵ درصد بیشتر و سیستان و بلوچستان ۱۵.۲ درصد کمتر از متوسط کشوری برای اجاره‌بها هزینه کرده‌اند.

با توجه به اینکه مسکن یکی از بخش‌های مهم در بحث شاخص قیمت مصرف‌کننده است، مرکز آمار گزارش نرخ تورم اجاره بهای خانوارهای شهری در سراسر کشور را منتشر کرد. طبق این گزارش در بهار ۱۴۰۰، شاخص قیمت اجاره بهای واحدهای مسکونی در مناطق شهری، به عدد ۲۲۶ رسید که نسبت به فصل قبل ۷.۷ درصدافزایش داشته است. در این فصل استان کردستان با ۸.۹ درصد بیشترین و استان لرستان با ۶۰ درصد کمترین نرخ تورم فصلی را در بین استان‌های کشور داشته‌اند. نرخ تورم اجاره بها در بهار ۱۴۰۰ نسبت به فصل مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه)، ۲۹.۱ درصد است که نسبت به فصل زمستان ۱۳۹۹ (۲۸.۹ درصد)، ۰.۲ واحد درصدافزایش نشان می‌دهد.

در این فصل بیشترین نرخ تورم نقطه به نقطه با ۶.۳۹ درصد مربوط به استان کرمانشاه و کمترین نرخ تورم نقطه به نقطه با ۱۳.۹ درصد مربوط به استان سیستان و بلوچستان است. به عبارتی در فصل بهار ۱۴۰۰ خانوارهای استان کرمانشاه به طور متوسط ۵.۱۰ واحد درصد بیشتر از میانگین کل کشور و خانوارهای استان سیستان و بلوچستان به طور متوسط ۲.۱۵ واحد درصد کمتر از میانگین کل کشور در بخش اجاره بها هزینه کرده‌اند. نرخ تورم اجاره بها در چهار فصل منتهی به فصل بهار ۱۴۰۰ برابر ۲۸۸ درصد است که استان همدان با ۲۸.۳ درصد بیشترین نرخ تورم و استان سیستان و بلوچستان با ۶.۱۳ درصد کمترین نرخ تورم را داشته‌اند. همچنین در فصل بهار ۱۴۰۰متوسط افزایش هزینه اجاره بها برای کل خانوارهایی که تعدید قرارداد داشته‌اند، برابر با ۳۹.۸ درصد بوده است.

روحانی در ستاد ملی مقابله با کرونا:

ویروس هندی وارد عمق کشور شده

رئیس جمهوری گفت متأسفانه ویروس هندی به استان‌های جنوبی و شرقی اکتفا نکرد و وارد عمق کشور شده است، البته ورود آن به استان‌ها متفاوت است و در مجموع شرایط، شرایط نامناسب‌تری نسبت به هفته‌های گذشته بوده است. حسن روحانی در جلسه ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا با بیان اینکه متأسفانه در سال ۱۴۰۰ با ویروس‌های خطرناکی که از کشورهای دیگر وارد ایران شده، مواجه شدیم، افزود: آن مقطع از غرب کشور و عمدتا از عراق وارد شد که ویروس انگلیسی بود و در این ایام و ماه‌های اخیر گرفتاری ما از ویروس هندی است که از مرزهای شرقی وارد کشور شده است. او ادامه داد: همه تلاش این بود که این ویروس در استان‌های جنوبی و شرقی کشور محبوس بمانند و جلوی آن را به داخل کشور بگیریم. تلاش زیادی شد و تاخیر هم انجام شد، اما متأسفانه این ویروس به استان‌های جنوبی و شرقی اکتفا نکرد و وارد عمق کشور شده است؛ البته ورود آن به استان‌ها متفاوت است و در مجموع شرایط، شرایط نامناسب‌تری نسبت به هفته‌های گذشته بوده است. روحانی افزود: در آمار و ارقام دیدیم به بیماران سرپایی اضافه می‌شود که علامتی برای اضافه شدن تعداد بیماران بستری است. بستری‌ها هم حمایتی برای فوتی‌ها می‌شود. نکته مثبتی که در آمار و ارقام دیدیم این است که معمولا در اکثر استان‌هایی که این ویروس هندی وارد شده است، فاصله بین ابتلا و بستری زیاد است، فاصله بستری و فوت هم زیاد است. علی‌رغم اینکه مردم مبتلا می‌شوند، هم به خاطر تجهیزات و امکانات و مراقبت‌های ویژه و تجربه بیشتری که امروز اندوخته شده است الحمدالله در مرگ و میر شرایط بهتر از گذشته داریم. البته واکنس هم بسیار موثر است. اگر واکنس‌ها توسعه پیدا کند مشکلات ما کمتر خواهد شد. با همه تمهیدات به پیک پنجم وارد یا نزدیک شدیم. اگرچه این پیک هنوز سراسری نیست و هنوز هم می‌شود جلوی افزایش و گسترش این پیک را گرفت که به تلاش همگانی در سراسر کشور نیاز دارد. رئیس جمهوری با بیان اینکه تست‌ها باید افزایش پیدا کند و پروتکل‌ها دقیق‌تر اجرایی و عملیاتی شود، اظهار کرد: علاوه بر این مقرراتی که نسبت به مناطق قرمز و نارنجی هست نیز باید مورد مراعات قرار بگیرد، پایش‌ها بیشتر شود و فاصله‌ها، کاهش تردها و تجمع‌ها باید صورت بگیرد و این موارد اموری است که همیشه ما به آن تاکید می‌کنیم.

فرصت امروز: بازار سرمایه هفته جدید را با روندی نزولی آغاز کرد و شاخص بورس تهران بیش از ۱۱ هزار واحد کاهش یافت. شاخص کل بورس در معاملات روز شنبه با افت ۱۱ هزار و ۳۰۸ واحدی به سطح بیش از یک میلیون و ۲۷۰ هزار واحد رسید. در معاملات نوزدهمین روز تیرماه بیش از ۵ میلیارد و ۸۷۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۳ هزار و ۹۸۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. همچنین شاخص کل با معیار هم‌وزن با ۹۶ واحد کاهش به ۳۹۲ هزار و ۴۸۹ واحد و شاخص قیمت هم‌وزن با ۶۱ واحد افت به ۲۵۰ هزار و ۲۷۱ واحد رسید. شاخص بازار اول ۸ هزار و ۱۰۴ واحد و شاخص بازار دوم ۲۳ هزار و ۴۳۳ واحد کاهش داشتند. گروه خودرو با حدود ۳ هزار و ۵۸۸ میلیارد ریال بیشترین ارزش معاملات روز گذشته را به خود اختصاص داد و پس از آن گروه شیمیایی و گروه فلزات اساسی به ترتیب رتبه دوم و سوم را در این خصوص به خود اختصاص دادند. همانطور گفته شد، روز شنبه طی حدود ۸۲۰ هزار و ۵۰۸ تویت معاملاتی، حدود ۵ میلیارد و ۸۷۰ میلیون برگه اوراق بهادار به ارزش حدود ۴۳ هزار و ۹۸۵ میلیارد ریال در بورس معامله شد.

کدام سهم‌ها شاخص کل را پایین کشیدند؟

در جریان معاملات روز شنبه نمادهای گروه مینا (رهمنا) با ۷۶۷ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۲۷۶ واحد، مبین انرژی خلیج فارس (مبین) با ۲۳۸ واحد، مخابرات ایران (خابر) با ۱۹۹ واحد، توسعه معدنی و صنعتی صابنور (کتور) با ۱۹۹ واحد، بورس اوراق بهادار تهران (بورس) با ۱۷۸ واحد، نفت پارس (شفت) با ۱۵۸ واحد، پتروشیمی بوعلی سینا (بوعلی) با ۱۴۸ واحد، گروه دارویی برکت (برکت) با ۱۴۵ واحد، باما (کاما) با ۱۱۵ واحد و توسعه صنایع بهشهر (بوشهر) با ۱۰۷ واحد تاثیر مثبت بر شاخص بورس داشتند. در سوی مقابل صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۲ هزار و ۱۲۹ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شتتا) با یک هزار و ۶۳۴ واحد، وضعیت بازار سهام به گونه‌ای باشد که معاملات آن به سمت صف پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۸۸ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با یک هزار و ۷۴ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۹۳۸ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۵۷۵ واحد و معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۵۶۷ واحد تاثیر منفی را بر شاخص بورس داشتند.

به اعتقاد یک کارشناس بازار سرمایه، رشد بازار سهام نباید به طور دائم ادامه‌دار باشد. نرخ ارز به عنوان یکی از مسائل مهم در بازار به مرحله ثبات رسیده است و بنابراین می‌توان انتظار ایجاد روندی معقول را در بازار داشت.
عظیم ثابت به اقدامات تاثیرگذار در بهبود روند فعلی معاملات بورس اشاره کرد و به ایرنا گفت: یکی از مسائل قابل توجه در فضای فعلی معاملات بورس مدیریت دامنه نوسان در بازار است، اینکه وضعیت بازار سهام به گونه‌ای باشد که معاملات آن به سمت صف محوری پیش برود به هیچ عنوان رویه درستی نیست.

او به علت مدیریت دامنه نوسان بورس تاکید کرد و افزود: در بازار سهام با افراد حرفه‌ای حضور دارند که نسبت به انتخاب سهام ارزشمند بورس آشنایی دارند و می‌توانند براساس دانشی که دارند معاملات خود را در بازار انجام دهند یا سهامداری در این بازار فعال هستند که اطلاعی از این بازار ندارند و باید از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری و با کمک کارشناسان حرفه‌ای نسبت به سرمایه‌گذاری در این بازار تصمیم‌گیری کنند.
به گفته ثابت، صحبت‌های فعالان حاضر در بازار درباره دامنه نوسان از این باب نیست که به دنبال رشد پرشتاب شاخص بورس باشند بلکه در صدد هستیم تا با اتخاذ روش‌های درست و عدم صف محوری، به راحتی امکان خرید و فروش سهام در بورس برای سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد.
باید مسائلی مانند عرضه اولیه و مکانیزم بازار به سمتی پیش بروند که تحلیل، ملاک معاملات آنها باشد و نباید اینگونه باشد که سهامداران صف خرید را ملاک تصمیم‌گیری خود برای سرمایه‌گذاری در این بازار قرار دهند زیرا این موضوع به هیچ عنوان ارزیابی دقیقی از سهام حاضر در بازار نیست.

این کارشناس بازار سرمایه با اعتقاد بر اینکه رشد بازار سهام نباید به طور دائم ادامه‌دار باشد، ادامه داد: گاهی شرکت‌ها گزارش‌ی را از عملکرد و فعالیت خود در بازه زمانی مشخص ارائه کردند که سهامداران باید براساس تحلیل نسبت به ارزش شرکت‌ها تصمیم‌گیری کنند.
معاملات بورس در صورت مدیریت فضای کلان اقتصادی کشور و عدم اتخاذ تصمیمات لحظه‌ای می‌تواند روند معقولی را به خود بگیرد و دیگر در آن زمان خطر چندان جدی معاملات این بازار را مورد تهدید قرار نمی‌دهد.
ثابت با بیان اینکه خارج از بازار سرمایه انتظار حاکمیت عقلانیت وجود دارد، گفت: در فضای خارج از بورس باید از تصمیمات لحظه‌ای جلوگیری شود تا اقتصاد کشور پیش‌بینی‌پذیر باشد، در فضای داخلی هم مشکل چندان‌ی بازار را تهدید نمی‌کند بلکه به دلیل تصمیمات درست اعضای شورای عالی بورس، نظارت سازمان بورس و ریزساختارهای موجود سرمایه‌گذاران دغدغه چندان‌ی را در بازار نخواهند داشت.
به گفته وی، این صحبت بارها و از سوی همه فعالان بازار

افت شاخص بورس تهران در نخستین روز هفته

خودرو در صدر معاملات تالار شیشه‌ای



بیشترین اثر مثبت را بر رشد شاخص کل داشته است. از سوی دیگر، تولید صنعت محصولات شیمیایی نیز بعد از ۹ ماه رشد مثبت در اردیبهشت ماه رشد منفی را تجربه کرد و کمترین رشد تولید در این ماه نیز مربوط به صنعت دستگاه‌های برقی و صنعت ماشین‌آلات و تجهیزات بود که هر دو صنعت تولیدکننده کالاهای سرمایه‌ای بود.

در این بین، برای تحلیل جامع از چرایی تغییرات در تولید، تغییرات در موجودی انبار محصولات نیز مورد بررسی قرار گرفته است، زیرا هم شاهدی از وضعیت بازار و تقاضا ارائه می‌کند و هم می‌تواند در پیش‌بینی روند آتی تولید نیز کمک کند. تغییر در موجودی انبار به معنای تفاوت در رشد تولید و فروش است که اگر رشد تولید بیشتر از رشد فروش باشد، موجودی انبار در آن دوره افزایش یافته و اگر رشد تولید کمتر از رشد فروش باشد، موجودی انبار کاهش داشته است.

طبق بررسی‌ها در فروردین و اردیبهشت ماه تغییر در موجودی انبار شرکت‌های صنعتی تحت تاثیر تغییر قابل توجه استراتژی فروش شرکت‌های خودروساز قرار گرفت. به گونه‌ای که از مردادماه ۱۳۹۹ تا اسفند ۱۳۹۹ به طور متوسط در هر ماه ۱۲.۸ درصد از تولید صنعت خودروسازی به موجودی انبار اضافه می‌شد و در اردیبهشت ماه سال جاری رشد فروش حدود ۲۷درصد بیشتر از تولید بوده که به معنای کاهش موجودی انبار انباشته شده در ماه‌های قبلی است.

