

یادداشت

تورم به کام ثروتمندان

وحید شقاقی شهری اقتصاددان

دهه ۹۰ دهه فرصت‌سوزی در اقتصاد ایران بود و دهه تشدید فشار بر عموم مردم شد. در این دهه میانگین رشد اقتصادی ایران به صفر رسید و میانگین تورم در محدوده ۲۴ درصد و میانگین رشد انباشت سرمایه به منفی ۲.۵ درصد رسید. در دهه ۹۰ ضریب جینی به عنوان یکی از شاخص‌های نابرابری از ۵.۳۶ در سال ۱۳۹۰ به ۴۱ در سال ۱۳۹۹ رسید و در این مدت ۳۴ درصد نیز درآمد سرانه ایرانی‌ها افت کرد و در سه ساله اخیر در مجموع ۱۱۵ درصد تورم را تجربه کردیم. میانگین تورم در دهه ۹۰ و در سال‌های اخیر به بیش از ۳۰ درصد رسید، به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۷ میزان تورم به ۳۸ درصد، در سال ۱۳۹۸ به ۴۱ درصد و در سال ۱۳۹۹ به ۳۶ درصد رسید که این فشار سنگین تورمی بر دوش توده مردم بود. نظامات اقتصادی بازتولید ثروت در اقتصاد ایران، فلج است و کار نمی‌کند؛ سه نظام بانکی، مالیاتی و یارانه‌ای برای بازتولید ثروت و درآمد همه ایرانی‌ها کار…

فرصت امروز: ایران هم‌اکنون در گیرودار موج پنجم کروناست و تاخت و تاز «کرونا دلنا» یا همان ویروس هندی کرونا، بسیاری از شهروندان را به بیمارستان‌ها کشانده است. به گفته پزشکان و متخصصان بیماری‌های عفونی، سرعت انتقال «کرونا دلنا» تقریباً ۶۰ درصد بیشتر از سرعت انتقال «کرونا آلفا» یا همان ویروس انگلیسی کروناست و هر یک نفر مبتلا می‌تواند هشت نفر را درگیر کند. واکنسیناسیون کرونا هم انطور که باید و شاید در چند ماه گذشته انجام نشده و همین امر روند ابتلا به سویه‌های جهش یافته کرونا را دوچندان کرده است. آخرین نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) نشان می‌دهد ۴۱ درصد از مردم اصلا از روند واکنسیناسیون راضی نیستند. جالب آنکه حدود ۲۸ درصد پاسخگویان در این نظرسنجی گفته‌اند از بین واکنس ایرانی و خارجی ترجیح می‌دهند از واکنس داخلی استفاده کنند. در مقابل ۲۳ درصد واکنس خارجی را ترجیح می‌دهند. همچنین ۲۳ درصد گفته‌اند که اصلا نوع واکنس برای‌شان فرقی نمی‌کند و ۱۷ درصد هم گفته‌اند که اصلا مایلمی به تزریق واکنس کرونا ندارند.

ایران در حال حاضر در شرایطی با امواج «کرونا دلنا» دست و پنجه نرم می‌کند که این سویه کرونا قوی‌تر از سویه‌های پیشین است و همین امر سختی و دشواری کنترل این وضعیت را دوچندان می‌کند. در همین حال، نهاد پژوهشی مجلس در یک گزارش به بررسی وضعیت بروز و شیوع موج چهارم کووید-۱۹ در ایران پرداخته و انطور که گزارش داده است، شهرستان‌های نازنجی و قرمز در اسفندماه و فروردین ماه از ۶۳ شهرستان به ۲۸۶ شهرستان افزایش یافته‌اند.

تغییرات اقلیمی در جهان جای امنی باقی نگذاشته است، اما سازگاری با این شرایط می‌تواند از تاثیر مخرب آن بکاهد. به گزارش «اکنونیست»، در سال ۱۷۴۵ زمانی که سیل جاری شده از رودخانه لیفی، خانه اموندن برک را ویران کرد، برای او که در حال پایه‌ریزی اندیشه محافظه‌کاری مدرن بود، منبع الهامی در یادداشت‌هایش شد. او در نوشتارهای بعدی خود از این تجربه الهام گرفت و تأکید کرد که می‌توان از یک ویرانی وحشتناک لذت برد، به شرط آنکه از فاصله مطمئنی آن را تماشا کنید. با این وجود، برای رویت تصویری که طی هفته‌های گذشته از سراسر جهان پخش می‌شود، جای امنی برای تماشا وجود ندارد. شهر ارفنتشتات آلمان همچون تکه دستمالی بر روی آب شناور شد؛ لیتن در بریتیش کلمبیا یک روز پس از آنکه عنوان پرشاب‌ترین بالارتنگی هوا را ثبت کرد، آتش گرفت و در شهر ژنگزو چین، اتومبیل‌ها همچون ماهیان روی آب ناشی از سیل، شناور شدند. اکنون تمام جهان خود را در معرض خطر می‌بیند؛ خطری که برای بسیاری رخ خواهد داد. انتشار گازهای گلخانه‌ای سبب شده است که دمای سیاره زمین یک درجه از روزهای پیش از انقلاب صنعتی بالاتر رود و با ادامه این روند، شرایط در آینده بدتر نیز خواهد شد.

متاسفانه به نظر می‌رسد که سال ۲۰۲۱ به احتمال زیاد یکی

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

۶۵ درصد هزینه ماهانه شهروندان تهرانی صرف اجاره خانه می‌شود

سه‌م مسکن از هزینه زندگی



ایران موج چهارم کرونا را چطور پشت سر گذاشت؟

سرگردانی در امواج کرونا

به‌جای تصمیمات دارای ضمانت اجرایی!». البته علاوه بر این نقاط ضعف، مقابله با کرونا در سطح کشور با اشکالات دیگری ازجمله «ترکیب ناقص و فرآیندهای تصمیم‌گیری انحصاری در ستاد ملی مقابله با کرونا»، «ظرفیت پایین تست‌گیری» و «فرآیند کند واکنسیناسیون» نیز مواجه است.

براساس این گزارش، طبق آمارها تا تاریخ ۲۸ فروردین‌ماه ۱۴۰۰ در کشور حدود ۲میلیون و ۲۰۰هزار نفر به بیماری کرونا مبتلا شدند و بالغ بر ۶۶هزار نفر نیز بر اثر ابتلا به آن جان باخته‌اند. روند بروز بیماری از اسفندماه ۱۳۹۹ نشان می‌دهد که موارد جدید بیماری در نیمه دوم این ماه نسبت به نیمه اول آن حدود ۳.۷ درصد کاهش پیدا کرده و از ۱۱۴ هزار و ۹۶۵ نفر به ۱۱۰ هزار و ۶۱۲ نفر کاهش یافته است، ولی در نیمه اول فروردین‌ماه ۱۴۰۰ بار شد ۷ درصدی نسبت به نیمه دوم اسفندماه به ۱۱۸ هزار و ۶۰۹ نفر رسیده است. سپس میزان ابتلا در نیمه دوم فروردین‌ماه با یک جهش ۱۱۶ درصدی مواجه شد، به‌طوری که به ۲۵۶ هزار و ۳۳۶ نفر افزایش یافت. مرگ و میر کرونایی نیز در نیمه اول و دوم اسفندماه پارسال به ترتیب هزار و ۱۶۷ تن و هزار و ۶۱ تن و در واقع کاهش یافته بود، ولی در نیمه دوم فروردین‌ماه امسال نسبت به نیمه اول ماه مذکور حدود ۱۳۰ درصد افزایش یافت و از هزار و ۱۷۳ تن به ۲ هزار و ۶۹۴ تن رسید. تعداد مرگ‌میر در نیمه اول فروردین‌ماه نسبت به نیمه دوم اسفندماه هم حدود ۱۱ درصد افزایش داشته است.

تعداد مبتلایان روزانه در قله چهارم بیماری به‌شدت افزایش پیدا کرده و درحالی‌که هنوز به قله نرسیده است چند برابر بیشتر

دنیای ۳ درجه سانتی‌گراد جای امنی نیست

سازگاری با تغییرات اقلیمی

است و مردم به‌ وضوح نیاز به آن را حس می‌کنند. زمانی که کشوری روی سیستم‌های ضد سیل سرمایه‌گذاری می‌کند، پیش از هر چیز به نفع شهروندان خود عمل کرده است. از سویی شرکت‌ها و افراد نیز می‌توانند براساس نیاز به سازگاری با شرایط اقلیمی بر روی این مسائل سرمایه‌گذاری کنند و اگر از سرمایه‌گذاری ممانعت کنند، شرکت‌های بیمه تاگزیر از آنند که خطرات چنین امری را بسنجند. برخی از اقدامات برای سازگاری با شرایط به راحتی قابل اجرا هستند. در حال حاضر سیستم‌های هشدار سیلاب در آلمان بهبود پیدا کرده است، اما در این مسیر به سرمایه‌گذاری‌های عمومی گسترده‌تری نیاز است. کشورهای ثروتمند در تأمین چنین امکاناتی، تواناتر هستند، اما مردمان فقیر و کشورهای فقیر به کمک نیاز دارند. به همین دلیل است که توافقنامه آب‌هوایی پاریس خواستار انتقال سالانه ۱۰۰میلیارد دلار از سوی کشورهای ثروتمند به کشورهای فقیر شده است. کشورهای ثروتمند اما هنوز به وعده‌های خود عمل نکردند. در ۲۰ ژوئن جان کری، نماینده ویژه رئیس‌جمهور ایالات متحده در امور تغییرات آب و هوایی بار دیگر تأکید کرد که این کشور حمایت خود از کشورهای فقیر برای ارتقای سازگاری با شرایط اقلیمی را تا سال ۲۰۲۴ به برابر خواهد کرد و به رقم ۱.۳ میلیارد دلار خواهد رساند. بخشی از این اقدام در راستای افزایش سرمایه‌گذاری در

اساسنامه «صندوق‌های سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات» تصویب شد

یک ابزار جدید در راه بورس

اساسنامه «صندوق سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات» در سازمان بورس و اوراق بهادار تدوین شده است که با تدوین مقررات مرتبط به این صندوق‌ها، ابزار جدیدی در حوزه سرمایه‌گذاری ملک فراهم شده است. موضوع اصلی فعالیت «صندوق سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات»، جمع‌آوری وجوه از عموم، خرید و فروش دارایی‌های غیرمنقول، اجاره‌گیری و اجاره‌دهی دارایی‌های…

۴

آیا برجام در دولت رئیسی احیا می‌شود؟

۲ سناریوی برجامی در دولت سیزدهم

فرصت امروز: کمتر از دو هفته دیگر دولت سیزدهم به روی کار می‌آید و از جمله موضوعاتی که باید در اسرع وقت به آن بپردازد، تعیین تکلیف برجام است. با اینکه دولت دوازدهم در آخرین ماه‌های فعالیتش تلاش مضاعفی انجام داد تا برجام را احیا کند و شش دور مذاکرات سیاسی در قالب گفت‌وگوهای ایران با ۱+۴ در وین انجام شد، اما همانطور که حسن روحانی چندی پیش صراحتاً اعلام کرد، فرصت دستیابی به توافق از دولتش گرفته شده و این بدان معناست که پرونده مذاکرات احیای برجام دست‌کم در دولت دوازدهم بسته شده است…

۳

آزادسازی قیمت و واردات خودرو ضروری است

۵

مدیریت و کسب‌وکار

نشانه‌های مشتریانی که مناسب‌برندتان نیستند

چه زمانی باید مشتریان مان را کنار بگذاریم؟

تعامل با مشتریان و تلاش برای جلب نظرشان به برند برای هر کسب و کاری مهم است. این امر تفاوت میان برندهای مختلف را مشخص می‌سازد. اگر شما نسبت به جلب نظر مشتریان توجه نشان ندهید، به احتمال زیاد کسب و تالراتان در همان ماه‌های ابتدایی از بازار حذف خواهد شد. نکته جالب اینکه توجه بیش از اندازه به مشتریان و تلاش برای فروش محصولات به آنها نیز دردرساز است. گاهی اوقات برخی از مشتریان مناسب کسب و کار شما نیستند. شما در این وضعیت با تأکید بیش از اندازه بر روی فروش محصولات‌تان به آنها فقط خودتان را به دردرس خواهید انداخت. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از نکات مهم در رابطه با نشانه‌های…

۸

از قله‌های اولیه ابتلاست. به طوری که حداکثر تعداد مبتلایان روزانه در قله‌های اول، دوم و سوم بیماری به ترتیب ۳ هزار و ۱۰۰ نفر، ۳ هزار و ۵۰۰ نفر و ۱۴ هزار نفر بوده است، ولی در قله چهارم بیماری از مرز ۲۵ هزار نفر روزانه عبور کرده است.

۱۱ توصیه برای مقابله بهتر با موج کرونا

استان‌های کشور از نظر وضعیت ابتلای جمعیت به بیماری، در چهار دسته رنگ‌بندی قرمز (خطی پرخطر) نارنجی (پرخطر)، زرد (خطر متوسط) و آبی (کم‌خطر) قرار گرفته‌اند. در وضعیت زرد، مشاغل سطح ۴ تعطیل می‌شوند، در وضعیت نارنجی مشاغل سطح ۳ و ۴ و در وضعیت قرمز همه مشاغل، به‌جز مشاغل ضروری سطح ۱ تعطیل می‌شوند. همچنین خروج خودروهای بومی از شهرستان‌های نارنجی و قرمز و ورود خودروهای غیربومی به شهرستان‌های نارنجی و قرمز ممنوع شدند. مجموع شهرستان‌های نارنجی و قرمز در طول ماه‌های اسفند و فروردین از ۶۳ شهرستان به ۲۸۶ شهرستان افزایش یافته‌اند.

وضعیت بیماری در ایران در مقایسه با دنیا نشان می‌دهد تا ۴ اردیبهشت‌ماه امسال، ایران در بین ۱۴ کشور اول از لحاظ میزان ابتلا به کووید-۱۹ و در میان کشورهای با بیشترین مبتلا از نظر ابتلا به‌ازای هر یک میلیون نفر در رتبه یازدهم قرار گرفته است. این در حالی است که از نظر ابتلا در یک هفته منتهی به تاریخ فوق یعنی از روز ۲۹ فروردین تا چهارم اردیبهشت‌ماه در بین هفت کشور اول دنیا قرار گرفته است. ضمناً گرچه مجموع مبتلایان کشورهای روسیه، انگلستان، ایتالیا، اسپانیا، آلمان، آرژانتین، کلمبیا و لهستان از ایران بیشتر هستند، ولی در هفته منتهی به

زمینه‌سازگاری و مسئله مهاجرت در کشورهای در حال توسعه است. در این مسیر اما محدودیت‌هایی نیز وجود دارد. کار کردن با کم‌آبی ممکن است امکان‌پذیر باشد، اما بدون آب، کار کردن امکان‌پذیر نیست. فعالیت در خارج از خانه در برخی از سطوح دمایی و در حدی از رطوبت، غیرممکن است. با این وجود اگر هدف توافق پاریس برای افزایش دما کمتر از دو درجه سانتی‌گراد محقق شود، همه این محدودیت‌ها برطرف نخواهد شد. از سویی کاهش انتشار کربن ممکن است با سرعتی که به آن نیاز داریم، انجام نشود. بنا بر گفته برخی از محققان، سیستم آب و هوایی ممکن است از آنچه به نظر می‌رسد، حساس‌تر باشد و گرمای بیشتری به ازای هر تن کربن در جو ایجاد شود.

در چنین شرایطی، جذاب‌ترین و ترسناک‌ترین شکل سازگاری که همانا مهندسی ژنوماتیک خورشیدی نیز باید به شکلی محتاطانه مورد استفاده قرار گیرد. در توسل به این روش می‌توان ابرها یا لایه‌هایی را در اتمسفر ایجاد کرد که همچون آینه، نور خورشید را منعکس می‌کند. گرچه این روش نمی‌تواند یک راهکار مستقیم و حتمی در برابر گرمای ناشی از انتشار گازهای گلخانه‌ای باشد، اما تحقیقات انجام شده در ۱۵ سال گذشته نشان از آن دارد که مهندسی ژنوماتیک خورشیدی ممکن است به میزان قابل توجهی از آسیب‌های ناشی از گرم شدن زمین ممانعت کند.

چیزی که هنوز کسی از آن مطلع نیست آن است که چگونه چنین طرح‌هایی را می‌توان توسعه داد تا نه تنها منابع مجربان بلکه منافع تمامی کشورهایی که تحت تاثیر قرار می‌گیرند، تأمین شود. ممکن است کشورهای مختلف در پی میزان مشخصی از سرمایه هوا باشند که با یکدیگر متفاوت باشد. همزمان که به کارگیری مهندسی ژنوماتیک خورشیدی برای منطقه‌ای بیهمه و مطلوب است ممکن است برای نقطه‌ای دیگر مضر و آسیب‌رسان باشد. این در حالی است که هنوز یک پرسش، بی‌پاسخ مانده است: آیا اجرای چنین طرح‌های بلندپروازانه‌ای به کاهش انتشار کربن در آینده کمک خواهد کرد. پرداختن به مهندسی ژنوماتیک خورشیدی، نیازمند مواجهه با این دست مشکلات است و خطر آن وجود دارد که قدرت‌هایی که علاقه‌اندکی به این طرح‌ها دارند بدون در نظر گرفتن این ملاحظات، آنها را آزمایش کنند. این امر اما جنبه‌ای انسانی نیز دارد. ادوارد برک در مشاهده طغیان رودخانه لیفی دریافت که «لسان چقدر کوچک‌مان ذهن او چقدر بزرگ است. انسان آریاب همه چیز است و با وجود کوچکی می‌تواند به همه چیز فرمان دهد.» دستکاری بشریت در شرایط آب و هوایی که در ابتدا ناخواسته بود، همزمان نشان از قدرت و ناتوانی انسان دارد. این طبیعت نیست که انسان‌ها نمی‌توانند به آن فرمان دهند، بلکه آنها از فرمان دادن به خود عاجز هستند.

