روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۲۸ تیر ۱۴۰۰

Mon.19 jul 2021
۸ ذوالحجه ۱۴۴۲ - سال هفتم
شماره ۱۸۲۴
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

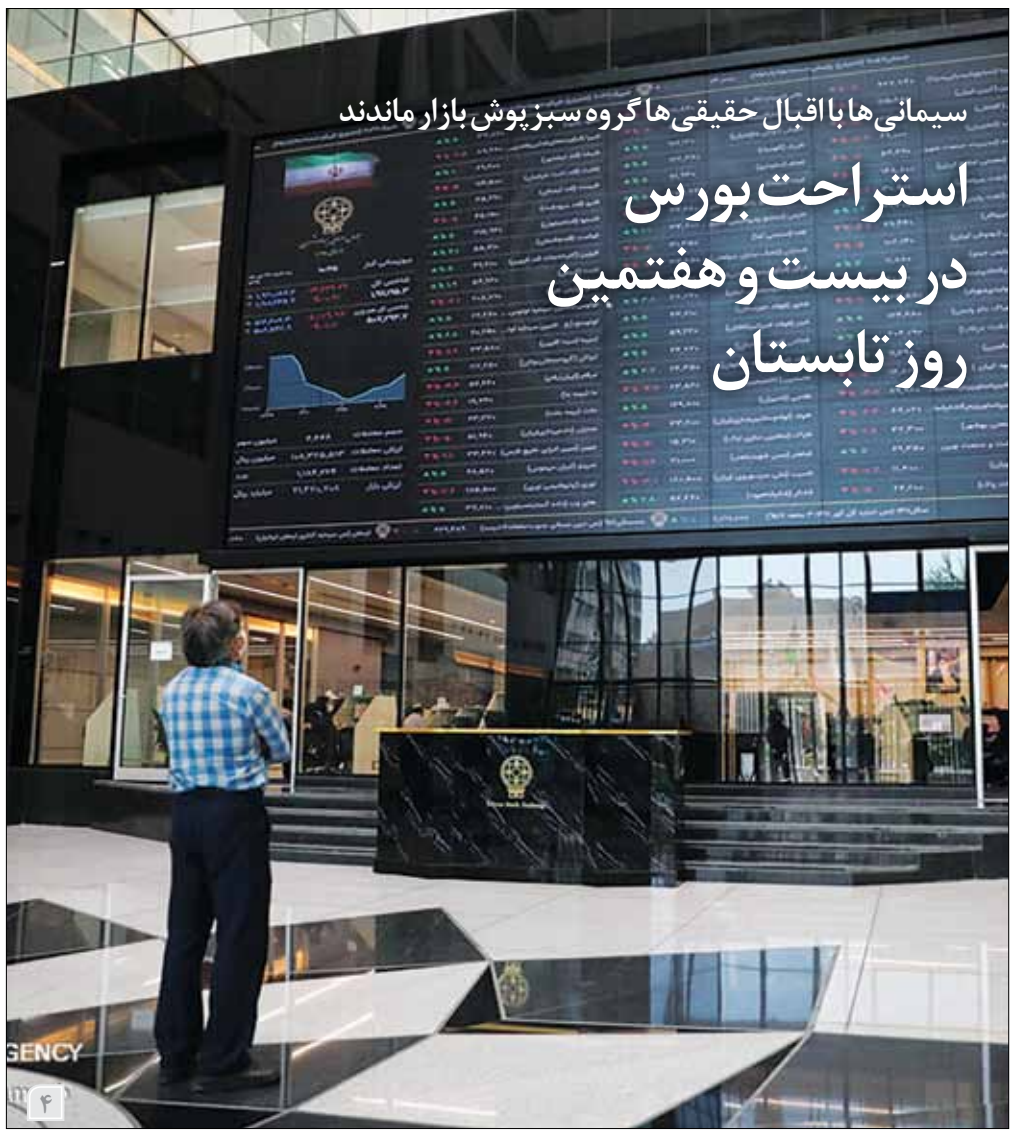
www.forsatnet.ir

ارزهای دیجیتال در دولت رئیسی به رسمیت شناخته می‌شوند؟

چالش رمزارزها در دولت سیزدهم

فرصت امروز: هرچند تا سال ۲۰۰۰ میلادی کمتر کسی تصور می‌کرد که حدود یک دهه بعد ارزهای دیجیتال به وجود بیایند و دو دهه بعد از چنین ارزشی برخوردار شوند، اما اقتصاددانان همان سال‌ها هم پیش‌بینی پول اینترنتی را می‌کردند که همانند بسیاری از چیزها در آن روزگار، بیشتر به خیال می‌ماند. حالا دیگر بیت‌کوین بر سر زبان‌ها افتاده و ارزهای مجازی یکی پس از دیگری...

۳



سیمانی‌ها با اقبال حقیقی‌ها گروه سبزپوش بازار ماندند

استراحت بورس در بیست و هفتمین روز تابستان

۴

چگونه می‌توان سطح شفافیت را در ایران افزایش داد؟

طراحی الگوی شفافیت اقتصادی

فرصت امروز: شفافیت یکی از شاخص‌های حکمرانی خوب است که هم برای مردم و هم برای دولت، اهمیت ویژه‌ای دارد، چراکه ارتقای شفافیت اقتصادی دولت با پایین آمدن سطح فساد دولتی شناخته می‌شود. البته شفافیت و فساد مفاهیم کاملا منطبقی بر یکدیگر نیستند، اما در ادبیات اقتصادی، این دو مفهوم را دو روی یک سکه می‌دانند. به طوری که اندیشمندان بهترین شاخص اندازه‌گیری شفافیت دولت را شاخص «ادراک فساد» (CPI) معرفی می‌کنند. هرچند ایران اقدامات ارزنده‌ای را برای ارتقای شفافیت انجام داده و به عنوان مثال در...

۲

قیمت اوراق مسکن در تهران و سایر شهرها

وام مسکن چند؟

۳

مدیریت و کسب‌وکار

چگونه کیفیت سئوی محتوای بازاریابی‌مان را تضمین کنیم؟

بازاریاب‌ها همیشه به دنبال راهکارهایی برای تولید محتوای بازاریابی با توجه ویژه به سئو هستند، با این حال اغلب اوقات در مسیر چنین فعالیتی با شکست مواجه می‌شوند. بسیاری از برندها در عمل نه تنها توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان را ندارند، بلکه مشکلات عمده‌ای در این راستا نیز پیش روی‌شان قرار می‌گیرد. همین امر موجب ناتوانی مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.
هدف اصلی ما در این مقاله بررسی برخی از تکنیک‌ها برای تضمین کیفیت سئوی محتوای شما در فرآیند بازاریابی است. این امر امکان جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران را به شما می‌دهد. امروزه اگر یک برند بهترین محتوای بازاریابی را نیز داشته باشد، در صورت بی‌توجهی به حوزه سئو شانسی برای...

۸

یادداشت

سیاست‌گذاری مسکن در دولت سیزدهم

مجید سلیمی‌بروجنی
کارشناس اقتصادی

مسکن در دنیای امروز مهمترین نیاز هر خانوار پس از غذا به حساب می‌آید و سهم چشمگیری از سبد هزینه‌ای خانوار را به خود اختصاص می‌دهد. در چهار دهه گذشته به تناسب رشد جمعیت، شاهد عرضه مسکن به بازار مصرفی بودیم و این خود باعث شد که همواره شاهد افزایش قیمت‌ها در این بازار باشیم. تامین نشدن تقاضای حاصل از رشد سریع جمعیت و مهاجرت در چند دهه اخیر به شهرهای بزرگ به دلیل ثابت بودن مقدار زمین و محدودیت عرضه موجب بروز رشد مداوم قیمت مسکن شده و سبب می‌شود سرمایه‌گذاری در این حوزه به قصد کسب عایدی از رشد ارزش مسکن کاملا معقول و کم‌ریسک به نظر آید. آنچه در سال‌های اخیر در کشور ساخته شده است، نصف آن رقمی است که باید باشد. سالانه در کشور نیاز به ساخت حداقل ۹۰۰ هزار واحد مسکونی است، در حالی که در این چند سال گذشته سالانه کمتر از نصف این تعداد ساخته شده است...

۲

یونسکو از رشد اقتصاد دانش‌بنیان در ایران گزارش داد

تاب‌آوری استارت‌آپی در تنگنای تحریم

فرصت امروز: با اینکه کرونا در بخش‌های مختلف اقتصاد ایران و جهان، چالش‌های بسیاری به وجود آورده، اما در اکوسیستم استارت‌آپی، تاثیر غیرقابل انکاری داشته است. طبق پیمایشی که سازمان فناوری اطلاعات در سال گذشته از یکصد استارت‌آپ کشور درباره تاثیر شیوع کرونا بر کسب‌وکار آنها داشته، حوزه‌های مربوط به خدمات پزشکی نظیر تولید تجهیزات پزشکی و مشاوره آنلاین بیشترین تاثیر مثبت را از کرونا گرفتند. همچنین حوزه خدمات آنلاین همچون تاکسی‌های اینترنتی و شبکه‌های فروش اینترنتی بیشترین بازخورد منفی را از بحران کووید-۱۹ داشتند. به زبان آماری، ۴۱ درصد کسب‌وکارهای حوزه پزشکی از شیوع کرونا متضرر شده و ۵۹ درصد سود بردند. در حوزه کسب‌وکارهای دیجیتال نیز تنها ۲۹ درصد منتفع و ۷۱درصد متضرر شدند. همچنین در حوزه خدمات تعداد کسب‌وکارهای منتفع ۱۴ درصد بوده و ۸۶ درصد آسیب دیدند و در نهایت، کسب‌وکارهایی که نیازمند حضور کارکنان بوده‌اند، ۲۵ درصد سود برده و ۷۵ درصد دچار آسیب شدند.

کسب‌وکارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها، یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی محسوب شده و در طول بحران کرونا نیز کماکان نقش مهمی در اقتصادها دارند. البته در اکوسیستم استارت‌آپی ایران تنها کرونا نقش‌آوری نداشته و تحریم‌ها نیز به موازات کووید-۱۹ در سال‌های گذشته باعث تحولات مثبت و منفی زیادی در اکوسیستم استارت‌آپی شده است. چنانچه گزارش جدید یونسکو نشان می‌دهد با وجود تحریم‌ها و قطع صادرات تکنولوژی همچنان تولید علم و رونق نوآوری شرکت‌های استارت‌آپی حتی در دوران کرونا هم ادامه داشته است.

رشد اقتصاد دانش‌بنیان در سایه تحریم‌ها

«گزارش علم» یونسکو هر پنج سال یک بار روندهای نوظهور در حوزه علوم و فناوری را در سراسر جهان رصد می‌کند تا دریابد کشورها برای رسیدن به توسعه از چه مسیرها و گذرگاه‌هایی عبور می‌کنند. نسخه ۲۰۲۱ «گزارش علم» هفتمین سری منتشرشده از سوی یونسکو است و مشخص می‌کند که چگونه کشورها با هر سطح درآمد در پنج سال گذشته خود را با اقتصاد دیجیتال و سبز همسو کرده‌اند. آمارها نشان می‌دهد گرچه زمان برای رسیدن به اهداف توسعه‌ای تعیین‌شده در سال ۲۰۳۰ درحال تنگ‌تر شدن است، اما کشورها دریافته‌اند که رقابت اقتصادی با دیگران به سرعت و میزان تبدیل شدن آنان به جوامع دیجیتال وابسته است. با این‌همه از هر ۱۰ کشور، همچنان هشت کشور کمتر از یک درصد از تولید ناخالص داخلی خود را برای تحقیقات در حوزه فناوری اختصاص می‌دهند. در این گزارش به طور مفصل بخش نوآوری در ایران مورد بررسی قرار گرفته و یونسکو تاکید می‌کند که به‌رغم سایه سنگین تحریم‌ها در ایران، تقاضای داخلی برای نوآوری در کنار خلأ حضور شرکت‌های خارجی سبب شده است که شرکت‌های دانش‌بنیان سهم خود را در بازار افزایش دهند. فضای تنفسی که بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ به‌واسطه توافق برجام ایجاد شد، این خلاقیت درون‌زا را بیش از پیش تشویق و ترغیب کرده است، اما آنچه اکنون و در سال ۲۰۲۱ با آن روبه‌رو هستیم، کاهش درآمدهای حاصله این شرکت‌ها است.

در گزارش پیشین سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل موسوم به «یونسکو» از روندهای علمی در ایران که در سال ۲۰۱۵ منتشر شده بود، کشورمان در راستای کاهش وابستگی خود به منابع نفتی، بر آن بود که به سوی اقتصاد دانش‌بنیان خیز بردارد. شاید برجسته‌ترین اقدام در این مسیر از سوی دولت، افزایش حمایت از استارت‌آپ‌ها و سایر شرکت‌های مبتنی بر فناوری بود. روندی که از سال ۲۰۱۵ تاکنون طی شده را می‌توان به دو دوره زمانی تقسیم کرد؛ نخست از زمان لغو تحریم‌ها در سال ۲۰۱۶ که به موجب آن، دشواری در دسترسی به فناوری خارجی سبب تحریک و تشویق حمایت از فناوری‌های درون‌زا شد. در این دوران، دولت ابزارهایی را برای حمایت از نوآوری از جمله راه‌اندازی «صندوق نوآوری و شکوفایی» و «ستاد ویژه توسعه نانو» تعریف و تبیین کرد. دولت همچنین شرکت‌ها را تشویق کرد تا مواد اولیه خود را از تولیدکنندگان داخلی تهیه کنند. دومین روندی که در این مدت طی شد، از زمان لغو تحریم‌ها از سال ۲۰۱۶ در سایه توافق ایران با قدرت‌های جهانی بود که در پی آن دانشمندان ایرانی با تکنولوژی‌های پیشرفته فرامرزی ارتباط نزدیکی پیدا کردند. گرچه این ارتباط سبب افزایش خلاقیت در ایران شد، اما با خروج آمریکا از برجام، تحریم‌ها بار دیگر بر مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی ایران سایه انداخت و دانشمندان ایرانی حتی قادر به سفارش کتاب از خارج از کشور هم نبودند.

رونق نوآوری‌های درون‌زا در ۵ سال گذشته

گزارش ۲۰۲۱ علم تایید می‌کند که با وجود تحریم‌های طاقت‌فرسای نفتی و بانکی در این دوران، پشتیبانی از شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در ایران روندی رو به جلو داشته است. می‌توان گفت که بیشترین تاثیری که اعمال مجدد تحریم‌های آمریکا بر روندهای علمی و مهندسی ایران داشته، کاهش صادرات محصولات با تکنولوژی پیشرفته و متوسط بوده است. در فاصله سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۷ و تا پیش از اعمال تحریم‌ها در سال ۲۰۱۸، صادرات کالاهای دانش‌بنیان رشدی پنج برابری را تجربه کرده بود. با اعمال تحریم‌ها اما مشکلات مالی به همراه اختلال در تامین مواد اولیه، گریبان شرکت‌ها را گرفت.

به طور کلی در پنج سال گذشته، ایران شاهد رونق نوآوری‌های درون‌زا بوده است. در سال ۲۰۱۵ اولین مراکز شتاب‌دهنده نوآوری در ایران تاسیس شد و تا سال ۲۰۲۰ حدود ۴۹ شتاب‌دهنده نوآوری کار خود را آغاز کردند. همچنین ۱۱۳ مرکز نوآوری با مشارکت پارک‌های علم و فناوری و دانشگاه‌ها افتتاح شدند. در این راستا، کمپانی‌ها از سوی دولت تشویق شدند که در حوزه‌های متفاوتی از جمله اقتصاد دیجیتال، آب، انرژی، لیزر و فتونیک، هوا و فضا، نرم‌افزار و... تمرکز کنند. نتیجه این سیاست همانا صعود ایران به رتبه ۶۱ «شاخص جهانی نوآوری» در سال ۲۰۱۹ بود، حال آنکه ایران در سال ۲۰۱۵ در رتبه ۱۰۶ از بین ۱۲۹ کشور جهان ایستاده بود. تا سال ۲۰۱۸ بالغ بر ۵۲۴ شرکت بیوتکنولوژی در ایران فعال شده و فروش محصولات نانو طی سه سال رشدی ۱۲ برابری پیدا کرده است. تولید داخلی دارو نیز از سال ۲۰۱۵ روندی صعودی به خود گرفته است؛ در سال ۲۰۱۸ ارزش بازار داخلی دارو که ۷۰درصد از کل بازار را شامل می‌شد، بالغ بر ۴،۵ میلیارد دلار بوده است. شرکت‌های داخلی در سال ۲۰۱۹ تسلطی ۹۵درصدی بر بازار پیدا کردند و بخش عظیمی از محصولات خود را به ۱۷ کشور به‌ویژه به اروپا صادر می‌کردند.

در پنج سال گذشته، اکوسیستم دیجیتال ایران شاهد رونق سیستم‌های‌عامل آنلاین بود و یونسکو برای مثال به تاکسی‌های آنلاین نظیر اسنپ و تپسی، بازارهای آنلاین همچون دیوار و دیجی‌کالا و پلتفرم‌هایی مثل آپارات و کافه بازار اشاره کرده است. همه‌گیری کرونا نیز در این میان به افزایش عرضه و تقاضای خدمات آنلاین دامن زده است. به طوری که استفاده از اینترنت موبایل که در سال ۲۰۱۵ تنها ۴۰درصد بود در سال ۲۰۲۰ به ۷۰درصد رسید. درحال‌حاضر بالغ بر دو سوم از موبایل‌ها در ایران به اینترنت دسترسی دارند. همچنین در سال ۲۰۱۷ بودجه اختصاص داده شده برای تحقیق و توسعه ۰،۸۳ درصد از تولید ناخالص داخلی ایران را شامل می‌شد. «مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور» بنا داشت که تا پایان برنامه پنجم توسعه و تا سال ۲۰۱۷ این سهم را به ۳ درصد افزایش دهد و این سهم را تا پایان برنامه ششم توسعه و تا پایان سال ۲۰۲۱ به ۴درصد از تولید ناخالص داخلی کشور برساند. با این حال به‌نظر می‌رسد انگیزه‌های بازار به اندازه کافی قوی نیستند تا بتوانند سرمایه‌گذاری تجاری در تحقیق و توسعه را تقویت کنند؛ در نتیجه سهم تحقیق و توسعه صنعتی کاهش یافته است. از سوی دیگر، شمار درخواست‌ها برای ثبت اختراع در «مرکز مالکیت معنوی ایران» روندی صعود داشته، هرچند تعداد اختراعات ثبت شده محلی کاهش پیدا کرده است. بسیاری از مخترعان ایرانی، دستاوردهای خود را به دفاتر ثبت اختراع بین‌المللی ارائه می‌دهند. براساس «شاخص جهانی نوآوری»، ایران یکی از سه کشور برتر در زمینه پیشرفت در نوآوری است و بیشترین دستاورد کشورمان مربوط به کیفیت زیرساخت‌ها به‌ویژه در مورد فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) برای ارائه خدمات عمومی است.

اقتصاد دانش‌بنیان ایران و پارادوکس نوآوری

مسئله انرژی‌های تجدیدپذیر نیز از منظر نویسندگان گزارش یونسکو دور نمانده است. گرچه چشم‌انداز ۲۰ ساله ایران برای سال ۲۰۲۵، افزایش استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر تا ۱،۸ درصد از کل سبد انرژی است اما همچنان حجم عظیمی از انرژی کشور از سوخت‌های فسیلی تامین می‌شود. این در حالی است که برنامه ششم توسعه ملی، سهم بلندپروازانه ۵درصدی برای انرژی‌های تجدیدپذیر تا سال ۲۰۲۱ در نظر گرفته است. در فوریه ۲۰۲۰، بالغ بر ۱۲۰ نیروگاه بادی و خورشیدی در ایران فعال بودند، اما این میزان، تنها سهمی یک درصدی از کل سبد انرژی را تامین می‌کنند. در سال ۲۰۱۷ دو قرارداد بزرگ برای ساخت نیروگاه‌های خورشیدی با شرکای خارجی منعقد شد. اولین مورد، قرارداد با یک شرکت نروژی برای تولید ۲گیگاوات انرژی تا سال ۲۰۲۲ و دیگری قراردادی به ارزش ۵۰۰میلیون یورو با شرکتی بریتانیایی بود. البته هر دوی این قراردادها به‌دلیل بازگشت تحریم‌های آمریکا از حیز انتفاع خارج شدند.

رئیس پارلمان بخش خصوصی:

مشکل اقتصاد ایران احمدی‌نژاد و روحانی نیستند

رئیس اتاق بازرگانی ایران می‌گوید دولت آینده باید تلاش کند با اصلاح ساختارها، تکلیف رابطه سیاست و اقتصاد را روشن کند. این ساده‌اندیشی است که همه اتفاقات و مشکلات اقتصادی کشور را فقط و فقط به عملکرد رئیس‌جمهوری منتسب کنیم.

غلامحسین شافعی روز گذشته در پانزدهمین نشست هیأت نمایندگان اتاق ایران با برشمردن مشکلات اقتصادی و اجتماعی خواستار توجه دولت سیزدهم به منطق علم اقتصاد در اداره امور کشور و همچنین گفت‌وگوی صادقانه با مردم، نهادهای مدنی و گروه‌های مرجع برای عبور از مشکلات شد. رئیس پارلمان بخش خصوصی، مسائل اقتصادی کشور را نه منتسب به عملکرد یک شخص یا یک تیم، بلکه مرتبط با سنت‌های غلط موجود در ساختار تخصیص منابع دانست و مهمترین و کلیدی‌ترین اقدام برای بازگرداندن منطق به اقتصاد را از طریق اجماع در دولت و کلیه ارکان نظام بر دو موضوع دانست؛ اول، رابطه اقتصاد و سیاست در سطح داخلی و بین‌المللی و دوم، افزایش رشد اقتصادی.