از سوی دیگر، صنایع محصولات شیمیایی که در ماه آخر سال ۱۳۹۹ کاهش در موجودی انبار داشته در فروردین افزایش موجودی انبار به میزان ۱.۲ درصد از تولید فروردین را تجربه کرده است که همین امر نشانه‌های کمبود تقاضا در بازار و کاهش تولید این صنعت در اردیبهشت ماه را می‌داد که به همین صورت نیز محقق شد و رشد تولید این صنعت در اردیبهشت نسبت به مدت مشابه کاهش یافت. در اردیبهشت ماه نیز این صنعت با افزایش موجودی انبار مواجه شد و کاهش فروش بیشتر از کاهش تولید بوده که به این معناست که ممکن است رشد منفی این صنعت در ماه‌های آتی نیز ادامه داشته باشد. همچنین در صنعت فلزات اساسی از اردیبهشت ماه تا بهمن ماه ۱۳۹۹ رشد فروش محصولات کمتر از رشد تولید در این صنعت بود.

یک کارشناس بازار سرمایه پیش‌بینی کرد

رشد معقول بورس با ثبات قیمت ارز

افزود: با توجه به اینکه قیمت‌ها براساس عرضه و تقاضا، تحلیل کارشناسان و مدیران صندوق‌ها ارزیابی می‌شود؛ بنابراین نمی‌توان انتظار داشت که معاملات بازار سهام برای همیشه رو به رشد و دارای صف خرید باشند. طی چند ماه گذشته مسائلی مانند نرخ ارز، برجام و انتخابات ریاست جمهوری روند معاملات بازار را تحت‌الشعاع قرار داده بود، اما بعد از برگزاری انتخابات به دلیل ثبات بازار ارز دیگر فتنان‌خیزی معاملات بازار را تهدید نمی‌کند و بازار در حال حرکت به سمت ثبات است، اما یکی از مسائلی که در وضعیت فعلی برای معاملات بازار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است انتخاب کابینه دولت سیزدهم است.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: به دنبال انتخاب تیم کابینه جدید، معاون اول رئیس جمهوری که هماهنگ‌کننده وزرا است و انتخاب رئیس کل بانک مرکزی از جمله افرادی هستند که می‌توانند با تصمیم‌گیری‌های خود در کشور تعیین‌کننده مسیر بازار باشند. با توجه به اینکه شاخص بورس از کانال یک میلیون و ۲۵۰ هزار واحد عبور کرده است و نرخ ارز به عنوان یکی از مسائل مهم در بازار به مرحله ثبات رسیده است؛ بنابراین می‌توان انتظار ایجاد روندی معقول را در بازار داشت.

او در انتها با بیان اینکه وضعیت معقول قیمت جهانی، رشد قیمت نفت و برگزاری مجامع جزو مسائل روز بازار هستند که تاثیر خود را در معاملات خواهند گذاشت، گفت: با توجه به موقعیت فعلی، این پارامترها در بازار شاهد تاثیر مثبت

آن در معاملات این بازار خواهیم بود.

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی سالیانه

موسسه غیرانتفاعی کانون بانک های غیردولتی و موسسات اعتباری ایرانیان

به شماره ثبت ۳۳۵۹۳ و شماره شناسه ملی ۱۴۰۰۳۹۳۵۶۹۶

بموجب اساسنامه موسسه غیرانتفاعی کانون بانک های غیردولتی و موسسات اعتباری ایرانیان جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه برای دوره مالی منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ با دستور جلسه ذیل در محل کانون (به آدرس: تهران، ضلع شمالی بلوار میرداماد، بین نفت و شمس تبریزی، پلاک ۲۰۷، طبقه دوم) در ساعت ۱۵ بعداز ظهر روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۴/۲۷ با رعایت پروتکل‌های بهداشتی برگزار خواهد شد.
دستور جلسه:

۱- استماع گزارش هیات عامل کانون و همچنین حسابرס و بازرس قانونی.

۲- بررسی و اتخاذ تصمیم صورت وضعیت مالی در پایان دوره منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰.

۳- انتخاب حسابرס و بازرس قانونی برای دوره مالی جدید و تعیین حق‌الزحمه ایشان.

۴- انتخاب روزنامه کثیرالانتشار.

۵- سایر موارد که در صلاحیت مجمع عمومی عادی سالانه می‌باشد.

هیات عامل کانون بانک‌های غیردولتی و موسسات اعتباری غیربانکی ایرانیان

نماگر بازار سهام



آغاز واکنش‌ناسیون ۶۸ ساله‌ها از دوشنبه

روند صعودی کروناي دل‌تا در ۲۵ استان کشور

سخت‌گویی ستاد ملی مقابله با کرونا با ابراز نارضایتی از سطح رعایت پایین و ۶۴ درصدی پروتکل‌های بهداشتی در کشور، در عین حال از آغاز واکنش‌ناسیون گروه سنی ۶۸ سال به بالا از دوشنبه هفته جاری خبر داد. به گزارش ایسنا، دکتر علیرضا رئیسی در حاشیه جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا و در بخش نخست صحبت‌هایش گفت: جلسه امروز با ریاست رئیس جمهور و حضور همه اعضا تشکیل شد. مروری بر وضعیت وپروس جهش یافته دل‌تا در سطح دنیا داشتیم، بیش از ۶۵ کشور دنیا هستند که این وپروس در آنها شناسایی شده است و همچنان کشورهای دیگر را هم در برمی‌گیرد و وپروسی با قدرت سرایت بالاتر است و در حال حاضر در کل کشور ما نیز در حال چرخش است و در استان‌های مختلف رد پایش وجود دارد.

روند صعودی کروناي دل‌تا در ۲۵ استان کشور

وی گفت: وضعیت فعلی در دنیا نشان می‌دهد بیشترین ابتلا و مرگ و میر ناشی از کرونا در کشور برزیل بعد هند و بعد اندونزی و سپس روسیه است که درگیری زیادی عمدتاً با وپروس دل‌تا دارند. در ایران نیز ۲۵ استان روند صعودی دارند و تقریباً اکثر شهرهای‌شان دارد درگیر می‌شود.

وضعیت شهرهای درگیر کرونا

رئییسی با اشاره به آخرین وضعیت رنگ‌بندی کرونايي کشور و با بیان اینکه در حال حاضر ۱۴۳ شهرستان قرمز، ۱۸۶ شهرستان نارنجی و ۱۱۹ شهرستان نیز در وضعیت زرد قرار دارند، گفت: بیشترین شهرهای درگیر بیماری شامل کرمان که ۱۶ شهر درگیر، فارس با ۱۲ شهر، تهران با ۱۲ شهر، مازندران ۱۲ شهر، هرمزگان ۱۲ شهر، سیستان و بلوچستان ۱۰ شهر، بوشهر ۸ شهر و یزد ۸ شهر درگیر بیماری دارند. سایر استان‌ها مانند گلستان و گیلان و همچنین اصفهان بین پنج تا شش شهرستان درگیر است. در برخی از استان‌ها یک یا دو شهر هستند که به معنای تغییر رنگ به سمت قرمز است.

رعایت ۶۶ درصدی پروتکل‌های بهداشتی در کشور

وی با ابراز نگرانی از عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی در کشور نیز گفت: باید این نکته را مدنظر قرار دهیم یکی از جاهایی که باید عدم رضایت خود را اعلام کنیم بحث عدم رعایت پروتکل‌ها است.

رئییسی گفت: متأسفانه با این هشدارهایی که داده می‌شود میزان رعایت پروتکل‌ها حدود ۶۶ درصد است که بسیار جای تأسف است و نیاز است که مراقبت بیشتری انجام دهیم و پروتکل‌ها اگر زیر ۸۵ درصد رعایت نشود قطعاً کارساز نخواهد بود. رئییسی تأکید کرد: ما نه تنها شاهد افزایش رعایت پروتکل‌ها طی هفته‌های گذشته نیستیم بلکه علی‌رغم شیوع بیماری، میزان رعایت پروتکل‌ها پایین می‌آید و نیازی به ذکر عدد و رقم نیست و شاید خود مردم هم متوجه هستند که عادی‌نگاری ایجاد شده است و مردم کمتر ماسک می‌زنند یا تجمع بیشتر است که این می‌تواند آسیب‌زا باشد و از مردم خواش می‌کنم اوضاع را جدی بگیرند.

افزایش سرعت واکنش‌ناسیون در کشور از هفته جاری

رئییسی همچنین درباره واکنش‌ناسیون کرونا نیز گفت: خبر خوب اینکه از این هفته روند واکنش‌ناسیون در کشور بسیار بهتر خواهد شد. میزان قابل توجهی واکسن دیزوز و امروز به دست ما رسیده و در این هفته هم خبر خوبی هست که واکسن دوباره خواهد رسید و سرعت واکنش‌ناسیون بالاتر خواهد رفت.

واکنش‌ناسیون سنین ۶۸ سال به بالا از دوشنبه

وی همچنین گفت: از روز دوشنبه از گروه ۷۰ ساله‌هایی که قبلاً برای واکنش‌ناسیون فراخوان شده بودند، دو سال پایین‌تر خواهیم آمد و به این ترتیب واکنش‌ناسیون گروه سنی ۶۸ سال به بالا، از دوشنبه شروع خواهد شد.

بدون پیامک به مراکز واکنش‌ناسیون مراجعه نکنید

رئییسی تأکید کرد: البته از مردم خواش می‌کنیم افرادی به مراکز مراجعه کنند که پیامک برای آنها ارسال شده است و بدون فراخوان حضور پیدا کنند؛ چراکه قاعده‌تاً تجمع ایجاد می‌شود. مراکز تجمیعی واکنش‌ناسیون را زیاد و ظرفیت تزییق را بالا برده‌ایم، اما تأکیدمان این است که بدون نوبت‌دهی مراجعه نکنند و اینکه دو و سه صبح بروند و اسم بنویسند، روشی منسوخ شده است و آن را توصیه نمی‌کنیم. مردم بدانند اگر واقعاً نوبت داده نشده مراجعه نکنند و به تدریج همه افراد را برای واکنش‌ناسیون دعوت خواهیم کرد.

۸۰ مرکز تجمیعی واکنش‌ناسیون در تهران

معاون بهداشت وزارت بهداشت همچنین گفت: کندی‌هایی در تامین واکسن داشتیم که خوشبختانه با ورود واکسن داخلی و خارجی جریان می‌شود و فیلم‌ها و عکس‌هایی که در زمینه ازدحام در مراکز پخش شد فقط از تهران بود. ما در استان‌های مختلف مشکلی نداشتیم و در تهران دو یا سه مرکز بود که افراد بدون نوبت مراجعه کرده بودند، اما الان بیش از ۸۰ مرکز تجمیعی در تهران راه‌اندازی کردیم و مردم با خیال راحت می‌توانند واکسن بزنند.

عرضه خودرو در بورس با اعمال تغییراتی در سازوکارها امکان‌پذیر است



موضوعات خاص، در بورس کالا حضور داشته‌اند، براساس اظهارات مدیران بازار بورس، عرضه خودرو در بورس کالا پس از اعمال تغییراتی، امکان‌پذیر است. نماینده مردم اصفهان در مجلس شورای اسلامی گفت: پس از عرضه خودرو در بورس کالا، قیمت حراج و نرخ‌ی که در بازار نهایی می‌شود، تعیین‌کننده قیمت خواهد بود.

طغیانی عرضه خودرو در بورس را در مقایسه با بازار خودرو، اقدامی مثبت دانست و تصریح کرد: براساس سازوکار بورس، امکان کنترل کامل میزان عرضه و خرید مشروط وجود دارد.

وی درخصوص تقسیم مابه‌التفاوت قیمت پایه و فروش در بورس به چند بخش و واریز آن به حسابی غیر از حساب خودروسازان به عنوان یکی از موانع تولید و احتمال بروز فساد و با توجه به اختلاف نظرات میان نمایندگان و همچنین اعتراض خودروسازان نسبت به این موضوع گفت: پیشنهاد مطرح شده از سوی نمایندگان کمیسیون صنایع مبتنی بر نگاه

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه قیمت پایه کالا براساس قیمت تمام شده با محاسبه یک سود حداقلی در بورس تعیین می‌شود، گفت براساس اظهارات مدیران بازار بورس، عرضه خودرو در بورس کالا پس از اعمال تغییراتی در سازوکارها امکان‌پذیر است. مهدی طغیانی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، درخصوص دستوری بودن قیمت خودرو در طرح عرضه در بورس کمیسیون صنایع مجلس و همچنین مخالفت مجلس با آزادسازی قیمت خودرو و تعارض آن با این موضوع که بورس مبتنی بر قیمت‌گذاری آزاد است، اظهار داشت: سازوکار بورس مبتنی بر عرضه دستوری کالا نیست، به طوری که پس از تعیین قیمت پایه براساس قیمت تمام شده با محاسبه یک سود حداقلی در بورس، خرید براساس قاعده حراج اتفاق می‌افتد.

وی افزود: هرچند سازوکار عرضه کالایی نظیر خودرو، پیش‌تر در بورس کالا دیده نشده و به طور معمول، خریداران عمده و قراردادهای بزرگ در

امسال، سال پاکسازی بازار از قطعات تقلبی خودرو

همکاری اتاق اصناف، صنعت، معدن و تجارت، رسانه ملی و تعزیرات هستیم. حمزه از مردم خواست در زمان خرید قطعات یدکی خودرو حتماً از اصالت آن اطمینان کسب کنند چراکه برخی از این قطعات می‌توانند موجب صدمات جبران‌ناپذیری از جمله مرگ راننده و سرنشینان شوند که نمونه آن تسه نام‌های تقلبی است که اگر ماشین‌هایی که با سرعت می‌روند تسه نام ببرند بلافاصله ماشین قفل و سقوط می‌کند. نایب رئیس اتحادیه لوازم یدکی خودرو افزود: ما از اتحادیه چاپخانه‌داران هم تقاضا می‌کنیم که نظارت‌شان را بیشتر کنند چراکه جعبه‌های لوازم یدکی تقلبی همه در این چاپخانه‌ها چاپ می‌شود.