یادداشت

تورم به کام ثروتمندان

وحید شقاقی شهری
اقتصاددان

دهه ۹۰ دهه فرصت‌سوزی در اقتصاد ایران بود و دهه تشدید فشار بر عموم مردم شد. در این دهه میانگین رشد اقتصادی ایران به صفر رسید و میانگین تورم در محدوده ۲۴ درصد و میانگین رشد انباشت سرمایه به منفی ۲٫۵ درصد رسید. در دهه ۹۰ ضریب جینی به عنوان یکی از شاخص‌های نابرابری از ۵٫۲۶ در سال ۱۳۹۰ به ۴۱ در سال ۱۳۹۹ رسید و در این مدت ۳۴ درصد نیز درآمد سرانه ایرانی‌ها افت کرد و در سه ساله اخیر در مجموع ۱۱۵ درصد تورم را تجربه کردیم. میانگین تورم در دهه ۹۰ و در سال‌های اخیر به بیش از ۳۰ درصد رسید، به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۷ میزان تورم به ۳۸ درصد، در سال ۱۳۹۸ به ۴۱ درصد و در سال ۱۳۹۹ به ۲۶ درصد رسید که این فشار سنگین تورمی بر دوش توده مردم بود.

نظام‌ات اقتصادی بازتولید ثروت در اقتصاد ایران، فلج است و کار نمی‌کند؛ سه نظام بانکی، مالیاتی و یارانه‌ای برای بازتولید ثروت و درآمد همه ایرانی‌ها کار نمی‌کند و تنها در جهت منافع ثروتمندان حرکت می‌کند. در همه جای دنیا زمانی که تورم رخ می‌دهد، بار تورمی بر دوش ثروتمندان است و این سه نظام کلیدی (نظام بانکی، مالیاتی و یارانه‌ای) به درستی عمل می‌کنند، اما در ایران بار تورم بر دوش دهک‌های کم‌درآمد جامعه است. در ایران چه افرادی به جز ثروتمندان که دارای ارتباط، رانت و وثیقه‌های کلان هستند، می‌توانند به وام‌های کلان دسترسی داشته باشند؟ با توجه به تورم ۴۰درصدی و نرخ سود ۱۸ درصدی تسهیلات، در صورتی که فردی یک وام میلیاردی دریافت کند همین دریافت وام ۲۲ درصد سود برای این فرد به همراه دارد.

در ایران مالیات بر ثروت و مالیات بر درآمد وجود ندارد و این موضوع نیز باعث می‌شود تا رشد تورم به نفع ثروتمندان تمام شود و فردی که در ایران دارای چندین بنگاه و خانه و خودرو است، با افزایش تورم هر روز ثروتمندتر می‌شود و بار تورمی باز هم بر دوش دهک‌های کم‌درآمد جامعه خواهد بود. به آماری که در سال ۱۳۹۴ درخصوص خانوارهای ایرانی دهک سوم زیر خط فقر منتشر شده، نگاه کنید؛ در این تاریخ اعلام شد که ۳۴ درصد از خانوارهای ایرانی با معیار دهک سوم زیر خط فقر هستند و در صورتی که این آمار امروز به روز شود قطعاً این رقم به بیش از ۶۰ درصد افزایش خواهد یافت. در اقتصادی که نظام‌ات بازتولید ثروت و درآمد آن معیوب است، فشار تورمی تحریم‌ها و ضعف مدیریت اجرایی همه بر دوش دهک‌های کم‌درآمد آن است.

در دهه ۹۰ رکود بزرگی سراسر کشور را فراگرفت. میانگین رشد اقتصادی طی این سال‌ها صفر شد و هفت دهک درآمدی بیشترین هزینه را از حیث تحریم‌ها و چالش‌های اقتصادی تحمل کردند و می‌توان گفت که در این شرایط سخت تنها دو دهک بالای جامعه منتفع شدند. عملاً قدرت خرید ایرانیان در دهه ۹۰ به شدت افت کرد و نظام مالیاتی که باید در این مدت خوب عمل می‌کرد، تنها با هدف کسب درآمد فعالیت کرد و ماموریت بازتولید ثروت در آن مغفول ماند.

این در حالی است که در همه جای دنیا وظیفه اصلی نظام‌های مالیاتی، بازتولید ثروت در جامعه است. در کشورهایی که نظام مالیاتی آن به درستی کار می‌کند، فشار بر دوش ثروتمندان است و آنها باید نرخ‌های بالای مالیاتی را بپردازند. در ایران اما مالیات بر درآمد و ثروت وجود ندارد و ثروتمندان از تورم بالا لذت می‌برند. ضمن آنکه نظام بانکی و یارانه‌ای نیز در اختیار ثروتمندان است و این افراد از یارانه پنهان ۲۰ برابر بیشتر از دهک‌های پایین جامعه منتفع می‌شوند، زیرا از حامل‌های انرژی ارزان‌قیمت برای خودروها و خانه‌های خود بهره می‌برند.

عوامل متعددی در نرخ تورم و در اقتصاد کشور موثر هستند. بخشی از تورم حاصل رشد نقدینگی و بخشی دیگر حاصل بی‌انضباطی‌های مالی دولت است. ضمن آنکه تورم حاصل از کسری‌های بودجه دولت نیز کم نیستند، اما بخشی از تورم در اقتصاد کشور ساختاری است و به دلیل ضعف نظام بهره‌وری و مدیریت اقتصادی در کشور به وجود می‌آید. بخشی از علل تورم نیز به تورم وارداتی و تورم حاصل از نوسانات ارزی برمی‌گردد. عامل دیگری که در تورم موثر است، حاصل از انتظارات و نااطمینانی‌ها درخصوص آینده اقتصاد کشور است. واقعیت این است که سال ۱۴۰۰ در اقتصاد ایران یک سال میهم است. ما باید امیدوار باشیم که در آینده بخشی از تورم کنترل می‌شود، اما عوامل دیگر همچنان سرسر جای خود باقی است و در صورتی که خواستار کنترل تورم هستیم و می‌خواهیم تورم را مهار کنیم، فارغ از بحث انتظارات تورمی باید عوامل دیگر تورم را نیز مهار کنیم، اما آن‌گونه که شرایط اقتصادی ایران نشان می‌دهد، بحث انتظارات حاصل از بی‌اعتمادی‌ها از آینده اقتصاد ایران کاهش پیدا کرده است.

درخصوص کاهش انتظارات تورمی مردم هرچند این بخش از تورم در حال فروکش کردن است، اما همچنان عوامل دیگری مانند رشد نقدینگی و بی‌انضباطی‌های مالی دولت، تورم وارداتی و تورم ساختاری پابرجاست و اگر خواستار کنترل تورم هستیم باید به علل ساختاری و ریشه‌های دیگر تورم نیز بها داده شود. البته کنترل این بخش تنها می‌تواند مقدار کمی روی تورم تاثیرگذار باشد، اما عوامل ساختاری این حوزه همچنان بر سر جای خود باقی است. در حال حاضر، نوع سیاست‌گذاری دولت سیزدهم و مذاکرات احیای برنامه مطرح است و در کنار این موارد، موضوع کرونا نیز هست. از طرفی ضعف نظام بهره‌وری، ضعف نظام تولید و توزیع و ضعف نظام مالی و بودجه‌ای دولت و مسائل ساختاری همچنان بر سر جای خود باقی است و تا زمانی که این علل ساختاری موجود است نمی‌توان انتظار داشت تورم مهار شود.

براساس برآوردهای مرکز آمار ایران، امسال کسری تراز عملیاتی حدود ۴۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد بود و دولت و مجلس در لایحه بودجه پیش‌بینی کرده‌اند که با فروش اوراق و سهام شرکت‌های دولتی و امسوال و دارایی‌های دولت تامین مالی کنند و با توجه به اینکه بازار سرمایه در حال حاضر کشتش لازم را ندارد مطمئناً این کسری بودجه پابرجا خواهد بود و می‌تواند منجر به بی‌انضباطی مالی و کسری بودجه شود که یکی از عوامل مهم افزایش نرخ تورم در سال جاری خواهد بود. اگر منابع بلوکه شده ایران آزاد نشود و بی‌انضباطی مالی همچنان باقی بماند و دولت درخواست منابع مالی از بانک مرکزی و سایر بانک‌ها داشته باشد و برداشت ریالی از صندوق توسعه ملی ادامه پیدا کند، بحث رشد نقدینگی که ریشه اصلی تورم است، ادامه پیدا می‌کند و تورم بیشتری را از این مسیر به اقتصاد ایران تحمیل خواهند کرد.

۶۵ درصد هزینه ماهانه شهروندان تهرانی صرف اجاره خانه می‌شود

سهم مسکن از هزینه زندگی



زندگی ایرانی را بیرون کشید، سهم مسکن از هزینه زندگی است. به گفته مرجع آماری کشور، هزینه سالانه یک خانوار شهری در سال گذشته به ۶۲ میلیون و ۱۳۹ هزار تومان رسیده است که از افزایش ۳۱ درصدی هزینه خانوارهای شهری نسبت به سال قبل از آن حکایت دارد. از این مبلغ بیش از ۱۶ میلیون تومان هزینه مواد خوراکی و دخانی شده و بالغ بر ۴۶ میلیون تومان از هزینه‌های خانوار، سهم هزینه‌های غیرخوراکی شده است.

در میان هزینه‌های خوراکی، گوشت و نان و غلات هر کدام با سهم ۲۱ درصدی بالاترین سهم از هزینه‌های خوراکی را به خود اختصاص داده‌اند و میوه‌ها و سبزی‌ها با سهم ۱۹ درصدی از این هزینه‌ها در جایگاه بعدی هزینه‌های خوراکی قرار گرفته است.

اما در میان هزینه‌های غیرخوراکی خانوارهای شهری، بالاترین سهم به مسکن، سوخت و روشنایی تعلق دارد که ۵۰ درصد از هزینه‌ها را تشکیل می‌دهد. حمل و نقل و ارتباطات و بهداشت و درمان نیز به ترتیب با سهم ۱۳ درصدی و ۱۲ درصدی از هزینه‌های غیرخوراکی خانوار شهری در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

البته وضعیت خانوارهای روستایی اندکی متفاوت است. چنانکه به گفته مرکز آمار، متوسط هزینه خانوارهای روستایی در سال گذشته به ۳۴ میلیون و ۶۷ هزار تومان رسیده است که نسبت به سال قبل آن ۳۰٫۵ درصد رشد را تجربه کرده است. از این مبلغ بیش از ۱۳ میلیون و ۶۴۵ هزار تومان هزینه مواد خوراکی و دخانی شده و بالغ بر ۲۰ میلیون تومان از هزینه‌های خانوار روستایی سهم هزینه‌های غیرخوراکی شده است. در میان هزینه‌های مربوط به کالاهای خوراکی نیز نان و غلات و فرآورده‌های آنها ۲۵ درصد از کل هزینه خوراکی‌ها را به خود اختصاص داده است.

گوشت با سهم ۲۱ درصدی و میوه و سبزی‌ها با سهم ۱۷درصدی در رتبه‌های بعدی هزینه‌های خوراکی قرار گرفته‌اند.

اما در بخش هزینه‌های غیرخوراکی خانوارهای روستایی، مسکن همچنان بیشترین سهم را به خود اختصاص داده و سهم مسکن از هزینه‌های غیرخوراکی ۲۲ درصد است؛ حمل و نقل و ارتباطات با ۲۰ درصد و بهداشت و درمان با ۱۶ درصد، رتبه‌های بعدی سهم از کل هزینه

زندگی ایرانی را بیرون کشید، سهم مسکن از هزینه زندگی است. به گفته مرجع آماری کشور، هزینه سالانه یک خانوار شهری در سال گذشته به ۶۲ میلیون و ۱۳۹ هزار تومان رسیده است که از افزایش ۳۱ درصدی هزینه خانوارهای شهری نسبت به سال قبل از آن حکایت دارد. از این مبلغ بیش از ۱۶ میلیون تومان هزینه مواد خوراکی و دخانی شده و بالغ بر ۴۶ میلیون تومان از هزینه‌های خانوار، سهم هزینه‌های غیرخوراکی شده است.

اما در میان هزینه‌های غیرخوراکی خانوارهای شهری، بالاترین سهم به مسکن، سوخت و روشنایی تعلق دارد که ۵۰ درصد از هزینه‌ها را تشکیل می‌دهد. حمل و نقل و ارتباطات و بهداشت و درمان نیز به ترتیب با سهم ۱۳ درصدی و ۱۲ درصدی از هزینه‌های غیرخوراکی خانوار شهری در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

البته وضعیت خانوارهای روستایی اندکی متفاوت است. چنانکه به گفته مرکز آمار، متوسط هزینه خانوارهای روستایی در سال گذشته به ۳۴ میلیون و ۶۷ هزار تومان رسیده است که نسبت به سال قبل آن ۳۰٫۵ درصد رشد را تجربه کرده است. از این مبلغ بیش از ۱۳ میلیون و ۶۴۵ هزار تومان هزینه مواد خوراکی و دخانی شده و بالغ بر ۲۰ میلیون تومان از هزینه‌های خانوار روستایی سهم هزینه‌های غیرخوراکی شده است. در میان هزینه‌های مربوط به کالاهای خوراکی نیز نان و غلات و فرآورده‌های آنها ۲۵ درصد از کل هزینه خوراکی‌ها را به خود اختصاص داده است.

گوشت با سهم ۲۱ درصدی و میوه و سبزی‌ها با سهم ۱۷درصدی در رتبه‌های بعدی هزینه‌های خوراکی قرار گرفته‌اند.

اما در بخش هزینه‌های غیرخوراکی خانوارهای روستایی، مسکن همچنان بیشترین سهم را به خود اختصاص داده و سهم مسکن از هزینه‌های غیرخوراکی ۲۲ درصد است؛ حمل و نقل و ارتباطات با ۲۰ درصد و بهداشت و درمان با ۱۶ درصد، رتبه‌های بعدی سهم از کل هزینه

معاون وزیر راه و شهرسازی مطرح کرد

خواب بازار مسکن در ۶۰ درصد محله‌های تهران

کرده، با واقعیت‌های بازار مسکن این شهر همخوانی ندارد. از سوی دیگر، در حالی که قرار بود «به‌زودی» تحولات بازار مسکن از سوی معاونت مسکن و ساختمان منتشر شود، اما در فاصله ۱۰ روز مانده به پایان عمر دولت حسن روحانی خبری از محقق شدن این وعده محمودزاده نیست.

او همچنین روز گذشته در گفت‌وگویی با «ایسنا» با بیان اینکه «از ۳۹۹ محله تهران در ۲۵۰ محله اصلاً معامله‌ای انجام نمی‌شود»، گفت: «حتماً اگر تلاطمی در بازارهای موزای ایجاد شود، اثراتش در بازار مسکن کمتر خواهد بود و ثبات از واکنش‌های فعلی این بازار قابل انتظار است.»

محمود محمودزاده ادامه داد: «در خردادماه اعلام شد متوسط قیمت مسکن در تهران ۳ درصد افزایش یافته؛ در حالی که از ۳۹۹ محله پایتخت در ۲۵۰ محله اصلاً معامله‌ای صورت نگرفته است. یعنی در حدود ۶۰ درصد محلات حتی یک قرارداد هم امضا نشده است. از ۴۰ درصد مابقی هم در بعضی محله‌ها فقط شاهد انعقاد یکی دو فقره قرارداد خرید و فروش بوده‌ایم. بنابراین ارائه داده‌های قیمتی از چنین بازاری اشتباه است و به همین دلیل از سال ۱۳۹۸ اعلام کردیم این شیوه را قبول نداریم.»

به گفته وی، «قیمت‌های اعلامی براساس متوسط نرخ معاملات ارائه می‌شود در حالی که معاملات بسیار کاهش یافته است. نمی‌شود وقتی در یک محله دو فقره معامله صورت می‌گیرد همان را ملاکی برای اعلام متوسط آن محله در نظر گرفت.»

معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی با اشاره به ۵۱۰۲ فقره قرارداد خرید و فروش مسکن طی خردادماه ۱۴۰۰ در تهران گفت: «وقتی می‌خواهید آمار ارائه دهید باید جامعه آماری شما عدد قابل توجهی باشد تا بتوان آن را تسری داد، اما زمانی که در یک ماه به طور مثال، هزار معامله انجام می‌شود و در ماه بعد ۵۰ معامله، نتیجه

در حالی حدود ۱۰ روز به پایان عمر دولت دوازدهم باقی مانده که معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی نتوانسته وعده اعلام متوسط قیمت مسکن را محقق کند. به طوری که از تیرماه سال گذشته تا مردادماه امسال وزارت راه و شهرسازی تنها یک بار گزارش متوسط قیمت مسکن را منتشر کرده است. یعنی معاونت مسکن و ساختمان در ۱۳ ماه اخیر، گزارش متوسط قیمت مسکن آبان‌ماه ۹۹ را منتشر کرد که آن هم با واکنش‌های فراوانی روبه‌رو شد.

به گزارش «تسنیم»، محمود محمودزاده معاون وزیر راه و شهرسازی در نشست خبری ۲۲ آذرماه سال گذشته دستور عدم انتشار تحولات بازار مسکن را به «تغییر رویکرد در معرفی اقتصاد بازار مسکن» تعبیر کرد و گفت: «از مردادماه ۹۹ وزارت راه و شهرسازی به دلیل تکمیل اطلاعات درخصوص متوسط قیمت بازار مسکن، اطلاعات ماهانه شهر تهران را منتشر نکرد. ملاک تعیین متوسط قیمت مسکن که توسط بانک مرکزی، وزارت راه و مرکز آمار ایران منتشر می‌شود، حاصل معاملات کل رهگیری بود. این در حالی بود که فقط متوسط قیمت تهران در این گزارش‌ها استخراج می‌شد.

بعد از مصوبه دولت در ستاد ملی کرونا مبنی بر لزوم ثبت همه معاملات مسکن در سامانه کدرهگیری این امکان به وجود آمد تاقیمت متوسط همه استان‌ها را داشته باشیم.»

او با بیان اینکه به دنبال آن هستیم در انتشار آمار بازار مسکن به یک ادبیات مشترک برسیم، به متوسط قیمت برخی شهرها از جمله اهواز (متوسط قیمت ۲۳ میلیون تومان) اشاره کرد و گفت: «یکی از دلایل افزایش متوسط قیمت مسکن در خوزستان، ورود خارجی‌ها از ملیت‌های مختلف به بازار مسکن و خرید واحدهای مسکونی است.»

در همین حال، برخی کارشناسان و فعالان بازار مسکن، آمار ارائه شده از سوی معاون وزیر راه و شهرسازی را نادرست دانسته و نسبت به آن واکنش نشان دادند. به اعتقاد آنها، آماری که معاون وزیر راه و شهرسازی به خصوص درباره متوسط قیمت مسکن شهر اهواز اعلام



کدام شهرها در مصرف برق رکورد زدند؟

مصرف برق در مرز هشدار

معاون هماهنگی توزیع برق توانیر از افزایش مصرف برق در کشور به خصوص در دو استان تهران و البرز خبر داد و گفت متاسفانه مصرف برق از ۴ هزار و ۸۰۰ مگاوات تعیین شده، عبور کرده و در مرز هشدار قرار گرفته است.