شافعی در این نشست مجازی، بخش مهمی از صحبت‌های خود را خطاب به رئیس‌جمهوری منتخب که بناست ظرف هفته‌های آینده کار خود را آغاز کند، ایراد کرد. او که در هفته‌های گذشته نیز بارها از لزوم برنامه‌ریزی کلان برای تغییر در سیاست‌های راهبردی اقتصادی کشور سخن گفته بود، بار دیگر تاکید کرد که همه معضلات اقتصاد ایران لزوما به عملکرد یک دولت یا یک فرد محدود نمی‌شود. رئیس اتاق ایران با بیان اینکه شروع به کار هر دولت جدیدی، بارقه‌های امید به تغییر در جهت حل مشکلات ازجمله مشکلات اقتصادی را در دل مردم و فعالان اقتصادی پدید می‌آورد، گفت: البته نگاهی تاریخی به کارنامه دولت‌های پیشین نشان می‌دهد به‌رغم گرایش‌های مختلف جناحی و فکری در هر یک از دولت‌ها و زحمات فراوانی که مسئولان کشور متقبل می‌شوند، در عمل گرفتاری‌ها و مشکلات اساسی کشور حل نشده است و با گذشت زمان به تعداد آنها نیز افزوده شده است. بازخوانی تجارب تاریخی کشور در سیاست‌گذاری برای بهبود وضعیت اقتصاد نشان می‌دهد مهمترین عامل توضیح‌دهنده توفیق کم در مسائل، غفلت از رعایت منطق علمی در سیاست‌گذاری‌ها ازجمله در حوزه مسائل اقتصادی بوده است. شافعی با اشاره به عملکرد دولت‌های پیشین ادامه داد: نه خواست آقای خاتمی بود که کشور را با میانگین رشد اقتصادی حدود ۴،۵ درصدی تحویل بگیرد و با میانگین رشد ۳،۳ درصدی در طول دوره خود تحویل بدهد. نه خواست آقای احمدی‌نژاد بود که کشور را با تورم ۱۵ درصدی و نرخ دلار ۸۵۰ تومانی تحویل بگیرد و با نرخ تورم ۳۰ درصدی و نرخ دلار ۳۵۰۰ تومانی تحویل دهد و نه خواست آقای روحانی بود که زمان تحویل کشور نرخ تورم ۴۲ درصد و نرخ دلار حدود ۲۵ هزار تومان باشد. این ساده‌اندیشی است که همه این اتفاقات را فقط و فقط به عملکرد یک شخص یا یک تیم منتسب کنیم. واقعیت آن است که اگر افراد دیگری که هنر مدیریت بهتری دارند بازهم در ساختار تخصیص منابع موجود با سنت‌های غلط تحکیم شده در آن بنشینند، وضعیت بهبود نخواهد یافت. به نظر می‌رسد مسائل اقتصادی ایران بیش از آنکه به هنر مدیریت مربوط باشد، به میزان مقیدبودن به آموزه‌های دانش اقتصاد و رابطه اقتصاد و سیاست مربوط است. رئیس اتاق بازرگانی ایران خطاب به رئیس دولت سیزدهم، تاکید کرد: کشور به لحاظ رشد اقتصادی، تورم، توزیع درآمد و فقر، سرمایه‌گذاری، کسری بودجه و ناترازی منابع و مصارف بانکی و نظام بازنشستگی در وضعیت نامناسبی است. به اینها اضافه کنید مسائلی که کشور در منابع پایه مانند آب، خاک، محیط‌زیست و انرژی با آن روبه‌روست. از همه اینها مهم‌تر، تنزل سرمایه اجتماعی و امید به آینده مطلوب در کشور است. اعتماد مردم و همراهی آنها با دولت برای حل مسائل و امید به آینده، شرط کافی برای اجرای اصلاحات ساختاری است که متأسفانه چندان وضعیت مطلوبی ندارد. شافعی با بیان اینکه برون‌رفت از شرایط فعلی دو راهکار دارد، توضیح داد: اول، تعیین تکلیف رابطه اقتصاد و سیاست در سطح داخلی و بین‌المللی و دوم، افزایش رشد اقتصادی است. اگر اقتصاد اولویت اول کشور است، سیاست داخلی و سیاست خارجی باید در خدمت دستیابی به اهداف چنین اولویتی تنظیم شود. واضح است که برای رفع بی‌ثباتی در اقتصاد کلان کشور و بهبود وضعیت معیشتی مردم، تنها رفع تحریم‌ها و رفع اختلاف با کشورهای منطقه و قدرت‌های جهانی کافی نیست، اما صادقانه باید پذیرفت در شرایط تحریمی، رشد اقتصادی پایدار و ثبات اقتصادی به وجود نخواهد آمد. به گفته وی، عملکرد اقتصاد کشور به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از تحریم‌ها تأثیر پذیرفته است و بخش زیادی از انرژی مسئولان تراز اول کشور به‌جای فرصت‌آفرینی برای استفاده از مزیت‌های کشور در عرصه بین‌المللی و منطقه‌ای، صرف مدیریت روزمره اقتصاد کشور و به‌اصطلاح دور زدن تحریم‌ها شده است. تصمیم‌گیری درست درباره این موضوع، یکی از آزمون‌های مهم پیش روی دولت جدید است. حل مسائل کشور از کم‌آبی و حال ناخوش هورالعظیم گرفته تا بی‌برقی صنایع و معادن کشور و از مبارزه با کرونا گرفته تا تأمین سرمایه در گردش برای تولید، نیازمند بازیابی توان برنامه‌ریزی و توان اجرایی کشور است.

یادداشت

سیاست‌گذاری مسکن در دولت سیزدهم

مجید سلیمی‌بروجنی
کارشناس اقتصادی

مسکن در دنیای امروز مهمترین نیاز هر خانوار پس از غذا به حساب می‌آید و سهم چشمگیری از سبد هزینه‌ای خانوار را به خود اختصاص می‌دهد. در چهار دهه گذشته به تناسب رشد جمعیت، شاهد عرضه مسکن به بازار مصرفی بودیم و این خود باعث شد که همواره شاهد افزایش قیمت‌ها در این بازار باشیم. تامین نشدن تقاضای حاصل از رشد سریع جمعیت و مهاجرت در چند دهه اخیر به شهرهای بزرگ به دلیل ثابت بودن مقدار زمین و محدودیت عرضه موجب بروز رشد مداوم قیمت مسکن شده و سبب می‌شود سرمایه‌گذاری در این حوزه به قصد کسب عایدی از رشد ارزش مسکن کاملا معقول و کم‌ریسک به نظر آید. آنچه در سال‌های اخیر در کشور ساخته شده است، نصف آن رقمی است که باید باشد. سالانه در کشور نیاز به ساخت حداقل ۹۰۰ هزار واحد مسکونی است، در حالی که در این چند سال گذشته سالانه کمتر از نصف این تعداد ساخته شده است.

تورم بالا، یکی از مشکلات فزاینده اقتصادی و اجتماعی در ایران است. روند پایدار تورم منجر به کاهش سطح رفاه و افزایش نابرابری می‌شود و رشد اقتصادی را مختل می‌کند. تقارن عوامل مختلفی چون کسری بودجه که بخشی از افزایش آن ناشی از تحریم‌های شدید تجاری و مالی آمریکا علیه ایران است، درآمد نفتی پایین و هزینه‌های اقتصادی و همه‌گیری کرونا می‌تواند منجر به اتخاذ سیاست‌های پولی انبساطی بیشتر شود.

جهش مکرر قیمت مسکن در فاصله سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ در حالی متقاضیان مصرفی و همچنین سیاست‌گذاران مسکن را برای احیای قدرت خرید خانه اولی‌ها در بازار ملک با استفاده از یک نظام تامین مالی مناسب به بن‌بست رسانده است که بازار مسکن از نیمه دوم سال ۱۳۹۷ شرایط متفاوتی را تجربه کرد. در این دوره زمانی پارامترها و متغیرهای بیرونی و به ویژه رویدادهای سیاسی و اقتصادی بر بازار مسکن اثر گذاشت. از جمله این پارامترها می‌توان به خروج آمریکا از برجام، بازگشت اقتصاد به دوره ابهام و عدم پیش‌بینی‌پذیری، جهش ناگهانی نرخ ارز و رسیدن آن به مرز ۳۰ هزار تومان در سال ۱۳۹۹ و نرخ تورم ۳۰ تا ۴۰ درصدی و همچنین رشد منفی اقتصادی و التهاب در اقتصاد کشور اشاره کرد. از سوی دیگر، درآمد واقعی خانوارها نزول کرد و جهش قیمت مسکن در قالب رشدهای شدید ۶۰ تا ۹۰ درصدی در کشور به وقوع پیوست.

برخی کارشناسان بر این باورند که پس از سه سال از روزهای پرتورم، بازار مسکن وارد عصر جدیدی شده است. با یک نگاه گذرا به وضعیت بازار مسکن در بهار امسال به چهار اتفاق برخواهیم خورد؛ تقاضای خرید به شدت کاهش یافته، قیمت در فایل‌های فروش افت کرده، تعداد فروشنده‌ها زیاد شده و قیمت معاملات قطعی نزول خفیفی داشته است. یکی از بازیگردانان اصلی بازار ملک در سال گذشته، نرخ دلار بود که هر زمان با شوک افزایشی روبه‌رو می‌شد، بازتاب آن در بازار مسکن به شکل جهش قیمت قابل رهگیری بود.

منحنی تغییرات نرخ ارز و قیمت مسکن در تهران طی این مدت به خوبی اثرپذیری ماهانه ارزش املاک از تغییرات ماهانه نرخ دلار را نشان می‌دهد. شاید در تاریخ نوسانات ارزی گذشته، رابطه قیمت دلار و مسکن تا این حد محسوس نبود. تجربه گذشته نشان می‌دهد که بازار مسکن همیشه تحت تاثیر مولفه انتخابات ریاست‌جمهوری بوده است. عموم کسانی که سابقه ملک بازی در سال‌های گذشته را داشته‌اند، معتقدند پس از برگزاری انتخابات ریاست جمهوری، هر دولتی با هر نوع سمت و سوی سیاسی یا برنامه اقتصادی که روی کار بیاید، شرایط بازار مسکن به سمت تعدیل قیمت آن‌هم کاهش قیمت اسمی پیش می‌رود.

با روی کار آمدن دولت ابراهیم رئیسی، دو اتفاق ممکن است بیفتد؛ خوش‌بینی عمومی به آینده که باعث از صحنه خارج شدن انتظارات تورمی می‌شود و حساس شدن دولت سیزدهم به جهش سه بازار بورس، ارز و مسکن. برآیند هر دو رخداد به نفع برقراری آرامش در بازار ملک خواهد بود. مورد دیگر که می‌تواند نقش تعیین‌کننده در آینده بازار داشته باشد، به میدان آمدن تقاضای مصرفی است. خریداران مصرفی، دسته‌ای از طیف فعال و غیرفعال بازار معاملات مسکن هستند که الان در بازار حضور ندارند و غایب بزرگ محسوب می‌شوند. بازیگردان دیگر این بازار، برجام است. مذاکرات برجام طی سه ماه گذشته روند خوبی را طی کرده و طرفین مذاکرات به نتیجه کار خوش‌بین هستند. بازار مسکن به این رویداد سیاسی، واکنش خوبی نشان داد و قیمت‌ها عقب‌نشینی کردند.

بازار مسکن سابقه چنین عقب‌نشینی را در سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ دارد. امضای برجام باعث شد تورم ماهانه مسکن به صفر برسد و ثبات نسبی قیمت در حوزه املاک برقرار شود. این تغییرات در بیرون بازار مسکن برای اهالی این بازار به معنای تغییر اوضاع و بهبود شرایط است. فروکش کردن انتظارات تورمی فقط بر قیمت مسکن اثر کاهنده نخواهد گذاشت، بلکه قیمت سایر دارایی‌ها همچون زمین و همچنین سایر کالاها نظیر مصالح ساختمانی را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد.

کارشناسان می‌گویند تقاضای سرمایه‌ای برای خرید آپارتمان تا ۵۰ درصد در برخی مناطق کاهش پیدا کرده است. از طرف دیگر شاهد افزایش تعداد فروشنده‌ها بودیم. افت قیمت پیشنهادی فروش، علامتی از تحلیل جدید سمت عرضه نسبت به اوضاع است. به این ترتیب، شرایط کنونی بازار مسکن حکایت از حرکت به سمت تعدیل جدید دارد.

اگر دولت ابراهیم رئیسی می‌خواهد در بازار مسکن ورود کند و برنامه‌ریزی برای آن داشته باشد، باید برای بخش سرمایه‌گذاری در این بازار تدبیری بیندیشد. یعنی باید بسته‌های سرمایه‌گذاری برای توسعه اجاره‌داری تدوین و طراحی کند که ترکیب سوبسیدهای دولت و ساخت مسکن‌های اجاره‌ای با سرمایه‌های بخش خصوصی بتواند در میان‌مدت مقداری نرخ افزایش قیمت و اجاره‌بها را کنترل کند. در حال حاضر، تقاضای مصرفی به علت قیمت بسیار بالا به کمترین مقدار خود رسیده و با افزایش سقف وام و تسهیلات تا ۵۰۰میلیون تومان نیز گره کار باز نخواهد شد. درآمد خانوارهای متوسط و ضعیف جامعه بسیار پایین‌تر از آن است که ماهانه ۸ میلیون تومان قسط وام دهند. برخی کارشناسان پیشنهاد داده‌اند که دولت باید حداقل ۱۰۰ هزار میلیارد تومان از منابع بانکی را برای این کار تجهیز کند و آن را از محل آزادسازی سپرده‌های بانکی تامین نماید. دولت آینده باید به سمتی برود که با طرح‌های حمایتی، قیمت زمین و پروانه ساخت را حذف کند تا بخشی از تقاضای مصرفی بتواند با قیمت مترمربع ۵ میلیون تومان صاحب‌خانه شوند. اگر دولت بتواند این مبلغ را وارد بازار مسکن کند و هزینه مسکن و پروانه را حذف نماید، می‌تواند با تسهیلات تک‌رقمی به راحتی سالانه ۳۵۰ هزار واحد مسکونی تحویل خانه اولی‌ها دهد.

چگونه می‌توان سطح شفافیت را در ایران افزایش داد؟

طراحی الگوی شفافیت اقتصادی

فرصت امروز: شفافیت یکی از شاخص‌های حکمرانی خوب است که هم برای مردم و هم برای دولت، اهمیت ویژه‌ای دارد، چراکه ارتقای شفافیت اقتصادی دولت با پایین آمدن سطح فساد دولتی شناخته می‌شود. البته شفافیت و فساد مفاهیم کاملا منطبقی بر یکدیگر نیستند، اما در ادبیات اقتصادی، این دو مفهوم را دو روی یک سکه می‌دانند. به طوری که اندیشمندان بهترین شاخص اندازه‌گیری شفافیت دولت را شاخص «ادراک فساد» (CPI) معرفی می‌کنند. هرچند ایران اقدامات ارزنده‌ای را برای ارتقای شفافیت انجام داده و به عنوان مثال در سال ۱۳۸۸ به «کنوانسیون سازمان ملل متحد برای مبارزه با فساد» پیوسته و همچنین شفافیت به عنوان یک رکن مهم در اسناد بالادستی کشور مانند سیاست‌های اقتصاد مقاومتی مورد تاکید قرار گرفته است، اما با این وجود، نتایج قانع‌کننده‌ای در زمینه شفافیت اقتصادی به دست نیامده است.

سوال این است که چگونه می‌توان به ارتقای سطح شفافیت اقتصادی در دولت دست یافت و فساد دولتی را کنترل کرد؟ یکی از عواملی که اندیشمندان و صاحب‌نظران در پاسخ به این سوال توصیه می‌کنند، توجه به الگوی حکمرانی برای شفافیت و مبارزه با فساد است، اما اینکه کدام الگوی حکمرانی (اداره عمومی سنتی، مدیریت دولتی جدید و حکمرانی شبکه‌ای)، بهترین الگو برای ارتقای شفافیت است، چندان در مطالعات اقتصادی به آن اشاره‌ای نشده است.

شفافیت اقتصادی در ایران و سنگاپور

این موضوع به تازگی در مطالعه‌ای با عنوان «طراحی الگوی ارتقای شفافیت اقتصادی» مورد بررسی قرار گرفته و چند تن از دانشجویان مدیریت دولتی دانشگاه تهران و تربیت مدرس به راهنمایی محمد خوش‌چهره، استادیار اقتصاد دانشگاه تهران به مقایسه مقوله شفافیت در ایران و سنگاپور پرداختند. همانطور که اشاره شد، ایران تاکنون قدم‌های متعددی برای دستیابی به شفافیت برداشته و در سال ۱۳۸۸ به «کنوانسیون سازمان ملل متحد برای مبارزه با فساد» پیوسته است. همچنین شفافیت به عنوان یک رکن مهم در اسناد بالادستی کشور نظیر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی مورد تاکید قرار گرفته و قوانینی همچون «قانون ارتقای سلامت نظام اداری و مقابله با فساد» وضع شده است، اما با وجود آن، نتایج مثبتی در زمینه شفافیت کسب نشده است.

بررسی رتبه‌بندی سازمان شفافیت بین‌الملل از سال ۲۰۱۲ میلادی تاکنون نشان می‌دهد که ایران در طول این مدت در دهک سوم قرار داشته و تغییر محسوسی در امتیازات کسب‌شده ایران در زمینه شفافیت حاصل نشده و نهایتا موفق به کسب امتیاز ۳۰ شده است. این در حالی است که سنگاپور با قرار گرفتن در دهک نهم، در جمع شفاف‌ترین کشورهای جهان قرار دارد و از سال ۲۰۱۲ تاکنون، کمترین امتیاز آن ۸۴ بوده است.

بنابراین این سوال مطرح می‌شود که چگونه می‌توان به ارتقای سطح شفافیت اقتصادی در دولت دست یافت؟ یکی از راهکارها، توجه به الگوی حکمرانی و تشکیل سیاست‌های مطلوب و همراستا با الگوی حکمرانی برای شفافیت و مبارزه با فساد است، اما اینکه کدام الگوی حکمرانی، بهترین الگو برای ارتقای شفافیت است، در مطالعات اقتصادی چندان پرداخته نشده است. در این راستا، پژوهش حاضر، با هدف دستیابی به الگویی برای ارتقای شفافیت اقتصادی دولت شکل گرفت و به تجربه کشورهای موفق از جمله سنگاپور در این زمینه ارجاع شد.

براساس این پژوهش، سنگاپور کشوری است که نتایج ارزنده‌ای را در ارتقای شفافیت و مبارزه با فساد دولتی به دست آورده وتقریبا با اقتصاد ایران برابری می‌کند و همانند کشورمان در گذشته درگیر استعمار غرب بوده است. در واقع، الگوی حکمرانی و سیاست‌های مناسب دولت سنگاپور موجب شده تا با ارتقای شفافیت اقتصادی، فساد کلان دولتی زمان مستعمرگی و ناشی از سیاست‌ها و فرآیندهای بریتانیایی که باعث فقر مردم این کشور شده بود، ریشه‌کن گردد. براساس آمار صندوق بین‌المللی پول در سال ۲۰۱۸، تولید ناخالص داخلی سنگاپور به حدود ۳۴۷ میلیارد دلار رسیده و این در حالی است که این کشور از نظر وسعت کوچک‌تر از تهران است و مثل ایران نفت و گاز هم ندارد و به خوبی نماینده کشورهایی است که با شفافیت و مبارزه با فساد اقتصادی، اقتصاد خود را مقاوم ساخته‌اند. به همین دلیل است که بسیاری از کشورهای جهان از جمله مالزی، تایلند، ویتنام و حتی چین، از سیاست‌ها و روش‌های دولت سنگاپور به عنوان الگویی برای رشد و توسعه بهره‌برداری می‌کنند.

به سوی الگوی حکمرانی شبکه‌ای

در این مطالعه برای طراحی الگوی شفافیت ابتدا متن سندهای مرتبط با آن مورد بررسی قرار گرفت. در این بخش ۲۵۰ سند درخصوص کشورهای ایران و سنگاپور که از منابع رسمی و معتبر مانند اسناد هیأت دولت، روزنامه‌های رسمی، قوانین و اسناد سازمان‌های عمومی به‌دست آمده‌اند، مطالعه و تحلیل شد. همچنین پژوهشگران با ۱۳ نفر از خبرگان حوزه سیاست‌گذاری و مبارزه با مفاسد دولتی مصاحبه عمیق انجام دادند. سپس بعد از انجام مصاحبه‌ها و پیاده‌سازی آنها، متن مصاحبه از نظر مفاهیم عنوان شده، تحلیل و کدگذاری شد. مصاحبه‌شوندگان شامل رئیس دیوان محاسبات، حسابرس دیوان محاسبات، پلیس مبارزه با جرائم اقتصادی، کارمند سازمان بازرسی، کارمند سازمان حسابرسی، دادیار مجتمع قضائی، مشاور مرکز مشاوره معاونت اجتماعی انتظامی، کارمند وزارت دفاع، کارشناس رسمی دادگستری، کارمند سازمان حسابرسی وزارت دفاع، وکیل پایه یک دادگستری، کارمند بازرسی وزارت دفاع و کارمند اداره کل امور بین‌الملل قوه قضائیه بودند.

در ادامه پس از استخراج مفاهیم، داده‌های به‌دست‌آمده در اختیار پنج نفر از خبرگان حوزه نظارت و مدیریت دولتی قرار گرفت و اصلاحات موردنظر در آنها اعمال شد. براساس نظر شرکت‌کنندگان در این تحقیق، کنترل فساد و ارتقای شفافیت اقتصادی دولت در حوزه سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اداری دارای ۹ بعد شامل «یکپارچگی هوشمند»، «افزایش مشارکت»، «نتیجه‌گرایی با محوریت ارزش‌های عمومی»، «افزایش انعطاف‌پذیری»، «نظارت و تعادل»، «شفافیت اجرایی»، «شهروندمداری»، «کارایی و اثربخشی» و «توانمندسازی» است. همچنین در این مطالعه عنوان شد که الگوی حکمرانی مطلوب برای ارتقای شفافیت اقتصادی دولت، الگوی حکمرانی شبکه‌ای است. در حالی که ماهیت خط‌مشی‌ها و سیاست‌های به‌کار رفته در ایران با الگوی اداره عمومی سنتی منطبق است.

بررسی‌ها نشان داد که در سنگاپور اداره فرماندهی شبکه مبارزه با فساد را CPIB برعهده دارد که تمامی مجریان، شهروندان و سایر بازیگران صحنه مبارزه با فساد در آن حضور فعال دارند. در حالی که در ایران مبارزه با فساد توسط سازمان‌های مختلفی (همچون سازمان بازرسی، دیوان محاسبات، سازمان برنامه و بودجه و...) به صورت جزیره‌ای و در قالب ساختار سلسله‌مراتبی انجام می‌گیرد. به اعتقاد این خبرگان، در ایران سازمان بازرسی کل کشور قابلیت انجام وظایفی همچون اداره CPIB را دارد.

در پایان، پژوهشگران شش توصیه برای ارتقای شفافیت در ایران ارائه دادند: «تغییر الگوی حکمرانی سازمان بازرسی کل کشور از نوع سنتی به حکمرانی شبکه‌ای»، «توانمندسازی مجریان مبارزه با فساد و سایر مجریان این شبکه»، «اشتراک اطلاعات و افزایش تعاملات سازمان بازرسی کل کشور با سایر سازمان‌ها و بازیگران شبکه برای ایجاد یک شبکه همکاری یکپارچه»، «افزایش مشارکت سازمان بازرسی با شهروندان و سایر بازیگران فعال در شبکه ضدفساد؛ مثلا طراحی اپلیکیشن‌هایی برای سهولت ارسال گزارشات و مستندات شهروندان به ماموران سازمان بازرسی به صورت زنده»، «تمرکز سازمان بازرسی کل کشور به اصل نتیجه‌گرایی به جای تطابق ظاهری موضوعات با قوانین و ارزیابی اقدامات خود از طریق محوریت قرار دادن ارزش‌های عمومی» و «استقبال سازمان بازرسی کل کشور از نظرات مردم و جلب اعتماد عمومی به منظور شهروندمداری». گفتنی است یافته‌های این مطالعه در زمستان ۱۳۹۹ در فصل‌نامه سیاست‌گذاری عمومی زیر نظر دانشگاه تهران منتشر شده است.