رئیس گشت‌های مشترک تعزیرات حکومتی تهران هم در همین ارتباط

نایب رئیس اتحادیه لوازم یدکی خودرو گفت اتحادیه امسال عزم خود را جزم کرده است تا بازار را از وجود قطعات تقلبی خودرو از جمله لنت، بلبرینگ و تسه نام پاکسازی کند.

غلامحسین حمزه در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه چرا با کارگاه‌های غیرمجازی که به طور گسترده اقدام به ساخت قطعات تقلبی خودرو می‌کنند، برخورد نمی‌کنید؟ افزود: آنقدر این کار وسعت دارد که ما با امکاناتی که در اتحادیه داریم به طور کامل نمی‌توانیم پاکسازی را انجام دهیم.

وی گفت: البته بنای ما امسال پاکسازی بازار از قطعات تقلبی خودرو از جمله تسه نام، بلبرینگ و لنت است و ما در این خصوص نیازمند

مشکلات کامیون‌داران در تامین تایر از سامانه جامع تجارت تشریح شد

نسبت به نرخ ارز نیمایی، ثبت سفارش لاستیک حتی با ارز نیمایی نیز انجام نمی‌شود و ناوگان برای تامین این کالا، روانه بازار آزاد شده‌اند. دبیر کانون‌های انجمن‌های صنفی حمل کالای کشور با اشاره به دو بحث در این خصوص گفت: برخی از لاستیک‌های عرضه شده در سامانه جامع تجارت که با ارز نیمایی تامین شده‌اند، قیمت‌های بالاتری در مقایسه با بازار آزاد دارند و برندهای پرمصرف و باکیفیت نیز پس از ورود به سامانه جامع تجارت، بلافاصله توسط عاملان توزیع برداشت می‌شوند، به نحوی که سندن کامیون‌ها، بدون اطلاع دارند کامیون، پس از هماهنگی با عوامل فروش و لاستیک‌فروشان، در اختیار عوامل توزیع قرار می‌گیرد.

دبیر کانون‌های انجمن‌های صنفی حمل کالای کشور گفت برندهای پرمصرف و باکیفیت تایر پس از ورود به سامانه جامع، با استفاده از سند کامیون و بدون اطلاع دارند آن و بدون محدودیت در تعداد حلقه، بلافاصله توسط عاملان توزیع برداشت می‌شوند. احمد کریمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، درخصوص چگونگی تامین لاستیک موردنیاز کامیون‌داران و مشکلات موجود در این بخش اظهار داشت: از زمانی که عرضه تایر با ارز دولتی در سامانه حمل‌ونقل جادوی به حداقل رسید، رانندگان، لاستیک موردنیاز خود را از طریق ارز نیمایی و از بازار آزاد تهیه می‌کنند.

وی افزود: متأسفانه به دلیل بی‌برنامگی و عدم اطمینان واردکنندگان

چرا واردات گاهی بی‌ضابطه ممنوع می‌شود؟

امکان تولید داخل است که طبق گفته بخش خصوصی در حوزه‌های مختلف به درستی اجرا نمی‌شود. به طوری که تاکنون حداقل در حوزه شش کالای مختلف اعلام شده که ممنوعیت ورود کالا در شرایطی اعمال شده که تولید داخل کشور کفاف نیاز را نمی‌دهد.

ناسامانی گاه و بیگاه در واردات کالاهای آی تی

اولین بار این موضوع در حوزه کالاهای آی‌تی خبرساز شد. اوایل اردیبهشت ماه پارسال اخباری از بسته شدن ثبت سفارش کالاهای ضروری IT منتشر شد که هرچند بعد از مدتی این شکل تا حدودی برطرف شد، اما در سال جدید نیز بار دیگر وضعیت مشابهی برای واردات سوئیچ پیش آمد. گذشته از مواردی که مشکل آنها تا حدودی برطرف شده، واردات مودم از سال ۱۳۹۶ برای حمایت از تولید داخل، ممنوع است که باعث افزایش ۴برابری قیمت انواع مودم شده است. به گفته محمدرضا فرجی، رئیس اتحادیه صنف فناوران رایانه، اخیراً گفته بود که واردات مودم همچنان ممنوع است که تنها نتیجه این ممنوعیت، به جای حمایت از تولیدکننده، حمایت از قاچاقچی بوده است.

گلایه‌ها از اعمال محدودیت در واردات کالاهایی که تولید آنها کفاف نیاز داخل را نمی‌دهد در سال گذشته محدود به کالاهای آی‌تی نبود بلکه رئیس اتحادیه ترنیتات داخلی ساختمان با بیان اینکه تولید داخل این محصول حدود ۳۰ درصد نیاز بازار را برطرف می‌کند، از اعمال محدودیت در ثبت سفارش کاغذ دیواری در سال ۱۳۹۹ خبر داده بود. بخشی از ممنوعیت‌های وارداتی نیز مربوط به سال‌های گذشته است، برای مثال از اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۸ واردات بیش از ۸۰ درصد لوازم آرایشی و بهداشتی به غیر از عطریات، متوقف شد و در پی آن دست‌اندرکاران واردات این محصولات نسبت به افزایش قاچاقی لوازم آرایشی هشدار دادند؛ چراکه به گفته آنها تولید لوازم آرایشی در کشور پاسخگوی نیاز نیست و ممنوعیت واردات این محصولات باعث افزایش کالای تقلبی و قاچاق در بازار شده است.

طی سال‌های اخیر بارها در بخش‌های مختلف گلایه‌هایی نسبت به اعمال محدودیت بی‌ضابطه در واردات برخی کالاها به استناد تولید داخل، در شرایطی که این میزان تولید کفاف مصرف را نمی‌دهد مطرح شده و بعضاً این شرایط منجر به افزایش شدید قیمت برخی کالاها و رونق گرفتن بازار قاچاق شده؛ موضوعی که با پیگیری ایسنا با پاسخ از سوی وزارت صمت مواجه شده است.

به گزارش ایسنا، از سال ۱۳۹۶ با خروج آمریکا از برجام، کاهش فروش نفت و در نتیجه کاهش منابع ارزی، دولت مجبور به مدیریت منابع شد و در این راستا واردات بسیاری از کالاهای لوکس ممنوع شد. سیاست دیگری که در همین راستا در دستور کار قرار گرفت تعمیق ساخت داخل بود. برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل از تابستان سال ۱۳۹۸ آغاز شد و تاکنون منجر به بیش از یک میلیارد و ۲۳۰ میلیون یورو صرفه‌جویی ارزی شده است. در همین راستا سال ۱۳۹۸ قانون ممنوعیت ورود کالا به کشور با امکان تولید داخل به تصویب رسید که البته نقدهایی هم به آن وارد شد. چراکه برخی فعالان اقتصادی معتقدند این ممنوعیت نه تنها به بازار و تولید داخل کمک نمی‌کند، بلکه فساد و قاچاق را افزایش می‌دهد. همچنین عده‌ای با اشاره به زیان انباشته صنعت خودروسازی، آن را محصول ممنوعیت حضور رقایای خارجی عنوان کردند. همچنین قانون «حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی» که در سال ۹۱، در جهت حمایت از کالای داخلی و افزایش توان تولیدکنندگان تصویب و ابلاغ شده بود، در سال ۹۸ در مجلس اصلاح شد. این قانون می‌گوید که کننده کار و محل رجوع کار باید ایرانی باشد، اما اگر شرکتی ایرانی – خارجی بود یعنی ۵۱ درصد ایرانی و ۴۹ درصد خارجی باید هیأت نظارت بر قانون آن را تأیید کند و اگر سهم طرف خارجی بیش از ۴۹ درصد بود، علاوه بر تأیید هیأت نظارت باید نظر مثبت شورای اقتصاد نیز کسب شود.

اما موضوع مورد بحث در این گزارش قانون ممنوعیت ورود کالا به کشور با

آگهی مناقصه عمومی



نوبت اول

شهرداری نصیرشهر در نظر دارد به استناد مجوز شورای اسلامی نصیرشهر اجرای پروژه هدایت آبهای سطحی به خارج از شهر در محدوده انتهای خیابان امام خمینی(ره) و کاج ۱۰ را با اعتباری تا سقف ده میلیارد ریال از محل اعتبارات داخلی و از طریق برگزاری مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط و دارای گواهینامه صلاحیت و رتبه بندی از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری واگذار نماید. لذا از کلیه متقاضیان دعوت به عمل می آید از تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم جهت دریافت اسناد مناقصه و ارائه اسناد و مدارک شرکت و رزومه کاری به امور مالی شهرداری نصیرشهر مراجعه و پیشنهادهای خود را حداکثر تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۰۶ به دبیر خانه شهرداری تحویل نمایند. ضمناً هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.

– داشتن حداقل پایه پنج رشته راه و باند و ابنیه جهت شرکت در مناقصه الزامی است.

– شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهاده‌ها مختار است.

– سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج می باشد.

فرشاد شهنواری – شهردار نصیرشهر

تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۰/۰۴/۲۷

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۰/۰۴/۲۰

بازاریابی در یوتیوب با برگزاری مسابقات هیجان انگیز



مسابقه برند شما دارای ماهیت به نسبت تخصصی است، باید پیش از برگزاری رسمی‌اش اقدام به بیان توضیحات جانبی نمایید. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. بنابراین شما باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با طراحی یک راهنمای جامع باشید. این امر شما را نسبت به پیشبرد امور در زمینه طراحی مسابقه بسیار حرفه‌ای خواهد کرد.

ایجاد

شرکت در مسابقه برند همیشه به معنای تولید محتوا در داخل یوتیوب از سوی کاربران نیست. گاهی اوقات برندها اقدام به هدایت کاربران‌شان به بیرون از یوتیوب برای شرکت در مسابقه‌شان می‌کنند. این امر ایده بدی نیست، اما باید لینک جانبی را به ساده‌ترین شکل ممکن در دسترس کاربران قرار دهید، در غیر این صورت تجربه تعامل با کاربران به طور قابل ملاحظه‌ای افت خواهد کرد. گاهی اوقات کاربران لینک‌های مربوط به شرکت در مسابقه برندها را خیلی دیر مشاهده می‌کنند. این امر دردسرهای زیادی برای برگزارکننده مسابقه به همراه خواهد داشت. چنین امری آمار مشارکت در مسابقه برند را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد. بنابراین شاید استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی برای نمایش هرچه بهتر مسابقه برند به مشتریان ایده بدی نباشد. امروزه امکان همکاری تبلیغاتی با یوتیوب یا به عبارت بهتر گوگل ساده‌تر از هر زمان دیگری شده است. این امر کمپین شما را به ساده‌ترین شکل ممکن برای کاربران به نمایش خواهد گذاشت. اینطوری دامنه هرچه وسیع‌تری از کاربران نسبت به برگزاری مسابقه برندان‌تان توجه نشان خواهند داد. معنای این امر امکان جلب نظر شمار بالاتری از کاربران خواهد بود. بهترین ایده برای برگزاری مسابقه در یوتیوب در دعوت از کاربران برای دنبال کردن لینک جانبی استفاده از یک ویدئوی رسمی برای مسابقه موردنظر است. شما با چنین کاری به بهترین شکل ممکن کاربران را نسبت به تعامل با برندان‌تان ترغیب خواهید کرد. بسیاری از برندهای بزرگ در ویدئوی رسمی مسابقه‌شان علاوه بر دعوت از مشتریان به بیان جزئیات مسابقه نیز می‌پردازند. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به کوتاهی ویدئوهای موردنظر است، در غیر این صورت شاید کاربران حوصله مشاهده ویدئوی شما را نداشته باشند.

همکاری با اینفلوئنسرها

امروزه اینفلوئنسرها تاثیر بسیار زیادی بر روی سرنوشت بازاریابی برندها دارند. اگر کسب و کار شما در این میان تجربه‌ای مناسب از تعامل با چنین افرادی داشته باشید، به بهترین شکل ممکن امکان توسعه مسابقات‌تان را خواهید داشت. مهمترین مسئله در این میان همکاری با اینفلوئنسرهای درست است. متأسفانه بسیاری از برندها در این زمینه عملکرد خوبی از خودشان نشان نمی‌دهند. این امر شامل توجه به اینفلوئنسرها فقط براساس تعداد فالوورهای‌شان است. این‌امر در بلندمدت موجب تاثیرگذاری هرچه کمتر کمپین‌های برند بر روی مشتریان خواهد شد. کسب و کار شما باید همیشه به دنبال تعامل با اینفلوئنسرهای‌راساس مهارت و تخصص‌شان باشند. تعداد فالوورها هرگز معیار مناسبی برای داوری درباره اینفلوئنسرها نیست. چه بسا یک اینفلوئنسر در مقیاس خرد با تعداد فالوورهای بسیار کمتر توانایی تاثیرگذاری لایایی بر روی کسب و کار شما نداشته باشد. چنین امری کسب و کار شما را به بهترین شکل ممکن به سوی موفقیت هدایت خواهد کرد. بنابراین شما همیشه باید این نکته مهم را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان پیدا نکنید.