غلامعلی رخشانی مهر درخصوص میزان مصرف برق کشور در تعطیلات شش روزه ادامه داد: به دنبال افزایش دمای هوا در بیشتر مناطق کشور و نیاز مردم به استفاده از وسایل سرمایشی که بیشترین مصرف برق را به خود اختصاص می‌دهند، روند مصرف برق به مرحله خطرناک رسیده است. در حال حاضر مشترکان استان‌های تهران و البرز مصرف بیشتری از برق داشته‌اند و این تعطیلات هم مصرف برق را کاهش نداده است. همچنین مصرف برق شبانه کشور نیز روندی صعودی به خود گرفته است.

به گفته معاون توزیع برق توانیر، در حال حاضر استان‌های کرمان، یزد، مرکزی و اردبیل مصرف برق مطلوبی دارند، ولی بقیه استان‌های کشور مصرف بالایی دارند که ممکن است این مصرف بالا خاموشی در پی داشته باشد.

روحانی: مشکلات خوزستان باید طبق دستور رهبری حل و فصل شود

رئیس جمهور با اشاره به بحران کم‌آبی در استان خوزستان گفت بخشی از مشکلات در این استان کم شده است و حل و فصل مسائل خوزستان طبق دستور دیروز رهبری باید ادامه پیدا کند.

حسن روحانی در هشداد و چهارمین برنامه افتتاح طرح‌های ملی وزارت نیرو پس از استماع گزارش وزیر نیرو از سفر به خوزستان، گفت: برای همه ما مردم خوزستان و خود خوزستان دارای ابعاد و اهمیت ویژه‌ای است؛ خوزستان سرزمین زرخیز و استان مرزی و بسیار مهم ما است و مردم خوب این سرزمین همواره مدافع خوبی از ایران اسلامی و مردم خود بوده‌اند.

او ادامه داد: این روزها مشکلاتی برای زندگی مردم استان خوزستان از لحاظ آب و شدت گرمای موجود را شاهدیم که این شدت گرما موجب کم شدن ورودی سدهای آب‌ها شده و در مجموع مردم مشکلاتی پیدا کردند که بخشی از این مشکلات کم شده است. با حضور آقای جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهوری، وزیر نیرو و سایر مسئولان امیدوارم بقیه مشکلات در روزهای آینده تخفیف یابد و مسائلی که نسبت به خوزستان باید حل و فصل شود، طبق دستوری که دیروز مقام معظم رهبری داده‌اند، ادامه پیدا کند.

روحانی در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به افتتاح تصفیه‌خانه آب در شهرستان‌های بابل، بابلسر و خلخال ادامه داد: آب آشامیدنی بعد از اکسیژن و هوا برای ما بسیار مهم است چون به سلامت و زندگی مردم وابسته است. یکی از خدمات بسیار خوبی که وزارت نیرو از آغاز دنبال کرده و در سال‌های اخیر به اطلاع مردم رسیده، این است که هر روز و هر هفته بخشی از کشور از آب سالم تصفیه شده استفاده می‌کنند که امیدوارم افتتاح هم‌زمان این تصفیه‌خانه‌ها برای مردم مازندران، اردبیل، سیستان و بلوچستان و چهارمحال و بختیاری مبارک باشد.

رئیس‌جمهوری با بیان اینکه مجموعاً در طول دولت‌های یازدهم و دوازدهم ۵۷ سد ملی، تکمیل و بهره‌برداری شده است، یادآور شد: از قبل و بعد انقلاب تا قبل دولت یازدهم ۱۴۴ سد در کشور وجود داشت که در این دو دولت ۵۷ سد به بهره‌برداری رسیده است و این سدها برای حفظ آب و خاک و در سیل هم برای حفظ جان مردم بسیار مهم است. این سدها برای کشاورزی، صنعت و آب‌آشامیدنی اهمیت فراوانی دارد.

او بعد از اعلام دستور بهره‌برداری از ۱۳ طرح نیروگاه تجدیدپذیر در ۹ استان، گفت: بسیار مهم است به سمت نیروگاه‌ها و امکانات تجدیدپذیری برویم که به سوخت و آب نیازی نداشته باشند و گرمای تابستان نه تنها تاثیر منفی روی آنها نگذارد بلکه تاثیر مثبت داشته باشد. همچنین در مجموع بتوانند هم به مردم از لحاظ نیازمندی‌ها به برق و هم به محیط زیست از لحاظ سلامت محیط زیست کمک کنند و در انرژی کشور موجب صرفه‌جویی شوند.

روحانی با بیان اینکه در کشور ما برخی نقاط نیروگاه‌های بادی و در بسیاری از نقاط و شاید همه نقاط نیروگاه‌های خورشیدی و همچنین نیروگاه‌های برقابی در مقیاس کوچک، فراوان داریم، یادآور شد: رودخانه‌ها می‌توانند نیروگاه‌های برقابی کوچک را به حرکت دریاورند. همه اینها می‌تواند در روزهای سخت کم‌برقی مفید باشد و در واقع کار بسیار ارزشمندی در حال انجام است.

رئیس‌جمهوری با اشاره به حضور معاون اول و وزرا در استان خوزستان، گفت: تلاش داریم تا مشکلات این استان حل شود. در سال ۹۹ بخش بزرگی از اعتبارات مربوط به آب‌رسانی به درفول، اندیمشک، شادگان، مسجدسلیمان، آبادان، خرمشهر، ایذه و باغملک بود که پرداخت شد، البته باید کارهای بیشتری انجام شود. در این دولت کار عظیمی برای توسعه کشاورزی در استان خوزستان انجام دادیم.

وی با بیان اینکه برای توسعه کانال کشی و زهکشی در استان خوزستان اقدامات مهمی انجام شد، ادامه داد: ۲۹۵ هزار هکتار زمین کشاورزی در استان خوزستان و بخشی در ایلام کانال کشی و زهکشی شد که تحولی بزرگ در کشاورزی خوزستان است.

روحانی با اشاره به اقدامات مهمی بزرگی در جنوب خوزستان شده است. در زمینه آب و فاضلاب خوزستان نیز اقدامات مهمی در چندین سال اخیر انجام شده است. برای افتتاح چندین طرح فاضلاب، بنده شخصاً در استان خوزستان حضور یافته‌ام. طرح غدیر، آب‌آشامیدنی را از سد در به اهواز، خرمشهر و آبادان رساند. علی‌رغم همه تلاش‌ها، مشکلات این استان پایان نیافته است.

وی با تاکید بر اینکه کارنامه دولت‌های یازدهم و دوازدهم نسبت به خوزستان قابل قبول است، گفت: اگر امسال دچار خشکسالی که در ۵۰ سال اخیر بی‌نظیر است، نمی‌شدیم این مشکلات ایجاد نمی‌شد.

روحانی تصریح کرد: باید مشکلات مردم حل شود، اعتراض، حق روشن مردم است، تعداد اندک چند ۱۰ نفر را کنار می‌گذاریم، بقیه مردم اعتراض یعنی خواستند مشکلات کشاورزی، نخلستان‌ها و دام‌های‌شان حل شود؛ حق آنها بود. مسئولان نیز همه تلاش خود را به کار گرفتند.



اساسنامه «صندوق‌های سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات» تصویب شد

یک ابزار جدید در راه بورس

است، باید ۱۰۰ درصد مبلغ اسمی تمام واحدهای سرمایه‌گذاری ممتاز صندوق را نقدا به حساب بانکی صندوق در شرف تأسیس واریز کند. این صندوق‌ها با تأمین مبلغ واحدهای ممتاز توسط موسسین تأسیس شده و در مرحله پذیرهنویسی اقدام به تأمین حداقل سرمایه لازم جهت شروع فعالیت صندوق می‌کنند. حداقل سرمایه صندوق هزار میلیارد ریال است که از مبلغ مذکور حداقل ۱۰۰ میلیارد ریال در قالب واحدهای ممتاز بوده و باقی آنها واحدهای عادی خواهد بود.

دارنده واحدهای سرمایه‌گذاری ممتاز دارای حق حضور و حق رأی در مجامع صندوق است. از کارکن این صندوق شامل مدیر صندوق، متولی و حسابرس است. بنابراین انجام عملیات مربوط به بازارگردانی و تعهد پذیرهنویسی در خارج از ساختار ارکان و در قالب انعقاد قرارداد صندوق با اشخاص حقوقی واجد شرایط صورت می‌گیرد. اگر مستغلات تملک شده توسط صندوق مشتمل بر بیش از یک نوع کاربری باشند، مدیر بهره‌برداری صندوق باید برای بهره‌برداری از هر کدام از مستغلات صندوق با کاربری معین، پیمانکار دارای تخصص بهره‌برداری در همان نوع کاربری را معرفی کند.

براساس این گزارش، اساسنامه مربوط به این نوع از صندوق‌های سرمایه‌گذاری طوری تدوین شده است که صندوق به استثنای شش ماه اول شروع فعالیت صندوق و شش ماه مانده به اتمام فعالیت صندوق، ملزم به رعایت نصاب سرمایه‌گذاری حداقل ۶۰ درصد از دارایی‌های صندوق در دارایی‌های موضوع فعالیت اصلی صندوق، حداکثر ۳۵ درصد از دارایی‌های صندوق در سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار مرتبط با دارایی‌های مذکور (مانند اوراق مشارکت، استسناع، رهنی و اجاره واحدهای صندوق‌های زمین و ساختمان در پروژه‌های ساختمانی) و حداکثر ۵ درصد از کل دارایی‌های صندوق به سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌های ساختمانی است. مدیر صندوق می‌تواند مانده وجوه را در سپرده بانکی و گواهی سپرده

اساسنامه «صندوق سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات» در سازمان بورس و اوراق بهادار تدوین شده است که با تدوین مقررات مرتبط به این صندوق‌ها، ابزار جدیدی در حوزه سرمایه‌گذاری ملک فراهم شده است. موضوع اصلی فعالیت «صندوق سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات»، جمع‌آوری وجوه از عموم، خرید و فروش دارایی‌های غیرمنقول، اجاره‌گیری و اجاره‌دهی دارایی‌های غیرمنقول است. در این صندوق‌ها، عمده پرتفوی صندوق متمرکز بر سرمایه‌گذاری در دارایی‌های غیرمنقول است. مدیر صندوق نیز موظف است جهت بهره‌برداری از املاک و مستغلات تحت تملک صندوق، نسبت به معرفی شخص یا اشخاص حقوقی ذی‌صلاح تحت عنوان مدیر بهره‌برداری اقدام کند. البته دارایی‌های غیرمنقولی که صندوق تملک می‌کند، باید در ایران و گواهی پایان کار معتبر و سند رسمی داشته باشد. این املاک و مستغلات می‌تواند در قالب یکی از کاربری‌های مسکونی، تجاری، اداری، صنعتی و ورزشی باشند.

آنطور که رضا نوحی حفظ‌آباد، رئیس اداره امور صندوق‌های سرمایه‌گذاری سازمان بورس در گفت‌وگو با پایگاه خبری بازار سرمایه اعلام کرده، در این صندوق‌ها درآمدهای حاصل شده طی سال قابل تقسیم است و براساس مقررات حداقل ۹۰ درصد از درآمدهای دریافتی حاصل از اجاره دارایی‌های غیرمنقول و نیز سود دریافتی ناشی از سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار تحت تملک صندوق پس از کسر هزینه‌های صندوق بین سرمایه‌گذاران تقسیم می‌شود. دوره‌های تقسیم می‌تواند ماهانه، فصلی یا به صورت سالانه در نظر گرفته شود.

صندوق املاک چگونه شکل می‌گیرد؟

طبق توضیحات رئیس اداره امور صندوق‌های سرمایه‌گذاری سازمان بورس، «صندوق سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات» دارای دو نوع واحد سرمایه‌گذاری ممتاز و عادی است. به منظور تأسیس صندوق، حداقل سه شخص به عنوان موسسین که یکی از آنها مدیر پیشنهادی صندوق

مالیات جدید مسکن چگونه محاسبه می‌شود؟

مسکن زیر تیغ مالیات

به ارزش یک میلیارد تومان خریده و پس از دو سال آن به قیمت یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان فروخته شود، سودی که از این فروش حاصل شده معادل ۴۰۰ میلیون تومان است که مالیات آن براساس دو سال نگهداری ۳۷ درصد محاسبه می‌شود و باید ۱۴۸ میلیون تومان مالیات بپردازد. همچنین به جز مالیات بر عایدی سرمایه طبق بودجه سال جاری باید صاحبان خانه‌های لوکس که ارزش آنها بیش از ۱۰ میلیارد تومان باشد، تا بهمن سال جاری مالیات بپردازند. بر این اساس، نرخ مالیات سالانه این خانه‌های لوکس نیز به این شرح است: «نسبت به مازاد ۱۰ میلیارد تا ۱۵ میلیارد تومان؛ یک در هزار»، «نسبت به مازاد ۱۵ میلیارد تا ۲۵ میلیارد تومان؛ دو در هزار»، «نسبت به مازاد ۲۵ میلیارد تا ۴۰ میلیارد تومان؛ سه در هزار»، «نسبت به مازاد ۴۰ میلیارد تا ۶۰ میلیارد تومان؛ چهار در هزار» و «نسبت به مازاد ۶۰ میلیارد تومان به بالا پنج در هزار». از سوی دیگر، طبق ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم واحدهای مسکونی واقع در شهرهای با جمعیت بیش از ۱۰۰ هزار نفر که به استناد سامانه ملی املاک و اسکان به‌عنوان «واحد خالی» شناسایی شوند، از سال دوم به بعد مشمول مالیات معادل مالیات بر اجاره به این شرح خواهند شد: «سال دوم؛ معادل یک دوم مالیات متعلقه»، «سال سوم؛ معادل مالیات متعلقه» و «سال چهارم و به بعد؛ معادل یک و یک‌سوم» برابر مالیات متعلقه». در این زمینه، وزارت راه و شهرسازی سامانه املاک و اسکان را راه‌اندازی کرد تا وضعیت سکونت در خانه‌ها از لحاظ خالی بودن مشخص شود که طبق گفته مسئولان سازمان امور مالیاتی، در ماه جاری از اولین خانه خالی مالیات اخذ می‌شود.

همچنین از ابتدای این ماه مالیات‌ستانی از خانه‌های خالی کلید می‌خورد. به طوری که طبق اعلام رئیس کل سازمان امور مالیاتی نخستین مالیاتی که از خانه‌های خالی دریافت می‌شود در مردادماه و به اندازه نصف ارزش اجاره ماهانه آن خواهد بود. در این راستا، وزارت راه و شهرسازی برای شناسایی واحدهای خالی سامانه املاک و اسکان که اطلاعات واحدهای

بانکی یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار با درآمد ثابت سرمایه‌گذاری کند. «صندوق سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات» نمی‌تواند در زمین‌های بدون بنا یا دارای بنا با مستحقات غیرمتناسب با مساحت زمین سرمایه‌گذاری کند. ارزش‌گذاری دارایی‌ها توسط هیأت کارشناسی متشکل از حداقل سه کارشناس رسمی که باید با درخواست مدیر و انتخاب کانون یا مرکز مربوطه باشد، انجام شود.

تفاوت صندوق املاک با فروش متری مسکن

با توجه به اینکه ماهیت «صندوق سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات»، سرمایه‌گذاری در دارایی‌های غیرمنقول و با سرمایه ثابت است، اشخاص حقوقی دارای مجوز سبگردانی معتبر یا ناشران بورسی یا فرابورسی در صنعت انبوه‌سازی، املاک و مستغلات مجاز به ارائه تصدی سمت مدیریت صندوق بوده و پس از ابلاغ مقررات مربوطه می‌توانند نسبت به تأسیس صندوق فوق اقدام کنند. امکان افزایش سرمایه در این صندوق‌ها نیز وجود دارد.

همچنین با توجه به افزایش شدید قیمت مسکن به ویژه در سال‌های گذشته به منظور حفظ قدرت خرید خانوارها و نیاز به ایجاد امکان خرید تدریجی یک مسکن کامل، دو راهکار اصلی در بورس تعبیه شده است تا براساس سازوکار آن بتوان به شکل متری و با سرمایه اندک در مسکن سرمایه‌گذاری کرد. اولین راهکار که مقدمات آن تا حدود زیادی فراهم شده است و در مرحله نهایی شدن قرار دارد، اوراق سلف استاندارد مسکن است که این مسیر در کنار ایجاد امکان تأمین مالی ساندزه از سرمایه‌های خرد، هم‌زمان امکان خرید متری واحدهای ساختمانی را بیش از ساخت برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند. دومین راهکار نیز «صندوق‌های سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات» است که از طریق آن امکان خرید متری ساختمان‌های آماده و در حال بهره‌برداری مسکونی، اداری و تجاری فراهم می‌شود.

مسکونی کشور در آن درج می‌شود را از بهمن ماه ۱۳۹۸ رونمایی و مردادماه ۱۳۹۹ اجرایی کرد و به این سامانه وظیفه دیگری هم علاوه بر شناسایی خانه‌های خالی محول شد که شناسایی محل سکونت خانوار است و طبق قانون هر خانواری می‌تواند یک اقامتگاه دائمی در شهر محل سکونت و یک اقامتگاه فرعی در شهری غیر از محل سکونت داشته باشد که این موارد مشمول مالیات نمی‌شوند اما مازاد بر آن اگر هر واحدی داشته باشد مشمول مالیات می‌شود. همچنین اگر این افراد واحدهای بیشتری داشته باشند اما خالی نباشند مشمول مالیات نخواهد شد.

براساس اعلام وزارت راه و شهرسازی، تمامی مردم از روز پنجشنبه (۱۹ فروردین ۱۴۰۰) مکلف به ثبت املاک تحت تملک خود در سامانه املاک و اسکان به نشانی amlakmrudir شدند که این موضوع تا پایان شهریورماه ادامه خواهد داشت. طبق 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 دسته‌چک، پارانه و کمک معیشتی، تعویض پلاک خودرو، فروش اشیاء آب، برق، تلفن و گاز طبیعی و بسیاری دیگر از خدمات را صرفاً 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. بنابراین کسانی که املاک تحت تملک خود را در سامانه املاک و اسکان ثبت نکرده باشند، از بهره‌مندی از خدمات ذکرشده در بالا محروم می‌شوند.