هشدار دوباره به کسانی که اطلاعات سکونتی خود را ثبت نکنند

ثبت نام ۳ میلیون نفر در سامانه املاک

در حالی وزیر راه و شهرسازی اعلام کرد اگر خانوارها تا پایان شهریورماه اطلاعات سکونتی خود را ثبت نکنند مشمول مالیات خانه‌های خالی می‌شوند که قبلا هم بارها مسئولان وزارتخانه به این موضوع تاکید داشتند، اما تاکنون تنها ۳ میلیون نفر در سامانه املاک و اسکان ثبت نام کرده‌اند.

به گزارش ایسنا، وزیر راه و شهرسازی اعلام کرده که اگر خانوارها در سامانه املاک و اسکان ثبت نام نکنند از آنها مالیات اخذ خواهد شد. این موضوع را قبلا هم وزارتخانه اعلام کرده بود اما به نظر می‌رسد در شناسایی واحدهای خالی از سکنه ابزار و مکانیزم خاصی به جز خوداظهاری وجود ندارد. طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ حدود ۲٫۶ میلیون مسکن در ایران خالی مانده است که دولت و مجلس تلاش دارند این تعداد را به بازار مصرف بیاورند، اما نبود زیرساخت‌های لازم باعث شده تاکنون به این هدف نرسند.

مردادماه ۱۳۹۹ بود که سامانه ملی املاک و اسکان به منظور شناسایی وضعیت واحدهای مسکونی کشور به مرحله اجرا رسید. سال گذشته وزارت راه و شهرسازی اعلام کرد که ۱٫۳ میلیون خانه خالی را شناسایی و برای اخذ مالیات به سازمان امور مالیاتی معرفی کرده است. همچنین شامگاه شنبه ۲۶ تیرماه محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی گفت که سازمان امور مالیاتی از مردادماه نسبت به اخذ مالیات از این واحدها اقدام خواهد کرد. البته معرفی این تعداد واحد خالی از بهمن ماه سال گذشته رسانه‌ای شد، اما هنوز برای اعمال مالیات اقدامی صورت نگرفته است.

وزارت راه و شهرسازی از طریق تقاطع اطلاعاتی در سامانه املاک و اسکان بنا داشت واحدهای خالی از سکنه را شناسایی کند که ظاهرا به طور تمام و کمال به هدف خود نرسید. نهایتا از ۱۹ فروردین ماه امسال به خانوارها اعم از مالک و مستاجر دو ماه مهلت داده شد تا نسبت به ثبت اطلاعات سکونتی خود اقدام کنند و قانون، تنبیهاتی برای کسانی که این کار را انجام ندهند در نظر گرفته است.

براساس بند ۷ از تبصره ۸ اصلاحیه ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم مصوب پنجم آذرماه ۱۳۹۹ مجلس، دستگاه‌های اجرایی مکلفند خدمات خود از قبیل افتتاح حساب بانکی و صدور دسته چک، یارانه و کمک معیشتی، تعویض پلاک خودرو، فروش انشعاب آب، برق، تلفن و گاز طبیعی و بسیاری دیگر از خدمات را صرفا با اخذ کد ملی و براساس کد پستی یا شرح نشانی یکتای درج شده مربوط به اقامتگاه اصلی افراد در سامانه املاک و اسکان کشور ارائه کنند.

اما تاکنون خانواده‌ها استقبال چندانی از سامانه املاک و اسکان صورت نداده‌اند و به همین دلیل مهلت ثبت نام تا پایان شهریورماه تمدید شد. این در حالی است که وزارتخانه بارها اعلام کرده داشتن ده‌ها و صدها واحد مسکونی در صورت سکونت خانوارها در آن ایرادی ندارد و مشمول مالیات خانه‌های خالی نخواهد شد.

با این حال طبق آماری که دو شب قبل وزیر راه و شهرسازی ارائه کرد تاکنون ۳ میلیون خانوار در سامانه جامع املاک و اسکان ثبت نام کرده‌اند و این در حالی است که برآوردها از وجود ۲۸ میلیون واحد مسکونی در کشور حکایت دارد. اسلامی از مردم تقاضا کرده حتما نسبت به درج اطلاعات سکونتی خود اقدام کنند و از رسانه‌ها خواسته تا خانوارها را نسبت به این موضوع تشویق و ترغیب کنند.

اولین و دومین گام مجلس و دولت برای اعمال مالیات از مالکان واحدهای خالی از سکنه در حالی تقریبا با شکست مواجه شده که کارشناسان معتقدند حتی با ورود ۲٫۶ میلیون خانه خالی به بازار مصرف، هیچ‌یک از مشکلات حوزه مسکن از جمله حاشیه‌نشینی، معضلات بازار اجاره و قیمت مسکن حل نخواهد شد.

در این باره بیت‌الله ستاریان، کارشناس اقتصاد مسکن معتقد است: وضع مالیات بر خانه‌های خالی هیچ تاثیری بر کاهش قیمت مسکن نخواهد گذاشت. آمار ۲٫۶ میلیون مسکن خالی در واقع خالی نیست بلکه ضریب ذخیره است که در همه جای دنیا وجود دارد و برای معاملات ضرورت دارد. هیچ وقت هم وارد بازار نمی‌شود و در طول سال متغیر است. یعنی واحد خالی، دارای سکنه می‌شود و واحد دارای سکنه، خالی می‌شود. حتی اگر بر فرض محال بتوانند ۲٫۶ میلیون مسکن خالی را وارد بازار مصرف کنند فقط مشکل کسری یک سال را حل کرده‌اند؛ در حالی که ما ۱۰ سال کسری مسکن داریم.

او با بیان اینکه کاهش اخیر قیمت مسکن در شرایط رکود معاملاتی، ما را از کسری ۵ میلیون واحد غافل نکند، می‌گوید: طی ۳۰ سال گذشته قیمت طلا و دلار حدودا ۱۸۰ برابر شده در حالی که مسکن ۱۲۰۰ برابر شده است که نشان می‌دهد این بخش ذاتا ظرفیت دارد و علت اصلی آن، کمبود عرضه نسبت به تقاضاست.

ارزهای دیجیتال در دولت رئیسی به رسمیت شناخته می‌شوند؟

چالش رمزارزها در دولت سیزدهم

فرصت امروز: هرچند تا سال ۲۰۰۰ میلادی کمتر کسی تصور می‌کرد که حدود یک دهه بعد ارزهای دیجیتال به وجود بیایند و دو دهه بعد از چنین ارزشی برخوردار شوند، اما اقتصاددانان همان سال‌ها هم پیش‌بینی پول اینترنتی را می‌کردند که همانند بسیاری از چیزها در آن روزگار، بیشتر به خیال می‌ماند. حالا دیگر بیت‌کوین بر سر زبان‌ها افتاده و ارزهای مجازی یکی پس از دیگری ظهور می‌کنند. پول غیرمتمرکز، پول اینترنتی، بیت‌کوین و یا ارز دیجیتال و رمزارز همگی عناوینی است که قرار است ساختارهای سنتی مبادلات مالی را متحول کند و شهروندان بدون نیاز به شناختن هویت یکدیگر، بتوانند مبادله مالی انجام دهند؛ راهی که دیگر بازگشتی از آن نیست و دیر یا زود باید اقتصاددانان آن را به سرفصل درس‌های خود اضافه کنند.

بازار رمزارزها در ایران نیز چند سالی است که اقبال پیدا کرده و دلیل آن هم روشن است؛ مشکلات اقتصادی، تحریم‌ها و ریزش بازار سرمایه بسیاری را به سمت بازار رمزارزها در یک سال گذشته سوق داده و این اقبال در کنار انرژی ارزان‌قیمت باعث شده تا ایران براساس تخمین‌ها پنجمین کشور استخراج‌کننده بیت‌کوین جهان باشد. به نظر می‌رسد دولت سیزدهم حتما در این زمینه باید موضع مشخص و روشنی داشته باشد و این موضوع را خوب یا بد به رسمیت بشناسد و برای آن برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری کند.

تدبیر دولت بعدی برای رمزارزها چیست؟

چند روز قبل بود که تحقیقات دانشگاه کمبریج، ایران را در جایگاه پنجم تولید بیت‌کوین جهان از نظر شاخص «هارش ریت» قرار داد. همچنین در یکی از نخستین نشست‌های کمیسیون اقتصاد کلان اتاق ایران در سال ۱۴۰۰، فرزین فردیس مشاور کمیسیون کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتاق ایران گزارشی با عنوان «رمزارز، تهدید یا فرصت» ارائه داد. براساس این گزارش، «مردم» به‌عنوان یکی از سه ضلع مثلث بازیگران و ذی‌نفعان نظام مالی-پولی در مقایسه با دولت و کسب‌وکارها در زمینه رمزارزها پیشرو بوده‌اند. به گفته فردیس، همچنین ۸۰ درصد مردم علاقه‌مند به نگهداری رمزارزها هستند؛ ۸۶ درصد به خرید و تبادل در آینده فکر می‌کنند و ۷۹ درصد به شروع فعالیت در این حوزه علاقه‌مندند. ۶۲ درصد مردمی که رمزارز خریده‌اند، در شش ماه منتهی به اردیبهشت ۱۴۰۰ وارد بازار شده‌اند. همچنین حجم مبادله روزانه رمزارزها در پایان اسفندماه گذشته بین ۵ تا ۱۰ هزار میلیارد تومان تخمین زده می‌شود.

او درباره بازیگران، ذی‌نفعان و وضعیت کسب‌وکارها نیز می‌گوید: «مهمترین پرسش این است که مردم برای خریدوفروش رمزارز چه پلتفرم‌هایی را ترجیح می‌دهند؟ یا برای نگهداری رمزارز خریداری‌شده خود بیشتر از چه گزینه‌ای استفاده می‌کنند؟ البته مردم اکنون احساس امنیت نداشتن هم می‌کنند؛ بهتر است که بدانیم ۶۴ درصد مردم هنوز نمی‌دانند چگونه حمایت می‌شوند. باید به بازیگران کلاسیک اجازه حضور و فعالیت داده شود؛ آیین‌نامه این حوزه به‌سرعت تدوین و قواعد شفافی لازم‌الاجرا شود.»

گرچه استخراج ارزهای دیجیتال و بیت‌کوین در ایران به رسمیت شناخته شده، اما هنوز خریدوفروش آن رسمیت نیافته و همچنان به عنوان یک موضوع مبهم مطرح است. در واقع، یکی از بزرگترین چالش‌های حوزه رمزارزها، بلاتکلیفی قانونی است که برای رفع آن لازم است قوانین، آیین‌نامه و نهاد رگولاتوری این حوزه تدوین شود. به گزارش ایرناپلاس، به رسمیت شناختن دارایی‌های دیجیتال در کشور، ایجاد آگاهی و آموزش‌های زیربنایی و نیز تقویت و تسریع رگولاتوری حوزه فناوری بلاک‌چین و رمزارزها می‌تواند مطالبه‌ای باشد که علاوه بر فراهم کردن امنیت برای مردم، مسیر آینده کسب‌وکارهای این حوزه را روشن کند. کسب‌وکارهای فعال در حوزه استخراج رمزارزها یکی از مصرف‌کنندگان انرژی هستند که حیات آنها به‌طور مستقیم به سیاست‌گذاری انرژی گره خورده است. در بسیاری از موارد قطعی برق در حداقل یک سال گذشته، کسب‌وکارهای مرتبط با استخراج رمزارز از یک طرف به‌عنوان مقصر خاموشی‌ها معرفی شدند و از طرف دیگر یکی از خسارت‌دیدگان اصلی ناشی از این خاموشی‌ها بودند.

براساس آمارهای ارائه شده توسط امید علوی، نایب‌رئیس کمیسیون بلاک‌چین و رمزارز سازمان نظام صنفی رایانه‌ای (نصر) در ایران، عدد ماینینگ قانونی ۳۰۰ مگاوات است و اگر استخراج غیرقانونی را هم ۳۰۰ مگاوات در نظر بگیریم، مجموع استخراج حدود ۶۰۰ تا ۷۰۰ مگاوات می‌شود و از نظر درصدی، بین ۴ تا ۵ درصد کل شبکه بیت‌کوین را می‌توان برای ایران در نظر گرفت که این عدد در دنیا و حتی در ایران عدد بزرگی نیست. تولید برق در ایران حدود ۶۰ هزار مگاوات است و ۶۰۰ مگاوات برق مصرفی ماینینگ حدود یک درصد برق تولیدی؛ بنابراین مشکل قطعی برق و خاموشی‌های کشور چه در زمستان و چه تابستان با این موضوع حل نخواهد شد و خاموشی‌های کشور ارتباط مستقیمی با ماینینگ نخواهد داشت.

از اصلاح قیمت‌گذاری برق تا تولید بیت‌کوین

آنچه که می‌تواند کسب‌وکارهای مرتبط با استخراج رمزارزها و در نگاه کلان، صنعت برق را از شرایط کنونی خارج کند، اصلاح سیاست‌های مربوط به قیمت‌گذاری برق است. اصلاح قیمت‌گذاری برق از یک سو، سرمایه‌گذاری در صنعت برق را به لحاظ اقتصادی توجیه‌پذیر می‌کند و از سوی دیگر، میزان مصرف برق به‌عنوان یکی از انواع انرژی و یک نهاده تولید اساسی در بخش صنعتی و تجاری تغییر خواهد داد. دیگر پیامد مثبت اصلاح قیمت‌گذاری برق، پدید آمدن روش‌های نوین تولید و نوآوری‌هایی در تولید است که ارتقای بهره‌وری در صنایع کشور را به‌همراه دارد و پاسخی به دغدغه‌های محیط زیستی رشد پایدار اقتصادی خواهد بود.

اصلاح قیمت‌گذاری نرخ برق برای ساماندهی به فعالیت کسب‌وکارهای مرتبط با استخراج رمزارزها مورد توجه فعالان اقتصادی بخش خصوصی نیز قرار گرفته است. چنانچه سعید نیک‌مهر مشاور کمیسیون توسعه صادرات اتاق ایران در نشست شورای راهبری بهبود مستمر محیط کسب‌وکار با ارائه نتایج مطالعه‌ای درباره رمزارزها، پیشنهاد داد ماینینگ را به عنوان صنعت در نظر گرفته و حامل‌های انرژی به صورت ریالی و به نرخ بورسی ارائه شود، امکان تولید برق تجدیدپذیر و غیرتجدیدپذیر فراهم و تعهد ارزی براساس برق مصرفی محاسبه شود.

با این حال، کسب‌وکارهای فعال در این زمینه در نبود متولی مشخص و قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری درست در حوزه انرژی، در برخی موارد برای ارائه خدمات به مردم با چالش‌هایی روبه‌رو هستند و در مواردی نیز حیات و ادامه کسب‌وکار آنها در ابهام قرار می‌گیرد. در نتیجه می‌توان گفت مهمترین مطالبه مردم و کسب‌وکارها از دولت سیزدهم در زمینه رمزارزها، رگولاتوری و اصلاح سیاست‌های اقتصاد انرژی است و در گام دوم، رفع بلاتکلیفی قانونی از ارزهای دیجیتال در کشور.

قیمت اوراق مسکن در تهران و سایر شهرها

وام مسکن چند؟

قیمت اوراق مسکن طی دو هفته گذشته نسبتا ثابت بوده است و براساس آخرین قیمت‌ها، متأهلان تهرانی برای این اوراق باید ۲۸ میلیون و ۷۵۲ هزار تومان پرداخت کنند. به گزارش ایسنا، بررسی آخرین وضعیت قیمت اوراق مسکن نشان می‌دهد که هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در مردادماه با قیمت ۵۹ هزار و ۵۰۰ تومان و در شهریورماه ۱۳۹۸ نیز با قیمت ۵۹ هزار و۶۰۰ تومان داد و ستد می‌شود. قیمت اوراق مهرماه سال ۱۳۹۸ نیز ۵۹ هزار و ۹۰۰، قیمت اوراق آبان ماه ۵۹ هزار و ۷۰۰ و قیمت اوراق آذرماه نیز ۵۹ هزار و ۷۰۰ بوده است. همچنین هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در دی‌ماه، بهمن‌ماه و اسفندماه همان سال با قیمت ۵۹ هزار و ۱۰۰، ۵۹ هزار و ۳۰۰ و ۵۹ هزار و ۶۰۰ تومان معامله می‌شود.

همچنین برای سال ۱۳۹۹ تسه فروردین‌ماه ۵۹ هزار و ۲۰۰ تومان، تسه اردیبهشت‌ماه ۶۰ هزار تومان و تسه خردادماه ۵۹ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت دارند. هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن در تیرماه سال گذشته با قیمت ۵۹ هزار و ۷۰۰ تومان، در مردادماه ۵۹ هزار و ۹۰۰ تومان و در شهریورماه ۵۹ هزار و ۸۰۰ تومان داد و ستد می‌شود. این اوراق در هر کدام از ماه‌های مهر، آبان و آذرماه سال ۱۳۹۹ نیز ۵۹ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت دارند. اوراق تسهیلات مسکن در دی‌ماه سال گذشته با قیمت ۵۹هزار و ۴۰۰ تومان، در بهمن‌ماه با قیمت ۵۹ هزار و ۵۰۰ تومان و در اسفندماه با قیمت ۵۹هزار و ۹۰۰ تومان معامله می‌شود که این گزارش نیز براساس قیمت اسفندماه سال گذشته نوشته شده است.

بر این اساس، با توجه به اینکه مجردهای ساکن تهران می‌توانند تا ۱۴۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند که شامل ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن و ۴۰ میلیون تومان جعاله می‌شود، برای دریافت ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات باید ۲۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کند که هزینه این تعداد اوراق با تسه ۵۹ هزار و ۹۰۰ تومانی، ۱۱ میلیون و ۹۸۰ هزار تومان می‌شود. همچنین با در نظر گرفتن ۴۰ میلیون تومان وام جعاله که برای آن باید ۸۰ ورق به مبلغ ۴ میلیون و ۷۹۲ هزار تومان خریداری کنند مجموع هزینه خرید اوراق به ۱۶ میلیون و ۷۷۲ هزار تومان می‌رسد. زوج‌های تهرانی نیز برهمین اساس می‌توانند تا سقف ۲۴۰ میلیون تومان شامل ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن برای هر نفر و ۴۰ میلیون توان وام جعاله دریافت کنند؛ بنابراین زوجین باید ۴۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه آن ۲۳ میلیون و ۹۶۰هزار تومان می‌شود که همراه با هزینه ۴ میلیون و ۷۹۲ هزار تومانی وام جعاله که برای آن باید ۸۰ ورق تسهیلات مسکن خریداری کنند در مجموع باید ۲۸ میلیون و ۷۵۲ هزار تومان پرداخت کنند.

همچنین سقف این تسهیلات برای مراکز استان و شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر به ۸۰ میلیون تومان رسیده است که برای آن باید ۱۶۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۹ میلیون و ۵۸۴ هزار تومان است. این وام برای سایر مناطق شهری ۶۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است که باید برای آن ۱۲۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۷ میلیون و ۱۸۸ هزار تومان می‌شود.

بانک نامه

مجمع عمومی بانک پاسارگاد به زمان دیگری موکول شد

مجمع عمومی عادی سالیانه بانک پاسارگاد در تاریخ ۲۷ تیرماه ۱۴۰۰، به اتفاق آرای حاضرین با اعلام تنفس به تاریخ دیگری موکول گردید. به‌گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، مجمع عمومی عادی سالیانه سال مالی منتهی به ۳۰ اسفندماه ۱۳۹۹ بانک پاسارگاد، طبق نظر هیأت رئیسه با عنایت به ماده ۱۰۴ لایحه اصلاحیه قانون تجارت و به اتفاق آرای حاضرین، اعلام تنفس کرد. همچنین مقرر گردید که جلسه بعدی رأس ساعت ۹ صبح روز یکشنبه امرداد ۱۴۰۰ در محل بانک پاسارگاد برگزار شود.

دلار در صرافی‌های بانکی ۲۴ هزار و ۲۰۰ تومان

سکه در میانه کانال ۱۰ میلیونی

قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با کاهش ۴۰ هزار تومانی در روز یکشنبه همراه بود و به رقم ۱۰ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی نیز ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۵۰ هزار تومان رسید. قیمت هر مثقال طلا نیز ۴ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان شد. هر اونس جهانی طلا نیز یک هزار و ۸۱۳ دلار قیمت خورد. نرخ دلار در صرافی‌های بانکی نیز با ۵۱ تومان کاهش در مقایسه با روز شنبه به ۲۴ هزار و ۲۰۹ تومان رسید. قیمت فروش یورو هم با ۵۱ تومان کاهش به ۲۸ هزار و ۸۳۵ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۳ هزار و ۷۳۰ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۲۶۴ تومان بود. همچنین نرخ خرید دلار در بازار متشکل ارزی ۲۳ هزار و ۸۹۹ تومان و نرخ فروش آن ۲۴ هزار و ۱۱۶ تومان اعلام شد. نرخ خرید یورو در این بازار نیز ۲۸ هزار و ۲۲۵ تومان و نرخ فروش آن هم ۲۸ هزار و ۴۸۱ تومان گزارش شد.

بررسی اجزای نقدینگی نشان می‌دهد

استقبال مشتریان از سپرده‌گذاری بلندمدت بانکی

بررسی رشد اجزای نقدینگی نشان می‌دهد که رشد ۱۲ ماهه پول در پایان خردادماه سال ۱۴۰۰ کاهش یافته که حاکی از تقویت ماندگاری سپرده‌ها و استقبال بیشتر از سپرده‌گذاری بلندمدت در بانک‌هاست. به گزارش ایبِنا، براساس گزارش بانک مرکزی، رشد نقدینگی و پایه پولی در ۱۲ماهه منتهی به پایان خردادماه سال ۱۴۰۰ به ترتیب به ۳۹.۴ درصد و ۳۰.۷ درصد رسیده است. همچنین حجم نقدینگی در پایان خردادماه سال ۱۴۰۰ نسبت به پایان سال ۱۳۹۹ معادل ۶.۶ درصد رشد نشان می‌دهد که در مقایسه با رشد متغیر مذکور در دوره مشابه سال قبل (۷.۵ درصد) به میزان ۰.۹ واحد درصد کاهش یافته است. از سوی دیگر، پایه پولی در پایان خردادماه سال ۱۴۰۰ نسبت به پایان سال ۱۳۹۹ معادل ۹.۲ درصد رشد نشان می‌دهد که در مقایسه با رشد متغیر مذکور در دوره مشابه سال قبل (۸.۶ درصد) به میزان ۰.۶ واحد درصد افزایش یافته است. بانک مرکزی اعلام کرده که افزایش رشد پایه پولی در خردادماه سال ۱۴۰۰ نسبت به پایان سال ۱۳۹۹ عمدتا به دلیل استفاده از وجوه مربوط به تنخواه‌گردان خزانه و افزایش سقف مجاز استفاده از آن (از ۳ درصد به ۴ درصد براساس مصوبه ۱۴۰۰.۳.۲۶ هیأت وزیران) و همچنین پرداخت ۲۰ هزار میلیارد ریال تنخواه به سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها (موضوع جزء (۴) بند (الف) تبصره (۱۴) قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور) به منظور پرداخت به شرکت مادرتخصصی بازرگانی دولتی ایران برای خرید تضمینی گندم بوده است. هرچند در دوره مورد بررسی بخشی از آثار انبساط پولی مذکور با استفاده از ابزار توافق بازخرید معکوس در راستای اجرای عملیات بازار باز خنثی شده است. در چند ماه اخیر همگام با تغییرات رخ داده در شرایط بین‌المللی و اصلاح انتظارات فعالان اقتصادی نشانه‌های خوبی از کاهش انتظارات تورمی و به تبع آن کاهش سیالیت پول نمایان شده است. بررسی رشد اجزای نقدینگی نشان می‌دهد که رشد ۱۲ماهه پول از نقطه حداکثر آن یعنی ۸۸.۶ درصد در مهرماه سال ۱۳۹۹ به ۴۴.۶ درصد در پایان خردادماه سال ۱۴۰۰ کاهش یافته که حاکی از تقویت ماندگاری سپرده‌ها و استقبال بیشتر از سپرده‌گذاری بلندمدت در بانک‌هاست. بر این اساس، انتظار می‌رود با اعمال سیاست احتیاطی محدودیت بر رشد ترازنامه بانک‌ها، روند بهبود کنترل رشد متغیرهای پولی در ماه‌های آتی تداوم یافته و اقدامات بانک مرکزی در راستای حفظ ارزش پول ملی (ثبات قیمت‌ها) با موفقیت بیشتری همراه شود.