اندکی خلاقیت بد نیست

استفاده از ایده‌های خلاقانه برای نوآوری در زمینه برگزاری مسابقه برند همیشه جذابیت خاص خودش را دارد. مشتریان اغلب اوقات به سوی مسابقه‌های تازه و هیجان‌انگیز جلب می‌شوند. بنابراین شما باید همیشه مسابقه‌تان را برای آنها جذاب

به قلم: زک زمدانی / کارشناس بازاریابی و مدیریت سئو
ترجمه: علی آل علی

بازاریابی در یوتیوب برای بسیاری از برندها و بازاریاب‌ها گزینه‌ای جذاب و هیجان‌انگیز به حساب می‌آید. امروزه بسیاری از کاربران به جای مشاهده محتوای متنی یا عکس‌های مختلف به سراغ فرمت ویدئو رفته‌اند. وقتی صحبت از فرمت ویدئو می‌شود، هیچ پلتفرمی به اندازه یوتیوب توانایی جلب نظر کاربران را ندارد. درست به همین خاطر اغلب کسب و کارها در زمینه تعامل با مخاطب هدف به سراغ این پلتفرم می‌روند. بازاریابی در یوتیوب به دلیل حضور گسترده برندها کار ساده‌ای نیست. بسیاری از کسب و کارها در این میان مشکلات زیادی برای خودشان دارند. این امر اغلب اوقات کیفیت بازاریابی چنین برندهایی را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. یکی از مشکلات رایج در این میان ناتوانی برای استفاده از یک ایده خلاقانه است. اگر شما هم در زمینه بازاریابی با چنین مشکلی رو به رو هستید، راهکار پیشنهادی ما به شما برگزاری مسابقه در یوتیوب است. بدون تردید برگزاری مسابقه در یوتیوب امر عجیب و حتی غیرمنتظره‌ای به نظر می‌رسد، اما شما به سادگی هرچه تمام‌تر امکان موفقیت در این حوزه را دارید. تنها نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از تکنیک‌های درست و جذاب است. شما با چنین کاری یکی از مراسم‌های جذاب و به شدت تعاملی را برای مشتریان‌تان ایجاد خواهید کرد. نتیجه این امر نیز تعامل هرچه بهتر مشتریان با برندان‌تان خواهد بود. بنابراین بدون هیچ مقدمه‌ای به سراغ تکنیک‌های برگزاری چنین مسابقه‌ای خواهیم رفت.

تعیین اهداف هوشمندانه

هدف‌گذاری برای برگزاری مسابقه در یوتیوب اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر شما بدون هیچ برنامه‌ای وارد این حوزه شوید، هیچ موفقیتی کسب نخواهید کرد. امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای تعیین هدف در دنیای کسب و کار وجود دارد، اما شیوه SMART هنوز هم معتبرترین آنها محسوب می‌شود. وقتی از این شیوه صحبت می‌کنیم، در حقیقت با یک عبارت خلاصه شده مواجه هستیم. این شیوه بر طراحی خاص (Specific)، قابلیت اندازه‌گیری کمپین (Measurable)، قابل دستیابی (Achievable)، مرتبط با موضوع کسب و کار (Relevant) و دقیق از نظر زمانی (Time Based) اشاره دارد. با این حساب شما با شیوه‌ای حرفه‌ای در اینجا مواجه هستید. استفاده از شیوه SMART برای تعیین اهداف مسابقه برند شما را به سوی بهترین هدف ممکن سوق می‌دهد. این امر موفقیت بسیار گسترده‌ای برای کسب و کار شما به همراه خواهد داشت. بنابراین دیگر نیازی به احساس نگرانی در رابطه با شیوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و مشکلات ناشی از انتخاب یک هدف نادرست نخواهد بود. وقتی شما هدف‌تان را براساس معیارهای فوق انتخاب کنید، در حقیقت هیچ هدف بهتری را مورد بی‌توجهی قرار نداداید. برخی از برندها در زمینه تعیین اهداف برای مسابقه یوتیوبی برندان‌شان به ماهیت کسب و کار خود توجه نمی‌کنند. نتیجه این امر برگزاری یک مسابقه هرچند جذاب، مشارکت مشتریان و در نهایت پایان ماجرا بدون هیچ سودی برای شما خواهد بود. اگر مسابقه شما ربطی به کسب و کارتان نداشته باشد، مشتریان برای تعامل با شما جذب نخواهند شد. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارتان به همراه خواهد داشت.

چرا مشتریان باید در مسابقه شرکت کنند؟

یکی از سوالات مهم در زمینه برگزاری مسابقات آنلاین مربوط به چرایی‌اش است. واقعاً مشتریان چرا باید در مسابقه شما شرکت نمایند. این امر چه سود و مزیتی برای آنها در پی خواهد داشت؟ برخی از برندها اینقدر درگیر هیجان ناشی از برگزاری مسابقه هستند که به طور کامل این امر را فراموش می‌کنند. بنابراین مشاهده ناتوانی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان در این میان امر عجیبی نخواهد بود. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تعامل با مشتریان براساس بیان دقیق ماهیت و چیستی مسابقه است. یکی از دلایل برای ترغیب کاربران به شرکت در مسابقه یادآوری تجربه‌های خوش‌شان در زمینه مسابقه با دوستان‌شان است. شما به این ترتیب نه تنها مشتری موردنظر، بلکه دوستانش را نیز هدف قرار می‌دهید. این امر یکی از عالی‌ترین شیوه‌های بازاریابی و برگزاری مسابقه‌های آنلاین محسوب می‌شود. هرچه شما جزئیات بیشتری در رابطه با مسابقه‌تان به مشتریان بگویید، آنها انگیزه بالاتری برای شرکت در آن خواهند داشت. بنابراین شما باید از همان ابتدای مسیر در تلاش برای تاثیرگذاری مناسب بر روی آنها باشید. این امر مشتریان را برای شرکت در مسابقه برندان‌تان آماده‌تر از هر زمان دیگری خواهد کرد.

انتخاب جایزه‌ای مناسب

برخی از برندها مسابقه‌شان را بدون تعیین جایزه برگزار می‌کنند. این امر انگیزه اصلی مشتریان را از بین خواهد برد. چنین امری تاثیرات بسیار منفی بر روی وضعیت برندها به همراه دارد. وقتی مشتریان اطلاع‌ی از جایزه مسابقه نداشته باشند، تمایلی برای شرکت در آن هم نشان نمی‌دهند. این امر به معنای اتلاف وقت و سرمایه برندان‌ان در زمینه برگزاری مسابقه خواهد بود. هر کسب و کاری برای انتخاب جایزه مسابقه استدلال خاص خودش را دارد. نکته مهم در این میان انتخاب یک جایزه هیجان‌انگیز است. اگر شما جایزه‌ای کاملاً معمولی برای شرکت‌کنندگان در نظر بگیرید، شاید در زمان برگزاری مسابقه کمتر کسی تمایل به حضور داشته باشد. اینطوری تمام برنامه‌های کسب و کار‌تان نقش بر آب می‌شود. برخی از نکات مهم در رابطه با تعیین یک جایزه هیجان‌انگیز به شرح ذیل است:

- محصولی که ارزشمند و کاربردی برای مشتریان باشد تا آنها را به بهترین شکل ممکن ترغیب به شرکت در مسابقه نماید.
- قیمت هدیه بیابگر اهمیت مسابقه و همچنین مشتریان از نگاه شماسست. بنابراین واقعه‌های ارزان‌قیمت را به طور کامل فراموش نمایید.
- تلاش برای تهیه جایزه‌ها به هزینه هرچه کمتر ایده جذابی است. درست به همین خاطر برخی از برندهای محصولات لوکس خودشان را به عنوان جایزه تعیین می‌کنند. این امر هزینه بسیار کمتری برای برندها به همراه دارد.
- اگر شما نکات فوق در رابطه با تعیین جایزه برای مسابقه برندان‌ان مدنظر داشته باشید، تجربه‌ای جذاب و هیجان‌انگیز از برگزاری آن خواهید داشت.

ساده‌سازی فرآیند شرکت در مسابقه

یوتیوب پلتفرم بسیار ساده و سراسازی است. بنابراین مسابقه شما نیز باید در این پلتفرم به سادگی هرچه تمام‌تر برگزار شود، در غیر این صورت شاید انگیزه کاربران برای همکاری با برندان‌ان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کند. توصیه ما در این بخش حذف بخش ثبت نام در مسابقه برند است. اینطوری شما شانس بسیار عالی برای تعامل با مشتریان بدون نیاز به تحمل دردسرهای گسترده را خواهید داشت. امروزه مشتریان تمایل بسیار زیادی برای شرکت در مسابقه‌های راحت دارند. معنای این امر امکان برنده شدن همه نیست، بلکه بیشتر باید به فکر ساده‌سازی شرایط شرکت مشتریان در مسابقه بود. اینطوری دامنه وسیعی از کاربران یوتیوب نسبتب به حضور در مسابقه‌تان تمایل نشان خواهند داد. اگر

و جوان برگزار می‌شود. اگر برند شما نیز یکی از مسابقات موردنظر را دنبال کند، شانس‌اش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شدت افزایش پیدا خواهد کرد. نکته مهم در این میان انتخاب حوزه‌ای مرتبط با کسب و کارتان برای استعدادیابی است، در غیر این صورت شاید هرگز توجه یک کاربر یوتیوب را نیز جلب نکنید. یکی از نمونه‌های موفق در زمینه برگزاری مسابقه استعدادیابی برند TMS Productions است. این برند با برگزاری یک چالش مربوط به ویرایش تصاویر موفق به جلب نظر هزاران کاربر یوتیوب در سراسر دنیا شد. اگر شما هم در زمینه عکاسی یا ویرایش ویدئو فعالیت دارید، برگزاری چنین مسابقه‌ای ایده جذابی خواهد بود. با این کار شما حتی امکان شروع همکاری با افراد برتر در مسابقه‌تان به منظور تکمیل تیم کاری‌تان را خواهید داشت.

مسابقه درج کامنت

یکی از مسابقه‌های ساده در یوتیوب درخواست از کاربران برای درج بهترین کامنت است. شاید این امر به اندازه کافی ساده به نظر برسد، اما تاثیر بسیار بالایی روی کاربران دارد. به هر حال مگر درج یک کامنت چقدر طول می‌کشد؟ نکته مهم در زمینه درج کامنت از سوی کاربران بیان دقیق انتظارات‌تان در مسابقه است. اغلب اوقات انتخاب کامنت به طور تصادفی در مسابقه مدنظر قرار می‌گیرد. یکی از ایده‌های دیگر در این میان تعیین جایزه برای خلاقانه‌ترین کامنت خواهد بود. این امر کاربران را برای نوآوری در زمینه درج کامنت تشویق خواهد کرد. اغلب اوقات افرادی که کامنت‌های جذابی در چنین مسابقاتی می‌گذارند، به طور طبیعی استعداد لازم برای تبدیل شدن به بازاریابی ماهر را نیز دارند. بنابراین شاید شما مایل به همکاری با چنین افرادی در ادامه مسیر برندان‌تان باشید.

هدیه دادن به مشتریان

مسابقات همیشه دلیل خاصی برای هدیه دادن به مشتریان ندارند. شما می‌توانید یک ویدئوی لایو در یوتیوب اجرا کرده و در طول آن به برخی از کاربران به‌طور تصادفی هدیه دهید. همچنین امکان انتخاب برخی از کاربران و برگزاری لایو به‌طور مشترک با آنها را خواهید داشت. اگر در این میان برخی از سوالات مرتبط با برند یا حوزه فعالیت‌تان را مطرح کرده و در نهایت به کاربران پشماروی هدیه دهید، تاثیر بسیار مثبتی بر روی مشتریان بر جای خواهید گذاشت. مهمترین مسئله در زمینه اجرای مسابقه توجه به برگزاری ساده مسابقه است. شما قرار نیست کلی دردرس برای مشتریان ایجاد کنید، بلکه باید فقط اندکی هیجان مسیر اعطای هدیه به آنها را بالا ببرید. در نهایت مشتریان باید نسبت به دریافت هدیه از برند شما در صورت مشارکت مناسب در مساقه مطمئن باشند، در غیر این صورت شاید هیچ توجهی به شما و مسابقه‌تان نشان ندهند. امروزه بازاریابی در یوتیوب ایده بسیار جذابی است. یکی از نکات مهم در این میان توجه به برگزاری مسابقات هیجان‌انگیز است. اگر شما هم در تلاش برای برگزاری چنین مسابقه‌ای هستید، امکان استفاده از توصیه‌های این مقاله را خواهید داشت.