از سوی دیگر، طبق آماري که محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی در ۲۶ تیرماه امسال ارائه کرد، تاکنون ۳ میلیون خانوار در سامانه جامع املاک و اسکان ثبت نام کرده‌اند، درحالی که برآوردها از وجود ۲۸ میلیون واحد مسکونی در کشور حکایت دارد. علاوه بر این، اواخر 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 و قرار است در مردادماه امسال مشمول مالیات واحدهای خالی از سکنه شوند.

نماگر بازار سهام

هدف نهایی استراتژی صنعت خودرو باید حمایت از مصرف کننده باشد

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران گفت استراتژی صنعت خودرو به عنوان یک نقشه راه عمومی می‌بایست به تصویب تمامی ارکان تصمیم‌گیرنده، اجرایی و مجلس به عنوان نهاد ناظر برسد و هدف نهایی حمایت از مصرف کننده باشد.

آرمان خالقی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: تعیین شرایط محدودکننده در طرح‌های فروش خودروسازان که مبتنی بر قرعه‌کشی است، از آنجایی ناشی می‌شود که تیراژ فعلی تولید قادر به تامین تقاضای بازار به طور کامل نیست، اما حذف این محدودیت‌ها می‌تواند به معنای کاهش تقاضا یا افزایش تیراژ تولید باشد.

وی در خصوص استراتژی کنونی صنعت خودرو و آینده این صنعت گفت: استراتژی مصوب برای صنعت خودرو وجود ندارد، اما می‌توان گفت وزارت صمت برنامه‌ای تحت عنوان نقشه راه برای صنعت خودرو نگاشته است. باید ببینیم که آیا این استراتژی برای دستگاه‌های بالادستی و قوه مقننه پذیرفتنی است.

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران افزود: استراتژی صنعت خودرو به عنوان یک نقشه راه عمومی می‌بایست از سوی تمامی ارکان تصمیم‌گیرنده و اجرایی اعم از قطعه‌سازان، خودروسازان، وزارت صمت، سازمان حمایت مصرف‌کننده و تولیدکننده و مجلس به عنوان نهاد بالادستی و ناظر مصوب شده و مورد تعهد این بخش‌ها باشد که تاکنون مشاهده نشده است.

خالقی بیان کرد: وزارت صمت اصولی را در دستور کار خود قرار داده، به ترتیبی که اجازه تاسیس خودروسازی جدید صادر نمی‌شود و تشکیل قطب سوم خودروسازی همچنان در هاله‌ای از ابهام به سر می‌برد.

وی تصریح کرد: در نهایت می‌بایست تعداد خودروسازان اصلی کشور، سطح حمایت از آنها و این موضوع که حمایت‌ها تا چه زمانی ادامه خواهد داشت و یا به شکل هوشمند و هدفمند خواهد بود، مشخص شود.

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران در ادامه گفت: برنامه‌هایی نظیر ارتقای کیفیت، ورود تکنولوژی و تعمیق داخلی‌سازی نیازمند هدف‌گذاری، زمان‌بندی و تعیین یک نهاد پاسخگو در قبال اجرای این برنامه‌ها یا وضع قانون در مجلس است.

خالقی در پایان خاطرنشان کرد: هدف نهایی در نهایت می‌بایست حمایت از مصرف‌کننده در راستای برخورداری از خودروی باکیفیت و با قیمت مناسب باشد. حمایت از خودروساز صرفاً به منظور سرپا ماندن این صنعت و به شکلی غیرهدفمند و بدون محدودیت، علاوه بر اینکه نفعی برای مردم به عنوان مصرف‌کننده نهایی نخواهد داشت، چندان عقلانی به نظر نمی‌رسد.

رئبسی تجارت ایران و روسیه را آزاد می‌کند؟

مذاکرات ایران با کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا در شهریورماه امسال دنبال خواهد شد تا شاید در طرف آزادسازی تجارت مشترک خود را نهایی کنند.

به گزارش ایسنا، ایران در آبان ماه سال ۱۳۹۸، رسماً عضویت خود در اتحادیه اقتصادی اوراسیا را آغاز کرد؛ عضویتی که بنا بود که در یک دوره سه ساله آزمایشی اجرایی شود و پس از آن دو طرف نسبت به نحوه ادامه همکاری‌ها به جمع‌بندی برسند.

در طول دو سال گذشته، با وجود شیوع ویروس کرونا و تداوم تحریم‌های اقتصادی علیه ایران که منجر به کاهش تجارت در آمارهای کلی شد، بررسی‌ها نشان می‌دهد که تجارت با اوراسیا افت کمتری داشته و حتی در برخی آمارهای اخیر، بهبودی نسبی را نیز نشان می‌دهد.

در میان کشورهای اوراسیا، تنها کشوری که صادرات بیشتری نسبت به واردات داشته روسیه بوده و ایران در تبادلی با دیگر کشورهای عضو این اتحادیه توانسته تراز تجاری مثبت را ثبت کند، هرچند هنوز میزان این همکاری‌های مستقیم اقتصادی محدود است.

با این وجود به نظر می‌رسد گام بعدی دو طرف برای تداوم همکاری‌ها، آزادسازی روابط تجاری ایران و اوراسیا خواهد بود؛ موضوعی که رئیس سازمان توسعه تجارت از چند ماه قبل خبر از آغاز شدن مذاکرات در رابطه با آن داده بود و حالا می‌گوید احتمالاً گام بعدی آن در دولت رئبسی دنبال می‌شود.

آزادسازی قیمت و واردات خودرو ضروری است



آزادسازی واردات، خودروساز ناچار از ارتقای کیفیت است تا در گردونه رقابت، سهم خود از بازار داخلی را از دست ندهد و حتی در صورت ارتقای کیفیت و توان صادراتی، بتواند بازارهای دنیا را به تسخیر خود درآورد.

وی عنوان کرد: صادرات مشروط به تامین نیاز داخلی است. در طرح‌های فروش، قطعه‌میزان تقاضا بسیار بیشتر از عرضه است زیرا امکان صادرات وجود ندارد.

ضرورت ریشه‌یابی منشأ هزینه‌های مالی در فرآیند تولید خودرو
عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران گفت: ساختار مالی نامناسب شرکت‌های خودروسازی می‌تواند عامل افزایش هزینه‌ها باشد. خودروسازان به دلیل زبان‌های ناشی از قیمت‌گذاری دستوری و برای تداوم حیات ناچار از دریافت وام از نظام بانکی هستند که این تسهیلات نیز بهای تمام شده خودرو را افزایش می‌دهد.

آرگون ادامه داد: می‌بایست این موضوع که چه میزان از قیمت خودرو، بار هزینه‌های مالی است، می‌بایست احصا شود. باید منشأ هزینه‌های مالی در تولید خودرو ریشه‌یابی شود و قیمت براساس فرآیند تولید مورد بررسی قرار بگیرد. تاثیر تعداد نیروی انسانی نیز بر قیمت خودرو باید ارزیابی شود.

وی گفت: مجوز تعدیل نیروی انسانی برای خودروسازان صادر نمی‌شود، قیمت دستوری است، واردات با نرخ آزاد صورت می‌گیرد و با نرخ دولتی باید به فروش برسد. تما مسیری‌ها را مسدود کرده‌اند و از خودروساز می‌خواهند افزایش تولید داشته باشد. باید پس از بررسی تمامی جوانب اقدام به قانونگذاری و هدف‌گذاری کرد.

خودرو براساس مکانیزم عرضه و تقاضا تعیین شود. هرچند آزادسازی با افزایش قیمت همراه است، اما آزادسازی قیمت مستلزم آزادسازی واردات است تا ارتقای کیفیت و تامین حقوق مصرف‌کننده نیز اتفاق بیفتد.

انحصار تضمینی برای حفظ بازار فروش است
عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران گفت: شرایط کنونی که خودرو با هر کیفیت و قیمتی تولید شود، خریدار برای آن وجود دارد قابل انتقاد است. زمانی که انحصار حاکم می‌شود، قیمت افزایش نمی‌یابد، زیرا بازار همیشگی برای فروش مهیا است.

آرگون با اشاره به اینکه قیمت‌گذاری صحیح و مناسب‌سازی آن، توان صادراتی خودروسازان را افزایش می‌دهد، گفت: تولید هر دستگاه خودرو با زیان ۷۰ تا ۸۰ میلیون تومانی موجب صرف‌نظر از برخی قطعات باکیفیت می‌شود که آسیب ناشی از آن بر مصرف‌کننده تحمیل می‌شود.

برندگان آزمون بخت‌آزمایی منتفعان اصلی قیمت‌گذاری دستوری هستند

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران گفت: منتفعان قیمت‌گذاری دستوری افرادی هستند که در آزمون بخت‌آزمایی برنده و خودرو به نام آنها می‌شود. برای چرخش صنعت خودرو و خرید سهام این شرکت‌ها سرمایه‌گذاری شده است، حال به چه علت باید زنده باشند.

آرگون گفت: اصلاح مکانیزم قیمت‌گذاری دستوری و حذف این نحو قیمت‌گذاری در درجه نخست اهمیت قرار دارد. سپس اینکه، در صورت

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران ضمن بررسی وضعیت کنونی صنعت خودرو به بیان راهکارهای خروج از زیان‌های انباشته تحمیلی بر این صنعت پرداخت.

عباس آرگون در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: در حال حاضر قیمت‌گذاری مهم‌ترین مبحث در حوزه صنعت خودرو است. قیمت‌گذاری خودرو نمی‌بایست دستوری باشد بلکه مکانیزم بازار باید تعیین‌کننده قیمت خودرو باشد.

قیمت‌گذاری دستوری نقدینگی خودروسازان را تهدید می‌کند
وی افزود: خودروساز به واسطه قیمت‌های دستوری، محصول خود را کمتر از قیمت تمام شده می‌فروشد. بنابراین در این شرایط نقدینگی لازم برای تداوم فرآیند تولید را در اختیار ندارد. عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران گفت: خودروسازی یک فعالیت اقتصادی است و این در حالی است که خودروسازان داخلی در طول این فعالیت اقتصادی با زیان دائمی مواجه هستند. مسئولیت زیان‌های خودروسازان و سهامداران را کدام شخص یا ارگان برعهده می‌گیرد.

آرگون ثبت‌نام میلیونی برای خرید خودرو را ناشی از غیرواقعی بودن قیمت خودرو دانست و بیان کرد: اکنون قیمت رسمی خودرو پایین‌تر از قیمت بازار است و ثبت‌نام‌های میلیونی نیز به معنای رضایت از کیفیت خودروهای داخلی نیست. شاید خودروهای داخلی با استانداردهای روز دنیا بسیار فاصله داشته باشند، اما قیمت‌ها نیز واقعی نیست.

وی در ادامه بیان کرد: قیمت خودرو باید آزاد شود به طوری که بهای

بازار لوازم یدکی با کاهش قدرت خرید در رکود ماند

سختگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران ضمن توصیه به مصرف‌کنندگان مبنی بر عدم خرید قطعات دست دوم گفت علی‌رغم ثبات قیمت قطعات یدکی، بازار همچنان به دلیل کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان در رکود تقاضا به سر می‌برد.

سید مهدی کاظمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، در خصوص میزان تناسب قیمت لوازم یدکی در بازار با قدرت خرید مصرف‌کنندگان اظهار داشت: با افزایش تورم از قدرت خرید مصرف‌کنندگان کاسته شده است، زیرا امروزه درآمدها متناسب با نرخ تورم نیست.

وی افزود: اکنون کاهش تقاضا گریبانگیر صنف لوازم یدکی شده و در رکود به سر می‌بریم که کاهش قدرت اقتصادی مصرف‌کنندگان یکی از عوامل آن است.

سختگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران گفت: با توجه به اینکه رکود بر بازار لوازم یدکی حاکم شده و قیمت‌ها نیز به طور نسبی در شرایط بانباتی قرار گرفته و می‌توان گفت کاهش یافته، اما مردم از توانایی مالی برای تعمیر قطعات خودروهای‌شان برخوردار نیستند.

کاظمی با بیان اینکه افزایش قدرت اقتصادی مصرف‌کنندگان بر میزان فروش و درآمد صنوف اثرگذار است، عنوان کرد: تعمیر به موقع خودروهای معیوب همچین بر کاهش آلودگی هوا موثر است.

وی در خصوص این موضوع که آیا کاهش قدرت خرید موجب هدایت مصرف‌کنندگان به استفاده از قطعات دست دوم می‌شود، تصریح کرد: مردم تمایلی به خرید قطعات دست دوم ندارند مگر اینکه براساس پیشنهاد فروشندگان ناآگاه به خرید این قطعات روی بیاورند که این دسته از فروشندگان به عنوان عضو اتحادیه شناخته نمی‌شوند، حتی اگر موفق به دریافت جواز کسب از اتحادیه شده باشند. در صورت ارائه گزارش و اثبات، واحد صنفی مربوطه پلمب خواهد شد مگر اظهار بی‌اطلاعی نماید.

سختگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران گفت: درخواست اتحادیه از مصرف‌کنندگان این است که تحت هیچ شرایطی قطعات دست دوم خریداری نکنند. در حال حاضر هزینه تعمیرات و نصب قطعات دست دوم بیشتر از قیمت یک قطعه باکیفیت است و خرابی زود هنگام آن نیز دور از انتظار نیست.

کاظمی در پایان قیمت لوازم یدکی دست دوم را ۳۰ تا ۴۰ درصد کمتر از قطعات نو اعلام و خاطرنشان کرد: عدم کارایی لوازم یدکی دست دوم اهمیتی بیش از قیمت این قطعات دارد. جلوبندی‌سازان و واحدهای مکانیکی می‌بایست پس از انجام تعمیرات و تعویض قطعات، قطعات دست دوم را معدوم و برای ذوب منتقل نمایند، در حالی که این قطعات پس از فروش به اوراقی‌ها و ضایعات‌فروشان، مجدداً پس از تعمیر و بسته‌بندی‌های جدید به چرخه مصرف، تعمیرگاه‌ها و فروشگاه‌ها بازمی‌گردند.

مناقصه عمومی

شهرداری وحیدیه

- شهرداری وحیدیه در نظر دارد با استناد مجوزات واصله از سوی شورای شهر وحیدیه به شماره ۳۳/۱۷۴ و ۳۳/۱۷۳ مورخ ۱۴۰۰/۴/۸ و ۳۳/۱۱۱ مورخ ۱۴۰۰/۳/۸ نسبت به اجرای پروژه های ذیل اقدام نماید: ۱/ پروژه روکش آسفالت معابر سطح شهر وحیدیه طبق فهرست بهاء راه و باند سال ۱۴۰۰ با برآورد اولیه ۱۵۱۱۸۴۰۸۳۵۸ ریال
- ۲/ پروژه برآورد اولیه بهسازی و نصب المان میدان شاهد شهر وحیدیه طبق فهرست بهاء سال ۱۴۰۰ با برآورد اولیه ۲۰۰۶۹۶۶۲۳۲ ریال
- ۳/ پروژه مناسب سازی پیاده رو های شهر وحیدیه جهت معلولین طبق فهرست بهاء اینبیه سال ۱۴۰۰ با برآورد اولیه ۱۲۱۲۱۸۴۹۵۱۰ ریال
- ۴/ پروژه زیر سازی جدولگذاری و آسفالت بلوار فجر آباد طبق فهرست بهاء راه و باند سال ۱۴۰۰ با برآورد اولیه ۱۵۱۱۸۴۰۸۳۵۸ ریال

لذا از کلیه متقاضیان شرکت در مزایده دعوت به عمل می‌آورد جهت خرید اسناد مناقصه و ارائه قیمت پیشنهادی خود در ۳ پاکت جداگانه به شرح زیر: پاکت الف / حاوی ضمانت نامه بانکی معتبر معادل ۵٪ برآورد اولیه ۲: پاکت ب / حاوی مدارک متبته شرکت ۳: پاکت ج / حاوی قیمت پیشنهادی -- حداکثر تا ۱۰ روز از تاریخ درج آگهی نوبت دوم به امور مالی شهرداری وحیدیه تحویل و رسید دریافت نمایند. در ضمن شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است و کلیه کسورات متعلقه و هزینه درج آگهی نیز به صورت مساوی به عهده برندگان مناقصه می‌باشد و به پیشنهادات مشروط و مخدوش و فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر معادل ۵٪ قیمت برآورد اولیه ترتیب اثر داده نخواهد شد. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۶۵۶۳۶۲۰۰ تماس حاصل نمایید.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۵/۳

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۲۷

رهبری

چگونه وارد بخش اخبار گوگل شویم؟

به قلم: مت سوترن

نویسنده حوزه تکنولوژی

مترجم: امیر آل علی



با توجه به این امر که سرویس اخبار گوگل، یکی از پرطرفدارترین‌ها محسوب می‌شود و روزانه میلیون‌ها نفر از سراسر جهان از آن استفاده می‌کنند، این امر برای هر سایتی بسیار مهم است که بتواند در این بخش حضور داشته باشد.
با این حال توصیه‌ها در این رابطه با اشتباهات بسیاری همراه است. همین امر باعث می‌شود تا افراد کاملا ناامید شوند. در این راستا اخیرا مدیران گوگل، پنج اصل را معرفی کرده‌اند که باعث می‌شود تا شناس حضور شما در این بخش به مراتب بیشتر شود. در ادامه این موارد را بررسی خواهیم کرد.

۱-ارتباط

نخستین نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که گوگل در تلاش برای حفظ اعتبار خود به عنوان یک پایگاه اخبار قابل اعتماد است. تحت این شرایط دیگر تیرهایی صرفا جذاب که ارتباطی با موضوع ندارند و یا این میزان بسیار کم است، شناس شما را به شدت کاهش خواهد داد.
درواق در متن شما باید کلمات کلیدی وجود داشته باشد که بیانگر ارتباط متن با تیر است. در این زمینه توصیه می‌شود که به ارتباط تمامی بخش‌ها به موضوع خبر خود توجه داشته باشید. برای مثال حتی یک عکس نامرتبط نیز می‌تواند هوش مصنوعی را نسبت به شما حساس نماید. در این زمینه هیچ اقدامی بهتر از مطالعه مداوم اخبارهای موجود در این سرویس خبری نیست.