دبیر شورای هماهنگی بانک‌ها توضیح داد

ابهام پیامک‌های بانکی

در حالی که برخی از مشتریان بانک‌ها پیامکی برای اعلام رضایت خود برای تداوم سرویس پیامک‌ها دریافت نکردند، دبیر شورای هماهنگی بانک‌ها می‌گوید که این افراد در زمان درخواست برای بهره‌مندی از این سرویس اشتراک همه ساله را انتخاب کرده‌اند و یا به دلیل مشکلاتی چون قطعی برق، اختلال ارتباطی، خاموش بودن تلفن همراه و ... پیامک موردنظر را دریافت نکرده‌اند. به گزارش ایسنا، یکی از خدماتی که بانک‌ها به مشتریان خود ارائه می‌کنند، سرویس پیامکی آنهاست تا افراد از تراکنش‌ها و مانده حساب خود مطلع شوند. در این بین، مشتریان برای بهره‌مندی از این خدمت به بانک‌ها درخواست می‌دهند و در بازده شش ماهه یا یک ساله هزینه این سرویس بانکی از حساب آنها کسر می‌شود. در حالی که مسئولان بانک‌های دولتی و خصوصی اعلام می‌کنند که هزینه سرویس پیامکی در این بانک‌ها حداکثر ۱۵ هزار تومان است، در مواردی دیده شده است که بیشتر از این مبلغ دریافت می‌شود. اکنون یکی از مشتریان بانک‌ها از اینکه بانکی بدون اطلاع مجدد به او با ارسال پیامک و اعلام رضایت، از حسابش برای سرویس پیامکی کسر می‌شود، گلایه می‌کند. از آنجا که بانک‌ها وظیفه دارند تا با ارسال پیامک به مشتریان اعلام کنند که آیا تمایل به ادامه بهره‌مندی از این سرویس بانکی دارند یا خیر؟ علیرضا قیطاسی دبیر شورای هماهنگی بانک‌های دولتی و نیمه دولتی می‌گوید: اشتراک سرویس پیامکی بانک‌ها شش ماهه یا یک ساله از حساب افراد کسر می‌شود که اگر شما اشتراک یک ساله را در زمان ثبت درخواست برای بهره‌مندی از این سرویس انتخاب کرده باشید، برای شما پیامکی مبنی بر اعلام رضایت خود برای تداوم این سرویس ارسال می‌شود، اما اگر شما درخواست اشتراک همه ساله را برای بهره‌مندی از این خدمت بانکی انتخاب کرده باشید، پیامکی دریافت نمی‌کنید و به صورت خودکار این سرویس برای شما مجدد فعال می‌شود.

خبرنامه

در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت

بانک مرکزی از وضعیت اقتصاد گزارش داد

دویست و چهل و دومین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت روز یکشنبه به ریاست رئیس‌جمهوری برگزار شد. در این جلسه گزارش مقدماتی دستگاه‌های مختلف به ویژه بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه از وضعیت اقتصادی کشور در سه ماهه اول سال جاری و پیش‌بینی آینده ارائه شد. در گزارش مقدماتی دستگاه‌های اقتصادی کشور متغیرهای تاثیرگذار مانند تحریم و کرونا بر شاخص‌های گوناگون اقتصادی و تدابیر اتخاذشده برای مقابله و مدیریت این عوامل مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

حجت الاسلام والمسلمین حسن روحانی نیز با تاکید بر حساسیت و جدیت دولت تدبیر و امید بر ارائه گزارش‌های شفاف و دقیق از وضعیت اقتصادی کشور به مردم گفت: دولت خود را موظف می‌داند به مردم با شفافیت و صراحت از فعالیت خود گزارش دهد و در هشت سال گذشته این اقدام را به طور جدی پیگیری کرده است.

او با تاکید بر اجرای دقیق این ماموریت افزود: دولت در کنار تعهد به مردم، با اتکا به نگاه ملی به انتقال مسئولیت تلاش کرده است با واقع‌بینی نقشه کلان اقتصادی کشور را برای دولت آینده ترسیم و تشریح کند.

رئیس جمهور با بیان اینکه تلاش و تدابیر دولت برای گذر از مشکلات و ساماندهی اقتصاد کشور باید با دقت ارائه و ثبت شود، ادامه داد: مردم حق دارند بدانند که چه گردنه‌ها و چه تکانه‌هایی موجب بروز چه نوع مشکلاتی شده است و دولت چه راه‌هایی برای خنثی‌سازی تحریم و گذر از محدودیت‌های کرونایی در نظر گرفته است و همچنین لازم است مردم بدانند اگر تحریم و جنگ اقتصادی به کشورمان تحمیل نشده بود و کرونا نیز پدید نمی‌آمد امروز اقتصاد کشور در چه موقعیتی قرار داشت و حاصل این تجارب در اختیار مردم و مسئولان دولت آینده قرار خواهد گرفت.

توافق کاهش تولید نفت اوپک‌پلاس تمدید شد

اعضای اوپک‌پلاس در جلسه نوزدهم خود توافق کاهش تولید را تا زمان بازگشت کامل ۵.۸ میلیون بشکه نفت تمدید کردند. به این ترتیب، توافق جدید کاهش تولید نفت اوپک‌پلاس تمدید و مبنای تولید جدید فعال شد. براساس توافق جدید ماهانه ۴۰۰ هزار بشکه در روز از ماه آینده میلادی به تولید نفت اوپک‌پلاس اضافه خواهد شد، البته در افزایش تولید شرایط بازار در جلسات ماهانه مورد بررسی قرار می‌گیرد تا کل ۵.۸ میلیون بشکه نفتی که براساس توافق سال گذشته اوپک پلاس همچنان از بازار خارج است، به تولید اعضا بازگردد.

با توجه به تصمیم اوپک پلاس در جلسه روز گذشته، توافق کاهش تولید که قرار بود تا آوریل ۲۰۲۲ (فروردین- اردیبهشت ۱۴۰۱) ادامه داشته باشد دست‌کم تا سپتامبر ۲۰۲۲ (شهریور- مهر ۱۴۰۱) تمدید شد. مبنای تولید جدید البته به معنای رسیدن به این تولید در شرایط کنونی نیست و در پایان اجرای این توافق کشورها می‌توانند به آن تولید برسد. بر این اساس، ایران، ونزوئلا و لیبی همچنان از این کاهش تولید معاف خواهند بود.

گفتنی است سال گذشته اعضای اوپک پلاس با توجه به کاهش شدید قیمت نفت، تصمیم گرفتند تا ۹.۷ میلیون بشکه از تولید نفت خود را از بازار خارج کنند و این کاهش تولید به تدریج به بازار بازگردد. با این تصمیم قیمت نفت که به دلیل شیوع کرونا و ناکامی در ادامه فریز نفتی تا زیر ۲۰ دلار در هر بشکه پایین آمده بود، افزایش یافت تا آنجا که قیمت نفت اکنون به بالای ۷۰دلار در هر بشکه رسیده است.

سیمانی‌ها با اقبال حقیقی‌ها گروه سبزپوش بازار ماندند

استراحت بورس در بیست و هفتمین روز تابستان

فرصت امروز: بورس تهران روز گذشته وارد روند اصلاحی شد و شاخص کل بورس با افت ۸ هزار و ۳۲۶ واحدی به رقم یک میلیون و ۳۰۲ هزار واحد رسید. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۸ میلیارد و ۲۵۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۳ هزار و ۵۳۰ میلیارد ریال دادوستد شد. همچنین شاخص کل با معیار هم‌وزن با ۲ هزار و ۲۶۰ واحد کاهش به ۴۰۰هزار و ۳۲۵ واحد و شاخص قیمت هم‌وزن با یک هزار و ۴۳۵ واحد کاهش به ۲۵۴ هزار و ۲۵۹ واحد رسید. شاخص بازار اول کاهش ۱۱ هزار و ۱۲۶ واحد و شاخص بازار دوم کاهش ۹۵۷ واحدی را تجربه کردند.

گروه شیمیایی با ۵۷ هزار و ۳۲ معامله به ارزش ۵ هزار و ۷۵۸ میلیارد ریال، گروه خودرو با ۷۵ هزار و ۶۴۲ معامله به ارزش ۵ هزار و ۴ میلیارد، گروه فلزات اساسی با ۴۹ هزار و ۱۳۸ معامله به ارزش ۴ هزار و ۱۶۳ میلیارد ریال، گروه مواد دارویی با ۴۶ هزار و ۹۰ معامله و به ارزش ۳ هزار و ۹۱۷ میلیارد و گروه چند رشته‌ای صنایع با ۴۶ هزار و ۷۵۴ معامله به ارزش ۳ هزار و ۸۶۴ میلیارد در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با ۱۴۲ واحد کاهش، رقم ۱۸ هزار و ۸۴۵ واحد را ثبت کرد. در این بازار ۵۴۵ هزار معامله به ارزش ۹۸ هزار و ۶۲۰ میلیارد ریال انجام شد.

بازار بالاخره به فاز استراحت رفت

در جریان معاملات بیست و هفتمین روز تابستان، شرکت توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه با یک هزار و ۱۹۱ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تامین با یک هزار و ۶۴ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی با یک هزار و ۳۰ واحد، گروه صنعتی پاکشو با ۳۰۱ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری دارویی تامین با ۲۳۱ واحد بیشترین تاثیر مثبت بر رشد شاخص را داشتند. در سوی مقابل، شرکت فولاد مبارکه اصفهان با یک هزار و ۲۰۴ واحد، شرکت پتروشیمی نوری با ۸۲۲ واحد، شرکت معدنی و صنعتی گل گهر با ۷۰۱ واحد، شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۶۹۴ واحد و شرکت پالایش نفت تهران با ۵۹۸ واحد بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص بورس گذاشتند.

همچنین شرکت سرمایه‌گذاری دارویی تامین با ۴,۹۹ درصد، شرکت سیمان قاین با ۴,۹۷ واحد، شرکت سیمان سپاهان با ۴,۹۵ درصد، شرکت سیمان دورود با ۴,۸۴ درصد و شرکت سیمان شمال با ۴,۸۲ درصد افزایش بیشترین رشد قیمت را داشتند. از سوی دیگر، شرکت سازه پویش با ۹,۷۴ درصد، شرکت لیزینگ کارآفرین با ۴,۹ درصد، شرکت سرمایه‌گذاری استان گلستان و گروه صنعتی ملی با ۴,۸۶ درصد، شرکت نوسازی و ساختمان تهران با ۴,۷۹ درصد و شرکت بورس اوراق بهادار تهران با ۴,۷۴ درصد بیشترین کاهش قیمت را ثبت کردند.

در آن سوی بازار سرمایه و در معاملات روز یکشنبه همچنین شاخص کل فرابورس با کاهش ۱۴۲ واحد به رقم ۱۸ هزار و ۸۴۵ واحد رسید. در این روز بیش از ۶ میلیارد و ۱۶۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۰۱ هزار و ۴۰۴ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت بانک دی با ۱۲ واحد، شرکت پالایش نفت شیراز با ۱۰ واحد، شرکت پالایش نفت لاوان با ۹ واحد، بیمه دی با ۳ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری توسعه و عمران استان کرمان با ۲ واحد بیشترین تاثیر مثبت بر رشد شاخص را داشتند. در مقابل، شرکت پلیمر آریا ساسول با ۲۲ واحد، شرکت پتروشیمی زاگرس با ۱۸ واحد، شرکت صنعتی مینو با ۱۴ واحد، شرکت سنگ آهن گهرزمین با ۱۳ واحد و شرکت مدیریت انرژی امید تابان هور با هشت واحد بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص گذاشتند.

همچنین شرکت پالایش نفت لاوان با ۵ درصد، شرکت صنایع بهداشتی ساینا با ۴,۹۹ درصد، شرکت پالایش شیراز با ۴,۹۷ درصد، شرکت شرکت سیمان لار سبزوار با ۴,۹۴ درصد و شرکت تولید و صادرات ریشمک با ۴,۷۳ درصد بیشترین افزایش قیمت را داشته‌اند. از سوی دیگر، بیمه تجارت نو با ۵ درصد، شرکت صنایع ماشین‌های اداری ایران با ۴,۹ درصد، شرکت سرمایه‌گذاری مسکن زاینده‌رود با ۴,۸۹ درصد، شرکت ذوب روی اصفهان با ۴,۸۸ درصد و شرکت سرمایه‌گذاری مسکن تهران با ۴,۸۳ درصد بیشترین کاهش قیمت را داشتند.

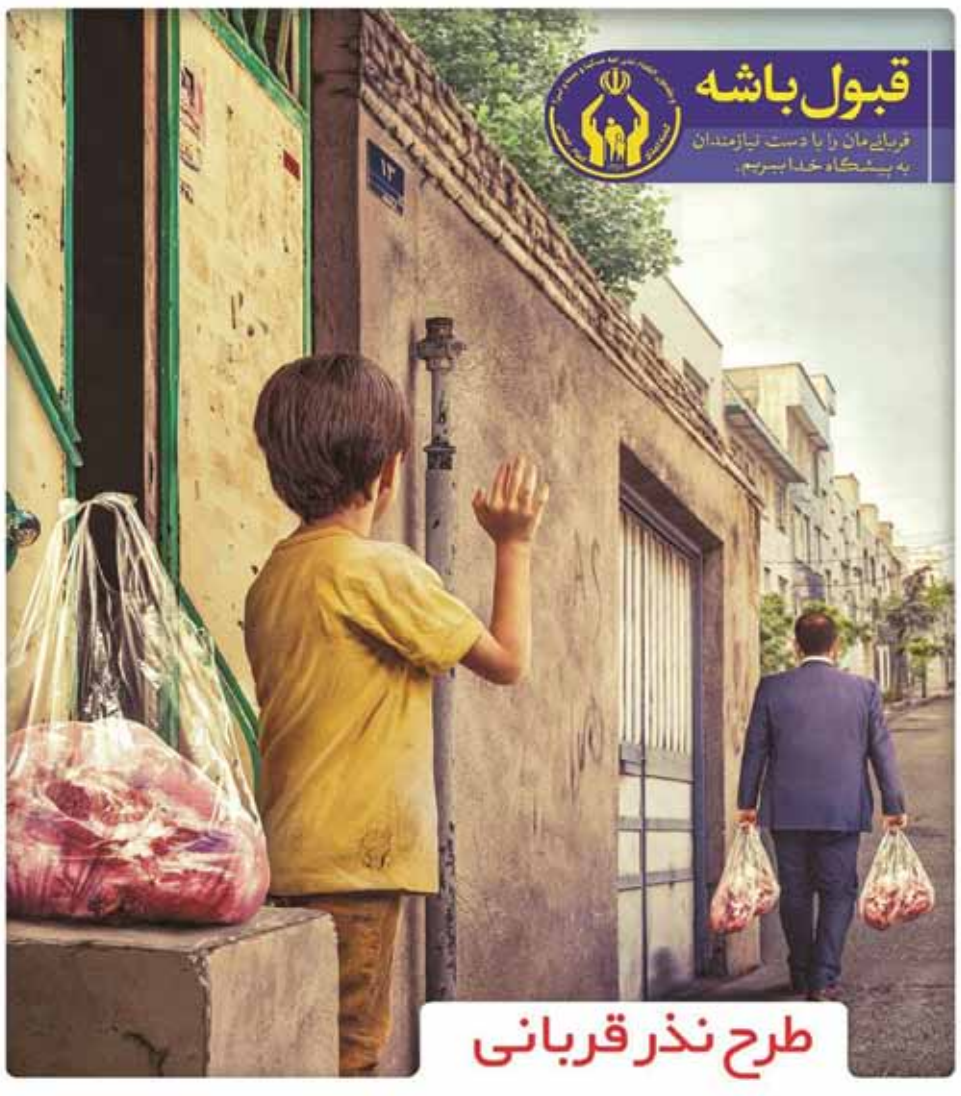
سیمانی‌ها؛ تنها گروه سبزپوش بازار

در معاملات دیروز سیمانی‌ها همچنان از معدود گروه‌هایی بودند که از شروع معاملات و برخلاف کلیت بازار سبزرنگ ماندند. پالایشی‌ها نیز که با خبر تعدیل سودآوری، روز کاری شنبه را پرتقاضا اما پرعرضه به پایان برده بودند، در روز یکشنبه در محدوده منفی دادوستد شدند که البته نماد شاوان همچنان مورد اقبال بازار بود. نماد تاثیرگذار شبندر در مجمع حدود ۳۸۰ تومان سود به ازای هر سهم تقسیم کرد که بیش از حد تصور فعالان بازار بوده است. به نظر می‌رسد بازگشایی خوبی در انتظار این نماد مهم بازار باشد. احتمالا بازگشایی شبندر موجب تحریک تقاضا در وضعیت گروه می‌شود. هرچند شکل بازگشایی و قیمت مچ شدن آن نیز بسیار مهم است.

همچنین گروه فلزات اساسی یکدست قرمزپوش بودند که در این بین نمادهای کویر، فسرب و میدکو تنها نمادهای سبز گروه بودند و نمادهای فملی و فولاد هم همچنان خریداران خاص خود را در منفی‌ها دارند. به نظر می‌رسد با توجه به روند گزارش‌های ماهانه این گروه در فصل بهار، نگرانی بابت نوسانات مقطعی این گروه وجود ندارد.

در گروه بانکی نیز لیدرهای گروه شامل بانک ملت، تجارت و صادرات در انتهای بازار به منظور برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه بسته شدند. این گروه نیز همسو با کلیت بازار روز منفی را سپری کردند. بانک دی به مانند چند روز گذشته پرتقاضا ظاهر شد و بعد از معاملات ۳,۳ میلیارد سهمی نهایتا با صف خرید بسته شد. پتروبی‌ها اما وضعیت بهتری نسبت به جو عمومی بازار داشتند و برخی نمادها در محدوده مثبت و برخی نیز از عرضه‌های بیشتری برخوردار بودند. شبصیر در این گروه با اقبال بازار همراه بود و به صف خرید رسید. وپترو و شکربن هم سبز بودند. نماد خراسان هم پس از انتشار گزارش سه ماهه خوب با صف خرید همراه شد. شوینده‌ها به مانند روز کاری شنبه پرتقاضا بودند و اکثر در مثبت‌های حداکثری دادو ستد شدند. نماد تاپیکو هم با اخباری مبنی بر انتشار تعدیل مثبت شرکت ستاره خلیج فارس با افزایش تقاضا در اواسط بازار به صف خرید رسید. نماد شستا هم به واسطه این خبر با قدرت خریداران به صف خرید خوبی رسید. به نظر می‌رسد تقاضا در روز دوشنبه و با وجود غیبت برخی بزرگان تقویت شود و نمادهای سبز بیشتری را در بازار شاهد باشیم.

دارویی‌ها نیز در اواسط بازار و به لیدری نماد برکت به محدوده‌های مثبت رسیدند و روز خوبی را برای سهامداران خود رقم زدند. تیپیکو، دلقما، دشیمی و کاسپین از تقاضای بیشتری نسبت به همگروهی‌ها برخوردار بودند. سیمانی‌ها هم همچنان با ورود پول حقیقی‌ها همراه هستند و از معدود گروه‌هایی بوده‌اند که از شروع معاملات و برخلاف کلیت بازار سبزرنگ بوده‌اند. گروه‌های کوچک این روزها از اقبال بهتری نسبت به شاخص‌سازها برخوردارند و به نظر می‌رسد تا مخابره گزارش‌های سه ماهه این روند نوسانی حفظ شود و نقدینگی در گروه‌های مختلف در چرخش باشد. خودرویی‌ها هم دیروز یکدست قرمزپوش بودند که البته برخی نمادهای قطعه‌سازی مورد اقبال بودند. همچنین قندی‌ها بر مدار منفی، معدنی‌ها متعادل با گرایشات جزیی منفی و غذایی‌ها هم یکدست افت قیمتی را در بازار یکشنبه تجربه کردند.



نیکوکارگرامی!
عید قربان، عید از خود گذشتن را با انفاق و دستگیری از نیازمندان جشن میگیریم.

مشارکت در طرح از طریق:
شماره کارت: ۶۰۳۷-۹۹۷۹-۰۰۰۰-۱۱۲۵
شماره گیری: #۰۲۵*۸۸۷۷*

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه لرستان

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

نوبت دوم
شماره مجوز : ۱۴۰۰/۲۲۸۹
شناسه آگهی : ۱۱۶۵۱۵۱

* **مناقصه‌گزار: شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه لرستان**
* **موضوع مناقصه: انجام بازدیدهای تخصصی سرویسهای صنعتی از مصرف کنندگان عمده ،جزء و مجاری عرضه منطقه لرستان (نیروی انسانی ،خودرو باراننده) در سالهای ۱۴۰۱-۱۴۰۰**
* **مبلغ برآوردی و مدت اجرای قرارداد :** مطابق آنالیز های ارائه شده در اسناد مناقصه از تاریخ۰۱/ ۰۶/ ۱۴۰۰ لغایت ۳۱/ ۱۴۰۰/۰۵ به مدت یک سال شمسی می باشد.
* **شرایط متقاضیان شرکت در مناقصه:** دارابودن و رعایت تمامی شرایط مندرج در اسناد منتشره برای موضوع مناقصه از جمله :
۱- شرکتهای پیمانکاری خدماتی دارای گواهینامه صلاحیت اداره کار
۲- شرکتهای پیمانکاری خدماتی دارای ارائه گواهی صلاحیت ایمنی معتبر از اداره کل تعاون،کار و رفاه اجتماعی
* **نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:** ارائه ضمانت‌نامه های بانکی معتبر (مطابق ایین نامه تضمین معاملات دولتی مصوب ۹۴/۹/۲۲) یا ارائه رسیدوجه مبنی بر واریز مبلغ ۳۵۲،۰۰۰،۰۰۰ (سیصد و پنجاه و دو میلیون ریال) ریال به حساب جام بانک ملت به شماره ۹۲۰۰۰۳۵۱/۸۸ با کد شناسه ۳۵۱۶۱بنام شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی منطقه لرستان
* **محل ، زمان و مهلت دریافت اسناد و تحویل پیشنهادات:**

الف) شرکت‌کنندگان در مناقصه می‌توانند برای دریافت اسناد مناقصه از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر تا روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۰۲ به سایت های مربوطه مراجعه نمایند. مناقصه‌گران بایستی پس از تکمیل اسناد، پاکات و اسناد مناقصه را حداکثر تا ساعت ۱۶ روز یکشنبه ۱۴۰۰/۰۵/۱۷ از طریق سامانه الکترونیک ستاد تغذیه و بارگذاری نمایند .