منبع: blog.hootsuite.com

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

برابر را اصلاحی شماره ۰۰۰۶۳۱۸۰۱۸۰۰۱۰۷۰ مورخه ۱۴۰۰/۰۳/۰۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی زهرا نوری فرزند فیروز به شماره ۰۰۴۶۳۹۷۰۹۰۶ در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۲۲۲/۲۳ متر مربع مغروز از ۱۰۲ فرعی از سنگ ۱ اصلی واقع در قریه طالع سه شنبه بختی ۱۲ کیلان که برای آن شماره ۶۷۰ فرعی در نظر گرفته شده خریداری از مالک رسمی (سند) ۲۹۳۴-۱۴۲۷-۵۳۰۰ مالک:اسماعیل زحراسی) محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۲۰
رئیس ثبت اسناد و املاک سنگر - علی نصرتی
۲۵۸ م الف

آگهی مزایده اموال منقول نوبت اول

دربونده گلاسه ۰۰۰۰۱۸۱ امش اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف قزوین آقای عبدالله پور قزوینی محکوم است به پرداخت مبلغ ریال بابت اصل خواست و سایر خسارات قانونی درحق آقای میثم علیرضا لو محکوم له جهت استیفای حقوق خود تقاضای توقیف اموال محکوم علیه را نموده که عبارت است : یک رشته خط تلفن همراه ۹۱۲۷۸۲۳۶۶ سبب تقاضای فروش آن را از طریق مزایده عمومی نموده است که این اجرا پس از طی مراحل قانونی و عدم پرداخت محکوم به توسط محکوم علیه قضا دارد در مورخه ۱۴۰۰/۰۵/۰۵ روز سه شنبه ساعت ۱۶:۳۰ در محل اجرای احکام شورای حل اختلاف قزوین از طریق مزایده عمومی اموال توقیفی محکوم علیه را به قیمت پایه کارشناسی ۴۵۰۰۰۰۰۰ ریال را به فروش برساند طالبین و خریداران می توانند پنج روز قبل از مزایده از محل بازده نمایند در زمان مزایده حضورا شرکت نمایند بدیهی است اموال مورد مزایده به کسی فروخته خواهد شد که بالاترین قیمت پیشنهاد را کند و خریدار می بایستی مبلغ ۱۰ درصد پیشنهادی خود را در روز مزایده نقدا پرداخت و مابقی را ظرف مدت یک ماه به حساب سیرده دادگستری واریز نماید و در صورت عدم تایید مزایده توسط شعبه محترم مبلغ ۱۰ درصد واریزی به خریدار مسترد خواهد شد و در صورت تایید مزایده توسط شعبه محترم صادر کننده حکم تقاضای انتقال مالکیت اموال ا ملک را می نماید در صورتی که خریدار مابقی وجه مزایده را در زمان مقرر به حساب سیرده واریز ننماید و یا اعلام انصراف نماید مبلغ ۱۰ درصد پیشنهادی خریدار به نفع دولت ضبط خواهد شد و خریدار حق هیچ گونه اعتراضی را نخواهد داشت مراسم مزایده با رعایت مواد قانون اجرای احکام خواهد شد.

مدیر اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف شهرستان قزوین - رضا محمدی

مفقودی

جواز اسلحه ساچمه زنی ترک دولول کالیبر ۱۲ ماشه طلایی و شماره اسلحه ۲۹۶۱۲۶ بنام عیسی کشاورز باد مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۲۰
شهروستان قزوین

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز پراید صبا جی تی ایکس به شماره موتور ۸۱۹۴۲۴ و شماره شاسی ۵۱۴۱۲۳۷۸۵۸۴۸۴۴ و شماره انتظامی ۹۷۷ ق ۶۳ ایران ۳۰ بنام ابوالفضل شجاعی شریه مفقود و فاقد اعتبار است.

مفقودی

سند برگ سبز و سند قطعی و وکالت فروش وبرگ کمیایی سوری سمند LX-EF۷ و ۱۳۹۸ و به شماره موتور ۱۲۷۱۸۰۰۴۷۱۶۲۹ و به شماره شناسایی NAACR۱HE۰KF۵۲۳۷۷۰ به شماره پلاک خودرو ۷۸۴ م ۱۵ ن ایران ۹۵ به نام آقای محمدعارف دادوند مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۲/۲۰
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قزوین - شهان عسگری - دینف: ۲۲۰/م الف

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

برابر رای شماره ۰۰۰۴۲۷۸۰۰۱۸۰۰۳۱۸۰۰۱۳۹۹۶۰ مورخه ۱۳۹۹/۱۱/۰۴ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکگه بلامعارض متقاضی محمدعلی ثرونی ویشکلانی فرزند غلام به شماره ملی ۶۵۳۹۹۸۳۹۰۵ در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۱۴۶۳/۰۷ متر مربع مغروز از پلاک ۲۱۲ فرعی از سنگ ۱۰۲ اصلی واقع در قریه ویشکلنک بختی ۴ کیلان که برای آن شماره ۹۱۲۶ فرعی در نظر گرفته شده خریداری از مالک رسمی (شماره زاراعاده) ۲۲۹۶۲-۴۱/۱۱/۲۲ محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبتب به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۵/۲۰
رئیس ثبت اسناد و املاک سنگر - علی نصرتی
۵۰۵ م الف

آگهی تحدید حدود اختصاصی

چون تحدید حدود ششدانگ یک قطعه باغ که فعلا بصورت یک قطعه زمین درآمده است به پلاک ۱۷۷ فرعی از ۲۱۹۸ - اصلی واقع در بخش ۴- شمال شرق قزوین به علت عدم حضور مالک به عمل نیمه ذیل ماده ۱۵ قانون ثبت نیز میسر نیست لذا بنا به تقاضای مالک آقای محمد رضا سلطانی فرزند محمود تحدید حدود پلاک فوق در روز چهار شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۱۳ ساعت ۱۱ صبح به وسیله نماینده و نقشه بردار این اداره در محل وقوع ملک به عمل خواهد آمد بدین وسیله به مالکین مجاور اخطار می شود که در روز و ساعت مقرر در آگهی در محل حضور به هم رسانند مجاورین معترضی که در محل حضور نداشته باشند می توانند طبق ماده ۱۰ قانون ثبت از تاریخ تنظیم صورت جلسه تحدیدی لغایت سی روز اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و طرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم نمایند در غیر اینصورت متقاضی ثبت یا نماینده قانونی وی می تواند به دادگاه مرحله مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست را دریافت و به این اداره تسلیم نماید. به ارائه گواهی مزبور این اداره بدون توجه به اعتراضی عملیات ثبتی را با رعایت مقررات ادامه خواهد داد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۲/۲۰
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قزوین - شهان عسگری - دینف: ۲۲۰/م الف

آگهی تحدید حدود اختصاصی

چون تحدید حدود نسبتب به ششدانگ ۳ قطعه زمین به پلاک ۶۳۰۵۴۳ فرعی از ۲۱۸۱ - اصلی واقع در بخش ۴ شمال شرق قزوین به علت عدم حضور مالک به عمل نیمه ذیل ماده ۱۵ قانون ثبت نیز میسر نیست لذا بنا به تقاضای مالک شهرستانی قزوین تحدید حدود پلاک فوق در روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۱۱ ساعت ۱۱ صبح به وسیله نماینده و نقشه بردار این اداره در محل وقوع ملک به عمل خواهد آمد بدین وسیله به مالکین مجاور اخطار می شود که در روز و ساعت مقرر در آگهی در محل حضور به هم رسانند مجاورین معترضی که در محل حضور نداشته باشند می توانند طبق ماده ۱۰ قانون ثبت از تاریخ تنظیم صورت جلسه تحدیدی لغایت سی روز اعتراضی کتی خود را به این اداره تسلیم و طرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم نمایند در غیر اینصورت متقاضی ثبت یا نماینده قانونی وی می تواند به دادگاه مرحله مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست را دریافت و به این اداره تسلیم نماید. به ارائه گواهی مزبور این اداره بدون توجه به اعتراضی عملیات ثبتی را با رعایت مقررات ادامه خواهد داد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۲/۲۰
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قزوین - شهان عسگری - دینف: ۲۲۰/م الف

رئیس اتاق بازر دانی، صنایع، معادن و دساووزی ببریز:

استاندار آذربایجان شرقی دلسوزانه پیگیر موضوع برق است

خصوصی مشخص شود؛ اگر برنامه‌ای برای تولید برق وجود دارد همه بایدد ورود پیدا کنیم اما اگر قصد و نیتی وجود دارد که تولید برق، انحصاری باشد در سال‌های بعد نیز با کمبود برق مواجه خواهیم شد که این موضوع بی‌تدبیری محض است. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز با بیان اینکه سدهای موجود برای تولید برق نبوده بلکه برای بحث تامین آب کشاورزی هستند افزود: ما در بحث اورهال کردن کارخانجات تولید برق در کشور به موقع اقدام نمی‌کنیم و در کنار این‌موضوع عواملی مانند تحریم، ترسیدن بودجه، و غیره، مشکلاتی را در بحث برق به وجود آورده است. وی در پایان سخنان خود با اشاره به اینکه استاندار آذربایجان شرقی دلسوزانه پیگیر موضوع برق است، گفت: سال گذشته قرار بود به مقدار ۱۲۰ مگاوات برق در شهرک‌های صنعتی استان تولید شود حتی محل احداث نیروگاه نیز مشخص شد اما نمی‌دانیم به چه دلیل عده‌ای مخالف اجرای این مصوبه هستند.



لذا ما انتظار داریم برنامه‌ی مشخصی داده شود تا تکلیف بخش خصوصی و شهرک‌های صنعتی مشخص شود. ژائله تاکید کرد: باید تکلیف بخش

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مشکلات قطعی برق صنایع آذربایجان شرقی طی نشست با حضور تعدادی از مسئولین و صاحبان صنایع حساس و پر مصرف استان در اتاق بازرگانی تبریز بررسی شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز در این جلسه گفت: تصور اینکه با تعطیلی کارخانه‌ها و مراکز تولیدی و صنعتی و مشکلاتی در شهر و استان به وجود خواهد آمد، بسیار دشوار است.

یونس ژائله ادامه داد: با توجه به این که در سال‌های قبل نیز با مشکل قطعی برق مواجه بودیم، س‌سوال اصلی این است که چرا برای حل این مشکل اقدامی انجام ندادیم و چه کار باید می‌کردیم که نکرده‌ایم. وی افزود: اکنون با کمبود ۱۰ هزار مگاواتی برق مواجه هستیم در حالی که اگر ۷۰ واحد پرمصرف استان را تعطیل کنیم چیزی حدود ۲۰۰ مگاوات خواهد شد که سهم بسیار ناچیزی از کمبود را جبران خواهد کرد

مدیر عامل آب منطقه ای گیلان مطرح کرد؛

ضرورت رعایت تقویم زراعی برای حل مشکل کم آبی شالیکاران

وی با بیان اینکه تقویم زراعی امسال بهتر از سال گذشته رعایت شده است، اضافه کرد: تقویم زراعی جهاد کشاورزی با اصول علمی سازگار است و اگر آن را رعایت کنیم کمیت مشکلات بخش آبیاری کمتر خواهد شد. خرمی با اشاره به وجود بیش از ۴۵۴ ایستگاه پمپ‌آب در سطح استان، بیان کرد: حدود ۳۰۰ حلقه چاه خارج از شبکه تأسیس شده و تمام تجهیزات در مدار است و استفاده می‌شود و هیچ چاه آب خاموش نشده و امیدواریم کشاورزان هم به یکدیگر کمک کنند.

وی با بیان اینکه کمیت منابع و مصارف آب استان شرایط را به صورت هفتگی پایش می‌کند، گفت: کسانی که جدول زراعی را به خوبی رعایت کنند تا پایان تیرماه مشکلی در زمینه آبیاری زمین‌های کشاورزی خود نخواهند داشت. مدیر عامل آب منطقه‌ای گیلان با بیان اینکه حدود ۱۰۰ میلیون متر مکعب آب به دلیل عدم آبرویی انهار بین مرز آراغ تلف می‌شود، افزود: اگر کشاورزان انهار خود را تمیز نگه دارند آب سریع‌تر به پایین‌دست می‌رسد.



کشت می‌کنند، افزود: بر اساس تقویم زراعی آبخزاری کانال های آبیاری تا پایان تیر ماه ادامه دارد و کسانی که از تقویم زراعی عقب ماندند و در کشت تأخیر دارند ، اگر شرایط اجازه دهد حداقل‌هایی را روی کانال‌ها قرار می‌دهیم تا کشاورزان بتوانند از آن استفاده کنند.

در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی نفت و گاز مارون

زمین چمن مصنوعی شهرستان رامشیر افتتاح شد

را تصفیه و به چاه‌های دفعی تزریق کرده‌ایم و در پروژه‌های کلان با همکاری شرکت‌های داخلی، بخش عمده‌ای از گازهای ترش همراه را جمع‌آوری و از مشعل شدن آن جلوگیری کردیم در پایان نماینده مردم رامشیر و رامهرمز در مجلس شورای اسلامی و رئیس آموزش و پرورش رامشیر از مدیرعامل و سایر کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون که در این پروژه و سایر پروژه‌های عمرانی انجام شده درمناطق مجاور تأسیسات مشارکت داشته‌اند، تقدیر کردند.

این آیین با حضور نماینده مردم رامشیر و رامهرمز در مجلس شورای اسلامی، مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون، مسئول قرارگاه فرهنگی و ستاد اقامه نماز صنعت نفت جنوب، رئیس آموزش و پرورش رامشیر و تنی چند از مسئولین این شهرستان و همچنین مشاور مدیر عامل مناطق نفتخیز جنوب در امور پیگیری و اجرایی، فرمانده پایگاه مقاومت بسیج سردار شهید قاسم سلیمانی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون و تنی چند از مدیران این شرکت صبح روز پنجشنبه ۱۷ تیرماه ۱۴۰۰ در محل کانون فرهنگی هنری امام خمینی (ره) برگزار شد.