۲-هدف قرار دادن موضوعات مهم

در طول روز ممکن است شما با انواع موضوع‌ها مواجه شوید، با این حال تمامی آنها ارزشی یکسان برای تهیه گزارش را ندارند. در این راستا طبیعی است خبرگزاری گوگل نیز به دنبال موضوعاتی باشد که احتمال جذب مخاطب بالاتری را به همراه دارد و اهمیت آن فراتر از سایر موضوعات است. در این رابطه شما باید همواره جدولی جهت اولویت‌بندی موضوعات داشته باشید. در این راستا با یادگیری اصول تیترونیسی، می‌توانید توجهات را به سمت خود جلب نمایید.

۳-وضعیت مناسب سایت

درواقع شما نباید تنها به کیفیت محتوای خود توجه داشته باشید. این امر که اخبار در چه فضای منتشر می‌شوند هم مهم است.
درواقع بسیار بعید است که یک سایت ضعیف، در خبرنگارم‌های با کاربران میلیونی قرار گیرد. در این راستا طبیعی است که اولویت با سایت‌های معتبر و حرفه‌ای باشد. با این حال این امر نباید باعث ناامیدی شما شود. با یک دوره حداقل سه ماهه، شما می‌توانید وضعیت سایت خود را بهبود بخشید و در این زمینه به سکو و همگام بودن سایت با تلفن‌های همراه هم توجه داشته باشید. در این زمینه ذکر منابع و تلاش برای پیدا کردن فضاهای متنوع برای بازنشر خبر هم از دیگر اقدامات سودمند است.

۴-جذابیت خبر

در این بخش شما باید به لحن و سبک کار خود توجه داشته باشید. این نکته را فراموش نکنید که ممکن است یک خبر را بیش از هزار سایت، تهیه کنند. با این حال شیوه کار آنها ایدا یکسان نخواهد بود. در این زمینه شما باید با توجه به مخاطبان هدف خود اقدام نمایید. در این زمینه به هر میزان که آگاهی بالاتری از آنها داشته باشید، شناس موفقیت شما نیز افزایش پیدا خواهد کرد. برای مثال ممکن است جامعه هدف یک سایت جوانان باشد که طبیعتا شیوه کار با زمانی که جامعه هدف افراد مسن هستند، تفاوت‌هایی را خواهد داشت.

۵- توجه به محل فعالیت

توجه به اخبار محلی، شناس موفقیت شما را به شدت افزایش خواهد داد. در این زمینه شما باید در متن خود به خوبی تگ‌های لازم برای شناسایی تعلق خبر به مکان را قرار دهید. با این اقدام پس از مدتی شما به یکی از منابع خبری قابل اعتماد در منطقه خود تبدیل خواهید شد که این امر بدون شک مورد توجه هوش مصنوعی گوگل است.

در نهایت به عنوان نکته پایانی فراموش نکنید که این بخش پرطرفدار گوگل از سال ۲۰۰۲ شروع به فعالیت کرده و بیش از ۲۸ زبان زنده جهان را پشتیبانی می‌کند. این امر کمک خواهد کرد تا شما با تحلیل جریان‌های گذشته، بتوانید پیش‌بینی تغییرات مخاطب را داشته باشید. خوشبختانه گوگل در این زمینه نیز ابزارهای لازم را در اختیار افراد قرار داده است.

منبع: searchenginejournal.com



مخاطب هدف‌تان با موضع‌گیری درست باشید. وقتی از موضع درست صحبت می‌کنیم، باید تمام جوانب کار را در نظر داشت. اگر شما موضع‌گیری‌تان به طور درستی صورت نگیرد، شناس‌تان برای تاثیرگذاری از برنده‌های بزرگ ایده‌ جذابی خواهد بود. قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت.

امروزه برندهای بزرگ در زمینه موضع‌گیری در برابر مشکلات مشتریان عملکرد بسیار مناسبی دارند. اگر شما در این بخش مشکلی برای موضع‌گیری در مقدمه محتوای وبلاگی‌تان دارید، الگوبرداری از برنده‌های بزرگ ایده‌ جذابی خواهد بود. چنین امری شما را به بهترین شکل ممکن بدل به برندی دوست‌داشتنی در میان مشتریان خواهد کرد.

استفاده از نقل قول‌ها

امروزه مشتریان به ادعاهای برندها با دیده تردید نگاه می‌کنند. دلیل این امر ادعاهای مختلف از سوی برندها و گاهی اوقات ناتوانی برای تاییدشان است. بنابراین پیشفرض شما باید شک و تردید مشتریان و مخاطب هدف نسبت به ادعاهای مطرح شده در محتوای بازاریابی‌تان باشد. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای نقل قول یا ارجاع به پژوهش‌های معتبر برای اثبات درستی ادعای‌تان است. شاید این امر در نگاه نخست سخت به نظر برسد، اما در صورت تمرین و تکرار از سوی شما به اندازه کافی جذاب خواهد بود.

بسیاری از بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به راهکارهای متنوعی دارند. این امر همیشه دردرسه‌های زیادی برای افراد به همراه خواهد داشت. یکی از ساده‌ترین راهکارها در این میان نقل قول از شخصیت‌های مهم با آفرینان برجسته است. این امر نظر مشتریان را به بهترین شکل ممکن ساماندهی خواهد کرد.

شیوه‌ای که در اینجا باید از سوی شما مورد استفاده قرار گیرد، شباهت بسیار زیادی به طرح پرسش‌های کلیدی داره. شما باید تمام توان‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را مدنظر قرار دهید در غیر این صورت شاید تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدل به امری غیرممکن شود.

اگر شما در زمینه بیان نقل قول گزینه‌های زیادی در دسترس دارید، باید به دنبال شخصیت‌های دارای ارتباط با کسب و کارتان باشید در غیر این صورت شاید هیچ شناسی برای جلب نظر مشتریان پیدا نکنید. به هر حال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون اندازه، باید دست‌کم آن را برای مخاطب هدف انجام دهید در غیر این تعمیر خودرو فعالیت دارید، استفاده از نقل قول‌های یک نویسنده به هیچ وجه ایده مناسبی نخواهد بود. در عوض شما باید به دنبال طراح‌های بر تر خودرو و کارآفرینان موفق در این عرصه باشید.

جمع‌بندی پایانی در بخش مقدمه

شما باید همیشه مقدمه‌تان را با یک جمع‌بندی مناسب پایان دهید در غیر این صورت شاید ارتباط مناسب میان شما و مخاطب هدف هرگز بدید نیاید. این امر مشکلات بسیار زیادی برای مخاطب هدف به همراه خواهد داشت. همچنین شما را از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب برای ادامه دادن به مطالعه محتوا نیز به دردرس می‌اندازد. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سرعت بخش مقدمه را طی کرده و به سراغ اصل مطلب می‌روند. اگر این امر برای شما جذابیتی به همراه ندارد، باید دست‌کم آن را برای مخاطب هدف انجام دهید در غیر این صورت شاید تاثیرگذاری بر روی کاربران با محتوای وبلاگی به طور کامل از بین برود. مهم‌ترین نکته در بخش پایانی یک محتوای بازاریابی مربوط به جمع‌بندی درست از امر است. اگر شما این بخش را مورد بی‌توجهی قرار دهید، هیچ شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهد داشت. اگر شما دارای محتوای وبلاگی طولانی هستید، باید به طور قابل ملاحظه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان از بخش جمع‌بندی استفاده کنید. این امر اغلب در قالب فهرست طبقه‌بندی‌شده از اولویت‌ها صورت می‌گیرد. به این ترتیب شما به خوبی انتظارات مخاطب‌ها از محتوای را روشن کرده و آنها را آماده مراجعه به محتوای اصلی‌تان خواهید کرد.

امروزه بازاریابی وبلاگی هنوز هم یکی از مهم‌ترین الگوهای دنیا محسوب می‌شود. اگر شما در این زمینه به بخش مقدمه توجه لازم را ندارید، توصیه‌های این مقاله نظرتان در این رابطه را به طور کامل تغییر خواهد داد.

منبع: contentmarketinginstitute.com

		آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی			
		نظر بر اینکه مالکیت مصرفی و مفروزی خانم زهرا جعفری لئیر، نسبت به ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه بیلاک ثبتی ۱۹۱۱/۷۸۵ اصلی واقع در اراضی قره به علی آباد از بخش ۷ خاندبیل خلخال و قسمتی از اصلی مذکور، از مالکیت اولیه نعمت طالب پور که بااستناد رای شماره ۱۸۲۹/۲۰۰۳۰۲۰۰۳۰۲۹ مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۲۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۱۹۵/۱۸ متر مربع، تایید و اعلام گردیده است لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین نوبت انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت، نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالح اقدام و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت محل ارائه نماید و در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود. <p>تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۵/۳</p>			
		رئیس ثبت خلخال – شکوری			
		۴۹۸			

بازاریابی وبلاگی و چالش نگارش مقدمه جذاب

به قلم: جرج درنان

کارشناس بازاریابی محتوایی

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی وبلاگی در طول سال‌های اخیر نه تنها جایگاه خودش را از دست نداده، بلکه روز به روز طرفدارهای بیشتری نیز پیدا کرده است. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان از این الگو به خوبی استفاده می‌کنند. اگرچه بسیاری از افراد در این میان به تیرت مطالب وبلاگی توجه می‌کنند، اما این امر به معنای غفلت از مقدمه هر پست نیست. اگر تیرت جذاب نگاه مخاطب هدف در وهله نخست را می‌ریاید، مقدمه مناسب وی را برای ادامه مطالعه مطلب ترغیب خواهد کرد.

نگارش محتوای وبلاگی بدون توجه به اهمیت مقدمه‌ها همیشه ناقص خواهد بود. این امر باید به بهترین شکل ممکن از سوی شما مورد توجه قرار گیرد در غیر این صورت هیچ شناسی برای تعامل با مشتریان نخواهد داشت. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهم‌ترین راهکارها برای نگارش مقدمه جذاب در پست‌های وبلاگی است. شما به این ترتیب امکان جلب نظر کاربران به ساده‌ترین شکل ممکن را خواهید داشت. در ادامه برخی از مهم‌ترین نکات در این رابطه را مرور خواهیم کرد.

تاکید بر یک مشکل عمومی

وقتی شما قصد تولید محتوای بازاریابی را دارید، باید یکی از مشکلات عمومی و رایج در میان مشتریان را هدف قرار دهید. این امر موجب جلب نظر مخاطب هدف به محتوا و همچنین تعامل بسیار بهتر با شما می‌شود. متأسفانه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به این نکته مهم توجه نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات اساسی مواجه می‌شوند. شما برای غلبه بر چنین مشکلی باید عملکرد کاملا متفاوتی داشته باشید. این امر شامل پیدا کردن یک مشکل اساسی در میان مشتریان است.

بدون تردید صحبت از پیدا کردن یک مشکل اساسی در میان مشتریان بسیار ساده‌تر از انجام دانش است. بسیاری از برندها هیچ ایده‌ای برای چگونگی انجام دادن این کار ندارند. مهم‌ترین راهکار در این میان تلاش برای نزدیک کردن خودتان به چشم‌انداز مشتریان است. شما با این کار در عمل خودتان را جای مشتریان قرار می‌دهید.

مشکلاتی که از نظر شما برای مشتریان مهم است، همیشه بهترین ایده‌ها نیستند. شما باید شیوه‌ای برای راستی‌آزمایی ایده‌های‌تان در اختیار داشته باشید در غیر این صورت شاید کمپین بازاریابی‌تان هیچ تاثیری بر روی مخاطب هدف نداشته باشد. نگارش بخش مقدمه محتوای وبلاگی به دلیل معرفی تمام متن مقاله همیشه دارای اهمیت است. بسیاری از بازاریاب‌ها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر همیشه با مشکل ناتوانی برای جلب نظر مخاطب هدف مواجه هستند. اگر شما این نکته را به بهترین شکل ممکن مدنظر قرار دهید، نتیجه فرآیند بازاریابی‌تان از همان ابتدا با قیای‌تان متفاوت خواهد بود. مشکلات مشتریان در حقیقت باید مشکلات شما نیز باشد. یکی از ساده‌ترین راهکارها برای پیگیری این امر به بهترین شکل ممکن نظر‌خواهی از برخی مشتریان است. این امر شاید در نگاه نخست بسیار سخت باشد، اما در صورت همکاری با برخی از مشتریان وفاداران بدل به گزینه‌ای ساده خواهد شد. درست به همین خاطر برندهای بزرگ همیشه از آخرین تحولات سلیقه مشتریان اطلاع دقیقی دارند بنابراین شما هم باید چنین عملکردی را در دستور کارتان قرار دهید.

بیان آنچه مخاطب انتظارش را خواهد داشت

کاربران در زمینه مطالعه پست‌های وبلاگی دارای انتظارات مشخصی هستند. بدون تردید آنها انتظار پستی ساده و کلیشه‌ای از سوی شما را ندارند. همانطور که اغلب بازاریاب‌ها به خوبی می‌دانند، نگارش پست‌های بازاریابی بیشتر در تعامل با مشتریان تخصصی است بنابراین شما باید محتوای تخصصی در اختیار کاربران‌تان قرار دهید در غیر این صورت هیچ پیامد مثبتی برای کسب و کار شما به همراه نخواهد داشت.

اگر شما از همان ابتدای کار و در مقدمه آنچه مشتریان باید انتظارش را داشته باشند به آنها بگویید، دیگر خبری از ناامید و حتی دلسردی مخاطب پس از مطالعه محتوا نخواهد بود. همچنین باید به انگیزه کاربران برای اطلاع از محتوای یک پست پیش از مطالعه‌اش نیز توجه داشت. اگر شما در پایان بخش مقدمه یک فهرست ساده از محتوای موجود در مقاله‌تان ارائه کنید، بسیاری از کاربران نسبت به محتوای‌تان جلب خواهند شدد در غیر این صورت شاید کاربران پس از مطالعه بخشی از محتوای‌تان از بقیه‌اش صرف نظر نمایند.

بسیاری از بازاریاب‌ها در نگارش بخش مقدمه به انتظارات مشتریان توجه چندانی ندارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. اگر شما به انتظارات مشتریان به خوبی پاسخ ندهید، شناسی برای تاثیرگذاری مثبت بر روی آنها نخواهد داشت بنابراین همیشه پیش از نگارش بخش مقدمه باید انتظارات مشتریان را نیز مدنظر قرار دهید در غیر این صورت شاید تعداد مخاطب هدف پست‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای سقوط نماید.

بیان مزایای مطلب

هر کاربری از مطالعه یک پست بازاریابی به دنبال بهره‌مندی به طور خاصی است. شاید شما سال‌های درازی در زمینه بازاریابی و نگارش محتوای وبلاگی فعالیت داشته باشید، اما هنوز این نکته را مدنظر قرار ندهید. چنین امری به دلیل تمرکز بیش از اندازه بازاریاب‌ها بر روی تولید محتوا روی می‌دهد. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید بیش از هر نکته دیگری در تلاش

برای بیان مزایای آن باشید. به عنوان مثال، اگر محتوای وبلاگی شما در راستای کمک به مشتریان برای خرید بهترین نرم‌افزار حسابداری است، باید از همان ابتدا مزایای این مقاله را بیان کنید. این امر موجب بروز انتظارات مشخص از سوی مشتریان می‌شود بنابراین دیگر خبری از بی‌توجهی کاربران علاقه‌مند به برندگان به محتوای موردنظر نخواهد بود.

اهمیت بخش مقدمه محتوا در بیان مزایای مطلب است. شاید برخی از بازاریاب‌ها این امر را فقط محدود به فرمت متنی بدانند، اما بازاریابی ویدئویی نیز امکان بهره‌گیری از چنین مزیتی را خواهد داشت. بسیاری از برندهای بزرگ در ابتدای ویدئوی بازاریابی‌شان به طور مشخص مزایای مشاهده آن را به مخاطب هدف یادآوری می‌کنند. این امر به طور ویژه‌ای برای محتوای ویدئویی در وبلاگ برندها که دارای ماهیت طولانی‌تری است، کاربردی خواهد بود.

اگر مطالب شما دارای مزیت مشخصی برای کاربران نیست، باید نسبت به انتشارش تجدیدنظر نمایید. به هر حال وقتی یک محتوا دارای ماهیت حرفه‌ای نباشد، انتشارش دلیلی نخواهد داشت. اعتبار برندها در صورت انتشار مداوم محتوای بی‌کیفیت به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار می‌گیرد. بنابراین شما باید فقط بر روی محتوای باکیفیت تمرکز داشته باشید در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نخواهید کرد.

وقتی محتوای شما دارای مزیت خاصی نیست، باید به دنبال ایجاد مزیت برای آن باشید. این امر به معنای اندکی ویرایش در متن اصلی و تلاش برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف خواهد بود در غیر این صورت شما هیچ شناسی برای جلب نظر کاربران نخواهید داشت. وبلاگ‌های بزرگ در دنیای کسب و کار همیشه براساس این الگو عمل می‌کنند. بنابراین اگر شما به فکر بی‌توجهی به این گزینه هستید، سخت در اشتباه خواهید بود.

طرح پرسش‌های کاربردی

هر مطلبی با ارائه برخی از پرسش‌های کاربردی جذاب‌تر می‌شود. اگر دقت کرده باشید، اغلب سخنران‌های حرفه‌ای پیش از بیان مطلب اصلی به طرح برخی از پرسش‌های کلیدی می‌پردازند. این امر برای تاثیرگذاری هرچه بیشتر بر روی مخاطب هدف صورت می‌گیرد. بنابراین اگر شما نگران جلب نظر مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، باید این امر را مدنظر قرار دهید. شما بدون تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف شناس بسیار اندکی برای تعامل با مخاطب‌تان خواهید داشت. این امر راهکارهای بسیار متنوعی دارد. یکی از راهکارهای موردنظر نیز طراحی پرسش‌های کلیدی است.