* **جلسه توجیهی :** راس ساعت ۱۰ صبح روز چهارشنبه ۱۴۰۰/۰۵/۰۶ در سالن آموزش ستاد منطقه

ب) تاریخ بازگشائی پاکات: جلسه بازگشایی پاکاتِ پیشنهادی رأس ساعت ۹ صبح روز دوشنبه ۱۴۰۰/۰۵/۱۸در سالن جلسات ستاد منطقه تشکیل می‌شود و حضور مناقصه‌گران با معرفی‌نامه کتبی بلامانع است.

ج) آدرس شرکت جهت برگزاری جلسات توجیهی و بازگشایی پاکات:
خرم‌آباد، خیابان شریعتی (جنب اداره پست)، کد پستی۶۸۱۸۶۴۳۴۷، صندوق پستی۵۶۸ ستاد شرکت پخش فرآورده‌های نفتی منطقه لرستان .

* تلفن تماس : آقای مسعود بهاری و خانم پورسلیم ۳۳۳۳۵۸۵۰ – ۳۳۱۹۵۹۶۰۶۶
* آدرس سایت: http://setadiran.ir http://iets.mporg.ir http://monaghese.niopdc.ir
شبکه اطلاع‌رسانی نفت و انرژی (شانا) www.shana.ir

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۴/۲۷
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۴/۲۸
۵۳۲

روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه لرستان

کاهش قیمت و ارتقای کیفیت خودروهای داخلی در گرو رقابت است

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی گفت در عین حال که توجه به نیروی کار داخلی و بومی‌سازی در صنعت خودرو ضروری است، آزادسازی واردات، خودروسازان را در جهت کاهش قیمت و ارتقای کیفیت محصولات سوق می‌دهد.

علی رضایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: وعده‌هایی مبنی بر به‌روزرسانی اجرای تعهدات خودروسازان از سوی وزیر صمت و همچنین افزایش تیراژ تولید مطرح شده، اما هنوز در حد حرف بوده و بر روی کاغذ است. وی افزود: براساس گفته‌های وزیر صمت، با افزایش تولید، تشکیل صف برای خرید و نوبت‌دهی برای تحویل خودروهای تعهدشده به مشتریان برچیده خواهد شد. البته یکی از خودروسازی‌ها، بر افزایش حدودی تیراژ تولید اذعان داشته است. نماینده مردم کنگاور، صحنه و هرسین در مجلس شورای اسلامی معتقد است: کیفیت خودروهای داخلی می‌بایست ارتقا یابد تا امکان رقابت با خودروهای خارجی فراهم شود، اما مادامی که صنعت خودرو در انحصار دو خودروساز بزرگ کشور است، ارتقای چندانی در کیفیت و همچنین تعادل قیمتی اتفاق نمی‌افتد.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در پایان با بیان اینکه قیمت کنونی خودرو با کیفیت آن متناسب نیست، درخصوص آزادسازی واردات خودرو خاطرنشان کرد: به اعتقاد بنده، توجه به نیروی کار داخلی و بومی‌سازی در اولویت قرار دارد، اما آزادسازی واردات، خودروسازان و بازار داخلی خودرو را وارد عرصه رقابت خواهد کرد. تا زمانی که انحصار بر این صنعت حاکم است و انگیزه چندانی برای ارتقای کیفیت وجود ندارد، ایجاد شرایط رقابتی، خودروسازان را در جهت کاهش قیمت یا ارتقای کیفیت محصولات هدایت می‌کند که متاسفانه در حال حاضر شاهد این امر نیستیم.

انحصار بازار خودرو باید از بین برود

نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس می‌گوید با واردات خودرو به صورت محدود و مشروط بر ایجاد خطوط تولید جدید، تکنولوژی و دانش فنی به کشور منتقل شده و انحصار بازار از بین می‌رود.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از خانه ملت، سیدجواد حسینی‌کیا ممنوعیت واردات خودرو و نقدینگی سرگردان موجود در جامعه را از جمله دلایل گرانی چهارچرخ‌ها برشمرد و گفت: کیفیت نامطلوب خودروهای تولیدی، ناکافی بودن تیراژ تولید، احتکار و نبود نظارت بر عملکرد خودروسازان دست به دست هم داده و آشفتگی کنونی بازار را رقم زده است.

نماینده مردم سنقر در مجلس شورای اسلامی افزود: پیش‌بینی می‌شود در شرایط فعلی و برای کنترل بازار خودرو با واردات خودرو براساس مقررات، حتی به صورت محدود و ckd، قیمت خودرو بین ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش یابد زیرا در وهله نخست انحصار بازار خودرو از بین می‌رود و از سوی دیگر بار روانی این اقدام تاثیر مثبتی بر قیمت خودرو خواهد داشت.

وی با بیان اینکه واردات خودرو، خودروسازان را در معرض رقابت قرار می‌دهد، اضافه کرد: پشت پرده صنعت خودرو مافیایی‌هایی شکل گرفته است که تلاش می‌کنند از واردات حتی براساس مقررات جلوگیری شود تا به صورت مافیایی خودروهایی با بدترین کیفیت و بیشترین قیمت به مردم تحمیل کنند.

این نماینده مردم در مجلس یازدهم ادامه داد: با واردات خودرو به صورت محدود و مشروط بر ایجاد خطوط تولید جدید، تکنولوژی و دانش فنی به کشور منتقل شده و انحصار بازار از بین می‌رود.

حسینی‌کیا با اشاره به ضرورت ساماندهی نقدینگی موجود در جامعه، تصریح کرد: در حال حاضر سیل نقدینگی موجود در جامعه هر روز به سمت یکی از بازارها روانه می‌شود. نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس با اشاره به نبود نظارت بر بازار، افزود: دولت از کنترل بازار کالاها، شانه خالی می‌کند و این موضوع موجب نابسامانی قیمت‌ها شده است.

نماگر بازار سهام

کاهش چشمگیر بهره‌برداری از واحدهای جدید در مناطق آزاد

در دو ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل، در مناطق آزاد و ویژه صدور جواز تاسیس کمتر از نصف و پروانه‌های بهره‌برداری کمتر از یک سوم شده است. به گزارش ایسنا، براساس جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) در دو ماهه سال جاری برای ۶۴۷۱ بنگاه جواز تاسیس و برای ۸۹۹ بنگاه پروانه بهره‌برداری صادر شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل به ترتیب ۲۷.۵ درصد و حدود ۳۰.۹ درصد افزایش داشته است. سرمایه پیش‌بینی‌شده در این مدت برای جوازهای تاسیس معادل ۱۳۱ هزار و ۱۶۰ میلیارد تومان بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل تقریبا دو برابر شده است. میزان سرمایه پروانه‌های بهره‌برداری صادرشده تا پایان اردیبهشت امسال نیز ۱۰ هزار و ۹۹۰ میلیارد تومان بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از آن ۱۶۴.۴ درصد افزایش داشته است. براساس این آمار پیش‌بینی شده با اجرای پروژه‌هایی که جواز تاسیس آنها در دو ماهه سال جاری صادر شده برای بیش از ۱۷۴ هزار نفر شغل ایجاد شود که نسبت به این رقم در مدت مشابه سال قبل از آن با افزایش ۵۱.۲ درصدی مواجه بوده است. پروانه‌های بهره‌برداری صادرشده در این مدت نیز زمینه اشتغال ۱۶ هزار و ۶۴۱ نفر را فراهم کرده که نسبت به دو ماهه سال قبل حدود ۶۹.۸ درصد رشد داشته است.

در این میان از ۶۴۷۱ فقره جواز تاسیس صادره در دو ماهه سال جاری، بیشترین تعداد مربوط به گروه «سایر محصولات کانی غیرفلزی» با ۹۰۷ فقره و گروهی که کمترین جواز تاسیس را به خود اختصاص دادند نیز «فاضلاب، دفع زباله، بهداشت محیط و فعالیت‌های مشابه» و «استخراج ذغال سنگ ولینیت» بوده که برای هر کدام دو جواز تاسیس صادر شده است. همچنین از ۸۹۹ فقره پروانه بهره‌برداری، بیشترین پروانه در دو ماهه امسال با ۱۲۹ فقره متعلق به گروه «ساخت مواد و محصولات شیمیایی» بوده و متوسط سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی یک واحد در این گروه ۵ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان اعلام شده است. بیشترین اشتغال ایجادشده نیز در گروه «ساخت مواد و محصولات شیمیایی» با حدود ۲۵۴۵ نفر است. کمترین پروانه بهره‌برداری نیز در گروه‌های «فاضلاب، دفع زباله، بهداشت محیط و فعالیت‌های مشابه» و «فعالیت‌های پشتیبانی و کمکی حمل و نقل» و «استخراج کانه‌های فلزی» بوده که در مدت یادشده برای هر کدام تنها یک پروانه صادر شده است. در این میان جزییات اطلاعات انواع جوازهای صادرشده در این مدت هم نشان می‌دهد بیشترین تعداد جواز تاسیس در استان‌های فارس، خراسان رضوی و آذربایجان غربی به ترتیب با ۴۵۷، ۴۵۴ و ۴۴۴ فقره صادر شده است. کمترین تعداد جواز تاسیس نیز در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی با ۱۴ فقره، کهگیلویه و بویراحمد و گیلان هر کدام با ۲۹ فقره صادر شده است. بیشترین تعداد پروانه بهره‌برداری صادره در بین استان‌های کشور نیز مربوط به آذربایجان شرقی، اصفهان و خراسان رضوی با ۸۵، ۶۹ و ۶۵ فقره و کمترین مربوط به کهگیلویه و بویراحمد با چهار و بوشهر، ایلام و خراسان جنوبی هر کدام با هفت فقره است. مناطق آزاد و ویژه اقتصادی نیز در این مدت ۲۰ پروانه بهره‌برداری صادر شده است.

شماره : ۵۷۷۹۵۴/۱۰۱
تاریخ: ۱۴۰۰/۰۴/۲۱
کد رهگیری : ۲۲۶۱۳۱۷

شهرداری اردبیل

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای (تجدیدی)

شهرداری اردبیل در نظر دارد مناقصه به شرح جدول ذیل را برگزار نماید و کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد قیمت و باز گشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

ردیف	عنوان پروژه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)	مدت اجرا	کد ثبت در سامانه ستاد ایران
۱	احداث پارک بانوان زرناس	۳۹/۳۳۰/۹۶۳/۱۵۱	۱/۹۶۷/۰۰۰/۰۰۰	۶ ماه	۲۰۰۰۰۰۵۳۱۵۰۰۰۰۳۳

۱- محل تامین اعتبار: درآمد داخلی شهرداری (به این مناقصه ۲۵ درصد مبلغ پیمان پیش پرداخت در قبال دریافت ضمانت نامه بانکی داده خواهد شد)

۲- مناقصه گران واجد شرایط می توانند اسناد مناقصه را از تاریخ انتشار آگهی در سامانه ستاد ایران به مدت ۵ روز از طریق سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir خریداری کنند مبلغ واریزی شده غیر قابل استرداد است و اطلاعات تکمیلی مناقصه فوق از طریق وب سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور به آدرس http://iets.mporg.ir نیز قابل دسترسی میباشد.

۳- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ تضمین قید شده در جدول را به شماره حساب سپهر ۱۰۶۶۳۰۷۶۲۰۰۴بنام شهرداری اردبیل نزد بانک صادرات شعبه میدان ورزش واریز و تصویر آن در سایت قرار دهید ضمناً جهت سهولت در رسیدگی اصل فیش واریزی و یا به همان مبلغ ضمانت نامه بانکی را در پاکت تضمین (پاکت الف) پاکت را مهر و موم نموده و مشخصات کامل شرکت و مناقصه و شماره تلفن را قید نموده و تا ساعت ۱۳ آخرین روز تحویل اسناد به دبیرخانه شهرداری مرکز تحویل گردد لازم به ذکر است تمامی اسناد باید در سامانه ستاد ایران بار گذاری شود عدم بارگذاری اسناد در سامانه ستاد ایران موجب حذف از روند برگزاری مناقصه خواهد شد قیمت پیشنهادی بر اساس فهارس بهای ابنیه و راه و باند فرودگاه سال ۱۴۰۰ بدون تعدیل و مابه التفاوت مصالح و از طریق سایت ستاد ایران ارسال گردد.

۴- شرایط پیمانکاران و مهلت و محل تسلیم پیشنهادها: از شرکت های دارای رتبه راه از سازمان برنامه و بودجه دعوت میگردد اسناد مناقصه را تا ۱۰ روز پس از آخرین مهلت دریافت اسناد از سایت ستاد ایران نسبت به تکمیل فرم ها و ارسال اقدام نمایند و یا در مدت قید شده تا ساعت ۱۳ به نشانی اردبیل- میدان ورزش- شهرداری مرکز- دبیرخانه تحویل گردد پیشنهادهای که دیرتر از این مهلت تسلیم گردد دریافت نخواهد شد.

۵- بدیهی است شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف مقرر در اسناد مناقصه بوده و شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادت مختار است.

۶- سایر جزئیات و شرایط تکمیلی در اسناد مناقصه درج شده است.

۷- هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه خواهد بود.

حمید لطف اللهیان – شهردار اردبیل

۵۴۷

نوبت اول

فراخوان مناقصات عمومی یک مرحله‌ای

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجانغربی (سهامی خاص)

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

توضیح: فقط شرکتهایی مجاز به شرکت در مناقصه خواهند بود که دارای تاییدیه صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه در رشته نیرو و تاییدیه صلاحیت ایمنی از اداره کار و رفاه اجتماعی باشند.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه : روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۴/۲۸

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصات از سایت : ساعت ۱۹ روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۰۹

مهلت زمانی ارسال پیشنهاد : ساعت ۱۹ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۱۹

زمان بازگشایی پاکت های الف و ب و ج: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰ ساعت و به شرح جدول ذیل خواهد بود

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

شماره مناقصه	موضوع مناقصه و شماره فراخوان	مبلغ کل تضمین شرکت در مناقصه (به ریال)	نوع اعتبار	بازگشایی پاکت‌های الف و ب و ج
۱۴۰۰-۷۷	انجام عملیات سرویس و تعمیرات روتین و موردی شبکه‌های توزیع برق در حوزه مدیریت توزیع برق باکری در شهرستان ارومیه بصورت دستمزدی و تهیه بخشی از مصالح براساس فهرست بها بهره برداری ۹۹/۲ شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجانغربی (شماره فراخوان ۲۰۰۰۰۰۹۰۰۳۰۰۰۰۸۵)	۹۰۴,۰۰۰,۰۰۰	منابع داخلی	ساعت ۱۱ چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰
۱۴۰۰-۷۹	انجام عملیات سرویس و تعمیرات روتین و موردی شبکه‌های توزیع برق در حوزه مدیریت توزیع برق ایثار در شهرستان ارومیه بصورت دستمزدی و تهیه بخشی از مصالح براساس فهرست بها بهره برداری ۹۹/۲ شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجانغربی (شماره فراخوان ۲۰۰۰۰۰۹۰۰۳۰۰۰۰۸۶)	۶۹۵,۰۰۰,۰۰۰	منابع داخلی	ساعت ۱۲ چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰
۱۴۰۰-۸۰	انجام عملیات سرویس و تعمیرات روتین و موردی شبکه‌های توزیع برق در حوزه مدیریت توزیع برق رودکی در شهرستان ارومیه بصورت دستمزدی و تهیه بخشی از مصالح براساس فهرست بها بهره برداری ۹۹/۲ شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجانغربی (شماره فراخوان ۲۰۰۰۰۰۹۰۰۳۰۰۰۰۸۷)	۸۸۴,۰۰۰,۰۰۰	منابع داخلی	ساعت ۱۲:۳۰ چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰
۱۴۰۰-۸۱	انجام عملیات سرویس و تعمیرات روتین و موردی شبکه‌های توزیع برق در حوزه مدیریت توزیع برق ولیعصر در شهرستان ارومیه بصورت دستمزدی و تهیه بخشی از مصالح براساس فهرست بها بهره برداری ۹۹/۲ شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجانغربی (شماره فراخوان ۲۰۰۰۰۰۹۰۰۳۰۰۰۰۸۸)	۹۵۹,۰۰۰,۰۰۰	منابع داخلی	ساعت ۱۳ چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف:
آدرس : ارومیه - بلوار ارتش-سربازان گمنام-ارتش-شرکت توزیع نیروی برق استان ، تلفن ۳۱۱۰-۰۴۴ داخلی ۴۲۳۹
اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکزتماس : ۲۷۲۱۳۱۳۱-۰۲۱
دفترثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷-۰۲۱و۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱
دفتر ثبت نام ارومیه : ۰۹۱۴۴۴۴۳۵۴۴ - ۰۴۴۳۲۲۳۲۱۱۳
اطلاعات تماس دفاترثبت نام سایر استانها در سایت سامانه www.setadiran.ir "بخش ثبت نام ایروفایل تامین کننده /مناقصه گر " موجود است.
ضمنا" فراخوان مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) وسایت شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی و سایت ملی مناقصات به ترتیب به آدرس های :
www.tavanir.org.ir ,WWW.Waepd.ir ,Iets.Mporg.ir قابل مشاهده است .
توضیح ۵ : سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۴/۲۸
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۴/۲۹

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

۵۵۰

نکات طلایی برای بازاریابی حرفه‌ای

چگونه از مراسم‌های آنلاین درآمدزایی کنیم؟

به قلم: فالگونی جین
بازاریابی محتوایی در موسسه Hubilo
ترجمه: علی آل‌علی

برگـزاری مراسـم‌های آنلایـن در طول سـال‌های اخیر بـه طور قابل ملاحظه‌ای رونق گرفته است. یکی از نکات مهم برای افزایش رونق چنین مراسم‌هایی مربوط به شیوع ویروس کروناست. از زمان شیوع این ویروس وضعیت مراسـم‌های حضوری به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کرده است. بنابراین راهکاری مناسب در این میان استفاده از مراسم‌های آنلاین برای تعامل میان برندها با هم و مشتریان‌شان است.

مهمترین مسـئله در مورد مراسـم‌های آنلاین مربوط به درآمدزایی از آنهاست. بسیاری از برندها از مراسم‌های حضوری درآمدهای بسیار زیادی کسب می‌کردند با این حال اکنون وضعیت مراسم‌های آنلاین به طور قابل ملاحظه‌ای در دسـت تردید قرار دارد. این امر مسئله تعامل با مشتریان و تاثیرگذاری مناسـب بر روی آنها را نیز بدل به چالشی بزرگ کرده است. اگر کسب و کارها توانایی درآمدزایی از مراسم‌های آنلاین را نداشته باشند، برگزاری آنها فایده‌ای نخواهد داشت.

شـاید کسب و کار شما در زمینه برگزاری مراسم‌های آنلاین یا شرکت در آنها توجهی به کسب درآمد نداشته باشد. این امر اغلب اوقات با توجیه فرآیند مورد نظر براساس افزایش شهرت برند و آشنایی با مشتریان دنبال می‌شود. نکته مهم در این میان نیاز تمام کسب و کارها به درآمدزایی در شرایط دشوار کنونی است.

وقتی در مراسم‌های کاری دامنه وسیعی از برندهای همکار و مشتریان در دسـترس یک برند قرار دارد، همکاری با آنها نکته مهمی خواهد بود. اگر شما فرصتی برای کسب درآمد در شرایط موردنظر داشته باشید، باید تمام تلاش‌تان را انجام دهید، در غیر این صورت هیچ توسعه‌ای در کسب و کارتان پدید نمی‌آید.

هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از توصیه‌های کاربردی برای برگزاری هرچه بهتر مراسم‌های آنلاین و درآمدزایی از این میان است. شما با اسـتفاده از نکات مورد بحث در ایـن مقاله امکان ایجاد تحول در نحوه ایجاد یا شرکت برندتان در مراسم‌های آنلاین را خواهید داشت.

راهکارهای درآمدزایی از مراسم‌های آنلاین

پیش از اینکه به طور مستقیم سراغ تکنیک‌های درآمدزایی از مراسم‌های آنلاین برویم، باید الگوهای این روند را مورد بررسـی قرار دهیم. بسیاری از برندها در این رابطه هیچ ایده مشخصی ندارند. نکته مهم در این میان آگاهی از الگوهای مختلف برای کسب درآمد از طریق برگزاری مراسم‌های آنلاین و انتخاب بهترین گزینه اسـت، در غیر این صورت شـاید به طور مداوم شکایت مشتریان پشت سر برندتان باشد.

امروزه به طور کلی چهار روش برای کسـب درآمد از مراسم‌های آنلاین در حوزه کسب و کار وجود دارد:

• فروش بلیت حضور در مراسـم‌های آنلاین به مخاطب هدف که تمایل به حضور در مراسم دارد.

• دریافـت مبلغی به عنوان حق عضویت از برندهایی که مایل به حضور در مراسم هستند.

• پیدا کردن اسپانسر برای پوشش هزینه‌های مراسم و همچنین دریافت سود.

• تبلیغات در حین برگزاری مراسم.

هـر کدام از راهکارهـای فوق موردنظر برخی از کارآفرینـان قرار دارد. نکته مهـم در این میـان انتخاب الگویی مناسـب برای برندتان اسـت. بنابراین در این بخش شـما باید اندکی الگوهای موردنظر را برای خودتان شخصی‌سازی کنید، در غیر این صورت هیچ شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان نخواهید داشت.

تکنیک‌هایی برای درآمدزایی در مراسم‌های آنلاین

برگزاری یک مراسم آنلاین خوب و جذاب به تنهایی برای برند شما هیچ سودی به همراه ندارد. شما تا زمانی که از برخی تکنیک‌های حرفه‌ای برای درآمدزایی در این راستا استفاده نکنید، شانسی برای تعامل با مشتریان‌تان نخواهید داشـت. در ادامه برخی از تکنیک‌های حرفه‌ای در این زمینه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

فروش بلیت‌های مختلف

هیچ چیز به اندازه اینکه تمام بلیت‌های یک مراسـم به فروش برسـد، برای برگزارکنندگان مراسـم موردنظر خوشایند نیست. این امر در مورد مراسـم‌های حضوری به طور ویژه‌ای مدنظر بازاریاب‌ها قرار دارد. شاید در نگاه نخسـت مراسم‌های آنلاین نیازی به فروش بلیت نداشته باشد. به هر حـال امکان حضور چندین هزار کاربر به طور همزمان در مراسـم وجود دارد. نکته مهم در این میان تعیین محدودیت برای حضار به منظور حفظ کیفیت مراسم است، در غیر این صورت شاید کاربران از حضور در مراسم به اندازه کافی لذت نبرند.