صنعت نفت بوده است و علیرغم وجود منابع، هرآنچه توانسته‌ایم در راستای ارائه خدمات مختلف به مردم انجام داده‌ایم، به عنوان مثال، در بخشی از پروژه‌هایی که مسئولیت‌های اجتماعی ما را نسبت به محیط زیست پرمیروانی تبیین می‌کند، تقریباً ۱۰۰ درصد پساب‌های نمکزدایی

اهواز – شبنم قاجاوند: در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون، زمین چمن مصنوعی شهرستان رامشیر با مساحت ۱۰۳۰ متر مربع در اختیار آموزش و پرورش این شهرستان قرار گرفت. مدیرعامل این شرکت در آیین افتتاحیه این زمین چمن مصنوعی گفت: عمل به مسئولیت‌های اجتماعی همواره اولویت اصلی این شرکت پس از رسالت تولید است و اقدامات انجام شده در این حوزه را می‌توان بر جسته توصیف کرد. مهندس حمید کلوپان با بیان اینکه مناطق نفتخیز جنوب طی سال‌های اخیر پروژه‌های مهم و عمده‌ای را در بخش مسئولیت‌های اجتماعی به انجام رسانده و پروژه بسیاری را نیز در دست اقدام دارد، افزود: شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون نیز به عنوان یکی از شرکت‌های تابع مناطق نفتخیز جنوب بر اساس ابلاغیه‌های معاونت عمرانی این شرکت عمل کرده و در بخش‌هایی نیز با مشارکت بسیج سازندگی نفت و گاز مارون، پروژه‌هایی را در بخش آموزش، بهداشت و عمران عمدتاً روستایی به انجام رسانده است.

وی ادامه داد: رفاه مجاوران تأسیسات فرایندی همواره دغدغه مدیران

اخبار

تولید ۸۵۵ خودروی ریلی در اراک هدفگذاری شد



اراک – فرناز امیدی: مدیر روابط عمومی شرکت واگن پارس اراک بیان داشت: راهبرد تدوین شده برای محصولات ریلی امسال واگن پارس تولید ۷۰۰ دستگاه انواع خودروهای ریلی بود اما با پشتیبانی شرکت مینا در سالی که با عنوان مانع‌زدایی و پشتیبانی از تولید نام گرفته، افزایش ظرفیت تولید در دستور کار قرار دارد و این واحد صنعتی همه توان را برای تحقق برنامه پیش‌بینی شده به کار می‌گیرد. واعظی افزود: ۵۳۲ دستگاه انواع واگن باری و مسافری پارسال در این واحد صنعتی تولید شد و این محصولات از سوی شرکت‌های بهره‌بردار در خطوط ریلی کشور به کار گرفته شده که گامی مهم در بهبود کیفی ناوگان ریلی کشور بوده است. مدیر روابط عمومی شرکت واگن پارس اراک ادامه داد: مرتضی ملائزاد به‌عنوان مدیرعامل جدید این واحد واگن سازی از سوی مدیرعامل شرکت مینا به عنوان سهامدار اصلی معرفی شده که از مدیران برجسته و باسابقه در زمینه تولید و بهره‌برداری ادوات و ماشین آلات ریلی است و امید است که با حضور حلقه مدیریتی جدید در این واحد صنعتی اجرای برنامه‌ها با سرعت و کیفیت بهتری پی گرفته شود. واعظی عنوان کرد: معاونت فنی و مدیر کل واگن‌های راه آهن جمهوری اسلامی ایران، قائم مقام معاونت امور ناوگان راه آهن جمهوری اسلامی ایران، مدیر عامل شرکت احداث و توسعه ریلی مینا، عضو هیات مدیره شرکت مهندسی و ساخت لکوموتیو مینا و مشاور مدیر عامل گروه مینا در امور ریلی از واگن پارس اراک واحد تولیدی مادر تخصصی در حوزه محصولات ریلی خاورمیانه است که در سال ۱۳۵۴ آغاز به کار کرد و در سال ۱۳۶۴ با سرمایه‌گذاری سازمان صنایع و نوسازی ایران به یکی از زیر مجموعه‌های این سازمان پیوست. وی دریابان خاطرنشان کرد: کارگاه‌های تولیدی شرکت واگن پارس در فضایی به وسعت ۳۳ هکتار جامایی شده و به‌عنوان بزرگ‌ترین سازنده انواع لوکوموتیو، واگن‌های باری، مسافری و مترو در خاورمیانه، متولی اصلی تولیدات سیستم حمل و نقل ریلی ایران است.

تجلیل از ۱۶ واحد تولیدی حامیان حقوق مصرف کننده مستقر در شهرک‌های صنعتی قزوین

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: دومین همایش اعطای گواهینامه و تدبیس رعایت حقوق مصرف کنندگان استان قزوین در شرکت گل‌دیران مستقر در شهرک صنعتی کاسپین برگزار شد. دومین همایش اعطای گواهینامه و تدبیس رعایت حقوق مصرف کنندگان استان قزوین در شرکت گل‌دیران مستقر در شهرک صنعتی کاسپین برگزار شد.به گزارش روابط عمومی شرکت شهرک‌های صنعتی استان قزوین، این مراسم با حضور جمعی پور استاندار قزوین،



تألیش معاون وزیر و رئیس سازمان مصرف کنندگان و تولیدکنندگان، نمایندگان مردم قزوین در مجلس شورای اسلامی و جمعی از مدیران دستگاه‌های اجرایی استان برگزار شد. در پایان از واحدهای تولیدی حامیان حقوق مصرف کننده استان قزوین مستقر در شهرک‌های صنعتی استان قزوین تجلیل و تقدیر شد.صنعت پلاست آبیار تولید کننده پلی اتیلن تک لایه، گل‌دیران تولید کننده اسپیتل، ویتانا تولید کننده انواع بیسکویت و کراکر، آرابوش گستر تولید کننده تیوپ های آرایشی و بهداشتی، سیلیکون ناب بسیار تولید کننده مواد اولیه سیلیکونی مستقر در شهرک صنعتی کاسپین، آساناما تولید کننده کپسول هایCNG، شیمیایی بهداشت تولید کننده مواد اولیه شوینده ها، تاز تولید کننده مواد شوینده ، صنایع غذایی مینای قزوین تولید کننده آب معدنی و نوشابه های گاز دار با برند ماوش مستقر در شهرک صنعتی لیا.فرز آناه دونه تولید کننده خوراک دام و طیور، گروه خودروسازی مایان، فولاد خرم‌دشت تاکستان تولید کننده میلگرد و هستی آربن تأمین بسته بندی مواد غذایی با برند فامیلا مستقر در شهرک صنعتی خرم‌دشت صنعت غذایی کورش تولید کننده روغن های خوراکی با برند فامیلا و اوپلا، هوا سلولز تولید کننده پد سلولزی و ابهر سیلیس تولید کننده مواد اولیه شیشه مستقر در شهرک صنعتی حیدریه.

مانور اقدام فراگیر ساماندهی، سرویس ، تست و بازرسی لوازم اندازه گیری مشترکین دیماندی استان بوشهر برگزار شد.

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز:مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر گفت: مانور اقدام فراگیر ساماندهی، سرویس ، تست و بازرسی لوازم اندازه گیری مشترکین دیماندی استان بوشهر با کنترل مشترکین سایت پرورش میگوئی شیف به اجرا در آمد. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر، غلامرضا حشمتی روز یک‌شنبه مورخ ۱۳تیرماه۹۰ در بازدید از سایت پرورش شیگ شیف اظهار داشت: بازرسی از مشترکان دیماندی با هدف کنترل میزان مصرف، سرویس و آماده سازی تجهیزات جهت استفاده مناسب تر مشترکان است. وی بیان کرد: ایجاد روحیه کار تیمی، آمدگی گروه‌های اجرایی



در مواقع بحران، برنامه‌ریزی و تمرین جهت رعایت نظم و انضباط تیمی از دیگر اهداف این مانور بود. حشمتی اظهار داشت: رعایت ایمنی فردی و گروهی، در اجرا عملیات، بازرسی مشترکان، پی‌ماندهی، براساس برنامه سالانه از دیگر اهداف مانور اقدام فراگیر بازرسی لوازم اندازه گیری مشترکین دیماندی مزارع پرورش میگو شیف میگو بود. وی عنوان کرد: در این مانور که توسط معاونت فروش وخدمات مشترکین شرکت برنامه ریزی شده بود، ۱۲ گروه، ۲۰ دستگاه خودرو سبک و سنگین، و پرسنل اجرایی مشترکین و اتفاقات کلیه مدیریت‌های برق شهرستان‌های استان بوشهر شرکت داشتند. وی اظهار امیدواری کرد: با توجه به اینکه تعدادی از مزارع پرورش میگو با افزایش مصرف و تجاوز از دیماند،قرارداد باعث افزایش بار تجهیزات شبکه و اختلال در کیفیت برق سایر مزارع میشوند با پایبندی به قرارداد و کنترل مصرف خود به تأمین برق مطمئن و پایدار کمک نمایند و در صورت تجاوز از دیماند با اخطار و حتی قطع انشعاب مواجه خواهند شد.

مسئول روابط عمومی منطقه ساری :

اقامه نماز منطقه ساری حائز رتبه برتر در بین دستگاههای اجرایی شد

ساری – دهقان : مسئول روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : منطقه ساری از ارائه عملکرد در سامانه سجاده (سیستم یک پارچه بررسی عملکرد اقامه نماز دستگاههای اجرایی) حائز رتبه برتر استان مازندران شد .



عباس خلیل پور مسئول روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بیان کرد : بر اساس گزارشات و مستندات ارسالی در سامانه سجاده میزان پیشرفت برنامه ها و فعالیت‌های اقله نماز دستگاههای اجرایی از سوی ستاد اقامه نماز استانداری مازندران مورد بررسی قرار می گیرد که شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با امتیاز ۷۹۶ و با نمره توصیفی عالی در بین دستگاههای اجرایی سطح مازندران رتبه برتر را از آن خود کرد . مسئول روابط عمومی منطقه ساری با اشاره به اینکه امروز دشمن با جنگ نرم به میدان مبارزه آمده و ما باید ارزشهای اسلام و انقلاب را بیش از پیش در جامعه ، نسل جوان و فضای کاری گسترش دهیم ، افزود : امروز مسئله نماز و امر به معروف و نهی از منکر که علل اصلی قیام امام حسین (ع) بوده است باید به صورت جدی و پر رنگ تر از گذشته در میان جامعه مخصوصا نسل جوان دنبال شود زیرا پایبندی به این امور باعث تقویت ایمان و همچنین همدلی ، همراهی و رفاقت میان کارکنان می گردد . وی با اشاره به اینکه شخص نماز خوان اهل دروغ، تیرنگ و فتنه و ... نیست، اظهار کرد : انسان به واسطه روح انسانی قابلیت رسیدن به کمالات را دارد، باید فرصت‌ها و ابزارهای لازم در اختیار انسان باشد و نماز بهترین ابزار برای صعود انسان به قله معرفت خدا است .

مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان:

توانمندسازی ۲۷۰ نفر از زنان گیلانی سرپرست خانوار با مشاغل خانگی

رشت – خبرنگار فرصت امروز:مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان با اعلام این خبر ؛ اتصال به بازارهای سنتی، معرفی غرفه‌های الکترونیک را با یکان در سطح کشور توسط جهاد دانشگاهی و برگزاری نمایشگاه‌های فصلی را از جمله حمایت‌های انجام شده در طرح ملی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار برای تولیدکنندگان مشاغل خانگی عنوان کرد.به گزارش روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان، عباس علیزاده در گفتگو با ایسنا، اظهار کرد: طرح ملی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار مطابق با الگوی بین کسب و کار(مشاغل خانگی) به کارفرمایی دفتر امور بانوان و خانواده استانداری با نظارت اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ توسط سازمان جهاد دانشگاهی استان گیلان به عنوان مجری این طرح دنبال می‌شود.

وی با بیان اینکه هدف از اجرای این طرح، توانمندسازی ۲۰۰نفر از فعالان عرصه مشاغل خانگی و زنان سرپرست خانوار در سطح کشور است، سهم استان گیلان در این طرح نوین را ۲۷۰ نفر اعلام کرد. علیزاده گفت : در فاز نخست طرح با پایش و ارزیابی تعداد ۲۸۴۳ نفر از زنان سرپرست ختوار، تعداد ۲۷۰نفر از زنان سرپرست خانوار در ۱۱ مزیت اصلی شامل حصیربافی، قالیبافی، گلیم‌بافی، دوزندگی، چادرشب، عروسک‌بافی، پرورش گل و گیاه زینتی، چرم‌دوزی، گلسازی، معرق، نقاشی و هنرهای تجسمی شناسایی و به فاز دوم طرح معرفی شدند. وی اضافه کرد: در فاز دوم نسبت به توانمندسازی افراد شرکت‌کننده از طریق ارایه آموزش‌های عمومی و تخصصی توسط معاونت آموزشی سازمان جهاد دانشگاهی گیلان اقدام شد. علیزاده گفت: اهم آموزش‌های ارایه شده شامل کارگاه آموزشی مفاهیم، کارگاه ایده‌پردازی و خلاقیت، کارگاه آموزشی شناسایی فرصت‌ها و نحوه راه‌اندازی کسب و کار، کارگاه آموزشی تهیه و توزیع و تولید و کارگاه آموزشی فروش و بازاریابی است. مدیر کل تعاون، کل و رفاه اجتماعی گیلان خاطرنشان کرد: پس از اجرای فاز دوم، افراد شرکت‌کننده به ۱۹ پیشران حمایت‌کننده مشاغل خانگی متصل شدند. وی اضافه کرد: پیشرانان متقاضی جهت دریافت تسهیلات کم‌بهره در سال ۹۹ مورد حمایت قرار گرفتند و مصوبات دریافت تسهیلات به آنان ابلاغ شد.