بدون تردید وقتی از پرسش‌های کلیدی صحبت می‌کنیم، بسیاری از افراد هرگونه سوالی را به جای آن قرار می‌دهند. شاید این امر در نگاه نخست هیچ ایرادی نداشته باشد، اما در بلندمدت شما را در تعامل با مشتریان ناتوان خواهد کرد. وقتی کاربران در مقدمه یک پست وبلاگی با برخی از پرسش‌های کلیشه‌ای مواجه می‌شوند، نظرشان درباره یک برند به طور کامل عوض خواهد شد. بنابراین شما باید سوالات طرح شده در ابتدای مطالب‌تان را به طور دقیق مورد ارزیابی قرار دهید در غیر این صورت مشکلات‌تان در زمینه بازاریابی وبلاگی به هیچ وجه حل و فصل نخواهد شد. یکی از نکات مهم در زمینه طراحی سوال در مقدمه محتوای وبلاگی ضرورت پاسخگویی به آن است. اگر شما برای سوال‌تان هیچ پاسخ مشخصی نداشته باشید، انگیزه کاربران برای مطالعه محتوای موردنظر به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت. متأسفانه بسیاری از بازاریاب‌ها در مقدمه محتوای‌شان فقط به دنبال طرح برخی از پرسش‌های کلیشه‌ای هستند. اگر در این میان سوالی هم مطرح شود، پاسخ دقیقی به آن داده نخواهد شد بنابراین شما هیچ شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

پاسخگویی به سوالاتی که خودتان طرح کرده‌اید، میزان توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نشان می‌دهد. این امر در صورت ارائه پاسخ‌های اولیه در همان بخش مقدمه نظر مخاطب درباره محتوای‌تان را به طور کامل تغییر می‌دهد.

متأسفانه بسیاری از برندها برای پاسخگویی به سوالاتی که در بخش مقدمه طراحی کرده‌اند، هیچ ایده مشخصی ندارند. این امر موجب ارائه برخی از نکات کلیشه‌ای در قالب پاسخ می‌شود. بدون تردید مشاهده بی‌توجهی کاربران در این صورت امر عجبیبی نخواهد بود. بنابراین شما باید بیشتر تمرکزتان بر روی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در چنین شرایطی با پاسخ‌های دقیق باشد. شاید کمک گرفتن از برخی کارشناس‌های حرفه‌ای در این زمینه نیز ایده بدی نباشد.

موضع‌تان را مشخص کنید

مشکلات مشتریان نباید فقط دستمایه شما برای جلب نظرشان باشد. بسیاری از برندها از مشکلات مشتریان برای جلب توجه به محتوای بازاریابی‌شان استفاده می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. شاید این شیوه در کوتاه مدت برای شما مزایای زیادی به همراه داشته باشد، اما پس از مدت زمانی مشخص دیگر هیچ مخاطبی به فعالیت بازاریابی شما توجهی نشان نخواهد داد. همین امر مشکلات بازاریابی شما را دوچندان می‌کند.

اگر شما در تعامل با مخاطب هدف موضع‌تان به طور دقیق مشخص باشد، مشتریان نه فقط به محتوای بازاریابی‌تان، بلکه تمام پیشنهادهات و راهکارهای مندرج در آن نیز توجه نشان خواهند داد. بنابراین باید همیشه به دنبال مشخص کردن موضع‌تان در برابر مشکلات مشتریان باشید. اگر شما این امر را بدون هیچ‌گونه مشکلی دنبال نمایید، کیفیت محتوای بازاریابی‌تان به طور مشخصی افزایش پیدا خواهد کرد در غیر این صورت باید همیشه نگران وضعیت بازاریابی‌تان در تعامل با مشتریان باشید.

بسیاری از برندها موضع‌گیری و جایگاه‌شان در برابر مشکلات مشتریان به هیچ وجه مشخص نیست. همین امر برای آنها دردرسه‌های زیادی به همراه خواهد داشت. با این حساب شما باید به طور قابل ملاحظه‌ای در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی

دهبائی صابر مدیر منطقه یک خبر داد:

اتمام پروژه پوشش سقف تالار همایش های بین المللی و قرآنی

دهمان - **خبرنگار فرصت امروز** : اجرای تالار همایش‌های بین المللی و قرآنی در سال ۸۳ طی سفری که مقام معظم رهبری به شهر همدان داشتند به تصویب رسید و پس از انجام مطالعات جامعی و طراحی در سال ۸۵ عملیات اجرایی آن آغاز شد، این پروژه در سال ۹۵ به بهره برداری رسید.
مدیر شهرداری منطقه یک همدان گفت: طی سالیان اخیر با توجه به عدم پوشش سقف تالار همایش‌های بین المللی و قرآنی امکان استفاده از تالار اصلی این مرکز که مساحتی سه هزار و پانصد متر مربعی و ظرفیت هزار و چهارصد صندلی داشت میسر نبود.

دهبائی صابر ادامه داد: حال پس از آنکه شهرداری منطقه یک از سال گذشته عملیات پوشش سقف تالار را آغاز کرد هم اکنون شاهد اتمام عملیات اجرایی این پروژه هستیم.

مدیر منطقه یک با بیان اینکه یکی از مشکلات، در اجرای همایش‌های‌های‌بزرگ در شهر همدان عدم‌وجود سالن همایشی مناسب است عنوان کرد؛ با توجه به مطالعات و برآوردهایی که بر روی تالار همایش‌های بین‌المللی و قرآنی صورت پذیرفت، بنا شد تا گنبد اصلی این تالار که از ارتفاعی ۶۵ متری دارد به عنوان یک المان شهری باقی بماند و در زیر این گنبد بافت میانی فضاکاری با ارتفاع ۱۵ متر احداث شود. جنس پوششی سقف تالار همایش‌های بین‌المللی کلازپ است.

دهبائی صابر گفت: بافت میانی این تالار از نوع خریاضا فضا کار است که در گنبد اصلی نیز به کار رفته است و جنس پوششی آن کلازپ می‌باشد. وی با اشاره به اینکه پوشش سقف این تالار طی مراحل مختلفی صورت پذیرفت بیان کرد: در ابتدا پوشش گالوانیزه به صورت کامل بر روی سقف میانی صورت پذیرفت سپس با استفاده از لایه‌های رطوبت گیر و پشم سنگ عملیات عایق کاری آن به طور کامل اجرا گردید و در نهایت نیز با استفاده از پوشش آلومینیومی شاهد مسقف شدن کامل این تالار شدیم.

آغاز واکسیناسیون رانندگان حمل‌ونقل عمومی در قم /واکسیناسیون رانندگان سرویس مدارس و وانت‌بارها

قم - **خبرنگار فرصت امروز** : معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری قم از آغاز واکسیناسیون رانندگان ناوگان حمل‌ونقل درون‌شهری خبر داد.

عباس ذکریان در گفت‌وویی، با اشاره به اهمیت واکسیناسیون رانندگان حمل‌ونقل عمومی اظهار داشت: با توجه به میوز اخذ شده توسط دانشگاه علوم پزشکی قم، واکسیناسیون کووید ۱۹ ویژه تمام رانندگان ناوگان حمل‌ونقل عمومی درون‌شهری قم شامل رانندگان اتوبوس و رانندگان تاکسی انجام می‌شود. معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری قم افزود: تزریق واکسن رانندگان اتوبوس درون‌شهری قم از پنج‌شنبه ۲۱ تیرماه ۱۴۰۰ آغاز و از یکشنبه دوم

مردامه‌نیز به‌صورت خودرویی و مرحله‌ای تزریق واکسن رانندگان تاکسی، سرویس مدارس و رانندگان وانتبار انجام می‌شود.

وی خاطر نشان کرد: در این راستا نیز جلسات مختلفی با حضور مسئولان بخش حمل‌ونقل شهرداری با دانشگاه علوم پزشکی قم به‌منظور انجام واکسن رانندگان به بهترین شکل ممکن برگزار شده است

مدیرعامل توزیع برق گیلان خبر داد:

ادامه کشف مراکز غیرمجاز استخراج رمزارز

رشت - **خبرنگار فرصت امروز** : وی تاکید کرد که در شرایطی که کشور در سال جاری با حوادث طبیعی متعددی همچون خشکسالی ، کمبود بارندگی ها و کاهش آب پشت سد‌ها مواجه است و توان نیروگاههای برق با مشکل مواجه شده ، تنها راهکار عبور از این وضعیت ، تداوم همکاری مردم و همیاری و همت مسئولان برای مدیریت مصرف عنوان می شود اما سه راه جدی تحقق این امر ، رمزارزها هستند هنرمند گفت: در کنار همکاری موثر و مجادله نیروی محترم انتظامی ، شرکت توزیع برق گیلان به منظور افزایش سرعت و دقت شناسایی مراکز غیرمجاز استخراج رمزارز اقدام به استفاده از ظرفیت عظیم مردمی نموده

است تا اثرات سوء آنها بر خاموشی ها، کسب و کارهای قانونی کشور و همچنین کیفیت توان برق و سلامت لوازم الکتریکی مردم به حداقل ممکن برسد.مدیرعامل توزیع برق گیلان خاطر نشان کرد: طی عملیاتی با حضور نیروهای انتظامی و نمایندگان شرکت توزیع برق گیلان ۲ مرکز و ۱۴۶ دستگاه استخراج غیرمجاز رمزارز در شهرستانهای رشت و رودسر کشف و ضمن قطع اشتعاب برق جهت طی مراحل قانونی به مراجع قضایی تحویل داده شدند. هنرمند اضافه کرد: از این تعداد، ۱۴۴ دستگاه در شهرک صنعتی رشت و ۲ دستگاه در یک منزل مسکونی بوده که براساس پایش مصرف آنها مورد کشف و شناسایی قرار گرفته اند.

وی تصریح کرد: با توجه به این که مراکز غیرقانونی استخراج رمزارز به دلیل مصرف بیش از اندازه برق ، سبب تخریب شبکه می شوند، نسبت به کشف و جمع آوری این مراکز اقدام خواهد شد و افرادی که مراکز غیرمجاز رمز ارز را معرفی کنند تا حداکثر ۲۰ میلیون تومان جایزه دریافت خواهند کرد ضمن اینکه ابتکار از طریق سامانه ۱۲۱ امکان پذیر است و البته نام این افراد محرمانه خواهد ماند

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان:

اجرای طرح کمربند سبز در ۵هزار هکتار از منطقه مرزی استان گلستان

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز**: مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان از اجرای طرح کمربند سبز در ۵هزار هکتار از منطقه مرزی خبر داد. عبدالرحیم لطفی اظهار کرد: طرح‌های مختلفی نظیر بوته کاری، نهال کاری و هلالی‌های آبیگر در این منطقه انجام شده، اما بخش‌هایی از این اراضی شخصی و یا متعلق به برخی نهادهاست و اجازه ادامه کار به ما داده نشده است.وی افزود: در حال رایزنی هستیم تا این زمین‌ها از حالت زراعی خارج و به حالت مرتعی تبدیل شود.لطفی گفت: معنی بیابانی شدن این نیست که کتما پوشش گیاهی منطقه‌ای از بین برود، بلکه هر گونه کاهش ارتقایی پوشش گیاهی هم بیابانی شدن معنی می‌شود، یعنی اگر روزی مراتع درجه یک به مراتع درجه ۲ و این مراتع به درجه ۳ تبدیل شود و یا اگر جنگل‌های ما به زمین زراعی یا باغی تبدیل شود این هم نوع بیابانی شدن محسوب می‌شود.وی افزود: چرای بیش از حد دام در مراتع، تغییر کاربری اراضی مرتعی به زراعی، بهره برداری بیش از حد از یک سرزمین، افزایش بهره برداری از آبهای زیرزمینی، تغییر اقلیم و ... از جمله مواردی است که پدیده بیابان زایی را افزایش می دهد. مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان گفت: طبق مطالعات انجام شده بیش از ۳۰۰هزار هکتار از اراضی گلستان مخصوصا در شمال استان در معرض بیابانی شدن قرار دارد.لطفی ادامه داد: بر اساس مطالعات سازمان جنگل‌ها در گلستان بیش از ۱۲۰هزار هکتار از اراضی ظرفیت برداشت و جا به جایی خاک را دارند و کانون‌های گرد و غبار در استان محسوب می‌شوند و اولویت کاری ما در بحث بیابان زدایی است تا با این پدیده مقابله کنیم.

مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان: نوسازی چهارمین انبار ترانزیت کالا در بندر شهید رجایی پایان یافت

بندرعباس - **خبرنگار فرصت امروز**: مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان از اتمام نوسازی چهارمین انبار ترانزیت کالا (انبار شماره ۲۲) با حدود ۱۰ هزار متر مربع در بندر شهید رجایی خبر داد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان، «علی رضا محمدی کرجی ران» اظهارداشت: تعمیرات اساسی انبارهای عمومی بندر شهید رجایی بر اساس یک برنامه زمانبندی از سال گذشته آغاز و چهارمین انبار ترانزیت(انبار ۲۲) پس از اتمام تعمیرات اساسی وارد چرخه فعالیت خواهد شد. وی، انبارش اصولی و افزایش سطح ایمنی کالاها اساسی و ترانزیتی با هدف ارائه

خدمات بهتر را به عنوان مهم ترین مولفه های مورد توجه در تعمیر و نوسازی عنوان کرد. مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان گفت: انبار یادشده دارای سکوی بار انداز به مساحت حدود ۷۵۰ متر مربع بوده که با توجه به تعمیرات صورت گرفته علاوه بر شرایط عادی، امکان استریپ کالا (تخلیه و بارگیری کالا) از طریق این سکوها نیز با سهولت انجام می پذیرد. محمدی کرجی ران، اصلاح سیستم اطفا حریق و اتصال به شبکه اطفاه حریق بندر، تعویض قطعات استراکچر دیده سازه، ساماندهی و تعویض سیستم فاضلاب متناسب با شبکه فاضلاب بندر و اجرای رنگ نمای سوله را از اقدامات انجام شده در راستای نوسازی این انبار عنوان کرد.

مدیر منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی با بیان اینکه نوسازی پنجمین باب انبار نیز با ۵۰ درصد پیشرفت فیزیکی درحال انجام است، افزود: براساس برنامه ریزی صورت گرفته تا پایان شهریور امسال یک باب انبار دیگر نیز به اتمام می رسد.

برپایی میز خدمت در نماز جمعه چابکسر

رشت - خبرنگار فرصت امروز : به مناسبت دهه امامت و ولایت، طی هماهنگی بعمل آمده از سوی فرمانداری شهرستان رودسر و در راستای پاسخگویی مدیران به مردم ، میز خدمت ادارات و سازمانهای مختلف در روز جمعه ۱ مرداد در محل اقامه نماز جمعه شهر چابکسر برپا شد. در همین راستا مهندس اکبر شادپور سرپرست امور توزیع برق شهرستان رودسر بهمراه جمعی از کارکنان این امور در محل استقرار میز خدمت جهت پاسخگویی و رفع مشکلات حضور یافتند و به بررسی مشکلات و درخواست های مطرح شده مردم و مراجعین پرداختند. همچنین ترویج الگوی صحیح مصرف بهمراه ارائه راهکارهای اعمال مدیریت مصرف برق نیز توسط نمایندگان شرکت توزیع برق گیلان برای حاضرین و مراجعین صورت پذیرفت.

ایران زودپید

در دیدار با ارکان انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری اعلام شد:

ارائه خدمات اداره کل سلامت شهرداری به اصحاب رسانه آذربایجان شرقی



رسانه بر پایه همکاری های مشترک با شهرداری و بویژه اداره کل سلامت و امور اجتماعی با هدف نیل به خواسته های شهر و شهروند به پیش رفته و ما نیز در این مسیر بر خود وظیفه می دانیم جهت هموار نمودن و ارتقاء این همکاری از هیچ تلاشی دریغ نوزریم.

حسن زاده همچنین یادآور شد، شهرداری ظرفیت های نهانپند زیادی دارد و مهمترین امتیاز آن کلیشه ای نبودن است و در این راستا جهت حفظ این امتیاز لازم است ارتباطات جهانی را به نحو مقتضی توسعه داده و شهر تبریز را از گردونه ثابت و محدود و متمرکز خارج کنیم، یعنی با نگرشی دیگر لازم است باورمان را به این نکته سوق دهیم که ما نیز بخشی از جهان هستیم و به نوع ارتباط و چگونگی بهبود روابط در سطح جهانی باید بیش از پیش کوشش کنیم.