برندهای بزرگ همیشـه برای حضور مشتریان در مراسم‌های‌شان اقدام به بلیت‌فروشی می‌کنند. این امر نوعی رقابت برای حضور در مراسم میان مشـتریان ایجاد خواهد کرد. همچنین به شما امکان درآمدزایی از فرآیند برگزاری مراسم موردنظر را نیز می‌دهد.

برخی از مدل‌های بلیت که امکان فروش برای مراسم‌های آنلاین را دارد، به شرح ذیل است:

• بلیت‌هـای معمولی: بلیت‌های معمولی به طور معمول رایگان و بدون دریافت هزینه از سوی کاربران عرضه می‌شود. مهمترین نکته در این میان درخواست برای ثبت نام کاربران در سایت برند و تهیه بلیت به طور رایگان است.

• پیش‌فروش بلیت‌ها: برخی از مراسم‌های بزرگ از مدت‌ها قبل اقدام به بلیت فروشی می‌کنند. این امر به دلیل تمایل بالای مردم برای حضور در مراسـم و احتمال بالای اتمام بلیت‌هاست. بنابراین باید در بازه‌های زمانی طولانی اقدام به فروش بلیت نمایید، در غیر این صورت شاید هیچ مزیتی برای کسـب و کارتان نداشته باشـد. دریافت هزینه‌ای منطقی از کاربران برای فروش بلیت‌های در قالب پیش‌فروش گزینه‌ای جذاب خواهد بود.

• بلیت یک روزه: مراسم‌های آنلاین نیز دقیقا مثل مراسم‌های حضوری در چند روز برگزار می‌شود. گاهی اوقات مشتریان فقط مایل به حضور در یکی از روزهای مراسم هستند. بنابراین شما باید بلیت‌های یک روزه را نیز در فهرست فروش قرار دهید.

• بلیت‌های کامل: بلیت‌های کامل برای تمام روزها و مراسم‌های مختلف عرضه می‌شود. این امر مهمترین منبع درآمد برندها محسوب می‌شود. اگر بلیت‌های رایگان فقط برای بخشـی از سخنرانی‌ها و همچنین بلیت یک روزه برای روزی مشـخص است، در اینجا بلیت حضور در تمام بخش‌های مراسم به طور یکجا فروخته می‌شود.

فراهم‌سازی فرصت‌های اسپانسری

اسپانسرها همیشه به دنبال حمایت از مراسم‌های برتر هستند. نکته مهم در این میان فراهم‌سـازی شرایطی برای تعامل مناسب میان برند شما و اسپانسرهاست. اگر مراسم آنلاین شما هیچ فضایی برای فعالیت اسپانسرها مدنظر قرار ندهد، همکاری موردنظر به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار خواهد شـد. بنابراین شما همیشـه باید فضایی برای همکاری با چنین برندهای مدنظر داشته باشید، در غیر این صورت شاید خبری از درآمدهای سرشار از اسپانسری نباشد.

یکی از ایده‌های مناسـب برای جلب اسپانسـر به مراسم برند راه‌اندازی میزهـای مجازی اسـت. این امر به برندها امکان بازاریابی برای کسـب و کارشـان را می‌دهـد. اگر هر کـدام از میزهای مجازی مراسـم را به یک اسپانسر اجاره دهید، درآمد بسـیار بالایی از مراسم‌تان به دست خواهید آورد. این امر هزینه‌های جانبی برای کسـب و کار شما را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد.

تعامل با اسپانسـرها بـرای دریافت بهترین نتیجه همیشـه امر مهمی محسوب می‌شـود. بسـیاری از برندها در زمینه فراهم‌سازی فرصت‌های اسپانسـری به نظرات برندهای موردنظر هیچ توجهی نشـان نمی‌دهند. نتیجه این امـر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی اسپانسـرها خواهد بود. شما همیشه پیش از برگزاری مراسم باید هم‌اندیشی با اسپانسرها داشته باشـید، در غیر این صورت وضعیت مراسـم‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای ناگوار خواهد شد.

طراحی کادر تبلیغاتی

تبلیغات در سـایت‌ها در قالب بنر و کادرهای مختلف همیشه گزینه‌ای جذاب محسـوب می‌شود. این امر از مدت‌ها قبل برای برندها جذاب بوده اسـت. همین امر آن را بدل به گزینـه‌ای جذاب برای بازاریابی و تعامل با مشتریان کرده است. اگر مراسم شما دارای سایت منحصر به فردی برای برگزاری آنلاین است، بخش‌های مختلف سایت امکان طراحی بنر تبلیغاتی را دارد. این امر به شـما فرصت همکاری بـا برندهای کوچک که توانایی فعالیت به عنوان اسپانسر شما را ندارند، خواهد داد.

امروزه طراحی فضای تبلیغاتی در سـایت‌ها کار چندان سختی نیست. اگر شـما در این راستا با مشکلات بسـیار زیادی رو به رو هستید، کمک گرفتن از یک طراحی سـایت ایده جذابی خواهد بود. مهمترین مسـئله در این میان دریافت تمام مشـخصات و فایل تبلیغاتی از سـوی برندها و سپس بارگذاری‌شان برای مدت محدودی است. هزینه تبلیغات در مراسم شـما براسـاس نوع بنر و همچنین اندازه‌اش متفاوت خواهد بود. بنابراین گزینه‌های تبلیغاتی مختلفی را در دسترس برندها قرار دهید.

یکی از نکات مهم در رابطه با نمایش تبلیغات در سـایت مراسم مربوط به طراحی مناسـبش اسـت. اگر تبلیغات موردنظر در عمل تجربه حضور کاربران در مراسـم آنلاین را با مشکل مواجه سازد، باید به سرعت نسبت به تغییر شرایط اقدام نمایید، در غیر این صورت هیچ شانسی برای تعامل مناسب با مشتریان‌تان نخواهید داشت.

بسـیاری از برندهـا بـه دلیل نمایش محتـوای تبلیغاتی پرشـمار در مراسـم‌های آنلاین‌شـان در عمل توجه کاربران را از دست می‌دهند. این امر بـه معنای ناتوانی بـرای تاثیرگذاری بر روی مشـتریان و ادامه روند مناسب برند در زمینه تعامل با مخاطب هدف خواهد بود. بنابراین همیشه تبلیغات‌تـان را به طوری در مراسـم نمایش دهید که نوعی المان مزاحم به نظر نرسد.

راه‌اندازی فروشگاه آنلاین در کنار مراسم

اینکه مشـتریان امکان خرید به طور مداوم را داشـته باشـند، همیشه ایده جذابی محسـوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تعامل با مشتریان همیشه به فکر فروش نیز هستند. مزیت اصلی مراسم‌های حضوری در این میان امکان خرید مسـتقیم مشتریان از هر برندی است. این امر در مورد مراسم‌های آنلاین با شک و تردیدهای بسیار زیادی همراه است.

توصیـه ما در این بخش برای برگزاری هرچه بهتر مراسـم‌های آنلاین طراحی یک فروشگاه اینترنتی در کنار آن است. این امر به کاربران امکان سفارش محصولات موردپسندشـان در کمترین زمان ممکن را می‌دهد. همچنیـن اگر لینک مربوط بـه محصول هر برند در طول مراسـم را در دسـترس قرار دهید، امکان مراجعه مسـتقیم کاربـران به صفحه فروش برندها و خرید ساده فراهم خواهد شد.

بدون تردید وقتی کاربران در یک مراسـم آنلاین شـرکت می‌کنند، تا حـدودی تمایل به خرید نیز دارند. مهارت شـما در این میان جلب نظر کاربـران به خرید محصولات‌تان خواهد بود. این امر شـما را از دیگر رقبا متمایز خواهد کرد. اگر خبری از فروش سـاده محصولات در مراسم‌های آنلاین نباشد، بسیاری از برندها در عمل مراسم‌شان لنگ می‌ماند.

اگر کسـب و کار شـما در زمینه راه‌اندازی یک فروشگاه آنلاین در کنار فعالیت فعلی برندش مشکلات زیادی دارد، باید به بهترین شکل در تلاش برای حل آن با الگوبرداری از برندهای بزرگ باشید. شاید این امر در ابتدا برای شـما چندان خوشایند نباشد، اما در بلندمدت وضعیت برندتان را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید.

انتخـاب برندهـای بزرگ برای الگوبـرداری همیشـه فرآیندی جذاب محسوب می‌شود. بنابراین شما باید با دست باز نسبت به انتخاب از میان برندهای مختلف و مشهور اقدام نمایید.

برگزاری سخنرانی‌های ویژه

همیشه برخی از بخش‌های یک مراسم کاری تحت عنوان ویژه شناخته می‌شـود. ایـن امر دلایل مختلفـی دارد. از نقطه نظر مالـی دلیل اصلی برگزاری سخنرانی و بخش ویژه کسب درآمد بیشتر است. این امر به طور معمول با شـرکت سخنران‌های حرفه‌ای و همچنین کارآفرینان برجسته دنبال می‌شود. اگر شما امکان همکاری با چنین افرادی در کسب و کارتان را دارید، باید همین حالا اقدام به طراحی بخش ویژه در مراسم‌تان نمایید.

بدون تردید بخش ویژه هر مراسـم هزینه اضافی روی دسـت کاربران و علاقه‌منـدان می‌گذارد. بنابراین نکته اساسـی در این میان تلاش برای فراهم‌سازی ارزش اضافه برای بخش موردنظر مراسم است. اگر بخش ویژه شما هیچ نکته جذاب و منحصر به فردی نداشته باشد، هیچ‌کس حاضر به پرداخت هزینه برای شرکت در آن نخواهد شد. بنابراین شما باید همیشه این نکته مهم را مدنظر قرار دهید.

اسـتفاده از کارآفرینان بزرگ در بخش ویژه مراسم امر ساده‌ای نیست. شما برای هماهنگی‌های لازم باید مدت‌ها قبل از برگزاری مراسم به سراغ افراد موردنظر بروید، در غیر این صورت شـاید تمام برنامه‌های‌تان به هم بخورد.

فروش محتوای پرطرفدار

محتواهایی که طرفداران زیادی در میان کاربران دارد، همیشه گزینه‌ای جذاب برای فروش در مراسـم‌های آنلاین محسـوب می‌شود. بسیاری از برندها در این راسـتا مهارت لازم را ندارند. همین امر آنها را از یک منبع مهم برای فروش محروم می‌سـازد. بنابراین شـما باید همیشه نظرتان به محتـوای پرطرفدار برای کاربران جلب باشـد، در غیر این صورت فرآیند بسیار دشواری برای تاثیرگذاری بر روی آنها را در پیش خواهید داشت.

امروزه محتوای آموزشـی در حوزه‌های مختلـف طرفداران زیادی دارد. بنابراین مراسـم شـما هم باید برای تولید و فـروش چنین محتوایی در قالب‌هـای مختلف اقدام نمایـد، در غیر این صورت شـاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را پیدا نکنید.

همکاری با افرادی که مهارت‌های لازم برای فروش محتوای آموزشـی جذاب را داشته‌اند، گزینه مناسبی برای طراحی یک بسته بسیار جذاب و تعاملی خواهد بود بنابراین همیشـه کمک گرفتن از دیگران در این راستا را مدنظر قرار دهید.

انتخاب سخنران‌های حرفه‌ای

سـخنران‌های حرفه‌ای و دارای تخصص در حوزه‌های مختلف کسب و کار همیشه کاربران را به مراسم‌های آنلاین جلب می‌کنند. این امر به طور ویژه‌ای مدنظر برخی از برندها قرار دارد. به همین خاطر اغلب مراسم‌های بزرگ همراه با حضور چنین افرادی است.

اشـتباه برخی از برندها در برگزاری مراسـم انتخاب سـخنران‌هایی با مهارت‌های یکسـان است. این امر در عمل سخنرانی‌های مختلف مراسم را به شـدت شـبیه به هم می‌کند. بنابراین شما باید مهارت‌تان برای پیدا کردن سخنران‌های متفاوت را تقویت نمایید، در غیر این صورت هر دوره مراسم‌تان افراد کمتری را جذب خواهد کرد.

برگزاری آزمایشی مراسم به منظور آشنایی سخنران‌ها با محیط آنلاین و بررسی متن سخنرانی‌شان گزینه‌هایی ضروری برای اطمینان از کیفیت آن محسوب می‌شود. متاسفانه بسیاری از برندها در این راستا مهارت لازم را از خودشان نشان نمی‌دهند. بنابراین باید همیشه نگران کیفیت نهایی مراسم‌شان باشند.

آمادگی برای فروش محصولات

شما در نهایت باید برخی از محصولات‌تان را در مراسم آنلاین به فروش برسانید. این امر نیازمند بازاریابی مناسب و جذاب برای مشتریان است. اگر شما این امر را مدنظر قرار ندهید، هرگز شانسی برای کسب سود نخواهید داشـت. همانطور که اشاره شد، بسـیاری از برندها از برگزاری مراسم به دنبال سـود نیسـتند. این امر با توجیهاتی مثل افزایش آگاهی کاربران از برند دنبال می‌شود. نکته اساسی در این میان عدم تضاد آگاهی‌بخشی به مشتریان و فروش برخی از محصولات است.

آمادگـی برای فـروش فقط شـامل عرضـه برخـی از محصولات و کمپین‌هـای بازاریابی مناسـب نیسـت. یکی از نکات اساسـی در این میان آمادگی برای سـوالات مختلف مشـتریان است. اگر شما آمادگی لازم برای مواجهه با چنین شـرایطی را نداشـته باشـید، به طور قابل ملاحظه‌ای دچار مشکل خواهید شد. مشتریان همیشه از برندها سوال دارند. این امر حتی در مراسم‌های آنلاین نیز دنبال می‌شود. به هر حال وقتی شـما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هسـتید، باید به فکر سوالات‌شان نیز باشید. این امر در حوزه فروش به طور قابل ملاحظه‌ای روی می‌دهد. بنابراین هرگونه ناآمادگی از سـوی شـما به معنای ضعف خواهد بود.

منبع: com.learn.g۲

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

برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۸۰۰۲۰۰۰۳۲۹ مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان بندرانزلی تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی محمود ساوجی فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۲۹۶ کد ملی ۰۰۴۳۲۴۱۳۱۱ در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر خانه بمساحت ۱۵۲/۹۷ مترمربع با کاربری باغ مسکونی در قسمتی از پلاک ۱ فرعی از ۳۰۲ اصلی بخش ۷ گیلان حوزه ثبت ملک انزلی که شماره پلاک فرعی ۱۵ برای آن در نظر گرفته شده است محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۴/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۴/۲۸

۹۸۱ م الف — عباس نوروزی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان بندرانزلی

۴۹۴

آگهی حصر وراثت

آقای محمدرضا رضازاده شیخانگفشه به شماره شناسنامه ۲۲۰۳ فرزند موسی از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان موسی رضا زاده شیخانگفشه فرزند مرحوم محمد در تاریخ ۱۴۰۰/۳/۱۷ در شهرستان رشت- لشت نشا فوت نموده است و ورثه آن مرحوم به شرح ذیل تعرفه شده اند: ۱- پری رضازاده شیخانگفشه ش ش ۹۲۳۵ نام پدر موسی نسبت دختر ۲- معصومه رضازاده شیخانگفشه ش ش ۴۵۸ نام پدر موسی نسبت دختر ۳- محمدرضا رضازاده شیخانگفشه ش ش ۲۲۰۳ نام پدر موسی نسبت پسر ۴- فاطمه رضازاده شیخانگفشه ش ش ۴۱۳۵ نام پدر موسی نسبت دختر ۵- شهربانو باقرزاده شیخانگفشه ش ش ۴۶۸ نام پدر تراب نسبت همسر و به غیر از وراث نامبرده بالا ورثه دیگری ندارد. اینک پس از ملاحظه دادخواست و انجام تشریفات قانونی و ثبت آن به شماره ۰۰۰۰۴۵۰ مفاد درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید چنانچه هر شخص اعتراض دارد و یا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دفتر شعبه اول شورای حل اختلاف لشت نشا تسلیم نماید. در غیر اینصورت گواهی حصر وراثت برابر درخواست صادر خواهد شد.

۱۳۳۲ م الف — قاضی شورای حل اختلاف شعبه اول لشت نشا- محمد قربانی

۵۲۹

آگهی

اداره آموزش و پرورش بهارستان ناحیه ۲ در نظر دارد با برگزاری مزایده و براساس قیمت پایه کارشناسی املاک تجاری و مراکز آموزشی (مدارس- پیش دبستانی) خود را در سال تحصیلی ۱۴۰۱- ۱۴۰۰ به افراد واجدالشرایط واگذار نماید. متقاضیان می توانند به کارشناسی پشتیبانی اداره مراجعه نمایند.

۵۴۸

اخبار

پیام تبریک رئیس دانشگاه علوم پزشکی اراک به مناسبت هفته تامین اجتماعی

اراک- فرناز امیدی: دکتر سید محمد جمالیان طی پیامی فرا رسیدن هفته تامین اجتماعی را به تمامی اعضای خانواده بزرگ این سازمان در استان مرکزی تبریک گفت.

بسمه تعالی

سازمان تأمین اجتماعی با ارائه خدمات درمانی به بیماران و افراد نیازمند همیشه کمک حال بخش دولتی و بیمارستان های استان بوده است و به جد می توان گفت که اگر وجود این ارگان ارزشمند در کشور و استان نبود بی شک ارائه خدمات درمانی به مردم دچار اختلال می شد و حضور بیمارستان های تامین اجتماعی در استان مرکزی بازوی کمکی دانشگاه علوم پزشکی اراک در بخش درمان بوده و می باشند.

همکاران زحمتکش حوزه درمان اعم از پزشکان، پرستاران، پیراپزشکان، کارکنان حوزه های تشخیصی، درمانی و پشتیبانی در سازمان تامین اجتماعی استان مرکزی، از اولین روزهای شیوع اپیدمی کرونا با توان حداکثری، تعهد و وفاداری، در حال ارائه خدمات شبانه روزی در بیمارستان ها و مراکز درمانی استان می‌باشند و در خط مقدم مبارزه با پاندمی کرونا از هیچ تلاشی فروگذار نکرده اند، که قدردان ایثار و از خودگذشتگی این عزیزان می باشیم. در این روزهایی که بیماری کرونا همگان را گرفتار کرده است، همکاران عزیز سازمان تامین اجتماعی علی الخصوص دکتر سهرابی، معاون درمان سازمان تامین اجتماعی استان و دکتر اسماعیلی، رئیس بیمارستان امام خمینی(ره) دوشادوش مدافعان سلامت بوده و هستند و خدمات بسیاری را در این دوران ارائه کرده اند و با مدیریت آگاهانه و اختصاص یک بخش کامل و تخت های مراقبت ویژه به منظور ارائه خدمات با کیفیت به بیماران کرونایی، نقش بسزایی در کنترل این بیماری داشته اند و این حس همدلی و اتحاد، قوت قلب پزشکان و پرستاران و... برای نجات جان مردم از شر ویروس منحوس کرونا می باشد.

اینجانب ضمن تبریک مجدد هفته تامین اجتماعی خدمت مجموعه بزرگ این سازمان به خصوص دکتر سهرابی، دکتر اسماعیلی، پزشکان و متخصصان، پرستاران و تمامی نیروهای خدوم سازمان تامین اجتماعی استان و همچنین گرامیداشت سالگرد عروج ملکوتی شهید مدافع سلامت استان «شهید علی شاه محمدی» اولین شهید مدافع سلامت استان که در این مسیر جان خود را در راه دفاع از سلامت هموطنان فدا کرد، از تمامی زحمات، تلاش ها و ایثارگری های این بزرگواران تقدیر و تشکر نموده و امیدواریم با همدلی و اتحادی که در بین تمامی مردم و مسئولین استان وجود دارد هر چه زودتر شاهد ریشه کن شدن و مهار ویروس کرونا باشیم.

انتخابی تیم پومسه آقایان و بانوان خوزستان مجازی برگزار شد

اهواز- شبنم قجاوند: به منظور حضور در مسابقات قهرمانی کشور انتخابی تیم ملی، مسابقات بانوان و آقایان پومسه خوزستان بصورت مجازی برگزار شد.

اسماعیل اسفندیاری رییس کمیته داوران تکواندو خوزستان در این خصوص گفت: با توجه به شرایط حاد شیوع ویروس کووید ۱۹ و همه گیری بیماری کرونا مسابقات بانوان و آقایان پومسه انتخابی تیم خوزستان جهت حضور در مسابقات قهرمانی کشور انتخابی تیم ملی بصورت مجازی برگزار شد.

همچنین اسفندیاری اظهار داشت؛ این مسابقات با حضور ابراهیم نصیری معاون فنی و توسعه قهرمانی اداره کل ورزش و جوانان خوزستان و همچنین حسن محمد زاده دبیر هیات تکواندو استان و به استعداد ۱۱۲ پومسه رو از تمام شهرستان های تابعه و اهواز در ۷ گروه سنی زیر ۱۲ سال. ۱۲ تا ۱۴ _ ۱۵ تا ۱۷ _ ۱۸ تا ۳۰ _ ۳۱ تا ۴۰ . ۴۱ تا ۵۰ و ۵۰ تا ۶۰ سال به میزبانی اهواز و در سالن شهدای تکواندو ورزشگاه تختی اهواز برگزار شد. رییس کمیته داوران افزود ؛ نظر به اهمیت این دوره از مسابقات ، قضاوت و انتخاب برترین ها بر عهده داوران بین المللی و طراز اول استان که خود عناوین بین المللی و کشوری را یدک می کشند و در حضور معاون اداره کل ورزش و جوانان ، دبیر هیات و رییس کمیته داوران تکواندو خوزستان بوده است.