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز:مدیر کل بندار و دریانوردی هرمزگان از اتمام پروژه روسازی و زیرسازی مسیر دسترسی به ایستگاه سامانه کنترل ترافیک دریایی (VTS) جزیره هرمز خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بندار و دریانوردی استان هرمزگان، «علی رضا محمدی کرجی ران» ضمن تشریح جزئیاتی از پروژه روسازی و زیرسازی مسیر دسترسی به سایت VTS جزیره هرمز اظهار داشت: پشتیبانی و نگهداری از ایستگاه مخابراتی سامانه کنترل ترافیک دریایی این جزیره با هدف ارائه خدمات جامع دریانوردی،

مدیر مخابرات منطقه گلستان :

اداره برنامه ریزی و کنترل پروژه نقش مهمی در تحقق اهداف دارد

مدیر مخابرات منطقه گلستان با اشاره به بررسی شاخص ها و کنترل پروژه ها در اداره برنامه ریزی گفت : نتایج حاصله از بررسیهای بعمل آمده در این حوزه تاثیر زیادی در اجرای موفقیت آمیز پروژه ها و فرآیندهای کاری داشته و لذا ضرورت دقت در رصد و ورود به جزئیات فرآیندی بسیار مورد اهمیت است .

وی با توجه به شرایط مخابرات، افزایش درآمد و تدابیر اندیشیده شده

در این زمینه را مورد توجه دانست و گفت : در همین راستا سه کارگروه افزایش درآمد در بخشهای ثابت، دیتا و سیار تشکیل شده و اداره برنامه ریزی خواست تا با پیگیری های لازم از روند فعالیتها و تصمیمات اتخاذ شده در این کارگروهها، نتایج بدست آمده و روند رشد درآمدی در این سه بخش را پیگیری نمایند و راهکارهای مناسب در اجرای درست طرح ها را ارائه دهند.دکتر غلامعلی شهمرادی با قدردانی از کارکنان اداره آمده در این حوزه تاثیر زیادی در اجرای موفقیت آمیز پروژه ها و تلاش در جهت تحقق اهداف سازمانی از نقاط قوت هر بخش است و ازار امیدواری کرد با تدوام تلاشهای صورت گرفته اهداف در زمان مشخص شده تحقق یابد.

فروش بیشتر در بازار با بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: الکس ادکانبی
کارآفرین و کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

شبکه‌های اجتماعی ابزار مهمی برای بازاریابی و فروش محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری بسیار زیادی بر روی این حوزه داشته‌اند. این امر موجب تعامل هرچه بیشتر کاربران شبکه‌های اجتماعی با برندها شده است. البته این امر همیشه نکته مثبتی محسوب نمی‌شود، زیرا گاهی اوقات محتوای بازاریابی برندها برای مخاطب هدف آزاردهنده می‌شود. اگر کسب و کار شما به دنبال تجربه فرآیند فروش موفق در شبکه‌های اجتماعی است، باید نکات حرفه‌ای بازاریابی را مدنظر داشته باشد، در غیر این صورت هیچ شانسى در بازار نخواهد داشت. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای بازاریابی موفق و فروش مناسب در شبکه‌های اجتماعی است. این امر به شما فرصت عالی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و بهبود وضعیت مالی‌تان به همراه خواهد داشت. در ادامه چند تکنیک و توصیه کاربردی در این زمینه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

توجه به مخاطب هدف

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی باید با هدف‌گذاری بر روی دامنه مشخصی از مخاطب هدف صورت گیرد، در غیر این صورت تمام هزینه‌های شما در این فضا بی‌فایده خواهد بود. اگر یک برند در تلاش برای جلب نظر تمام مشتریان در بازار باشد، بدون تردید هیچ بازدهی‌ای از کمپین بازاریابی‌اش نخواهد دید. شما باید همیشه به دنبال مشتریان دارای نقاط اشتراک با کسب و کارتان باشید. این امر فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و فروش را بهینه‌سازی می‌کند. همچنین به شما فرصت عالی برای معرفی محصولات‌تان بدون هیچ دردسری می‌دهد. امروزه یکی از مشکلات برندها بی‌حوصلگی مداوم مشتریان برای مشاهده محصولات‌شان است. این امر دردسرهای بسیار زیادی برای هر برندی ایجاد می‌کند. دلیل اصلی آن هم هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف نادرست است. بنابراین شما با هدف‌گذاری درست بر روی مخاطب هدف امکان بازاریابی بی‌دردسر و فروش بالا را پیدا خواهید کرد.

انتخاب پلتفرم‌های مناسب

انتخاب بهترین پلتفرم‌های موجود برای بازاریابی همیشه نکته مهمی محسوب می‌شود. بی‌تردید هیچ برندی امکان سرمایه‌گذاری بر روی تمام شبکه‌های اجتماعی را ندارد. بنابراین شما باید دست به انتخاب هرچند ناخوشایند بزنید. توجه به تعداد کاربران هر پلتفرم و انطباق آن با ماهیت کسب و کارتان نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود.

پلتفرم‌هایی مثل اینستاگرام یا توئیتر برای هر برندی مناسب است. با این حال چنین بحثی درباره تیک تاک یا اسنپ چت به طور کامل فرق می‌کند. اگر شما بدون توجه به ویژگی‌های چنین پلتفرم‌هایی اقدام به حضور در آنها کنید، شاید در نهایت چیزی به غیر از هزینه اضافی روی دست‌تان باقی نماند. یکی از معیارهای مهم برای انتخاب یک پلتفرم اجتماعی توجه به توانایی‌تان برای بهینه‌سازی محتوا در آن است. به عنوان مثال، اگر شما قصد حضور در تیک تاک را دارید، باید توانایی‌تان برای تولید محتوا با موسیقی متن را بسنجید. بدون تردید بسیاری از برندها به دلیل ماهیت فعالیت‌شان انطباق چندانی با این شرایط ندارند. بنابراین شما نباید بی‌جهت خودتان را خسته کنید.

تولید مداوم محتوا

پس از اینکه پلتفرم‌های مدنظر‌تان را انتخاب کردید، نوبت به تولید محتوا می‌رسد. بدون تردید برندهایی که هر چند ماه یک بار در شبکه‌های اجتماعی تولید محتوا می‌کنند، هرگز مورد توجه کاربران قرار نمی‌گیرند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای چنین برندهایی از نقطه نظر بازاریابی و فروش به همراه خواهد داشت. یکی از ساده‌ترین مشکلات در این میان مربوط به فراموشی برند از سوی مشتریان است. این امر یعنی اینکه تمام زحمات بازاریابی شما بر باد رفته است. همچنین در این وضعیت خبری از فروش مناسب نیز نخواهد بود.

اگر شما همیشه برای تولید محتوا دردرسر دارید، استفاده از یک تقویم محتوایی ایده جذابی خواهد بود. چنین تقویمی به شما برای برنامه‌ریزی در فرآیند تولید محتوا کمک می‌کند. به عبارت ساده، شما با چنین تقویمی به راحتی هرچه تمام‌تر فرصت برنامه‌ریزی پیشینی برای تولید محتوا را خواهید داشت.

استفاده از محتوای تولیدی کاربران

تولید محتوای بازاریابی برای پشتیبانی از بخش فروش همیشه کار ساده‌ای نیست. گاهی اوقات شما حوصله کافی برای دنبال کردن این فرآیند را ندارید. در این صورت باید به ساده‌ترین شکل ممکن به دنبال محتوا باشید. شاید این امر در نگاه نخست غیرممکن به نظر برسد، اما راهکارهایی برای دسترسی به محتوای رایگان و در عین حال جذاب برای بازاریابی نیز وجود دارد: استفاده از محتوای تولیدی کاربران. محتوای تولیدی کاربران درباره برند شما یکی از منابع بسیار مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان محسوب می‌شود. امروزه اغلب کاربران در شبکه‌های اجتماعی پست‌های مربوط به کاربران حقیقی را بهتر قبول می‌کنند. بنابراین شما با بازنشر محتوای تولیدی دیگر کاربران به بهترین شکل ممکن بر روی مشتریان تاثیر خواهید گذاشت.

اگر مشتریان شما از محصولات‌تان تعریف کرده‌اند، باید در اولین فرصت چنین محتوایی را بازنشر کنید. این امر به معنای یک فرصت عالی برای فروش بیشتر و تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد بود.

توجه به خدمات مشتریان

فروش بدون خدمات مشتریان یک امر بی‌معنا محسوب می‌شود. شما باید همیشه به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از این بخش باشید. متأسفانه بسیاری از برندها هیچ توجهی به این بخش ندارند. بنابراین همیشه با مشکلاتی در زمینه اجرای پروژه بازاریابی و فروش‌شان دست و پنجه نرم می‌کنند.

وقتی مشتریان خدمات منحصر به فردی از سوی برندان دریافت کنند، انگیزه‌شان برای همکاری با شما به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. معمای ضمنی این امر امکان فروش بدون نیاز به صرف هزینه‌های گزاف در حوزه بازاریابی و تبلیغات خواهد بود. بی‌شک این امر آرزوی دیرینه هر برندی در حوزه فروش محسوب می‌شود. بنابراین شما با طراحی بخش خدمات مشتریان به طور مناسب امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی آنها با هزینه کمتر را خواهید داشت.

منبع: entrepreneur.com

تبلیغات خلاق

به قلم: پراوین سوامیناتان

کارشناس بازاریابی و فروش

ترجمه: علی آل‌علی

فروش بالا برای هر برندی هدف اصلی محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارها در بازار به دنبال اهداف مختلف هستند، اما معیار اصلی برای موفقیت در زمینه دستیابی به تمام اهداف با فروش بالا مشخص می‌شود. هر برندی در بازار به دنبال تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدفش است. اگر در این میان خبری از فروش نباشد، هیچ برندی امکان ادامه فعالیت در بازار را نخواهد داشت. بنابراین کسب و کارها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه فروش بالاتر را مدنظر قرار دهند. متأسفانه فروش بالا همیشه گزینه‌ای در دسترس برای برندها محسوب نمی‌شود. بسیاری از کسب و کارها در زمینه دستیابی به اهداف‌شان با مشکلات بسیار زیادی رو به رو هستند. همین امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. اگر کسب و کار شما هم در این مسیر با مشکلات بسیار زیادی رو به رو است، چرخه فروش استراتژی مناسب برای راهی‌ای از دردسرها خواهد بود. چرخه فروش شامل مجموعه‌ای از اقدامات از سوی فروشنده‌گان است تا فرآیند فروش به ساده‌ترین شکل ممکن انجام شود. بدون تردید تجربه ناکامی در زمینه فروش برای هر برندی دشوار و مشکل‌آفرین است. بنابراین کاهش تلاش‌های ناموفق در زمینه فروش برای هر برندی امر مهمی محسوب می‌شود. شما با طراحی مجموعه‌ای از اقدامات و عادت‌ها برای پیگیری از سوی کسب و کارها امکان ساماندهی فرآیند موردنظری بهترین شکل ممکن را خواهید داشت. هدف اصلی در این مقاله بررسی چرخه فروش به عنوان یک استراتژی کاربردی در زمینه فروش است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و بهبود درآمد برندان کمک خواهد کرد.

مراحل اجرای استراتژی چرخه فروش

چرخه فروش کار بسیار سخت و دشواری نیست، بلکه تلاش‌های شانسى و پراکنده هر کسب و کار را به بهترین شکل ممکن ساماندهی می‌کند. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. متأسفانه امروزه بسیاری از برندها به جای تمرکز بر روی بازاریابی و فروش به طور دقیق بیشتر مایل به تلاش‌های پراکنده هستند. درست به همین خاطر در زمینه فروش کمتر برندی شانسى برای کسب موفقیت دارد. ما در این مقاله در تلاش برای تغییر نگاه شما به عرصه کسب و کار و فروش با استفاده از چرخه فروش هستیم. در ادامه مراحل اجرای این استراتژی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

توجه به دورنمای مشتریان

شما برای فروش مناسب باید به سراغ مشتریان علاقه‌مند به کسب و کارتان بروید. بسیاری از برندها از همان قدم اول در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتری راه را اشتباه طی می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای هر کسب و کاری به همراه خواهد داشت. اگر شما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان هستید، باید راهکاری به طور کلی متفاوت نسبت به رقبای‌تان در پیش بگیرید. امروزه بسیاری از برندها ابتدا اقدام به فروش می‌کنند و سپس در تلاش برای پیدا کردن مشتری هستند. این امر کاملاً اشتباه است. شما باید از همان گام نخست در تلاش برای پیدا کردن مشتریان مناسب باشید. پیدا کردن مشتریان مناسب کار دشواری نیست. شما پیش از شروع فرآیند بازاریابی و فروش باید به دو نکته مهم توجه نشان دهید. نکته نخست، مشکلی است که محصول‌تان حل می‌کند. نکته دوم هم در ارتباط با تفاوت میان محصول‌تان با دیگر نمونه‌های در بازار خواهد بود. اگر شما توانایی ارائه نکات جذاب در قبال پاسخ‌های موردنظر را داشته باشید، وضعیت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود پیدا خواهد کرد. اغلب اوقات برندهای که دارای یک پرسونای دقیق از مشتریان‌شان هستند، در این مرحله دردسرهای بسیار کمتری را پیش رو خواهند داشت. پرسونای مشتری شامل ویژگی‌های مشتری ایده‌آل شماست. وقتی شما یک ایده اساسی از مشتری مورد انتظارتان داشته باشید، امکان تعامل بسیر بهتر با مشتریان را پیدا خواهید کرد. این امر برای کسب و کارهای مختلف اهمیت بسیار زیادی دارد. شما برای طراحی پرسونای مشتری در کسب و کارتان نیاز به استفاده از تجربه‌های تعامل قبلی برندان با آنها و همچنین استفاده از داده‌های کاربردی خوشبختانه امروزه امکان دسترسی به داده‌های کاربردی به ساده‌ترین شکل ممکن وجود دارد. بنابراین شما در این مسیر با مشکلات چندانی رو به رو نخواهید شد.