حسن زاده خاطر نشان کرد، اهالی رسانه نیز مسئولیت مهمی در کنار شهرداری دارند و انتظار می رود شهر اولین ها را با کمک هم از حالت بالقوه نسبی به بالفعل کامل تبدیل نموده، در جهت توسعه فراگیر با

سرپرست شرکت گاز مازندران؛

تسریع در طرح های گازرسانی مازندران نیازمند همراهی مردم و مسوولان است



ساری - **سرپرست شرکت گاز مازندران** از همکاری و تعامل مردم و مسوولان استان به عنوان عاملی اثرگذار در اجرای طرح‌ها یاد کرد و گفت: گاز طبیعی به عنوان سوخت پاک و ارزان، یکی از حوزه‌های دارای اولویت و تاثیرگذار در توسعه است. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "مقدم بیگلریان" در بازدید از پروژه های گازرسانی شرق استان که با حضور نماینده مردم شریف بهشهر، نکا و گلوگاه در مجلس شورای اسلامی برگزار شد، افزود: در سال‌های اخیر با برنامه ریزی‌های صورت گرفته، تلاش‌های بسیاری در جهت افزایش شبکه‌های گازرسانی انجام شد که حاصل آن بهره مندی ۹،۹۹ درصدی جمعیت شهری و ۹۵ درصد جمعیت روستایی استان از گاز طبیعی است، وی با بیان اینکه گازرسانی یکی از خدمات مهم دولت است و در شرق مازندران نیز بیش از ۱۵۱ روستای کوهستانی در دست کار گازرسانی قرار دارد که تاکنون به ۹۱ روستا گازرسانی شده است، ادامه داد: با وجود مشکلات و موانع موجود طرح های گازرسانی پیشرفت قابل قبولی دارد، لکن به منظور تسریع در روند اجرای پروژه

مدیرعامل ملی حفاری ایران

صنعت نفت در جهان صنعتی پر خطر و توأم با ریسک بالا است



اهواز - **شسبمن قجاننده**:مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت ملی حفاری ایران با بیان اینکه صنعت نفت و حفاری در جهان، صنعتی پرخطر و توأم با ریسک بالا است، گفت: رعایت اصول و مقررات ایمنی در چارچوب استانداردها، نقش مهم و تاثیرگذارى در کاهش ضریب حوادث و پیشگیری از آسیب های انسانی و خسارت به تأسیسات و تجهیزات دارد. دکتر حمید رضا گلبایگانی همزمان با شب عید قربان در عیادت از دو نفر از کارکنان مدیریت خدمات فنی شرکت به نام های امید آبتین و محمد صیفي که در حادثه انفجار خط لوله چشمه خوش به اهواز به هنگام تعمیر خط دچار حادثه و مصدوم شدند برای این همکاران برتلاش آرزوی بهبودی و شفای عاجل کرد و یاد و خاطره زنده یاد محمد رشیدی را که در این حادثه شهیدت گونه جان باخت را گرامی داشت. وی با اظهار تأثر و تأسف از جان باختن شاداروان محمد رشیدی و دو نفر از کارکنان شرکت نفت و گاز غرب زنده یاد بهمن ایوبی و مهراڻ تنگستانی و ایراز همدردی با خانواده های درگذشتگان، گفت: به لطف خداوند و

مدیرعامل ملی حفاری ایران

تامین ۴۰ کیلووات برق مصرفی شرکت گاز استان بوشهر به وسیله (پنل های خورشیدی)



بوشهر شدیم. مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر مدیریت انرژی را به عنوان زیر فرآیندی از فرآیند های اصلی مدیریت منابع دانست و گفت: با هدف استفاده از انرژی های تجدید پذیر به دلیل آلایندهی زیست

بوشهر- **خبرنگار فرصت امروز** : مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر از تامین برق مصرفی این شرکت توسط انرژی های تجدید پذیر (پنل خورشیدی) خبر داد.»به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر مدیر عامل شرکت گاز استان در راستای اهداف استراتژیک تعریف شده شرکت گاز استان بوشهر و مدیریت انرژی ، این شرکت گفت: تا کنون موفق به تامین ۴۰ کیلووات برق مصرفی خود در ساختمان ستادی و اداره گاز شهرستان بوشهر شده ایم. از سال ۹۸ با بررسی فضای موجود و مورد نیاز پنل های خورشیدی در پشت بام شرکت گاز استان بوشهر، این شرکت به فکر اجرای طرح پنل های خورشیدی بر آمد تا بتواند به مدیریت انرژی کمک قابل توجهی کند رحمانی در همین خصوص گفت: سال ۹۸ اجناس و تجهیزات مورد نیاز را خریداری کرده و با پیاده سازی و اجرای این طرح موفق به تامین ۲۰ کیلو وات برق مصرفی ساختمان ستادی شرکت گاز استان



آذربایجان شرقی - **پاشایی**:مدیرعامل سازمان منطقه آزاد ارس از آمادگی این سازمان جهت پیاده سازی شاخص های مورد تأیید سازمان بهداشت جهانی جهت عضویت شهر جلفا به جامعه شهر سالم خبر داد. به گزارش خبرنگار ما به نقل از روابط عمومی و امور بین الملل

سازمان منطقه آزاد ارس، محسن نریمان در دومین روز حضور آذربایانی از نمایندگان سازمان بهداشت جهانی، وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه علوم پزشکی آذربایجان شرقی در ارس و در جلسه جمعیتی این آرزبایی ها، رعایت و اجرای دائمی اینم های تحقق شهر سالم در جلفا را بسیار مهم و ضروری عنوان کرد و افزود: این سازمان

مقایسه تبریز با شهرهای بزرگ جهان مانند توکیو مصداق آرمان شهر و مدینه فاضله را عینیت بخشیده و برای مرزهای خاج از تبریز برنامۀ ریزی داشته باشیم. مدیرکل سلامت و امور اجتماعی شهرداری تبریز در رابطه با رسانه ها گفت: برای موفقیت دامنه فعالیت رسانه ها همکاری و همراهی با مسئولین شهر و شهرداری لازم است از ظرفیت های شهری بهره گیری کرد بدینصورت که هر یک قدم برای توسعه و ظرفیت سازی سازمان های رسانه ای شهر شمر نمز واقع گردد بالطبع با ارتقاء سطح عملکرد رسانه ها شاهد پیشرفت و توسعه شهر نیز خواهیم بود.

او به ظرفیت های شهری اشاره کرد و اظهار داشت: مناسفانه در شهر تبریز ظرفیت های نهادی وجود ندارد و از طرفی خوشبختانه مجموعه های تخصصی و نوپایی نظیر انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری استان آذربایجان شرقی یک ظرفیت بزرگ نهادی تاثیرگذار به شمار می رود که قطعاً این قبیل ساختارها رفتار ساز خواهند بود و با علم بر اینکه در رسانه به طور عمومی رفتار و دیدگاه منفی ایجاد نمیگردد به طور یقین این هم راستایی با توسعه و آبادانی همراه خواهد بود.

وی به جایگاه و اهمیت فعالیت های مدنی تاکید کرد و افزود: از جمله مهمترین آموزه های جامعه مدنی شناخت حقوق و آگاهی از حريم مدنی خود است و در همین حوزه بنده با توجه به اینکه قریب به ۲۵ سال فعالیت جامعه مدنی را تجربه نموده ام بر این باور رسیده ام که در هیچ دانشگاهی آموزه های جامعه مدنی بدین صورت یادآوری نشده است.

حسن زاده در خاتمه ضمن آرزوی موفقیت روزافزون برای اصحاب رسانه استان، قول همکاری های مساعد در راستای پیشرفت و پیشبرد اهداف فیما بین را به اعضای هیات مدیره و بازرسان انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری استان آذربایجان شرقی داد.

سرپرست شرکت گاز مازندران؛

استان در ایجاد رفاه اجتماعی، اقتصادی، کشاورزی و محیط زیست نام برد و گفت: توسعه شبکه های گازرسانی علاوه بر توسعه و آبادانی استان، رضایت مردم را در همراه دارد لذا همگی اعم از مردم و نهادهای دولتی باید دسترس در دست ما داده و همکاری لازم را با شرکت گاز استان به منظور توسعه شبکه انجام دهند. وی عملکرد شرکت گاز استان را قابل قبول دانست و یادآور شد:بر اساس گزارش ها، این شرکت تمامی تلاش خود را جهت گازرسانی به بخش ها به کار گرفته که بهره مندی ۹۷ درصد جمعیت استان و تعدد صنایع گازدار نشان از موفقیت در توسعه گازرسانی دارد. نماینده مردم شریف بهشهر، نکا و گلوگاه در مجلس شورای اسلامی با اشاره به تسریع و پرهیز از توقف پروژه های گازرسانی افزود: در حال حاضر پروژه گازرسانی به روستاهای باقیمانده از لحاظ حجم و نوع کار یکی از بزرگ ترین طرح‌های عمرانی استان است که با توجه به سختی های موجود از جمله وضعیت متغیر آب و هوایی، تردد خودروها و سخت گذر بودن مسیرها علاوه بر همکاری تمامی نهادهای مرتبط، صبر و تحمل و همیاری مردم منطقه را نیز می طلبد.

مدیرعامل ملی حفاری ایران

صنعت نفت در جهان صنعتی پر خطر و توأم با ریسک بالا است

حضور داشتند، دکتر گلبایگانی بار دیگر به مجموعه کارکنان شرکت تاکید کرد که ایمنی در کار را در سرلوحه همه برنامه ها و نصب ایمن قرار دهند تا شاهد بروز حوادث تلخ و ناگوار در صنعت نفت نباشیم. وی تصریح کرد: باید در جهت نهادینه کردن فرهنگ ایمنی بیش از پیش جدیت و نسبت به برگزاری دوره های لازم و روز آمد در این زمینه با استفاده از بستر فضای مجازی برای کارکنان در سطوح مختلف به ویژه در دستگاه های حفاری و بخش های عملیاتی اقدام گردد. در عیادت از این همکاران که در منزل و در حضور خانواده آنان صورت گرفت، آقایان آبتین و صیفي درباره بروز حادثه پیش آمده در چشمه خوش توضیح دادند و یاد عزیزان از دست رفته محمد رشیدی و دو نفر از کارکنان شرکت نفت و گاز غرب را گرامی داشتند. در همین ارتباط روابط عمومی شرکت ملی حفاری ایران اعلام کرد به شکرانه سلامت همکاران عزیز مصطفی جمالی نژاد از کارکنان دکل ۶۴ فتح امید آبتین و محمد صیفي در روز عید قربان سه راس گوسفند قربانی خواهد کرد.

محیطی ، صیانت از منابع انرژی فسیلی کشور و حفظ محیط زیست و کاهش برق مصرفی، در سال ۹۹ نیز در مرداد ماه راه تستیم پنل های خورشیدی را در ساختمان اداری شهرستان بوشهر ابر اندازی و به بهره برداری رسانیم و ۲۰ کیلو وات برق مصرفی را برای این ساختمان نیز تامین کنیم. وی مدیریت انرژی را یک رویکرد با اصول و خط مشی سیستم دانست و گفت: مدیریت یکپارچه بر مبنای بهبود عملکرد انرژی از طریق خرید محصولات و خدمات دارای کارایی بیشتر یک فرایند مهم در مدیریت انرژی می باشد. مهندس رحمانی در پایان گفت: در حال حاضر دو ساختمان در شهرستان بوشهر مجهز به پنل های خورشید می باشند و برنامه ریزی های خود را برای دو شهرستان دیگر استان دشتی و دشتستان انجام داده ایم و در سال جاری به لطف الهی سیستم پنل های خورشیدی ساختمان های اداری این شهر ستان ها نیز به بهره برداری خواهد رسید.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد ارس اعلام کرد؛

آمادگی ارس برای پیاده سازی شاخص های شهر سالم جلفا

امور شهر است، افزود: امیدوارم با انتخاب شهر جلفا به عنوان شهر سالم آغاز گر راهی برای بهبود وضعیت زیستی، سلامتی، اقتصادی و اجتماعی مردم باشند. این گزارش کلی است تا حضور دکتر آسایی مشاور دفتر سازمان بهداشت جهانی، شبکه جهانی ژئوپارک و ایجاد مرکز بین المللی فنی حرفه ای در ارس و نیز پیوستن ارس به شبکه جهانی شهرهای سالم از مهم ترین اقداماتی بود تا بتوانیم ارس را عرصه های بین المللی و جغرافیای جهانی معرفی کنیم. محسن نریمان اظهار کرد: هدف حضور آرزبایان بررسی میدانی اقدامات، برنامه ها و سنخش های و اراده مسئولین منطقه آزاد ارس و شهرستان جلفا و اطمینان از وجود برنامه برای تحقق توسعه پایدار در تمامی ابعاد توسعه، تعهد مردم و سازمان ها و تشکل های مردم نهاد و میزان مشارکت آنان تصمیم گیری ها و اداره امورات می باشد تا ضمن بررسی اولیه، نواقص و شاخص های مرکز اطلاعات جامعه محور، مداخلات جامعه محور و مشارکت سمن ها، اقدامات بخش خصوصی و گروه های مردمی، مدارس مروج سلامت، توسعه مهارت اجتماعی، آموزش های فنی و حرفه ای و مهارت آموزی و اشتغال، ظرفیت سازی در مردم، سایر برنامه های توسعه شهری، مسائل مربوط به امنیت غذایی در تولید و توزیع مواد غذایی سالم، دسترسی به آب سالم، فاضلاب، سیستم تصفیه خانه، آلودگی هوا و آمادگی در مقابله با حوادث و بلایا بازدید و آرزبایی شد.

آمادگی دارد تا در ایجاد شهر سالم و ماندگاری آن اقدامات لازم را انجام دهد. نریمان همچنین به اقدامات سازمان منطقه آزاد ارس در راستای جهانی شدن اشاره کرد و افزود: عضویت در شبکه جهانی جوامع ایمن، سازمان جهانی گردشگری، شبکه جهانی ژئوپارک و ایجاد مرکز بین المللی فنی حرفه ای در ارس و نیز پیوستن ارس به شبکه جهانی شهرهای سالم از مهم ترین اقداماتی بود تا بتوانیم ارس را عرصه های بین المللی و جغرافیای جهانی معرفی کنیم. محسن نریمان اظهار کرد: هدف حضور آرزبایان بررسی میدانی اقدامات، برنامه ها و سنخش عزم و اراده مسئولین منطقه آزاد ارس و شهرستان جلفا و اطمینان از وجود برنامه برای تحقق توسعه پایدار در تمامی ابعاد توسعه، تعهد مردم و سازمان ها و تشکل های مردم نهاد و میزان مشارکت آنان تصمیم گیری ها و اداره امورات می باشد تا ضمن بررسی اولیه، نواقص و شاخص های قابل رفویت تعریف شود تا در بررسی نهایی توسط آرزبایان سازمان بهداشت جهانی مسیر اخذ گواهی هموار شود. وی با بیان این که این طرح مبتنی بر همکاری های بین بخشی، مشارکت جامعه در تصمیم گیری ها و اداره

موفقیت در دنیای کسب و کار با چاشنی بی‌خیالی

<div><div> </div><div>به قلم: پیریا گوگی</div></div>
کارآفرین و موسس برند مشاوره Celsee
ترجمه: علی آل‌علی

برخی از کارآفرینان در زمینه مدیریت کسب و کارشان به طور کامل بی‌خیال همه چیز هستند. این امر شاید برای هر کسی تعجب‌آور باشد، اما بسیاری از کارآفرینان بزرگ دنیا هم چنین رفتاری دارند. نکته مهم این است که کارآفرینان بی‌خیال واقعا به نکات مختلف بی‌توجه نیستند، بلکه فقط از استرس و نگرانی بی‌مورد دوری می‌کنند.

شما هر چقدر هم درباره کسب و کارتان نگران باشید، به احتمال زیاد شانسسی برای نجاتش بدون عملکرد مناسب ندارید. بنابراین کارآفرینان حرفه‌ای با تلاش حداکثری‌شان دیگر جایی برای نگرانی بی‌مورد باقی نمی‌گذارند. اگر شما به این الگو علاقه‌مند هستید، مقاله کنونی مخصوص شماست. در ادامه برخی از نکات مهم در رابطه با موفقیت در دنیای کسب و کار با چاشنی بی‌خیالی را مرور خواهیم کرد.

پیدا کردن هدف اصلی

اگر شما قصد دارید با خیال راحت و بدون دغدغه در زمینه کسب و کار فعالیت داشته باشید، باید اول از همه هدف‌تان را پیدا کنید، در غیر این صورت هیچ شانسسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت. پیدا کردن هدف اصلی در کسب و کار برای بسیاری از کارآفرینان امر سختی محسوب می‌شود. شما در این رابطه باید به کاری که قصد انجامش را دارید، توجه نمایید. این امر به خوبی هدف شما را مشخص خواهد کرد.

کارآفرینانی که هدف مشخصی دارند، با خیال راحت به تمام کارهای‌شان می‌رسند. این امر نوعی نظم در فعالیت روزانه آنها ایجاد می‌کند و جلوی هرگونه استرس بی‌موردی را خواهد گرفت. بنابراین شما به بهترین شکل ممکن امکان تعامل با مشتریان و همچنین توسعه کسب و کارتان را خواهید داشت.

کارآفرینانی که در نگاه نخست بی‌خیال به نظر می‌رسند، همیشه به یک تیم حرفه‌ای اتکا دارند. این

امر هرگونه استرسی را از کارآفرینان دور خواهد کرد. بنابراین شما باید در وهله نخست یک تیم کاری حرفه‌ای را تشکیل دهید، در غیر این صورت هرگز شانسسی برای جلب نظر مشتریان و همچنین کاهش استرس‌تان نخواهید داشت.

برخی از کارآفرینان در زمینه تشکیل تیم‌های حرفه‌ای خیلی خوب عمل می‌کنند، اما هرگز تعامل مناسبی با آنها ندارند. بدین ترتیب تیم کاری بدل به الگویی نمایشی می‌شود. شما همیشه با استفاده از توصیه‌های تیم کاری امکان بهبود وضعیت‌تان را دارید. بنابراین باید همیشه این نکته را مدنظر قرار دهید.

امروزه دنیای کسب و کار نیازمند کار تیمی است. اگر شما این نکته مهم را مورد بی‌توجهی قرار دهید، خیلی زود با شکست مواجه خواهید شد. بنابراین برای خودتان هم که شده باید این نکات مهم را مدنظر قرار دهید.

غلبه بر ترس‌ها

بسیاری از کارآفرینان برای اندکی بی‌خیالی نسبت به برنشان حسابی دچار استرس می‌شوند. درست به همین خاطر همیشه نگران وضعیت برنشان هستند. مسئله مهم در این میان ضرورت غلبه بر ترس‌های‌مان است. اگر شما همیشه نگران شکست برندانان باشید، در نهایت چیزی به جز شکست نصیب‌تان خواهد شد.

کارآفرینانی که خیال‌شان از کیفیت کارشان راحت است، هیچ وقت نگرانی ندارند. دلیل این امر کاملا روشن است. وقتی شما تمام توان‌تان را به کار می‌گیرید، دیگر دلیلی برای نگرانی بیشتر وجود ندارد. با این حساب اگر شما همه توان‌تان را به کار گرفتید و باز هم نگران بودید، مشکل از جای دیگری است.

تلاش در حرکت رو به جلو

کسب و کارهایی که در طول سال‌های متمادنی همیشه در حال توسعه بوده‌اند، خیال تمام مدیران و سرمایه‌گذاران‌شان راحت است. اگر شما قصد فعالیت بی‌دردسر در دنیای کسب و کار را دارید، باید همیشه به توسعه برندانان فکر کنید، در غیر این صورت به محض اینکه جریان موردنظر را متوقف کنید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به صفر خواهد رسید.

کارآفرینان تا زمانی که رو به جلو حرکت می‌کنند، شانس تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دارند، در غیر این صورت خیلی زود برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان دیر خواهد شد.

بسیاری از برندها بی‌خیالی در زمینه کسب و کار را نوعی تنبلی قلمداد می‌کنند. مسئله مهم در توجه دقیق به این الگوست. هر کارآفرینی ظرفیت مشخصی برای تحمل استرس دنیای کسب و کار دارد. اگر شما در این میان بیش از حد به خودتان فشار بیآورید، خیلی زود خسته شده و انگیزه‌تان را از دست می‌دهید.

منبع: entrepreneur



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

| یکشنبه **|** ۳ مرداد ۱۴۰۰ **|** شماره ۱۸۲۷ **|** صفحه ۸ **|**

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۳۲۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین‌نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

چه زمانی باید مشتریان‌مان را کنار بگذاریم؟

<div><div> </div><div>نگارش: انجمن کارآفرینان جوان (YEC)</div></div>
ترجمه: علی آل‌علی

تعامل با مشتریان و تلاش برای جلب نظرشان به برند برای هر کسب و کاری مهم است. این امر تفاوت میان برندهای مختلف را مشخص می‌سازد. اگر شما نسبت به جلب نظر مشتریان توجه نشان ندهید، به احتمال زیاد کسب و کارتان در همان ماه‌های ابتدایی از بازار حذف خواهد شد. نکته جالب اینکه توجه بیش از اندازه به مشتریان و تلاش برای فروش محصولات به آنها نیز دردسرساز است. گاهی اوقات برخی از مشتریان مناسب کسب و کار شما نیستند. شما در این وضعیت با تاکید بیش از اندازه بر روی فروش محصولات‌تان به آنها فقط خودتان را به دردسر خواهید انداخت.

هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از نکات مهم در رابطه با نشانه‌های مشتریان نامناسب برای برندهاست. این امر به معنای ضرورت کنار گذاشتن مشتریان در صورت مشاهده نشانه‌های موردنظر است. در ادامه این موضوع را به طور گسترده مورد توجه قرار خواهیم داد.

وقتی مشتریان هیچ علاقه‌ای به شما نشان نمی‌دهند
اندرو شاراز؛ موسسه مشاوره مالی Money Crashers

تعامل با مشتریان فقط در صورتی که آنها دست‌کم اندکی توجه به کسب و کار شما داشته باشند، منطقی و سودمند خواهد بود. امروزه برخی از برندها به طور مداوم با مشتریانی که هیچ توجه و حتی علاقه‌ای به کسب و کارشان ندارند، تعامل می‌کنند. این‌ امر به معنای صرف هزینه اضافی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان است، بنابراین باید توجه لازم به این نکته را نشان دهید.

وقتی شما هیچ بازخورد مناسبی از سوی مشتریان دریافت نمی‌کنید، نشانه‌های ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی آنها نمایان می‌شود. این امر حتی در صورت هزینه گزاف شما در حوزه بازاریابی نیز تغییر نخواهد کرد. بنابراین باید تجدیدنظر اساسی در نحوه فعالیت و هماهنگی با مشتریان داشته باشید. اگر هدف‌گذاری شما بر روی مشتریان اشتباه بود، دلیلی برای ادامه یک روند غلط نیست. بنابراین باید هرچه زودتر نسبت به ایجاد تغییر در روند فعالیت‌تان اقدام نمایید در غیر این صورت هیچ خبری از فروش بیشتر نخواهد بود.

بسیاری از برندها وقتی عدم علاقه مشتریان به محصولات‌شان را مشاهده می‌کنند، اول از همه ایراد اصلی را در خودشان می‌بینند. شما باید در این میان نیم نگاهی به عدم علاقه کلی مشتریان به حوزه فعالیت‌تان هم داشته باشید. این امر به معنای هدف‌گذاری بر روی مشتریان اشتباه است. با این حساب هرچه زودتر باید در عملکردتان تجدیدنظر انجام دهید.

مشتریان سختگیر و غیرمنطقی
کایل گوگن؛ موسسه باستراک

مشتریان نباید خیلی سختگیر و غیرمنطقی باشند. هر کسب و کاری در بازار توانایی محدودی برای برآورده کردن خواسته‌های مشتریان دارد. اگر خواسته‌های آنها از یک حد مشخصی فراتر برود، شما دیگر توانایی مدیریتش را نخواهید داشت. نکته مهم اینکه تلاش برای راضی نگه داشتن مشتریان بیش از اندازه سختگیر و غیرمنطقی به هیچ وجه مناسب نخواهد بود. این امر بار مالی فراوانی برای برند شما به همراه دارد و دست آخر نیز خبری از فروش مناسب نخواهد بود. بسیاری از برندها به اشتباه هر نوع خواسته‌ای از سوی مشتریان را مدنظر قرار می‌دهند. این امر شاید در نگاه نخست یک استراتژی جذاب کاری باشد، اما در واقع چیزی به غیر از تلاش‌های بی‌نتیجه نیست. وقتی شما با خواسته‌های غیرمنطقی مشتریان مواجه هستید، باید خیلی راحت آنها را کنار بگذارید، در غیر این صورت هیچ شانسسی برای پیدا کردن مشتریان درست نخواهید داشت.

تعیین معیارهای اساسی برای شناسایی مشتریان سختگیر و غیرمنطقی امری ضروری محسوب می‌شود، در غیر این صورت شاید شما بدون هیچ دلیل موجهی یکی از مشتریان وفادار‌تان را کنار بگذارید. نکته اساسی در این میان تلاش برای همکاری با مشتریان تا جای ممکن است. فقط در صورتی که خواسته‌های آنها بیش از اندازه غیرمنطقی بود، شما باید آنها را کنار بگذارید.

نگاه کردن به عملکرد دیگر برندها در زمینه تعامل با مشتریان نکته بسیار جذابی است. این امر به شما فرصتی طلایی برای شناسخت هرچه بهتر مشتریان‌تان می‌دهد. بنابراین دیگر نیازی به نگرانی بیش از اندازه نخواهد بود. اگر یگ برند مشهور در تعامل با برخی از مشتریان سختگیر به کلسی قید آنها را می‌زند، پس دلیلی برای اصرار بیش از اندازه شما باقی نخواهد ماند.

ناتوانی برای توافق بر سر کلیات

جان ترنر؛ موسسه سید پراد

فعالیت در عرصه کسب و کار B۲B به طور کلی با حوزه‌های دیگر تفاوت دارد. اغلب اوقات در چنین حوزه‌ای باید توافقات نهایی به بهترین شکل ممکن صورت گیرد. این امر به معنای تلاش برای تحمیل دیدگاه‌تان به مشتریان نیست، بلکه باید توافقی دو جانبه و سودمند برای هر دو طرف حاصل شود. اگر این امر به خوبی مدنظر شما قرار نداشته باشد، شاید طرف مقابل بیش از اندازه شرایط را به سود خودش تغییر دهد.

اغلب اوقات توافقات اولیه به بهترین شکل ممکن حاصل می‌شود. با این حال گاهی اوقات ماجرا پیچیده‌تر از این حرف‌ها خواهد بود. این امر به معنای ناتوانی برای تاثیرگذاری طرفین بر روی هم خواهد بود. بنابراین شما در نهایت مشکلات بسیار زیادی برای کسب توافق خواهید داشت. شاید برخی از کسب و کارها در چنین شرایطی تا آخرین لحظه برای ایجاد توافق تلاش کنند، اما از نظر حرفه‌ای در صورتی که پس از سه بار ارائه پیشنهاد امکان حصول توافق نباشد، باید قید مشتری را زد.

نشانه‌های مشتریانی که مناسب برندان نیستند

چه زمانی باید مشتریان‌مان را کنار بگذاریم؟

متأسفانه بسیاری از برندها در حوزه B۲B همیشه به دنبال کسب توافق به بهترین شکل ممکن هستند، در غیر این صورت حتی توان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز از دست می‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. مشکل اصلی نیز از دست رفتن فرصت عالی برای ایجاد توافقات‌های دیگر خواهد بود. بنابراین باید پیش از اینکه در عمل شانس توافق با دیگر مشتریان را از دست بدهید، یک مشتری سختگیر که توافقی با وی حاصل نشده را کنار بگذارید.

وقتی پروژه خیلی بزرگ است

شو سا‌یتو؛ موسسه اسپيرو پيور

کسب و کارها همیشه به دنبال بلندپروازی هستند. نکته مهم در این میان ضرورت انطباق سطح انتظارات دیگر برندها با توانایی عملی شماست. اگر شما یک پروژه بسیار بزرگ پیش روی‌تان دارید، پذیرش آن به معنای قبول تمام تعهدات ممکن است. بنابراین اگر در عمل توان مدیریت پروژه موردنظر را نداشته باشید، مشکلات بسیار زیادی پیدا خواهید کرد.

برخی از برندها به گمان اینکه در طول مدیریت یک پروژه بزرگ خودشان هم توسعه پیدا می‌کنند، هر پروژه‌ای را قبول می‌کنند. این امر نتیجه بسیار ناگواری برای برندها به همراه خواهد داشت. اگر شما توان مدیریت یک پروژه بزرگ را ندارید، نباید دست به چنین کاری بزنید، در غیر این صورت اعتبارتان حسایی در خطر خواهد افتاد.



امروزه مشتریان در صورت مشاهده شکست یک برند در بلندپروازی‌های بزرگ نسبت به اعتبار آن تردید خواهند کرد. بنابراین شما نه تنها یک پروژه مهم را از دست می‌دهید، بلکه مشتریان احتمالی‌تان در آینده نیز به شدت کاهش پیدا خواهد کرد.

گاهی اوقات شما باید با خودتان روراست باشید. اگر پروژه پیش روی‌تان بیش از اندازه بزرگ است، باید خیلی راحت از کنارش عبور کنید، در غیر این صورت هیچ شانسسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نخواهید داشت. همچنین در آینده نیز هیچ پیشنهادی برای شما در کار نخواهد بود. اغلب اوقات مشاوره با یک برند بزرگتر درباره پیشنهادهای مختلف نکته مناسبی خواهد بود. شما می‌توانید از برندهای بزرگتر به عنوان مشاورانی برای انتخاب یک پروژه استفاده کنید. به این ترتیب دیگر خبری از بلندپروازی‌های غیرمنطقی نخواهد بود. متأسفانه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر همیشه برای اجرای پروژه‌ها با مشکل مواجه هستند.

ارزش‌ها و معیارهای‌تان با هم هماهنگ نیست

فابی هابسمید؛ موسسه مار کاز

امروزه انتخاب یک مشتری در حوزه B۲B امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. دلیل این امر همکاری بلندمدت اغلب برندها در این حوزه و همچنین مبالغ بالای معامله‌هاست. اگر شما در این میان یک مشتری با ارزش‌ها و معیارهای بیش از اندازه متفاوت با خودتان داشته باشید، دیگر فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی آنها پیدا نخواهید کرد.

بسیاری از برندها در پذیرش این نکته که مشتری‌شان دارای ارزش‌های متفاوتی با خودشان است، مشکل دارند.

دلیل این امر تلاش برای استفاده از تمام فرصت‌های موجود به منظور کسب سود است. توصیه من به شما تلاش برای پرهیز از کسب سود به هر قیمتی است. دلیل این نیز امکان مواجهه با ضررهای هنگفت در صورت بی‌توجهی به مشتری‌تان است. یک گفت‌وگوی دوستانه با مشتریان در ابتدای فرایند تعامل اهمیت بسیار زیادی دارد. شاید شما در این رابطه سختی‌های زیادی پیش رو داشته باشید، اما باید هر طور شده گفت‌وگوی اولیه را ساماندهی کنید. دلیل این امر امکان شناخت بهتر از طرف مقابل و تصمیم‌گیری برای همکاری بلندمدت خواهد بود. اگر ارزش‌های کسب و کار شما با هم هماهنگی نداشته باشد، به احتمال زیاد باید در همان ابتدای کار معامله را لغو کنید.

عدم توافق بر سر نحوه پرداخت

جارد آنکینسون؛ موسسه WPForms

توافق بر سر نحوه پرداخت هزینه محصولات اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر کسب و کار شما شیوه درستی برای دریافت هزینه‌ها نداشته باشد، به طور مداوم دچار مشکل خواهد شد. امروزه برخی از برندها پیش از هرگونه فروشی درباره قیمت نهایی و شیوه پرداخت بحث می‌کنند. این امر چه در حوزه B۲B و چه در حوزه B۲C ضروری است. شما با این کار نسبت به پرداخت به موقع هزینه فروش مطمئن خواهید شد در غیر این صورت شاید مشکلات میان شما و مشتریان‌تان به طور مداوم ادامه پیدا کند.

بسیاری از برندها فقط به دنبال فروش هستند. همین امر موجب بی‌توجهی به نحوه پرداخت از سوی مشتریان می‌شود.

چه زمانی باید مشتریان‌مان را کنار بگذاریم؟

چه زمانی باید مشتریان‌مان را کنار بگذاریم؟

اگر شما از همان ابتدای کارتان برنامه‌ای برای چنین کاری نداشته باشید، مشکلات بسیار زیادی پیش روی‌تان قرار خواهد گرفت. همچنین اگر با مشتری که برای پرداخت هزینه خرید بهانه می‌آورد مواجه هستید، مهم‌ترین زنگ خطر برای شما به صدا درآمده است. بسیاری از کارآفرینان در صورت مشاهده چنین مشتری‌ای هر کاری برای جلب رضایتش خواهند کرد. توصیه من در این بخش اندکی پیگیری وضعیت مشتری موردنظر و سپس صرف نظر از اوست، در غیر این صورت شاید هزینه بسیار زیادی برای جلب نظر مشتری که در نهایت هیچ خریدی هم نخواهد کرد انجام دهید.

اگر برند شما برای فروش محصولات از شیوه اقساطی استفاده می‌کند، باید وضعیت را به طور دقیق مشخص سازید، در غیر این صورت شاید مشکلات زیادی برای شما و کارتان پیش آید. بسیاری از برندها در این رابطه دستورالعمل مشخصی دارند. بنابراین شما هم باید پیش از اینکه به سراغ فروش اقساطی بروید، شرایط‌تان را مشخص سازید.

وقتی به طور مداوم باید خودتان را ثابت کنید

دیزی چینگ؛ موسسه باتیش

اینکه یک برند به طور مداوم خودش را برای مشتریان ثابت کند، هرگز ایده جذابی نیست. بسیاری از مشتریان در عمل بارها و بارها از برندها تقاضای اثبات ادعای‌شان را دارند. این امر نه تنها تاثیر مثبتی بر روی وضعیت شما ندارد، بلکه شک و تردیدها در مورد کیفیت کاری‌تان را نیز افزایش خواهد داد. اگر شما نسبت به کیفیت کاری‌تان مطمئن هستید، دیگر دلیلی برای اثبات مداوم خودتان وجود ندارد.

همیشه برخی از مشتریان نسبت به انتخاب شما برای خرید شک و تردید خواهند داشت. این امر کاملا طبیعی خواهد بود. وظیفه اصلی شما در این میان اثبات کیفیت‌تان به چنین مشتریانی است، اما اگر به طور مداوم چنین انتظاری در میان گروهی از مشتریان وجود داشته باشد، باید آنها را کنار بگذارید. شما در هر صورت باید تصمیم‌گیری درستی درباره مشتریان و انگیزه‌شان برای خرید داشته باشید، در غیر این صورت شاید همیشه مجبور شوید اعتبارتان را به مشتریان ثابت کنید. این امر وضعیت‌تان را بیش از هر زمان دیگری دنیوار خواهد کرد.

اثبات برند به مشتریان همیشه همراه با هزینه اضافی است. شاید یک بار اجرای این استراتژی ایده جذابی باشد، اما اگر شما به طور مداوم آن را مدنظر قرار دهید، ماجرا به طور کلی متفاوت خواهد بود. بسیاری از برندها در این شرایط برای پیشگیری از ضرر و زیان مالی اقدام به صرف نظر از مشتریان موردنظر می‌کنند. بنابراین شاید بهترین گزینه برای شما هم چنین امری باشد.

درخواست برای کار رایگان

جاناتان پرچارد؛ موسسه Matter Insider

هر برندی در بازار کسب و کار به دنبال سود بیشتر است. هدف اصلی از تولید یک محصول تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و فروش آن است. حالا اگر قرار باشد یک مشتری درخواست کار رایگان از شما داشته باشد، بدون شک وضعیت به هم ریخته خواهد شد. دلیل اینکه مشتریان از شما کار رایگان می‌خواهند، اهمیتی ندارد. نکته مهم در این میان ضرورت ر چنین درخواست‌هایی است.

شاید برخی از برندها برای جلب نظر مشتریان نسبت به انجام برخی از کارها به طور رایگان اقدام کنند، اما این امر با طرح درخواست به طور مستقیم از سوی مشتریان متفاوت است. اغلب اوقات اگر شما به چنین کاری کنن شهید، باز هم باید کارهای بیشتری را ساماندهی کنید. چنین امری در دسرهای بسیار زیادی برای شما به همراه خواهد داشت.

اگر شما دوست دارید با مشتریان‌تان رابطه نزدیکی داشته باشید، هیچ اجباری برای انجام دادن کارهای رایگان نیست. بسیاری از تیم‌های بازاریابی با تکنیک‌های عالی رابطه برندها با مشتریان را بهبود می‌بخشند. نکته مهم در این میان توجه به سود نهایی شرکت است. اگر مشتریان از همان گام نخست انتظار کار رایگان از شما دارند، باید خیلی راحت آنها را کنار بگذارید.

نیاز آنها فراتر از توان برندانان است

متیو کاپالا؛ موسسه انفامتیک

نیازهای مشتریان باید در توان شما باشد، در غیر این صورت شما شانسسی برای برآورده کردن آنها نخواهید داشت. بسیاری از برندها حتی اگر نیازهای مشتریان فراتر از توان واقعی‌شان باشد هم به تعامل با آنها ادامه می‌دهند. چنین امری مشکلات زیادی برای هر برندی به همراه خواهد داشت.

اگر شما از همان ابتدا ارزیابی درستی از نیاز مشتریان داشته باشید و پس از آگاهی از ناتوانی‌تان از برآورده کردن آن کنار بکشید، بسیاری از مشکلات‌تان حل خواهد شد. مشتریان در صورتی که شما نیازشان را با محصولی باکیفیت برطرف نکنید، خیلی سخت تمایلی برای پرداخت هزینه نشان خواهند داد. این امر به معنای ناتوانی برای کسب سود خواهد بود. پس بهتر است چنین مشتریانی را فراموش نمایید.

انتظارات بیش از اندازه مشتریان

توماس گریفین؛ موسسه OptinMonster

انتظارات مشتریان باید در سطح متعادلی قرار داشته باشد. اگر برخی از مشتریان انتظارات بسیار زیادی از شما دارند، باید همان ابتدا تکلیف‌تان را مشخص کنید، در غیر این صورت شاید برای مدت زمانی طولانی مجبور به کسب سود پایین‌تر شوید.

گاهی اوقات انتظارات مشتریان بدون هیچ دلیلی بسیار بالاست. این امر به معنای ضرورت تصمیم‌گیری برای برآورده کردن چنین انتظاراتی با صرف نظر از آن است. توصیه من به شما صرف نظر از چنین مشتریانی است. این دسته از مشتریان حتی اگر شما کار عالی نیز تحویل‌شان دهید، باز هم بهانه‌ای خواهند داشت. بنابراین بهترین کار کنار گذاشتن آنهاست. این امر صرفه‌جویی قابل ملاحظه‌ای در بودجه شما به همراه خواهد داشت.

منبع: noobpreneur.com