مرمت و بازسازی مساجد صفی و اردبیلیان رشت رونمایی شد

رشت - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان در آیینی با حضور دکتر نوبخت رئیس سازمان برنامه و بودجه و معاون رئیس جمهور ،آیت الله رودباری ،استاندار گیلان، مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان و جمعی از دیگر مسئولان مرمت و بازسازی مسجد صفی رشت و مسجد آقا سید ابراهیم (اردبیلیان رشت)رونمایی شد. این گزارش حاکی است مهندس اکبرزاده مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان در این آیین با برشمردن ویژگی های منحصر به فرد این بازسازی و مرمت گفت: کار مرمت و بازسازی مسجد صفی و مسجد آقا سید ابراهیم در طی۱۲ ماه کاری به پایان رسید. وی افزود: ابتدا به بهانه مرمت سربندی با درخواست هیات امنا و دستور اکید دکتر نوبخت و موافقت آیت الله رودباری کار تعمیرات و مرمت و بازسازی مسجد صفی آغاز شد و همزمان نیز این کار در مسجد آقا سید ابراهیم (اردبیلیان)نیز کلید خورد. وی اضافه کرد: از دکتر نوبخت معاون رئیس جمهوری ،مهندس تابش رئیس بنیاد مسکن انقلاب اسلامی ،دکتر زارع استاندار گیلان، مدیرکل میراث فرهنگی و همه عزیزان که درمرمت و بازسازی این مساجد همراهی و پشتیبانی کردند صمیمانه تقدیر و تشکر می کنم. وی یاد آور شد: کار مرمت و بازسازی این مساجد بر اساس باستان شناسی و مستندات فنی و تاریخی به بهترین شکل ممکن انجام شده است. در ادامه این آیین دکتر محمد باقر نوبخت معاون رئیس جمهورو رئیس سازمان برنامه بودجه کشور طی سخنانی گفت: حسب وظیفه کاری در دو روز پایانی هر هفته در یکی از استان های کشور در بهره برداری از پروژه های کوچک و بزرگ حضور پیدا می کنم و پروژه های مانند اتصال راه آهن سراسری همدان به شبکه سراسری، راه آهن کرمانشاه به ارومیه ، راه آهن تبریز به سنندج که ۷ مرداد به شبکه سراسری متصل می‌شود و... ودر مجموع در طی این هشت سال گذشته شاهد شادمانی های بسیار زیاد مردم در مناطق مختلف کشور بودم ولی اقدامی که برای این مساجد انجام شد برایم از قداست ، حلاوت و ارزشمندی خاصی برخوردار است.

اختصاص ۴۰ میلیون تومان از عواید موقوفات برای کمک هزینه ازدواج زوج‌های قمی

قم- خبرنگار فرصت امروز: ۴۰ میلیون تومان کمک هزینه ازدواج و خرید جهزینه از محل عواید موقوفات، به زوج‌های جوان قمی اختصاص یافت. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، سیزدهمین جشنواره هلهله فرشته‌ها به مناسبت سالروز ازدواج امیرالمومنین علی(ع) با حضرت زهرا(س) در قم برگزار شد. یکی از بخش‌های مهم این جشنواره، جمع‌آوری کمک‌های خیرین برای تامین جهیزیه زوج‌های جوان است که همه ساله با استقبال گسترده نیکوکاران همراه است. امسال این جشنواره فرهنگی – اجتماعی با همکاری مرکز افق آستان مقدس امامزاده علی بن جعفر(ع) برگزار شد. همچنین از محل عواید موقوفاتی با همین نیت، ۴۰۰ میلیون ریال کمک هزینه برای خرید جهیزیه در اختیار دست اندرکاران جشنواره قرار گرفت.

مطالعات مرحله دوم طرح فاضلاب عالیشهر در حال اجرا است

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با تاکید بر اجرای طرح فاضلاب در عالیشهر اظهار داشت: مطالعات مرحله دو شهر جدید عالیشهر به طول ۱۳۰ کیلومتر در حال اجرا است. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر : عبدالحمید حمزه‌پور با اشاره به اینکه نقشه‌های اجرایی شبکه جمع‌آوری فاضلاب عالیشهر مربوط به فازهای یک، دو، چهار و شش تهیه شده گفت: طراحی شبکه جمع‌آوری و تهیه نقشه‌های اجرایی فاز سوم نیز در مرحله پایانی قرار دارد. وی افزود: نقشه‌های اجرایی تصفیه‌خانه فاضلاب نیز پس از تعیین تکلیف انتخاب محل احداث آن، با همکاری شرکت عمران شهر جدید عالیشهر تهیه می‌شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر بیان کرد: پس از تعیین محل احداث تصفیه‌خانه فاضلاب، شرکت آبفای استان نسبت به تعیین مشاور برای انجام مطالعات ماده ۲۳ به منظور تامین اعتبار اجرای طرح اقدام می‌کند.

نماینده مردم گرگان و آق قلا:

مردم گرگان خواهان اجرای طرح تله کابین هستند

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه مردم گرگان خواهان اجرای هرچه سریعتر پروژه تله کابین هستند گفت: پای اجرای این طرح محکم ایستاده ایم.رمضانعلی سنگدوینی در نشست نمایندگان مجلس با دکتر دادبود شهردار گرگان اظهار داشت: با تقدیر از شهرداری گرگان برای اجرای پروژه های بزرگ و افزایش سرمایه گذاری در شهر گرگان، گفت: شهر گرگان به حق خود در طول این سال ها نرسیده و باید پروژه های بزرگ و اساسی در شهر اجرایی شود.سنگدوینی افزود: اجرای پروژه‌هایی مانند تله کابین ناهارخوران گرگان می تواند روند توسعه شهر گرگان را سرعت دهد.وی تصریح کرد: منتقدان اجرای این طرح اگر صحبت ها و نظرات کارشناسی دارند باید بیایند و اعلام کنند تا پاسخ داده شود و مسائل برطرف شوند و اگر نمی‌آیند بدانید که این افراد گرگانی نیستند و مخالف توسعه گرگان هستند.نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس بیان کرد: مردم گرگان پروژه تله کابین را می خواهند و ما به عنوان نماینده مردم محکم پای اجرای این طرح ایستاده ایم.

مدیرعامل شرکت توزیع برق استان همدان:

کاهش ۱۰ درصدی مصرف برق به خاموشی‌های استان کمک می کند

همدان - فاطمه اعظمی: مدیرعامل شرکت توزیع برق استان همدان گفت: میزان برق مصرفی در بخش خانگی ۳۵ درصد و با توجه به اینکه استان همدان در بخش کشاورزی فعال است ۳۴ درصد، ۲۲ درصد در بخش صنعت و مابقی برق مصرفی برای روشنایی معابر، ادارات و بخش عمومی استفاده می‌شود. اگر مردم ۱۰ درصد در مصرف برق صرفه‌جویی کند، استان هرگز با قطعی برق مواجهه نخواهد شد.

شیرزاد جمشیدی در خصوص دریافت هزینه‌های دریافتی برق از مشترکین همدانی گفت: ما سال گذشته توانستیم ۱۰۳ درصد از مطالبات خود را دریافت کنیم. از ابتدای سال جاری تا کنون ۱۲۵ میلیارد تومان طلب داریم که ۳۰ درصد از این مبلغ برای خود شرکت توزیع برق استان است که در جهت توسعه شبکه توزیع استفاده خواهد شد.

نیروگاه همدان با مدیریت تولید برق حرارتی کشور همکاری دارد

مدیر عامل شرکت منطقه ای برق استان همدان گفت: صنعت برق سه بخش دارد تولید، بخش مدیریت انتقال و بخش آخر توزیع را شامل می‌شود که هر کدام مدیران تخصصی مربوط به خود را دارند. نیروگاه همدان با مدیریت تولید برق حرارتی کشور همکاری دارد.

جمشیدی با توجه افزایش ناگهانی دما درکشور و کاهش شدید بارندگی‌ها گفت: کاهش ۴۴ درصدی بارش در منجر به افزایش ۴۰ درصدی مصرف برق شد که دلیل آن استارت چاه‌های آب کشاورزی در فروردین ماه سال جاری بود . این چاه‌ها همیشه در اواخر اردیبهشت وارد مدار می‌شدند. وی ادامه داد: در بخش کشاورزی نزدیک به ۲۰۶ درصد افزایش مصرف برق داشتیم و ۱۱ هزار مگاوات تولید برق آبی داریم که با کاهش بارندگی‌ها و کاهش آب پشت سدها نزدیک به ۳۵۰۰ هزارمگاوات الی۴ هزار مگا وات تولید برق را از دست دادیم. جمشیدی افزود: افزایش

ناگهانی دما و کاهش بارندگی باعث اختلال توزیع برق در کل کشور شد. از آنجا که این موضوع با امنیت کشور ارتباط مستقیم داشت، مدیران صنعت برق نباید اجازه می‌دادند این اتفاق بیفتد بر همین اساس خاموشی‌ها بر اساس پیک مصرف استان‌ها قرار داده شد و در دیسپاچینگ ملی پیک‌ها محاسبه و بر اساس آن خاموشی‌ها را در کشور اعلام شد. مدیر عامل شرکت توزیع برق استان همدان در خصوص تولید هزار مگاواتی تولید برق نیروگاه شهید مفتح گفت: مصرف برق استان از هزار مگا وات،۷۵۰ مگا وات است و مابقی تولید در اختیار دیسپاچینگ ملی کشورقرار می‌گیرد و به رینگ اصلی شبکه تولید برق برمی‌گردد. خوشبختانه در حال حاضر با توجه به خنک تر شدن دما و صرفه جویی مردم مصرف پیک روزانه به ۶۹۷ مگا بایت و مصرف شبانه به ۷۳۰ مگاوات رسیده است.

اختصاص ۱۰۰ مگا وات برق برای اماکن ضروری

جمشیدی ادامه داد: ما علیرغم مشکلات موجود در زمان اعمال خاموشی‌ها، برق بیمارستان‌ها، پایگاه‌های نظامی، مناطق امنیتی و چاه‌های آب قطع نشدند و از سهمیه برقی که در اختیار استان قرار داده شده بود ۱۰۰ مگا وات آن به این مراکز اختصاص داده شد که امنیت و سلامت مردم حفظ شود و خوشبختانه هیچ گونه خاموشی در این مراکز نداشتند. وی ادامه داد: تمام تلاش پرسنل ما بر این بود که فروپاشی در شبکه توزیع ایجاد نشود و علیرغم همه بی‌مهری‌های صورت گرفته از سوی مردم،بحران پیش آمده را صبورانه مدیریت شد.

۷۰ درصد از شبکه برق جنوب استان فرسوده است

مدیرعامل شرکت توزیع برق استان همدان گفت: ۳۰ تا ۳۵ درصد از شبکه برق استان همدان فرسوده است که از این ۳۰ درصد ۷۰ درصد مربوط به جنوب استان است. جمشیدی با اشاره به اینکه تا کنون ۱۲۵۰ متقاضی به ادارات اجرایی ما جهت دریافت خسارت مراجعه کرده اند، گفت: برای جبران خسارات ۲ منبع پرداختی وجود دارد. یک بخش آن از قبضوض مردم بابت بیمه دریافت می‌گردد و بخش دیگر را خود وزارت خانه پرداخت می‌کند. وی ادامه داد: سرقت از کابل‌های مسی برق در استان به دلیل برخورد قاطعانه دستگاه قضا کاهش قابل توجهی داشته است. جمشیدی با اشاره به بالا بودن قیمت کابل مسی گفت: شرکت توزیع برق کابل‌های آلومینیومی روکشدار را جایگزین کابل‌های مسی کرده است که خوشبختانه در سال گذشته ۲۵۰ کیلومتر و امسال ۵۰۰ کیلومتر در استان از آن استفاده شده است. مدیرعامل شرکت توزیع برق استان گفت: در استان همدان ما هیچ مزرعه ارز دیجیتالی مجوزدار نداریم و هرکسی که در این حوزه کار می‌کند عملکردش کاملا غیرقانونی است. وی ادامه داد: ۶۳ مزرعه رمز ارز در استان کشف شد که ۳۹۱ ماینر درآن فعالیت داشته‌اند. میزان برق مصرفی آنها ۱ مگاوات بود که بابت این مقدار از برق مصرفی ۴ و نیم میلیارد تومان خسارت باید پرداخت کنند.

مدیر علمی سازمان مدیریت صنعتی استان آذربایجان شرقی:

ایران تک رویداد صنعتی و رقابتی در غرب و شمال غرب کشور است

آذربایجان شرقی - ماهان فلاح: مدیر اجرایی سازمان مدیریت صنعتی آذربایجان شرقی گفت: هفتمین دوره طرح رتبه بندی و معرفی برترین شرکت های غرب و شمال غرب کشور سیزدهم مرداد ماه سال جاری در تبریز برگزار می شود. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، جواد جهانگیر در نشست با خبرنگاران اظهار کرد: معرفی شرکت های برتر یاد شده با مشارکت اتاق بازرگانی تبریز برگزار می شود. وی با اشاره به شاخص های انتخاب شرکت های برتر ادامه داد: رشد و بازدهی، اثربخشی در بازارهای بین المللی، اشتغالزایی و استفاده هوشمندانه از دارایی های شرکت از شاخص های انتخاب شرکت های برتر است.

ابراهیمی: با آموزش راه توسعه را می توان نشان داد

نایب رییس اتاق بازرگانی تبریز نیز در این نشست گفت: اتاق با سلاح و صلاح روز باید بتواند از واحدهای صنعتی، تولیدی و مراکزی که برای تعالی کسب و کار فعالیت می کنند، حمایت کند و برای تحقق این هدف تلاش می کند. ابوالفتح ابراهیمی ادامه داد: با آموزش راه توسعه را می توان نشان داد و در اقتصاد کشور مثمر ثمر واقع شد، طرح رتبه بندی شرکت های برتر شمال غرب و غرب کشور نیز رقابتی در افزایش بیلان، رشد شرکت ها، اشتغال زایی، صادرات و شایسته سالاری ایجاد کرده است.

باقرزاده: توسعه با افزایش ظرفیت های مدیریتی محقق می شود

مدیر علمی سازمان مدیریت صنعتی استان آذربایجان شرقی و دبیر

علمی هفتمین دوره طرح رتبه بندی و معرفی برترین شرکت های منطقه غرب و شمال غرب کشور نیز در تشریح طرح "ایران تک"، گفت: ایران تک رویداد صنعتی و رقابتی در غرب و شمال غرب کشور است که جایگاه مدیران و شرکت ها را نشان می دهد و راهی را که باید طی کنند تا از رقبای خود عقب نمانند و این موضوع زمینه مقایسه و رقابت بین شرکت ها را فراهم می کند. مجید باقرزاده با اشاره به نقش و جایگاه مدیریت در توسعه کشور، گفت:اگر ظرفیت های مدیریتی افزایش یابد بسیاری از نقاط ضعف برطرف و توسعه ممکن می شود، چون توسعه با افزایش ظرفیت های مدیریتی محقق و مسیر تعالی دادن کسب و کار هموار می شود.

دیباور: ۵۳۰ شرکت از ۱۰ استان کشور در طرح ایران تک ثبت نام کردند

مدیر روابط عمومی و توسعه خدمات سازمان مدیریت صنعتی آذربایجان شرقی نیز اظهار کرد: طرح ایران تک در راستای مسئولیت اجتماعی این سازمان از سال ۹۱ شروع شروع و تاکنون ۶ دوره برگزار شده است. احمد اکبری دیباور افزود: بیش از ۵۳۰ شرکت در این دوره از انتخاب برترین شرکت های تولیدی و صنعتی ثبت نام کردند که در ۲۴ گروه ارزیابی و داوری و در نهایت از هر گروه یک شرکت به عنوان برترین معرفی می شوند. اکبری دیباور اضافه کرد: این تعداد شرکت از ۱۰ استان آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، زنجان، مرکزی، قزوین، کرمانشاه، همدان، کردستان و گیلان ثبت نام کردند. وی در خصوص سه مزیت اصلی ایران تک گفت: روش‌شناسی (ترکیب روش های فرایند گرا و نتیجه گرا)، رایگان بودن این طرح که حتی یک ریال از شرکت ها دریافت نکردیم و حفظ و امانت داری از اسرار شرکت ها سه مزیت اصلی ایران تک محسوب می‌شود. احمد اکبری دیباور تصریح کرد: هزینه‌ی کامل برگزاری این رویداد برعهده سازمان مدیریت صنعتی آذربایجان شرقی است و در همین راستا سال گذشته ۴۸۰ میلیون تومان و امسال نیز حدود ۶۰۰ میلیون تومان هزینه برگزاری ایران تک خواهد بود.

توجه به رونق معیشت ساکنان جزایر خلیج فارس

لایروبی بندرگاه لارک با همکاری سپاه

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان گفت: لایروبی بندرگاه جزیره لارک در راستای ایفای مسئولیت های اجتماعی سازمان بنادر و رونق بخشی به معیشت ساکنان جزایر خلیج فارس با همکاری نیروی دریایی سپاه در حال انجام است.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان ، «علیرضا محمدی کرجی ران» با اشاره به توجه ویژه سازمان بنادر نسبت به رونق بخشی اقتصاد محلی و توسعه مناطق ساحلی کمتر برخودار از جمله جزایر خلیج فارس اظهار داشت: توسعه زیرساخت‌های بندری و حمل و نقل دریایی علاوه بر اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه، تأثیر قابل توجهی در بهبود معیشت و زندگی ساحل‌نشینان و ساکنان جزایر خلیج فارس خواهد داشت. وی اضافه کرد: در همین راستا فاز نخست لایروبی بندرگاه لارک از جمله بنادر غیرملکی سازمان بنادر با حجم ۶۰ هزار متر مکعب در سال ۹۶ از محل اعتبارات استانی توسط اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان اجرا شد. کرجی ران افزود: فاز دوم لایروبی این بندرگاه در سال ۹۹ از محل اعتبارات استانی با حجم ۶۷ هزار متر مکعب توسط گروه مهندسی شهدای خلیج فارس نیروی دریایی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی شروع شد که تاکنون ۴۲ هزار متر مکعب از آن به انجام رسیده است.

وی تصریح کرد: انجام لایروبی تا عمق ۳,۱- متر نسبت به تراز CD (سطح تراز آب) و اتمام عملیات فاز دوم به حجم ۱۲۰هزار مترمکعب، معضلات و مشکلات تردد ساکنین جزیره لارک و انتقال مصالح و مواد اولیه مرتفع و نیاز فعلی جزیره لارک در بحث تردد دریایی را برطرف می کند. مدیرکل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان با بیان اینکه بندر لارک شامل حوضچه، بازوی اصلی و فرعی، دایک ساحلی جنوبی و شرقی است

که در شمال جزیره ساخته شده است، گفت: عملیات احداث این بندرگاه در اواخر دهه ۱۳۷۰ شمسی توسط معاونت توسعه و ساخت فرودگاه ها، بنادر و راه آهن وزارت راه و ترابری وقت آغاز و در سال ۱۳۸۴ به بهره برداری رسید. این در حالی است که تا قبل از سال ۱۳۹۶ و حضور سازمان بنادر در توسعه بندرگاه این جزیره، هیچ گونه لایروبی در این بندرگاه صورت نگرفته بود.

بازدید سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از مرکز بهره برداری خطوط لوله گاز گرگان و تاسیسات تقویت فشار گاز قلعه جیق

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی الدین مفخمی سرپرست منطقه ۹ با حضور در مرکز بهره برداری گرگان و تاسیسات تقویت فشار گاز قلعه جیق ضمن بازدید، با همکاران این ایستگاه و مرکز بهره برداری دیدار و گفت‌وگو کرد. مفخمی در بازدید از مرکز بهره برداری خطوط لوله گاز گرگان در دیدار با همکاران این مرکز، ضمن قدردانی از تلاش های آنان در راستای پایداری جریان گاز، با اشاره به رگبارهای ناگهانی و سیل خیز بودن منطقه در فصول اتی خصوصا در بستر رودخانه های خروشان، بر دقت و حساسیت بیشتر در فعالیت ها و پروژه های ایمن سازی جهت جلوگیری از خطرات ناشی از سیل و آب بردگی برای خطوط لوله گاز تاکید کرد. وی در ادامه به پایش و شناسایی نقاط حادثه خیز در مسیرهای خط لوله اشاره کرد و احداث ابنیه فنی را موجب افزایش ضریب اطمینان حفظ و نگهداری خطوط لوله عنوان کرد. سرپرست منطقه ۹ همچنین در بخش دیگری از سخنان خود ضمن تاکید بر امادگی ماشین آلات و تجهیزات منطقه جهت مقابله با شرایط بحران به انجام ارزیابی ریسک فعالیتها و اجرای ایمن عملیات‌های مهم از جمله پیگرانی وتعمیرات خطوط اشاره کرد سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در ادامه، از تاسیسات تقویت فشار گاز قلعه جیق بازدید به عمل آورد و در جمع همکاران این ایستگاه با توجه به فعال نبودن تاسیسات، به آمادگی همکاران در صورت نیاز تاکید کرد و افزود: همکاران این تاسیسات با تجارب خوب و بالایی که دارند می توانند به عنوان یک واحد پشتیبان در منطقه عمل کنند وشرایط فعلی که تاسیسات غیر فعال می باشد توصیه کرد اتاق کار همکاران را به اتاق فکر کارشناسان مجرب تبدیل کنند وبا نظرات و پیشنهادات خود، ایده های نوینی را در این بخش و سایر تاسیسات به منطقه ارائه دهند ضمن

اینکه آمادگی لازم برای در سرویس قرار دادن ایستگاه در هر شرایط را نیز داشته باشند. در این بازدیدها، مفخمی ضمن تشکر از واحد های عملیاتی مرکز بهره برداری خطوط لوله گرگان و تاسیسات تقویت فشار قلعه جیق و واحد های پشتیبانی در جمع همکاران حاضر و پرسنل ضمن معرفی خود، اقدامات انجام شده و پیشنهادات، نظرات، مسائل و مشکلات مربوطه را بیان کردند.

پیش بینی هوایی بسیار گرم برای استان در هفته جاری

لزوم اعمال مدیریت مصرف برق بیش از گذشته

رشت- خبرنگار فرصت امروز: دکتر محمد اسماعیل هنرمند مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گیلان ضمن تشکر از همراهی مردم شریف استان، بر لزوم اعمال راهکارهای مدیریت مصرف برق تاکید کرد. هنرمند اظهار داشت: باتوجه به پیش بینی های سازمان هواشناسی طی هفته جاری هوایی بسیار گرم و شرجی را در استان گیلان شاهد خواهیم بود و به طبع آن نیاز مصرف برق در گیلان افزایش خواهد یافت . وی تاکید کرد: با توجه به گرمای زودرس هوا، کاهش نزولات جوی و کاهش تولید برق در نیروگاههای برقابی ، استخراج غیرمجاز رمزارزها و... صنعت برق کشور با شرایط ویژه ای مواجه شده است و مصرف برق نسبت به سال گذشته در استان بیش از ۲۶ درصد افزایش یافته است. مدیرعامل توزیع برق گیلان گفت: ساعت پیک مصرف در استان در روز ۱۲ الی ۱۸ و در شب ۲۰ الی ۲۴ می باشد و مشترکین محترم می توانند با اعمال راهکارهای ساده از جمله قرار دادن درجه کولر روی ۲۵ درجه (دمای آسایش)، عدم استفاده از لوازم برقی پرمصرف در ساعات اوج مصرف، خاموش کردن لامپ های اضافی و استفاده حداکثری از روشنایی روز و... از خاموشی های احتمالی جلوگیری کنند. هنرمند به پویش مردمی مدیریت کولرها اشاره کرد و افزود: در این پویش نیاز است مردم شریف استان بین ساعت ۲ تا ۳ بعد ازظهر به مدت ۱۵ دقیقه کولرهای خودرا در خانه یا محل کار خاموش کنند و با این کار ۲۰درصد مصرف برق کاهش پیدا می کند. وی تاکید کرد: هیئت وزیران بخشنامه ای را تصویب کردند که بر اساس آن ادارات می بایست ۵۰درصد مصرف انرژی برق خود را کاهش دهند و اگر این صرفه جویی توسط ادارات انجام نشود شرکت توزیع برق ملزم به قطع برق این ادارات میباشد که از ابتدای سال و براساس رصد دقیق صورت پذیرفته بوسیله کنتورهای هوشمند، برق ادارات پرمصرفی که این بخشنامه را رعایت نکرده اند با هماهنگی استانداری قطع شد. مدیرعامل توزیع برق گیلان تصریح کرد: بمنظور جلوگیری از آسیب جدی و فروپاشی شبکه و تاسیسات صنعت برق، جداول مدیریت اضطراری بار و خاموشی های نوبتی بصورت سراسری در نظر گرفته شده تا از مشکلات و خاموشی های چندین روزه مشترکین پیشگیری شود و برای اطلاع مردم شریف استان از طریق سایت اینشرکت به آدرس www.gilanpdc.ir و اپلیکیشن "برق من" در دسترس می باشد.