آمادگی برای برقراری ارتباط با مشتریان مناسب

وقتی شما مشتریان مناسب برای فروش محصولات‌تان را پیدا کردید، باید اقدام به ایجاد ارتباط نمایید. این امر اغب اوقات سخت‌ترین بخش کار محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این رابطه عملکرد درخشانی از خودشان ارائه نمی‌کنند. به هر حال همیشه برخورد اول از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. به همین خاطر شما باید تمام تلاش‌تان را در این بخش انجام دهید. اطلاعات موردنیاز برای تعامل با مشتری شامل نکات پیچیده‌ای نیست. اغلب اوقات کسب و کارهای مختلف به تمرین و برنامه‌ریزی برای نحوه ارتباط با مشتریان مدنظرشان دارند. اگر شما بدون هیچ آمادگی قبلی سراغ این فعالیت بروید، کمتر شانسى برای موفقیت بلندمدت خواهید داشت. چنین نکته‌ای برای کسب و کارها اهمیت بسیار زیادی دارد. ارتباط با مشتریان براساس الگوی تماس تلفنی، ایمیل و حتی برقراری تماس ویدئویی صورت می‌گیرد. نکته مهم در این میان ارزیابی دقیق شرایط برای بهینه‌سازی فعالیت برند و همچنین آگاهی از سلیقه مشتریان است. اگر شما به سلیقه مشتریان‌تان در زمینه ارتباط احترام نگذارید، شانسى برای جلب نظرشان نخواهد داشت.

ارزیابی مشتریان برای فروش

پس از تعامل اولیه با مشتریان نوبت به ارزیابی وضعیت‌شان می‌رسد. بسیاری از برندها برای تعامل با مشتریان همیشه شک و تردید دارند. دلیل این امر تمایل برای ارتباط با بهترین مشتریان است. مرحله‌ای که فروشنده‌گان حرفه‌ای در اینجا پشت سر می‌گذارند، شامل تلاش برای ارزیابی وضعیت مشتریان است. بدون تردید تمام مشتریان مدنظر شما به کار کسب و کارتان نخواهند آمد. اگر شما در این میان ارزیابی اولیه‌ای نسبت به مشتریان داشته باشید، امکان سرمایه‌گذاری بر روی بهترین مشتریان فراهم خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها برای تعامل با مشتریان‌شان شرایط ویژه‌ای طراحی می‌کنند. البته این امر بیشتر در ارتباط با برندهای بزرگ در حوزه B2B مصداق دارد. بنابراین اگر کسب و کار شما در چنین حوزه‌ای فعالیت دارد، باید به طور ویژه‌ای بخش کنونی را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت خبری از موفقیت در زمینه فروش نخواهد بود. فروشنده‌گان حرفه‌ای به سرعت خریداران واقعی را از کسانی که هنوز برای خرید نهایی شک دارند، تشخیص می‌دهند. این امر به آنها برای تمرکز صرف بر روی خریداران واقعی کمک خواهد کرد. بنابراین شما همیشه باید در تلاش برای تعامل با چنین افرادی باشید. فروشنده‌گان حرفه‌ای همیشه نکات تازه‌ای برای آموزش به شما دارند.



بنابراین همکاری با آنها مهمترین عامل موفقیت‌تان در فرآیند چرخه فروش خواهد بود. امروزه هزینه‌های مدیریت کسب و کار به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده است. بسیاری از کسب و کارها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید هزینه‌های زیادی را متحمل شوند. نکته مهم در این میان تلاش برای ساماندهی وضعیت موردنظر براساس کاهش هزینه‌های برند است. اگر شما در این زمینه مشکلات بسیار زیادی پیش رو دارید، ساده‌ترین راهکار تلاش برای ارزیابی اولیه مشتریان است. این امر به شما امکان کاهش هزینه‌های برند با هدف‌گذاری صرف بر روی بهترین مشتریان را می‌دهد.

معرفی محصول برند

مهمترین بخش در زمینه فروش در ارتباط با معرفی محصول معنا پیدا می‌کند. بسیاری از برندها در فرآیند فروش و ارتباط با مشتریان هیچ توجهی به کیفیت محصول و حتی معرفی‌اش به طور مختصر برای مشتری ندارند. با این حساب چرا مشتری باید از شما محصولی را تهیه نماید؟

معرفی محصول به مشتریان باید به طور ویژه و حرفه‌ای صورت گیرد، در غیر این صورت شاید مشتری موردنظر هیچ تمایلی برای خرید محصول نشان ندهد. امروزه بسیاری از برندهای بزرگ برای فروش محصول به مشتریان حتی تا جزئی‌ترین ویژگی‌اش را نیز بیان می‌کنند. تعیین دقیق ویژگی‌های محصول نقش مهمی در جلب نظر مشتریان دارد. بسیاری از مردم به هنگام تلاش برسرای خرید یک محصول دردسرهای زیادی را پشت سر می‌گذارند. این امر شامل تردید مداوم نسبت به کیفیت محصولات و عدم آشنایی دقیق با کیفیت و مزایای هر کدام است. اگر شما در این میان به سادگی هرچه تمام‌تر روی مزایای محصول‌تان دست بگذارید، امکان تعامل با مشتریان را خواهید داشت. این امر شما را بدل به برندی محبوب در میان مشتریان می‌کند. برخی از محصولات در عمل امکان صرفه‌جویی در هزینه‌های مشتریان در بلندمدت را دارد. اگر شما در تلاش برای فروش چنین محصولی هستید، باید از همان ابتدا مزیتش برای مشتری را بیان کنید، در غیر این صورت شاید هیچ‌کس به مزیت موردنظر توجه نکند. بسیاری از برندها در عمل نیاز به معرفی محصول به طور حرفه‌ای دارند. این امر به معنای بیان مزایای محصول به زبانی ساده و خودمانی است. بنابراین همیشه در فرآیند فروش این نکته مهم را مدنظر قرار دهید.

مدیریت اعتراض‌های مشتریان

اعتراضات مشتریان همیشه وجود دارد. این امر شامل بخش‌های مختلف شرکت و به ویژه فرآیند فروش است. اگر کسب و کار شما در تلاش برای فروش یک محصول با شکایت مشتریان و اعتراض‌های مختلف رو به رو نشود، بی‌تردید یک جای کار ایراد دارد. تعامل صیارت برندها و مشتریان همیشه همراه با بروز مشکلاتی است. وظیفه اصلی شما در تیم فروش مدیریت اعتراضات و جلوگیری از تبدیل شدن آنها به بحران‌های بزرگ است.

اغلب اوقات برندها شناخت درستی از مشتریان‌شان

آشنایی

چرخه فروش چیست و چگونه کار می‌کند؟

دارند. همین امر امکان مدیریت اعتراض‌ها به سادگی هرچه تمام‌تر را پیش می‌کشد. اگر شما در تلاش برای مدیریت اعتراض مشتریان‌تان هستید، باید همیشه حق را به آنها دهید. در کنار این موضوع تلاش برای توضیح مسئله پیش آمده به زبانی ساده اهمیت بالایی خواهد داشت، در غیر این صورت شاید شما هرگز شانسى برای رفع کدورت‌ها و پیگیری فرآیند فروش به طور استاندارد را نداشته باشید. گاهی اوقات همیشه‌ک شما به اعتراض مشتریان گوش دهید، برای آنها کافی خواهد بود. دلیل این امر تمایل مشتریان برای پیدا کردن یک برند است که فقط به حرف‌های‌شان گوش دهد. در کنار این امر اگر تغییراتی در برندان براساس اعتراض و شکایت مشتریان صورت گیرد، وضعیت شما از این رو به آن رو خواهد شد. همه مشتریان در تمام بازارهای دنیا از برندهایی که براساس اعتراض مشتریان دست به تغییر وضعیت می‌زنند، خوش‌شان خواهد آمد. دست آخر یک برند برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان باید توضیح مشخصی درباره اشتباه صورت گرفته و روند جبران‌ش داشته باشد. به عنوان مثال، اگر برند شما در زمینه بسته‌بندی سفارشات اشتباه کرده و بسیاری از محصولات با شکستگی و وضعیت نامناسب به دست مشتری رسیده، علاوه بر شنیدن شکایت‌ها باید اقدامی برای تغییر شرایط نیز صورت دهید، در غیر این صورت مشتریان پیگیری حقوقی نسبت به خسارت صورت گرفته دنبال می‌کنند. این امر شهرت برندان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای دستخوش تغییر می‌کند. اعتراضات مشتریان در بازار امری طبیعی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان مدیریت به موقع آنهاست. اگر شما در این رابطه اندکی تأخیر کنید، شاید تا سال‌های سال هم توانایی بازیابی مشتریان‌تان را نداشته باشید. درست به همین خاطر باید همیشه سرعت عمل در فعالیت برندان را مدنظر قرار دهید.

جوش دادن معامله در پایان کار

وقتی شما تمام مراحل برای جلب نظر مشتریان را دنبال کردید، باید در نهایت یک معامله خوب را به انجام برسانید. بسیاری از برندها در جمع‌بندی و جوش دادن نهایی معامله مشکل دارند. نتیجه این امر تعامل طولانی‌مدت فروشنده‌گان برند با مشتریان بالقوه و در نهایت مشاهده خرید آنها از یک برند دیگر است. شما باید طوری با مشتریان‌تان تعامل داشته باشید که هیچ کسب و کار دیگری حتی به چشم آنها نیفتد. یکی از راهکارهای جذاب در زمینه جمع‌بندی فرآیند فروش مربوط به ارائه سرویس استفاده رایگان برای مدت زمانی محدود است. این امر مشتری را به بهترین شکل ممکن با ویژگی‌های محصول شما آشنا خواهد کرد. اگر محصول برندان نوعی نرم‌افزار باشد، راهکار کنونی کاربرد بسیار زیادی برای شما به همراه خواهد داشت. یکی دیگر از راهکارهای مناسب در این میان تلاش برای ایجاد نوعی اضطراب است. اینکه مشتریان فرصت خرید در لحظه یا به طور کلی از دست دادن شانس بهره‌مندی از محصول شما را داشته باشند، تأثیر روانی بسیار زیادی ایجاد می‌کند. چنین امری اغلب اوقات موجب افزایش فروش در کوتاه‌مدت می‌شود. راهکار پایانی هم شامل ارسال فرم سفارش در کنار دیگر محتوای بازاریابی برای مشتری است. این امر امکان ترغیب مشتریان مرده به خرید را به همراه دارد. اگر شما چنین نکته‌ای را مدنظر قرار ندهید، به سرعت دچار مشکل خواهید شد. اغلب فروشندگان حرفه‌ای طوری معامله را پایان می‌دهند که حتی مشتری مورد نظر نیز حیرت‌زده شود. نکته مهم در این میان مشخص کردن بخش پایانی تعامل برای فروش است. اینظوری مشتریان به خوبی از ضرورت تصمیم‌گیری هرچه زودتر اطلاع پیدا خواهند کرد. به هر حال شما برای همیشه فرصت فروش ندارید و باید به مشتریان دیگران هم توجه نشان دهید.

دنبال کردن مشتریان قبلی

پس از اینکه فروش موفقى را پشت سر گذاشتید، کارتان با مشتریان به پایان نرسیده است. اگر شما به دنبال فروش دوباره و بسیار ساده هستید، سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان قبلی ایده جذابی خواهد بود. چنین مشتریانی به دلیل امتحان کردن محصول شما در گذشته تمایل بالاتری برای خرید دوباره خواهند داشت. این امر هزینه بسیار کمتری از نظر بازاریابی و تبلیغات برای شما به همراه خواهد داشت. بسیاری از برندها پس از اینکه فرآیند فروش به پایان می‌رسد، به طور کامل مشتری‌شان را فراموش می‌کنند. این امر به معنای صرف هزینه بالاتر برای پیدا کردن دوباره مشتری و همچنین پشت کردن در یک فرصت عالی برای ایجاد مشتری وفادار است. امروزه بخش قابل ملاحظه‌ای از سود نهایی برندها از سوی مشتریان وفادار تأمین می‌شود. بنابراین شما باید همیشه هدف‌گذاری بر روی چنین مشتریانی را مدنظر داشته باشید، در غیر این صورت حضورتان در بازار بسیار کوتاه‌مدت خواهد بود. بدون تردید فرآیند فروش در طول سال‌های اخیر تغییر بسیار زیادی کرده است. چرخه فروش هم برای کمک به برندها به منظور مدیریت هرچه بهتر این بخش طراحی شده است. کلیدی‌ترین نکته برای موفقیت در استفاده از این شیوه توجه به مرحله پایانی است. اگر شما پس از فروش دیگر سراغی از مشتری‌تان نگیرید، هیچ شهرت مثبتی در عرصه کسب و کار نخواهید داشت. بنابراین باید همیشه به دنبال راهکارهای درست برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان باشید، در غیر این صورت شاید کوچکترین فرصتی برای تعامل با مشتریان پیدا نکنید. تکرار چرخه فروش برای چند نوبت امری طبیعی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان تلقی کوتاه‌مدت از چنین استراتژی‌ای است. شما قرار نیست همیشه مشتریان‌تان را با چنین شیوه‌ای پیدا کنید. یکی از نکات اساسی در این میان تلاش برای تبدیل خریداران معمولی به مشتریان وفادار برند است. این امر بزرگ‌ترین موفقیت شما در بازار محسوب خواهد شد.

منبع: com.learn.g۲