نکات عصب‌شناسی برای تعامل بهتر با مشتریان

راهکارهای جلب وفاداری مشتریان از زبان عصب‌شناسان

به قلم: دونا وبر
کارشناس موسسه Springboard Solutions
ترجمه: علی آل‌علی

گاهی اوقات مشتریان درست در لحظه‌ای که انتظار خرید یا موافقت با پیشنهادهای بازاریابی را دارید، به شدت با شما مخالفت می‌کنند. شاید این امر اغلب اوقات یک اتفاق یا بدبیاری تلقی شود، اما امروزه عصب‌شناس‌ها دلایل علمی و منطقی برای توضیح آن دارند. در واقع در چنین مواقعی نه پای شانس و اقبال، بلکه ساز و کارهای درونی مغز انسان در میان است.

بسیاری از بازاریاب‌ها و کارآفرینان در زمینه جلب نظر مشتریان به برندشان و ایجاد نوعی وفاداری مشکلات عمیق دارند. نکته جالب اینکه عصب‌شناس‌ها برای این مسئله نیز دلایل منطقی و جالبی دارند. هدف اصلی در این مقاله بررسی مشکل جلب وفاداری مشتریان به برند از منظر دستاوردهای علم عصب‌شناسی است. در ادامه برخی از نکات مهم در این رابطه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

اهمیت اولین برخورد مشتریان با برندها

هر برندی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و جلب نظرشان فقط یک بار شانس دارد. این امر در قالب برخورد اولیه توضیح داده می‌شود. اگر نخستین تجربه تعامل مشتریان با برند شما مناسب و قابل ملاحظه باشد، به احتمال زیاد روند موردنظر برای مدت زمانی طولانی ادامه پیدا می‌کند.

مهمترین احساساتی که مشتریان در برخورد با برندها پیدا می‌کنند، عصبانیت و عدم اطمینان است. دلیل این امر می‌تواند تجربه‌های نامناسب قبلی باشد. نکته مهم در این میان تلاش برای پرهیز از انتقال چنین احساساتی به مخاطب هدف است. اگر شما همین نکته ساده را مدنظر داشته باشید، به طور خودکار وفاداری بالایی از سوی مشتریان دریافت خواهید کرد.

وقتی مشتریان برخورد اولیه مناسبی با برند شما دارند، ساختار ذهنی‌شان به دنبال یک پشتیبان مهم برای بهبود شرایط موردنظر نیز هست. به عبارت ساده، شما باید یک نکته مهم و کلیدی در پی تعامل اولیه با مخاطب هدف‌تان در دست داشته باشید. این امر می‌تواند یک تخفیف مناسب یا حتی ثابت کردن کیفیت بالای محصولات‌تان باشد. اینطوری ساختار ذهنی فرد موردنظر به خوبی با کسب و کار شما هماهنگ خواهد شد.

احساس پشیمانی مشتری

خرید هر محصولی همراه با ریسک پشیمانی است. بسیاری از مشتریان درست در دقیقه ۹۰ یک خرید به این فکر می‌افتند و شاید به خاطر همین حس قید یک معامله را بزنند. این امر حتی در عرصه B۲B و معاملات بزرگ نیز به چشم می‌خورد.

سیستم عصبی انسان در همه شرایط در تلاش برای کاهش فشارهای روانی است. یکی از مهمترین فشارهای روانی در فرآیند خرید شامل پشیمانی از عمل موردنظر است. بنابراین یک واکنش طبیعی از سوی انسان‌ها تلاش برای سختگیری یا حتی پرهیز از خریدهای مختلف تا جای ممکن است.

مهمترین اقدامی که یک برند در شرایط موردنظر باید انجام دهد، تلاش برای مطمئن ساختن مخاطب هدف از خدمات پس از فروش است. این امر نقش مهمی در اطمینان مشتریان به برند و وفاداری‌شان دارد. اگر برند شما خدمات پس از فروش مناسبی داشته باشد، به راحتی هرچه تمام‌تر نظر مساعد مشتریان را جلب خواهید کرد. این امر در ذهن مشتریان احساس اطمینان نسبت به امکان بازگشت هزینه خریدشان در صورت بروز هر مشکلی را خواهد داشت.

نزدیکی شناختی

هرچه شناخت برندها از مشتریان و بالعکس بیشتر باشد، امکان به سرانجام رسیدن یک معامله بیشتر خواهد شد. بسیاری از برندها برای بهبود این امر راهکارهای مختلفی را در پیش می‌گیرند. نکته مهم در این میان تلاش برای معرفی ماهیت کسب و کار به سادگی هرچه بیشتر است.

وقتی یک کسب و کار به سادگی هرچه تمام‌تر در معرض شناسایی مشتریان قرار داشته باشد، تمایل افراد برای همکاری با برند موردنظر به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند. این امر گارد اولیه افراد برای پرهیز از المان‌های غریبه را کاهش می‌دهد.

اینکه یک برند بیشتر در قالب یک دوست صمیمی برای مشتریان ظاهر شود، کمک شایانی به نزدیک‌شناختی خواهد کرد. بنابراین شما به عنوان کارآفرین باید همیشه این نکته مهم را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید مشکلات‌تان در زمینه تعامل با مشتریان ادامه‌دار شود.

منبع: customerthink.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
| دوشنبه | ۲۸ تیر ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۲۴ | صفحه ۸ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

چگونه کیفیت سئوی محتوای بازاریابی‌مان را تضمین کنیم؟

به قلم: الکس کریس
کارشناس سئو و موسس آژانس بازاریابی Reliable Soft
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریاب‌ها همیشه به دنبال راهکارهایی برای تولید محتوای بازاریابی با توجه ویژه به سئو هستند، با این حال اغلب اوقات در مسیر چنین فعالیتی با شکست مواجه می‌شوند. بسیاری از برندها در عمل نه تنها توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان را ندارند، بلکه مشکلات عمده‌ای در این راستا نیز پیش روی‌شان قرار می‌گیرد. همین امر موجب ناتوانی مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.

هدف اصلی ما در این مقاله بررسی برخی از تکنیک‌ها برای تضمین کیفیت سئوی محتوای شما در فرآیند بازاریابی است. این امر امکان جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران را به شما می‌دهد. امروزه اگر یک برند بهترین محتوای بازاریابی را نیز داشته باشد، در صورت بی‌توجهی به حوزه سئو شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریانش نخواهد داشت. دلیل این امر عدم مشاهده محتوای موردنظر از سوی کاربران است. وقتی محتوای شما به دست کاربران نرسد، چطور باید انتظار تعامل و جلب نظرشان را داشت؟

اگر شما هم از ناکامی در زمینه بازاریابی و مدیریت سئو خسته شده‌اید، مقاله کنونی مخصوص شماست. ما در ادامه به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن کمک خواهیم کرد. این کار شما را بدل به برندی مورد علاقه برای مشتریان خواهد کرد. در ادامه برخی از نکات مهم در این راستا را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. بهینه‌سازی محتوا برای باکس پاسخ‌ها

جست‌وجو در گوگل یکی از لذت‌بخش‌ترین کارهای دنیاست. دلیل این امر امکان یافتن نتایج بسیار دقیق است. گاهی اوقات کاربران حتی سوالات‌شان را در این موتور جست‌وجو تایپ می‌کنند. الگوریتم گوگل در این صورت به دنبال دقیق‌ترین جواب‌های ممکن می‌رود. اگر شما تمایل به دیده شدن برندتان در میان پاسخ‌های احتمالی برای کاربران دارید، باید محتوای‌تان را برای باکس پاسخ‌ها آماده کنید.

باکس پاسخ‌ها از سوی گوگل برای ارائه جواب‌های درست و برتر طراحی می‌شود. کاربران با سرچ کردن سوالات‌شان به طور معمول با چنین باکسی مواجه می‌شوند. به عنوان مثال، اگر شما درباره طرز تهیه یک ساندویچ مطلبی را جست‌وجو کنید، یک باکس پاسخ با ساده‌ترین شیوه درست کردن ساندویچ موردنظرتان را خواهید داشت.

مهمترین نکته در طراحی محتوای بازاریابی برای قرار گرفتن در باکس موردنظر مربوط به جواب دادن به سوالات خاص است. شما با جواب دادن به سوالات عمومی هرگز در باکس موردنظر قرار نمی‌گیرید. امروزه کاربران بیش از هر زمان دیگری سوالات خاص و منحصر به فرد را از برندها مطرح می‌کنند. این امر به معنای ضرورت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

استفاده از مطالعات صورت گرفته در رابطه با سوالات پرتکرار در میان کاربران در حوزه‌های خاص به شما برای طراحی محتوا به منظور پاسخگویی به سوالات موردنظر کمک خواهد کرد. شما با این کار به بهترین شکل ممکن مورد توجه الگوریتم گوگل قرار خواهید گرفت.

نکته بعد در رابطه با طراحی محتوا برای قرار گرفتن در باکس جواب‌ها مربوط به استفاده از لیست مشخص و کوتاه است. اگر پاسخ شما شامل یک لیست از کارها باشد، خیلی راحت‌تر در باکس گوگل قرار می‌گیرد. دلیل این امر تمایل کاربران برای پیدا کردن جواب‌شان به کوتاه‌ترین شکل ممکن است. اگر شما در این میان به جای نگارش محتوای طولانی به یک فهرست جمع و جور توجه نشان دهید، شانس بسیار بیشتری برای موفقیت خواهید داشت.

۲. تقویت لینک‌دهی داخلی سایت به مطالب مهم

کاربران در صورت مطالعه یک مطلب در سایت شما انگیزه بالایی برای مشاهده دیگر مطالب مرتبط‌تان خواهند داشت. این امر اغلب اوقات به دلیل دشواری های مربوط به پیدا کردن مطلبی مرتبط مورد بی‌توجهی کاربران قرار می‌گیرد. اگر شما سیستم خوبی برای لینک‌دهی و ایجاد ارتباط درونی میان مطالب مختلف سایت‌تان داشته باشید، توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد.

وقتی یک سایت لینک‌دهی درونی برای محتوای مختلفش دارد، گوگل توجه بسیار بیشتری به آن خواهد کرد. دلیل این امر تمایل گوگل برای ارائه پاسخ‌های دقیق و دارای جواب‌های جانبی دیگر به کاربران است. یکی از گزینه‌های مناسب برای جواب‌های جانبی مربوط به دیگر مطالب سایت است. حالا اگر سایت شما سیستم لینک‌دهی مناسبی نداشته باشد، شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

اگر شما در تلاش بری لینک‌دهی به مطالب مناسب‌تان هستید، باید همیشه میزان بازدید از محتوای سایت‌تان را مدنظر داشته باشید. این امر به شما برای پیشنهاد کردن بهترین مطالب سایت به مشتریان کمک می‌کند. همچنین باید ارتباط موضوعی میان محتواهای مختلف را نیز مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید هیچ شانسی برای تعامل با مخاطب هدف‌تان پیدا نکنید. بدون تردید هر کاربری با مشاهده پیشنهاد مطالب غیرمرتبط به هنگام مطالعه یک مقاله حتی انگیزه‌اش را برای تمام کردن محتوای جاری نیز از دست خواهد داد. بنابراین شما باید در این راستا بسیار هوشمندانه عمل نمایید، در غیر این صورت وضعیت‌تان به شدت دشوار خواهد شد.

ارزیابی کیفیت لینک‌دهی داخلی سایت در بازه‌های زمانی مشخص مهمترین کمک را به شما خواهد کرد. اگر شما ماهانه این امر را مدنظر قرار دهید، کیفیت لینک‌دهی درونی سایت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود پیدا خواهد کرد. همچنین امکان رفع مشکلات مربوط به لینک‌های خراب و از کار افتاده نیز فراهم می‌شود. شما به طور کلی هر چقدر حواس‌تان بیشتر به وضعیت لینک‌دهی درونی سایت‌تان باشد، کیفیت سئو بیشتری را تجربه خواهید کرد و کاربران رضایت بیشتری از تعامل با شما خواهند داشت.

۳. توجه به کپشن برای عکس‌ها

امروزه برندهای مختلف از عکس‌های گوناگون برای سایت و همچنین اکانت‌شان در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. اگر شما در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال استفاده از مزیت محتوای بصری هستید، باید همیشه به اضافه کردن کپشن به آنها دقت کنید، در غیر این صورت یک عکس به تنهایی هیچ جذابیتی برای کاربران نخواهد داشت. اغلب اوقات کاربران اطلاعات درستی درباره یک عکس بدون توضیحات جانبی ندارند. درست به همین خاطر تمایل‌شان برای تعامل با شما در طول زمان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

برندهای بزرگ همیشه از کپشن برای عکس‌های‌شان در حوزه بازاریابی استفاده می‌کنند. شاید این امر بسیار ساده و ابتدایی به نظر برسد، اما تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی وضعیت سئو برندها دارد. شما هر وقت در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلی مواجه شدید، باید ارزیابی دوباره کپشن‌های‌تان را مدنظر قرار دهید. بسیاری از برندها در شبکه‌های اجتماعی همیشه این مشکل را دارند. درست به همین خاطر توانایی بسیار اندکی از خودشان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نشان می‌دهند.

بدون تردید نگارش کپشن برای محتوای بصری یکی از کارهای سخت در دنیا محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان ضرورت الگوبرداری از نمونه‌های موفق بازاریابی است. اگر شما عملکرد برندهای بزرگ در زمینه انتخاب کپشن برای محتوای بصری‌شان در شبکه‌های اجتماعی یا سایت‌شان را مدنظر قرار دهید، ایده‌های بسیار خوبی دستگیرتان خواهد شد. به این ترتیب دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به مشکلات طراحی کپشن برای برند نخواهد بود.

بسیاری از کسب و کارها برای تهیه عکس‌های مناسب هیچ ایده‌ای ندارند. شاید این امر چندان مهم تلقی نشود، اما در صورت استفاده از عکس دیگران بدون مجوز امکان مواجهه با مشکلات کپی‌رایت را خواهید داشت. بهترین ایده در این میان تلاش برای استفاده از عکس‌های رایگان و استاک است. این امر مشکلات کپی‌رایت را به طور کامل حل و فصل خواهد کرد. همچنین اغلب اوقات تماس با عکاس موردنظر امکان اخذ اجازه برای استفاده از اثرش بدون نیاز به پرداخت هزینه را در پی خواهد داشت. بنابراین هیچ مشکلی پیش روی شما برای این مسئله نخواهد بود.

۴. استفاده استراتژیک از کلیدواژه‌ها

استفاده از کلیدواژه‌ها کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در محتوای بازاریابی‌شان شمار بالایی از کلیدواژه‌ها را مدنظر قرار می‌دهند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار جذاب و کاربردی به نظر برسد، اما سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. شما نیازی به استفاده از چندین کلیدواژه در کنار هم را ندارید، بلکه استفاده از ۲ تا ۵ کلیدواژه برای هر پست کافی خواهد بود. نکته مهم در این میان پیدا کردن کلیدواژه‌های مناسب با ماهیت محتوای بازاریابی‌تان است. اگر شما به خوبی از پس این کار بربیایید، مسیر سئو محتوا برای کسب و کارتان هموار خواهد شد.

امروزه بسیاری از پلتفرم‌ها در زمینه اطلاع‌رسانی به کاربران و برندها درباره کلیدواژه‌های برتر فعالیت دارند. بهترین نمونه در این میان ابزار گوگل کی ورد (Keyword) است. این ابزار به شما برای تحلیل کلیدواژه‌های مختلف و انتخاب بهترین نمونه‌ها کمک خواهد کرد. بنابراین نیازی برای تحمل دردسرهای مختلف در این رابطه نخواهد بود. شما علاوه بر این نکته امکان استفاده از گزارش‌های منظم شبکه‌های اجتماعی را نیز خواهید داشت.

شبکه‌های اجتماعی به طور مداوم گزارش‌های دقیقی برای اکانت‌های تجاری منتشر می‌کنند. شما در صورت تبدیل اکانت برندتان به نمونه تجاری امکان استفاده رایگان از چنین گزارش‌هایی را خواهید داشت. اگر محتوای یک ماه اخیر برندتان در شبکه‌های اجتماعی بازخورد مناسبی از سوی کاربران دریافت کرده باشد، شما به ساده‌ترین شکل ممکن امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. معنای ضمنی این امر کاربرد بالای کلیدواژه‌های مورد استفاده‌تان است. بنابراین نیازی برای تغییر مسیر وجود نخواهد داشت. در عوض اگر شما مسیر را اشتباه طی کرده باشید، به احتمال زیاد آمارهای برندتان در شبکه‌های اجتماعی چندان تعریفی نخواهد داشت. این امر به مثابه یک زنگ خطر برای برندتان عمل می‌کند. شما با تجدیدنظر در وضعیت برندتان امکان تجدیدنظر در وضعیت بازاریابی و مدیریت سئو خود را خواهید داشت.

۵. فعال‌سازی کامنت‌ها

اگر برند شما در شبکه‌های اجتماعی امکان درج کامنت از سوی کاربران را مسدود کند، یکی از شانس‌های اصلی برای تعامل با آنها را از دست خواهید داد. بسیاری از مشتریان تمایل به درج کامنت و اظهارنظر درباره محتوای بازاریابی برندها دارند. اگر شما در این میان به چنین نکته مهمی توجه نشان ندهید، مشتریان یکی پس از دیگری برندتان را ترک خواهند کرد. همچنین در جست‌وجوی درون شبکه‌های اجتماعی نیز رتبه برندتان به طور قابل ملاحظه‌ای افت خواهد کرد.

درج کامنت از سوی کاربران به طور مداوم امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد. این امر به دلیل امکان آگاهی از نظرات کاربران و تعامل با آنها براساس ایده‌های جذاب و تازه است. وقتی شما از نظرات کاربران اطلاع دقیقی داشته باشید، شانس تعامل با آنها به ساده‌ترین شکل ممکن را نیز پیدا خواهید کرد. شاید این مر در نگاه نخست بسیار سخت و دشوار به نظر برسد، اما پس از مدت زمانی بدل به گزینه جذاب و هیجان‌انگیزی برای برندتان خواهد شد.

بدون تردید نظرات کاربران همیشه درباره برندتان مثبت نیست. گاهی اوقات مشتریان از یک اتفاق یا نحوه برخورد از سوی برند شما ناراضی هستند. در این صورت اغلب کاربران نارضایتی موردنظر را در قالب کامنت نشان می‌دهند. اگر شما امکان درج کامنت در حساب رسمی‌تان در شبکه‌های اجتماعی را مسدود سازید، به زودی دیگر هیچ شانسی برای تعامل با مشتریان نخواهید داشت.

باز گذاشتن امکان درج کامنت از سوی کاربران ایده بسیار جذابی محسوب می‌شود. به ویژه اگر کسب و کار شما رابطه خوبی با مشتریان داشته باشد. این امر از نقطه نظر سئو برای کسب و کارتان نکته بسیار مهمی محسوب خواهد شد. بنابراین هرگز فکر مسدودسازی بخش کامنت را هم نکنید.

یکی از نکات بسیار مهم در زمینه تعامل با کاربران در قالب کامنت مربوط به پاسخگویی سریع به آنهاست. اگر مشتریان درباره یکی از محصولات یا برخی از خدمات برندتان سوالی را طرح کرده‌اند، باید خیلی سریع به آن جواب دهید، در غیر این صورت شاید تمام فرصت‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود. امروزه کاربران حوصله زیادی ندارند. بنابراین اگر شما جواب سوالات‌شان را خیلی سریع ندهید، به دردسر عجیبی خواهید افتاد.

۶. بهبود خوانایی محتوا

توجه به وضعیت خوانایی محتوا برای هر برندی اهمیت دارد. اساسی‌ترین کار در این میان تلاش برای استفاده از قالبی مناسب در سایت رسمی و همینطور فونت معمولی است. اگر شما در این راستا ایده‌های عجیب و غریبی را مدنظر قرار دهید، به سرعت با مشکلات اساسی مواجه خواهید شد. بنابراین سعی کنید دقیقا مثل یک برند عادی عمل نمایید.

استفاده از جملات ساده و بدون ابهام برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود رتبه سئو سایت مهم است. برخی از برندها به طور مداوم از اصطلاحات تخصصی کسب و کارشان در محتوای بازاریابی استفاده می‌کنند. این امر نه تنها تاثیری بر روی جلب نظر کاربران ندارد، بلکه آنها را خیلی سریع و راحت نسبت به برندتان ناامید خواهد ساخت.

کاربرد زبان ساده و خودمانی برای تعامل با کاربران فقط یک ایده بازاریابی خوب نیست، بلکه در زمینه سئو نیز کاربرد دارد. اگر کاربران سایت شما را ساده و از نظر فهم محتوا استاندارد قلمداد کنند، شهرت‌تان در بازار به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. بنابراین مشکلی در زمینه جلب نظر کاربران پیش روی کسب و کار شما نخواهد بود. به علاوه موتورهای جست‌وجو مثل گوگل نیز این ویژگی مهم را مدنظر قرار می‌دهند. به این ترتیب رتبه سئو برند شما به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود پیدا خواهد کرد.

اگر کسب و کار شما نسبت به میزان خوانایی محتوای بازاریابی‌اش شک و تردید دارد، بهترین راهکار در این میان درخواست از برخی کارمندان به منظور پیش مطالعه محتوای سایت است. این امر امکان ارزیابی دقیق از میزان خوانایی محتوای شما و همچنین وضعیت قالب سایت را فراهم می‌کند. اگر همه چیز از این مرحله به خوبی و خوشی عبور کند، شما کاملا آماده اجرای کمپین بازاریابی‌تان با سئو عالی خواهید بود.

بدون تردید تعامل با مخاطب هدف یکی از کارهای سخت و دشوار در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به تکنیک‌های سئو برای بهبود در دسترس بودن محتوای بازاریابی برند است. شما با استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله امکان ارتقای کیفیت سئو محتوای بازاریابی‌تان را خواهید داشت. اینطوری دست‌کم تعداد کاربران بسیار بیشتری محتوای بازاریابی برند شما را مشاهده خواهند کرد.

منبع: contentmarketinginstitute.com